نقش آموزش‌های دانشگاهی بر ایجاد روحیه کارآفرینی و راهکارهای ارتقاء آن

کامران مالکپور[۱]، علی دلاور[۲]

تاریخ دریافت:۹۵/۵/۱۲ پذیرش نهایی: ۹۵/۸/۱۳

چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی نقش آموزش‌های دانشگاهی بر ایجاد پرورش روحیه کارآفرینی در بین دانشجویان و ارائه راهکارهایی برای ارتقاء آن است. روش پژوهش از نوع آمیخته است که داده‌های آن در قسمت کمی با پرسشنامه محقق‌ساخته و در قسمت کیفی با روش مشاهده مشارکتی و فن مصاحبه نیمه‌ساختاریافته جمع‌آوری شده است. در بخش کمی ۳۰۰ نفر از دانشجویان دانشگاه علامه طباطبایی مشغول به تحصیل سال تحصیلی ۹۴-۱۳۹۳ با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای انتخاب شدند. در بخش کیفی با نمونه‌گیری هدفمند تعداد ۱۵ نفر از اساتید دانشگاه به عنوان نمونه پژوهش مورد مصاحبه قرار گرفتند. یافته‌ها حاکی از دارد که همه مؤلفه‌های کارآفرینی کمتر از حد وسط هستند. نتایج نشان می-دهد که دوره‌های آموزشی بر پرورش روحیه کارآفرینی در دانشجویان تأثیر ندارند. در نهایت ۵ مقوله تحول در نقش دانشگاه‌ها (پذیرش نقش جدید)، بسترسازی، شبکه‌سازی، ارتقاء فعالیت‌های دانشگاهی و تغییرات مدیریتی عمده برای بهبود کارآفرینی ارائه شد.

کلیدواژه: دوره‌های آموزشی، کارآفرینی، روحیه کارآفرینی، کارآفرینی دانشگاهی.

مقدمه

کارآفرینی موتور محرک توسعه و پیشرفت اقتصادی و ایجاد شغل و اصلاح اجتماع محسوب می‌شود (گرول و آستن[۳]، ۲۰۰۶)؛ و روحیه کارآفرینی پیش‌برنده‌ی بسیاری از موفقیت‌های بشر بوده و تغییر تاریخ به احتمال زیاد در قالب کارآفرینی ادامه می‌یابد (جعفری‌مقدم و فخارزاده، ۱۳۹۰). در دنیای در حال تحول و پیشرفت امروزی که زندگی خواسته یا ناخواسته تحت تأثیر علم و فنّاوری قرار دارد، کامیابی و موفقیت برای جامعه‌ای به دست می‌آید که از نیروی کار ماهر، متخصص، خلاق و خودباور برخوردار باشد. چراکه در عرصه جهانی افراد خلاق و مبتکر به عنوان کارآفرینان، منشأ تحولات بزرگی در زمینه صنعت آموزش شده‌اند. البته باز هم در میان این

[۱]. نویسنده مسئول: کارشناس ارشد برنامه ریزی آموزشی دانشگاه علامه طباطبایی و مدرس دانشگاه پیام‌نور
Malekpour.k92@gmail.com
[۲]. استاد گروه سنجش و اندازه‌گیری دانشگاه علامه طباطبایی Delavarali@yahoo.com

[3]. Gürol & Atsan

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOI: 10.18869/acadpub.erj.2.31.32]

جوامع آن‌هایی پیشتازند که قادرند میان منابع و قابلیت‌های کارآفرینی منابع انسانی خود رابطه معناداری برقرار کنند؛ بنابراین، یک ضرورت جدی در توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورها، ایجاد و گسترش فرهنگ کارآفرینی است و آنچه در فرهنگ‌سازی نقش عمده‌ای دارد آموزش است؛ زیرا تبدیل‌شدن به یک کارآفرین و عمل کردن به عنوان یک کارآفرین موفق ایجاد فرایند یادگیری کارآفرینی هستند (رضایی، ۱۳۹۲).

در اغلب موارد دانشگاه‌ها به عنوان مؤسسات آموزشی شناخته می‌شوند؛ اما افراد چه چیزهایی در دانشگاه‌ها می‌آموزند؟ آیا آنچه که در دانشگاه‌ها آموخته می‌شود منعکس‌کننده ملزومات یک جامعه کارآفرین است؟ همان‌گونه که در سطح یادگیری دیده می‌شود، عمدتاً دانشگاه‌ها در سطح نخست یادگیری عمل می‌کنند؛ یعنی ایجاد دانش و انتقال دانش جدید و قدیم به دانشجویان. سطح دوم یادگیری که مهم‌ترین و مولدترین بخش یادگیری است، ممکن است کنار گذارده شود و سطح سوم نیز به‌طور گسترده‌ای نادیده گرفته شده و حتی ممکن است منفی تلقی شود. تمرکز دانشگاه‌ها در سطح دوم یادگیری باید بر توانایی سمت چپ مغز باشد. این توانایی‌ها اولین نیازهای کارآفرینان نوآور در سطح بازار هستند که نه آموزش داده می‌شود و نه مورد ارزیابی قرار می‌گیرد (صفرزاده و فرهنگی، ۱۳۸۶)

تا مدت‌ها تصور غالب بر این بود که کارآفرینی یک خصوصیت ویژه فردی و ارثی است و تحصیل و آموزش نمی‌تواند تأثیری بر کارآفرین شدن افراد داشته باشد (لوی[1]، ۱۹۹۹)؛ اما شواهد موجود نشان می‌دهند که کارآفرینی می‌تواند در نتیجه دوره‌ها و برنامه‌های آموزشی پرورش یابد (سالازار، ۱۳۸۳). به عقیده راسموسن مراکز آموزشی می‌توانند با دوره‌های آموزشی که برگزار می‌کنند انگیزه و شایستگی فارغ التحصیلان را افزایش داده و افرادی برجسته را در فعالیت‌های کارآفرینی پرورش دهند (راسموسن[2]، ۲۰۰۶). دانشگاه‌ها می‌توانند از طریق آموزش ویژگی‌های کارآفرینانه نظیر توفیق‌طلبی، خطرپذیری، تحمل ابهام، اعتمادبه‌نفس، نوآوری و خلاقیت، باعث بهبود کارآفرینی در میان دانشجویان شوند (رول و آتسن[3]، ۲۰۱۴).

---

[1]. Levie
[2]. Rasmussen
[3]. Rol & Atson

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOI: 10.18869/acadpub.erj.2.31.32]

کارآفرینی باعث رشد و توسعه اقتصادی کشورها به ویژه کشورهای توسعه یافته شده است. برخی از نویسندگان معاصر در مورد اقتصاد کارآفرینی صحبت می‌کنند و در این میان نقش دانشگاه‌ها و دیگر مؤسسات آموزش عالی در این الگوی جدید اقتصادی نیز برجسته است (نبی و لینان[1]، ۲۰۱۱). سانچز[2] (۲۰۱۱) در تحقیق خود به این نتیجه رسیده است که دوره‌ها و برنامه‌های آموزشی می‌توانند خودباوری، خطرپذیری و قصد خوداشتغالی را در دانشجویان پرورش دهند؛ بنابراین دوره‌های آموزشی بر پرورش روحیه کارآفرینی در دانشجویان تأثیر مثبت دارد؛ از این رو کشورهای در حال توسعه مانند ایران نیز برای دست‌یابی به مزیت‌های رقابتی و حل مسائل و مشکلات عمومی جامعه مانند بیکاری و نظایر آن ملزم به توسعه کارآفرینی هستند.

اگرچه تاکنون مطالعات مختلفی درباره‌ی آموزش کارآفرینی انجام شده است، اما بررسی نقش و ضرورت دوره‌های آموزش‌های دانشگاهی بر ایجاد روحیه کارآفرینی در دانشجویان موضوعی است (نوعی آسیب‌شناسی از نظام آموزشی است) که نیازمند کار و مطالعه بیشتر است. آموزش به عنوان یکی از متغیرهای اصلی در زمره عوامل سازمانی مؤثر بر کارآفرینی است. لذا هدف از اجرای پژوهش حاضر بررسی نقش دوره‌های آموزشی که از سوی دانشگاه علامه طباطبایی برای دانشجویان برگزار می‌شود، با ایجاد روحیه کارآفرینی در آن‌ها و در نهایت ارائه سازوکارهای ارتقاء و توسعه کارآفرینی در دانشگاه علامه طباطبایی است؛ بنابراین برای یافتن پاسخ به مسئله فوق این سؤال مطرح می‌شود: آیا دوره‌های آموزشی که دانشگاه علامه طباطبایی در حال حاضر برگزار می‌کند بر ایجاد روحیه کارآفرینی در دانشجویان تأثیر دارد؟

هدف کلی پژوهش حاضر تعیین نقش آموزش‌های دانشگاهی بر پرورش روحیه کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه علامه طباطبایی و ارائه راهکارهای ارتقاء و توسعه آن است که این هدف کلی در قالب ۶ سؤال پژوهشی دنبال می‌شود.

۱. بررسی وضعیت تأثیر آموزش‌های دانشگاهی بر توفیق‌طلبی در بین دانشجویان دانشگاه علامه طباطبایی.
۲. بررسی وضعیت تأثیر آموزش‌های دانشگاهی بر مخاطره‌پذیری در بین دانشجویان دانشگاه علامه طباطبایی.
۳. بررسی وضعیت تأثیر آموزش‌های دانشگاهی بر ویژگی تحمل ابهام در بین دانشجویان دانشگاه علامه طباطبایی.

---

[1]. Nabi & Linan
[2]. Sanchez

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOI: 10.18869/acadpub.erj.2.31.32]

۴. بررسی وضعیت تأثیر آموزش‌های دانشگاهی بر ویژگی اعتمادبه‌نفس در بین دانشجویان دانشگاه علامه طباطبایی.
۵. بررسی وضعیت تأثیر آموزش‌های دانشگاهی بر خلاقیت در بین دانشجویان دانشگاه علامه طباطبایی.
۶. شناسایی و ارائه‌ی راهکارهای توسعه و ارتقای کارآفرینی دانشگاهی.

