

مسیر تولد کارآفرینی تحصیلی: تحلیل زمینه‌ای، کشف فرایندها و مکانیزمها در شرکت‌های

دانش بنیان اصفهان^۱

The nascent academic entrepreneurship pathway: contextual analysis and discovery of processes and mechanisms of knowledge-based companies in Isfahan

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۰۴/۲۳، تاریخ دریافت نسخه نهایی: ۱۴۰۰/۰۷/۱۶، تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۰۸/۲۲

نوع مقاله: علمی - پژوهشی

R. Amini Shalamzari (Ph.D Student), A. Sadeghi (Ph.D)

Abstract

Objective: This study aimed to analyze the context to identify the processes and mechanisms of the nascent academic entrepreneurship path in knowledge-based companies in Isfahan, to provide a paradigm model of the nascent academic entrepreneurship path. **Method:** The qualitative research method is grounded theory and in-depth and unstructured interviews were conducted with 15 academic entrepreneur in 15 knowledge-based companies in a Purposive sampling and the snowball technique. Data were analyzed at three levels of open, axial, and selective coding. **Results:** Data analysis showed that the nascent academic entrepreneurship path includes 64 sub-categories, 16 categories, and 2 core categories. The subcategories include: Scientific Orientation, Opportunistic Perspective, Financial Productivity, Action Value, hardness, Flexibility, calling, affection Capability, Process Growth, Creating Support, Specialism, Excitement, Functional Capability, Inquisition, Creativity, and Foundationalism. The core categories include Indexism and Empowerment. **Conclusion:** The nascent pathway to academic entrepreneurship starts from the family background and early work experiences in childhood. The role of causal factors causes concern in the individual, which the positive effects of intervention factors such as scientific orientation intensify the role of these causal factors. Eventually, people are attracted to the academic entrepreneurship pathway and work in it using appropriate strategies. What people experience at the end of the pathway is post-entrepreneurial growth in both personal and professional dimens

Keywords: Nascent Academic Entrepreneurship Path, Grounded Theory, Knowledge-Based Companies

راضیه امینی شلمزاری^۲، احمد صادقی^{۳*}
چکیده
هدف: هدف مقاله حاضر، شناسایی فرایندها و مکانیزم‌های مسیر تولد کارآفرینی تحصیلی در شرکت‌های دانش بنیان شهر اصفهان بود تا بر مبنای آن مدل پارادیمی مسیر تولد کارآفرینی تحصیلی ارائه شود. **پژوهش:** روش پژوهش کیفی از نوع نظریه زمینه‌ای است که به صورت هدفمند و گلوله‌برفی با ۱۵ کارآفرین تحصیلی از ۱۵ شرکت دانش بنیان مصاحبه‌های عمیق و بدون ساختار صورت پذیرفت. داده‌ها در سه سطح کدگذاری باز، محوری و گزینشی تجزیه و تحلیل شدند. **یافته‌ها:** واکاوی داده‌ها نشان داد که مسیر تولد کارآفرینی تحصیلی شامل ۶۴ خرده مقوله فرعی، ۱۶ مقوله فرعی و ۲ مقوله هسته است. مقوله‌های فرعی عبارتند از: گرایش علمی، دید فرصت یابانه، مولدگری مالی، ارزش اقدامی، سرسختی، انعطاف‌مداری، رسالت‌مندی، توانمندی عاطفی، رشد پس از کارآفرینی، پشتوانه‌سازی، خاص‌گرایی، هیجان‌خواهی، توانمندی عملکردی، جویندگی، آفرینندگی و بسترپرووری و مقوله‌های هسته عبارتند از شاخص‌گرایی و قابلیت‌پرووری. **نتیجه‌گیری:** مسیر تولد کارآفرینی تحصیلی از بستر خانوادگی و تجارب شغلی اولیه در کودکی شروع می‌شود. نقش عوامل علی سبب ایجاد دغدغه‌مندی در فرد می‌شود که تأثیرات مثبت عوامل مداخله‌گری مانند گرایش علمی، سبب شدت گرفتن نقش عوامل علی می‌شود. در نهایت افراد جذب مسیر کارآفرینی تحصیلی می‌شوند و با استفاده از راهبردهای مناسب به فعالیت در این مسیر می‌پردازند. آنچه افراد در انتهای مسیر تجربه می‌کنند، رشد پس از کارآفرینی تحصیلی در دو بعدی فردی و شغلی است. **کلیدواژه‌ها:** مسیر تولد کارآفرینی تحصیلی، نظریه زمینه‌ای، شرکت‌های دانش بنیان

