



Business and Entrepreneurship Physical Space Model for Islamic Azad University Units

Mohammad Ansari¹, Fereydoon Azma^{2*}, Ruhallah Samiee³, Tayyebeh Tajari⁴

1. Department of Management, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran.
E-mail: M.ansari@yahoo.com
2. Department of Educational Sciences, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran
(Corresponding Author). E-mail: fereydoonazma@gmail.com
3. Department of Management, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran.
E-mail: r-samiei@aliabadiu.ac.ir
4. Department of Educational Sciences, Farhangian University, Tehran, Iran. E-mail: T.Tajari@yahoo.com

| Article Info | Abstract |
|---|--|
| Article type: Research Article | The aim of the research was to provide a model of the commercial and physical space of entrepreneurship for Islamic Azad University using the Grounded Theory. The research was a qualitative research. Participants included heads of units and faculty members of Islamic Azad University. The sample selection method was purposeful, snowball type. To collect data, interviews were conducted with 50 people, and data were obtained through interviews with 14 heads of Islamic Azad University units and 36 faculty members. The data were analyzed through semi-structured interviews during an open, central and selective coding stages, which resulted in a six-faceted paradigm model. To check the validity of the findings, long-term engagement measures and continuous observation, review by the participants, peer review and triangulation technique were carried out, and to evaluate the reliability of data and interpretations, the reliability criteria of qualitative research, including transferability, reliability and confirmability, were used. Findings showed that the Causal conditions include structural factors, information technology factors, learning factors, financial factors, strategy, educational factors, characteristics of managers and employees; Intervening conditions include socio-cultural factors and political-legal factors; Contextual conditions include demographic factors, individual contexts and economic contexts. Also, supportive, developmental, educational, and cultural strategies to improve the commercial, structural, and entrepreneurial functions of the Islamic Azad University were considered as consequences. |
| Article history: | |
| Received: 12/05/2024 | |
| Acceptance: 20/06/2024 | |
| Published online: 03/01/2025 | |
| Key words: Entrepreneurship, Grounded Theory, Islamic Azad University, Physical Space | |

Cite this article: Ansari, M., Azma, F., Samiee, R., & Tajari, T. (2024). Business and Entrepreneurship Physical Space Model for Islamic Azad University Units. *Journal of Interdisciplinary Studies in Marketing Management*, 3(3), 40-63.

الگوی فضای کالبدی تجاری و کارآفرینی برای واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی

محمد انصاری^۱، فریدون آزما^{۲*}، روح اله سمیعی^۳، طیبه تجری^۴

- ۱- گروه مدیریت، واحد علی آبادکتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آبادکتول، ایران. ایمیل: mohamadansari15@yahoo.com
۲- گروه علوم تربیتی، واحد علی آبادکتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آبادکتول، ایران (نویسنده مسئول). ایمیل: drfereidonazma@gmail.com
۳- گروه مدیریت، واحد علی آبادکتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آبادکتول، ایران. ایمیل: r-samiei@aliabadiu.ac.ir
۴- گروه علوم تربیتی، دانشگاه فرهنگیان، تهران، ایران. ایمیل: ati.tajari@yahoo.com

| اطلاعات مقاله | چکیده |
|--|---|
| نوع مقاله: مقاله پژوهشی | هدف این پژوهش ارائه الگوی فضای کالبدی کارآفرینی برای واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی با استفاده از نظریه داده‌بنیاد بود. این پژوهش از نوع پژوهش‌های کیفی و مبتنی بر نظریه داده‌بنیاد انجام شد. مشارکت‌کنندگان در پژوهش شامل رؤسای واحد و اعضای هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی که شیوه انتخاب آن‌ها هدفمند، از نوع گلوله برفی بود. در مجموع برای جمع‌آوری داده‌ها با ۵۰ نفر مصاحبه انجام شد که این داده‌ها از طریق مصاحبه با ۱۴ نفر از رؤسای واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی و ۳۶ نفر از اعضای هیأت علمی آن به دست آمد. داده‌ها از طریق مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته در طی یک مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی تحلیل شد که به شکل گیری مدل پارادایمی در شش وجه منتهی شده است. برای بررسی اعتبار یافته‌ها اقدامات درگیری طولانی مدت و مشاهده مداوم، بازبینی توسط مشارکت‌کنندگان، بررسی همکار و تکنیک مثلث‌سازی انجام گرفت و همچنین برای ارزیابی قابل اتکا بودن داده‌ها و تفسیرها، از معیار اعتمادپذیری پژوهش‌های کیفی شامل قابلیت اعتبار، انتقال‌پذیری، اتکاپذیری و تأییدپذیری استفاده شد. یافته‌ها نشان داد شرایط علی شامل عوامل ساختاری، عوامل فناوری اطلاعات، عوامل یادگیری، عوامل مالی، استراتژی، عوامل آموزشی، ویژگی‌های مدیران و کارکنان؛ شرایط مداخله‌گر شامل عوامل اجتماعی-فرهنگی و عوامل سیاسی-قانونی؛ شرایط زمینه‌ای شامل عوامل دموگرافی، زمینه‌های فردی و زمینه‌های اقتصادی می‌باشد. همچنین راهبردهای حمایتی، توسعه‌ای، آموزشی و فرهنگی برای بهبود کارکردهای تجاری، ساختاری و کارآفرینانه دانشگاه آزاد اسلامی به عنوان پیامدهای آن محسوب می‌شود. |
| تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۲/۲۳ | |
| تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۳/۳۱ | |
| تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۱۰/۱۴ | |
| کلمات کلیدی: فضای کالبدی، دانشگاه آزاد اسلامی، کارآفرینی، نظریه داده‌بنیاد | |

استناد: انصاری، محمد، آزما، فریدون، سمیعی، روح اله، تجری، طیبه (۱۴۰۳). الگوی فضای کالبدی تجاری و کارآفرینی برای واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی. *مطالعات میان رشته‌ای مدیریت بازاریابی*، ۳(۳)، ۶۳-۴۰.

مقدمه

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 (پیرزاده و جلالی، ۱۳۹۷). 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؛ بهره‌برداران و وام‌های بانکی و... روبرو هستند که فضای نامساعد کسب و کار را پیش روی آن‌ها قرار داده است (قمبرعلی و همکاران، 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 جمله 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 و همکاران، ۱۳۹۱).

با گسترش تحقیقات کارآفرینی، شناسایی فرصت به عنوان نقطه تمرکز کارآفرینی مورد توجه پژوهشگران قرار گرفت. بی‌شک شناسایی فرصت بدون ارتباط یافتن با فرآیند 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 ببینیم (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 اولیه آن‌ها که آموزش بوده به سمت پژوهش رفته و با تحول‌های بعدی باز به سمت کارآفرینی تغییر جهت داده است (شریف‌زاده و همکاران، ۱۳۸۸). عوامل مختلفی نظیر افزایش تعداد دانش‌آموختگان، بیکاری فزاینده، و بحران اشتغال جوانان به ویژه تحصیل‌کردگان، تغییر در انتظارات متقاضیان دانشگاه‌ها، رقابت، نیازهای متغیر بازار، مسئولیت‌پذیری 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.

رگل و نک^۱ (۲۰۱۲) فضای کالبدی 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 ذینفعان 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 ذینفع 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

1. Regele and Neck

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.