امروزه مؤسسات آموزش عالی و دانشگاه‌ها فارغ‌التحصیلان زیادی را برای بازار کار تربیت می‌کنند که در توسعه اقتصادی نقش دارند. در محیط امروز صرف پول برای تحصیلات نقش زیادی در توسعه اقتصادی دارد. لذا آموزش برای حفظ سطوح بودجه‌ای خود با مشکلات زیادی مواجه است. از این رو نهادهای آموزشی باید خودشان را با خلق ارزش اثبات نمایند. دانشگاه‌ها در سطح جهان از فراهم آورنده محیطی برای کسب دانش به مکانی برای تربیت افراد برای ایجاد شرکت‌های بزرگ تکامل یافته‌اند که نیازهای بازار را برای خدمات آموزشی برآورده می‌سازند؛ اما با توجه به توانایی‌های محیط فعلی، مدیران دانشگاه‌ها نمی‌توانند صرفاً به تلاش‌های دانشجویان برای نیل به موفقیت اتکا کنند. به علاوه آن‌ها باید فعال و نوآور باشند. توانایی خطر را داشته باشند؛ لازم است یک رویکرد جامع ارزیابی را اتخاذ کنند و آن را با کارآفرینی راهبردی خود یکپارچه نمایند (شریفی، ۱۳۹۱). با عنایت به اینکه بحث کارآفرینی در سازمان‌های گوناگون و حوزه‌های علمی و عملی متنوعی وارد شده و توجه به این مقوله در کلیه‌ی نهادهای جامعه ضروری به نظر می‌رسد، مطالعه‌ی آن در حوزه دانشگاه که یکی از تأثیرگذارترین و مهم‌ترین نهادهای جامعه بوده و در پیشرفت و اعتلای آن نقش اساسی ایفا می‌کند، اهمیت و ضرورتی دوچندان دارد. کارآفرینی در دانشگاه از جنبه‌ها و ابعاد گوناگونی بررسی می‌شود که یکی از مهم‌ترین آن‌ها مشارکت دانشگاه‌ها در توسعه‌ی اقتصادی جوامع با ورود به حوزه‌ی کسب‌وکار و به عبارتی تجاری‌سازی دان است. از طرف دیگر، با توجه به تحولات انجام‌شده در جهان توجه دانشگاه به این مقوله بر ای حفظ بقای آن ضروری است (ندیو خانلو، ۱۳۸۷)

کارآفرینی، خلاقیت و کسب کارهای خطرپذیر به عنوان سوخت موتور اقتصاد مدرن در نظر گرفته شده‌اند. کارآفرینان، افراد، گروه‌ها یا مردمانی هستند که کسب‌وکار جدیدی را تأسیس و اداره می‌کنند به‌گونه‌ای که

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOI: 10.18869/acadpub.erj.2.31.32]

حداقل برای بیش از یک نفر ایجاد اشتغال کنند (کرکوود[1]، ۲۰۰۷). یک کارآفرین با توجه به ویژگی توفیق طلبی و با هدف بهبود عملکرد خود در شرایط چالشی و رقابتی به تأسیس و اداره کردن یک کسب‌وکار اقدام می‌کند (مک‌کللند[2]، ۱۹۸۷؛ هانسه مارک[3]، ۲۰۰۳؛ یوچ و راچ[4]، ۲۰۱۱). این خصوصیت منحصربه‌فردی است که کارآفرینان را در راستای موفقیت در کار و تعالی به‌سوی رودررو در کار برمی‌انگیزاند (اتکینسون و راینر[5]، ۱۹۷۴؛ گروتی و جیمز[6]، ۱۹۹۱). خطرپذیری یکی دیگر از ویژگی‌های افراد کارآفرین است که بر آن تأکید زیادی شده است (هو و که[7]، ۱۹۹۲). فرد خطرپذیر کسی است که تمایل زیادی دارد تا در موقعیت‌های تصمیم‌گیری عدم اطمینان کار کنند (که، ۲۰۱۱). از منظر کارآفرینی، کارآفرینان همواره در جستجوی خطر هستند (آگارروال و پراسد[8]، ۲۰۱۴) و کارآفرینان کسانی هستند که تمایل دارند تا از منابع خود در فرصت‌هایی استفاده کنند که احتمال شکست در آن‌ها زیاد است. مک‌کللند معتقد است که کارآفرینان با ویژگی‌های داشتن اعتمادبه‌نفس، توانایی پذیرش خطر محاسبه‌شده، نیاز به بررسی محیط و تمایل به داشتن بازخورد از عملکرد خود شناخته می‌شوند (کلیم و لودین[9]، ۲۰۰۰).

موضوع کارآفرینی از جنبه‌های متعدد و به وسیله رشته‌های مختلف علمی نظیر اقتصاد، مدیریت، جامعه‌شناسی و روانشناسی موردمطالعه و بحث قرار گرفته است. مانند سایر بحث‌ها در علوم انسانی، درباره‌ی کارآفرینی نیز مطالعات متعدد و متنوعی وجود دارد (احمدپور، ۱۳۸۱). در خصوص آموزش کارآفرینی، عده‌ای بر وراثتی بودن کارآفرینی تکیه دارند در حالی که عده‌ای دیگر معتقدند که می‌توان با آموزش، ویژگی‌های کارآفرینانه را در افراد ایجاد کرد (صالحی و برادران، ۱۳۸۴). بعضی از یافته‌ای تجربی نشان داده‌اند که با استفاده از آموزش می‌توان ویژگی‌های کارآفرینی را تعلیم داد یا حداقل ترغیب کرد و بعضی دیگر از تحقیقات رابطه

1. Kirkwood
2. McClelland
3. Hansemark
4. Utsch & Rauch
5. Atkinson & Raynor
6. Grote & James
7. Ho & Koh
8. Agarwal & Prasad
9. Kliem & Ludin

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOI: 10.18869/acadpub.erj.2.31.32]

معناداری را بین آموزش‌های دانشگاهی و ایجاد کارآفرینی ندیده بودند و معتقد بودند که آموزش‌های دانشگاهی در پرورش روحیه کارآفرینی مؤثر نبوده است.

عزیزی (۱۳۸۲) معتقد است که در مراکز آموزشی، زمینه بروز و پرورش ویژگی‌های کارآفرینانه فراگیران فراهم نشده است. احمدی (۱۳۸۵) اشاره کرده است که برنامه‌های درسی دانشگاه نتوانسته است دانش و مهارت‌های موردنیاز کارآفرینان را در دانشجویان پرورش دهد و فارغ‌التحصیلان حتی با روحیه کارآفرینی پس از اتمام تحصیلات، آماده ایجاد یک کسب‌وکار برای خود نیستند. شکاری و همکاران (۱۳۸۸) اعتقاد دارند که درس دوره‌های آموزشی توانسته است اطلاعات و مهارت‌های کارآفرینی موردنظر را در دانش‌آموختگان برای ورود به بازار کار فراهم کنند. روپکه[1] (۲۰۰۶) در مطالعه‌ای نشان داد که کارآفرینی به عنوان پلی روی شکاف میان دانستن و اقدام و تبدیل دانش به مرحله‌ی عمل است. فایول، گیلی و نارجیس[2] (۲۰۰۶) در مطالعه‌ای که بر روی دانشجویان فرانسوی شرکت‌کننده در دوره‌ی تخصصی مدیریت انجام داده‌اند؛ نشان دادند که اثر برنامه‌های آموزش کارآفرینی بر روی دانشجویانی که در ابتدا قصد کارآفرینی پایینی داشتند مثبت بود و برای دانشجویانی که از ابتدا قصد کارآفرینی بالایی داشتند، منفی بود. سانچز (۲۰۱۱) در مطالعه بر روی دانشجویان رشته‌های اقتصاد، علوم اجتماعی، فنی، حقوق و بهداشت کشور اسپانیا نشان داد که خودباوری، خطرپذیری، پیشتاز بودن و قصد خوداشتغالی به‌طور مشخصی بعد از برنامه‌های آموزش کارآفرینی نسبت به قبل از برنامه‌های آموزشی افزایش یافته است. ویلسون[3] و همکاران (۲۰۱۳) آموزش کارآفرینی نقش مهمی را در بالابردن سطح خودکارآمدی و قصد شروع فعالیت اقتصادی ایفا می‌کند.

روش پژوهش

با توجه با هدف پژوهش روش تحقیق در این مطالعه روش آمیخته است. به طور خاص در رویکردهای روش تحقیق آمیخته، محقق هر دو روش تحقیق کمی و کیفی را ترکیب می‌کند و به همدیگر پیوند می‌دهد.

---

[1]. Ropke
[2]. Fayolle, Gailly & Narjisse
[3]. Wilson

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOI: 10.18869/acadpub.erj.2.31.32]

سه نوع روش تحقیق آمیخته به‌وسیلهٔ کرسول[1] (۲۰۰۳) ارائه شده است که در این تحقیق از طرح تشریحی استفاده شده است. طرح تشریحی یک طرح آمیخته، دو مرحله‌ای است که پژوهش برای تبیین پدیده‌ای با جمع‌آوری و تحلیل داده‌های کمی شروع می‌شود، سپس با گردآوری داده‌های کیفی ابعاد مختلف این پدیده با تفضیل بیشتری آشکار می‌گردد. برای این منظور پژوهشگر ابتدا با استفاده از روش پیمایشی نظرات دانشجویان را در مورد تأثیر دوره‌های آموزشی بر پرورش روحیه کارآفرینی مورد تحلیل قرار داده و در مرحله دوم در قسمت روش کیفی با استفاده از تحلیل اسناد، مشاهده مشارکتی و مصاحبه با اساتید دانشگاه سازوکارهایی برای ارتقاء و توسعه کارآفرینی دانشگاهی ارائه داده است. در قسمت کمی ابزار جمع‌آوری یافته‌ها پرسشنامه محقق‌ساخته است که خصیصهٔ روایی آن با توجه به مبانی نظری تحقیق، در نظر گرفتن تعاریف عملیاتی متغیرها و همچنین استفاده از نظرات متخصصان و خبرگان تأیید شده است و پایایی آن نیز با استفاده از فرمول آلفای کرونباخ ٪۹۲ گزارش شده است. در قسمت کیفی نیز برای جمع‌آوری یافته‌ها از روش‌های مصاحبه نیمه ساختاریافته، تحلیل اسناد و مشاهده مشارکتی استفاده شده است که پایایی و روایی آن با استفاده از روش سه سوسازی تعیین شده است. جامعه آماری در بخش کمی دانشجویان دانشگاه علامه طباطبایی است که در سال تحصیلی ۹۴-۱۳۹۳ مشغول به تحصیل بودند و نمونه آماری با استفاده از روش تصادفی ساده به حجم ۳۰۰ نفر بر اساس جدول مورگان انتخاب شده است. در قسمت کیفی نیز جامعه آماری سایت‌های علمی معتبر (اریک، پرکوئست، اشپلینگر) هستند. پانزده نفر از اساتید دانشگاه علامه طباطبایی به‌خصوص دانشکده مدیریت به عنوان نمونه انتخاب شدند که با روش نمونه‌گیری نظری انتخاب شدند.

