

ارائه الگوی فضای کالبدی کارآفرینی برای واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی کشور با رویکرد آمیخته

محمد انصاری^۱، فریدون آزما^۲، طیبه تجری^۳

چکیده

هدف پژوهش حاضر طراحی الگوی فضای کالبدی کارآفرینی برای واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی کشور با رویکرد آمیخته بود. پژوهش از لحاظ هدف کاربردی-توسعه‌ای و از نظر روش گردآوری داده‌ها، آمیخته اکتشافی مبتنی بر نظریه داده‌بنیاد بود. در بخش کیفی، تیم مشارکت‌کننده شامل خبرگان دانشگاهی به شیوه غیرتصافی (هدفمند) و روش گلوله برفی انتخاب شدند و فرایند جمع‌آوری داده‌ها در این مرحله تا جایی ادامه پیدا کرد که محقق در داده‌ها به مرز اشباع نظری در مصاحبه ۳۲ نفر رسید. در بخش کیفی جهت تحلیل اطلاعات گردآوری شده از شیوه کدگذاری استفاده شد. روایی در بخش کیفی از راهبردهای بازآزمون و توافق درون موضوعی دو کدگذار بهره گرفته شد. تحلیل مصاحبه‌ها نشان داد شرایط علی اثرگذار برای تشکیل فضای کالبدی کارآفرینی شامل عوامل ساختاری، عوامل فناوری اطلاعات، عوامل یادگیری، عوامل مالی، استراتژی، عوامل آموزشی، ویژگی‌های مدیران و ویژگی‌های کارکنان است. شرایط مداخله‌گر شامل عوامل اجتماعی-فرهنگی و عوامل سیاسی-قانونی که با توجه به شرایط زمینه‌ای شامل عوامل دموگرافی، زمینه‌های فردی و زمینه‌های اقتصادی بر راهبردهای فضای کالبدی کارآفرینی برای واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی هستند. همچنین راهبردهای ارائه شده شامل راهبرد حمایتی، راهبرد توسعه‌ای، راهبرد آموزشی و راهبرد فرهنگی است که برای ایجاد و تحول در دانشگاه آزاد اسلامی به پیامدهای مثبت فضای کالبدی کارآفرینی منجر می‌شوند که شامل کارکرد تجاری، کارکرد ساختاری و کارکرد کارآفرینانه است. در مرحله کمی از رویکرد مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شده است. در بخش کمی پژوهش به طراحی پرسشنامه و گردآوری داده‌ها از ۲۰۰ نفر از رؤسا و مدیران دانشگاه آزاد اسلامی پرداخته شد. در بخش کمی از شاخص‌های محتوایی، بارعاملی، پایایی ترکیبی، آلفای کرونباخ و میانگین واریانس استخراجی استفاده و مورد تأیید قرار گرفت. در آزمون مدل، فرضیه‌های تحقیق تدوین و با رویکرد تحلیل مسیر با استفاده از نرم افزار Smart-PLS صورت پذیرفت. نتایج آزمون معادلات ساختاری نشان داد که مولفه‌های در شش مقوله اصلی یعنی شرایط علی، پدیده اصلی، عوامل زمینه‌ای و مداخله‌گر و راهبردها و پیامدها در مدل معتبر می‌باشند.

کلیدواژه‌ها: فضای کالبدی، کارآفرینی، الگو، رویکرد آمیخته.

پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۴/۲۹

دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۲/۶

^۱ گروه کارآفرینی، واحد علی آبادکتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آبادکتول، ایران

^۲ گروه مدیریت، واحد علی آبادکتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آبادکتول، ایران (نویسنده مسئول)

azma@aliabadiu.ac.ir

^۳ استادیار، گروه علوم تربیتی، دانشگاه فرهنگیان، تهران، ایران

مقدمه

کارآفرینی نقش اجتناب‌ناپذیری در بهبود بهره‌وری و رشد اقتصادی ایفا کرده و در واقع مترادف با موفقیت فردی، سازمانی و ملی است. ارائه نقش از سوی مدیران، بستگی به فرهنگ کارآفرینی موجود در سازمان‌ها خواهد داشت (غنیان خانی، بقایی، ۱۳۹۰). در تلاش به منظور شناخت و ایجاد فضای کارآفرینی، سه جنبه باید مورد مطالعه قرار گیرد. فضای عمومی سازمان، مکانیسم‌های توسعه منابع انسانی در سازمان و ارزش‌های بنیادی سازمان (رابین، لدنو و مژوژین ۴، ۲۰۱۹). کارآفرینی به عنوان احیا و بازسازی سازمان‌های موجود در نظر گرفته شده و ابزاری برای توسعه و بهبود کسب و کار، افزایش درآمد و سودآوری، پیشگامی در ایجاد و توسعه محصولات، خدمات و فرآیندهای جدید به شمار می‌آید (رحمتی زنجان طلب، ۱۳۹۰). به طور کلی می‌توان گفت فضای کارآفرینی به انجام فعالیت‌های کارآفرینانه در نهادها، سازمان‌ها، دانشگاه و... اشاره دارد. از اینرو برای حرکت دانشگاه آزاد در جهت فضای کالبدی کارآفرینی لازم است تا با برنامه‌ریزی‌های مشخص و دقیق، چگونگی و میزان فاکتورها و عوامل اجتماعی و فرهنگی که بر فضای کارآفرینی تأثیر می‌گذارند مشخص گردد. فضای کالبدی کارآفرینی به عنوان جنبه‌ای بسیار مهم و عمده در توسعه کارآفرینی به مثابه فرآیندی پیچیده و چندعلیتی اهمیت بسیار دارد و این در حالی است که با وجود اهمیت این فضا، پژوهش‌های چندانی در خصوص آن صورت نگرفته و آنچه که مورد توجه بوده، فرآیند صرف کارآفرینی و ویژگی‌های کارآفرینان بوده است. امروزه اکثر صاحب‌نظران حوزه‌ی آموزش عالی، کارآفرینی را شرط بقا و توسعه‌ی دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی به شمار می‌آورند زیرا در عصر توسعه فناوری‌های پیشرفته و صنایع دانش‌محور در اقتصاد جهانی، منطقه‌ای و حتی محلی تنها از طریق تقویت تعامل و پیوند دانشگاه و بنگاه است که می‌توان با بحران‌های گسترده و فراگیر کنونی مقابله کرد.

فضای کالبدی کارآفرینی همواره تحت تأثیر عواملی همچون تحولات اجتماعی فرهنگی، تغییرات سریع در سلاقت مصرف‌کنندگان، هزینه‌های مواد اولیه، مقررات دولتی نظیر قوانین مالیاتی، تعرفه‌ها و بسیاری دیگر عناصر تأثیرگذار قرار می‌گیرد. فضای کالبدی کارآفرینی در بردارنده عناصر و

بازنگرانی با ماهیت چند بعدی می‌باشد که در یک سیستم پیچیده با تأثیرگذاری در پایداری آن با هم در تعامل هستند (شهیکی و منصور، ۱۳۹۶). تاکنون تحقیقات زیادی در مورد تأثیر شرایط و امکانات کالبدی همچون «فضا، تجهیزات اداری، رفاهی، کارگاهی و آزمایشگاهی و کمک آموزشی» بر کیفیت آموزشی انجام پذیرفته است. از آن جمله پیل (۱۹۹۹) در تحقیقات متعدد خود در زمینه عوامل مؤثر بر افت تحصیلی به چهار عامل اساسی پایین بودن کیفیت تدریس، عدم بهره‌مندی دانشجویان از خدمات و تجهیزات آموزشی، عدم آگاهی دانشجو از انواع ارزشیابی‌ها و اهداف آن و انتقال اجتماعی اشاره دارد.

رگل و نک (۲۰۱۲) فضای کالبدی کارآفرینی کارآفرینی را نتیجه تعامل مردم، نقش‌ها، زیرساخت‌ها، سازمان‌ها و حوادثی می‌دانند که محیطی را برای بالا بردن سطوح فعالیت کارآفرینانه ایجاد می‌کنند. آن‌ها هفت مؤلفه مشخص را جهت یک اکوسیستم قدرتمند کارآفرینی ارائه می‌دهند، شامل: دسترسی به سرمایه، وجود برنامه‌های کارآفرینی دولتمدار، آموزش کارآفرینی، سیاست‌های مساعد، تحقیق و توسعه، زیرساخت‌های تجاری - قانونی و سهولت قوانین ورود به کار (رگل و نک، ۲۰۱۲). آن چه در فضای کالبدی کارآفرینی حائز اهمیت می‌باشد، وجود دینفعان و همکاری متقابل آن‌ها بوده که منجر به ایجاد شرایط مناسب برای فعالیت کارآفرینان و توسعه‌ی کسب و کار می‌شود. هر نهادی که به طور بالفعل و یا بالقوه تأثیرگذار، مشوق و حامی کارآفرینی است دینفع فضای کالبدی کارآفرینی به حساب می‌آید از آن جمله می‌توان به ارگان‌های دولتی، دانشگاه‌ها، بانک‌ها، کارآفرینان، مراکز رشد، مراکز شتاب‌دهنده، رهبران اجتماعی، نمایندگان نیروی کار، نشریات تخصصی حوزه‌ی کارآفرینی و ... اشاره نمود. امروزه برنامه‌های کارآفرینی در دانشگاه‌ها رایج است و سرمایه‌های زیادی صرف آن می‌شود، از این رو پرداختن به مسائلی که می‌تواند اثربخشی این برنامه‌ها را تضمین کند ضروری است.

لاودن و کنت (۲۰۰۲) معتقدند یکی از استراتژی‌های دانش‌آفرینی در دانشگاه‌ها، افزودن وظیفه‌ای ویژه به گروه‌های آموزشی و پژوهشی و نیز ایجاد گروه‌های تمام وقت مخصوص این

5 -Peel

6 -Regele & Neck

7 -Laudon & Kennet

کار است، اساساً در دانشگاه‌ها واحد توسعه و تحقیقات درباره مدیریت دانش وجود ندارد که در صورت ایجاد این واحد، دانشگاه‌ها می‌توانند هدف مزبور را دنبال کنند؛ هدف آنها می‌تواند خلق و تولید دانشی جدید با راهی نوین برای انجام دادن امور؛ نه تنها در صنعت، بلکه در دانشگاه‌ها باشد. به اعتقاد آنها عرصه‌هایی که می‌توان دانش آفرینی را توسعه داد شامل ایجاد واحد تحقیق و توسعه، دایر کردن مراکز تحقیقات فناوری (در تعامل) با مناطق جغرافیایی خاص با امکان بهره‌گیری از توان محققان و صنعت آن مناطق، ایجاد گروه‌های پرورنده توانمندی‌های متعدد در زمینه‌های کلیدی مشاوره و فراهم آوردن تسهیلات تحقیقاتی و آموزشی برای دانش آفرینی می‌باشد.

