

Analyzing of capabilities and limitations of the third generation university in entrepreneurship education (case study: Farhangian University)

Amir Moradi^{1*}

¹ Department of Educational Sciences, Farhangian University, Tehran, Iran, Email: a.moradii@cfu.ac.ir

Article Info

Article type:
Research Full Paper

Article history:

Received: 24.12.2024
Revised: 29.03.2025
Accepted: 29.04.2025

Keywords:

Entrepreneurship
Education
Farhangian University
Third Generation
University
Capability
Limitation

ABSTRACT

Today, entrepreneurship is considered the driving force behind the economic and social development of communities, and third-generation universities are regarded as the center for entrepreneurship education. This study investigated the capabilities and limitations of third-generation universities in entrepreneurship education, using a case study of Farhangian University. This research is applied in terms of purpose and qualitative in terms of data collection method, which was done with grounded theory method. The research population included all faculty members of Farhangian University, with twenty-two members of the research population, were selected using a chain sampling method and subjected to in-depth, semi-structured interviews, and theoretical saturation was achieved. The collected data were categorized using MaxQDA software into 54 open codes (concepts), 15 axial codes (components), and 4 selective codes (categories). The research results showed, the identified capabilities included six intra-university components (recruitment and attraction of innovative and entrepreneurial managers, professors, and students, development of technological facilities, holding entrepreneurship workshops, and supporting related theses) and four extra-university components (interaction with stakeholders, development of international entrepreneurship, access to funding, and focus on environmental opportunities). The limitations also included three intra-university components (lack of entrepreneurial managers, stagnation in the first or second generation of the university, and lack of workshop facilities) and two extra-university components (lack of entrepreneurial competencies among graduates and lack of funding). Based on the coding and analysis of the interviews conducted, Farhangian University has higher capabilities in attracting entrepreneurial professors (intra-university) and accessing funding (extra-university), but faces greater limitations in workshop equipment (intra-university) and graduate entrepreneurship (extra-university).

Cite this article: Moradi, A. 2025. Analyzing of capabilities and limitations of the third generation university in entrepreneurship education (case study: Farhangian University). *Journal of Studies in Entrepreneurship and Sustainable Agricultural Development*, 12 (2), 127-152.



© The Author(s)



[10.22069/jead.2025.23109.1874](https://doi.org/10.22069/jead.2025.23109.1874)

Publisher: Gorgan University of Agricultural Sciences and Natural Resources

واکاوی توانمندی‌ها و محدودیت‌های دانشگاه نسل سوم در آموزش کارآفرینی (مورد مطالعه: دانشگاه فرهنگیان)

امیر مرادی^{۱*}

^۱ گروه آموزش علوم تربیتی، دانشگاه فرهنگیان، تهران، ایران. رایانامه: a.moradii@cfu.ac.ir

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله کامل علمی - پژوهشی	امروزه کارآفرینی موتور محرکه توسعه اقتصادی و اجتماعی جوامع محسوب می‌شود و دانشگاه‌های نسل سوم کانون آموزش کارآفرینی به‌شمار می‌آیند. این پژوهش با هدف بررسی توانمندی‌ها و محدودیت‌های دانشگاه نسل سوم در آموزش کارآفرینی، با مطالعه موردی دانشگاه فرهنگیان انجام شد. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از لحاظ شیوه گردآوری داده‌ها کیفی بود که با روش نظریه داده‌بنیاد انجام شد. جامعه پژوهش شامل کلیه اعضای هیأت علمی دانشگاه فرهنگیان بودند که با روش نمونه‌گیری زنجیره‌ای ۲۲ نفر انتخاب و مورد مصاحبه عمیق و نیمه ساختاریافته قرار گرفتند و اشباع نظری حاصل شد. داده‌های گردآوری شده با استفاده از نرم‌افزار MAXQDA در قالب ۵۴ کد باز (مفهوم)، ۱۵ کد محوری (مؤلفه‌ها) و ۴ کد انتخابی (مقوله‌ها) دسته‌بندی شدند. نتایج پژوهش نشان داد، توانمندی‌های شناسایی شده شامل شش مؤلفه درون دانشگاهی (استخدام و جذب مدیران، اساتید و دانشجویان مبتکر و کارآفرین، توسعه امکانات فناورانه، برگزاری کارگاه‌های کارآفرینی و حمایت از پایان‌نامه‌های مرتبط) و چهار مؤلفه برون دانشگاهی (تعامل با نهادهای ذینفع، توسعه کارآفرینی بین‌المللی، دسترسی به بودجه و تمرکز بر فرصت‌های محیطی) بود. محدودیت‌ها نیز شامل سه مؤلفه درون دانشگاهی (فقدان مدیران کارآفرین، توقف در نسل اول یا دوم دانشگاه و کمبود امکانات کارگاهی) و دو مؤلفه برون دانشگاهی (فقدان شایستگی‌های کارآفرینی فارغ‌التحصیلان و کمبود بودجه) بود. بر اساس کدگذاری انجام شده و تحلیل مصاحبه‌های انجام شده، دانشگاه فرهنگیان در جذب استادان کارآفرین (درون دانشگاهی) و دسترسی به بودجه (برون دانشگاهی) توانمندی بالاتر و در تجهیزات کارگاهی (درون دانشگاهی) و کارآفرینی فارغ‌التحصیلان (برون دانشگاهی) با محدودیت‌های بیشتری مواجهه است.
واژه‌های کلیدی: آموزش کارآفرینی دانشگاه فرهنگیان دانشگاه نسل سوم توانمندی محدودیت	

استناد: مرادی، امیر. (۱۴۰۴). واکاوی توانمندی‌ها و محدودیت‌های دانشگاه نسل سوم در آموزش کارآفرینی (مورد مطالعه: دانشگاه فرهنگیان). مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی، ۱۲ (۲)، ۱۵۲-۱۲۷.



10.22069/jead.2025.23109.1874

© نویسندگان

ناشر: دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان



مقدمه

سده بیست و یکم، قرن علم، فناوری و نوآوری معرفی شده که در آن سرمایه اصلی جوامع، علم، فناوری و نوآوری منابع انسانی است. برای این که این سرمایه در خدمت رفاه و سعادت مردم جامعه قرار گیرد به مهارت کارآفرینی^۱ نیاز است (غریب و همکاران، ۱۴۰۳). کارآفرینی به عنوان یکی از مهمترین محرک‌های رشد اقتصادی و نوآوری همواره مورد توجه پژوهشگران و سیاست‌گذاران بوده است (احسانی‌فر و همکاران، ۱۴۰۳) در این میان دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی می‌توانند در رشد و توسعه قابلیت‌های کارآفرینی نقش اساسی بر عهده بگیرند که لازمه آن زمینه‌سازی برای گذار از نسل اول (آموزشی) و نسل دوم (پژوهشی) و رسیدن به دانشگاه‌های نسل سوم^۲ (کارآفرین) است. لازم به ذکر است که نباید دانشگاه کارآفرین را با دانشگاه نسل سوم به عنوان یک الگوی واحد در نظر گرفت، چرا که این دو دانشگاه در عین شباهت‌هایی که با هم دارند، تفاوت‌هایی نیز بین آن‌ها وجود دارد، مثلاً Kyrö and Mattila (2012) در تفاوت آن‌ها بیان می‌کنند که کارآفرینی یکی از گام‌های دستیابی به دانشگاه نسل سوم است و به نحوی می‌توان دانشگاه کارآفرین را گامی به سوی تحقق دانشگاه نسل سوم دانست. در حالی که دانشگاه نسل سوم دانشگاهی است که در حوزه‌های اقتصادی و اجتماعی جامعه حضور فعال دارد و علاوه بر آموزش و پژوهش، به کارآفرینی می‌پردازد (Pinheiro et al., 2015).

دانشگاه نسل سوم، علاوه بر انجام کارآفرینی و کمک به توسعه اقتصادی، مسائل مربوط به محیط‌زیست و بهبود وضعیت اجتماعی را نیز مدنظر قرار دارد. در واقع دانشگاه نسل سوم قادر است دانش موجود را به راه‌حل‌هایی تبدیل کند که هم وضعیت

زیست‌محیطی را بهبود ببخشد و هم از مشکلات اجتماعی مانند تبعیض نژادی، نابرابری و ... بکاهد (Pinheiro et al., 2015). لذا می‌توان گفت که دانشگاه نسل سوم به نیازهای اقتصادی و اجتماعی پاسخ‌گو است، به نحوی که گانگیدز (Gagnidze, 2016) بر این باور است که توسعه دانشگاه نسل سوم می‌تواند زمینه بهبود نوآوری در سطح ملی و بهبود شرایط اقتصادی کشور را فراهم نماید.

اهمیت پژوهش حاضر از آنجا ناشی می‌شود که در دنیای پسامدرن امروز، دانشگاه‌ها، علاوه بر مأموریت آموزشی-پژوهشی-پرورشی، مأموریت جدیدی یافته‌اند که مشارکت فزاینده‌تر در فرآیند آموزش کارآفرینی، نوآوری و توسعه فناوری است. یک دانشگاه اگر به فعالیت‌های کارآفرینی بپردازد، به عنوان یک منبع توسعه فناوری شناخته می‌شود. در نتیجه سیاست‌گذاران اغلب به دنبال سازوکارهایی برای ارتقای تجاری‌سازی فناوری از یافته‌های پژوهشی در دانشگاه‌ها به عنوان راهی برای تشویق فعالیت‌های کارآفرینی هستند (ذوالفقاری، ۱۳۹۰). در این میان دانشگاه فرهنگیان در حال گذار به سمت دانشگاه نوین است و نیازمند تقویت ابعاد کارآفرینی از طریق اضافه نمودن رشته و واحدهای درسی آموزش کارآفرینی و تعامل با آموزش و پرورش، سازمان فنی و حرفه‌ای، پارک علم و فناوری و کسب و کارهای کوچک است. بنابراین دانشگاه‌های تخصصی مانند دانشگاه‌های فرهنگیان نیز می‌توانند به دانشگاه کارآفرین تبدیل شوند.

مطابق اساسنامه دانشگاه فرهنگیان (۱۳۹۱)، این دانشگاه موظف به تربیت معلمان خلاق، کارآفرین و نوآور است که با مأموریت‌های دانشگاه نسل سوم همخوانی دارد و پس از گذشت بیش از یک دهه، برای اولین بار است که آموزش کارآفرینی در دانشگاه

² - Third Generation University

¹ - Entrepreneurship

- ۱- دانشگاه نسل سوم در آموزش کارآفرینی دارای چه توانمندی‌ها و محدودیت‌هایی است؟
- ۲- توانمندی‌ها و محدودیت‌های فراروی دانشگاه فرهنگیان (مورد مطالعه) به مثابه دانشگاه نسل سوم در آموزش کارآفرینی کدامند؟

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

کارآفرینی به فرآیند شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌ها در بازار، ایجاد نوآوری‌ها و مدیریت تهدیدات و ریسک‌های مرتبط با راه‌اندازی و توسعه کسب‌وکارهای جدید اطلاق می‌شود که می‌تواند به عنوان مؤلفه‌ای کلیدی در رشد اقتصادی، ایجاد شغل و تحول اجتماعی شناخته شود (Kuckertz and Wagner, 2022). در واقع، کارآفرینی فرآیندی از توسعه و آوردن یک نگاه نو به زندگی است، نگاهی که ممکن است یک ایده خلاقانه و روش‌های بهتری برای انجام کار باشد. بنابراین کارآفرین شخصی است که خطرپذیری به اجرا درآوردن و مدیریت کردن کسب‌وکاری را قبول می‌کند (حسینی‌نیا، ۱۳۹۷). امروزه به تبع تحولات محیط جهانی، مأموریت و رسالت دانشگاه دیگر در بحث آموزش و پژوهش خلاصه نمی‌شود، بلکه رسالت سومی به رسالت‌های پیشین آن اضافه شده است که مشارکت در توسعه اقتصادی و اجتماعی جامعه (کارآفرینی) است (Etzkowitz, 2003).