۱. مقاله مستخرج از پایان نامه دکتری

۲. دانشجوی دکتری مشاوره، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران.

۳. نویسنده مسئول: دانشیار گروه مشاوره، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران a.sadeghi@edu.ui.ac.ir

مقدمه

در هزاره سوم، کارآفرینی^۱، انتخاب مسیرشغلی رایج در بین نسل جوان است و حرکت به سمت کارآفرینی، به عنوان یکی از انواع مسیرهای شغلی جدید در نظر گرفته می‌شود (بارتون، سورنسن و دوپرو^۲، ۲۰۱۶) در سال‌های اخیر، بازار کار تغییرات زیادی به همراه داشته، تنوع نیروی کار، تغییرات سریع تکنولوژی و افزایش جهانی شدن سبب تغییر ساختارهای سنتی شغلی و گرایش افراد به سمت مسیرهای شغلی جدید از جمله کارآفرینی شده است (سالیوان و براچ، ۲۰۰۹). در قرن ۲۱ فضای استخدام رسمی وجود ندارد و همین امر سبب شده که دانشجویان به دنبال راه - اندازی کسب و کاری نوآورانه از طریق ایده‌هایشان باشند (مارتین^۳، ۲۰۱۲). یکی از راههای تحقق این امر، تاسیس شرکت‌های دانش‌بنیان است. شرکت دانش بنیان، مفهومی جدید است که با ظهور اقتصاد دانش محور شکل گرفته است و مهمترین ورودی آن دانش است (مارتینا، آربانکووا و فیجفار^۴، ۲۰۱۲).

در سال‌های اخیر با رشد حمایت‌های سازمانی و مؤسسه‌ای، تلاش شده تا ارتباط نزدیک‌تر و مستقیم‌تری بین تحصیل با صنعت و تجارت برقرار شود (گو، رستاباک، سی، زو و چویبی^۵، ۲۰۱۹). رشته‌های تحصیلی زیادی از مسیرهای شغلی-تحصیلی سنتی (که صرفاً بر آموزش و پژوهش تمرکز دارند) عبور کرده‌اند و به سمت مسیرهای شغلی چندگانه‌ای (که بر ترکیبی از نقش سنتی تحصیل و نقش کارآفرینانه آن تأکید دارند) حرکت کرده‌اند که هدف نهایی آنها تجارتهای شدن فعالیت‌های پژوهشی و تحصیلی است (لام^۶، ۲۰۱۱). در این میان دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی از منابع مهم در سیستم‌های نوآوری ملی (ابرو و گرینویچ^۷، ۲۰۱۳) و عواملان اقتصادی شناخته می‌شوند که نقش مهمی در شکل‌دهی و تأثیرگذاری بر اکوسیستم‌های^۸ کارآفرینی دارند. یکی از عوامل کلیدی و هسته- ای در این فرآیند، تحصیل^۹ است. ظرفیت و قابلیت رشته‌های تحصیلی در انتقال دانش به بازار کار کمک می‌کند تا دانشگاه‌ها به ماموریت خویش که کارآفرینی است، دست یابند (میلر، الکساندر، کانینگام و آلباتز^{۱۰}، ۲۰۱۸). در واقع کارآفرینی عبارت است از فرآیند کشف و ارزیابی فرصت‌ها توسط

-
1. Entrepreneurship
 2. Burton, Sørensen & Dobrev
 3. Martin
 4. Martina, Urbancova & Fejfar
 5. Guo, Restubog, Cui, Zou & Choi
 6. Lam
 7. Abreu & Grinevich
 8. ecosystems
 9. education
 10. Miller, Alexander, Cunningham & Albats