مقوله فضای کارآفرینی در دانشگاه حوزه وسیعی است و سطوح مختلفی اعم از محیط، ساختار و چگونگی بهره‌گیری از فناوری را شامل می‌شود (ژانگ^۱، 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 ساز و کارهای 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. بنابراین در این پژوهش به طراحی الگوی فضای کالبدی کارآفرینی برای واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی کشور با رویکرد داده‌بنیاد پرداخته شده است.

ترویج و پرورش کارآفرینی به یک جزء اصلی در توسعه اقتصادی در کشورهای مختلف تبدیل شده است. یک نمونه خوب از پرورش کارآفرینی به عنوان یک استراتژی توسعه اقتصادی، فضای کالبدی کارآفرینی است. امروزه از کارآفرینی به عنوان یکی از کارآمدترین عوامل مزیت‌آفرین نام برده می‌شود و به عنوان یک راهبرد حیاتی مورد توجه و عنایت ویژه دانشگاه‌ها واقع شده است؛ لکن جایگاه دانشگاه آزاد اسلامی در حوزه کارآفرینی با توجه به ظرفیت‌های موجود چندان مطلوب نمی‌باشد.

مجموعه‌ای از عوامل وجود دارند که کارایی یک اکوسیستم کارآفرینی را تحت تأثیر قرار می‌دهند که به ترتیب حمایت‌ها، سرمایه انسانی، بازارها، فرهنگ، سیاست و تأمین مالی بر اکوسیستم کارآفرینی ایران تاثیرگذار هستند (داوری و همکاران، ۱۳۹۶). تجربه کاری، تجربه گذشته (یادگیری با انجام)، روابط مبتنی بر اعتماد، خدمات پشتیبانی آنلاین، مهارت‌های کارآفرینی، محتوای آموزشی، محل واقعی یادگیری، سطح دانش و فرآیند قانونی‌سازی محیطی از عوامل مؤثر بر یادگیری کارآفرینی می‌باشد (توتاین^۲ و همکاران، ۲۰۱۶). فراهم کردن فضا و امکانات از عوامل مهم فرصت‌های کارآفرینانه در صنعت گردشگری می‌باشد (صفری و بافقی، ۱۳۹۳). ربیعی و صدیقی (۱۳۹۳) نتیجه گرفتند از بین متغیرهای عامل روانشناختی تاثیرگذار بر روحیه کارآفرینی دانشجویان، متغیرهای اعتماد به نفس و خودباوری و آینده‌نگر بودن دارای بیشترین تأثیر، سخت‌کوشی و توانایی مدیریت خلاقانه دارای کمترین تأثیر می‌باشند. از میان متغیرهای آموزشی و دانشگاهی تأثیرگذار، روش‌های تدریس خلاق و انطباق دروس با پیشرفت‌های علمی دارای بیشترین تأثیر و ارزشیابی مستمر و منظم از دانشجویان دارای کمترین تأثیر بوده‌اند و از میان متغیرهای عامل سازمانی حمایت از پایان‌نامه‌ها و پژوهش‌های مرتبط با کارآفرینی بیشترین تأثیر و توسعه گروه‌های کارآفرینی و بیش‌تر مشترک کمترین تأثیر را داشتند. ساختار سازمانی، تجهیزات و امکانات فیزیکی، راهبرد سازمانی، فرآیندهای کاری، سامانه نظارتی، پژوهشی و پرداخت، سیستم مالی، مدیریت منابع انسانی و مدیریت اطلاعاتی از جمله عوامل ساختاری مؤثر بر کارآفرینی دانشگاهی می‌باشد (پورشریعت و همکاران، ۱۳۹۵). در چند سال گذشته، واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی با تشکیل کارگروه راهبردی مرکز رشد و کارآفرینی 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

1. Zhang
2. Toutain et al

زیادی در حوزه‌های مذکور برای رفع مشکل داشته باشد، نتایج حاصل از پژوهش‌هایی از این دست را به کار گرفت و با ارائه الگو به مدیران ذیربط و مسئولان در جهت ایجاد فضای کالبدی کارآفرینی دانشگاهی کمک و مساعدت کرد. آنچه که در دانشگاه آزاد اسلامی 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 کارآفرینی عمدتاً بیگانه‌اند، زیرا زیرساخت‌های کافی و فیزیکی برای توسعه کارآفرینی فراهم نشده است و دانشگاه آزاد اسلامی جزء 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 کارآفرینان را فراهم کنیم. ایجاد و ارائه الگوی فضای کالبدی کارآفرینی 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 کارآفرینی برای دانشگاه‌ها ارائه نشده است. از این جهت که دانشگاه‌های آزاد اسلامی متولی و مجری طیف وسیعی از تقویت، توسعه و ارزش‌آفرینی 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.

اهمیت فضای کالبدی کارآفرینی در دانشگاه

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 (غلامی و محمدزاده لاریجانی، ۱۳۹۶). 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 و همکاران، ۱۳۹۳). افزایش فعالیت‌های کارآفرینانه منجر به افزایش تولید ناخالص ملی و در نتیجه افزایش درآمد ملی، رفاه و آسایش در جامعه می‌گردد و از طریق توسعه فضای رقابتی و ارتقای مولفه‌های سرمایه انسانی، نهادها به ارتقاء بهره‌وری کمک شایانی می‌نماید (راتفوس و نایولد، ۲۰۱۱). توجه به کارآفرینی موجب ارتقاء نوآوری، ترغیب افراد جوان به یافتن راه‌حل‌ها، ایده‌ها و روش‌های انجام دادن امور از طریق یادگیری‌های جدید می‌شود (انصاری و فکور، ۱۳۹۳). به طور کلی مهم‌ترین دلایل مختلف برای برانگیختن افراد به سوی کارآفرینی عبارتند از: تحقق ایده‌ها از طریق راه‌اندازی کسب و کار، امکان دستیابی به شغل مطلوب و دلخواه از طریق راه‌اندازی کسب و کار مورد علاقه، تمایل به کسب درآمد بیشتر، کشف فرصت‌های کسب و کار که دیگران به آن توجه نکردند و تحقق اهداف فردی کارآفرین، همراه با خدمت‌رسانی به جامعه. از طرفی یکی از مسائل پیش روی کشور دانش‌آموختگانی است که توانایی‌های فردی و مهارت‌های لازم را برای راه‌اندازی کسب و کار مناسب ندارند از جمله راهکارهای مناسبی که برای رفع این مشکل می‌توان مورد توجه قرار داد ترویج کارآفرینی در دانشگاه است. در کشور نرخ بالای بیکاری جوانان به خصوص در میان دانش‌آموختگان جوان حوزه

اشتغال آنان را به موضوعی مهم برای سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان دانشگاه ساخته و سبب شده است تا مسئله اشتغال دانش‌آموختگان دانشگاهی یکی از دغدغه‌های اصلی دولت، خانواده‌ها و دانشجویان باشد. طبیعی است که نادیده گرفتن چالش بیکاری جوانان و به ویژه دانش‌آموختگان جوان نه تنها موجب نارضایتی اجتماعی می‌شود بلکه هزینه‌های اقتصادی بالایی را نیز در پی خواهد داشت. اساساً سیاست‌ها و برنامه‌های دانشگاه مرتبط با کارآفرینی درصدد فراهم کردن محیطی مناسب و مشوق برای ظهور کارآفرینان جدید به همراه شرکت‌های نویناد و امکان رشد آن‌هاست. این سیاست‌ها می‌توانند محیطی پاسخگو برای کارآفرینان دارای انگیزه فراهم کنند. دانشگاه‌ها که عنصر کلیدی در بسترسازی فعالیت‌های کارآفرینانه به شمار می‌روند تا حدود زیادی به ویژه در زمینه آموزش کارآفرینی به عملکردهای دولت وابسته هستند؛ در این زمینه، دانشگاه‌ها از طریق همکاری با دولت و در وابستگی به اقدامات دولتی، با تدوین سند ملی آموزش کارآفرینی، ارائه الگوی استاندارد آموزش کارآفرینی و ارائه تسهیلات حمایتی و مالی از کارآفرینان نقش آفرینی می‌کنند. بنابراین، ضرورت وجود مدل یا الگویی مبتنی بر فضای کالبدی کارآفرینی، برای فراهم‌سازی شرایط برای نهادینه سازی کارآفرینی و سپس اجرای الگوی فضای کالبدی کارآفرینی حیاتی بوده و می‌تواند برای دانشگاه آزاد اسلامی راه‌گشا باشد.