کارآفرینی دانشگاهی به عنوان فرآیند رهبری ایجاد ارزش اقتصادی نوآوری در نظر گرفته می‌شود که در درون و یا بیرون از دانشگاه رخ می‌دهد و به تجاری‌سازی پژوهش و فناوری می‌انجامد. چنین کارآفرینی دارای سه پیامد است: نخست، به ایجاد ارزش اقتصادی در بازار و دانشگاه کمک می‌کند. دوم، دستیابی به چرخه ایجاد ارزش از طریق فرآیندهایی چون خلق، بازسازی و ابتکار سازمانی امکان‌پذیر

فرهنگیان مورد پژوهش قرار می‌گیرد و توانمندی‌ها و محدودیت‌های آن برای تبدیل شدن به یک دانشگاه نسل سوم مورد بررسی قرار می‌گیرد و وضعیت کلی و جزئی آن مشخص می‌گردد. همچنین بر اساس سند تحول بنیادین آموزش و پرورش (۱۳۹۰)، معلمان باید توانایی کارآفرینی و خلق کسب‌وکارهای کوچک و نوین را داشته باشند. لذا یک دانشگاه نسل سوم با تأکید بر کارآفرینی می‌تواند این هدف را محقق سازد. در ایران به رغم داشتن نیروی کار فراوان و برخورداری از منابع غنی و ثروت مادی هنوز تعداد زیادی از متقاضیان تحصیل کرده جویای شغل، از امکان اشتغال بی‌بهره‌اند. از این‌رو توسعه آموزش کارآفرینی در ایران با توجه به اثرات اجتماعی-اقتصادی آن بسیار ضروری است. در این میان دانشگاه فرهنگیان می‌تواند با پرورش دانشجو-معلمان دارای ایده، ابتکار و فکر خلاق، ریسک‌پذیر و اندیشه‌ورز فرصت تحول بین نسلی در دانشگاه را مهیا نماید. همچنین این دانشگاه با تربیت دانشجو-معلمان کارآفرین، امکان تعمیم و ترویج کارآفرینی در کشور را ممکن می‌سازد؛ چرا که نقش معلمان در انتقال دانش و برانگیختن و توسعه مهارت‌های دانش‌آموزان نقشی بی‌بدیل و غیرقابل انکار است و معلمان الگوی دانش‌آموزان خود در اکثر زمینه‌ها هستند (San-Martin et al., 2019). در زمینه کارآفرینی نیز، نقش الگویی معلمان بر تمایلات شغلی آینده فراگیران، تصمیم بر کارآفرین شدن آن‌ها (Bosma et al., 2012) شکل‌گیری خودانگاره، افزایش انگیزش و یادگیری مهارت‌های شغلی جدید تأثیر معنی‌داری دارد (San-Martin et al., 2019).

بر این اساس، هدف پژوهش حاضر؛ بررسی توانمندی‌ها و محدودیت‌های دانشگاه نسل سوم در آموزش کارآفرینی (مطالعه موردی: دانشگاه فرهنگیان) است. سوال‌های پژوهش عبارت است از:

آگاهی افراد یا گروه‌ها از کسب‌وکار به یک سرمایه‌گذاری پرمغف (San-Martín et al., 2019). دلایل توجه به آموزش کارآفرینی در جهان شامل پیوند کارآفرینی با صنعت (Chawinga, 2017)، رابطه شیوه‌های موجود کسب‌وکار با نظریه‌های علمی (Ratten and Usmanij, 2020) و اهمیت رویکرد یادگیری مبتنی بر تجربه و حس است.

در بین دانشگاه‌های مختلف ایران، امروزه دانشگاه فرهنگیان به واسطه اشتغال کلیه فارغ‌التحصیلان و آموزش کارآفرینی در طول دوران تحصیل، یکی از دانشگاه‌های کارآفرین محسوب می‌شود. در حال حاضر، حدود ۱۱۷۰۰۰ دانشجوی معلم و مهارت‌آموز (ماده ۲۸) و ۱۲۲۰ استاد هیأت علمی در ۹۸ پردیس و مرکز دانشگاه فرهنگیان مشغول تحصیل و تدریس هستند (سایت دانشگاه فرهنگیان، ۱۴۰۳). دانشگاه فرهنگیان دانشگاهی مأموریت‌گرا محسوب می‌شود و رسالت آن تربیت معلمان آینده کشور در طراز جمهوری اسلامی مطابق با اسناد بالادستی است. به عنوان مثال، یکی از اهداف عملیاتی سند تحول بنیادین آموزش و پرورش (۱۳۹۰) تنوع‌بخشی به محیط‌های یادگیری در فرآیند تربیت مدرسه‌ای است که یکی از راهکارهای تحقق این هدف، تنظیم و اجرای برنامه جامع کارآفرینی و مهارت‌آموزی برای کلیه دوره‌های تحصیلی است که با حضور معلمان کارآفرین و ارزش‌آفرین در مدارس قابل تحقق است، چرا که معلمان رکن و عامل شایستگی هر نظام آموزشی محسوب می‌شوند و هیچ کشوری نمی‌تواند از سطح معلمانش بالاتر برود. در مجموع، آموزش کارآفرینی یکی از این موضوعات به‌روز و مدنظر دانشگاه‌ها در سطح ملی و بین‌المللی در قرن حاضر است که در نقاط مختلف جهان به سرعت در حال گسترش است (Longva and Foss, 2018).

می‌شود که به نوآوری منجر خواهد شد. در نهایت، کارآفرینی دانشگاهی با تجاری‌سازی فناوری و پژوهش، به برقراری ارتباط مؤثر میان دانشگاه و صنعت (بازار) یاری می‌رساند و این تعامل را تسهیل و تقویت می‌کند (Bornstein, 2007). به باور ویزما (Wissema, 2009) بهره‌برداری از علم و پیوند عمیق با بدنه اقتصادی جامعه در قالب ویژگی کارآفرینانه بودن تنها شاخص‌های لازم برای شناسایی یک دانشگاه به عنوان دانشگاه نسل سوم نخواهد بود، بلکه تجاری‌سازی دانش، انتقال و تبدیل فناوری، پیوند با صنعت در جامعه، توسعه مهارت‌های کارآفرینانه دانشجویان جهت ورود به بازار کار جهانی، پاسخ‌گویی راهبردی به تقاضای توده‌ای برای آموزش عالی، پاسخ‌گویی به نیازهای محلی و منطقه‌ای، بین‌المللی‌سازی فرآیندهای دانشگاهی و استقلال از جمله شاخص‌های دیگر دانشگاه کارآفرین به شمار می‌آید (Knight and dewit, 2018; Altbach and Knight, 2006).

برخی از نظام‌های آموزش عالی با ایجاد تغییراتی در برنامه‌های خود، با توسعه اقتصادی و بازار کار هماهنگ می‌شوند و با اجرای طرح‌های کارآفرینی در دانشگاه‌ها، فارغ‌التحصیلانی نوآور و خلاق تربیت می‌کنند، این تحولات مقدمه شکل‌گیری دانشگاه کارآفرین است (بهرام‌چوبین و همکاران، ۱۳۹۵). تعامل دانشگاه کارآفرین با شرکت‌ها و سازمان‌ها و ارائه آموزش کارآفرینی به آن‌ها و راه‌اندازی و توسعه کسب‌وکارها به شرکت‌ها اجازه می‌دهد تا با کسب دانش جدید و نوآور، کیفیت محصولات خود را ارتقاء بخشند و در رقابت با رقبای داخلی و خارجی از آن‌ها پیشی گیرند (Hansen and Welo, 2017). آموزش کارآفرینی به معنای آموزش مهارت‌ها، نگرش‌ها و ویژگی‌های فردی و تکنیکی مرتبط با کارآفرینی برای

مهمترین مزیت‌های رقابتی دانشگاه فرهنگیان ارتباط مستقیم با نظام آموزش و پرورش، شبکه گسترده پردیس‌ها و مراکز در سراسر کشور و امکان تربیت معلمان کارآفرین و نوآور است. با توجه به موارد فوق، حرکت دانشگاه فرهنگیان به سمت دانشگاه نسل سوم نه تنها اقدامی مناسب بلکه گامی اجتناب‌ناپذیر برای تحقق اهداف توسعه‌ای آموزش عالی به شمار می‌آید. این تحول می‌تواند با حفظ مأموریت اصلی دانشگاه در تربیت معلم و تقویت ابعاد کارآفرینی و نوآوری صورت گیرد. اما واقعیت آن است؛ دانشگاه‌های نسل سوم جهت ارائه آموزش کارآفرینی با برخی موانع مواجهه‌اند و نیازمند برخورداری از برخی توانمندی‌هایی هستند که ضرورت پژوهش‌های بیشتر در این خصوص را آشکار می‌کند.

پژوهش‌های متعددی در حوزه آموزش کارآفرینی و دانشگاه نسل سوم، انجام شده است. رضایی و همکاران (۱۴۰۲) در پژوهشی که با هدف تحلیل کارآفرینی دانشگاهی قابلیت‌محور انجام دادند، دریافتند که پیامدهای حاصل از کارآفرینی دانشگاهی قابلیت‌محور در چهار بخش هدایت جریان‌های سرمایه‌گذاری در کسب‌وکارهای مولد و کارآفرینی، توسعه مراکز رشد و دانش‌بنیان، شبکه‌سازی کارآفرینانه و توسعه و رفاه اقتصادی قابل تحلیل و ارزیابی است که می‌تواند در تحقق کارآفرینی دانشگاهی قابلیت‌محور مؤثر واقع شود.

تقی‌نژاد و همکاران (۱۴۰۰) در مطالعه‌ای که با هدف بررسی مفهوم کارآفرینی در آموزش عالی کشور از طریق مروری نظام‌مند بر مقالات پژوهشی آموزش کارآفرینی انجام دادند به این نتیجه رسیدند که هم در سطح واحدهایی معنایی و هم در سطح واژگان مورد استفاده؛ کارشناسان، آموزش کارآفرینی را محرک نوآوری و منتهی به خلق کسب‌وکار و ایجاد اشتغال

می‌دانند. همچنین از آنجا که استادان دانشگاه‌های ایران، کارآفرین شدن را یک ویژگی فردی می‌دانند؛ از همین‌رو است که به نوعی بر ویژگی‌های افراد کارآفرین تأکید و توجه وجود دارد. در نهایت، به دلیل تنوع مفاهیم سرفصل برنامه درسی مصوب و مورد قبول همگان برای آموزش کارآفرینی وجود ندارد.

توشمالی و همکاران (۱۳۹۹) در مفهوم‌سازی دانشگاه کارآفرین و طراحی الگوی دانشگاه نسل سوم؛ جذب منابع مالی، ابداع نوآوری، مدیریت کارآفرینی فناورانه و رویکرد کارآفرینانه استادان به عنوان مقوله‌های اصلی دانشگاه نسل سوم شناسایی شدند. با توجه به سطح‌بندی انجام شده، الگوی نهایی دانشگاه نسل سوم در دانشگاه‌های علوم پزشکی آزاد طراحی شده و فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در کانون مدل قرار دارد. این عنصر در تعامل پویا با جذب منابع مالی، ابداع نوآوری، مدیریت کارآفرینی فناورانه و رویکرد کارآفرینانه استادان دانشگاه است.

نعمت‌الهی و همکاران (۱۳۹۸) در مرور نظام‌مند توانمندی‌های دانشگاه نسل سوم به این نتیجه رسیدند که حکمرانی مستقل، مدیریت نوآور و کارآفرین، بین‌المللی‌سازی، جذب و توسعه منابع انسانی کارآفرین، تمرکز بر پژوهش کاربردی و توسعه اقتصادی و اجتماعی برخی از مهمترین توانمندی‌های دانشگاه نسل سوم به‌شمار می‌آیند.

نتایج پژوهش خسروی و زنگنه (۱۳۹۷) در خصوص روند نهادینه‌سازی کارآفرینی در دانشگاه بیانگر آن است که این روند در دانشگاه‌های ایران کند است و در مسیر خود با محدودیت‌هایی مانند عدم ارتباط دانشگاه‌ها با صنعت، توجه صرف به آموزش، فقدان زیرساخت‌های آموزش کارآفرینی، عدم آشنایی اساتید با کارآفرینی، نبود مراکز کارآفرینی در دانشگاه روبرو است.

اول؛ با این حال، برای رسیدن به توسعه اقتصادی پژوهش‌هایی با استاندارد بالا (دانشگاه‌های نسل دوم) و استفاده بدنه اقتصادی کشور از خروجی‌های تحقیقاتی (دانشگاه‌های نسل سوم) نیز ضروری است. از این طریق، رقابت شرکت‌ها افزایش می‌یابد و می‌تواند به افزایش رقابت در سطح منطقه‌ای و جهانی منجر شود.