مسیر تولد کارآفرینی تحصیلی: تحلیل زمینه‌ای، کشف فرایندها و مکانیزم‌ها در شرکت‌های دانش‌بنیان اصفهان

افرادی که به دنبال ریسک کردن‌های نو و بدیع یا دیگر اشکال نوآوری هستند (کریتی‌کوز^۱، ۲۰۱۴). دانشگاه‌های کارآفرین، نقش هدایت‌کننده‌ای در انتقال تکنولوژی دانشگاهی، ایجاد تفکر کارآفرینی، فعالیت‌های رشدی و ظرفیت کارآفرینی در جامعه ایفا می‌کنند (آندر‌تچ^۲، ۲۰۱۴).

همین امر سبب شده تا فعالیت‌های تحصیلی هرچه بیشتر منجر به فعالیت‌های تجاری و بازرگانی شوند. این نوع فعالیت‌های تجاری نشأت گرفته از پژوهش، تحت عنوان کارآفرینی تحصیلی^۳ شناخته می‌شود. کارآفرینی تحصیلی نخستین بار توسط رابرتز^۴ در سال ۱۹۹۱ مطرح شد (گو و همکاران، ۲۰۱۹) و به معنای فرایندی است که فرد یا گروه از طریق کار به دانشگاه یا مرکز پژوهشی متصل می‌شود و با استفاده از خلاقیت در دانش، تجارت یا عمل مخاطره‌آمیز را راه‌اندازی می‌کند (میراندا، چامورو-میرا و رابو^۵، ۲۰۱۷). به بیان ساده‌تر، کارآفرینی تحصیلی به این معناست که فرد از طریق تحصیلاتش، کاری را راه‌اندازی کند و این کار از طریق خلاقیت در دانش و اطلاعات و بر پایه یک کار تحقیقاتی راه‌اندازی شود (گو و همکاران، ۲۰۱۹). همچنین این مفهوم به درگیری پژوهشگران تحصیلی در فرایندهای شناسایی فرصت‌های تجاری و بازرگانی و تکنولوژی قابل انتقال از نتایج پژوهشی اشاره دارد (لاکت، سیگل، رایت و انسلی^۶، ۲۰۰۵). کارآفرین تحصیلی، محصلی است که قبل از شاغل شدن یا ایفای نقش در قالب کسب و کار مخاطره‌آمیز به عنوان پژوهشگر در مؤسسه آموزشی مشغول به کار است، نقش کارآفرین تحصیلی را به عنوان نقش کلیدی برعهده می‌گیرد و به دنبال استخراج تکنولوژی و ابداعات علمی و کاربردی و تجاری کردن آنهاست (رحیم، مهامد، امرین^۷، ۲۰۱۵).

کارآفرینی تحصیلی با انتقال تکنولوژی، فناوری و پژوهش به بازار کار، ارتباط قوی بین علم و صنعت برقرار می‌کند و در نهایت دانشگاه ارتباط قوی‌تری با صنعت برقرار کند (میلر و همکاران، ۲۰۱۸). در حال حاضر جامعه ما با افزایش تعداد نیروی فعال کاری و کمبود فرصت‌های شغلی مواجه است و همین موضوع باعث شده تا بزرگترین مشکل اقتصاد ایران، بحران بیکاری باشد (فرهنگ و آقا محمدی، ۱۳۸۸). با وجود مشکلات شغلی و استخدامی در جامعه و رشد نرخ بیکاری لازم است تا برای حل این مشکلات، راه‌حلهایی در نظر گرفته شود. یکی از اقدامات مؤثر در این زمینه سوق دادن افراد به سمت مسیرهای شغلی کارآفرینانه و خود اشتغالی^۸ است.