برای تحلیل یافته‌ها از روش آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد. در سطح آمار توصیفی از میانگین، انحراف استاندارد و فراوانی برای توصیف شرایط موجود استفاده گردید. در سطح آمار استنباطی برای تعمیم صفات نمونه به جامعه، آزمون تی تک نمونه برای پاسخ به سؤال اصلی و پنج سؤال فرعی مربوط به بخش کمی به کار رفت؛ و از آزمون تی مستقل برای مقایسهٔ بین متغیرهای دموگرافیگ استفاده شد. در آزمون تی تک نمونه‌ای برای متغیر روحیهٔ کارآفرینی عدد ۱۸۶ به عنوان میانگین حد وسط انتخاب شد. برای مؤلفه‌های

[1]. Creswell

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOI: 10.18869/acadpub.erj.2.31.32]

مخاطره‌پذیری و توفیق‌طلبی عدد ۴۵، برای مؤلفهٔ تحمل ابهام عدد ۳۳، برای مؤلفهٔ خلاقیت عدد ۳۹ و برای مؤلفهٔ اعتمادبه‌نفس عدد ۲۴ به عنوان میانگین حد وسط انتخاب شدند. برای توصیف و تجزیه‌وتحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS ۲۲ استفاده گردید. در بخش کیفی تحلیل یافته‌ها با استفاده از روش تحلیل تماتیک و نظریه زمینه‌ای است؛ که به طور خلاصه به توضیح و مراحل انجام آن اشاره می‌شود.

در همه شیوه‌های تحلیل داده‌های کیفی، تحلیل موضوعی یا تماتیک از اهمیت زیادی برخوردار است. تحلیل موضوعی یا تماتیک ضمن اینکه خود یک روش مستقل تحلیلی است می‌تواند در روش‌های تحلیلی دیگر نیز به کار رود. این نوع روش مخصوصاً در روش نظریه زمینه‌ای از اهمیت زیادی برخوردار است. داده‌های مورد تحلیل در روش تماتیک شامل داده‌های متنی، مصاحبه‌ها و داده‌های مشاهده‌ای متنی شده هستند. این نوع تحلیل در وهله اول به دنبال الگویابی است. زمانی که الگویی از داده‌ها به دست آید باید حمایت تمی یا موضوعی از آن صورت گیرد به عبارتی تم‌ها از داده‌ها سرچشمه می‌گیرند (محمدپور، ۱۳۹۰). الگوهای متعددی برای تحلیل تماتیک وجود دارد که شباهت‌های بسیار زیادی با هم دارند. الگوی ارائه شده توسط استربرگ یکی از کامل‌ترین الگوها است که در زیر به اختصار بیان می‌شود (الگوی استربرگ الگوی استفاده شده برای تحلیل تماتیک داده‌ها در این پژوهش است): استربرگ در طرح خود به پنج مرحله به صورت زیر اشاره می‌کند:

۱. مدیریت داده‌ها: تنظیم و سازمان‌دهی داده‌ها
۲. درگیری با داده‌ها[1]: در این مرحله مقدمات تحلیل داده‌ها با انجام یکسری کدگذاری‌ها فراهم می‌شود، مستلزم توجه به موارد متعددی شامل، کدگذاری باز، توسعه تم‌ها، کدبندی متمرکز است.
۳. ترسیم داده‌ها[2]: در این مرحله مقوله‌ها، تم‌ها و الگوهای یافته شده در قالب نقشه‌های داده‌ای[3] و دیاگرام-های مفهومی[4] به تصویر کشیده می‌شود.
۴. توسعه تحلیل: آغاز و توسعه تحلیل‌های مبتنی بر مقوله‌ها و تم‌ها.

---

[1]. Engagement
[2]. Data display
[3]. Data map
[4]. Conceptual framework

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOI: 10.18869/acadpub.erj.2.31.32]

۵. سنخ شناسی: این مرحله آخرین گام تحلیل است. پژوهشگر الگوها را دسته‌بندی کرده و برحسب تفاوت‌ها و شباهت‌ها آن‌ها را سنخ بندی می‌کند.

در نتیجه این تحلیل‌ها تحلیل تماتیک باید به مرحله اشباع تماتیک (همگرایی مفهومی) برسد. پژوهشگر باید بررسی کند که آیا کدها، تم‌ها، الگوها و سنخ‌شناسی‌ها تا حد امکان از نظر مفهومی اشباع شده‌اند یا خلاء مفهومی وجود دارد (محمدپور، ۱۳۹۰). نظریه زمینه‌ای ترجمه واژه‌ی (grounded theory) است که برای این واژه در فارسی معادل‌های گوناگونی وضع شده است از جمله نظریه زمینه‌ای (نصر و همکاران، ۱۳۸۶)، تئوری بنیادی، مبتنی بر داده‌ها، مفهوم‌سازی بنیادی (دانایی فر و همکاران، ۱۳۸۶) و تئوری بر خواسته از داده‌ها (بازرگان، ۱۳۹۱) تئوری وابسته به زمینه (هومن، ۱۳۸۵).

اشتراوس و کوربین بیان می‌کنند که تئوری برخاسته از داده‌ها نوعی راهبرد کیفی برای تدوین تئوری در مورد یک پدیده از طریق مشخص کردن عناصر کلیدی آن پدیده و سپس طبقه‌بندی روابط این عناصر درون بستر و فرآیند است (کرسول، ۲۰۰۷). در نظریه زمینه‌ای یک رابطه میان داده و محقق وجود دارد که پی‌بردن به تئوری از میان داده‌ها هنر محقق است. محقق در این نظریه از دانشی درباره داده‌ها، ظرفیت شناسایی آن‌ها و مفاهیم آن برخوردار است. در واقع روش نظریه زمینه‌ای از یک فرایند ثابت و از پیش تعیین‌شده‌ای پیروی نمی-کند و فرایند جمع‌آوری اطلاعات و تحلیل آن‌ها باهم هم‌پوشی کامل دارند؛ به عبارت دیگر، چون در این روش محقق به دنبال آزمون فرضیه یا تئوری از پیش معلومی نیست و بدون هیچ نظریه مفروضی نسب به جمع‌آوری اطلاعات اقدام می‌کند هم‌زمان با جمع‌آوری اطلاعات نسبت به تحلیل و بسط آن‌ها و درک رابطه مابین آن‌ها برای بهره‌گیری از این نتایج در مراحل بعدی جمع‌آوری، تحلیل و ارائه نظریه زمینه‌ای اقدام خواهد کرد.

فرآیند اصلی در فن نظریه زمینه‌ای به عنوان روش تحلیل اطلاعات، فرآیند کدگذاری، طبقه‌بندی از داده-های خام، استخراج مفاهیم و مقوله ها اصلی و روابط بین آن‌ها در چارچوب یک تئوری محقق‌ساخته است که با توجه به شرایط و موقعیت پژوهش، نسبت به ارائه آن اقدام خواهد کرد. این فرایند مبنای اصلی تمایز این شیوه از سایر روش‌های تجزیه‌وتحلیل اطلاعات در پژوهش کیفی است. بر این اساس برای تحلیل اطلاعات در

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOI: 10.18869/acadpub.erj.2.31.32]

این شیوه یعنی نظریه زمینه‌ای از سه شیوه کدگذاری استفاده می‌شود: ۱. کدگذاری باز[1]، ۲. کدگذاری محوری[2]، ۳. کدگذاری انتخابی[3] (کوهن و همکاران[4]، ۲۰۰۷).

کدگذاری روند یا فرایندی است که طی آن داده‌های خام تفکیک، مفهوم‌بندی و ترکیب می‌شوند، به‌گونه‌ای که حاصل این فرایند بتواند نظریه زمینه‌ای نهایی را ارائه کند. در فرآیند کدگذاری، واحد تحلیل «مفهوم» است.

کدگذاری باز به تولید مفاهیم اولیه منجر می‌شود. در این مرحله می‌توان از واحد تحلیل به صورت سطر به سطر، بند به بند و یا صفحه به صفحه استفاده شود. در این مرحله به هر یک از جملات در سطر، بند یا صفحه یک کد اختصاص داده می‌شود.

کدگذاری محوری: در مرحله دوم (کدگذاری محوری) یکی از طبقه‌ها به عنوان طبقه محوری انتخاب و تحت عنوان پدیده محوری در مرکز فرایند موردبررسی قرار گرفته و ارتباط سایر طبقه‌ها با آن مشخص می‌شود. ارتباط سایر طبقه‌ها با طبقه محوری به پنج صورت برقرار می‌شود (محمدی، ۱۳۹۰).

یافته‌ها

همان‌طور که گفته شد این پژوهش با هدف بررسی نقش آموزش‌های دانشگاهی بر پرورش روحیه کارآفرینی در بین دانشجویان دانشگاه علامه طباطبایی و ارائه راهکارهای ارتقاء آن انجام شده است که به این منظور در قسمت کمی پرسشنامه‌ای در بین دانشجویانی اجرا شد که که در سال تحصیلی ۹۴-۱۳۹۳ در دانشگاه علامه طباطبایی مشغول به تحصیل بودند. داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS 22 تجزیه‌وتحلیل شد.