تحلیل و تفسیر پیشینه پژوهش نشان داد؛ پژوهش‌های متعددی در حوزه کارآفرینی و آموزش کارآفرینی دانشگاه نسل سوم در سطح داخلی و خارجی انجام شده است، اما پژوهشی که به بررسی توانمندی‌ها و محدودیت‌های دانشگاه نسل سوم در آموزش کارآفرینی (با تأکید بر دانشگاه فرهنگیان) پردازد تاکنون انجام نشده است. بنابراین این پژوهش از زاویه‌ای دیگر و با تأکید بر دانشگاه فرهنگیان به شناسایی توانمندی‌ها و محدودیت‌های آموزش کارآفرینی پرداخته است. بنابراین هدف پژوهش حاضر، بررسی توانمندی‌ها و محدودیت‌های دانشگاه نسل سوم در آموزش کارآفرینی (مطالعه موردی: دانشگاه فرهنگیان) است.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از لحاظ شیوه گردآوری داده‌ها کیفی است که با روش نظریه داده‌بنیاد⁴ انجام شد. نظریه داده‌بنیاد روشی سیستماتیک و انعطاف‌پذیر برای جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی به منظور ساخت نظریه‌هایی است که در داده‌ها پایه‌گذاری شده‌اند. هدف از به‌کارگیری این روش معمولاً تولید یک چارچوب نظری است که توضیح دهد؛ چگونه و چرا جوامع، سازمان‌ها و افراد رویدادها، چالش‌ها با موقعیت‌های مشکل‌ساز را تجربه می‌کنند و به آن‌ها پاسخ می‌دهند (Bryant, 2017). با

Dinis (2024) در مطالعه خود به این نتیجه رسید که برنامه درسی کارآفرینی بر نگرش‌ها، باورها و نیت کارآفرینانه دانش‌آموزان، درک هنجارهای اجتماعی و مقاصد کارآفرینی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد، اما میزان تأثیرگذاری آن با توجه به دوره و پایه تحصیلی دانش‌آموزان متفاوت بوده و نقش واسطه‌ای عوامل شخصی (جنسیت و مدل‌های خانوادگی)، عوامل آموزشی (تفاوت‌های بین آموزش عمومی و فنی و حرفه‌ای) و عوامل زمینه‌ای (محل سکونت) بر این تأثیرگذاری تأیید شده است.

Hahn et al (2020) در بررسی تأثیر آموزش کارآفرینی بر مهارت‌های کارآفرینی دانشجویان نتیجه گرفتند که هر دو نوع آموزش کارآفرینی اختیاری و اجباری در دانشگاه‌ها به توسعه مهارت‌های کارآفرینی دانشجویان کمک می‌کنند، اما تأثیر دوره‌های اجباری کارآفرینی به عملکرد والدین دانشجویان به عنوان کارآفرین بستگی دارد. در مجموع نتایج نشان می‌دهد که نوع آموزش کارآفرینی و تجربه خانوادگی دانشجویان (داشتن خانواده کارآفرین) هر دو در میزان موفقیت آموزش کارآفرینی نقش دارند.

Sidrat and Ayadi Frikhab (2018) در پژوهش «تکامل دانشگاه در راستای دانشگاه کارآفرین» که در بیش از یکصد دانشگاه در کشور تونس انجام شد، دریافتند؛ شرط تبدیل شدن به دانشگاه کارآفرین، انجام تحولات مثبت در درون دانشگاه است. از این رو، مدیریت و نوع دانشگاه، تأثیر مثبتی بر توسعه دانشگاه کارآفرین دارد.

نتایج پژوهش Zuti and Lukovics (2017) نشان داد که توسعه اقتصادی مدرن مستلزم گسترش تعهدات اجتماعی و اقتصادی دانشگاه در کنار فعالیت‌های سستی آن است و آموزش با کیفیت بالا می‌تواند زمینه توسعه اقتصادی را فراهم آورد (دانشگاه‌های نسل

⁴ - Grounded Theory

توجه به نوپا بودن مفهوم دانشگاه نسل سوم در ایران و به‌ویژه در دانشگاه فرهنگیان، این روش اکتشافی پژوهشگر را قادر می‌سازد که به صورت استقرایی این پدیده را مطالعه کرده و ضمن ارائه تبیین‌های جامع، نظریه‌های جدیدی را کشف کند که مبتنی بر جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل داده‌های دنیای واقعی است (Faggiolani, 2011).

جامعه پژوهش شامل کلیه اعضای هیأت علمی دانشگاه فرهنگیان بودند که ضمن آشنایی نسبی با مفهوم آموزش کارآفرینی و نسل سوم دانشگاه، دارای سابقه تدریس و تألیف (کتاب، مقاله، طرح پژوهشی و ...) در این خصوص بودند. حجم نمونه با در نظر گرفتن قاعده اشباع نظری (Given, 2008) تعیین شد و

برای تعیین کفایت و اشباع داده‌ها، بعد از انجام مصاحبه‌ها، بلافاصله پیاده‌سازی، مکتوب و کدگذاری انجام شد تا بازخوردهای لازم فراهم آید. در مصاحبه نوزدهم، پژوهشگر قانع شد که در محتوای پاسخ‌های گردآوری شده مصاحبه‌ها داده‌های جدیدی وجود ندارد، اما برای اطمینان مصاحبه تا بیست‌ودومین نفر ادامه پیدا کرد. بنابراین نمونه پژوهش شامل ۲۲ نفر از اعضای هیأت علمی (۱۵ نفر آقا و ۷ نفر خانم) دانشگاه فرهنگیان بودند که ضمن داشتن رضایت و تمایل به شرکت در مصاحبه با استفاده از روش نمونه‌گیری زنجیره‌ای و به شکلی هدفمند انتخاب شدند (جدول ۱).

جدول ۱- مشخصات کلی مشارکت‌کنندگان در پژوهش

کد شرکت‌کننده	جنسیت	پست سازمانی	رشته تخصصی	سنوات خدمت	مدت زمان مصاحبه (دقیقه)
۱	مرد	مدیر گروه	مدیریت آموزشی	۳۵	۴۴
۲	مرد	هیأت علمی	برنامه‌ریزی درسی	۱۶	۵۱
۳	مرد	هیأت علمی	شیمی (محض)	۱۸	۵۶
۴	مرد	هیأت علمی	مدیریت آموزشی	۳۵	۴۷
۵	مرد	مدیر گروه	جامعه‌شناسی مسائل ایران	۳۵	۴۵
۶	مرد	هیأت علمی	جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی	۲۶	۵۶
۷	مرد	معاون آموزشی	مدیریت آموزش عالی	۲۱	۵۹
۸	مرد	هیأت علمی	زیست‌شناسی (جانوری)	۱۸	۴۸
۹	مرد	هیأت علمی	مدیریت آموزشی	۳۲	۴۲
۱۰	مرد	هیأت علمی	مدیریت منابع انسانی	۲۶	۵۱
۱۱	مرد	هیأت علمی	برنامه‌ریزی درسی	۳۳	۵۷
۱۲	مرد	هیأت علمی	مشاوره و راهنمایی	۲۳	۴۸
۱۳	مرد	هیأت علمی	مدیریت آموزشی	۱۷	۵۲
۱۴	مرد	هیأت علمی	فیزیک (جامدات)	۱۹	۴۶

کد شرکت‌کننده	جنسیت	پست سازمانی	رشته تخصصی	سنوات خدمت	مدت زمان مصاحبه (دقیقه)
۱۵	مرد	هیأت علمی	تکنولوژی آموزشی	۲۱	۵۲
۱۶	زن	هیأت علمی	برنامه‌ریزی درسی	۲۳	۴۹
۱۷	زن	هیأت علمی	ریاضیات محض	۲۶	۴۳
۱۸	زن	هیأت علمی	روانشناسی تربیتی	۲۸	۵۶
۱۹	زن	هیأت علمی	مشاوره و راهنمایی	۳۵	۵۱
۲۰	زن	هیأت علمی	جغرافیا	۲۴	۴۷
۲۱	زن	معاون پژوهشی	مدیریت آموزش عالی	۲۱	۵۰
۲۲	زن	هیأت علمی	فلسفه تعلیم و تربیت	۱۵	۴۳

روش و ابزار گردآوری داده‌ها، مصاحبه نیمه‌سازمان‌یافته بود که به شکل ترکیبی حضوری و غیرحضوری (گفتگوی تلفنی و تصویری از طریق شبکه‌های اجتماعی مجازی) انجام شد. مصاحبه با طرح موضوع و سوال‌های پژوهش شروع و با پاسخ مصاحبه‌شونده از طریق طرح تجربه زیسته ادامه پیدا می‌کرد و از طریق طرح سوال تکمیلی و پیگیرانه تشویق می‌شدند تا جزئیات بیشتری در مورد پدیده مورد مطالعه اظهار نمایند. در شرایطی که ضرورتی به توضیح و روشن‌نگری بیشتر نبود، مصاحبه اتمام یافته اعلام می‌شد. پس از پیاده‌سازی مصاحبه در قالب یک متن مکتوب، جهت اطمینان از صحت تفسیر و برداشت از اظهارات مشارکت‌کنندگان، متن مکتوب برای هر مشارکت‌کننده ارسال و پس از تأیید آن، تجزیه و تحلیل و تفسیر آن آغاز می‌شد.

در ادامه جهت کدگذاری داده‌ها از الگوی کلایزی (Colaizzi, 1978) استفاده شده است تا توصیف روشنی از فهم ادراک شده مشارکت‌کنندگان در رابطه با پدیده موردنظر (توانمندی‌ها و محدودیت‌های

دانشگاه نسل سوم در آموزش کارآفرینی) به دست آید. مراحل هفت‌گانه الگوی کلایزی شامل موارد ذیل است: ۱- یادداشت‌برداری و تبدیل مکالمات به متون. ۲- خواندن چندباره متن مکالمات و کشف و علامت‌گذاری عبارت‌های مهم مرتبط با پدیده مورد بررسی. ۳- مفهوم‌بخشی به جمله‌های مهم استخراج شده. ۴- مرتب‌سازی توصیف‌های مشارکت‌کنندگان و مفاهیم مشترک در دسته‌های خاص. ۵- تبدیل همه نظرات استنتاج شده به توصیف‌های جامع و کامل. ۶- تبدیل توصیف‌های کامل پدیده به یک توصیف خلاصه و مختصر. ۷- معتبرسازی نهایی. کدگذاری انجام شده در این پژوهش در سه بخش کدگذاری باز^۵، محوری^۶ و انتخابی^۷ انجام شد.

جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش استرابت و کارپنتر (۲۰۰۳)، به نقل از ادیب‌حاج‌باقری و دیگران، (۱۳۹۰) بهره گرفته شد که دربرگیرنده توصیف پدیده توسط محقق، کنارگذاری پیش فرض‌ها، مصاحبه با مشارکت‌کنندگان، قرائت توصیف‌ها، استخراج مضمون‌های اصلی و فرعی، یافتن روابط اساسی،

7 - Selective Coding

5 - Open Coding

6 - Axial Coding

نوشتن توصیفی از پدیده، برگرداندن توصیف به شرکت‌کنندگان و کسب تأیید آنان، مرور بر متون مربوطه و انتشار یافته‌ها است. جهت تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار MAXQDA نسخه ۲۰۲۰ استفاده شد، به‌گونه‌ای که داده‌های تمامی مصاحبه‌ها وارد محیط نرم‌افزار شد و مراحل تحلیل مصاحبه‌ها و ایجاد مقوله و مضمون‌های اصلی و فرعی در نرم‌افزار تحلیل آماری کیفی انجام شد.

جهت سنجش روایی و پایایی داده‌ها از روش ارزیابی گوبا و لینکلن^۸ (Guba and Lincoln, 1994) استفاده شد که شامل چهار مولفه زیر است:

- باورپذیری^۹: از راهبردهای سه‌سوسازی (گردآوری داده‌ها از منابع و روش‌های گوناگون)، تحلیل داده‌های متضاد و بررسی تفسیرهای داده‌های خام استفاده شد.

- انتقال‌پذیری^{۱۰}: در تفسیر، تحلیل و توصیف داده‌ها دقت و حساسیت لازم صورت گرفته و به بررسی داده‌ها جامعیت لازم داده شد.

- وابستگی (پایایی^{۱۱}): در تفسیر تجربه‌های زیسته مشارکت‌کنندگان، ثبت مراحل و روش ترکیب، تلفیق و تلخیص داده‌ها از رویکرد واحد پیروی گردید تا سایر محققان بتوانند این پژوهش را تکرار کنند.

- اطمینان‌پذیری^{۱۲}: نتایج و فرایندهای پژوهش مورد بازبینی قرار گرفت.