فضای کارآفرینی، دانشگاه و دانشجویان

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 (سالازار و همکاران، ۱۳۹۳). 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^۱، ۲۰۱۰). ایجاد نگرش‌های کارآفرینانه در دانشجویان شرط لازم برای بروز رفتار کارآفرینانه از سوی آنان است (اللهیاری و همکاران،

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 جامعه‌ای وظایف ویژه‌ای 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، جامعه‌ای 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 کارآفرین باشند (پیرزاده و جلالی، ۱۳۹۷).

رویکرد فضای کارآفرینی

عوامل مهم در رخدادهای 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^۱، 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. کارآفرینی در دیدگاه شومپتر 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^۲، ۲۰۰۹). در این جهت کارآفرینی را یک جهت‌گیری راهبردی و دستیابی به موقعیت‌ها و فرصت‌ها را عامل مؤثر در کارآفرینی تعریف می‌کنند. بر این اساس، کارآفرینی مفهومی است که از یک کسب و کار کوچک به سازمان‌های بزرگ و پیچیده و سیستم‌های دولتی گسترش پیدا کرده است و جمع بندی کلی در مورد این تعریف‌ها آن

1. Raafaldini and Citra
2. Crane and Meyer

است که کارآفرینی در برگیرنده ایجاد فرصت‌ها و استفاده از آن‌ها برای اقدام‌های خطر پذیر، عمل خلاق و نوآور در جهت ایجاد چشم انداز در مورد آینده و ارزش می‌باشد (هوانگ^۱ و همکاران، ۲۰۱۱). فضای کارآفرینی یک چارچوب چند بُعدی و پیچیده می‌باشد، که کلیه عوامل شامل فرد کارآفرین و ویژگی‌های او، مهارت‌ها و سبک‌های مدیریتی او، فرهنگ، استراتژی، ساختار، نظام و سازمان را در بر می‌گیرد. 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 مهارت‌های چندگانه است (حسینی و همکاران، ۱۳۹۱).

پیشینه پژوهش

باروج کیاکلایی و سیمیری (۱۳۹۷) به شناسایی ویژگی‌های فیزیکی مدارس کارآفرین با استفاده از روش مطالعات کتابخانه‌ای (مروری) به مطالعه منابع در دسترس در زمینه ادبیات کارآفرینی و مدارس کارآفرین پرداختند. نتایج بیانگر آن بود که 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. پیرزاده و جلالی (۱۳۹۷) با بررسی نقش فضای کسب و کار در بهبود و توسعه کارآفرینی در ایران بیان داشتند ظهور و توسعه کارآفرینی یک پدیده تصادفی نبوده بلکه این پدیده وابسته به فاکتورهای اقتصادی، اجتماعی فرهنگی و سیاسی است که به عنوان شرایط توسعه کارآفرینی فهرست می‌گردد. یافته‌های اولیه این تحقیق نشان دهنده این موضوع می‌باشد 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 سر منزل مقصود می‌رساند. غلامی و محمدزاده (۱۳۹۶) با ارزیابی مطلوبیت و نقش اکوسیستم کارآفرینی در استان آذربایجان غربی نشان دادند 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، هیچ یک 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 درصد کمترین تأثیر را در عملکرد نامطلوب اکوسیستم کارآفرینی روستایی منطقه دارد. 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 عبارتند 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

1. Huang

وسعت محیط دانشکده کارآفرینی؛ فناوری کمک آموزشی متناسب با نیازهای یاددهی-یادگیری کارآفرینی؛ ویژگی‌های حسی و جذابیت‌های ظاهری. حسینی و همکاران (۱۳۹۱) به بررسی و اولویت بندی موانع فرهنگی و اقتصادی توسعه فضای کارآفرینی در ایران و ارائه خط‌مشی‌های پیشنهادی با استفاده از مدل AHP فازی گروهی پرداختند. نتیجه نظرات صاحب‌نظران و خبرگان کارآفرینی این بود که شش شاخص (فقدان مهارت‌ها) در بالاترین اولویت قرار دارد، اما اگر پارامتر توانمندی نیز مدنظر قرار گیرد، توانمندی دولت در رفع این موانع به این ترتیب می‌باشد، فقدان مهارت‌ها، عدم دستیابی به منابع مالی برای سرمایه گذاری (ترس از ناتوانی تهیه منابع مالی برای راه اندازی کسب و کار)، موانع اداری (نگرانی از عدم امکان تأمین الزامات قانون) و فساد اداری.

رابین^۱ و همکاران (۲۰۱۹) در تشریح نتایج تحقیق خود رقابت را به عنوان بخش مهمی از فعالیت‌های کارآفرینی حرفه‌ای و مطالعات رقابتی به عنوان یک جهت مهم در نظام آموزش کارآفرینی معرفی می‌کنند. شایستگی‌های رقابت در هر مرحله از روند کارآفرینی به دست می‌آید. این مقاله مقوله‌های استفاده از رویکرد عقلانی در تعریف، طبقه‌بندی صلاحیت‌های 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 را مورد بحث قرار داد. وو^۲ و همکاران (۲۰۱۹) بیان داشتند که استفاده از سیستم واکنش به موضوع و فناوری اطلاعات می‌تواند فرآیند یادگیری کارآفرینی را بهبود دهند. افزایش مشارکت با کسب دانش کارآفرینی و بهبود انگیزه برای افزایش توانایی کارآفرینی در ارتباط است. هالبراستاد^۳ و همکاران (۲۰۱۹) بیان داشتند با 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 تأکید بر اثربخشی آن و شرایط چارچوب برای آموزش دهندگان کارآفرینی با هم در ارتباط‌اند. اولوگبولا^۴ (۲۰۱۷) نیز تأثیر مثبت شناسایی فرصت‌ها، انگیزه و منابع در اختیار دانشجویان نسبت به کارآفرینی و نقش مهم آموزش کارآفرینی بر تمام عوامل، از جمله توانایی‌های کارآفرینی را نشان دادند. آموزش کارآفرینی نشان می‌دهد که افراد جوان می‌توانند توسعه یابند، زیرا فردگرایی به خودی خود یک پدیده اجتماعی است. تواتین^۵ و همکاران (۲۰۱۶) نشان دادند تجربه کاری، تجربه گذشته (یادگیری با انجام)، روابط مبتنی بر اعتماد، خدمات پشتیبانی آنلاین، مهارت‌های کارآفرینی، محتوای آموزشی، محل واقعی یادگیری، سطح دانش و فرآیند قانونی‌سازی محیطی از عوامل مؤثر در فضای یادگیری کارآفرینی می‌باشد. رافالدینی و سیترا^۶ (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 کالج‌ها، کارآفرینی را به عنوان یک شیء تحقیق می‌کنند و همچنین آن را در برنامه درسی قرار داده‌اند. 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. کرین و میر^۷ (۲۰۰۹) بیان داشتند فضای کارآفرینی با موانعی از جمله فقدان حمایت‌های فرهنگی و تشویقی، وجود سیستم مالیاتی

1. Rubin

2. Wu

3. Halberstadt

4. Olugbola

5. Toutain

6. Raafaldini and Citra

7. Crane and Meyer

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.