بر اساس یافته‌های پژوهش ۸۸ نفر (معادل ۲۹/۳ درصد) از پاسخگویان مرد و ۲۰۹ نفر (معادل ۶۹/۷ درصد) از پاسخگویان زن بودند. ۶ درصد از پاسخگویان متعلق به دانشجویان دانشکدهٔ اقتصاد و ۴/۷ درصد متعلق به مؤسسه آموزش عالی اکو، ۱۱ درصد متعلق به دانشکدهٔ حقوق و علوم سیاسی، ۳۵/۷ درصد متعلق با دانشکدهٔ روانشناسی و علوم تربیتی، ۴ درصد متعلق به دانشکدهٔ علوم اجتماعی، ۱۰/۷ درصد متعلق به دانشکدهٔ مدیریت و

[1]. Open coding
[2]. Axial coding
[3]. Selective coding
[4]. Cohen

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOI: 10.18869/acadpub.erj.2.31.32]

حسابداری، ۶/۳ درصد متعلق به دانشکدهٔ ادبیات و زبان‌های خارجی، ۴/۷ درصد متعلق به دانشکدهٔ معارف اسلامی، ۸ درصد متعلق به دانشکدهٔ ارتباطات ۶/۳ درصد متعلق به دانشکدهٔ علوم ریاضی و ۲/۳ درصد متعلق به دانشکدهٔ تربیت‌بدنی بود. ۰/۳ درصد از دانشجویان نیز بخش مربوط به دانشکده را بدون پاسخ گذاشته بودند. ۱۸۲ نفر (معادل ۶۰/۷ درصد) از دانشجویان دارای مهارت و تخصص معین بودند و ۱۱۴ نفر (معادل ۳۸ درصد) بدون مهارت و تخصص معین بودند. ۳۰/۷ درصد از دانشجویان قبلاً اقدام به کسب‌وکار کرده و یا در راه‌اندازی کسب‌وکاری همکاری داشته‌اند و ۶۸/۳ درصد قبلاً اقدام به کسب‌وکار نکرده و یا در راه‌اندازی کسب‌وکاری همکاری نداشته‌اند. ۶۵ درصد از دانشجویان تمایل به راه‌اندازی کسب‌وکار داشتند و ۳۵ درصد تمایلی به راه‌اندازی کسب‌وکار نداشتند.

جدول ۱. میانگین و انحراف استاندارد روحیه کارآفرینی و مؤلفه‌هایش

متغیر	میانگین	انحراف استاندارد
روحیه کارآفرینی	۱۴۷/۰۶	۲۵/۴۸
توفیق طلبی	۳۳/۰۸	۸/۷۸
مخاطره پذیری	۳۶/۰۴	۸/۸۵
تحمل ابهام	۳۰/۴۵	۷/۱۴
اعتمادبه‌نفس	۱۷/۷۳	۴/۶۴
خلاقیت	۲۹/۷۷	۷/۳۶

همان‌طور که در جدول شمارهٔ ۱ مشاهده می‌شود میانگین و انحراف استاندارد متغیر روحیهٔ کارآفرینی به ترتیب ۱۴۷/۰۶ و ۲۵/۴۸ بوده است. میانگین و انحراف استاندارد مؤلفهٔ توفیق‌طلبی ۲۳/۰۸ و ۸/۷۸ و مؤلفهٔ مخاطره پذیری ۳۶/۰۴ و ۸/۸۵ و تحمل ابهام ۳۰/۴۵ و ۷/۱۴ و مؤلفهٔ اعتمادبه‌نفس ۱۷/۷۳ و ۴/۶۴ و خلاقیت ۲۹/۷۷ و ۷/۳۶ بوده است.

۱. سؤال اصلی پژوهش: وضعیت نقش آموزش‌های دانشگاهی بر پرورش روحیه کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه علامه طباطبایی چگونه است؟

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOI: 10.18869/acadpub.erj.2.31.32]

قبل از پاسخ به سؤالات پژوهش مفروضهٔ نرمال بودن متغیرهای وابسته (روحیهٔ کارآفرینی و مؤلفه‌های آن) موردبررسی قرار گرفت که مفروضهٔ نرمال بودن در هر همهٔ متغیرها با سطح معناداری بزرگ‌تر از ۰/۰۵ تأیید شد. (p>۰/۰۵).

جدول ۲. آزمون تی تک نمونه‌ای برای بررسی وضعیت روحیهٔ کارآفرینی دانشجویان

متغیرها	درجه آزادی	تفاوت میانگین	T محاسبه‌شده	سطح معناداری	حد پایین	حد بالا
روحیهٔ کارآفرینی	۲۹۹	-۳۸/۹۳	-۲۶/۴۶	۰/۰۰۱	-۴۱/۸۳	-۳۶/۰۴

همان‌طور که در جدول شمارهٔ ۲ مشاهده می‌شود آزمون تی تک نمونه‌ای برای بررسی وضعیت نقش آموزش‌های دانشگاهی در ایجاد روحیهٔ کارآفرینی دانشجویان دانشگاه علامه طباطبایی با درجه آزادی ۲۸۹ و تی محاسبه‌شدهٔ ۲۶/۴۶- و سطح معناداری ۰/۰۰۱ تفاوت معناداری را در سطح ۹۹ درصد اطمینان بین میانگین حد وسط (۱۸۶) و میانگین ایجاد روحیه کارآفرینی (۱۴۷/۰۶) نشان می‌دهد. پس می‌توان نتیجه گرفت که میانگین ایجاد روحیهٔ کارآفرینی کمتر از میانگین حد وسط است که نشان می‌دهد وضعیت نقش دوره‌های آموزشی در ایجاد روحیهٔ کارآفرینی دانشجویان کمتر از حد وسط است.

۲. وضعیت تأثیر دوره‌های آموزشی بر توفیق طلبی در بین دانشجویان دانشگاه علامه طباطبایی چگونه است؟

جدول ۳. آزمون تی تک نمونه‌ای برای بررسی وضعیت توفیق طلبی دانشجویان

متغیرها	درجه آزادی	تفاوت میانگین	T محاسبه‌شده	سطح معناداری	حد پایین	حد بالا
توفیق طلبی	۲۸۹	-۱۱/۹۱	-۲۳/۴۹	۰/۰۰۱	-۱۲/۹۱	-۱۰/۹۲

همان‌طور که در جدول شمارهٔ ۳ مشاهده می‌شود آزمون تی تک نمونه‌ای برای بررسی وضعیت نقش آموزش‌های دانشگاهی در ایجاد روحیهٔ توفیق طلبی دانشجویان دانشگاه علامه طباطبایی با درجه آزادی ۲۸۹ و تی محاسبه‌شدهٔ ۲۳/۴۹- و سطح معناداری ۰/۰۰۱ تفاوت معناداری را در سطح ۹۹ درصد اطمینان بین میانگین حد وسط (۴۵) و میانگین ایجاد روحیهٔ توفیق طلبی (۳۳/۰۸) نشان می‌دهد؛ یعنی اینکه میانگین ایجاد روحیهٔ

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOI: 10.18869/acadpub.erj.2.31.32]

توفیق طلبی کمتر از میانگین حد وسط است که نشان می‌دهد وضعیت نقش دوره‌های آموزشی در ایجاد روحیهٔ توفیق‌طلبی دانشجویان کمتر از حد وسط است.

۳. وضعیت تأثیر آموزش‌های دانشگاهی بر مخاطره‌پذیری در بین دانشجویان دانشگاه علامه طباطبایی چگونه است؟

جدول ۴. آزمون تی تک نمونه‌ای برای بررسی وضعیت مخاطره پذیری

متغیرها	درجه آزادی	تفاوت میانگین	T محاسبه‌شده	سطح معناداری	حد پایین	حد بالا
مخاطره پذیری	۲۸۹	-۸/۹۶	-۱۷/۵۴	۰/۰۰۱	-۹/۹۷	-۷/۹۶

همان‌طور که در جدول شمارهٔ ۴ مشاهده می‌شود آزمون تی تک نمونه‌ای برای بررسی وضعیت نقش آموزش‌های دانشگاهی در ایجاد روحیهٔ مخاطره‌پذیری دانشجویان دانشگاه علامه طباطبایی با درجه آزادی ۲۸۹ و تی محاسبه‌شدهٔ ۱۷/۵۴- و سطح معناداری ۰/۰۰۱ تفاوت معناداری را در سطح ۹۹ درصد اطمینان بین میانگین حد وسط (۴۵) و میانگین ایجاد روحیهٔ مخاطره‌پذیری (۳۶/۰۴) نشان می‌دهد؛ یعنی اینکه میانگین ایجاد روحیهٔمخاطره پذیری کمتر از میانگین حد وسط است که نشان می‌دهد وضعیت نقش دوره‌های آموزشی در ایجاد روحیهٔ مخاطره‌پذیری دانشجویان کمتر از حد وسط است.

۴. وضعیت تأثیر آموزش‌های دانشگاهی بر تحمل ابهام در بین دانشجویان دانشگاه علامه طباطبایی چگونه است؟

جدول ۵. آزمون تی تک نمونه‌ای برای بررسی وضعیت تحمل ابهام دانشجویان

متغیرها	درجه آزادی	تفاوت میانگین	T محاسبه‌شده	سطح معناداری	حد پایین	حد بالا
تحمل ابهام	۲۸۹	-۲/۵۵	-۶/۱۸	۰/۰۰۱	-۳/۳۷	-۱/۷۴

همان‌طور که در جدول شمارهٔ ۵ مشاهده می‌شود آزمون تی تک نمونه‌ای برای وضعیت نقش آموزش‌های دانشگاهی در ایجاد روحیهٔ تحمل ابهام دانشجویان دانشگاه علامه طباطبایی با درجه آزادی ۲۸۹ و تی محاسبه‌شدهٔ ۶/۱۸- و سطح معناداری ۰/۰۰۱ تفاوت معناداری را در سطح ۹۹ درصد اطمینان بین میانگین حد وسط (۳۳) و میانگین ایجاد روحیهٔ تحمل ابهام (۳۰/۴۵) نشان می‌دهد. طبق یافته‌های پژوهش میانگین ایجاد

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOI: 10.18869/acadpub.erj.2.31.32]

روحیهٔ تحمل ابهام کمتر از میانگین حد وسط است که نشان می‌دهد وضعیت نقش دوره‌های آموزشی در ایجاد روحیهٔ تحمل ابهام دانشجویان کمتر از حد وسط است.