اعتبار داده‌ها با استفاده از تکنیک‌های باورپذیری از طریق خودبازبینی محققان و اطمینان‌پذیری با هدایت جریان جمع‌آوری اطلاعات و هم‌سوسازی پژوهشگران تعیین شد. همچنین ژرف‌اندیشی متخصصین درباره موضوع‌های آشکار شده، حفظ مستندات و علاقه‌مندی محقق با موضوع و داده‌ها اطمینان و باورپذیری یافته‌ها را تضمین کرده است.

یافته‌ها

پس از انجام مصاحبه و به منظور کدگذاری، در مرحله اول؛ داده‌های حاصل از مصاحبه با مشارکت‌کنندگان مورد تحلیل قرار گرفت و خط به خط کدگذاری و پس از حذف کدهای تکراری و ادغام کدهای مشابه در مجموع ۵۴ کد باز (مفهوم اولیه) شناسایی شدند. این مفاهیم خلاصه‌ای از کدهای اولیه‌ای است که در پژوهش مشاهده شده و تلاش شد از مفاهیمی در فرآیند کدگذاری باز استفاده گردد که توسط خود مصاحبه‌شوندگان مطرح گردیده است. سپس بر اساس کدهای باز و دسته‌بندی آن‌ها ۱۵ کد محوری (مؤلفه‌ها) ایجاد شد. در ادامه، با توجه به شباهت و سنجیت و با درنظر گرفتن ارتباط بین کدهای محوری، چهار کد انتخابی (مقوله‌ها) شکل گرفت. جدول شماره ۲ فرآیند کدگذاری باز را نشان می‌دهد.

¹¹ Reliability
¹² Dependability

⁸ - Guba & Lincoln
⁹ - Credibility
¹⁰ - Transferability

جدول ۲- کدگذاری باز داده‌ها

ردیف	کدهای استخراج شده	کد شرکت کنندگان	ردیف	کدهای استخراج شده	کد شرکت کنندگان
۱	کارآفرین بودن مدیران	1.2.4.5.9.12. 15.17.18.20	۲	داشتن روحیه کارآفرینی	1.3.5.6.10.13.14. 15.16. 18.19.20.22
۳	روحیه تحول‌گرایی و نوگرایی در مدیران	1.2.3.5.6.10.13, 14.15.17.20.22	۴	انتقال روحیه نوگرایی در محیط دانشگاه	2.3.5.6.8.9.13.14. 15.16. 18.19.21
۵	استفاده از استادان نابغه و خلاق	1.2.3.4.5.6. 7. 9.10. 11.13,14.15.16. 18.19.20.22	۶	توانایی پرورش دانشجویان کارآفرین	1.2.3.5.6.9.13,14.15. 17.20.22
۷	داشتن ذهن خلاق و مبتکر در استادان	2.3.5.6.8.9.13, 14.15.16. 18.19.20.21	۸	بها دادن به دانشجویان نوآور و کارآفرین	1.2.3.5.6.7.8.10,13. 14.16. 17.19.20.22
۹	پرورش ایده‌پردازی و روحیه کارآفرینی در دانشجویان	1.2. 5.7.10.12,13. 16.19.21.22	۱۰	تمرکز بر مولدسازی دانش در دانشجویان	3.5.6.8.9.10,14. 15.17.18.19.20.21
۱۱	حمایت از دانشجویان نابغه و مبتکر در عرصه کارآفرینی	1.2.3.4.6.7.8. 10,13. 14.16. 17.19.20.22	۱۲	مبتنی بودن دانشگاه کارآفرین بر اینترنت و وب	2.4.5.6.7.8.10,13.14. 16.17.19.20.22
۱۳	برخورداری از تجهیزات و امکانات به‌روز فناورانه	2.3. 4.5.6.8. 7.10.12. 13. 15.16. 18. 20.21.22	۱۴	همگامی دانشگاه با پیشرفت‌های روز دنیا	3.4.7.9.12.15. 17.18.20
۱۵	برگزاری جلسات و کارگاه‌های کارآفرینی و اشتغال‌زایی	2.3.5.6.8.9.10, 14.15.16. 17.19.20.21	۱۶	پیگیری تحقق فرهنگ کارآفرینی در بین دانشجویان،	1.4.6.9,11.14.16. 18.20.22
۱۷	انتخاب موضوعات کاربردی و دارای قابلیت تجاری‌سازی در پایان‌نامه‌ها و رساله‌ها	1.2.4.5.6.8.10,13.14.16. 17.19.20.22	۱۸	حمایت مالی از عناوین مرتبط با حوزه کارآفرینی	2.3.4.6.7.9.10,13. 14.15.17.19.20.22
۱۹	استقبال از موضوعات در زمینه اشتغال‌آفرینی و مولدسازی یافته‌ها	2.3.6.8.13,14.15. 16.18.20.22	۲۰	تعمیق ارتباط بین دانشگاه و بازار کار	1.3.4.5.8.11.14. 17.20.21
۲۱	تعامل فعال با سازمان- ها و نهادهای غیردانشگاهی در حوزه اشتغال در جامعه	3. 4.5.9.11,14. 15.18.20	۲۲	پرورش و تحویل فارغ‌التحصیلان مدنظر نهادهای و سازمان‌های استخدام‌کننده آن‌ها	1.3.4.6.10,13. 14.16.18.19.20.22
۲۳	ارتباط اثربخش با حوزه بازار کار	2.4.8.12,13.15. 16.18.20.21	۲۴	تعامل پژوهشی و کارآفرینی با دانشگاه- های مطرح جهان	4.8.12,13.15. 16.18.20.21

مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی، دوره ۱۲، شماره ۲، ۱۴۰۴

ردیف	کدهای استخراج شده	کد شرکت کنندگان	ردیف	کدهای استخراج شده	کد شرکت کنندگان
۲۵	اعطای فرصت‌های مطالعاتی و پژوهشی به استادان کارآفرین	4.5.8.9,13.14. 15.17.19.21	۲۶	اعزام اعضای هیأت علمی کارآفرین به دانشگاه‌های کارآفرین ممتاز.	1.3.4.8.9.12,13. 15.16.19.22
۲۷	اختصاص بودجه کافی به طرح‌ها و برنامه‌های مبتکرانه	1.2.4.5.6.7.9.10,13. 14.16.17.19.20.۲۲	۲۸	ضرورت استقلال مالی دانشگاه نسل سوم	3. 4.7.9.12,14. 16.19.21
۲۹	تأمین بخشی از بودجه از طریق تعامل با سازمان‌های ذینفع	1.2.3.5.8.9.12,13. 15.16.19.21	۳۰	اهمیت پیش‌بینی منابع مالی جهت اجرای برنامه‌ها و اهداف.	1.2.3.5.6.8.10, 11.14.16.17.19.20.22
۳۱	توجه به توانمندی‌ها، قابلیت‌ها و محرومیت‌های منطقه	2. 4.5.8.11,12. 15.16.19	۳۲	آگاهی از محیط پیرامونی دانشگاه کارآفرین	2.5.8.9,10.13.15. 18.19.21
۳۳	آگاهی از ظرفیت‌ها و امکانات محیطی در تحکیم ارتباط بین دانشگاه، دولت و بازار کار	1.3.7.8.12,14.17. 19.21.21	۳۴	آگاهی از قابلیت‌ها و توانمندی‌های فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی منطقه	2.4.6.10,13.16.18.20
۳۵	نداشتن شایستگی کارآفرینی	1.2.4.5.9.12. 13.14.16.18.20	۳۶	فقدان ایده‌های ناب در اشتغال‌زایی	2.3.6.8.13,14.15. 16.18.20.22
۳۷	عدم تفاوت فارغ‌التحصیلان دانشگاه نسل سوم با سایر دانشگاه‌ها	1.3.5.8.10.11,12,14.15. 16.18.20.22	۳۸	حافظه محوری فارغ‌التحصیلان و صاحب ایده نبودن	2.3.5.6.8.10,13.14.16. 17.18.20.21
۳۹	عدم تخصیص بودجه کافی	1.4.6.9,11.14.16. 18.20.22	۴۰	یکسان بودن بودجه دانشگاه کارآفرین با سایر دانشگاه‌ها	1.2.4.5.6.7.8.10,13. 14.16. 17.19.20.21
۴۱	عدم استقلال مالی دانشگاه	3.4.7.9.12.15. 17.18.20	۴۲	وابستگی بودجه دانشگاه به تأمین اعتبارات از سوی دولت	1.2.3.5.6.8.9.12.15. 17.20.22
۴۳	عدم توفیق در جذب منابع مالی	1.2.4.5.6.8.9, 12.15.17.20.21	۴۴	نبود شایسته‌سالاری	1.2.5.8.9.12,13. 15.16.19.21.22
۴۵	عدم تصدی پست‌های مدیریتی بر مبنای تخصص	1.2.5. 6.7.9.12,14. 16.19.21	۴۶	به حاشیه راندن توسعه فرهنگ کارآفرینی	3.4.6.9,13.16.17.22

واکاوی توانمندی‌ها و محدودیت‌های دانشگاه نسل سوم... / امیر مرادی

ردیف	کدهای استخراج شده	کد شرکت‌کنندگان	ردیف	کدهای استخراج شده	کد شرکت‌کنندگان
۴۷	انتصاب افراد فاقد شایستگی‌های لازم	1.2.3.5.6.8.10, 11.14.16.17.19.20.22	۴۸	عدم انتخاب مدیران دانشگاه از بین چهره‌های کارآفرین	2.3. 4.5.9.11,14. 15.18.20. 21
۴۹	یکسان بودن برنامه‌ها و محتوای دانشگاه نسل سوم با نسل اول و دوم	3.4.9.12.15. 17.18.20	۵۰	فقدان امکانات، تجهیزات و محتوای تخصصی در حوزه کارآفرینی در دانشگاه	3. 6.7.9.11,14. 16.19.21
۵۱	نبود نگرش‌ها و بینش کارآفرینانه در میان مدیران، اساتید و دانشجویان	1.3.4.6.8.9. 10,11.14.15.17.19.20.22	۵۲	قدیمی بودن امکانات و تجهیزات دانشگاه	3.5.6.7. 10,12.15.16. 18.19.20
۵۳	عدم تجهیز کارگاه‌ها و آزمایشگاه‌ها	1.3. 4.7.9.12,14. 16.19.21	۵۴	مستهلك بودن امکانات و تجهیزات موجود	۲.3.7.8.12,15.17. 19.21.21

این مرحله پس از بررسی مجدد کدها، حذف یا ادغام داده‌های مشابه کدگذاری شده و خوشه‌بندی کدهای متناسب با هم، ۱۵ طبقه جدید ایجاد و مؤلفه‌های پژوهش را شکل دادند. جدول شماره ۳ خروجی بخش کدگذاری محوری پژوهش را نشان می‌دهد.

پس از انجام کدگذاری باز (مفاهیم) و مرور یادداشت‌های میدانی و ثبت ۵۴ کد، در مرحله دوم، به منظور تعیین ارتباط بین مفاهیم شناسایی شده، کدگذاری محوری و ایجاد مؤلفه‌ها انجام شد که لازمه آن مقایسه پیوسته و مداوم کدهای باز بود. در واقع، در

جدول ۳- کدگذاری محوری

مؤلفه‌ها	مفاهیم (کدهای باز)
جذب مدیران تحول‌خواه و کارآفرین	(۱) کارآفرین بودن خود مدیران (۲) داشتن روحیه کارآفرینی (۳) وجود روحیه تحول‌گرایی و نوگرایی در مدیران (۴) انتقال روحیه نوگرایی در محیط دانشگاه
جذب و پرورش اساتید کارآفرین و خلاق	(۵) استفاده از استادان نابغه و خلاق (۶) وجود توانایی پرورش دانشجویان کارآفرین (۷) داشتن ذهن خلاق و مبتکر در استادان
شناسایی و حمایت از دانشجویان کارآفرین	(۸) بها دادن به دانشجویان نوآور و کارآفرین (۹) پرورش ایده‌پردازی و روحیه کارآفرینی در دانشجویان (۱۰) تمرکز بر مولدسازی دانش در دانشجویان (۱۱) حمایت از دانشجویان نابغه و مبتکر در عرصه کارآفرینی
بهره‌گیری از ابزارها و وسایل فناورمحور	(۱۲) مبتنی بودن دانشگاه کارآفرین بر اینترنت و وب (۱۳) برخورداری از تجهیزات و امکانات به روز فناورانه (۱۴) همگامی دانشگاه با پیشرفت‌های روز دنیا