-
1. KritiKoS
 2. Audretsch
 3. Academic Entrepreneurship
 4. Roberts
 5. Miranda, Chamorro-Mera & Rubio
 6. Lockett, Siegel, Wright & Ensley
 7. Rahim, Mohamed & Amrin
 8. self-employment

بنابراین هدایت دانشجویان به مسیر کارآفرینی تحصیلی، سبب پرورش کارآفرینان در حال تولد^۱ می‌شود. منظور از کارآفرینان در حال تولد، افرادی‌اند که درگیر فعالیت‌هایی برای راه‌اندازی کسب و کار جدیداند و تلاش می‌کنند تا در هر زمانی، تجارت جدیدی را راه‌اندازی کنند (رینولدز و کورتین^۲، ۲۰۰۸). بنابراین پرورش افراد کارآفرین و سرمایه‌گذاری بر روی مسیر تولد کارآفرینی تحصیلی، گامی مهم در حل مشکلات و معضلات شغلی جامعه است که در مرحله نخست نیازمند شناخت دقیق این مفهوم است.

پژوهش‌ها نشان می‌دهد، میزان تمایل پژوهشگران برای کارآفرینی تحصیلی از عوامل متعددی تأثیر می‌پذیرد از جمله: تجارب اولیه مانند زمینه آموزشی، تجارب کار در شرکت‌های خصوصی یا همکاری با صنعت که باعث می‌شود پژوهشگران مشکلات واقعی صنعت و نیازهای بازار کار را بهتر ببینند (فرستیچ و کاربل^۳، ۲۰۱۲) و محیط کارآفرینانه مانند تأثیر همسالان و فرهنگ کارآفرینانه دانشگاه به عنوان یک عامل بیرونی، آنها را به سمت فعالیت‌های متمرکز بر تجارت و بازرگانی سوق می‌دهد (استوارت و دینگ^۴، ۲۰۰۶). آزرگل و کاندی^۵ (۲۰۱۶) نیز معتقدند یکی از مهمترین عوامل پیش‌بینی کننده رفتار کارآفرینی تحصیلی، تمایلات کارآفرینی است. مفهوم کارآفرینی تحصیلی در پژوهش‌های خارجی به میزان زیادی بحث و بررسی شده است (دیانز-کنزالز و کاملو-ارداز^۶، ۲۰۱۹؛ هالی و واتسون^۷، ۲۰۱۷؛ گو و همکاران^۸، ۲۰۱۹؛ کالار و آنتونیک^۹، ۲۰۱۵؛ پرادان و درناوسیک^{۱۰}، ۲۰۱۰؛ والتر، اسپمیدت و والتر^{۱۱}، ۲۰۱۶)؛ اما پژوهش داخلی که به این مفهوم پرداخته باشد، یافت نشد.

علی‌رغم اینکه این رویکرد، امری بسیار مهم برای اشتغال‌زایی و حل مشکلات شغلی مراجعان است، اما در ایران کسی به این بررسی دقیق و ریشه‌ای این موضوع نپرداخته است که چگونه بدنه دانشگاهی را به سمت کارآفرینی تحصیلی حرکت دهد و اینکه حرکت کردن به سمت کارآفرینی تحصیلی چگونه است و چه مسیری می‌تواند به این امر منجر شود که دانشجویی تبدیل به کارآفرین تحصیلی شود. علی‌رغم پژوهش‌های متعدد خارجی این سوال همچنان بدون پاسخ باقی مانده است که سیر حرکت افراد به سمت مسیر کارآفرینی تحصیلی چگونه است؟ یک

-
1. nascent entrepreneurs
 2. Reynolds & Curtin
 3. Fritsch & Krabel
 4. Stuart & Ding
 5. Ozgul & Kunday
 6. Diáñez-González & Camelo-Ordaz
 7. Holley & Watson
 8. Kalar & Antoncic
 9. Prodan & Drnovsek
 10. Walter, Schmidt & Walter

مسیر تولد کارآفرینی تحصیلی: تحلیل زمینه‌ای، کشف فرایندها و مکانیزم‌ها در شرکت‌های دانش‌بنیان اصفهان