۵. وضعیت تأثیر آموزش‌های دانشگاهی بر اعتمادبه‌نفس در بین دانشجویان دانشگاه علامه طباطبایی چگونه است؟

جدول ۶. آزمون تی تک نمونه‌ای برای بررسی وضعیت اعتمادبه‌نفس دانشجویان

متغیرها	درجه آزادی	تفاوت میانگین	T محاسبه‌شده	سطح معناداری	حد پایین	حد بالا
اعتمادبه‌نفس	۲۸۹	-۶/۲۷	-۲۳/۳۹	/۰۰۱	-۶/۸۰	-۵/۷۵

همان‌طور که در جدول شمارهٔ ۶ مشاهده می‌شود آزمون تی تک نمونه‌ای برای بررسی وضعیت نقش آموزش‌های دانشگاهی در ایجاد اعتمادبه‌نفس دانشجویان دانشگاه علامه طباطبایی با درجه آزادی ۲۸۹ و تی محاسبه‌شدهٔ ۲۳/۳۹- و سطح معناداری ۰/۰۰۱ تفاوت معناداری را در سطح ۹۹ درصد اطمینان بین میانگین حد وسط (۲۴) و میانگین اعتمادبه‌نفس (۱۷/۷۳) نشان می‌دهد. بر اساس نتایج این بخش میانگین اعتمادبه‌نفس کمتر از میانگین حد وسط است که نشان می‌دهد وضعیت نقش دوره‌های آموزشی در ایجاد روحیهٔ اعتمادبه‌نفس دانشجویان کمتر از حد وسط است.

۶. وضعیت تأثیر آموزش‌های دانشگاهی بر خلاقیت در بین دانشجویان دانشگاه علامه طباطبایی چگونه است؟

جدول ۷. آزمون تی تک نمونه‌ای برای بررسی وضعیت خلاقیت دانشجویان

متغیرها	درجه آزادی	تفاوت میانگین	T محاسبه‌شده	سطح معناداری	حد پایین	حد بالا
خلاقیت	۲۹۹	-۹/۲۳	-۲۱/۷۲	۰/۰۰۱	-۱۰/۰۷	-۸/۳۹

همان‌طور که در جدول شمارهٔ ۷ مشاهده می‌شود آزمون تی تک نمونه‌ای برای بررسی وضعیت نقش آموزش‌های دانشگاهی در ایجاد خلاقیت دانشجویان دانشگاه علامه طباطبایی با درجه آزادی ۲۸۹ و تی محاسبه‌شدهٔ ۲۱/۷۲- و سطح معناداری ۰/۰۰۱ تفاوت معناداری را در سطح ۹۹ درصد اطمینان بین میانگین حد وسط (۳۹) و میانگین ایجاد خلاقیت (۲۹/۷۷) نشان می‌دهد. همان‌طور که مشاهده می‌شود میانگین مؤلفهٔ خلاقیت کمتر از میانگین حد وسط است که نشان می‌دهد وضعیت نقش دوره‌های آموزشی در ایجاد خلاقیت دانشجویان کمتر از حد وسط است.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOI: 10.18869/acadpub.erj.2.31.32]

جدول ۸ . آزمون تی مستقل برای بررسی تفاوت وضعیت نقش آموزش‌های دانشگاهی در ایجاد روحیهٔ کارآفرینی و مؤلفه‌های آن بین دانشجویان مرد و زن

متغیرها	مرد		زن		DF	T	SIG
	M	SD	M	SD			
کارآفرینی	/۵۹ ۱۴۳	۲۴/۳۳	/۶۱ ۱۴۸	۲۶/۰۲	۲۹۵	−۱/۵۴	۰/۱۲۳
توفیق طلبی	۳۲/۳۸	۸/۳۵	۳۳/۴۵	۹/۰۰	۲۹۵	−۰/۹۵	۰/۳۳۸
مخاطره پذیری	۳۴/۵۷	۸/۹۷	۳۶/۵۶	۸/۷۵	۲۹۵	−۱/۷۷	۰/۰۷۷
تحمل ابهام	۲۹/۴۳	۷/۱۶	۳۰/۹۵	۷/۱۳	۲۹۵	−۱/۶۷	۰/۰۹۶
اعتمادبه‌نفس	۱۷/۵۰	۴/۲۲	۱۷/۸۹	۴/۸۱	۲۹۵	−۰/۶۵	۰/۵۱۵
خلاقیت	۲۹/۷۲	۷/۲۷	۲۹/۷۸	۷/۴۶	۲۹۵	−۰/۰۶	۰/۹۵۰

همان‌طور که در جدول ۸ مشاهده می‌شود وضعیت نقش آموزش‌های دانشگاهی در ایجاد روحیهٔ کارآفرینی و مؤلفه‌های آن در بین دانشجویان مرد و زن تفاوت معناداری با سطح معناداری بزرگ‌تر از ۰/۰۵ وجود نداشت. (P>0.05).

جدول ۹. آزمون تی مستقل برای بررسی تفاوت وضعیت نقش آموزش‌های دانشگاهی در ایجاد روحیهٔ کارآفرینی و مؤلفه‌های آن بین دانشجویان با و بدون مهارت یا تخصص معین

متغیرها	با تخصص معین		بدون تخصص معین		DF	T	SIG
	M	SD	M	SD			
کارآفرینی	۱۴۳/۴۲	۲۴/۰۹	/۶۰ ۱۵۲	۲۷/۰۸	۲۹۴	−۳/۰۳	۰/۰۰۳
توفیق طلبی	۳۱/۸۲	۸/۱۲	۳۵/۱۸	۹/۵۵	۲۹۴	−۳/۲۳	۰/۰۰۱
مخاطره پذیری	۳۵/۰۵	۸/۴۴	۳۷/۴۸	۹/۴۲	۲۹۴	−۲/۳۰	۰/۰۲۲
تحمل ابهام	۳۰/۵۹	۷/۵۸	۳۰/۱۵	۶/۵۴	۲۹۴	۰/۵۱	۰/۶۰
اعتمادبه‌نفس	۱۷/۳۹	۴/۵۸	۱۸/۳۶	۴/۷۳	۲۹۴	−۱/۷۴	۰/۰۸۲
خلاقیت	۲۸/۵۷	۶/۶۳	۳۱/۴۳	۸/۰۹	۲۹۴	−۳/۳۱	۰/۰۰۱

همان‌طور که در جدول ۹ مشاهده می‌شود در متغیر روحیهٔ کارآفرینی و مؤلفه‌های توفیق‌طلبی و خلاقیت در سطح ۹۹ درصد اطمینان بین دانشجویان با و بدون تخصص و مهارت معین تفاوت معنادار وجود داشت (p<0/01). در مؤلفهٔ مخاطره‌پذیری در سطح ۹۵ درصد اطمینان بین دانشجویان با و بدون تخصص معین

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOI: 10.18869/acadpub.erj.2.31.32]

تفاوت معنادار وجود داشت (P<0/05). در مؤلفه‌های اعتمادبه‌نفس و تحمل ابهام با سطح معناداری بزرگ‌تر از ۰/۰۵ تفاوت معنادار بین دو گروه وجود نداشت. در متغیر کارآفرینی و مؤلفه‌های توفیق‌طلبی و مخاطره‌پذیری و خلاقیت دانشجویانی که بدون مهارت یا تخصص معین بودند میانگین بیشتری داشتند.

۷. چه راهکارهایی برای توسعه و ارتقای کارآفرینی دانشگاهی وجود دارد؟

در بخش کیفی نیز یافته‌هایی که با استفاده از فن مشاهده مشارکتی و مصاحبه نیمه‌ساختاریافته جمع‌آوری شده بودند، در سه مرحله کدگذاری شدند. در مرحله اول ۷۶ کد شناسایی و استخراج شد. در مرحله دوم کدگذاری اولیه به ۱۹ کد یا مفهوم تقلیل یافتند که این کدهای استخراج‌شده در مرحله کدگذاری محوری در قالب ۵ مقوله عمده طبقه‌بندی شدند. این مقوله‌ها عمده انتزاعی‌تر از مفاهیم قبلی هستند و شامل تحول در نقش دانشگاه‌ها (پذیرش رسالت کارآفرینی)، بسترسازی، تغییرات مدیریتی، ارتقاء فعالیت‌های دانشگاهی و شبکه‌سازی هستند. پژوهشگر برای پرهیز از طولانی شدن تحقیق به اختصار به توضیح مقوله‌هایی پرداخته است که به نوعی مقوله‌های جزئی‌تر را نیز شامل می‌شوند.

۱. تحول در نقش دانشگاه‌ها

دانشگاه‌ها باید بپذیرند که وارد مرحله سوم از حیات خود شده‌اند و دیگر وظایف و کارکردهای آن‌ها از دو وظیفه سنتی یعنی آموزش و پژوهش فراتر رفته و در این مقطع ضرورتاً باید کارآفرینی را در رأس کارهای خود قرار دهند. به این منظور با تدوین چشم‌انداز کارآفرینی، تغییر در مأموریت و رسالت دانشگاه، تدوین سند ملی کارآفرینی، طراحی چشم‌انداز برای تعامل با صنعت، تدوین چشم‌انداز مشترک با صنعت و طراحی و تدوین سند ملی ارتباط با صنایع می‌تواند تحولات ایجادشده در دانشگاه، رسالت و مأموریت جدید را نهادینه و دانشگاه‌ها به سوی کارآفرین شدن پیش خواهند رفت. برای این کار از فناوری‌های نوین اطلاعاتی استفاده و کارآفرینی را در سیاست‌های خود تلفیق می‌شود و با دید و نگاه کارآفرینانه به استخدام نیروی انسانی می‌پردازند. واحدهای جمع‌آوری اطلاعات صنعت در دانشگاه‌ها ایجاد می‌شود؛ نیروی انسانی علاقه‌مند به همکاری با صنایع را جذب، مراکز رشد موجود را بازسازی و مراکز جدید را تأسیس می‌کنند و مهم‌تر اینکه دانشگاه‌ها به تشکیل و ایجاد شرکت‌های زایشی در دانشگاه‌ها خواهند پرداخت. با انجام چنین اقداماتی است که دانشگاه‌ها نقش و رسالت

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOI: 10.18869/acadpub.erj.2.31.32]

متحول شده خود در جامعه را درک و به خوبی برای انجام این رسالت تلاش خواهند کرد. وقتی‌که دانشگاه‌ها رسالت جدید خود را پذیرفتند و خود را برای آن آماده کردند عنصر کارآفرینی در تمام فعالیت‌های دانشگاه به چشم خواهد خورد؛ چنانچه یکی از اساتید دانشگاه بیان می‌کند دانشگاه سنتی نمی‌تواند کارآفرین باشد بلکه لازمه کارآفرینی در دانشگاه‌ها این است که آموزش عالی بپذیرد برای آن‌ها وظایف و مأموریت‌های جدیدی وضع‌شده و نقش آن‌ها در جامعه پررنگ‌تر از گذشته شده است؛ بنابراین باید با طراحی چشم‌اندازهای کارآفرینانه برای انجام مأموریت و رسالت جدید خود اقدام کنند و کارآفرینی را به عنوان درون‌مایه و جوهره اصلی کار خود بدانند. اگر دانشگاه نقش جدید خود را پذیرفت و تحولات لازم را ایجاد کرد، آنگاه به بررسی راه‌کارهای لازم برای رسیدن به این مهم (کارآفرینی) خواهد اندیشید و راه‌حل‌های دیگر را بررسی خواهد کرد. نتایج به‌دست‌آمده در این بخش با پژوهش‌های اتزکویتز، اسپلاند و نوردمن[1] (۲۰۰۱)، روترمل، آگونگ و جیانگ[2] (۲۰۰۷) همسو است.