مؤلفه‌ها	مفاهیم (کدهای باز)
اجرای دوره‌های کارآفرینی و راه‌اندازی کسب و کار	۱۵) برگزاری جلسات و کارگاه‌های کارآفرینی و اشتغال‌زایی ۱۶) پیگیری تحقق فرهنگ کارآفرینی در بین دانشجویان
حمایت از پایان‌نامه‌ها و رساله‌های مرتبط با کارآفرینی	۱۷) انتخاب موضوعات کاربردی و دارای قابلیت تجاری‌سازی در پایان‌نامه‌ها ۱۸) حمایت مالی از عناوین مرتبط با حوزه کارآفرینی ۱۹) استقبال از موضوعات در زمینه اشتغال‌آفرینی و مولدسازی یافته‌ها
گسترش تعامل با نهادهای ذینفع	۲۰) تعمیق ارتباط بین دانشگاه و بازار کار ۲۱) تعامل با سازمان‌ها و نهادهای غیردانشگاهی ذینفع در حوزه اشتغال در جامعه ۲۲) پرورش و تحویل فارغ‌التحصیلان مدنظر نهادها و سازمان‌های استخدام‌کننده ۲۳) ارتباط اثربخش با حوزه بازار کار
توسعه همکاری‌های آموزشی، پژوهشی و کارآفرینی بین‌المللی	۲۴) تعامل و ارتباط پژوهشی و کارآفرینی با دانشگاه‌های مطرح جهان ۲۵) اعطای فرصت‌های مطالعاتی و پژوهشی به استادان کارآفرین ۲۶) اعزام اعضای هیأت علمی کارآفرین به دانشگاه‌های کارآفرین ممتاز
دسترسی به بودجه و منابع مالی	۲۷) اختصاص منابع مالی و بودجه کافی به طرح‌ها و برنامه‌های مبتکرانه ۲۸) ضرورت استقلال مالی دانشگاه نسل سوم ۲۹) تأمین بخشی از بودجه از طریق تعامل با نهادها و سازمان‌های ذینفع ۳۰) اهمیت پیش‌بینی منابع مالی جهت اجرای برنامه‌ها و اهداف.
تمرکز بر فرصت‌ها و محرومیت‌های پیرامون	۳۱) توجه به توانمندی‌ها، قابلیت‌ها و محرومیت‌های منطقه در حوزه کارآفرینی ۳۲) آگاهی از محیط پیرامونی دانشگاه کارآفرین ۳۳) آگاهی از امکانات محیطی در تحکیم ارتباط بین دانشگاه دولت و بازار کار ۳۴) آگاهی از توانمندی‌های منطقه از منظر فرهنگی، هنری، اقتصادی، اجتماعی و ...
فقدان شایستگی‌های کارآفرینی فارغ‌التحصیلان	۳۵) نداشتن شایستگی کارآفرینی ۳۶) فقدان ایده‌های ناب در اشتغال‌زایی ۳۷) عدم تفاوت فارغ‌التحصیلان دانشگاه نسل سوم با سایر دانشگاه‌ها ۳۸) حافظه محوری فارغ‌التحصیلان و صاحب ایده نبودن
کمبود بودجه و منابع مالی	۳۹) عدم تخصیص بودجه کافی ۴۰) یکسان بودن بودجه دانشگاه کارآفرین با سایر دانشگاه‌ها ۴۱) عدم استقلال مالی دانشگاه ۴۲) وابستگی بودجه دانشگاه به تأمین اعتبارات از سوی دولت ۴۳) عدم توفیق در جذب منابع مالی
متخصص و کارآفرین نبودن مدیران	۴۴) نبود شایسته‌سالاری ۴۵) عدم تصدی پست‌های مدیریتی بر مبنای تخصص ۴۶) به حاشیه راندن توسعه فرهنگ کارآفرینی ۴۷) انتصاب افراد فاقد شایستگی‌های لازم ۴۸) عدم انتخاب مدیران دانشگاه از بین چهره‌های کارآفرین.
توقف در نسل اول و دوم دانشگاه	۴۹) یکسان بودن برنامه‌ها و محتواهای دانشگاه نسل سوم با نسل اول و دوم ۵۰) فقدان امکانات، تجهیزات و محتواهای تخصصی در حوزه کارآفرینی در دانشگاه ۵۱) نبود نگرش‌ها و بینش کارآفرینانه در میان مدیران، اساتید و دانشجویان
کمبود امکانات و تجهیزات	۵۲) قدیمی بودن امکانات و تجهیزات دانشگاه

مؤلفه‌ها	مفاهیم (کدهای باز)
	۵۳) عدم تجهیز کارگاه‌ها و آزمایشگاه‌ها ۵۴) مستهلک بودن امکانات و تجهیزات موجود

بهم مرتبط و چهار مقوله (کد انتخابی) توانمندی‌های درون‌دانشگاهی، توانمندی‌های برون‌دانشگاهی، محدودیت درون‌دانشگاهی و محدودیت برون‌دانشگاهی شناسایی و مدل نهایی پژوهش تدوین شد (جدول ۴).

در مرحله سوم و کدگذاری انتخابی؛ با توجه به نتایج گام‌های قبلی، ۱۵ طبقه محوری شناسایی شده مجدداً با همدیگر تلفیق و ترکیب شدند تا رابطه بین مؤلفه‌ها بهتر و شفاف‌تر بیان گردد. بنابراین در این مرحله، کدهای محوری به گونه‌ای نظام‌مند و بر اساس چارچوب نظریه بنیانی کدهای باز، محوری و انتخابی

جدول ۴- کدگذاری انتخابی

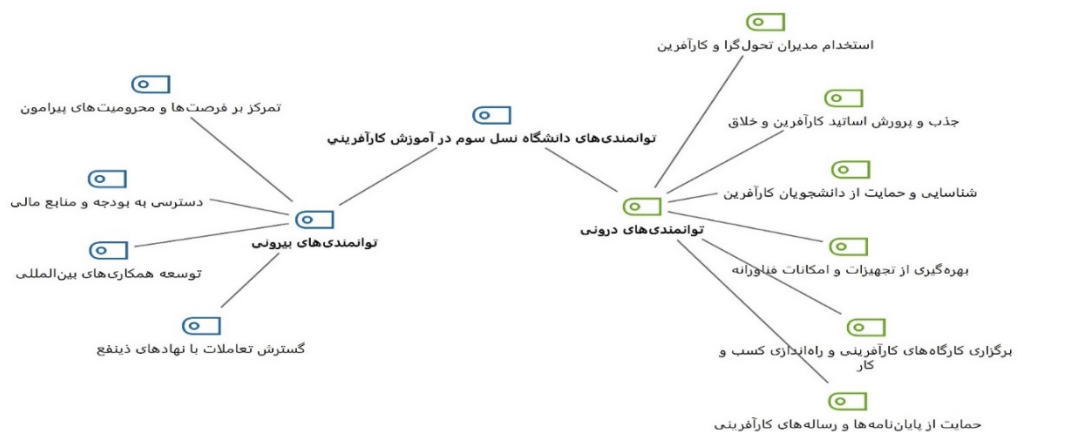
موضوع	مقوله‌ها (کدهای انتخابی)	مؤلفه‌ها (کدهای محوری)	مفاهیم (کدهای باز)
توانمندی‌های و محدودیت‌های دانشگاه نسل سوم در آموزش کارآفرینی	توانمندی‌های درون‌دانشگاهی	جذب مدیران تحول‌خواه و کارآفرین	کارآفرین بودن خود مدیران، داشتن روحیه کارآفرینی، وجود روحیه تحول‌گرایی و نوگرایی در مدیران، انتقال روحیه نوگرایی در محیط دانشگاه.
		جذب و پرورش اساتید کارآفرین و خلاق	استفاده از استادان نابغه و خلاق، وجود توانایی پرورش دانشجویان کارآفرین، داشتن ذهن خلاق و مبتکر در استادان
		شناسایی و حمایت از دانشجویان کارآفرین	بها دادن به دانشجویان نوآور و کارآفرین، پرورش ایده‌پردازی و روحیه کارآفرینی در دانشجویان، تمرکز بر مولدسازی دانش در دانشجویان، حمایت از دانشجویان نابغه و مبتکر در عرصه کارآفرینی
		بهره‌گیری از تجهیزات و امکانات فناورانه	مبتنی بودن دانشگاه کارآفرین بر اینترنت و وب، برخورداری از تجهیزات و امکانات به روز فناورانه، همگامی دانشگاه با پیشرفت‌های روز دنیا
		برگزاری کارگاه‌های کارآفرینی و راه‌اندازی کسب و کار	برگزاری جلسات و کارگاه‌های کارآفرینی و اشتغال‌زایی، پیگیری تحقق فرهنگ کارآفرینی در بین دانشجویان،
		حمایت از پایان‌نامه‌ها و رساله‌های مرتبط با کارآفرینی	ضرورت انتخاب موضوعات کاربردی و دارای قابلیت تجاری‌سازی در پایان‌نامه‌ها و رساله‌ها، حمایت مالی از عناوین مرتبط با حوزه کارآفرینی، استقبال از موضوعات در زمینه اشتغال‌آفرینی و مولدسازی یافته‌ها
	توانمندی‌های برون‌دانشگاهی	گسترش تعامل با نهادهای ذینفع	تعمیق ارتباط بین دانشگاه و بازار کار، تعامل فعال با سازمان‌ها و نهادهای غیردانشگاهی ذینفع در حوزه اشتغال در جامعه، پرورش و تحویل فارغ‌التحصیلان مدنظر نهادها و سازمان‌های استخدام‌کننده آن‌ها، ارتباط اثربخش با حوزه بازار کار

موضوع	مقوله‌ها (کدهای انتخابی)	مؤلفه‌ها (کدهای محوری)	مفاهیم (کدهای باز)
		توسعه همکاری‌های آموزشی، پژوهشی و کارآفرینی بین‌المللی	تعامل و ارتباط پژوهشی و کارآفرینی با دانشگاه‌های مطرح جهان، اعطای فرصت‌های مطالعاتی و پژوهشی به استادان کارآفرین، اعزام اعضای هیأت علمی کارآفرین به دانشگاه‌های کارآفرین ممتاز.
		دسترسی به بودجه و منابع مالی	اختصاص منابع مالی و بودجه کافی به طرح‌ها و برنامه‌های مبتکرانه، ضرورت استقلال مالی دانشگاه نسل سوم، تأمین بخشی از بودجه از طریق تعامل با نهادها و سازمان‌های ذینفع، اهمیت پیش‌بینی منابع مالی جهت اجرای برنامه‌ها و اهداف.
		تمرکز بر فرصت‌ها و محرومیت‌های پیرامون	توجه به توانمندی‌ها، قابلیت‌ها و محرومیت‌های منطقه در حوزه کارآفرینی، آگاهی از محیط پیرامونی دانشگاه کارآفرین، ضرورت آگاهی از ظرفیت‌ها و امکانات محیطی در تحکیم ارتباط بین دانشگاه، دولت و بازار کار، آگاهی از قابلیت‌ها و توانمندی‌های منطقه از منظر فرهنگی، هنری، اقتصادی، اجتماعی و ...
محدودیت برون دانشگاهی		فقدان شایستگی‌های کارآفرینی فارغ‌التحصیلان	نداشتن شایستگی کارآفرینی، فقدان ایده‌های ناب در اشتغال‌زایی، عدم تفاوت فارغ‌التحصیلان دانشگاه نسل سوم با سایر دانشگاه‌ها، حافظه محوری فارغ‌التحصیلان، صاحب ایده نبودن
		کمبود بودجه و منابع مالی	عدم تخصیص بودجه کافی، یکسان بودن بودجه دانشگاه کارآفرین با سایر دانشگاه‌ها، عدم استقلال مالی دانشگاه، وابستگی بودجه دانشگاه به تأمین اعتبارات از سوی دولت، عدم توفیق در جذب منابع مالی.
محدودیت درون دانشگاهی		متخصص و کارآفرین نبودن مدیران	نبودن شایسته‌سالاری، عدم تصدی پست‌های مدیریتی بر مبنای تخصص، به حاشیه راندن توسعه فرهنگ کارآفرینی، انتصاب افراد فاقد شایستگی‌های لازم، عدم انتخاب مدیران دانشگاه از بین چهره‌های کارآفرین.
		توقف در نسل اول و دوم دانشگاه	یکسان بودن برنامه‌ها و محتواهای دانشگاه نسل سوم با نسل اول و دوم، فقدان امکانات، تجهیزات و محتواهای تخصصی در حوزه کارآفرینی در دانشگاه، نبود نگرش‌ها و بینش کارآفرینانه در میان مدیران، اعضای هیأت علمی و دانشجویان.
		کمبود امکانات و تجهیزات	قدیمی بودن امکانات و تجهیزات دانشگاه، عدم تجهیز کارگاه‌ها و آزمایشگاه‌ها، مستهلک بودن امکانات و تجهیزات موجود،