دانشجو چه ویژگی‌هایی باید داشته باشد تا گرایش به کارآفرینی تحصیلی پیدا کند؟. از سویی دیگر اکثر پژوهش‌های انجام شده بر روی این مفهوم، توسط پژوهشگران حوزه مدیریت و سازمانی صورت گرفته است و پژوهشگران حوزه مشاوره مسیرشغلی کمتر به این متغیر کاربردی توجه کرده‌اند. علی‌رغم اهمیت کارآفرینی تحصیلی و نیاز شدید جامعه به کارآفرینان تحصیلی، این مفهوم مهم، کمتر بررسی شده است. لذا با توجه به خلاء پژوهشی موجود در این زمینه، پژوهش حاضر به دنبال کشف مکانیزم‌ها و فرایندها و مسیری است که باعث می‌شود، دانشجویان از قالب نقش سنتی (تولید پژوهش و تحقیق) خارج شوند و حضور فعالی در تجاری و بازرگانی کردن تکنولوژی و دانش داشته باشند و در نهایت اینکه کارآفرینان تحصیلی از چه مسیری حرکت می‌کنند؟ فرآیند این حرکت چگونه است و در این مسیر چه مکانیزم‌هایی اثرگذارند و در پایان مدل زمینه‌ای مسیرتولد کارآفرینی تحصیلی بر مبنای این فرایندها و مکانیزم‌ها ارائه شود.

روش: جامعه آماری، نمونه و روش اجرای پژوهش

پژوهش حاضر، پژوهشی کیفی از نوع نظریه زمینه‌ای^۱ استراوس و کرین^۲ است. جامعه پژوهشی، شامل کلیه کارآفرینان تحصیلی است که در شرکت‌های دانش‌بنیان شهر اصفهان در سال ۱۳۹۹ مشغول به فعالیت‌اند. با توجه به اینکه در پژوهش‌های کیفی، بهترین روش نمونه‌گیری، نمونه‌گیری هدفمند است، در این شیوه پژوهشگر به طور هدفمند به دنبال افرادی با ویژگی‌ها و معیارهای معین است (هومن، ۱۳۹۱). ویژگی مورد نظر در پژوهش حاضر عبارت بود از: تجاری‌سازی طرح پژوهشی، پایان‌نامه یا فعالیت تجاری مبتنی بر پژوهش در راستای رشته تحصیلی. بنابراین جهت پیدا کردن نمونه‌های خاص با یک کارآفرین تحصیلی در شرکتی دانش‌بنیان مصاحبه شد و سپس از وی خواسته شد تا شخص دیگری مانند خودش را معرفی کند. این روند در مصاحبه با اشخاص دیگر نیز ادامه یافت. در نهایت به صورت گلوله برفی، نمونه‌گیری پژوهش حاضر تا ۱۵ نفر ادامه پیدا کرد. با توجه به اینکه در پژوهش‌های کیفی، عمل نمونه‌گیری تا رسیدن به اشباع و موارد تکراری ادامه می‌یابد (گال، بورگ و گال، ترجمه نصر و همکاران، ۱۳۸۴) بنابراین مصاحبه با کارآفرینان زمانی پایان پذیرفت که اطلاعات جدیدی یافت نشد و عمل نمونه‌گیری پس از مصاحبه با ۱۵ کارآفرین تحصیلی پایان پذیرفت.

با توجه به هدف پژوهش حاضر و تازگی موضوع و نیاز به کشف این ساختارها، جهت مصاحبه با کارآفرینان تحصیلی از مصاحبه‌های بدون ساختار و عمیق استفاده شد. در این نوع مصاحبه، مصاحبه‌گر تمایلی به پرسش‌های خاص، از پیش تعیین شده، استاندارد و طبقه‌بندی شده ندارد. در مقابل جنبه‌های