در چند سال گذشته، واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی با تشکیل کارگروه راهبردی مرکز رشد و کار آفرینی فعالیت‌هایی را آغاز کرده‌اند. با توجه به وجود مشکلات متعدد از قبیل بیکاری و کمبود شغل و با علم به اینکه این دانشگاه می‌تواند سهم زیادی در حوزه‌های مذکور برای رفع مشکل داشته باشد، نتایج حاصل از پژوهش‌هایی از این دست را بکار گرفت و با ارائه الگو به مدیران ذریع و مسئولان در جهت ایجاد فضای کالبدی کار آفرینی دانشگاهی کمک و مساعدت کرد. آنچه که در دانشگاه آزاد تاکنون مورد توجه بوده است مسئله آموزش بوده، لذا به مسائل پژوهشی و تحقیقاتی توجه کافی به عمل نیامده است و هنوز دانشجویان با مسئله کار آفرینی عمدتاً بیگانه‌اند، زیرا زیرساخت‌های کافی و فیزیکی برای توسعه کار آفرینی فراهم نشده است و دانشگاه آزاد جز دانشگاه‌های نسل دوم که آموزش محور و گاه پژوهش محور می‌باشند، دسته بندی می‌شود. با توجه به سیاست‌های پیش رو می‌توانیم سیاست‌گذاری‌های دانشگاه آزاد اسلامی، علاوه بر اهداف آموزشی به سوی تولید علم و فناوری را هدایت کنیم و در این مسیر بسترهای لازم برای کار آفرینان را فراهم کنیم. ایجاد و ارائه الگوی فضای کالبدی کار آفرینی در واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی پاسخی برای موفق‌تر کردن این تلاش‌ها است. با وجود مطالعات پراکنده و منابع اندک موجود، هنوز الگویی منسجم در مورد فضای کالبدی کار آفرینی برای دانشگاه‌ها ارائه نشده است. از این جهت که دانشگاه‌های آزاد اسلامی متولی و معجری طیف وسیعی از تقویت، توسعه و ارزش آفرینی نیروی مستعد برای حمایت از حکومت و دولت در راستای تحقق اهداف و چشم‌اندازهای مورد نظر می‌باشد و از سوی دیگر چالش‌های متعددی در رویکرد و نظام مدیریتی

حاکم بر آنها وجود دارد. بنابراین محقق در این رساله بر آن است در سایه مطالعات گسترده به این سؤال پاسخ دهد که الگوی فضای کالبدی کارآفرینی برای واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی کشور چگونه است؟

مقوله فضای کارآفرینی در دانشگاه حوزه وسیعی است و سطوح مختلفی اعم از محیط، ساختار و چگونگی بهره‌گیری از فناوری را شامل می‌شود (ژانگ، ۸، ۲۰۰۷). رویکرد حاکم بر فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی، رویکردی نیازگرا در تعامل با سازمان‌های پیرامونی دانشگاه محسوب می‌شود. این تعامل و کنش متقابل محیط‌های دانشگاهی با بنگاه‌های اقتصادی و سازمان‌های بیرونی، چنانچه سازمان‌یافته و با سازوکارهای اثربخش همراه باشد، حاصلی جز اشتغال‌زایی، بهره‌وری بیشتر از منابع انسانی و غیرانسانی و رفاه به دنبال نخواهد داشت. دانشگاه‌ها به مثابه نهادهای عمده تولید دانش، به دلیل تغییر در ماهیت تولید علم و تولید اقتصادی، علاوه بر پژوهش و آموزش، نقش رسالت جدید در توسعه اقتصادی و منطقه‌ای یافته‌اند.

در سال‌های اخیر به رغم تلاش‌هایی که در جهت توسعه کارآفرینی انجام شده است، در عمل رشد مناسب و پایداری در زمینه توسعه کارآفرینی و کسب و کارهای کوچک و متوسط در کشور مشاهده نمی‌شود (قبادی و قدرتی، ۱۳۸۹). متأسفانه بسیاری از کارآفرینان در ایران با موانعی همچون دگرگونی سیاست‌های دولت و به کارگیری سیاست‌های سلیقه‌ای؛ ناسالم بودن محیط کسب و کار؛ بی‌ثباتی مدیران و کارفرمایان دولتی؛ وجود قوانین نامناسب و غیرحمایتی؛ نبود اطمینان محیطی؛ فقدان زیرساخت‌های تجاری؛ عدم حمایت هنجارهای اجتماعی و فرهنگی از کارآفرینی؛ نامناسب بودن بازار؛ بهره‌بالای وام‌های بانکی و... روبرو هستند که فضای نامساعد کسب و کار را پیش روی آن‌ها قرار داده است (قمبرعلی، آگهی، علی بیگی، زرافشانی، ۱۳۹۳). اشتغال دانشجویان و متقاضیان کار در سال‌های اخیر در ایران بنا به دلایل مختلف و موانع موجود در سر راه کارآفرینان حساسیت ویژه‌ای پیدا کرده است. کارآفرینی از اصلی‌ترین عوامل رشد و توسعه اقتصادی کشور است. موانع گوناگونی در فضای کسب و کار و کارآفرینی در ایران که از جمله‌ی آنها موانع کارآفرینی در مرحله آموزش، فقدان عوامل انگیزشی در مرحله تحرک، موانع کارآفرینی در مرحله جهش و موانع قانونی رشد کارآفرینی در ایران است، که این موانع به سه

طبقه، عوامل ضد انگیزشی، موانع قانونی توسعه، محیط کسب و کار تقسیم می‌شوند (حسینی، ناظم بکایی و حصاری، ۱۳۹۱).

با گسترش تحقیقات کارآفرینی، شناسایی فرصت به عنوان نقطه تمرکز کارآفرینی مورد توجه پژوهشگران قرار گرفت. بی‌شک شناسایی فرصت بدون ارتباط یافتن با فرایند کارآفرینی آن را از قالب مورد نظر ما خارج می‌کند. به همین دلیل می‌توانیم ارتباط غیر قابل گسست آن را با کارآفرینی در تعاریف انجام شده از شناسایی فرصت بینیم (صفری و میرزایی بافقی، ۱۳۹۳). تغییر و تحول در شرایط و نیازهای جامعه موجب تغییر و تحول در رسالت دانشگاه‌ها شده است. بدین صورت که رسالت اولیه‌ی آن‌ها که آموزش بوده به سمت پژوهش رفته و با تحول‌های بعدی باز به سمت کارآفرینی تغییر جهت داده است. عوامل مختلفی نظیر افزایش تعداد دانش‌آموختگان، بیکاری فزاینده، و بحران اشتغال جوانان به ویژه تحصیل کردگان، تغییر در انتظارات متقاضیان دانشگاه‌ها، رقابت، نیازهای متغیر بازار، مسؤولیت‌پذیری و پاسخگویی در مقابل افراد جامعه، انقلاب کیفیت و بهره‌وری، تغییر در دانش و ضرورت مدیریت دانش و تجاری‌سازی دانش، ضرورت تحول در آموزش‌های سنتی و گرایش به سمت آموزش‌های نو و پژوهش‌های کاربردی، ضرورت به کارگیری فناوری‌ها و سایر مواردی که موجب تحول در رسالت، نقش و کارکردهای دانشگاه آزاد اسلامی شده است.

عوامل مهم در رخداد فضای کارآفرینی عوامل شخصی، روانی و محیطی می‌باشند. یک شخص، فکر نو برای ایجاد تشکیلات اقتصادی جدید را یا از طریق تحقیقات دقیق و یا به طور تصادفی به دست می‌آورد. تصمیم‌گیری یا عدم تصمیم‌گیری برای پیگیری آن به عواملی همچون زمینه‌های شغلی، خانواده، دوستان، الگوی نقش، وضعیت اقتصاد و قابل دسترسی بودن منابع بستگی دارد. فضای کارآفرینی که به وسیله موریسو و پاول توسعه داده شده است، می‌تواند به عنوان یک عامل انسانی مهم در کسب مزیت‌های بین‌المللی محسوب شود (رافالدینی و سیترا، ۲۰۱۴). فضای کارآفرینی نیروی محرکی است که نقش آن پیدا کردن فرصت‌های استفاده نشده در بازار بوده و به دنبال ایجاد تعادل جدیدی در بازار می‌باشد و به عنوان یک موتور پیشرفت اقتصادی، ایجاد

شغل و اصلاح اجتماع محسوب می‌شود. کار آفرینی در دیدگاه چمپتر بیشتر با ایده‌های کسب و کار جدید که ممکن است موجب تغییراتی در ماهیت بازار شود، مرتبط است. همچنین در دیدگاه کیرزنر فضای کارآفرینی عبارت جستجوگری فرصت‌ها، شناسایی شکافهای موجود در بازار و شناسایی اشتباهات سایر کارآفرینان است. کارآفرین محوری رویکردی است که روی نوآوری بازار محصول و پروژه‌های ریسکی تاکید داشته و با تمایل به پیشگامی در نوآوری به دنبال کسب برتری بر رقباست (کرین و میر ۱۰، ۲۰۰۶). در این جهت کارآفرینی را یک جهت‌گیری راهبردی و دستیابی به موقعیت‌ها و فرصت‌ها را عامل مؤثر در کارآفرینی تعریف می‌کنند. جانستون، اندرسون، دیوید-پیتز و اوستنسن-ساندرز ۱۱ (۲۰۰۹) با جمع‌بندی تعریف‌های مطرح شده، کارآفرینی را به شرح زیر تعریف می‌کنند.

عملی خلاق است که به وسیله‌ی آن چیزی که در گذشته وجود نداشته است ایجاد می‌شود. نوآوری مبتنی بر درک و یافتن فرصت از یک محیط نامشخص ساخت و ایجاد فرصت با استفاده از منابع یا جستجوی منابع جدید فعالیت دربر گیرنده‌ی خطر به دلیل نبودن که امکان محاسبه ارزش افزوده آن مشکل است. کارآفرینی منجر به ایجاد ارزش در شخص، گروه و جامعه می‌شود. کارآفرینی دربر گیرنده‌ی فعالیت‌های خلاق است.

این تعریف‌ها روزنه‌ی کوچکی است به پارادایم کارآفرینی. براین اساس، کارآفرینی مفهومی است که از یک کسب و کار کوچک به سازمان‌های بزرگ و پیچیده و سیستم‌های دولتی گسترش پیدا کرده است و جمع‌بندی کلی در مورد این تعریف‌ها آن است که کارآفرینی در برگیرنده‌ی ایجاد فرصت‌ها و استفاده از آن‌ها اقدام‌های خطر پذیر، عمل خلاق و نوآور ایجاد چشم انداز در مورد آینده و ارزش می‌باشد (هوانگ و وانگ ۱۲، ۲۰۱۱). فضای کارآفرینی یک چارچوب چند بُعدی و پیچیده می‌باشد، که کلیه‌ی عوامل شامل فرد کارآفرین و ویژگی‌های او، مهارت‌ها و سبک‌های مدیریتی او، فرهنگ، استراتژی، ساختار، نظام و سازمان را در بر می‌گیرد.

10 -Crane & Meyer

11 -Johnston & Andersen & Davidge-Pitts & Ostensen-Saunders

12 -Huang & Wang

در مدل فضای کارآفرینی، محیط، ویژگی‌های شخصیتی، انگیزه‌ها، رفتار، اهداف و نتایج را در نظر می‌گیرند و بر توانایی سرمایه‌گذاری در فرصت‌ها تکیه می‌کنند. همچنین کارآفرین را فردی می‌پندارند که دارای مهارت‌ها چندگانه است (حسینی و دیگران، ۱۳۹۱).

خوشبختانه ضرورت ترویج و فرهنگ کارآفرینی، تربیت کارآفرینی و ایجاد زمینه‌های فعالیت این گروه مورد توجه قرار گرفته، لیکن هرگونه تلاش برای فعالیت این افراد، مستلزم حمایت دولت و دستگاه‌های متولی توسعه اشتغال به ویژه نظام آموزش عالی کشور و فراهم کردن زمینه‌های مساعد برای بروز خلاقیت و نوآوری کارآفرینان و دانش‌آموختگان دانشگاه‌هاست. زیرا در این شرایط می‌توان انتظار داشت که سایر اقشار جامعه بتوانند توان و مهارت‌های خود را در این جهت معطوف نمایند و بدین ترتیب طیف وسیعی از بیکاران نیز دارای شغل مناسب و پایدار باشند سرمایه‌گذاری برای تمهید مقدمات و لوازم خوداشتغالی دانشگاهیان نظیر تسهیلات مالی، اطلاع‌رسانی، آموزش و فراهم کردن بسترهای قانونی، به دلیل توان تخصصی و قدرت نوآوری دانش‌آموختگان، در شرایط کنونی ایجاد فرصت‌های شغلی انبوه بیکاران کشور به ویژه فارغ‌التحصیلان بیکار، اصلی‌ترین و مهمترین دغدغه سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیران کلان کشور است. تجربیات موجود در زمینه اشتغال بیانگر این واقعیت است که تنها با تکیه بر سرمایه‌گذاری و حمایت دولت نمی‌توان از پس بحران بیکاری برآمد (حاجی یخچالی، ۱۳۸۲). شاید تغییر رویکرد دانشجویان و دانش‌آموختگان از کارجویی به کارآفرینی به سبب درک همین مطلب است که در دنیای امروز دانش‌آموخته‌ها نسبت به سایرین دارای مزیت رقابتی هستند و پا را از حوزه دانش و محفوظات خود فراتر گذاشته و در حل مسائل علمی آن محدوده تخصصی، مهارت داشته و موفق عمل می‌کنند (طالبی و زارع یکتا، ۱۳۸۷). یکی از چالش‌های پیش‌روی جوامع مخلف، دانش‌آموختگانی هستند که توانایی‌های فردی و مهارت‌های لازم برای راه‌اندازی کسب و کار مناسب ندارند. این امر آماده‌سازی فارغ‌التحصیلان دانشگاهی را از طریق توسعه و ترویج فرهنگ کارآفرینی در آنان ضروری می‌سازد. آنچه مسلم است این آماده‌سازی نباید بعد از فارغ‌التحصیلی باشد، بلکه برای تحقق این امر لازم است طی فرآیند و حین تحصیل، مقدمات لازم فراهم گردد و موانع و محدودیت‌ها برطرف شوند. یکی از مهمترین این اقدامات، تحت تأثیر قرار دادن نگرش‌ها

و گرایش‌های کارآفرینانه دانشجویان است (میسون ۱۳، ۲۰۱۰). ایجاد نگرش‌های کارآفرینانه در دانشجویان شرط لازم برای بروز رفتار کارآفرینانه از سوی آنان است (اللهیاری، کشاورز، شادپرور و سلوکی، ۱۳۸۸). در مجموع، دانش که در نیروی انسانی متخصص و فناوری تجسم می‌یابد، همیشه برای توسعه اقتصادی مهم بوده است.