۲. بسترسازی

در خصوص بسترسازی و نقش آن در کارآفرینی دانشگاهی آنچه می‌توان گفت ریشه بسیاری از کارها و فعالیت‌های آدمی در فرهنگی است که فرد در آن قرار دارد، به این لحاظ مهم‌ترین کار برای ترغیب افراد به انجام برخی اعمال، فرهنگ‌سازی برای انجام آن کار است. فرهنگ‌سازی برای کارآفرینی باید در دو بعد فرهنگ‌سازی در جامعه به‌صورت کلی و فرهنگ‌سازی در دانشگاه و جامعه دانشگاهی با آگاهی بخشی و اطلاع‌رسانی انجام شود. باید فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه‌ها خلق شود و این فرهنگ در تمام فعالیت‌های دانشگاهی نمایان شود. به‌طوری که در هر کار یا برنامه دانشگاهی اثری از کارآفرینی به چشم بخورد؛ به این منظور باید اولاً زمینه و بستر فرهنگی لازم برای کارآفرینی در دانشگاه‌ها مهیا و آماده شود؛ ثانیاً این فرهنگ ترویج یابد و مشارکت در صنایع برای دانشگاه به عنوان یک فرهنگ مطرح گردد. زمانی که دانشگاه‌ها فرهنگ کارآفرینانه را خلق و ترویج نمایند به تدریج در رویکردها و برنامه‌های دانشگاه نمایان می‌شود. در مورد نقش دانشگاه‌ها در پیشرفت جامعه و ایجاد تحول در سازمان‌ها به اندازه کافی اطلاع‌رسانی شود. همچنین دانشگاه‌ها

[1]. Etzkowitz, Splund & Nordman
[2]. Rothaermel, Agung & Jiang

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOI: 10.18869/acadpub.erj.2.31.32]

باید در مورد آخرین دستاوردها و نتایج پژوهشی خود اطلاع‌رسانی کنند. صنایع و سازمان‌ها نیز باید دانشگاه را از نیازهای خود به علم و دانش دانشگاه با اطلاع‌رسانی از نتایج پژوهش‌های موجود در دانشگاه‌ها مطلع و آگاه نمایند. دستاوردهای علمی خود، زمینه را برای سرمایه‌گذاری صنعت در دانشگاه فراهم می‌کند و در مورد این مهم می‌توان گفت. همچنین می‌تواند تخصص خود را نیز به صنعت عرضه نماید تا زمانی که اطلاع‌رسانی مناسب انجام نشود دستاوردهای دانشگاه‌ها در آزمایشگاه‌ها و کتابخانه‌ها و نیازهای صنعت نیز در خود صنعت مدفون می‌شود. از مسائل مهم دیگر در بسترسازی بحث قوانین و مقررات لازم است. ایجاد حقوق مالکیت معنوی و وضع و اصلاح قوانین کسب‌وکار زمینه را برای خلاقیت و کارآفرینی در سطح دانشگاه‌ها فراهم می‌کند و مخصوصاً در حوزه علوم انسانی که محصولات و خدمات ارائه شده از طریق کارآفرینی به‌صورت محصول و خدمات فرهنگی است این امر مهم‌تر جلوه‌گر می‌شود. باید مکانیزم‌هایی برای حمایت از دارایی‌های صنعت و دانشگاه در تعاملات بین آن‌ها برقرار شود و از طرف دیگر صنایع نیز باید این امر را بپذیرند که بجای عقد قرارداد با اشخاص حقیقی (اساتید، دانشجویان و کارکنان دانشگاه) با شخصیت حقوقی دانشگاه وارد عمل شوند. با فعال کردن دفاتر ارتباط با صنعت در دانشگاه‌ها به عنوان مراکز بازاریابی برای سهیم شدن دانشگاه در سود صنایع و سهیم شدن صنعت در دانش دانشگاه‌ها، هرچه بیشتر و بهتر زمینه عرضه خدمات دانشگاه‌ها به صنایع ضرورت بحث کارآفرینی تولید ثروت و به دست آوردن سود است که با» فراهم می‌شود با فعال‌تر. تجاری‌سازی دانش و عرضه علم و دانش در دانشگاه‌ها می‌توان به آن دست یافت شدن مراکز ارتباط صنعت و دانشگاه، دانشگاه‌ها می‌توانند آموزش نحوه تولید علم به ثروت و تبدیل نتایج علمی- پژوهشی خود را به کسب‌وکار و آموزش چگونگی تجاری‌سازی دانش به اعضای خود زمینه را برای تسهیل کارآفرینی و ایجاد ثروت فراهم کنند. یافته‌ها در این بخش با پژوهش‌های پورعزت، قلی‌پور و ندیوخانلو (۱۳۸۹) سیگل، وگلرز و رایت[1] (۲۰۰۷)، بالدینی، گریمالدی و سوبررو[2] (۲۰۰۶) هم‌خوانی دارد.

۳. تغییرات مدیریتی

[1]. Siegel, Veugelers & Wright
[2]. Baldini, Grimaldi & Sobrero

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOI: 10.18869/acadpub.erj.2.31.32]

درباره تغییرات مدیریتی می‌توان گفت مدیریتی کارآمد و اثربخش است که بتواند سازمان را به اهداف و رسالتش برساند. بدیهی است بدون وجود چنین سیستم مدیریتی این مهم محقق نخواهد شد. پس می‌توان گفت که مدیریت و سیستم مدیریتی زمانی کارآفرین است که بتواند کارآفرینی دانشگاهی را ایجاد، تقویت و افزایش دهد. بنابراین دانشگاه‌ها باید به وسیله مدیران و سیستم مدیریتی کارآفرین و با دید کارآفرینانه‌ای مدیریت شوند تا برنامه‌ریزی‌های کوتاه و بلندمدت خود را بر اساس ارتباط و تعامل دانشگاه با صنعت طراحی و اجرا کنند. برنامه‌ریزی که برای سامانه‌های دانشگاهی می‌شود باید با دیدی کارآفرینانه و منطبق با نیازهای بازار کار باشد؛ به نحوی که دانش و تخصص افرادی که در دانشگاه‌ها استخدام می‌شوند و یا پرورش می‌یابند در صنایع و سازمان‌های گوناگون بتواند ایجاد ثروت کند. همچنین دانشگاه‌ها باید بتوانند از مدیران سیاست‌گذار اجرایی که هم در زمینه سیاست‌گذاری و هم در زمینه کارهای اجرایی تخصص خاص دارند برای بهبود سیستم استفاده کنند. از جمله اقدامات دیگر که زیرمجموعه تغییرات مدیریتی است می‌توان اصلاح نظام ارزیابی عملکرد و پاداش را ذکر کرد، چنانچه دانشگاه‌ها تحولات جدید را بپذیرند دیگر دستگاه‌های نظارتی و ارزیابی سنتی جوابگو نخواهد بود و باید معیارهای جدیدی در سیستم ارزیابی و پاداش وارد شود مثلاً اضافه کردن معیار کارآفرینی در جذب، ارزیابی و ارتقاء اساتید و کارکنان، ارزیابی عملکرد دانشگاه در تعامل با صنایع. همچنین صنایع نیز باید بتوانند دستگاه‌هایی را برای ارزیابی ارتباط خود با صنایع طراحی کنند. نتایج و یافته‌ها در این قسمت با مطالعات و پژوهش‌های ولارد (۲۰۱۰) هم‌خوانی دارد.

۴. ارتقای فعالیت‌های دانشگاهی

دانشگاه‌ها برای انجام مأموریت و رسالت جدید خود باید جنبه‌های آموزشی، پژوهشی و مهارت‌سازی خود را تقویت کنند و ارتقاء بخشند. در این راستا باید برنامه‌های درسی خود را بهبود بخشیده و در آن‌ها تغییراتی را ایجاد کنند، دروس ارائه شده در دانشگاه بیشتر ماهیت بین‌رشته‌ای پیدا کند، دانشگاه‌ها باید متولی و زمینه‌ساز تغییرات در سیستم آموزشی از ابتدایی تا دانشگاه باشند. محتوای کتاب‌های درسی باید هم‌راستا و همسو با صنعت و نیازهای صنعت شود و به‌تبع آن با توجهی که به صنعت در نظام آموزشی می‌شود، روش‌های تدریس هم باید مبتنی و سازگار با رویکردهای موجود در صنایع باشد؛ به‌گونه‌ای که اساتید و دانشجویان به‌راحتی

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOI: 10.18869/acadpub.erj.2.31.32]

بتوانند به صنایع وارد و تخصص خود را در آنجا به کار ببرند. همچنین در دانشگاه‌ها باید پژوهش‌های فرارشته-ای که دامنه عملکرد بالاتری دارند در درجه اول اولویت قرار گیرند. دانشگاه‌ها باید بتوانند نوعی توازن و برابری در پژوهش‌های بنیادی و کاربردی خود برقرار کنند به نوعی که هم بتوانند دانش جدید تولید و هم اینکه بتوانند دانش موجود و تولیدشده را در صنایع و سازمان‌های گوناگون به کار برند. همچنین دانشگاه‌ها باید تلاش کنند که با همکاری صنعت پژوهش‌هایی را در صنایع انجام دهند که بر اساس نیازسنجی‌های دقیق طراحی و برنامه‌ریزی شده باشد تا به خوبی زمینه کاربرد آن‌ها در صنایع و سازمان‌ها فراهم باشد. برای انجام چنین اقداماتی دانشگاه باید دو بعد ذاتی و مهارتی افراد را تقویت و آماده سازد تا نیروی انسانی دانشگاهی برای انجام کارآفرینی دارای آمادگی لازم باشد و مهارت لازم در این زمینه را نیز کسب کرده باشد.