1. grounded theory
2. Strauss & Corbin

متعددی از نظرات مصاحبه شونده را بررسی و موضوعات را آنگونه که در گفتگو پیش می‌آیند، مطرح می‌کند. این نوع مصاحبه، جهت مطالعات اکتشافی و مطالعاتی مناسب است که در آن به اطلاعات دقیقی در مورد مسائل پیچیده و با جزئیات بیشتر نیاز است (دلاور، ۱۳۸۹). در مصاحبه عمیق با کارآفرینان تحصیلی از سه سوال باز پاسخ: ۱- دغدغه ذهنی شما برای تجارتي کردن پژوهش چیست؟ ۲- نقش دانشمند و محقق در این زمینه چیست؟ ۳- چه عوامل بیرونی باعث علاقه‌مند شدن فرد دانشمند، به تجارتي کردن پژوهش می‌شود؟ (هالی و واتسون، ۲۰۱۷) و سوالاتی کلی درباره تجربیات فردی، خانوادگی، شغلی، تحصیلی و ویژگی‌های شخصیتی‌شان پرسیده شد و با توجه به پاسخ دریافت‌شده، سوال بعدی مطرح گردید. مصاحبه با هماهنگی در شرکت‌های دانش‌بنیان در در ماه‌های دی تا اسفند ۱۳۹۹ انجام شد. مدت زمان مصاحبه برای هر فرد ۶۰ دقیقه بود. با توجه به اینکه پژوهش حاضر به صورت کیفی انجام شد، ملاحظات اخلاقی مورد توجه عبارت بود از: کل مصاحبه‌ها با کسب اجازه از شرکت کنندگان ضبط و به شرکت کنندگان اطمینان داده شد که اطلاعات شخصی و مشخصات آنها به طور محرمانه و صرفاً جهت مقاصد پژوهشی استفاده می‌گردد. در تجزیه تحلیل داده‌ها و ارائه اطلاعات از نام مستعار استفاده شد و گمنام بودن افراد رعایت شد. از ذکر جملاتی که مراجع خواستار عدم بیان این جملات شده بود، خودداری گردید. با رعایت اصل خودمختاری، افراد با رضایت خودشان در این پژوهش شرکت کردند.

پس از اتمام مصاحبه، بلافاصله محتوای ضبط شده توسط پژوهشگر با دقت گوش داده شد، تا معلوم شود آیا این محتوا قابل فهم است و اینکه چه نکات دیگری در مصاحبه باید پرسیده شود. سپس موارد مصاحبه روی کاغذ نوشته و با استفاده از سه مرحله، کدگذاری باز^۱، کدگذاری محوری^۲ و کدگذاری گزینشی^۳، تجزیه و تحلیل شد. در کدگذاری باز داده‌ها به صورت سطر به سطر یا پاراگرافی مفهوم‌سازی شده و مفاهیم به دست آمده براساس استنباط محقق نام‌گذاری می‌شود. در مرحله بعد این مفاهیم کنار یکدیگر گذاشته و براساس اشتراکات، تشابهات یا هم‌پوشی معنایی به صورت مقولات محوری استخراج و در نهایت مقوله‌های عمده در قالب مقوله هسته که در سطحی انتزاعی‌تر نسبت به دو مرحله‌ی قبلی قرار دارد، یکپارچه می‌شود و در نهایت بر اساس الگوها و ارتباطات کشف شده بین آنها، مدل زمینه‌ای تدوین می‌گردد (استراوس و کربین، ۱۹۱۶؛ ترجمه افشار، ۱۳۹۳). به منظور سهولت کدگذاری و دسته‌بندی مقوله‌های از نرم افزار Nvivo استفاده شد.

جهت تأیید روایی داده‌ها از تکنیک ممیزی استفاده شد. بدین صورت که از نظر سه متخصص مشاوره مسيرشغلی در جمع‌آوری داده‌ها، تحلیل و کدگذاری‌ها استفاده شد. ابتدا سوالات

1. open coding
2. axial coding
3. selective coding

مسیر تولد کارآفرینی تحصیلی: تحلیل زمینه‌ای، کشف فرایندها و مکانیزم‌ها در شرکت‌های دانش‌بنیان اصفهان