در پارادایم جدید که پارادایم فراصنعتی یا اقتصاد دانش بنیان نامیده می‌شود، از نظر اقتصادی تولید، انتشار و استفاده از دانش اهمیت اساسی دارد و به همین لحاظ نظام علمی کشورها از اهمیت رو به تزایدی برخوردار شده‌اند و نظام آموزش عالی کشور به عنوان یکی از دو قطب تعلیم و تربیت مسئولیت تربیت نیروی انسانی متخصص و کارآمد مورد نیاز جامعه را در سطوح و رشته‌های مختلف به عهده دارد. جذب فارغ التحصیلان دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی کشور منوط به داشتن توانایی‌ها و ویژگی‌هایی است که بخشی از آن می‌بایست در طول دوران تحصیلی در دانشگاه‌ها ایجاد گردد. عواملی همچون عدم تناسب بین ظرفیت فعلی پذیرش در دانشگاه و نیازهای آتی بازار کار، عدم تناسب بین محتوای آموزشی با مهارت‌های شغلی، عدم توفیق دانشگاه‌ها در ایجاد و تقویت روحیه علمی و انگیزه خدمات رسانی به جامعه در دانشجویان، حداقل قابلیت‌های علمی و عملی برای فارغ التحصیل شدن، فقدان زمینه‌های مناسب برای آموزش علمی و کاربردی، ناکارآمدی اعضای هیئت علمی در تربیت نیروی کار متخصص مورد نیاز جامعه و مطرح نبودن مسائل علمی و پژوهشی به عنوان اولویت علمی در دانشگاه‌ها، از جمله مهم‌ترین عوامل مطرح نبودن فارغ التحصیلان در کارایی و استقلال است (اسدی و قاسمی، ۱۳۸۹). نظام آموزش عالی در هر جامعه ایی وظایف ویژه ایی به عهده دارد که از جمله می‌توان آزاد سازی و رهایی افراد جامعه از ناتوانی، آموزش و هدایت آنان به بازار کار را مورد نظر قرار داد. از این رو، در عرصه‌های نوین رقابتی جامعه ایی پیشتاز است که از دانش آموختگانی برخوردار باشد که بتوانند با خلاقیت و پویایی منابع تولید را گردآوری کنند و با کوشش‌های خلاقانه خود به کسب و کار پردازند و کار آفرین باشند (پیرزاده و جلالی، ۱۳۹۷).

رقابت به عنوان بخش مهمی از فعالیت‌های کارآفرینی حرفه‌ای و مطالعات رقابتی به عنوان یک جهت مهم در نظام آموزش کارآفرینی معرفی می‌شود. شایستگی‌های رقابت در هر مرحله از روند

کارآفرینی به دست می آید. مقوله های رویکرد عقلانی در طبقه بندی صلاحیت های رقابتی در کارآفرینی و ساختن آنها به عنوان نتایج مهم یادگیری در آموزش کارآفرینی مطابق با نوع، روش، شخصیت، رفتار، سبک رفتار رقابتی کاربر جهت مدیریت رقابت مورد بحث قرار می گیرد (رابین ۱۴ و دیگران، ۲۰۱۹). استفاده از سیستم واکنش به موضوع و فناوری اطلاعات می تواند فرآیند یادگیری کارآفرینی را بهبود دهند. افزایش مشارکت با کسب دانش کارآفرینی و بهبود انگیزه برای افزایش توانایی کارآفرینی در ارتباط است (وو، وو و لی، ۲۰۱۹). توجه به روابط عملی رو به رشد، کارآفرینی پایدار توجه بالایی در زمینه دانشگاهی به خود جلب کرده است. بنابراین ایجاد رابط کاربری یادگیری و پایداری کارآفرینی، با تاکید بر اثربخشی آن و شرایط چارچوب برای آموزش دهندگان کارآفرینی با هم در ارتباطند (هالبراستاد، اسپانک، اولر و هارمس، ۲۰۱۹).

از منظر تحقیقات انجام شده در این زمینه می توان به موارد زیر اشاره کرد. اولوگبولولا (۲۰۱۷) تأثیر مثبت شناسایی فرصت ها، انگیزه و منابع در اختیار دانشجویان نسبت به کارآفرینی و نقش مهم آموزش کارآفرینی بر تمام عوامل، از جمله توانایی های کارآفرینی را نشان دادند. آموزش کارآفرینی نشان می دهد که افراد جوان می توانند توسعه یابند، زیرا فردگرایی به خودی خود یک پدیده اجتماعی است. نتایج تواتین، فایول و پیتاوی و پالیتیز ۱۸ (۲۰۱۶) نشان داد تجربه کاری، تجربه گذشته (یادگیری با انجام)، روابط مبتنی بر اعتماد، خدمات پشتیبانی آنلاین، مهارت های کارآفرینی، محتوای آموزشی، محل واقعی یادگیری، سطح دانش و فرایند قانونی سازی محیطی از عوامل مؤثر در فضای یادگیری کارآفرینی می باشد. رافالدینی و سیترا ۱۹ (۲۰۱۴) نیز بیان داشتند نقش فضای کارآفرینی دانشگاه در رشد اقتصادی، ایجاد شغل و ایجاد ثروت ثابت شده است. با توجه به نرخ بالای بیکاری، ارزش کارآفرینی برای دانشجویان بسیار مهم است. بسیاری از کالج ها، کارآفرینی را به عنوان یک شیء تحقیق می کنند و همچنین آن را در برنامه درسی قرار داده اند.

14 -Rubin

15 -Wu & Wu & Li

16 -Halberstadt & Schank & Euler & Harms

17 -Olugbola

18- Toutain & Fayolle & Pittaway & Politis

19- Raafaldini & Citra

دولت به عنوان سیاست‌ساز، نهادهای آموزشی به عنوان منبع تحقیق و دانش در کارآفرینی، و دیدگاه کارآفرینان از نظر کارآفرینان، برای ایجاد یک محیط و زیرساخت‌های پشتیبانی برای ایجاد کارآفرینان حائز اهمیت می‌باشند. یافته‌های کرین و میر (۲۰۰۶) بیانگر آن است که فضای کارآفرینی با موانعی از جمله فقدان حمایت‌های فرهنگی و تشویقی، وجود سیستم مالیاتی سنگین، فقدان سرمایه و فقدان آموزش‌های کارآفرینی مواجه است که در این میان به نظر می‌رسد در قیاس با دیگر موانع فرهنگی نقشی کمرنگ‌تر در ایجاد تغییر در سیاست‌ها و خط‌مشی‌های دولت در فضای کارآفرینی دارند.

نتایج باروج کیاکلایی و سیمیری (۱۳۹۷) با شناسایی ویژگی‌های فیزیکی مدارس کارآفرین نشان داد فضای فیزیکی مدارس کارآفرین باید شامل کتابخانه، کارگاه‌ها، آزمایشگاه‌ها، امکانات آموزشی مختلف، فناوری اطلاعات و ارتباطات باشد؛ چرا که در دسترس بودن این گونه مواد و منابع آموزشی موجب ارتقای کیفی و کمی دانش، مهارت و نگرش دانش آموزان در امر کارآفرینی می‌شوند. بنابراین، در صورتی که فضای آموزشی در برنامه‌های درسی مدارس جهت پرورش مهارت‌های کارآفرینی دانش آموزان مورد توجه قرار گیرد، زمینه تحقق رسالت نظام آموزش و پرورش به ویژه مدارس در تربیت نیروی انسانی کارآمد و کارآفرین فراهم خواهد شد. گلی، امیریان و رحمانی (۱۳۹۷) با بررسی نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات در بهبود فضای کسب و کار، توسعه کارآفرینی و ایجاد اشتغال بیان داشتند نفوذ فناوری‌های جدید اطلاعاتی به حوزه‌های مختلف کشور، از جمله حوزه‌ی اقتصادی که امروزه بسیار حائز اهمیت است و حتی مقام معظم رهبری هم، چند سال بطور پیاپی به اهمیت توجه به متغیرهای اقتصادی کشور اشاره نموده‌اند و همچنان هم از آن حمایت می‌نمایند، توانسته منجر به بهبود و رونق فضای کسب و کار، توسعه‌ی کارآفرینی و متقابلاً ایجاد اشتغال برای جوانان گردد. زیرا فناوری اطلاعات و ارتباطات به دلیل ویژگی‌های منحصر به فرد خود، می‌تواند نظام و چارچوب شغلی یک جامعه را دگرگون کند. این مساله در مورد کشور ایران نیز صدق می‌کند. فضای کسب و کار مطلوب نه تنها یک مساله بسیار مهم است، حتی می‌توان گفت که آن یک اصل، به خصوص در بازار مدرن محسوب می‌شود. بهبود فضای کسب و کار می‌تواند منجر به ایجاد فعالیت‌های متکی بر کارآفرینی گردد.

افزایش سطح فعالیت‌های کارآفرینانه و توسعه‌ی کارآفرینی در یک جامعه به ایجاد محیطی پیش‌برنده برای افزایش تعداد کارآفرینان و راه‌اندازی و رشد شرکت‌ها نیاز دارد.

پیرزاده و جلالی (۱۳۹۷) با بررسی نقش فضای کسب و کار در بهبود و توسعه کارآفرینی در ایران نشان داد که سطح بالاتر کارآفرینی به توسعه اقتصادی بیشتر، مشارکت بخش رسمی و طرز اعمال روال‌های مدیریتی بهتر مربوط است. در واقع اگر هدف دولت‌ها و نخبگان جوامع، ایجاد فضای کسب و کار جدید از ظرفیت‌های بی‌استفاده، توسعه ظرفیت‌های موجود، حل مشکلات اجتماعی باشد، بهبود و توسعه کارآفرینی راهی است که آنان را به سرمنزل مقصود می‌رساند. خانی و موسوی (۱۳۹۶) با تحلیل نظریه پخش فضایی در کارآفرینی و نقش آن در توسعه کالبدی بیان داشتند که سادگی و جذابیت نوآوری، سودبخشی و اقتصادی بودن آن، و میزان سازش‌پذیری کارآفرینی مورد نظر با تجربه، مهارت و نیاز پذیرندگان، در پذیرش کارآفرینی، به عنوان یک نوآوری و پخش آن بسیار مؤثر بوده و اثرات چشمگیری بر بهبود کالبدی مساکن، معابر و فضاهای عمومی داشته است. غلامی و محمدزاده (۱۳۹۶) با ارزیابی مطلوبیت و نقش اکوسیستم کارآفرینی بیان داشتند که از میان ۱۲ زیرسیستم مورد بررسی، تنها دو زیرسیستم «متعادل بودن قوانین و مقررات» و «آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها» با ۹۵٪ اطمینان، نسبت به الگوی ملی دارای شرایط مطلوب هستند؛ اما در مقایسه با الگوی جهانی، هیچ‌یک از زیرسیستم‌ها، عملکرد مطلوبی ندارند. نتایج نشان داد که زیراکوسیستم‌های «زیرساخت‌های تجاری و قانونی» و «برنامه‌های دولت برای کارآفرینی» به ترتیب با ۹۱ و ۷۵ درصد، بیشترین و زیراکوسیستم «هنجارهای اجتماعی» با ۴۳٪ کمترین تأثیر را در عملکرد نامطلوب اکوسیستم کارآفرینی دارد.