۵. شبکه‌سازی

شبکه‌سازی در بین سازمان‌های گوناگون از جمله اقداماتی است که آن‌ها می‌توانند برای بالا بردن کارایی خود از طریق استفاده از تجربیات یکدیگر انجام دهند. برای ایجاد و انجام کارآفرینی دانشگاهی نیز یکی از کارهایی که دانشگاه‌ها می‌توانند انجام دهند، شبکه‌سازی‌ها در درون دانشگاه و با سازمان‌ها و صنایع است تا به این صورت هم زمینه‌های همکاری را ایجاد و هم به تجاری‌سازی و تولید ثروت برای خود اقدام کنند. در این راه دانشگاه و صنایع با تعریف منافع مشترک و برگزاری نشست‌های مشترکی که بین دانشگاه و صنعت انجام می‌شود می‌توانند زمینه‌های همکاری را شناسایی و تقویت کنند. همچنین از طریق این شبکه‌سازی‌ها است که زمینه سرمایه‌گذاری صنعت در دانشگاه و خروج شرکت‌های زایشی از دانشگاه فراهم شود. کارآفرینی‌های شرکتی که در سازمان‌ها و صنایع ایجاد می‌شود با شبکه‌سازی به دانشگاه متصل و از تجارب دانشگاهی بهره‌مند و به صورت علمی اداره و کنترل خواهد شد. در خلال این شبکه‌سازی‌ها زمینه حضور اساتید دانشگاه، دانشجویان و کارکنان دانشگاه در صنعت فراهم و فرایند همکاری دانشگاه با صنعت تسهیل خواهد شد و نتیجه کلی این فعل‌وانفعالات تولید ثروت و کارآفرینی دانشگاهی خواهد بود. همچنین از طریق چنین شبکه‌سازی‌های داخلی است که اعضای دانشگاه با هم در تعامل بوده و تجربیات و دانش را بین خود ردوبدل خواهند کرد. یکی از مصاحبه‌شوندگان اظهار می‌دارد: زمانی که دانشگاه بتواند اعضای هیئت‌علمی و متخصصان خود را در جلسات

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOI: 10.18869/acadpub.erj.2.31.32]

و هم‌اندیشی‌های دانشگاهی شرکت دهد به تجربه و دانش آنان افزوده شده و می‌توانند با به‌کارگیری این تجارب کارآفرینی را شروع کنند اما اگر چنین اتفاقی (شبکه‌سازی درون‌سازمانی) به انجام نرسد چگونه می‌توان انتظار داشت دانشگاه با سازمان‌ها و صنایع دیگر پیوند و ارتباط برقرار کرده و تعامل داشته باشد. پس می‌توان چنین نتیجه گرفت که لازمه شبکه‌سازی برون‌سازمانی ابتدا شبکه‌سازی داخلی و تشکیل کارگروه‌های تخصصی برای ورود به صنایع و همکاری با آنان است. یافته‌ها و نتایج این بخش نشان‌دهنده هم‌سویی این یافته‌ها با پژوهش‌های پورعزت و همکاران (۱۳۸۹) و بالدینی و همکاران (۲۰۰۶) است.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از این پژوهش بررسی نقش آموزش‌های دانشگاهی بر ایجاد روحیه کارآفرینی در بین دانشجویان دانشگاه علامه طباطبایی و ارائه راهکارهای ارتقاء آن بوده است. برای این منظور، از روش تحقیق آمیخته (کمی -کیفی) استفاده شده که در بخش کیفی با استفاده از تحلیل، اسناد، مشاهده و مصاحبه‌ای که از اساتید و اعضای هیئت‌علمی انجام شده است و در بخش کمی با استفاده از پرسشنامهٔ محقق ساخته‌ای که تدوین شده است، به نتایج زیر رسیده است.

با توجه به یافته‌های پژوهش در بخش کمی، به منظور بررسی نقش آموزش‌های دانشگاهی بر پرورش روحیه کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه علامه طباطبایی از روش توصیفی-پیمایشی استفاده شده است؛ که به این منظور پرسشنامه‌ای محقق‌ساخته برای اندازه‌گیری میزان نگرش دانشجویان در مورد مؤلفه‌های کارآفرینی (توفیق طلبی، مخاطره‌پذیری، تحمل ابهام، خلاقیت و اعتمادبه‌نفس) تدوین و اجرا شد. طبق نظر دانشجویان مؤلفه توفیق طلبی با میانگین ۳۳/۰۸ درصد کمتر از میانگین حد وسط (۴۵) که بر اساس تحلیل آماری به دست آمده است؛ یعنی اینکه مؤلفه مذکور در بین دانشجویان دانشگاه علامه طباطبایی وضعیتی نامطلوب دارد. پس می‌توان نتیجه گرفت که دانشگاه علامه طباطبایی باید برای بهبود این مؤلفه آموزش‌هایی در نظر بگیرد که در ادامه به ذکر آن‌ها خواهیم پرداخت؛ و همچنین مؤلفه مخاطره‌پذیری با میانگین ۳۶/۰۴ و میانگین حد وسط ۴۵ نیز پایین‌تر از حد مطلوب گزارش شده است. این نتیجه نشان‌دهنده‌ی این است که این مؤلفه نیز کمتر از حد مطلوب است و در بین دانشجویان دانشگاه علامه طباطبایی وضعیتی مشابه با مؤلفه توفیق طلبی دارد؛ یعنی

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOI: 10.18869/acadpub.erj.2.31.32]

اینکه دارای وضعیتی نامساعد است؛ و دانشگاه باید برای بهبود این مؤلفه نیز آموزش‌هایی در نظر بگیرد. مؤلفه سوم که تحمل ابهام است نیز وضعیتی مانند دو مؤلفه قبل دارد. این مؤلفه با میانگین ۳۰/۴۵ و میانگین حد وسط ۳۳ نیز پایین‌تر از حد وسط گزارش شده است؛ یعنی اینکه مؤلفه ذکرشده وضعیتی نامطلوب در بین دانشجویان دانشگاه علامه طباطبایی دارد. مؤلفه اعتمادبه‌نفس با میانگین ۱۷/۳۷ و حد وسط ۲۴ نیز کمتر از حد وسط گزارش شده است. پس می‌توان نتیجه گرفت که آموزش‌های دانشگاهی که در دانشگاه علامه طباطبایی برگزار می‌شود بر روحیه اعتمادبه‌نفس دانشجویان که یکی از مؤلفه‌های کارآفرینی است تأثیر بسزایی ندارد. پنجمین مؤلفه‌ای که مورد بررسی قرار گرفت خلاقیت دانشجویان بود که این مؤلفه نیز وضعیتی مشابه مؤلفه-های قبل داشته است؛ یعنی اینکه با میانگین ۲۹/۷۷ و میانگین حد وسط ۳۹، پایین‌تر از حد مطلوب بود و نشان‌دهنده‌ی وضعیتی نامطلوب در بین دانشجویان دانشگاه علامه طباطبایی دارد. به‌طورکلی متغیر آموزش‌های دانشگاهی دانشگاه علامه طباطبایی با میانگین ۱۴۷/۰۶ و میانگین حد وسط ۱۸۶، کمتر از حد مطلوب گزارش شده است. پس بر اساس نتایج تحقیق چنین به نظر می‌رسد که آموزش‌های دانشگاهی که دانشگاه علامه طباطبایی برگزار می‌کند تأثیری بر پرورش روحیه کارآفرینی دانشجویان ندارد و دانشگاه باید برای بهبود کارآفرینی که به عنوان رسالت سوم دانشگاه‌ها نیز مطرح است توجه بیشتری بکند و راهکارهایی که در بالا به ذکر آن‌ها پرداخته شده است توجه بیشتری داشته باشد. نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش‌های داخلی: عزیزی (۱۳۸۲)، احمدی (۱۳۸۵)، و پژوهش‌های خارج از کشور فایول و همکاران (۲۰۰۶)، سانچز (۲۰۱۱)، آگاروروال و پراسد[1] (۲۰۱۴) همخوانی داشته است.

همچنین در بخش کیفی، در راستای رسیدن به هدف پژوهش که ارائه راهکارهای توسعه و ارتقاء کارآفرینی دانشگاهی بود، مقوله کارآفرینی دانشگاهی به عنوان مقوله هسته انتخاب شد. بر این اساس تمامی مقوله‌ها دیگر را به نوعی می‌توان زیر این مقوله قرار داد و در ارتباط با این مقوله در نظر گرفت. به این دلایل کارآفرینی دانشگاهی به عنوان مقوله هسته انتخاب شد که:

۱- در هنگام مصاحبه بارها و به شکل‌های گوناگون به آن اشاره شد.

[1]. Agarwal & Prasad

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOI: 10.18869/acadpub.erj.2.31.32]

۲- به‌خوبی ویژگی تحلیلی را دارا است.

۳- کلی است و می‌توان سایر مقوله ها را زیر این مقوله قرار داد.

۴- مقوله‌ای است که سایر مقوله‌ها به نوعی با آن در ارتباط و یا ناشی از آن هستند.

برای جمع‌آوری داده‌ها در این بخش از ابزارهایی استفاده شده است که معمولاً برای پژوهش‌های کیفی به کار گرفته می‌شوند. پژوهشگر بعد از تحلیل اسناد و مصاحبه‌ای که با صاحب‌نظران در زمینه کارآفرینی داشته است، یافته‌های حاصل را در سه مرحله کدگذاری کرده است که در مرحله اول ۷۶ کد و در مرحله دوم به ۱۷ کد تقلیل یافتند. برای انسجام بیشتر یافته‌ها پژوهشگر طی مرحله کدگذاری گزینشی داده‌ها را به ۵ کد تقلیل داده است. این مقوله‌های عمده انتزاعی‌تر از مفاهیم قبلی هستند و شامل تحول در نقش دانشگاه‌ها (پذیرش رسالت کارآفرینی)، بسترسازی، تغییرات مدیریتی، ارتقاء فعالیت‌های دانشگاهی و شبکه‌سازی می‌باشند. یافته‌های این بخش از پژوهش با پژوهش‌های پورعزت و همکاران (۱۳۸۹)، بالدینی و همکاران (۲۰۰۶)، رترمل و همکاران (۲۰۰۷)، سیگل و همکارن (۲۰۰۷) همسویی دارند.