فضای کالبدی کارآفرینی همواره تحت تأثیر عواملی همچون تحولات اجتماعی فرهنگی، تغییرات سریع در سلاقی مصرف‌کنندگان، هزینه‌های مواد اولیه، مقررات دولتی نظیر قوانین مالیاتی، تعرفه‌ها و بسیاری از عناصر تأثیرگذار دیگر قرار می‌گیرد. فضای کالبدی کارآفرینی در بردارنده عناصر و بازیگرانی با ماهیت چند بعدی می‌باشد که در یک سیستم پیچیده با تأثیرگذاری در پایداری آن با هم در تعامل هستند. به طور کلی می‌توان گفت فضای کارآفرینی به انجام فعالیت‌های کارآفرینانه در نهادها، سازمان‌ها، دانشگاه‌ها و... اشاره دارد. از این رو 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.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر روش‌شناسی، در دسته تحقیق‌های توصیفی و از نظر هدف، کاربردی-توسعه‌ای است. از سوی دیگر، از منظر نوع داده‌های گردآوری شده، در دسته تحقیق‌های کیفی می‌باشد. در این پژوهش با استفاده از رویکرد نظریه داده‌بنیاد با تمرکز بر مصاحبه عمیق و نیمه‌ساختاریافته به ارائه الگوی فضای کالبدی کارآفرینی برای واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی می‌پردازد.

در نظریه داده‌بنیاد، پژوهشگر باید مواردی را انتخاب کند که به او در ساخت نظریه کمک کنند. ملاک انتخاب مشارکت‌کنندگان در این روش، متأثر از طرح و هدف پژوهش است. از آنجایی که هدف پژوهش کاوش و شناسایی عناصر اصلی فضای کالبدی کارآفرینی در دانشگاه آزاد اسلامی است، پژوهشگر به دنبال افرادی بود که تجربه مشترکی با موضوع پژوهش داشته باشند، به نحوی که بتوانند مشارکت اثربخش و اعتمادپذیری را برای پژوهش ایجاد کنند. از این نظر شیوه انتخاب آن‌ها هدفمند از نوع گلوله برفی بود تا بتوان از طریق افراد انتخاب شده درک عمیقی از موضوع مورد مطالعه برای ساخت نظریه به دست آورد. بنابراین، برای انتخاب مشارکت‌کنندگان دو ملاک، به شرح زیر اتخاذ شد:

- در خصوص فضای کالبدی کارآفرینی دانش کافی و دارای تألیفات، مقالات و فعالیت‌های پژوهشی در این زمینه باشند.
 - افرادی که با موضوع آشنایی و همچنین حداقل ۱۰ سال سابقه اجرایی در دانشگاه آزاد اسلامی نیز دارند.
- بر این اساس مشارکت‌کنندگان در مصاحبه به دو گروه تقسیم شدند. گروه اول را اعضای هیأت علمی و گروه دوم روسای دانشگاه آزاد اسلامی تشکیل می‌دادند.

جدول ۱- مشخصات مصاحبه‌شوندگان

| ردیف | تعداد نفرات مشارکت کننده | مدرک و رشته تحصیلی | سابقه فعالیت | مسئولیت |
|------|--------------------------|-----------------------|---------------|-----------------------------------|
| ۱ | ۱۵ | دکتری کارآفرینی | بیش از ۱۵ سال | عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی |
| ۲ | ۱۲ | دکتری مدیریت دولتی | بیش از ۱۵ سال | |
| ۳ | ۹ | دکتری مدیریت بازرگانی | بیش از ۱۵ سال | |
| ۴ | ۱۴ | دکتری مدیریت | بیش از ۱۰ سال | رئیس دانشگاه آزاد اسلامی |

برای جمع‌آوری داده‌ها از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته استفاده شد. عبارات پرسشنامه برای هر گروه به صورت یکسان مطرح شد. روش انتخاب و انجام مصاحبه‌ها بدین صورت بود که در ابتدا از هر گروه ۲ نفر به عنوان خبرگان مرتبط با موضوع پژوهش انتخاب شدند. سپس طی تماسی با آن‌ها و شرح اجمالی درباره موضوع، روش پژوهش و دلیل انتخاب آن‌ها، پس از جلب رضایت برای مشارکت در پژوهش، زمان مصاحبه را پیشنهاد دادند. راهنما و چارچوب موضوع پژوهش، قبل از اجرای مصاحبه، به آن‌ها ارسال شد تا فرصت تأمل بر موضوع و چگونگی انجام مصاحبه را داشته باشند و در نهایت سایر مصاحبه‌ها هم با معرفی دیگر افراد متخصص، توسط افراد خبره انتخابی در گام اول انتخاب افراد نمونه، به همین منوال انجام شد. همچنین حداقل زمان مصاحبه ۳۰ دقیقه و حداکثر زمان نیز ۶۰ دقیقه بود.

داده‌های پژوهش از طریق مصاحبه با ۹ نفر از رؤسای واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی و ۲۳ نفر از اعضای هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی به حد اشباع رسید به طوری که مفهوم جدیدی اضافه نشد. در مجموع برای جمع‌آوری داده‌ها با ۵۰ نفر مصاحبه انجام شد که این داده‌ها از طریق مصاحبه با ۱۴ نفر از رؤسای واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی و ۳۶ نفر از اعضای هیئت علمی آن به دست آمد.

دقت علمی در مطالعات کیفی، شامل تمامی فعالیت‌هایی می‌باشد که احتمال داده‌های معتبر را افزایش می‌دهد. اعتبار شامل فعالیت‌هایی است که احتمال به دست آوردن یافته‌های معتبر را افزایش می‌دهد. برای اعتبارسنجی یافته‌های بخش کیفی از روش درگیری طولانی مدت و مشاهده مداوم، بازبینی توسط مشارکت‌کنندگان و همکار و تکنیک مثلث‌سازی منابع داده‌ها استفاده شده است. بدین منظور برای بررسی اعتبار یافته‌ها اقدامات زیر انجام گرفت:

درگیری طولانی مدت و مشاهده مداوم: صرف زمان لازم (۶۰ روز) برای مصاحبه‌ها و هدایت مستقیم مصاحبه‌ها.

بازبینی توسط مشارکت‌کنندگان: مشارکت‌کنندگان، مرحله کدگذاری محوری را بازبینی کرده و نظر خود را در ارتباط با آن اعلام کردند. دیدگاه‌های آن‌ها نیز اعمال شده است.

بازبینی بررسی همکار: دو نفر از اعضای هیئت علمی دانشگاه با مدرک علمی دکتری کارآفرینی و مدیریت آموزشی و یک نفر از مدیران ارشد با سابقه خدمت ۲۵ سال به بررسی یافته‌ها و اظهار نظر درباره مرحله کدگذاری محوری پرداختند و ضمن بازبینی مقوله‌های به دست آمده و اعمال اصلاحات جزئی، آن‌ها را تأیید کردند.