تحلیل داده‌های پژوهش در پاسخ به سوال اول پژوهش نشان داد؛ توانمندی‌ها و محدودیت‌های دانشگاه نسل سوم در آموزش کارآفرینی را می‌توان در چهار مقوله (کد انتخابی) دسته‌بندی کرد. توانمندی‌های درون دانشگاهی شامل جذب مدیران تحول‌خواه، استخدام استادان خلاق، حمایت از

دانشجویان کارآفرین، بهره‌گیری از فناوری‌های نوین، برگزاری کارگاه‌های آموزشی و حمایت از پایان‌نامه و رساله در حوزه کارآفرینی بود. در واقع، شش مولفه مذکور زمینه‌ساز توسعه آموزش کارآفرینی و افزایش نقش دانشگاه در تربیت فارغ‌التحصیلان خلاق و نوآور هستند. توانمندی‌های برون دانشگاهی نیز شامل چهار

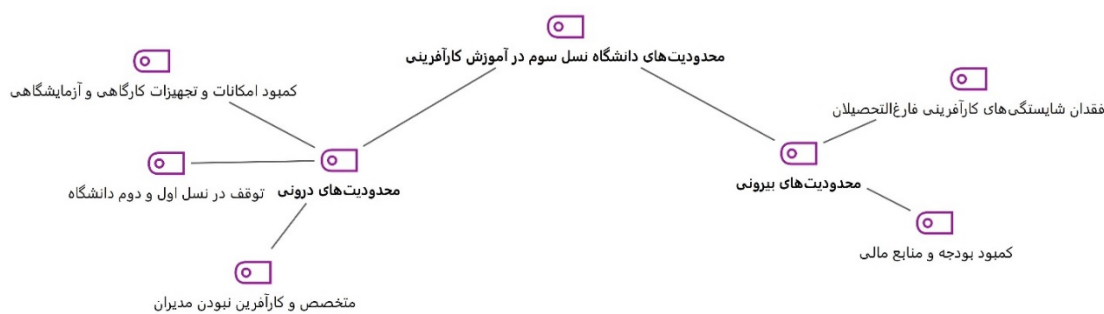
کمک می‌کند. مقوله‌ها و مؤلفه‌های توانمندی‌های دانشگاه نسل سوم در آموزش کارآفرینی در نمودار شماره ۱ نشان داده شده است.



نمودار ۱- مقوله‌ها و مؤلفه‌های توانمندی‌های دانشگاه نسل سوم در آموزش کارآفرینی

شامل ضعف شایستگی‌های کارآفرینی فارغ‌التحصیلان و محدودیت‌های مالی بود که توان دانشگاه در تجاری‌سازی دانش و تربیت کارآفرینان مؤثر را کاهش می‌دهند. نمودار شماره ۲ محدودیت‌های شناسایی شده دانشگاه نسل سوم در آموزش کارآفرینی را نشان می‌دهد.

محدودیت‌های شناسایی شده در سطح درون دانشگاهی شامل عدم تخصص کارآفرینی مدیران، ماندگاری در نسل اول و دوم دانشگاهی و کمبود امکانات و تجهیزات بود که موانع مهمی در مسیر تبدیل دانشگاه فرهنگیان به یک دانشگاه نسل سوم محسوب می‌شوند. محدودیت‌های برون دانشگاهی نیز



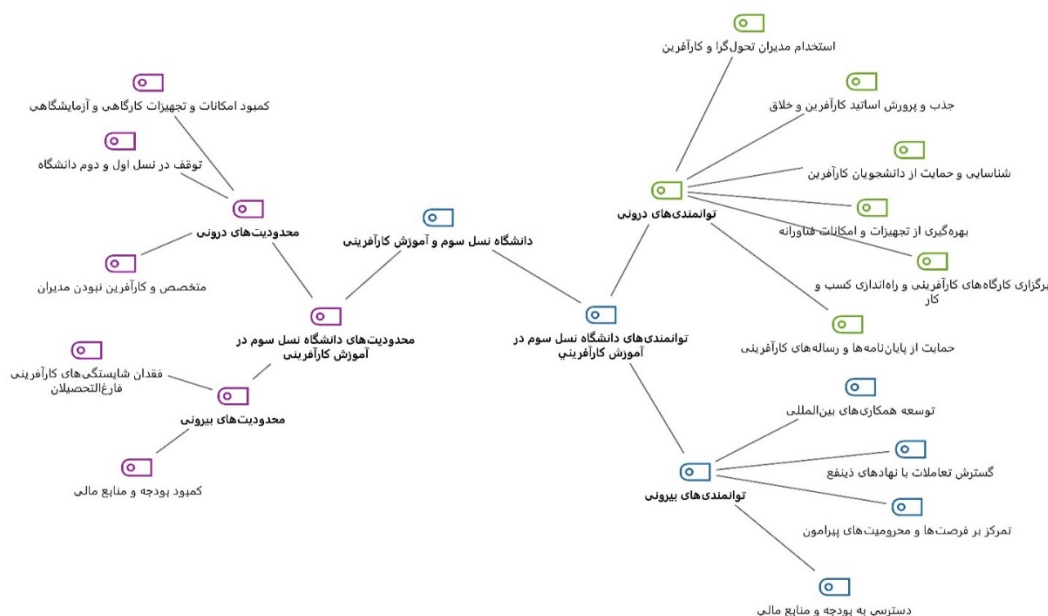
نمودار ۲- مقوله‌ها و مؤلفه‌های محدودیت‌های دانشگاه نسل سوم در آموزش کارآفرینی

برون‌دانشگاهی و بازنگری اساسی در رویکردهای آموزش کارآفرینی است. بر این اساس، دانشگاه می‌تواند با اتخاذ سیاست‌هایی در جهت توسعه ظرفیت‌های درون‌دانشگاهی و بهره‌گیری از

در مجموع، یافته‌های پژوهش نشان دادند که موفقیت دانشگاه نسل سوم در آموزش کارآفرینی، مستلزم تحول مدیریتی، سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های کارآفرینی، تقویت تعاملات

محدودیت‌های دانشگاه نسل سوم در آموزش کارآفرینی در نمودار شماره ۳ نشان داده شده است.

فرصت‌های محیطی، نقش مؤثرتری در آموزش کارآفرینی ایفا کند. در پایان و پس از کدگذاری‌های باز، محوری و انتخابی مهمترین توانمندی‌ها و



نمودار ۳- توانمندی‌ها و محدودیت‌های دانشگاه نسل سوم در آموزش کارآفرینی

سوال دوم: توانمندی‌ها و محدودیت‌های فراوری دانشگاه فرهنگیان (مورد مطالعه) به مثابه دانشگاه نسل سوم در آموزش کارآفرینی کدامند؟

مشارکت‌کنندگان بر اساس کدگذاری (باز، محوری و انتخابی) صورت گرفته و توانمندی‌ها و محدودیت‌های شناسایی شده دانشگاه نسل سوم در

آموزش کارآفرینی، در ادامه مصاحبه خود، نسبت به ارزیابی دانشگاه فرهنگیان (مورد مطالعه) از منظر توانمندی‌ها و محدودیت‌های آموزش کارآفرینی اقدام و کدهای محوری را اولویت‌بندی نمودند که نتایج آن بر اساس تعداد دفعات تکرار هر مؤلفه توسط مشارکت‌کنندگان در مصاحبه در جدول شماره ۵ نشان داده شده است.

جدول ۵- توانمندی‌ها و محدودیت‌های دانشگاه فرهنگیان در آموزش کارآفرینی

موضوع	مقوله‌ها (کدهای انتخابی)	مؤلفه‌ها (کدهای محوری)	تعداد دفعات تکرار مؤلفه	کد هیأت علمی مطرح‌کننده مؤلفه
توانمندی‌های دانشگاه فرهنگیان در آموزش کارآفرینی	توانمندی‌های درون دانشگاهی	جذب مدیران تحول‌خواه و کارآفرین	۱۳	1-2-4-5-6-9-12-14-15-17-18-20-21
		جذب و پرورش اساتید کارآفرین و خلاق	۱۸	۱-۲-۳-۵-۶-۷-۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳-۱۵-۱۶-۱۷-۱۸-۱۹-۲۰-۲۲
		شناسایی و حمایت از دانشجویان کارآفرین	۱۲	1-2-4-6-7-10-14-16-17-19-20-21

موضوع	مقوله‌ها (کدهای انتخابی)	مؤلفه‌ها (کدهای محوری)	تعداد دفعات تکرار مؤلفه	کد هیأت علمی مطرح‌کننده مؤلفه
توانمندی‌های برون دانشگاهی		بهره‌گیری از تجهیزات و امکانات فناورانه	۱۶	۱۳-۱۲-۱۰-۹-۸-۶-۵-۴-۳-۲ ۲۲-۲۰-۱۹-۱۷-۱۶-۱۵
		برگزاری کارگاه‌های کارآفرینی و راه‌اندازی کسب و کار	۱۲	۱۸-۱۷-۱۵-۱۴-۱۱-۹-۸-۵-۳-۲ ۲۱-۱۹
		حمایت از پایان‌نامه‌ها و رساله‌های مرتبط با کارآفرینی	۹	۱۹-۱۶-۱۴-۱۱-۸-۷-۴-۲-۱
	توانمندی‌های برون دانشگاهی	گسترش تعامل با نهادهای ذینفع	۱۱	۲۰-۱۸-۱۵-۱۴-۱۱-۸-۷-۴-۲ ۲۲-۲۱
		توسعه همکاری‌های آموزشی، پژوهشی و کارآفرینی بین‌المللی	۹	۲۱-۱۹-۱۶-۱۵-۱۳-۱۲-۷-۶-۳ ۲۱-۱۹-۱۶-۱۵-۱۳-۱۲-۷-۶-۳
		دسترسی به بودجه و منابع مالی	۱۵	۱۴-۱۳-۱۰-۹-۷-۶-۵-۴-۳-۲-۱ ۲۲-۲۰-۱۹-۱۷-۱۶
		تمرکز بر فرصت‌ها و محرومیت‌های پیرامون	۱۱	۱۸-۱۶-۱۵-۱۲-۱۱-۸-۵-۴-۳-۲ ۲۲
محدودیت‌های فرهنگیان در آموزش کارآفرینی	محدودیت دانشگاهی	فقدان شایستگی‌های کارآفرینی فارغ‌التحصیلان	۱۴	۱۶-۱۳-۱۲-۱۰-۹-۶-۴-۳-۲-۱ ۲۲-۲۰-۱۹-۱۷
		کمبود بودجه و منابع مالی	۱۰	۲۲-۲۰-۱۷-۱۵-۱۴-۱۱-۹-۶-۴-۳-۲-۱
	محدودیت درونی	متخصص و کارآفرین نبودن مدیران	۱۲	2-3-4-5-9-11-14-15-18-20-21
		توقف در نسل اول و دوم دانشگاه	۱۶	۱۴-۱۱-۱۰-۹-۷-۶-۵-۴-۳-۲-۱ ۲۲-۱۱-۱۹-۱۸-۱۶-۱۵
		کمبود امکانات و تجهیزات	۱۷	۱۳-۱۲-۱۱-۹-۸-۷-۶-۴-۳-۲-۱ ۲۲-۲۰-۱۹-۱۸-۱۷-۱۶-۱۴

یافته‌های حاصل از مصاحبه با مشارکت‌کنندگان بیانگر آن است که دانشگاه فرهنگیان در آموزش کارآفرینی در برخی مؤلفه‌ها، از توانمندی بیشتری برخوردار است. در حوزه توانمندی‌های درون‌دانشگاهی، مؤلفه‌های جذب و پرورش اعضای هیأت علمی کارآفرین و خلاق (۱۸ بار تکرار)، بهره‌گیری از تجهیزات و امکانات فناورانه (۱۶ بار تکرار)، به‌کارگیری مدیران تحول‌گرا و کارآفرین (۱۳ بار تکرار) و در حوزه توانمندی‌های برون دانشگاهی، مؤلفه‌های دسترسی به بودجه و منابع مالی کافی (۱۵ بار تکرار)، تعامل اثربخش با سازمان‌ها و نهادهای

ذینفع و توجه به توانمندی‌ها، امکانات و محرومیت‌های محیطی (۱۱ بار تکرار) بیشتر مورد توجه و تکرار مشارکت‌کنندگان قرار گرفت. در مقابل، مؤلفه‌های حمایت از پایان‌نامه‌های مرتبط با کارآفرینی (۹ بار تکرار) (درون‌دانشگاهی) و توسعه همکاری‌های آموزشی، پژوهشی و کارآفرینی بین‌المللی (۹ بار تکرار) (برون‌دانشگاهی) کمتر به عنوان توانمندی دانشگاه فرهنگیان مورد توجه و تکرار مشارکت‌کنندگان قرار گرفت. در مجموع، دانشگاه فرهنگیان در آموزش کارآفرینی در برخی مؤلفه‌ها، از توانمندی بالاتر و در

سطح مطلوب برخوردار است، اما در برخی از مولفه‌های دیگر با شرایط مطلوب فاصله دارد.