بابایی، بیدهندی و نظری قهرودی (۱۳۹۵) با بررسی عوامل مؤثر بر کارآفرینی دانشگاهی در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران بیان داشتند عوامل درون سازمانی (اعتماد نهادی) و عوامل برون‌سازمانی (نیروهای دولتی، رقبا و رقابت‌پذیری و پیشرفت فناورانه) با کارآفرینی دانشگاهی در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران رابطه مثبت و معنی‌داری دارند. یافته‌های حسینی، آقایی پورفطرتی و آقایی پورفطرتی (۱۳۹۵) نشان داد که بانک و سرمایه‌گذاری و صندوق‌های خطرپذیر بر موارد مطرح شده در این تحقیق یعنی دانش و تجربه مدیریتی و منابع انسانی، فرهنگ کارآفرینی و بازار و مشتری در اکوسیستم کارآفرینی رابطه مثبت معنی‌داری وجود دارد. عربیون و مویدی

(۱۳۹۵) با شناخت استراتژی‌های نوآور در خلق اکوسیستم‌های کارآفرینانه در دانشگاه تهران بیان داشتند آنچه که در دانشگاه تهران مورد توجه بوده است مسئله آموزش بوده، لذا به مسائل پژوهشی و تحقیقاتی توجه کافی به عمل نیامده است و هنوز دانشجویان ما با مسئله کارآفرینی عمدتاً بیگانه‌اند، زیرا زیرساخت‌های کافی و فیزیکی برای توسعه کارآفرینی فراهم نشده است و دانشگاه تهران جز دانشگاه‌های نسل ۱ و نسل ۲ که آموزش محور و گاه پژوهش محور می‌باشند، دسته‌بندی می‌شود.

پورشریعت، محبوب و مصطفایی (۱۳۹۵) با بررسی وضعیت عوامل ساختاری و کارآفرینی دانشگاهی دانشگاه‌های ارتش نشان دادند که عوامل ساختاری مؤثر بر کارآفرینی دانشگاهی در دانشگاه هوایی عبارت‌اند از: ساختار سازمانی، تجهیزات و امکانات فیزیکی، راهبرد سازمانی، فرآیندهای کاری، سامانه نظارتی، سامانه پژوهشی، سامانه پرداخت، سیستم مالی، مدیریت منابع انسانی و مدیریت منابع اطلاعاتی. صادقی و کشاورز (۱۳۹۴) با شناسایی و اولویت‌بندی مولفه‌های محیط فیزیکی اثربخش در یادگیری کارآفرینی در دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران بیان داشتند که مؤلفه‌های فیزیکی محیط یادگیری به ترتیب اولویت عبارت‌اند از: تجهیزات و امکانات مورد نیاز یاددهی/یادگیری کارآفرینی؛ طراحی ساختمان و کلاس‌ها متناسب با محیط واقعی کارآفرینی؛ کیفیت و انعطاف پذیری چیدمان صندلی‌ها و وسایل داخل کلاس‌ها متناسب با اهداف آموزش کارآفرینی؛ منابع مطالعه و منابع اطلاعاتی مناسب کارآفرینی؛ تناسب اندازه کلاس‌ها و وسعت محیط دانشکده کارآفرینی؛ فناوری کمک آموزشی متناسب با نیازهای یاددهی-یادگیری کارآفرینی؛ ویژگی‌های حسی و جذابیت‌های ظاهری. حسینی و دیگران (۱۳۹۱) با بررسی و اولویت‌بندی موانع فرهنگی و اقتصادی توسعه فضای کارآفرینی در ایران و ارائه خط مشی‌های پیشنهادی نشان دادند شش شاخص (فقدان مهارت‌ها) در بالاترین اولویت قرار دارد، اما اگر پارامتر توانمندی را نیز مدنظر قرار گیرد، توانمندی دولت در رفع این موانع به این ترتیب می‌باشد، فقدان مهارت‌ها، عدم دستیابی به منابع مالی برای سرمایه‌گذاری (ترس از ناتوانی تهیه منابع مالی برای راه اندازی کسب و کار)، موانع اداری (نگرانی از عدم امکان تأمین الزامات قانون) و فساد اداری.

فضای کالبدی کارآفرینی همواره تحت تأثیر عواملی همچون تحولات اجتماعی فرهنگی، تغییرات سریع در سلاطین مصرف‌کنندگان، هزینه‌های مواد اولیه، مقررات دولتی نظیر قوانین مالیاتی، تعرفه‌ها

و بسیاری دیگر عناصر تأثیر گذار قرار می‌گیرد. فضای کالبدی کارآفرینی در بردارنده عناصر و بازیگرانی با ماهیت چند بعدی می‌باشد که در یک سیستم پیچیده با تأثیر گذاری در پایداری آن با هم در تعامل هستند. به طور کلی می‌توان گفت فضای کارآفرینی به انجام فعالیت‌های کارآفرینانه در نهادها، سازمان‌ها، دانشگاه و... اشاره دارد. از اینرو برای حرکت دانشگاه آزاد در جهت فضای کالبدی کارآفرینی لازم است تا با برنامه‌ریزی‌های مشخص و دقیق، چگونگی و میزان فاکتورها و عوامل اجتماعی و فرهنگی که بر فضای کارآفرینی تأثیر می‌گذارند مشخص گردد. فضای کالبدی کارآفرینی به عنوان جنبه‌ای بسیار مهم و عمده در توسعه کارآفرینی به مثابه فرآیندی پیچیده و چندعلیتی اهمیت بسیار دارد و این در حالی است که با وجود اهمیت این فضا، پژوهش‌های چندانی در خصوص آن صورت نگرفته و آنچه که مورد توجه بوده، فرآیند صرف کارآفرینی و ویژگی‌های کارآفرینان بوده است. امروزه اکثر صاحب‌نظران حوزه‌ی آموزش عالی، کارآفرینی را شرط بقا و توسعه‌ی دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی به شمار می‌آورند زیرا در عصر توسعه فناوری‌های پیشرفته و صنایع دانش‌محور در اقتصاد جهانی، منطقه‌ای و حتی محلی تنها از طریق تقویت تعامل و پیوند دانشگاه و بنگاه است که می‌توان با بحران‌های گسترده و فراگیر کنونی مقابله کرد.

سوالات تحقیق

مولفه‌های شرایط علی تأثیرگذار بر فضای کالبدی کارآفرینی برای واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی کدام اند؟

مولفه‌های پدیده محوری فضای کالبدی کارآفرینی برای واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی کدام اند؟

مولفه‌های مداخله‌گر تأثیرگذار بر فضای کالبدی کارآفرینی برای واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی کدام اند؟

مولفه‌های زمینه‌ای تأثیرگذار بر فضای کالبدی کارآفرینی برای واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی کدام اند؟

مولفه‌های راهبردهای تأثیرگذار بر فضای کالبدی کارآفرینی برای واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی کدام اند؟

مولفه های پیامدهای مورد انتظار از فضای کالبدی کارآفرینی برای واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی کدام اند؟

الگوی بدست آمده تا چه اندازه معتبر می باشد؟

روش تحقیق

پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی-توسعه‌ای و از نظر روش گردآوری داده‌ها، آمیخته از نوع اکتشافی است که در بخش کیفی از رویکرد نظریه داده‌بنیاد برای الگو سازی بهره گرفته شد. در طرح تحقیق آمیخته اکتشافی، پژوهشگر درصدد زمینه‌ای درباره موقعیت نامعین می‌باشد. با استفاده از گردآوری داده‌های کیفی درباره پدیده، امکان صورت‌بندی فرضیه‌هایی درباره بروز پدیده مورد مطالعه فراهم می‌شود. پس از آن پژوهشگر می‌تواند از طریق گردآوری داده‌های کمی، الگوی بدست آمده از بخش کیفی را مورد آزمون قرار دهد. در بخش کیفی پژوهش، برخلاف نمونه‌برداری انجام شده در بررسی‌های کمی، نمونه‌برداری نظری نمی‌تواند قبل از شروع مطالعه، برنامه‌ریزی شود و تصمیمات خاص نمونه‌برداری در خلال فرآیند پژوهش شکل می‌گیرند. در این مرحله از نظرات خبرگان دانشگاهی برای دستیابی به اجماع میان نظرات ایشان استفاده شده است. تیم مشارکت‌کننده به روش نمونه‌برداری هدفمند به شیوه گلوله‌برفی و بر پایه تخصص با توجه به داشتن تحصیلات عالی و سابقه حداقل ده سال، برای مشارکت در پژوهش جهت مصاحبه نیمه‌ساختاریافته، شناسایی و انتخاب شدند. فرآیند جمع‌آوری داده‌ها در این مرحله تا جایی ادامه پیدا کرد که محقق در داده‌ها به مرز اشباع نظری در مصاحبه ۳۲م رسید و مفاهیم مرتبط با پدیده مورد نظر که توسط مصاحبه‌شوندگان مختلف مطرح شد، تکراری شده و مطلب جدیدی به مدل اضافه نشد. در تحلیل داده‌ها، روش مرحله‌ای و تکنیک‌های تحلیلی اشتراوس و کوربین مورد استفاده قرار گرفت. به نحوی که مفاهیم به عنوان واحد تحلیل در سطوح متن کل مصاحبه، پاراگراف، عبارات و جملات مورد توجه قرار گرفتند و با تفکیک متن مصاحبه به عناصر دارای پیام در داخل عبارات یا پاراگراف‌ها تلاش شد تا کدهای باز استخراج شوند. بعد از این مرحله مفاهیم اولیه در قالب ۱۷۶ مفهوم طبقه‌بندی شدند؛ این مقوله‌ها در مرحله نهایی با دسته‌بندی مقوله‌های فرعی در قالب ۲۱ مقوله اصلی که به عنوان مسائل عمده مطرح هستند، جای گرفتند. پس از کدگذاری و مقوله‌بندی و نیز تدوین مدل نظریه داده‌بنیاد، پرسشنامه‌ای بر حسب مدل به دست آمده طراحی شد.

همانطور که پیشتر گفته شد تحقیق حاضر به شیوه داده بنیاد انجام شد. بنابراین به این منظور از رهیافت نظام‌مند استفاده شده است که در آثار مشترک اشتراوس و کوربین ۲۱ به آن پرداخته شد. براساس رویکرد نظام‌مند نظریه‌پردازی در سه گام اصلی انجام می‌شود: کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی. برای حصول اطمینان از روایی پژوهش، از راهبردهای بازآزمون (بازبینی توسط سه نفر از مصاحبه شونده‌گان؛ پایایی به دست آمده ۷۵ درصد) و توافق درون موضوعی دو کدگذار (یکی از اساتید کارآفرینی؛ پایایی به دست آمده ۷۷ درصد) استفاده شده است. برای بررسی روایی پرسشنامه در بخش کمی نیز ابتدا از نظر روایی ظاهری و مفهومی توسط ۳۰ نفر از خبرگان مورد بررسی و تأیید قرار گرفت. CVR کلیه شاخص‌ها بیشتر از ۰٫۷ ارزیابی و مورد تأیید قرار گرفتند.