تکنیک مثلث‌سازی: یافته‌های پژوهش برای مشارکت‌کنندگان ارائه و متن نظریه توسط آن‌ها مطالعه و نقطه نظرات آن‌ها اعمال شده است. با توصیف تفصیلی و دقیق فرآیند، متن و زمینه پژوهش و تشخیص داده‌های انحرافی و مرور مصاحبه‌های انجام شده و ارزیابی مجدد

کدگذاری‌ها و تفسیرها و در پایان، این پژوهش توسط اساتید مورد مطالعه و بازبینی قرار گرفته و مواردی جهت اصلاح یا تغییر نظریه نهایی بیان شده است.

همچنین برای ارزیابی قابل اتکا بودن داده‌ها و تفسیرها، از معیار اعتمادپذیری پژوهش‌های کیفی شامل قابلیت اعتبار، انتقال‌پذیری، اتکاپذیری و تأییدپذیری استفاده شد. به منظور دستیابی به معیارهای مطرح شده روش‌های زیر به کار گرفته شده است: قابلیت اعتبار: یافته‌ها آن زمانی قابل حسابرسی هستند که محقق دیگر بتواند مسیر تصمیم به کار رفته توسط محقق در طول مصاحبه را با روشی و وضوح پیگیری کند و سازگاری مطالعه را نشان دهد.

انتقال‌پذیری: کسب نظر و تأیید متخصصان، اعتباریابی از طریق منابع و روش‌های مختلف و گاهی اوقات بررسی‌های چندگانه و نتایج منتج از مطالعه می‌تواند منبعی برای اطلاع‌رسانی به مدیران دانشگاه آزاد اسلامی باشد.

اتکاپذیری: در این بخش، در گزارشات از کدگذاری استفاده شد و نقل قول، که عین گفتار مشارکت کنندگان می‌باشد ارائه شده است. تأییدپذیری: ثبت فعالیت‌ها در طول زمان، به طوری که سایر افراد بتوانند آن‌ها را پیگیری نمایند.

یافته‌های تحقیق

داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها با توجه به شاخص‌های مطرح شده در مبانی نظری داده‌بنیاد، به صورت عوامل گروه‌بندی شده جمع‌آوری شد. گزاره‌های کلومی افراد مصاحبه شونده پس از بررسی و تجزیه و تحلیل، در نهایت به صورت مؤلفه‌های اصلی همگون براساس ارتباطات احصایی در عملیات میدانی بین مقوله‌ها و گزاره‌ها، در قالب کدگذاری باز دسته‌بندی شد. در ادامه کدگذاری باز، ۱۷۶ شاخص و ۲۱ مفهوم استخراج شد. سپس در نتیجه تطبیق محتوایی مضامین مفاهیم شناسایی شده در قالب رویکرد نظریه داده‌بنیاد ساختارمند ترسیم شد. ابعاد الگوی کدگذاری محوری شامل شرایط علی: شرایط علی رویدادهایی است که موقعیت‌ها، مباحث و مسائل مرتبط با پدیده را خلق می‌کنند و تا حدی تشریح می‌کنند که چرا و چگونه افراد و گروه‌ها به این پدیده مبادرت می‌ورزند. در واقع، منظور از شرایط علی، رویدادها یا اتفاقاتی است که بر فضای کالبدی کارآفرینی تأثیر گذاشته و منجر به بروز آن می‌شود. مقوله اصلی: به شاخص‌های فضای کالبدی کارآفرینی اشاره دارد. فضای کالبدی کارآفرینی در کلیه اجزای مدل پارادایمی جای گرفته است و نظرات و دیدگاه‌های خبرگان با محوریت این موضوع برای فضای کالبدی کارآفرینی اخذ و شاخص‌ها شناسایی گردید. شرایط زمینه‌ای: شرایطی است که راهبردها و اقدامات تحت آن، به اداره پدیده می‌پردازند. شرایط مداخله‌گر: شرایط وسیع و عامی همچون فرهنگ، فضا و غیره است که به عنوان تسهیل‌گر و یا محدودکننده راهبردها عمل می‌کند. این شرایط، اجرای راهبردها را تسهیل و تسریع کرده و یا به عنوان یک مانع دچار تأخیر می‌کند. راهبردها: راهبردها و اقدامات، طرح‌ها و کنش‌هایی هستند که به فضای کالبدی کارآفرینی کمک می‌کند. پیامدها: پیامدها شامل پیامدهای مشهود و نامشهودی است که در اثر فضای کالبدی کارآفرینی برای واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی کشور ایجاد می‌شود.

با توجه به مقوله‌های اصلی و فرعی مربوط به هر قسمت، چگونگی طراحی فضای کالبدی کارآفرینی برای واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی را منعکس می‌کنند، که این فرآیند نیز همراه با جدول (۲) با عنوان کدگذاری محوری ارائه شده است.

جدول ۲- یافته‌های استخراج شده از فرآیند کدگذاری باز و مقوله‌های کدگذاری محوری

| مقوله (کدگذاری انتخابی) | مفهوم (کدگذاری محوری) | شاخص (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 |
| | | استفاده از دانش دانشگاهی |
| | | ساختار سازمانی منعطف |
| | | فرآیندهای کاری |
| | | سرمایه‌ی انسانی |
| | | بازار و مشتری |
| | | اساتید آموزشی |
| | | تصمیم گیرندگان آموزشی |
| | | امنیت |
| | مدیریت منابع انسانی | |
| | کیفیت و انعطاف پذیری چیدمان فضای فیزیکی متناسب با اهداف آموزش کارآفرینی | |
| | تناسب اندازه کلاس‌ها و وسعت محیط دانشکده کارآفرینی | |
| | طراحی ساختمان و کلاس‌ها متناسب با محیط واقعی کارآفرینی | |
| شایستگی‌های ساختاری | | |
| وجود آزادی و انعطاف کاری | | |
| عوامل فناوری اطلاعات | فناوری اطلاعات و ارتباطات | |
| | دسترسی سریع به اطلاعات | |
| | پیشرفت فناوریانه | |
| | مدیریت منابع اطلاعاتی | |
| | فناوری کمک آموزشی | |

| | | |
|---|-------------------------|--|
| بکارگیری نوآوری‌های آموزشی مدون | عوامل یادگیری | |
| آموزش یادگیری | | |
| رابط کاربری یادگیری | | |
| بهبود مهارت و موفقیت | | |
| استفاده از یادگیری مبتنی بر چالش | | |
| محتوای آموزشی | | |
| محل واقعی یادگیری | | |
| افزایش سرمایه گذاری | عوامل مالی | |
| کاهش هزینه | | |
| سرمایه‌ی مالی | | |
| سیستم مالی | | |
| سامانه پرداخت | | |
| پاداش‌های مالی | | |
| رسالت نظام | | |
| سیاست‌گذاران و سیاست‌سازان حوزه‌ی کارآفرینی | استراتژی | |
| استراتژی‌های نوآور | | |
| راهبرد سازمانی | | |
| تشکیل استراتژی‌های پایدار | | |
| وجود سیستم‌های ارزیابی و نظارتی | | |
| ترغیب به تبادل افکار و عقاید مربوط به حرفه | عوامل آموزشی | |
| عقاید و اطلاعات شخصی دیگران مبتنی بر تجربه | | |
| ارائه نظرهای جدید | | |
| خلق و انتقال دانش به عنوان ارزش | | |
| درک استفاده از دانش | | |
| دانش مدیریتی | ویژگی‌های 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 | | |