در حوزه محدودیت‌های فراوری دانشگاه فرهنگیان در آموزش کارآفرینی نیز در حوزه محدودیت‌های درون‌دانشگاهی، مولفه ضعف امکانات و تجهیزات کارگاهی و آزمایشگاهی (با ۱۷ بار تکرار)، ماندگاری در نسل اول و نسل دوم دانشگاه (با ۱۶ بار تکرار) و در حوزه محدودیت برون‌دانشگاهی، مولفه ضعف شایستگی‌های کارآفرینی فارغ‌التحصیلان (با ۱۴ بار تکرار) بیشتر مورد توجه و تکرار مشارکت‌کنندگان قرار گرفت که نیازمند بررسی و چاره‌اندیشی توسط مدیران و مسئولان این دانشگاه است.

در مجموع، یافته‌های پژوهش نشان داد که دانشگاه فرهنگیان برای ایفای نقش مؤثرتر به عنوان یک دانشگاه نسل سوم، نیازمند اتخاذ رویکردی جامع‌تر، با تمرکز بر توسعه زیرساخت‌های فناورانه، ارتقای تعاملات ملی و بین‌المللی و ایجاد ارتباط مؤثرتر بین آموزش و بازار کار است. تحقق این اهداف، مستلزم برنامه‌ریزی راهبردی و همکاری همه‌جانبه میان مدیران، اعضای هیأت علمی و سایر ذینفعان آموزشی و پژوهشی است.

بحث و نتیجه‌گیری

امروزه آموزش کارآفرینی به عنوان یک رویکرد جامع برای مقابله با مسائل جهانی مانند فقر، نابرابری، تخریب محیط زیست و ...، تعهد به حل آن‌ها و تحقق اهداف توسعه پایدار سازمان ملل ارائه شده است (Suriyankietkaew et al., 2022; Hidalgo et al., 2022). تمرکز بر چنین اهدافی، زمینه تحول و دگرگونی مأموریت و مسئولیت دانشگاه‌ها و ظهور و گسترش نسل سوم دانشگاه (کارآفرین) را فراهم نمود، دانشگاهی که مسئولیت بهره‌گیری از دانش و عاملیت و اثرگذاری در بازار کار و محیط بیرون از دانشگاه را

در سرلوحه برنامه‌های خود قرار داده است (میرزایی، سلطانی و مطهری‌نژاد، ۱۳۹۷). در این پژوهش توانمندی‌ها و محدودیت‌های دانشگاه نسل سوم در آموزش کارآفرینی (و مطالعه موردی دانشگاه فرهنگیان) بررسی شد.

یافته‌های پژوهش نشان داد، دانشگاه نسل سوم علاوه بر وظایف سنتی خود، رسالت کارآفرینی و پاسخ‌گویی به نیازهای اقتصادی و اجتماعی جامعه را نیز بر عهده دارد. در راستای پاسخ‌گویی به این نیازها، آموزش کارآفرینی اجتناب‌ناپذیر بوده و مستلزم شناسایی توانمندی‌ها و محدودیت‌های این نسل از دانشگاه‌ها بود که در دو مقوله درون‌دانشگاهی و برون‌دانشگاهی دسته‌بندی شدند. به‌کارگیری مدیران تحول‌خواه و کارآفرین از توانمندی‌های درون‌دانشگاهی شناسایی شده بود که می‌تواند بستر جذب و پرورش اساتید کارآفرین در دانشگاه را فراهم نمایند که خود توانمندی دیگر به‌شمار می‌آید، چرا که جذب فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌ها در بازار کار در بخش‌های صنعت و خدمات و ... مستلزم کسب شایستگی‌ها موردنیاز آن‌ها است که بخشی از آن توانمندی‌ها باید در طول دوران دانشگاه توسط مدیران و استادان کارآفرین در دانشجویان ایجاد شود. همسو با این نتایج Peterka (2011) معتقد است که مدیر قوی در گذار موفق دانشگاه از نسل اول و دوم به نسل سوم از اهمیت بالایی برخوردار است، چرا که اگر مدیر دانشگاه خود تحول‌گرا و کارآفرین باشد، نقش تعیین‌کننده‌ای در ایجاد فرهنگ کارآفرینی و نوآوری در استادان، دانشجویان و ... دارد.

وجود تجهیزات و امکانات فناورانه، توانمندی دیگر دانشگاه نسل سوم است که امکان برگزاری کلاس‌ها و کارگاه‌های آموزش کارآفرینی و حمایت از پایان‌نامه‌های دانشجویی مرتبط با کارآفرینی توسط استادان و مدیران دانشگاه را فراهم می‌کند. همچنین،

امری ضروری است که می‌تواند بستر همکاری‌های با موسسات خارجی را فراهم نماید (Ratten, 2012). این یافته با نتایج پژوهش‌های پیشین داخلی (رضایی و همکاران، ۱۴۰۲؛ توشمالی و همکاران، ۱۳۹۹؛ نعمت‌الهی و همکاران، ۱۳۹۸؛ خسروی و زنگنه، ۱۳۹۷) و خارجی (؛ Hahn et al., 2020; Dinis, 2024; Zuti and Lukovics, 2017) همخوانی و مطابقت دارد. در این راستا، امروزه توجه به نقش دانشگاه‌ها در توسعه اقتصادی و اجتماعی جامعه، به‌ویژه از طریق آموزش کارآفرینی و ایجاد کسب‌وکار، بیش از پیش افزایش یافته است (Sánchez-Barrioluengo and Benneworth, 2019) و دانشگاه نسل سوم کانون اصلی پرورش نیروی انسانی کارآفرین است که با برخورداری از اندیشه‌های خلاق بتواند در جریان‌های اصلی جامعه، توان و نیروی جدیدی را تزریق کنند (Urbano and Guerrero, 2013).

یافته دیگر پژوهش مشتمل بر شناسایی محدودیت‌های دانشگاه نسل سوم در آموزش کارآفرینی بود. کارآفرین نبودن مدیران دانشگاه، توقف در نسل اول یا دوم و ضعف امکانات و تجهیزات کارگاهی محدودیت‌های درون دانشگاهی آموزش کارآفرینی در دانشگاه بودند. در واقع تصدیق مناصب مدیریتی دانشگاه نسل سوم که نوآوری‌های دانشگاه را هم مدیریت می‌کند، توسط افراد غیرمتخصص می‌تواند موانع اساسی در آموزش کارآفرینی ایجاد کند و انگیزه و روحیه کارآفرینی در استادان و دانشجویان را از بین ببرد. چنین مدیرانی معمولاً در جذب بودجه و منابع مالی (محدودیت برون‌دانشگاهی) و راه‌اندازی کارگاه‌های آموزش کارآفرینی جدیت و پیگیری‌های لازم را به‌خرج نخواهد داد (میرزایی و همکاران، ۱۳۹۷). محدودیت برون‌دانشگاهی دیگر، فقدان شایستگی‌های کارآفرینی در فارغ‌التحصیلان دانشگاه نسل سوم بود که پیامد ضعف فرهنگ کارآفرینی، عدم

جذب و حمایت از دانشجویان نوآور و کارآفرین که بتوان فرهنگ کارآفرینی را در آن‌ها نهادینه نمود، توانمندی دیگر شناسایی شده بود. Budyldina (2018) بر این باور است که وجود انگیزش درونی، روحیه تیمی، ابتکار و خلاقیت از جمله ویژگی‌های دانشجویان کارآفرین است که تفاوت آن‌ها را با دانشجویان دانشگاه‌های غیرکارآفرین رقم می‌زند. همسو با این یافته، نتایج پژوهش‌های پیشین داخلی (رضایی و همکاران، ۱۴۰۲؛ توشمالی و همکاران، ۱۳۹۹؛ نعمت‌الهی و همکاران، ۱۳۹۸) و خارجی (Sidrat and Ayadi Frikhab, 2018; Hahn et al., 2020; Dinis, 2024) به نوعی بر توانمندی‌های درونی دانشگاه نسل سوم و کارآفرین همچون جذب مدیران کارآفرین و رویکرد فناورانه استادان، سرمایه‌گذاری و توسعه مراکز رشد کارآفرینی و ... تأکید داشته‌اند.

از جمله توانمندی‌های برون دانشگاهی شناسایی شده در آموزش کارآفرینی می‌توان به گسترش تعامل با نهادهای ذینفع (ارتباط با دولت، صنعت و جامعه) اشاره کرد. در واقع دانشگاه نسل سوم قادر است دانش موجود را به راه‌حل‌هایی تبدیل و مسائل اقتصادی (Dalmarco, Hulsink and Blois, 2018)، اجتماعی و زیست‌محیطی (Kardos, 2013) را حل کند که مستلزم تمرکز بر فرصت‌ها و محرومیت‌های محیطی به عنوان توانمندی‌های شناسایی شده است (Kyrö and Mattila, 2012). دسترسی به بودجه و منابع مالی و همچنین توسعه همکاری‌های بین‌المللی دیگر توانمندی‌های شناسایی شده بود. نتایج پژوهش‌های مختلف (Budyldina, 2018; Dalmarco and et al., 2018; Acqui, 2016)، بیانگر این مطلب است که در کنار استقلال مالی، وجود تنوع منابع مالی و بودجه از مولفه‌های دانشگاه نسل سوم به‌شمار می‌آید. همچنین بین‌المللی بودن دانشگاه نسل سوم و تأکید بر به‌کارگیری دانش بین‌المللی در جهت رسالت جهانی

حمایت از دانشجویان کارآفرین و فقدان سرفصل برنامه درسی مصوب برای آموزش کارآفرینی در دانشگاه است (تقی‌نژاد و همکاران، ۱۴۰۰). یافته‌های پژوهش حاضر با نتایج پژوهش‌های پیشین داخلی (تقی‌نژاد و همکاران، ۱۴۰۰؛ خسروی و زنگنه، ۱۳۹۷) و خارجی (Dinis, 2024; Hahn et al., 2020) همخوانی و مطابقت دارد. همسو با یافته فوق، فطانت‌فرد حقیقی و محمودی (۱۳۹۵) معتقدند که دانشگاه کارآفرین به تعهدات خود عمل نکرده و به‌جای حل مسائل و مشکلات عدیده جامعه، سرگرم تجارت و تجاری‌سازی دانشگاه و تأمین منابع مالی و بودجه آن شده است.

یافته دیگر پژوهش نشان‌دهنده آن بود که توانمندی‌های دانشگاه فرهنگیان در بعد درون‌دانشگاهی شامل جذب و پرورش اساتید کارآفرین، بهره‌گیری از تجهیزات فناورانه و مدیریت تحول‌گرا است. تکرار بالای این مولفه‌ها در مصاحبه‌ها (به ترتیب ۱۸، ۱۶ و ۱۳ بار) نشان‌دهنده اهمیت این عوامل در ایجاد بسترهای مناسب برای توسعه آموزش کارآفرینی است. در بعد برون‌دانشگاهی، دانشگاه فرهنگیان توانسته است با استفاده از منابع مالی کافی (۱۵ بار تکرار) و تعامل اثربخش با سازمان‌ها و نهادهای ذی‌نفع (۱۱ بار تکرار) جایگاه قابل‌قبولی در این حوزه کسب کند. سایر مولفه‌ها که کمتر مورد تکرار و تأکید قرار گرفته‌اند، نشان‌دهنده ضرورت توجه بیشتر به این‌ها است.

یافته دیگر پژوهش مشتمل بر محدودیت‌های دانشگاه فرهنگیان در بعد درون‌دانشگاهی بیانگر آن بود که مولفه‌های ضعف امکانات کارگاهی و توقف در نسل اول و نسل دوم دانشگاه بیشتر مورد توجه و تکرار مشارکت‌کنندگان قرار گرفت. این مسئله به‌ویژه در حوزه‌های عملی آموزش کارآفرینی می‌تواند تأثیر

منفی بر کیفیت آموزش و یادگیری کارآفرینی داشته باشد. در بعد برون‌دانشگاهی نیز مولفه ناکارآمدی کارآفرینی فارغ‌التحصیلان بیشتر مورد توجه و تکرار مشارکت‌کنندگان قرار گرفت که بیانگر عدم موفقیت دانشگاه در پرورش مهارت‌های موردنیاز بازار کار در دانشجویان و ضرورت بازنگری در برنامه‌های آموزشی و راهبردهای مهارت‌آموزی در این دانشگاه است.