به منظور نهایی سازی مدل مفهومی و تعیین ضرایب هر یک از آنها با استفاده از معادلات ساختاری اقدام شد. در بخش کمی پژوهش به طراحی پرسشنامه و گردآوری اطلاعات از ۲۰۰ نفر از رؤسا و مدیران دانشگاه آزاد اسلامی پرداخته شده است. روش نمونه‌گیری در این مرحله به روش نمونه‌گیری تصادفی صورت پذیرفت و پرسشنامه‌ها بین مدیران توزیع شد و اطلاعات جمع‌آوری شده مبنای تجزیه و تحلیل توسط نرم‌افزار Spss نسخه ۲۵ قرار گرفت. برای برازش مدل از شاخص‌های بارعاملی، پایایی ترکیبی (CR)، آلفای کرونباخ (CA)، میانگین واریانس استخراجی (AVE)، ضریب تعیین (R2) و شاخص نیکویی برازش (GOF) استفاده شده است که نتایج آن در جدول (۱) ارائه می‌گردد.

جدول ۱. شاخص‌های برازش مدل ساختاری پژوهش

AVE	CA	CR	بار عاملی	شاخص	ابعاد
			۰,۸۱۷	q1	عوامل ساختاری
			۰,۶۲۱	q2	
			۰,۸۸۷	q3	
			۰,۵۴۸	q4	
			۰,۵۷۴	q5	
			۰,۷۶۲	q6	
			۰,۷۷۷	q7	
			۰,۷۲۱	q8	
			۰,۶۹۹	q9	
			۰,۶۸۴	q10	
			۰,۷۰۵	q11	
			۰,۶۸۸	q12	
			۰,۶۹۴	q13	
			۰,۷۰۹	q14	
۰,۵۶۷	۰,۸۷۲	۰,۹۲۳	۰,۷۶۶	q15	
			۰,۸۲۰	q16	
			۰,۸۶۱	q17	
			۰,۷۹۹	q18	
			۰,۶۸۱	q19	
			۰,۵۹۸	q20	
			۰,۵۸۸	q21	
			۰,۶۴۵	q22	
			۰,۶۲۸	q23	
			۰,۶۳۹	q24	
			۰,۷۶۱	q25	
			۰,۷۲۶	q26	
			۰,۷۲۸	q27	
			۰,۷۹۹	q28	
			۰,۸۰۵	q29	
			۰,۷۸۰	q30	عوامل فناوری اطلاعات
			۰,۷۷۹	q31	
۰,۶۱۹	۰,۸۷۶	۰,۹۳۵	۰,۴۹۲	q32	
			۰,۷۷۵	q33	
			۰,۵۷۹	q34	
۰,۶۵۴	۰,۸۱۱	۰,۸۷۶	۰,۶۲۵	q35	عوامل یادگیری
			۰,۷۲۵	q36	
				q37	

			۰,۷۹۸	q38	
			۰,۶۵۰	q39	
			۰,۶۰۸	q40	
			۰,۷۳۱	q41	
			۰,۶۴۴		
			۰,۸۲۳	q42	
			۰,۸۳۵	q43	
			۰,۸۴۴	q44	
۰,۶۹۶	۰,۸۱۹	۰,۸۷۳	۰,۷۸۶	q45	عوامل مالی
			۰,۷۸۲	q46	
			۰,۶۸۹	q47	
			۰,۷۶۸	q48	
			۰,۷۶۹	q49	
			۰,۷۵۲	q50	
۰,۶۸۴	۰,۸۰۶	۰,۸۸۹	۰,۸۰۶	q51	استراتژی
			۰,۸۳۳	q52	
			۰,۷۹۱	q53	
			۰,۸۶۰	q54	
			۰,۸۵۱	q55	
			۰,۸۱۶	q56	
۰,۷۴۰	۰,۸۳۵	۰,۹۰۱	۰,۸۱۸	q57	عوامل آموزشی
			۰,۷۴۹	q58	
			۰,۹۰۲	q59	
			۰,۸۹۶	q60	
			۰,۸۸۱	q61	
			۰,۸۳۹	q62	
			۰,۸۷۶	q63	
			۰,۸۷۱	q64	
۰,۷۱۴	۰,۸۸۴	۰,۹۴۸	۰,۸۲۲	q65	ویژگی های مدیران
			۰,۸۶۴	q66	
			۰,۸۰۹	q67	
			۰,۷۹۳	q68	
			۰,۸۶۵	q69	
			۰,۸۹۴	q70	
			۰,۷۰۷	q71	
			۰,۶۰۰	q72	
۰,۷۶۴	۰,۸۶۳	۰,۹۳۵	۰,۸۳۹	q73	ویژگی های کارکنان
			۰,۸۴۲	q74	
				q75	
				q76	

			۰,۸۶۲	q77	
			۰,۸۶۷	q78	
			۰,۸۷۲		
			۰,۸۸۸		
			۰,۷۵۹	۷۹q	
			۰,۷۶۱	۸۰q	
			۰,۷۳۸	۸۱q	
			۰,۷۴۱	۸۲q	
۰,۶۸۴	۰,۸۰۵	۰,۸۶۴	۰,۷۲۷	۸۳q	فضای کالبدی کارآفرینی
			۰,۷۹۵	۸۴q	
			۰,۷۶۱	۸۵q	
			۰,۷۹۹	۸۶q	
			۰,۷۳۲	۸۷q	
۰,۹۰۳	۰,۹۰۱	۰,۹۶۳	۰,۹۷۸	عوامل اجتماعی- فرهنگی	شرایط مداخله
			۰,۹۲۲	عوامل سیاسی- قانونی	
			۰,۸۸۱	عوامل دموگرافی	
۰,۶۳۸	۰,۸۷۳	۰,۹۳۸	۰,۸۹۰	زمینه‌های فردی	شرایطه زمینه‌ای
			۰,۶۶۷	زمینه‌های اقتصادی	
			۰,۸۱۶	راهبرد حمایتی	
۰,۶۱۶	۰,۷۹۴	۰,۸۵۹	۰,۸۷۴	راهبرد توسعه‌ای	راهبرد
			۰,۶۶۵	راهبرد آموزشی	
			۰,۷۷۰	راهبرد فرهنگی	
			۰,۶۴۸	کارکرد تجاری	
۰,۵۸۵	۰,۸۴۰	۰,۸۹۶	۰,۸۹۰	کارکرد ساختاری	پیامدها
			۰,۷۳۷	کارکرد کارآفرینانه	

نتایج جدول (۱) نشان می‌دهد که شاخص‌های AVE (بیشتر از ۰/۵)، CR و CA (بیشتر از ۰/۷) در تمامی سازه‌ها مقدار مناسبی دارند. همچنین مقدار شاخص نیکویی برازش (GOF) مقدار ۰/۷۱۲ بدست آمد. بنابراین می‌توان گفت که مدل ساختاری از برازش مناسبی برخوردار است. بر این اساس مشخص می‌شود که نشانگرهای انتخابی با زیربنای عاملی طرح تحقیق از مناسبت لازم برخوردارند.

یافته‌ها

تحلیل داده‌ها در روش داده‌بنیاد طی سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی انجام گرفت.

الف) کدگذاری باز: فرایند تحلیل و نامگذاری مفاهیم، طبقه‌بندی و کشف ویژگی‌ها و ابعاد آنها در داده‌ها از طریق انجام مقایسه‌ای مداوم است. در این پژوهش مصاحبه‌ها با استفاده از روش تحلیل محتوا سطر به سطر بررسی، مفهوم‌پردازی، مقوله‌بندی و براساس مشابهت، ارتباط مفهومی و خصوصیات مشترک بین کدهای باز، مفاهیم و مقولات (طبقه‌ای از مفاهیم) مشخص شدند که در نهایت این ۱۷۶ مفهوم استخراج گردید.

شرایط علی: این شرایط باعث ایجاد و شکل‌گیری پدیده یا طبقه هسته‌ای می‌شود. نتایج تحلیل محتوای پاسخ مصاحبه‌شوندگان از وجود ۸ مقوله اصلی درخصوص شرایط علی برای ایجاد پدیده مورد مطالعه است که کدهای باز مربوط به آنها به شرح جدول ۲ است.

جدول ۲. مقوله‌های استخراج شده از کدگذاری باز مربوط به شرایط علی

مقوله اصلی (کدگذاری انتخابی)	زیرمقوله (کدگذاری محوری)	مفهوم (کدگذاری باز)
شرایط علی	عوامل ساختاری	سامانه پژوهشی
		سیستم پاسخگویی
		تبلیغات
		توسعه ظرفیت‌های موجود
		مواد و منابع آموزشی
		مهارت و نگرش
		مهارت و نیاز پذیرندگان
		آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها
		فضای فیزیکی شامل کتابخانه، کارگاه‌ها، آزمایشگاه‌ها، امکانات آموزشی مختلف
		رضایت
		صرفه جویی در زمان
		رقابت پذیری
		تجربه منابع انسانی
		آموزش رسمی کارآفرینی
		کیفیت آموزش
		استفاه از دانش دانشگاهی
		ساختار سازمانی منعطف
		فرآیندهای کاری
		سرمایه‌ی انسانی
		بازار و مشتری
اساتید آموزشی		
تصمیم‌گیرندگان آموزشی		

امنیت		
مدیریت منابع انسانی		
کیفیت و انعطاف پذیری چیدمان فضای فیزیکی متناسب با اهداف آموزش کارآفرینی		
تناسب اندازه کلاس ها و وسعت محیط دانشکده کارآفرینی		
طراحی ساختمان و کلاس ها متناسب با محیط واقعی کارآفرینی		
شایستگی های ساختاری		
وجود آزادی و انعطاف کاری		
فناوری اطلاعات و ارتباطات	عوامل فناوری اطلاعات	
دسترسی سریع به اطلاعات		
پیشرفت فناوریانه		
مدیریت منابع اطلاعاتی		
فناوری کمک آموزشی		
بکارگیری نوآوری های آموزشی مدون	عوامل یادگیری	
آموزش یادگیری		
رابط کاربری یادگیری		
بهبود مهارت و موفقیت		
استفاده از یادگیری مبتنی بر چالش		
محتوای آموزشی	عوامل مالی	
محل واقعی یادگیری		
افزایش سرمایه گذاری		
کاهش هزینه		
سرمایه ی مالی		
سیستم مالی	استراتژی	
سامانه پرداخت		
پاداش های مالی		
رسالت نظام		
سیاست گذاران و سیاست سازان حوزه ی کارآفرینی		
استراتژی های نوآور	عوامل آموزشی	
راهبرد سازمانی		
تشکیل استراتژی های پایدار		
وجود سیستم های ارزیابی و نظارتی		
ترغیب به تبادل افکار و عقاید مربوط به حرفه		
عقاید و اطلاعات شخصی دیگران مبتنی بر تجربه	عوامل آموزشی	
ارائه نظرهای جدید		
خلق و انتقال دانش به عنوان ارزش		
درک استفاده از دانش		
دانش مدیریتی	ویژگی های مدیران	

تجربه مدیریتی		
فرصت‌های جدید شغلی		
ارتقاء مهارت‌های کارآفرینی		
مشارکت		
منابع مطالعه و منابع اطلاعاتی مناسب کارآفرینی		
ویژگی‌های حسی و جذابیت‌های ظاهری		
رفتار رهبری		
سبک رفتار رقابتی		
روابط عملی رو به رشد		
سبک رهبری کارآفرینانه		
روابط مبتنی بر اعتماد	ویژگی‌های کارکنان	
پذیرش کارآفرینی		
ویژگی‌های شخصیتی		
انگیزه		
احساس تعلق		
شخصیت		
تجربه یادگیری		
تجربه گذشته (یادگیری با انجام)		
استقلال فردی		

پدیده محوری: حادثه یا اتفاق اصلی که یک سلسله کنش‌های متقابل برای کنترل یا اداره کردن آن وجود دارد و به آن مربوط می‌شود. پدیده محوری مورد مطالعه در این پژوهش فضای کالبدی کارآفرینی است که مشخصات مربوط به آن در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول ۳. مقوله‌های استخراج شده از کدگذاری باز مربوط به پدیده محوری

مقوله اصلی (کدگذاری انتخابی)	زیرمقوله (کدگذاری محوری)	مفهوم (کدگذاری باز)
پدیده محوری	فضای کالبدی کارآفرینی	باور به خود کارآمدی
		نگرش مثبت به کارآفرینی
		دوره‌های آموزشی و کارآموزی مبتنی بر کارآفرینی
		ایجاد شرایط لازم برای ارائه ایده به منظور راه‌اندازی کسب و کار جدید
		مهارت‌های عمومی کارآفرینانه
		هنجارهای ذهنی شکل گرفته در محیط کار
		حمایت‌های کارآفرینانه دانشگاه
		برگزاری بازدیدهای علمی از کسب و کارهای کارآفرینی
		فراهم کردن وسایل و امکانات مالی مورد نیاز به منظور راه‌اندازی کسب و کار جدید

شرایط زمینه‌ای: نشان‌دهنده یکسری خصوصیات ویژه است که به پدیده دلالت می‌کند؛ به عبارتی، محل حوادث یا وقایع مرتبط با پدیده‌های در طول یک بعد است که در آن کنش متقابل برای کنترل، اداره و پاسخ به پدیده صورت می‌گیرد که مشخصات مربوط به آن در جدول ۴ ارائه شده است.