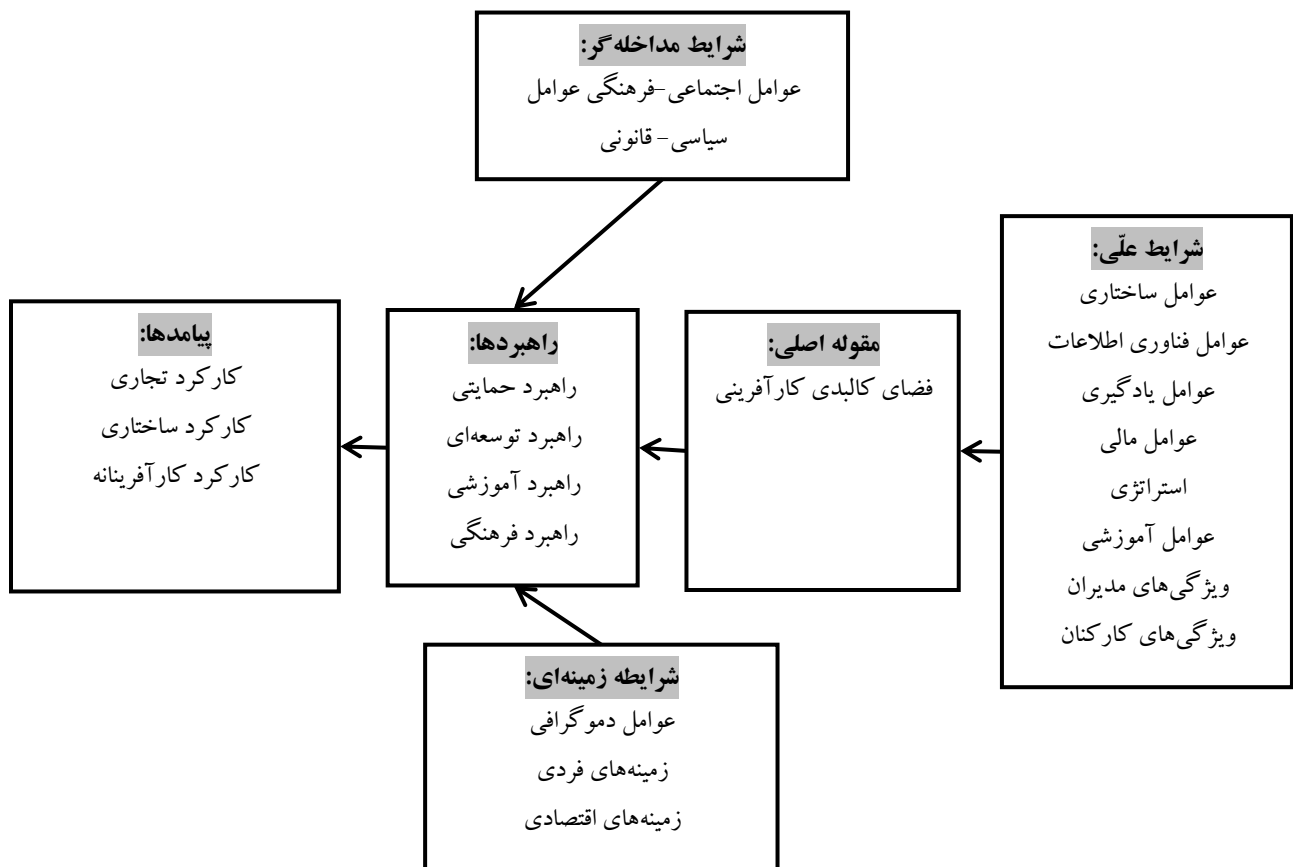
| | | |
|--|------------------------------|---------------------|
| پذیرش کارآفرینی | ویژگی‌های کارکنان | |
| ویژگی‌های شخصیتی | | |
| انگیزه | | |
| احساس تعلق | | |
| شخصیت | | |
| تجربه یادگیری | | |
| تجربه گذشته (یادگیری با انجام) | | |
| استقلال فردی | | |
| باور به خودکارآمدی | فضای کالبدی کارآفرینی | مقوله اصلی |
| 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 | عوامل اجتماعی-فرهنگی | شرایط مداخله |
| حمایت دولت‌ها و نخبگان جامعه | | |
| 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 | عوامل سیاسی-قانونی | |
| اعتماد نهادی | | |
| نهادهای آموزشی | | |
| حاکم بودن فضای فرهنگی و اجتماعی مناسب | | |
| متعادل بودن قوانین و مقررات | | |
| صلاحیت‌های رقابتی | | |
| سطح دانش و فرایند قانونی‌سازی محیطی | | |
| زیرساخت‌های پشتیبانی | | |

| | | |
|---|--------------------------|---------------|
| دولت به عنوان سیاست ساز | عوامل دموگرافی | |
| سیاست حمایتی | | |
| زیرساخت‌های تجاری و قانونی | | |
| اندازه جمعیت | | |
| سرعت رشد منطقه | | |
| ترکیب سن | | |
| امید به زندگی | | |
| اندازه خانواده | | |
| پراکنندگی مکانی | | |
| الگوی شغلی | | |
| وضعیت اشتغال | | |
| تولید ابزارهای دسترسی برای تسهیل فعالیت در کارها | | |
| 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 مشکل | | |
| انگیزه تغییر در کیفیت زندگی | | |
| امکان دریافت وام در زمینه کسب و کارهای مختلف | زمینه‌های اقتصادی | |
| 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 | | |
| ایجاد فرصت‌های کارآفرینانه | راهبرد حمایتی | راهبرد |
| 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 | | |
| توسعه منابع انسانی دانشگاه | راهبرد توسعه‌ای | |
| توسعه فعالیت‌های کارآفرینی | | |
| مدیریت کارآمد کسب و کار | | |
| توسعه زیرساخت‌های فنی در دانشگاه | | |

| | | |
|--|---------------------------|--|
| توسعه چشم انداز سیستمی کارآفرینی دانشگاهی | | |
| توسعه پایگاه داده‌های کارآفرینی | | |
| الزام دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی به آموزش مفاهیم مرتبط با کارآفرینی | راهبرد آموزشی | |
| ایجاد تغییرات مثبت در نظام آموزشی کشور با تاکید بر استقرار مفهوم کارآفرینی | | |
| تلفیق دانش تنوریک 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 | راهبرد فرهنگی | |
| 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 | 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 | | |
| به‌کارگیری روش‌های متنوع و جدید در توزیع و فروش | | |
| 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 | | |
| اقدام به حذف مقررات مزاحم و تسهیل فرآیندها | | |
| اشتغال‌زایی مبتنی بر روحیه کارآفرینی | کارکرد کارآفرینانه | |
| 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 | | |
| | | |