بر اساس نتایج این پژوهش، پیشنهادهای کاربردی همچون تدوین سند کارآفرینی برای دانشگاه، بسترسازی و فرهنگ‌سازی برای کارآفرینی دانشگاهی، تغییر نظام ارتقاء اعضای هیئت‌علمی و ایجاد انگیزه و تشویق آن‌ها با اضافه کردن معیار کارآفرینی، ایجاد مراکز بازاریابی برای اخذ تقاضای انجام پژوهش و عرضه دانش، ارتقاء آموزش‌های دانشگاهی، تقویت دفاتر ارتباط با صنعت و انتقال فناوری، پیگیری برای به کار بستن نتایج تحقیقات در محیط و ارائه گزارش از نتیجه آن، ایجاد برند و شرکت‌های انشعابی در دانشگاه، تغییر سیاست‌های دانشگاه‌ها بر مبنای کارآفرینی و ایجاد راه‌کارهایی برای شبکه‌سازی داخلی و بیرونی ارائه می‌گردد.

منابع

احمدپور داریانی، محمود. (۱۳۸۱). *آیا کارآفرینی استراتژی دانشگاه را تغییر می‌دهد؟* رهیافت، ص ۲۵-۱۵.

احمدی، محمد. (۱۳۸۵). *نیازسنجی آموزش کارآفرینی در دانشجویان دوره‌ی کارشناسی رشته برق دانشکده فنی دانشگاه تهران*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی دانشگاه تهران.

بازرگان، عباس. (۱۳۸۷). *مقدمه‌ای بر روش‌های تحقیق کیفی و آمیخته*، رویکردهای متفاوت در علوم رفتاری، تهران، نشر دیدار.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOI: 10.18869/acadpub.erj.2.31.32]

پورعزت، علی‌اصغر؛ قلی پور، آرین؛ و ندیر خانلو، سمیرا. (۱۳۸۹). تبیین موانع کارآفرینی دانشگاهی و تجاری‌سازی دانش در دانشگاه تهران. *فصلنامه علم و سیاست*، ۴، صص ۷۵-۶۵.

جعفری‌مقدم، سعید؛ فخارزاده، آرزو سادات. (۱۳۹۰). توسعه‌ی نگرش کارآفرینانه در کتاب‌های درسی (مطالعه موردی: کتاب‌های فارسی دوره‌ی دبستان)، *فصلنامه علمی پژوهشی توسعه‌ی کارآفرینی*، سال سوم، شماره‌ی یازدهم، ص ۶۶-۴۷.

دانایی‌فرد، حسن؛ الوانی، سیدمهدی؛ آذر، عادل (۱۳۸۶). *روش‌شناسی پژوهش کیفی در مدیریت*: رویکردی جامع، تهران: نشر صفار.

رضایی، بیژن. (۱۳۹۲). *ارائه الگوی کارآفرینی دانشگاهی با تأکید بر ارتباط صنعت و دانشگاه*؛ رساله‌ی دکتری مدیریت آموزشی، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه علامه طباطبایی.

سالازار، میلتو. (۱۳۸۳). *مقدمه‌ای بر کارآفرینی*، ترجمه سیامک نطاق، چاپ اول، سازمان ملی بهره‌برداری ایران.

شریفی، آزیتا. (۱۳۹۱). بررسی کارایی و تناسب آموزش‌های ارائه شده در دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی با نیازهای آموزشی جهت ایجاد و ارتقاء کارآفرینی، *ماهنامه مهندسی مدیریت*، سال پنجم، شماره چهل و ششم، ص ۶۲-۵۳.

شکاری، عباس و همکاران (۱۳۸۸). مقایسه کارایی برنامه درسی کارآفرینی برای بهینه‌سازی محتوا در دانشجویان رشته‌های مختلف فنی و حرفه‌ای (مطالعه موردی: کاشان)، *چکیده مقالات اولین همایش ملی کارآفرینی دانشگاه کاشان*.

صالحی، سعید و برادران مسعود. (۱۳۸۴). راهکارهای به‌کارگیری کارآفرینی در آموزش کشاورزی، *مجموعه مقالات همایش ملی کارآفرینی*، ص ۳۱۶-۲۹۷.

صفرزاده، حسین؛ فرهنگی، علی‌اکبر. (۱۳۸۶). *کارآفرینی*، انتشارات مرکز دانشگاه تهران، با همکاری مؤسسه کار و تأمین اجتماعی، ص ۷۲.

ندیو خانلو، سمیرا. (۱۳۸۷). *تدوین الگوی انتقال تجاری دانش و الزامات کارآفرینی دانشگاهی (بر اساس مقایسه روش‌های پنج دانشگاه معتبر جهان)*، پایان‌نامه کارشناس ارشد، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران.

هومن، حیدرعلی. (۱۳۸۵). *راهنمای عملی پژوهش کیفی*، تهران، انتشارات سمت.

Agarwal, R., & Prasad, J. (2014). A conceptual and operational definition of personal innovativeness in the domain of information technology. *Inf Syst Res*, 9 (2):204–215.

Atkinson , J., & Raynor, J. (1974). *Motivation and achievement.* Winston: Washington.

Baldini, N., Grimaldi, R., & Sobrero, M. (2006). Institutional changes and the commercialization of academic knowledge: A study of Italian universities, patenting activities between 1965 and 2002. *Research Policy*, 35, 518- 532.

Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2007). *Research Methods in Education.* London: Routledge.

Creswell, J. (2007). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five.* Sage Publication.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOI: 10.18869/acadpub.erj.2.31.32]

Etzkowitz, H., Splund, P., & Nordman, N. (2001). Beyond Humboldt: Emergence of Academic Entrepreneurship in the U.S & Sweden. *CERUM, Working paper*.

Fayolle, A., Gailly, B., & Narjisse, L. (2006). Effect and counter-effect of entrepreneurship education and social context on student's intentions. *Studios de Economic Applicate*, Vol. 24, No. 2, pp. 509 – 523.

Grote, G., & James, L. (1991). Testing behavioral consistency and coherence with the situation response measure of achievement motivation. *Multivariate Behav Research*, 26:655–691 doi: 10.1207/s15327906mbr2604_5.

Gürol, Y., & Atsan, N. (2005). Entrepreneurial Characteristics among University Students and Training in Turkey. *Education and Training, Vol. 48, Issue*, 1, pp. 25-38.

Hansemark, O. (2003). The effects of an entrepreneurship program on need for achievement and locus of control of reinforcement. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, Vol. 4, No. 1, pp.28–50.

Ho, T., & Koh, H. (1992). Differences in psychological characteristics between entrepreneurially inclined accounting graduates in Singapore. *Entrep Innov Change*, 1:243–254.

Kirkwood, j. (2007). Igniting the entrepreneurial spirit: is the role parents play gendered? *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, Vol. 13, No. 1, pp.39–59.

Kliem, R. L., & Ludin, L. S. (2000). *Reducing Project Risk, Hampshire.* Gower: Publishing Company.

Koh, H. (1992). Differences in psychological characteristics between entrepreneurially inclined accounting graduates in Singapore. *Entrep Innov Change*, 250–266.

Levie, J. (1999). Entrepreneurship: my thane Reality. *Science & Public Affairs*, (17). pp. 24-25.

Linan, F., Rodriguez-Cohard, J., Rueda-Cantuche, C., & José, M. (2011). Factors affecting entrepreneurial intention levels: a role for education. *International Entrepreneurship and Management Journal*, Vol. 7, No. 2, pp. 195-218.

McClelland, D. (1987). Characteristics of successful entrepreneurs. *Journal of Creative Behavior*, Vol. 21, pp.219–233.

Nabi, G., & Linan, F. (2011). Graduate entrepreneurship in the developing world: intentions, education and development. *Education and Training*, Vol. 53, No. 5, pp. 325 – 334.

Rasmussen, E., & Srheim, R. (2006). Action – based Entrepreneurship Education. *Technovation*, (26). pp. 185- 194.

Rol, Y., & Atson, N. (2014). Entrepreneurial characteristics amongst university students: Some insights for entrepreneurship education and training in Turkey. *Education+Training*, 48 (1). Pp25-38.

Ropke, J. (2006). *Knowledge Mobilization and Academic.*

Rothaermel, F., Agung, S., & Jiang, L. (2007). University entrepreneurship: a taxonomy o f the literature. *Industrial and Corporate Change*, 16 (4), 691–791.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOI: 10.18869/acadpub.erj.2.31.32]

Sanchez, J. c. (2011). University training for entrepreneurial competencies: Its impact on intention of venture creation. *International Entrepreneurship and Management Journal*, Vol. 7, No. 3, pp. 239-254.

Siegel, D., Veugelers, R., & Wright, M. (2007). University commercialization of intellectual property: Policy implications. *Oxford Review of Economic Policy*, 23(4), 640-660.

Utsch, A., & Rauch, A. (2011). Innovativeness and initiative as mediators between achievement orientation and venture performance. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 9 (1). 45–62.

Wilson, F., Kickul, J., & Marlino, D. (2007). Gender, entrepreneurial selfefficacy, and entrepreneurial career intentions: Implications of entrepreneurship education Entrepreneurship. *Theory and Practice*, Vol. 31, No. 3, pp. 387-406.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOI: 10.18869/acadpub.erj.2.31.32]

The Identification Role of Academic Training on Developing the Entrepreneurial Spirit and Providing Solutions strategies for Promoting among the Students of Allameh Tabataba' I University

Kamran Malekpour, Ali Delavar

Abstract

The present study investigated the role of education for creating spirit of entrepreneurial among the students of Allameh Tabatabai. The method that was used in this research was mixed method. For quantitative data the researchers used a self-made questionnaire. For collecting qualitative data it was used participant observation and semi-structured interviews. The sampling method was cluster sampling which was used for selecting 300 students of Allameh Tabatabai University. They were enrolled in 1394-1393. Sampling method for qualitative part was theoretical sampling. All components of entrepreneurship, such as Achievement, Ambiguity tolerance, confidence, risk-taking and creativity have been reported less than mediocrity. The overall conclusion of the students' training courses of Allameh Tabatabai does not have an effect on the developing of the spirit of entrepreneurial. The researchers who had an interview with experts for improving the entrepreneurial of university offered five main categories such as changes in the role of universities, infrastructure, networking, promotion of academic activities and management changes.

Keywords: Education, Entrepreneurship, Entrepreneurial Spirit, Academic Entrepreneurship.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOI: 10.18869/acadpub.erj.2.31.32]