جدول ۴. مقوله‌های استخراج شده از کدگذاری باز مربوط به شرایطه زمینه‌ای

مفهوم (کدگذاری باز)	زیرمقوله (کدگذاری محوری)	مقوله اصلی (کدگذاری انتخابی)
اندازه جمعیت	عوامل دموگرافی	شرایطه زمینه‌ای
سرعت رشد منطقه		
ترکیب سن		
امید به زندگی		
اندازه خانواده		
پراکندگی مکانی		
الگوی شغلی		
وضعیت اشتغال		
تولید ابزارهای دسترسی برای تسهیل فعالیت در کارها	زمینه‌های فردی	شرایطه زمینه‌ای
تنوع بخشی به خدمات		
توانایی کشف و تلفیق راه و روش‌های جدید برای حل یک مشکل یافتن منابع جدید		
داشتن ایده‌های جدید و متنوع		
ترجیح دادن روش‌های نو به جای روش‌های سنتی		
نداشتن استرس در موقعیت‌های سخت و مشکل‌انگیزه تغییر در کیفیت زندگی		
امکان دریافت وام در زمینه کسب و کارهای مختلف	زمینه‌های اقتصادی	شرایطه زمینه‌ای
وجود منابع مالی لازم برای انجام فعالیت‌ها و کسب و کار		
دسترسی به بازار مناسب		
دسترسی به سرمایه‌های موجود		
توزیع بهینه منابع مالی		
بکارگیری تسهیلات ویژه		
استفاده از تسهیلات و وام‌های اعتباری برای ایجاد کسب و کارهای		

شرایط مداخله گر: شرایط کلی که بر چگونگی فرایندها و راهبردها تأثیر می گذارد. شرایطی که باعث تشدید یا تضعیف پدیده‌ها می شوند که مشخصات مربوط به آن در جدول ۵ ارائه شده است.

جدول ۵. مقوله‌های استخراج شده از کدگذاری باز مربوط به شرایط مداخله گر

مفهوم (کدگذاری باز)	زیرمقوله (کدگذاری محوری)	مقوله اصلی (کدگذاری انتخابی)
حمایت دولت‌ها و نخبگان جامعه	عوامل اجتماعی- فرهنگی	شرایط مداخله
برنامه‌های دولت برای کارآفرینی		
نیروهای دولتی		
سیاست‌های کلان ملی و برنامه‌های توسعه		
تدوین و اجرای خط-مشی‌های مناسب		
ترجیحات مردم		
آداب و رسوم، سنت‌ها، تابوها، سلیقه‌ها		
زبان، اعتقادات و ارزش‌های مردم		
محیط نهادی و محیط فیزیکی		
هنجارهای اجتماعی		
بازار محلی و جهانی		
امکان ارائه خدمات در سطح جهانی		
اعتماد نهادی		
نهادهای آموزشی		
حاکم بودن فضای فرهنگی و اجتماعی مناسب	عوامل سیاسی- قانونی	
متعادل بودن قوانین و مقررات		
صلاحیت‌های رقابتی		
سطح دانش و فرایند قانونی‌سازی محیطی		
زیرساخت‌های پشتیبانی		
دولت به عنوان سیاست ساز		
سیاست حمایتی		
زیرساخت‌های تجاری و قانونی		

راهبردها (کنش‌ها و تعاملات): راهبردها و اقدامات، طرح‌ها و کنش‌هایی هستند که به فضای کالبدی کارآفرینی کمک می کند که مشخصات مربوط به آن در جدول ۶ ارائه شده است.

جدول ۶. مقوله‌های استخراج شده از کدگذاری باز مربوط به راهبردها

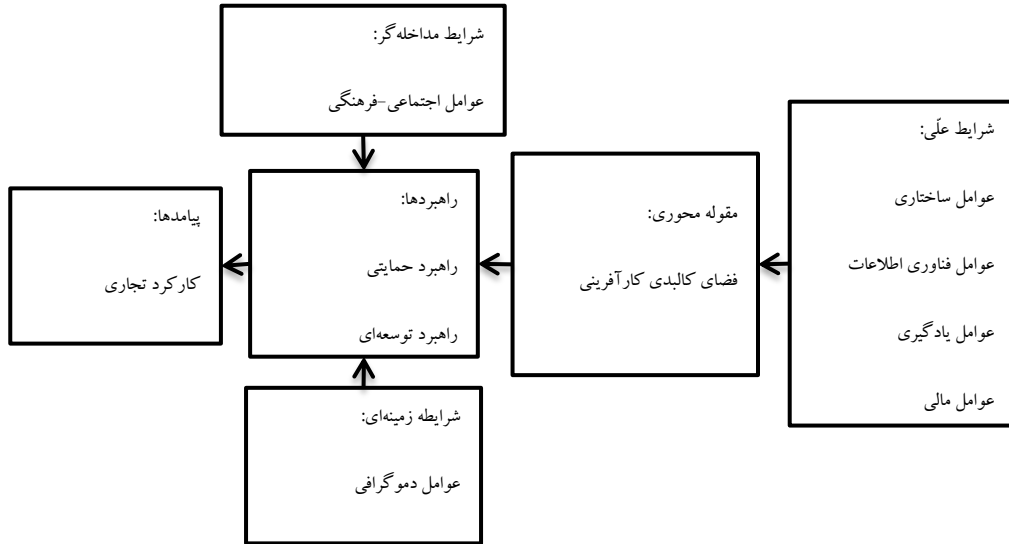
مقوله اصلی (کدگذاری انتخابی)	زیرمقوله (کدگذاری محوری)	مفهوم (کدگذاری باز)
راهبرد	راهبرد حمایتی	ایجاد فرصت‌های کارآفرینانه
		ایجاد سیستم یکپارچه‌سازی و پشتیبانی
		انتقال فن آوری دانشگاهی
		ایجاد فرآیند تحقیقات و تجاری‌سازی در دانشگاه
		خدمات پشتیبانی آنلاین از فعالیت‌های کسب و کار
		تاکید بر مسائل میان مدت و بلند مدت
		حمایت از ایده‌های خلاق در دانشگاه
	راهبرد توسعه‌ای	توسعه منابع انسانی دانشگاه
		توسعه فعالیت‌های کارآفرینی
		مدیریت کارآمد کسب و کار
		توسعه زیرساخت‌های فنی در دانشگاه
		توسعه چشم انداز سیستمی کارآفرینی دانشگاهی
	راهبرد آموزشی	توسعه پایگاه داده‌های کارآفرینی
		الزام دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی به آموزش مفاهیم مرتبط با کارآفرینی
		ایجاد تغییرات مثبت در نظام آموزشی کشور با تأکید بر استقرار مفهوم کارآفرینی
راهبرد فرهنگی	تلفیق دانش تئوریک و دانش تجربی مرتبط با کارآفرینی	
	ایجاد ارتباط و تعامل مناسب میان دانشگاه و صنعت و یا بخش‌های مختلف بازار	
	ایجاد و ارتقای فرهنگ کارآفرینی در جامعه	
	ایجاد و ارتقای فرهنگ خدمت‌گذاری در کسب و کار	
	ترویج و توسعه فرهنگ اخلاق‌مداری در کسب و کار	
ترویج فرهنگ کار تیمی و گروهی		
تمایل مستمر به تغییرات بر پایه برنامه‌ریزی‌های دقیق علمی		

پیامدها: پیامدها شامل پیامدهای مشهود و نامشهودی است که در اثر فضای کالبدی کارآفرینی برای واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی کشور ایجاد می‌شود که مشخصات مربوط به آن در جدول ۷ ارائه شده است.

جدول ۷. مقوله‌های استخراج شده از کدگذاری باز مربوط به راهبردها

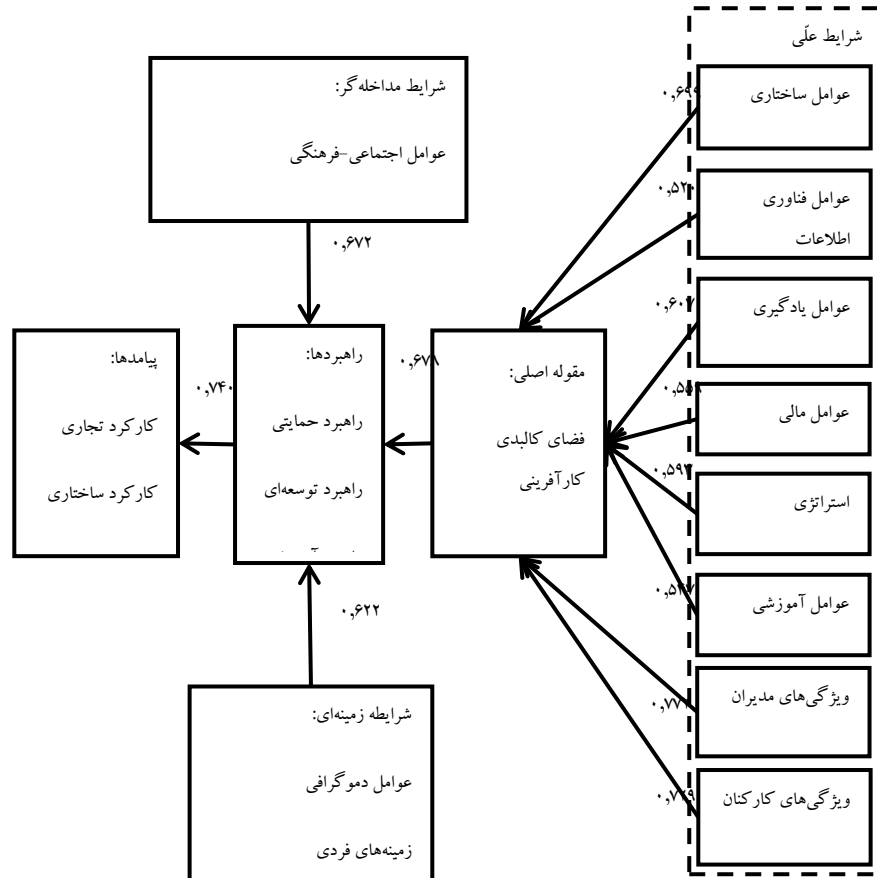
مقوله اصلی (کدگذاری انتخابی)	زیرمقوله (کدگذاری محوری)	مفهوم (کدگذاری باز)
پیامدها	کارکرد تجاری	توسعه اقتصادی
		ایجاد شغل
		تنوع تکنولوژی
		کسب سود
		تولید محصولات و خدمات
		سودمندسازی شرکت‌ها
		شناسایی و ورود به بازارهای جدید محصولات و خدمات
		به کارگیری روش‌های متنوع و جدید در توزیع و فروش
	کارکرد ساختاری	افزایش سطح ارتباطات
		افزایش سطح انگیزه کسب منزلت اجتماعی
		افزایش سطح انگیزه کسب منزلت اقتصادی
		ایجاد مراکز رشد کارآفرینی
		افزایش استفاده از تجارب کارآفرینان برتر
		افزایش تلاش دستگاه‌های اجرایی
		افزایش حمایت مالی از کارآفرینان
کارکرد کارآفرینانه	اقدام به حذف مقررات مزاحم و تسهیل فرآیندها	
	اشتغال‌زایی مبتنی بر روحیه کارآفرینی	
	انتظار معقول از توسعه کارآفرینی	
	فرصت‌گرایی در کارآفرینی	
	درک فرصت انجام کسب و کار	
	ایجاد قابلیت کارآفرینی	
	افزایش ادراکات کارآفرینانه	
	رشد فعالیت‌های کسب و کار	

ب) کدگذاری محوری: کدگذاری محوری عبارت از سلسله رویه‌هایی که از طریق پیوند بینمقوله و مقوله‌های فرعی، داده‌ها را با یکدیگر ارتباط می‌دهد. بدین ترتیب، کدگذاری محوری به فرایند شکل‌دهی مقوله‌ها اشاره دارد که با استفاده از یک پارادایم انجام می‌شود تا روابط بینشرایط علی، پدیده محوری، شرایط زمینه‌ای، شرایط میانجی، راهبردها و پیامدها را نشان دهد. با توجه به مقوله‌های عنوان شده با استفاده از نظریه داده بنیاد به ارائه مدل کیفی پژوهش، فضای کالبدی کارآفرینی مبتنی بر نظریه داده بنیاد به صورت شکل (۱) پرداخته شده است.