در پایان می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد که تسریع در روند نهادهای سازی آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها ضمن حل بخشی از آسیب‌های بی‌کاری فارغ‌التحصیلان، به خلق ایده‌های نوین برای شروع کارآفرینی کمک کند. دانشگاه فرهنگیان با نهادهای سازی آموزش کارآفرینی می‌تواند در راستای ایجاد شغل، افزایش رفاه و توسعه ملی عمل کند. این هدف از طریق راه‌اندازی رشته آموزش کارآفرینی، توسعه همکاری‌های داخلی و خارجی با نهادهای مرتبط با کارآفرینی، جذب منابع مالی و بازنگری برنامه‌ریزی درسی و تحول در نظام آموزشی قابل تحقق است.

انجام مطالعات چندسطحی برای شناسایی عوامل مؤثر بر دانشگاه کارآفرین و برجسته‌سازی عوامل زمینه‌ای و نهادی می‌تواند مسیری جذاب برای پژوهش‌های آینده باشد. تربیت معلمان متخصص کارآفرینی، برقراری ارتباط با پارک‌های علم و فناوری، برگزاری کارگاه‌های آموزشی در حوزه کارآفرینی، توسعه همکاری‌های کارآفرینانه در سطح ملی و بین‌المللی را می‌توان به عنوان راهکارهای توسعه آموزش کارآفرینی در دانشگاه فرهنگیان بیان نمود.

تقدیر و تشکر

از معاونت محترم پژوهشی دانشگاه فرهنگیان به خاطر حمایت از پژوهش حاضر سپاسگزاری می‌شود.

منابع

- احسانی فر، ت.، محمدی‌الیاسی، ق.، حجازی، ا.، چیت‌ساز، ا. (۱۴۰۳). شناسایی باورهای موثر بر فرآیند ایده‌پردازی کارآفرینان نوپا. مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی، ۱۱ (۴)، ۶۰-۴۳.
- ادیب حاج باقری، م.، پرویزی، س. و صلصالی، م. (۱۳۹۰). روش‌های تحقیق کیفی. تهران: نشر و تبلیغ بشری.
- بهرام‌چوبین، م.، مشرف‌جوادی، م. ح. و صفری، ع. (۱۳۹۵). ارزیابی و رتبه‌بندی دانشگاه کارآفرین (مورد مطالعه: دانشگاه‌های استان اصفهان). فصلنامه آموزش کارآفرینی، ۹ (۴)، ۷۱۰-۶۹۱.
- تقی‌نژاد، س. پ.، نادری، ع. و سیف‌نراقی، م. (۱۴۰۰). بررسی مفهوم کارآفرینی در آموزش عالی کشور: مروری نظام‌مند بر مقالات پژوهشی آموزش کارآفرینی با رویکرد تحلیل مضمونی. فصلنامه فناوری آموزش، ۱۵ (۳)، صفحه ۵۵۵-۵۶۶.
- توشمالی، غ. ر.، علی‌محمدزاده، خ.، ماهر، ع.، حسینی، س. م. و بهادری، م. ک. (۱۳۹۹). مفهوم سازی دانشگاه کارآفرین و طراحی الگوی دانشگاه نسل سوم. فصلنامه سلامت کار ایران، ۱۷ (۲۸)، ۳۴-۱۷.
- حسینی‌نیا، غ. خ. و موسوی، س. ش. (۱۳۹۷). آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها، روش‌ها و چالش‌ها. فصلنامه نامه آموزش عالی، دوره جدید، ۱۱ (۴۱)، ۸۸-۵۹.
- خسروی، ب. و زنگنه، م. (۱۳۹۷). دانشگاه کارآفرین (مفهوم، ضرورت و چالش‌ها). دو ماهنامه مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه، ۳ (۵)، پیاپی ۱۳، ۷۳-۶۱.
- سند تحول بنیادین آموزش و پرورش. (۱۳۹۰). شورای عالی
- انقلاب فرهنگی.
- رضایی، ف.، آزما، ف.، سمیعی، ر.، شجاعی، س. (۱۴۰۲). تحلیلی بر کارآفرینی دانشگاهی قابلیت‌محور در دانشگاه آزاد اسلامی استان مینو بر نظریه داده‌بنیاد. مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی، ۱۰ (۳)، ۱۱۷-۱۴۲.
- ذولفقاری، ع.، حجازی، س. ر. و فرهودی، آ. (۱۳۹۰). جایگاه شرکت‌های زایشی دانشگاهی در آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها، فصلنامه رشد فناوری، ۷ (۲۷)، ۱-۱۰.
- غریب، ج.، خسروی‌پور، ب.، مرادی‌نژادی، ه. (۱۴۰۳). کنکاشی پیرامون همسویی نظام برنامه‌ریزی درسی هنرستان‌های کشاورزی ایران با آموزش‌های کارآفرینی. مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی، ۱۱ (۲)، ۳۴-۱۷.
- فطانت فردحقیقی، م. و محمودی، حمید. (۱۳۹۵). نقدی بر دانشگاه کارآفرین. کنگره ملی آموزش عالی ایران. <https://sid.ir/paper/۸۷۸۴۴۲/fa>
- میرزایی، ز.، سلطانی، ا.، مطهری‌نژاد، ح. (۱۳۹۷). تبیین شاخص‌های دانشگاه نسل سوم و بررسی دستیابی نظام آموزش عالی به آن‌ها؛ مورد: دانشگاه شهید باهنر کرمان. فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، ۲۴ (۳)، ۷۷-۱۰۶.
- نعمت‌اللهی، ز.، رعنائی کردشولی، ح.، علی‌محمدلو، م. و سلیمی، ق. (۱۳۹۸). مروری نظام‌مند بر قابلیت‌های دانشگاه نسل سوم، مجله مطالعات آموزش و یادگیری (مجله علوم اجتماعی و انسانی سابق)، ۱۱ (۱)، ۲۱۷-۱۸۳.
- Altbach, P.G., & Knight, J. (2006). *The internationalization of higher education: Motivations and realities*. The NEA 2006 Almanac of Higher Education. NEA, Washington.
- Acqui, E. (2016). The regional mission of universities-romania. Quality-Access to Success, 17.
- Bornstein, D. (2007). How to Change the World: Social Entrepreneurs and the Power of New Ideas. Oxford, England: Oxford University Press.
- Bosma, N., Hessels, J., Schutjens, V., Van Praag, M., & Verheul, I. (2012). Entrepreneurship and role models. *Journal of Economic Psychology*, 33(2), 410-424.
- Bryant, A. (2017). Grounded theory and grounded theorizing: Pragmatism in research practice. Oxford University Press.
- Budyldina, N. (2018). Entrepreneurial universities and regional contribution.

- International Entrepreneurship and Management Journal, 14(2), 265-277.
- Chawinga, W. (2017). Taking social media to a university classroom: Teaching and learning using Twitter and blogs. *International Journal of Education Technology Higher Education*, 14(1), 3.
- Colaizzi, P. (1978). *Psychological research as a phenomenologist views it*. In: Valle, R. S. & King, M. 1978. *Existential Phenomenological Alternatives for Psychology*. Open University Press: New York.
- Dalmarco, G., Hulsink, W., & Blois, G. V. (2018). Creating entrepreneurial universities in an emerging economy: Evidence from Brazil. *Technological Forecasting and Social Change*.
- Dinis, A. (2024). The impact of entrepreneurship education on students' desirability and intentions to pursue an entrepreneurial career: a study in general and vocational secondary schools of Cabo Verde. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, Springer, vol. 13(1), pages 1-27, December.
- Etzkowitz, H. (2003). The European entrepreneurial university: an alternative to the US model. *Industry and higher Education*, 17(5), 325-335.
- Gagnidze, I. (2016). The Impact of Entrepreneurial Universities on the Innovative Development of Economy. *Paper presented in Strategic Imperatives of Modern Management*. Kiev, Ukraine Volume: 3
- Given, Lisa M. (2008). *The Sage Encyclopedia of Qualitative Research Method*. London, Sage Publications.
- Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1994). *Competing paradigms in qualitative research*. Handbook of qualitative research, (p. 105-117). Sage Publications, Inc.
- Hahn, D., Minola, T., Bosio, G., & Cassia, L. (2020). The impact of entrepreneurship education on university students' entrepreneurial skills: a family embeddedness perspective. *Small Bus Econ* 55, 257-282.
- Hansen, I. E., & Welo, T. (2017). Knowledge Management of University-Industry Collaboration in the Learning Economy, *2nd International Conference on Knowledge Engineering and Applications*.
- Hidalgo, G., Monticelli, J. M., & Vargas Bortolaso, I. (2024). Social capital as a driver of social entrepreneurship. *Journal of Social Entrepreneurship*, 15(1), 182-205.
- Kardos, M. (2013). Education role in supporting change towards sustainable development: research on Romanian universities. *Actual Problems of Economics* 139(1):337-345
- Knight, J., & de Wit, H. (2018). Internationalization of higher education: Past and future. *International Higher Education*, (95), 2-4.
- Kyrö, P., & Mattila, J. (2012). Towards future university by integrating Entrepreneurial and the 3rd Generation University concepts. In *17th Nordic Conference on Small Business Research. Helsinki, Finland* (pp. 236-274).
- Kuckertz, A., & Wagner, M. (2022). The influence of entrepreneurial orientation and business model innovation on sustainable entrepreneurship. *Journal of Business Research*, (139), 40-59. DOI:10.1016/j.jbusvent.2009.09.001
- Longva, K., & Foss, L. (2018). Measuring impact through experimental design in entrepreneurship education: *A literature review and research agenda*. *Industry and Higher Education*, 32(6/7), 358-374.
- Peterka, S. O. (2011). Entrepreneurial university as the most important leverage in achieving knowledgebased society. The Ninth International Conference: Challenges of Europe: Growth and Competitiveness – Reversing the Trends, Faculty of Economics University of Split, Croatia, May 26 – 28.
- Pinheiro, R., Langa, P. V., & Pausits, A. (2015). One and two equals three? The third mission of higher education institutions. *European journal of higher education*, 5(3), 233-249.
- Ratten, V., & Usmanij, P. (2020). Entrepreneurship education: Time for a change in research direction? *The International Journal of Management Education*, 19(1).

- Ratten, V. (2017). Entrepreneurial universities: the role of communities, people and places. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 11(03), 310-315.
- Sánchez-Barrioluengo, M., & Benneworth, P. (2019). Is the entrepreneurial university also regionally engaged? Analysing the influence of university's structural configuration on third mission performance. *Technological Forecasting & Social Change*, (141), 206-218.
- San-Martín, P., Fernández- Laviada, A., & Pérez, A. (2019). *Teachers as role models in entrepreneurship education: perspectives from the point of view of entrepreneurs*. In *The Role and Impact of Entrepreneurship Education*. Edward Elgar Publishing, ISBN 978-1-78643-822-5, págs. 164-183
- Sidrat, S., & Ayadi Frikhab, M. (2018). Impact of the qualities of the manager and type of university on the development of the entrepreneurial university. *The Journal of High Technology Management Research*, 29 (1), 27-34.
- Suriyankietkaew, S., Krittayaruangroj, K., & Iamsawan, N. (2022). Sustainable Leadership practices and competencies of SMEs for sustainability and resilience: A community-based social enterprise study. *Sustainability*, 14(10), 5762.
- Taghinezhad, S. P., Naderi, E., & Seif-Naraghi, M. (2021). Exploring the Concept of Entrepreneurship in Higher Education: A Systematic Review of Research Articles in Entrepreneurship Education with Thematic Analysis Approach. *Technology of Education Journal*. 15(3): 555-566.
- Urbano, D., & Guerrero, M. (2013). Entrepreneurial Universities: Socioeconomic Impacts of Academic Entrepreneurship in a European Region. *Economic Development Quarterly*. 2013; 27(1): 40-55.
- Wissema, J. G. (2009). *Towards the third generation university: Managing the university in transition*. USA: Edward Elgar Publishing. ISBN: 9781848442160.
- Zuti, B., & Lukovics, M. (2017). *'Fourth Generation' universities and regional development*. San Francisco, California.