پیامدها

در گام پایانی تحلیل کیفی به روش نظریه پردازی داده بنیاد مقولات و مفاهیم فرمول بندی شده و روابط میان آن‌ها ترسیم می‌شود. فرایند کُدگذاری که از داده‌ها آغاز می‌شود، در طی فرآیند انتزاع به تدوین نظریه منتهی می‌شود. در این مرحله ارتباط میان کدهای متمرکز در قالب یک شبکه بیان می‌شود. با توجه به اینکه هدف این پژوهش طراحی الگوی فضای کالبدی کارآفرینی برای واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی کشور با رویکرد داده بنیاد می‌باشد، در این مرحله به کمک پارادایم کُدگذاری و به کمک آنچه از مطالعه پژوهش‌های پیشین و تفسیر نتایج گفتگو با خبرگان به دست آمده به صورت بندی مدل پارادایمی پژوهش، فضای کالبدی کارآفرینی برای واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی کشور با رویکرد داده بنیاد پرداخته شد. الگوی پارادایمی، فضای کالبدی کارآفرینی را به شکلی نظام مند به دیگر مقوله‌ها ربط می‌دهد. نتایج کلی این پردازش و کُدگذاری محوری در شکل زیر ارائه شده است:



شکل (۴) مدل پارادایمی فضای کالبدی کارآفرینی برای واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی کشور براساس نظریه داده بنیاد

گزاره‌های حکمی (قضایای) پژوهش

با تأیید روایی و پایایی داده‌های پژوهش، بنابراین بر پایه مؤلفه‌های مرحله کدگذاری محوری، قضایای زیر به دست آمده‌اند:

۱. قضیه ۱. عوامل ساختاری، عوامل فناوری اطلاعات، عوامل یادگیری، عوامل مالی، استراتژی، عوامل آموزشی، ویژگی‌های مدیران و کارکنان برای فضای کالبدی کارآفرینی در واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی شرایط علی محسوب می‌شوند.
۲. قضیه ۲. عوامل دموگرافی، زمینه‌های فردی و زمینه‌های اقتصادی برای فضای کالبدی کارآفرینی در واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی، شرایط زمینه‌ای محسوب می‌شوند.
۳. قضیه ۳. عوامل اجتماعی-فرهنگی و عوامل سیاسی-قانونی از شرایط مداخله‌گر در فضای کالبدی کارآفرینی برای واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی محسوب می‌شوند.
۴. قضیه ۴. راهبرد حمایتی، راهبرد توسعه‌ای، راهبرد آموزشی و راهبرد فرهنگی از راهبردهای فضای کالبدی کارآفرینی برای واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی هستند.
۵. قضیه ۵. شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر و راهبردها، پیامدهای کارکرد تجاری، کارکرد ساختاری و کارکرد کارآفرینانه دانشگاه آزاد اسلامی را در پی خواهند داشت.

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 بپردازد. 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 علی، 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. همان‌طور 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 نگویم 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 نگه داشتن 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 شانس 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 سیمیاری (۱۳۹۷)، گلی و همکاران (۱۳۹۷)، عربیون و مویدی (۱۳۹۵)، پورشریعت و همکاران (۱۳۹۵)، صادقی و کشاورز (۱۳۹۴) قابل قیاس است. باروج کیاکلایی و سیمیاری (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 همکاران (۱۳۹۷) نیز نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات در فضای کارآفرینی را 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 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 و ویژگی‌های حسی و جذابیت‌های 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 (۲۰۰۹) هم‌خوانی دارد. کرین و میر (۲۰۰۹) 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 به عنوان شرایط توسعه کارآفرینی فهرست می‌گردند. خانی و موسوی (۱۳۹۶) نیز سادگی و جذابیت 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 همکاران (۲۰۱۹)، هالبراستاد و همکاران (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 همکاران (۲۰۱۹) معتقدند افزایش مشارکت با کسب دانش کارآفرینی و بهبود انگیزه برای افزایش توانایی کارآفرینی در ارتباط است. همچنین هالبراستاد و همکاران (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.

در خصوص مدل داده‌بنیاد و یافته‌های آن پیشنهاد می‌شود با توجه به بحث اشتغال در شرایط حاکم بر جامعه و ارتقاء مباحث آموزشی کاربردی در سال‌های جاری، موضوع فضای کارآفرینی در دانشگاه به طور جدی در سطح کلان مطرح گردد و در برنامه‌های بلندمدت نیز بر حفظ و تقویت آن تأکید شود. همچنین ضمن ارائه راهکارهای لازم و پیش‌بینی وضعیت پیشرو، لازم است از سوی نهادهای مسئول در راستای دسترسی سریع‌تر و آسان‌تر به اهداف مربوطه، برای مجریان این بخش بستر مناسبی مهیا شود تا در آینده‌ای نزدیک شاهد توسعه و ارتقاء در این حوزه باشیم.

- پیشنهاد می‌شود دانشگاه آزاد با ایجاد فضاهای فیزیکی شامل کتابخانه، کارگاه‌ها، آزمایشگاه‌ها، امکانات آموزشی مختلف و همچنین کیفیت و انعطاف‌پذیری چیدمان فضای فیزیکی متناسب با اهداف آموزش کارآفرینی با دایر کردن سامانه‌های پژوهشی، آموزشی و تحقیقاتی مناسب و توسعه ظرفیت‌های موجود به ارتقاء مهارت و نیاز پذیرندگان کمک می‌شود و موجب صرفه‌جویی در زمان نیز می‌شود.
- طراحی ساختمان و کلاس‌ها متناسب با محیط واقعی کارآفرینی، تناسب اندازه کلاس‌ها و وسعت محیط دانشکده کارآفرینی، بالابردن کیفیت آموزش و استفاده از تبلیغات، مواد و منابع آموزشی و دانش دانشگاهی.
- استفاده از سیستم‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات، مدیریت منابع اطلاعاتی و استفاده از فناوری‌های کمک آموزشی و همچنین به کارگیری نوآوری‌های آموزشی مدون و استفاده از یادگیری مبتنی بر چالش.
- دانشگاه آزاد اسلامی می‌تواند با افزایش سرمایه‌گذاری در بخش کارآفرینی و پیاده‌سازی سیستم و پاداش‌های مالی در جهت کاهش هزینه گام بردارد. همچنین با استفاده از استراتژی‌های نوآور و تشکیل استراتژی‌های پایدار توسط سیاست‌گذاران و سیاست‌سازان حوزه کارآفرینی در دانشگاه آزاد به تعیین رسالت و راهبردهای سازمانی در جهت ایجاد فضای کالبدی کارآفرینی کمک کند.

- استفاده بهینه از سیستم‌های ارزیابی و نظارتی در پناه کاربست تجربه و دانش مدیریتی با ایجاد فرصت‌های جدید شغلی در جهت ارتقاء مهارت‌های کارآفرینی.

- ارتقاء انگیزه، احساس تعلق و ویژگی‌های شخصیتی کارکنان دانشگاه آزاد مبتنی بر اعتماد.

- برای داشتن فضای کالبدی کارآفرینی مطلوب در دانشگاه آزاد اسلامی، دولت، نیروهای دولتی، نخبگان جامعه، سیاست‌های کلان ملی و برنامه‌های توسعه باید در راستای این مهم، حمایت کافی و مبسوط را داشته باشند. همچنین قوانین و مقررات حمایت شونده به عنوان زیرساخت پشتیبانی، تجاری و قانونی برقرار گردد.