شکل ۱. مدل فضای کالبدی کارآفرینی مبتنی بر نظریه داده‌بنیاد

پس از تدوین مدل نظریه داده بنیاد، پرسشنامه‌ای بر حسب مدل به دست آمده طراحی شد و به منظور نهایی‌سازی مدل مفهومی و تعیین ضرایب هر یک از آنها با استفاده از معادلات ساختاری اقدام شد. به منظور آزمون فرضیه‌های پژوهش از تحلیل معادلات ساختاری مبتنی بر حداقل مربعات جزئی با نرم‌افزار Smart-PLS نسخه ۳/۲ پرداخته شد.



شکل ۲. مدل ساختاری برازش یافته (در حالت ضرایب استاندارد و معناداری)

با توجه به دقت لازم برای اندازه‌گیری سازه‌های تحقیق در این مرحله به بررسی ارتباط علی بین سازه‌های تحقیق پرداخته می‌شود.

جدول ۸. تحلیل مسیر آثار سازه‌های تحقیق به منظور آزمون مدل تحقیق

اثر متغیر	بر متغیر	ضریب مسیر	t مقدار	p	نتیجه	اولویت	R2
عوامل ساختاری		۰,۶۹۹	۸,۶۷۵	*۰,۰۰۰۱	پذیرش	۳	
عوامل فناوری اطلاعات		۰,۵۲۰	۶,۱۴۴	**۰,۰۰۰۱	پذیرش	۸	
عوامل یادگیری		۰,۶۰۷	۷,۲۷۲	**۰,۰۰۰۱	پذیرش	۴	
عوامل مالی	فضای کالبدی	۰,۵۵۹	۶,۰۵۷	**۰,۰۰۰۱	پذیرش	۶	۰,۶۹۶
استراتژی	کارآفرینی	۰,۵۹۳	۶,۶۶۲	**۰,۰۰۰۱	پذیرش	۵	
عوامل آموزشی		۰,۵۴۷	۴,۹۵۸	**۰,۰۰۰۱	پذیرش	۷	
ویژگی‌های مدیران		۰,۷۷۲	۹,۰۱۳	**۰,۰۰۰۱	پذیرش	۱	
ویژگی‌های کارکنان		۰,۷۲۹	۸,۶۶۰	**۰,۰۰۰۱	پذیرش	۲	
فضای کالبدی		۰,۶۷۸	۶,۸۱۶	**۰,۰۰۰۱	پذیرش	۱	۰,۶۴۶
کارآفرینی	راهبردها	۰,۶۷۲	۶,۳۹۰	**۰,۰۰۰۱	پذیرش	۲	
شرایط مداخله‌گر		۰,۶۲۲	۶,۲۵۶	**۰,۰۰۰۱	پذیرش	۳	
شرایط زمینه‌ای		۰,۷۴۰	۱۴,۲۵۷	**۰,۰۰۰۱	پذیرش	-	۰,۵۴۸

**معنی‌داری کمتر از یک درصد؛ *معنی‌داری کمتر از ۵ درصد

نتایج ضرایب استاندارد و معناداری مدل ساختاری برآزش یافته (شکل ۲) نشان می‌دهد: روابط علی مثبت و معنی‌داری بین عوامل ساختاری، عوامل فناوری اطلاعات، عوامل یادگیری، عوامل مالی، استراتژی، عوامل آموزشی، ویژگی‌های مدیران، ویژگی‌های کارکنان با فضای کالبدی کارآفرینی در واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی کشور وجود دارد. سازه ویژگی‌های مدیران و ویژگی‌های کارکنان بیشترین تأثیر را بر سازه فضای کالبدی کارآفرینی دارد و ضریب مسیر این متغیرها با فضای کالبدی کارآفرینی در سطح کمتر از یک درصد معنادار است. عوامل ساختاری، عوامل فناوری اطلاعات، عوامل یادگیری، عوامل مالی، استراتژی، عوامل آموزشی، ویژگی‌های مدیران، ویژگی‌های کارکنان با ضریب تعیین ۰,۶۹۶ توانایی تبیین ۶۹/۶ درصد تغییرات متغیر فضای کالبدی کارآفرینی را دارند.

روابط علی مثبت و معنی‌داری بین فضای کالبدی کارآفرینی، شرایط مداخله‌گر و شرایط زمینه‌ای با راهبردهای مدل در واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی کشور وجود دارد. فضای کالبدی کارآفرینی، شرایط مداخله‌گر و شرایط زمینه‌ای با ضریب تعیین ۰,۶۴۶ توانایی تبیین ۶۴/۶ درصد تغییرات متغیر راهبردهای مدل در واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی کشور را دارند.

روابط علیّ مثبت و معنی‌داری بین راهبردهای مدل با پیامدهای مدل در واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی کشور وجود دارد. سازه راهبردهای مدل با ضریب تعیین ۰,۵۴۵، توانایی تبیین ۵۴/۸ درصد تغییرات متغیر پیامدهای مدل در واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی کشور را دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

توسعه فضای کارآفرینی نیازمند آمادگی زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی، همکاری نظام‌های آموزشی، ساختارهای اداری و مالی و سایر ساز و کارهای حمایتی می‌باشد. لذا توسعه فضای کالبدی کارآفرینی در دانشگاه آزاد اسلامی مستلزم نگاه سیستمی مسئولان به کارآفرینی می‌باشد به طوری که عوامل اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و مقرراتی مرتبط با کارآفرینی را به طور همزمان مورد توجه قرار دهند و در تدوین سیاست‌های توسعه کارآفرینی همه ابعاد را مورد نظر قرار دهند. عدم تدوین مدلی مطلوب برای فضای کالبدی کارآفرینی در واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی موجب ناکارآمدی استراتژی‌های دانشگاه آزاد اسلامی در کشور می‌شود. بهره‌گیری از مدلی فراگیر برای فضای کالبدی کارآفرینی در دانشگاه آزاد اسلامی این امکان را برای دانشگاه فراهم می‌کند تا با آگاهی از کلیه ابزارهای مربوط به عوامل مرتبط با فضای کالبدی کارآفرینی به تعیین و اجرای کامل اولویت‌ها و راهبردها پردازد. مزیت پژوهش حاضر در مقایسه با سایر پژوهش‌های این حوزه در این است که الگوی ارائه شده، الگویی جامع و مبتنی بر عمل است که همزمان کوشیده است به اکثر مؤلفه‌های مؤثر در فضای کالبدی کارآفرینی توجه کند و از این رو توانسته در پیوند نظریه و عمل فضای کالبدی کارآفرینی گام بردارد. وجه تمایز الگوی ارائه شده در این پژوهش نسبت به چارچوب‌های موجود در زمینه پژوهش، این است که در چارچوب‌های موجود به طور عمده فقط به بررسی ارتباط چند حوزه خاص با آن توجه شده، در حالی که در پژوهش حاضر، علاوه بر توجه به راهبردها و پیامدها، به عوامل تأثیرگذار بر فضای کالبدی کارآفرینی، شامل شرایط علیّ، زمینه‌ای و مداخله‌گر نیز تأکید شده است.

متأسفانه اغلب اوقات دانشگاه تنها یک یا دو عنصر از فضای کارآفرینی را مخاطب قرار می‌دهد و در نتیجه بسیاری از تلاش‌های دولتی به بیراهه می‌رود. همان طور که در رابطه با فضای کارآفرینی، شواهد نشان می‌دهد با وجود پیشرفت‌هایی که در سال‌های اخیر ایجاد شده است، برخی از این عناصر هنوز توسعه نیافته‌اند، پیوندهای حیاتی خاصی فراموش شده‌اند و بعضی عوامل کلیدی هنوز

غایب هستند. در صورتی که برای ایجاد و توسعه کارآفرینی، یک عنصر مجزا در فضا به ندرت کافی است. بلکه باید بسیاری از عناصر فضای کالبدی را به طور همزمان مورد نظر قرار داد. عملکرد یک سیستم آشکارا به عملکرد اجزایش وابسته است، اما یک جنبه مهم (اگر نگوییم مهمترین جنبه از عملکرد اجزا)، چگونگی تعامل آن‌ها با یکدیگر برای تأثیرگذاری بر عملکرد سیستم کلی است. پس به جرأت می‌توان گفت کارآفرینی برای خود متکی بودن، نیازمند فضای کالبدی است، و این فضا نیازمند مجاورت است به طوری که ابعاد مختلف بتوانند با همدیگر رشد کنند و متقابلاً تقویت شوند. برای نمونه آموزش کارآفرینی می‌تواند تشکیل سرمایه را حمایت کند و تشکیل سرمایه می‌تواند اصلاحات قوانین دولتی را حمایت کند. اگر هر کدام از این حلقه‌های زنجیر ضعیف یا وجود نداشته باشند، تمام سیستم رنج می‌برد و فضای کالبدی کارآفرینی نمی‌تواند در توانمندسازی کارآفرینان مؤثر باشد. ممکن است به طور مجزا، هر کدام از حلقه‌های زنجیر موجب کارآفرینی شوند اما جهت پایدار نگهداشتن فضای کالبدی ناکافی است. بنابراین چیزی که واقعاً انقلاب کارآفرینی را به وجود می‌آورد، رهیافت جامع‌نگر به فضای کالبدی کارآفرینی است به طوری که همه در حمایت کارآفرینان را در مراحل و بخش‌های مختلف درگیر کند. ایجاد محیطی که کارآفرینی را تشویق کند شناسن یا تصادف نیست، فضاهای کالبدی کارآفرینانه معمولاً نتیجه‌ای از تشخیص و نواحی و افرادی هستند که بر تغییر کارآفرینانه اثر بگذارند و سیستم‌های درست را قرار دهند و ساختارها را در جایی پشتیبانی کنند که زمینه موفقیت برای آن‌ها را ایجاد کند.