از جمله محدودیت‌های پژوهش حاضر این است که انجام پژوهش در دانشگاه آزاد اسلامی موجب کاهش تعمیم‌پذیری نتایج پژوهش به سایر دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی می‌شود. یکی دیگر از محدودیت‌های پژوهش، محدودیت‌های زمانی جهت انجام تحقیق و کوتاه بودن دوره نمونه‌گیری و کیفی بودن آن است که پژوهشگر تلاش کرد در شکل‌گیری نظری، هیچ نوع تحمیلی بر داده‌ها انجام نگیرد و نظریه به واقع از درون داده‌ها کشف و استخراج شود. برای پژوهش‌های آتی پیشنهاد می‌شود پژوهش‌هایی کمی با هدف آزمون این فرضیه‌ها انجام شود. همچنین با توجه به اینکه پژوهش حاضر در مورد فضای کالبدی کارآفرینی برای واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی است، می‌توان از آن به عنوان مبنایی برای پژوهش‌های آتی در این زمینه استفاده کرد. همچنین با رویکرد الگوسازی ساختاری-تفسیری به سطح‌بندی عوامل مؤثر بر فضای کالبدی کارآفرینی در دانشگاه آزاد اسلامی پرداخته شود.

منابع

- اللهیاری، محمدصادق؛ کشاورز، فتح اله؛ شادپرور، وحید، سلوکی، میثم (۱۳۸۸). نگرش‌ها 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.
- انصاری، محمدتقی، فکور، بهمن (۱۳۹۳). موانع محیطی گرایش دانشجویان و دانش‌آموختگان به کارآفرینی، فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی، ۷۲: ۱۱۷-۱۴۱.
- بابایی، محمدرضا؛ نبی بیدهندی، مهشید، نظری قهرودی، محمدمهدی (۱۳۹۵). عوامل مؤثر بر کارآفرینی دانشگاهی در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران، کنفرانس بین‌المللی کسب و کار: فرصت‌ها و چالش‌ها، رشت، دانشگاه فنی و حرفه‌ای میرزا کوچک صومعه سرا.
- باروج کیاکلایی، مهرزاد، سیمپاری، سیما (۱۳۹۷). شناسایی ویژگی‌های فیزیکی مدارس کارآفرین، اولین همایش ملی کارآفرینی، چالوس، دانشگاه آزاد اسلامی واحد چالوس.
- پورشریعت، عیسی، محبوب، حسن، مصطفایی، مهرداد (۱۳۹۵). بررسی وضعیت عوامل ساختاری و کارآفرینی دانشگاهی دانشگاه‌های ارتش (مطالعه موردی: دانشگاه هوایی شهید ستاری). فصلنامه علمی-پژوهشی آموزش علوم دریایی، ۳(۷)، ۳۱-۴۳.
- پیرزاده، حسن، جلالی، علیرضا (۱۳۹۷). بررسی نقش فضای کسب و کار در بهبود و توسعه کارآفرینی در ایران، کنفرانس ملی اندیشه‌های نوین و خلاق در مدیریت، حسابداری مطالعات حقوقی و اجتماعی، خوی، دانشگاه آزاد اسلامی زرگان - آموزش عالی علامه خوبی وابسته به وزارت علوم تحقیقات و فناوری.
- حاجی یخچالی، علیرضا (۱۳۸۲). بررسی و اولویت بندی نگرش دانشجویان نسبت به مواد و دوره‌های 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، حصاری، محمدرضا (۱۳۹۱). بررسی و اولویت بندی موانع فرهنگی و اقتصادی توسعه فضای کارآفرینی در ایران و ارائه خط مشی‌های پیشنهادی با استفاده از مدل AHP فازی گروهی، دومین کنفرانس دانشجویی کارآفرینی کشور، تهران، دانشگاه شاهد.
- حسینی، مژگان؛ آقایی پورفطرتی، اعظم، آقایی، پورفطرتی، رضا (۱۳۹۵). مطالعه تجربی برخی از عوامل اثر گذار بر اکوسیستم کارآفرینی، کنفرانس بین‌المللی مهندسی صنایع و مدیریت، تهران، دبیرخانه دائمی 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.
- داوری، علی؛ سفیدبری، لیلا؛ باقرصاد، وجیه (۱۳۹۶). عوامل اکوسیستم کارآفرینی ایران بر اساس مدل آیزنبرگ. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۱۰(۱): ۱۰۱-۱۲۰.
- ریبی، زهرا؛ صدیقی، حسن (۱۳۹۳). بررسی عوامل مؤثر بر ایجاد روحیه کارآفرینی در دانشجویان دانشکده منابع طبیعی دانشگاه چمران واحد دانشگاهی بهبهان. راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی؛ ۱(۲): ۵۲-۶۵.
- شریف زاده، فتاح؛ رضوی، سید مصطفی؛ زاهدی، شمس السادات؛ نجاری، رضا (۱۳۸۸). طراحی و تبیین الگوی عوامل مؤثر بر کارآفرینی دانشگاهی (مطالعه موردی: دانشگاه پیام نور). فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۲(۴)، ۱۱-۳۸.
- صادقی، لاله، 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 تربت حیدریه.
- صفری، سعید، میرزایی، محمد، بافقی، ملیحه (۱۳۹۴). شناسایی و اولویت بندی فرصت‌های کارآفرینانه در صنعت گردشگری شهرستان یزد. مطالعات مدیریت گردشگری، ۹(۲۶)، ۱۳۱-۱۴۷.

- طالبی، کامبیز، زارع یکتا، محمدرضا، (۱۳۸۷). آموزش کارآفرینی دانشگاهی و نقش آن در ایجاد و توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط دانش‌بنیان. توسعه کارآفرینی، (۱)، ۱۱۱-۱۳۱.
- عربون، ابوالقاسم، مویدی، فرزانه (۱۳۹۵). شناخت استراتژی‌های نوآور در خلق اکوسیستم‌های کارآفرینانه در دانشگاه تهران، دومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت و علوم اجتماعی، دبی، موسسه مدیران ایده پرداز پایتخت ویرا.
- غلامی، علی، محمدزاده لاریجانی، فاطمه (۱۳۹۶). ارزیابی مطلوبیت و نقش اکوسیستم کارآفرینی روستایی در استان آذربایجان غربی. جغرافیا و پایداری محیط، ۳۲: ۸۳-۱۰۱.
- قاسمی، جواد؛ اسدی، علی (۱۳۸۹). تحلیل عوامل مؤثر در ایجاد روحیه کارآفرینی دانشجویان تحصیلات تکمیلی (مطالعه موردی: پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران)، اقتصاد و توسعه کشاورزی (علوم و صنایع کشاورزی)، ۲۴(۱): ۱۳-۲۲.
- قمبرعلی، رضوان؛ آگهی، حسین؛ علی بیگی، امیرحسین؛ زرافشانی، کیومرث (۱۳۹۳). راهبرد اکوسیستم کارآفرینی: پارادیم جدید توسعه کارآفرینی. کارآفرینی در کشاورزی، (۳)، ۲۱-۳۸.
- 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.
- 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, I. & Citra, A. (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*, 52-69p.
- Rotefoss, B., & Nyvold, C. E. (2011). Entrepreneurship and innovation policy in European countries. Executive Summary, the Case of Norway, *Innovative Policy Research for Economic Growth*, 1-11.
- Rubin, Y., Lednev, M., & Mozhzhukhin, D. (2019). Competition Studies: Structuring Competencies in University Entrepreneurship Programs. *Higher Education in Russia*, 28, 21-33.
- Strauss, A. L., and Corbin, J. M. (2008). *Basics of Qualitative Research (3rd ed.): Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*. California, USA.
- 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.
- Zhang, J. (2007). A Study of Academic Entrepreneurs Using Venture Capital Data, *IZA DP*, No. 2992, 11(2), 133-162.