نتایج مدل نهایی برآزش شده تحقیق نشان می‌دهد که شرایط علی اثرگذار بر فضای کالبدی کارآفرینی شامل عوامل ساختاری، عوامل فناوری اطلاعات، عوامل یادگیری، عوامل مالی، استراتژی، عوامل آموزشی، ویژگی‌های مدیران و ویژگی‌های کارکنان است. این نتیجه با نتایج باروج کیاکلایی و سیمیری (۱۳۹۷)، گلی و دیگران (۱۳۹۷)، عربیون و مویدی (۱۳۹۵)، پورشریعت و دیگران (۱۳۹۵)، صادقی و کشاورز (۱۳۹۴) قابل قیاس است. باروج کیاکلایی و سیمیری (۱۳۹۷) بیان داشتند در دسترس بودن کتابخانه، کارگاه‌ها، آزمایشگاه‌ها، امکانات آموزشی مختلف، فناوری اطلاعات و ارتباطات موجب ارتقای کیفی و کمی دانش، مهارت و نگرش در امر کارآفرینی می‌شوند. گلی و دیگران (۱۳۹۷) نیز نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات را در فضای کارآفرینی بااهمیت دانستند. صادقی و کشاورز (۱۳۹۴) عوامل تجهیزات و امکانات

مورد نیاز یاددهی/یادگیری کارآفرینی، طراحی ساختمان و کلاس‌ها متناسب با محیط واقعی کارآفرینی، کیفیت و انعطاف پذیری چیدمان صندلی‌ها و وسایل داخل کلاس‌ها متناسب با اهداف آموزشکار آفرینی، منابع مطالعه و منابع اطلاعاتی مناسب کارآفرینی، تناسب اندازه کلاس‌ها و وسعت محیط دانشکده کارآفرینی، فناوری کمک آموزشی متناسب با نیازهای یاددهی-یادگیری کارآفرینی و ویژگی‌های حسی و جذابت‌های ظاهری را از مولفه‌های محیط فیزیکی اثربخش در یادگیری کارآفرینی دانستند. شرایط مداخله‌گر شامل عوامل اجتماعی- فرهنگی و عوامل سیاسی- قانونی که با توجه به شرایط زمینه‌ای شامل عوامل دموگرافی، زمینه‌های فردی و زمینه‌های اقتصادی بر راهبردهای فضای کالبدی کارآفرینی برای واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی تأثیرگذار هستند. این نتیجه با نتایج پیرزاده و جلالی (۱۳۹۷)، خانی و موسوی (۱۳۹۶)، کرین و میر (۲۰۰۶) همخوانی دارد. کرین و میر (۲۰۰۶) فقدان حمایت‌های فرهنگی و تشویقی، وجود سیستم مالیاتی سنگین، فقدان سرمایه و فقدان آموزش‌های کارآفرینی را از موانع در فضای کارآفرینی دانستند. پیرزاده و جلالی (۱۳۹۷) بیان داشتند ایجاد فضای کارآفرینی وابسته به فاکتورهای اقتصادی، اجتماعی فرهنگی و سیاسی است که به‌عنوان شرایط توسعه کارآفرینی فهرست می‌گردند. خانی و موسوی (۱۳۹۶) نیز سادگی و جذابت نوآوری، سودبخشی و اقتصادی بودن توسعه کالبدی کارآفرینی با تجربه، مهارت و نیاز پذیرندگان، در پذیرش کارآفرینی، به عنوان یک نوآوری و پخش آن بسیار مؤثر دانستند. همچنین راهبردهای ارائه شده شامل راهبرد حمایتی، راهبرد توسعه‌ای، راهبرد آموزشی و راهبرد فرهنگی است که برای ایجاد و تحول در دانشگاه آزاد اسلامی به پیامدهای مثبت فضای کالبدی کارآفرینی منجر می‌شوند که شامل کارکرد تجاری، کارکرد ساختاری و کارکرد کارآفرینانه است. این نتیجه با نتایج غلامی و محمدزاده (۱۳۹۶)، وو و دیگران (۲۰۱۹)، هالبراستاد و دیگران (۲۰۱۹)، رافالدینی و سیترا (۲۰۱۴) قابل قیاس است. غلامی و محمدزاده (۱۳۹۶) متعادل بودن قوانین و مقررات، برنامه‌های دولت برای کارآفرینی، آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها، زیرساخت‌های تجاری و قانونی و هنجارهای اجتماعی را از عناصر فضای کارآفرینی بیان کردند. وو و دیگران (۲۰۱۹) معتقدند افزایش مشارکت با کسب دانش کارآفرینی و بهبود انگیزه برای افزایش توانایی کارآفرینی در ارتباط است. همچنین هالبراستاد و دیگران (۲۰۱۹) نیز بیان داشتند ایجاد رابط کاربری یادگیری و

پایداری کارآفرینی، با تاکید بر اثربخشی آن و شرایط چارچوب برای آموزش دهندگان کارآفرینی با هم در ارتباطند. رافالدینی و سیترا (۲۰۱۴) نیز بیان داشتند نقش فضای کارآفرینی دانشگاه در رشد اقتصادی، ایجاد شغل و ایجاد ثروت ثابت شده است.

منابع

- اللهیاری، محمدصادق. کشاورز، فتح اله. شادپرور، وحید و سلوکی، میثم (۱۳۸۸). نگرش ها و ارزشهای کارآفرینی در میان دانشجویان کشاورزی مورد دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت، سومین کنگره علوم ترویج و آموزش کشاورزی، مشهد: انجمن ترویج و آموزش کشاورزی ایران.
- بابایی، محمدرضا. بیدهنندی، مهشید و نظری قهرودی، محمدمهدی. (۱۳۹۵). عوامل موثر بر کارآفرینی دانشگاهی در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران، کنفرانس بین المللی کسب و کار: فرصت ها و چالش ها، رشت: دانشگاه فنی و حرفه ای میرزا کوچک صومعه سرا.
- پورشریعت، عیسی. محجوب، حسن. مصطفایی، مهرداد. (۱۳۹۵). بررسی وضعیت عوامل ساختاری و کارآفرینی دانشگاهی دانشگاه های ارتش (مطالعه موردی: دانشگاه هوایی شهید ستاری)، فصلنامه علمی- پژوهشی آموزش علوم دریایی، ۳(۷): ۳۱-۴۳.
- پیرزاده، حسن و جلالی، علیرضا (۱۳۹۷). بررسی نقش فضای کسب و کار در بهبود و توسعه کارآفرینی در ایران، کنفرانس ملی اندیشه های نوین و خلاق در مدیریت، حسابداری مطالعات حقوقی و اجتماعی، خوی، دانشگاه آزاد اسلامی زرقان.
- حاجی یخچالی، علیرضا، (۱۳۸۲). بررسی و اولویت بندی نگرش دانشجویان نسبت به مواد و دوره های آموزش کارآفرینی و خود اشتغالی در دانشگاه شیراز، اولین همایش اشتغال و نظام آموزش عالی کشور، تهران: دانشگاه تربیت مدرس.
- حسینی، حمیدرضا. ناظم بکایی، محسن و حصارى، محمدرضا. (۱۳۹۱). بررسی و اولویت بندی موانع فرهنگی و اقتصادی توسعه فضای کارآفرینی در ایران و ارائه خط مشی های پیشنهادی با استفاده از مدل AHP فازی گروهی، دومین کنفرانس دانشجویی کارآفرینی کشور، تهران: دانشگاه شاهد.
- حسینی، مژگان. آقایی پورفطرتی، اعظم و آقایی پورفطرتی، رضا. (۱۳۹۵). مطالعه تجربی برخی از عوامل اثر گذار بر اکوسیستم کارآفرینی، کنفرانس بین المللی مهندسی صنایع و مدیریت، تهران: دبیرخانه دایمی کنفرانس.
- خانی، فضیله. موسوی، سمیه سادات (۱۳۹۶). تحلیل نظریه پخش فضایی در کارآفرینی و نقش آن در توسعه کالبدی نواحی روستایی (مورد مطالعه: دهستان سولقان)، برنامه ریزی و توسعه کالبدی، ۲(۳): ۹۹-۱۱۶.
- شریف زاده، فتاح. رضوی، سید مصطفی. زاهدی، شمس السادات و نجاری، رضا. (۱۳۸۸). طراحی و تبیین الگوی عوامل موثر بر کارآفرینی دانشگاهی (مطالعه موردی: دانشگاه پیام نور). فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۲(۴): ۳۸-۱۱.

- صادقی، لاله و کشاورز، الهه (۱۳۹۴). شناسایی و اولویت بندی مولفه‌های محیط فیزیکی اثربخش در یادگیری کارآفرینی (مطالعه موردی دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران)، دومین کنفرانس بین‌المللی روانشناسی، علوم تربیتی و سبک زندگی، مشهد: دانشگاه تربیت مدرس.
- صفری، سعید و محمدمیرزایی بافتی، ملیحه (۱۳۹۳). شناسایی و اولویت بندی فرصت های کارآفرینانه در صنعت گردشگری شهرستان یزد، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری ۹ (۲۶): ۱۴۹-۱۲۷.
- طالبی، کامبیز، زارع یکتا، محمدرضا، (۱۳۸۷). آموزش کارآفرینی دانشگاهی و نقش آن در ایجاد و توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط دانش‌بنیان، توسعه کارآفرینی، (۱۱): ۱۳۱-۱۱۱.
- غلامی، علی و محمدزاده لاریجانی، فاطمه. (۱۳۹۶). ارزیابی مطلوبیت و نقش اکوسیستم کارآفرینی روستایی در استان آذربایجان غربی، جغرافیا و پایداری محیط، ۳۲: ۱۰۱-۸۳.
- غنیان، منصور. خانی، فضیله و بقایی، لیلیا. (۱۳۹۰). ارزیابی فضای کارآفرینی در گردشگری روستایی (مطالعه موردی: منطقه اورامان)، پژوهش‌های روستایی، ۲ (۷): ۱۲۳-۹۹.
- قاسمی، جواد. اسدی، علی. (۱۳۸۹). تحلیل عاملی عوامل موثر در ایجاد روحیه کارآفرینی دانشجویان تحصیلات تکمیلی (مطالعه موردی: پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران)، اقتصاد و توسعه کشاورزی (علوم و صنایع کشاورزی)، (۱)۲۴: ۱۳-۲۲.
- قمبرعلی، رضوان. آگهی، حسین. علی بیگی. امیرحسین و زرافشانی، کیومرث. (۱۳۹۳). راهبرد اکوسیستم کارآفرینی: پارادیم جدید توسعه کارآفرینی. کارآفرینی در کشاورزی، ۱ (۳): ۳۸-۲۱.
- گلی، آرمین. امیریان، مریم و رحمانی، نرجس. (۱۳۹۷). بررسی نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات در بهبود فضای کسب و کار، توسعه کارآفرینی و ایجاد اشتغال، اولین همایش ملی کارآفرینی، چالوس، دانشگاه آزاد اسلامی واحد چالوس.

- Crane, F. G., & Meyer, M. (2006). The Entrepreneurial Climate in Canada: The Entrepreneur's Viewpoint, *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 19(3): 223-231.
- Halberstadt, J., Schank, C., Euler, M., & Harms, R. (2019). Learning Sustainability Entrepreneurship by Doing: Providing a Lecturer-Oriented Service Learning Framework, *Sustainability*, 11: 1217.
- Huang, S. K., & Wang, Y.-L. (2011). Entrepreneurial orientation, learning orientation, and innovation in small and medium enterprises, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 24: 563-570.
- Johnston, K., Andersen, B., Davidge-Pitts, J., & Ostensen-Saunders, M. (2009). Identifying Student Potential for ICT Entrepreneurship using Myers-Briggs Personality Type Indicators. *JITE*, 8: 29-43
- Laudon, k.c. and Kennet J. P. (2002); *Laudon; management information system; Managing Digital Firm; New jersey, Prentice-Hall.*
- Mason, C. (2010). "Entrepreneurial Finance in a Regional Economy, Venture Capital." *An International Journal of Entrepreneurial Finance*, 12(3): 167-172.

- Olugbola, S. A. (2017). Exploring entrepreneurial readiness of youth and startup success components: Entrepreneurship training as a moderator, *Journal of Innovation & Knowledge*, 2(3): 155-171.
- Raafaldini, Isti & Citra, Arfiyah. (2014). Entrepreneurship Development Collaboration among Education Institution Policy Makers and Entrepreneurs, Triple Helix Conference.
- Regele, M.D., and Neck, H.M. (2012). Entrepreneurship education sub-ecosystem in the United States: opportunities to increase entrepreneurial activity, Babson College, USASBE.
- Rubin, Y., Lednev, M., & Mozzhukhin, D. (2019). Competition Studies: Structuring Competencies in University Entrepreneurship Programs, *Higher Education in Russia*, 28: 21-33.
- Toutain, O., Fayolle, A. Pittaway, L. & Politis, D. (2017) Role and impact of the environment on entrepreneurial learning, *Entrepreneurship & Regional Development*, 29(9-10): 869-888.
- Wu, Y.-C. J., Wu, T., & Li, Y. (2019). Impact of using classroom response systems on students' entrepreneurship learning experience, *Computers in Human Behavior*, 92: 634-645.