مصاحبه به تایید متخصصان رسید. سپس متنهای پیاده شده و نحوه کدگذاری‌ها زیر نظر متخصصان صورت گرفت. همچنین، با کنترل اعتباریابی از سوی اعضا، از مصاحبه شوندهاگان خواسته شد تا مصاحبه‌ها و کدگذاری‌ها را با دقت بررسی و مرور کنند، تا هرگونه ابهام در مسیر کدگذاری داده‌ها رفع شود و مفاهیم یکسان در رابطه با گفته‌های آنها به دست آید. همچنین به منظور افزایش اعتبار از مقایسه‌های تحلیلی استفاده شد (فراستخواه، ۱۳۹۸) و با مراجعه به داده‌ها، ساخت‌بندی نظریه با داده‌های خام مقایسه و ارزیابی گردید و با استفاده از فرآیند رفت و برگشتی میان مصاحبه‌های خام و مصاحبه‌های کدگذاری شده، فرآیند کدگذاری و ساخت نظریه زمینه‌ای صورت گرفت (فراستخواه، ۱۳۹۸).

یافته‌ها

در راستای اهداف پژوهش، ۱۵ مصاحبه با ۱۲ مرد و ۳ زن انجام شد. که از این میان ۸ نفر دارای تحصیلات کارشناسی ارشد، ۱ نفر دانشجوی ارشد، ۳ نفر دکتری، ۲ نفر دانشجوی دکتری و ۱ نفر دارای مدرک پست دکتری بودند. ۵ نفر در رشته برق، ۵ نفر در رشته شیمی، ۱ نفر در هر یک از رشته‌های زیست، کشاورزی، عمران، صنایع و نفت تحصیل کرده بودند. همه این افراد، مدیر عامل شرکت دانش بنیان با سابقه کار بین دو تا پنج سال و میانگین سنی ۳۵ سال بودند. در این بخش نتایج تحلیل داده‌ها بر اساس مراحل سه گانه کدگذاری ارائه شده است. با تحلیل مصاحبه‌های کارآفرینان تحصیلی ۲۵۱۳ کدباز، ۶۴ خرده مقوله فرعی (کدمحوری سطح اول)، ۱۶ مقوله فرعی (کد محوری سطح دوم) به دست آمد. با یکپارچه کردن و مقایسه مقوله‌ها و تعمق درباره آنها، دو مقوله هسته به نام خردمندی عاملانه و قابلیت پروری حاصل شده که مقوله‌ها و مفاهیم جزئی را پوشش می‌دهد. نتایج این تحلیل‌ها در جدول ۱ گزارش شده است.

جدول ۱. نتایج کدگذاری محوری سطح اول و کدگذاری گزینشی

کدگذاری گزینشی	فرآوانی	کدگذاری محوری سطح دوم	کدگذاری محوری سطح اول
خردمندی عاملانه	۷۱	گرایش علمی	جهت‌گیری پژوهشی-تولید دانش-موفقیت پژوهشی
	۱۲۷	آفرینندگی	مولدگری-نوگرایی-تکنولوژی محوری
	۱۱۳	هیجان خواهی	ریسک‌پذیری-چالش طلبی-سیالی
	۷۱	ارزش اقدامی	جهت‌گیری مبتنی برارزش-جهت‌گیری مبتنی بر علایق-مسیریابی-رضایتمندی-خودتصمیمی
	۱۶۰	سرسختی	ایستادگی-پشتکار-مشقت طلبی-پیگیری
	۵۵	رسالتمندی	مسیرآفرینی-اشتغال‌زایی-الگوسازی-حمایتگری
	۱۱۰	توانمندی عاطفی	خودباوری-امیدواری-سازگاری-زیرکی-هیجانی-گذر

			هیجانی
	۱۷۴	خاص‌گرایی	تمایزطلبی-استقلال‌طلبی-برتری‌طلبی
	۱۷۲	جویندگی	تفکر کارآفرینی-دغدغه‌مندی-مهارت-اکتشاف
قابلیت پروری	۲۵۰	رشد پس از کارآفرینی	ارتقا-پیشبرد-یادگیری-مستمر-پختگی-بصیرت-خودتبلوری
	۳۲	انعطاف‌مداری	انعطاف‌پذیری-تعادل‌یابی
	۵۵۲	پشتوانه‌سازی	هم‌افزایی-تفکر معنوی-سرمایه‌سازی-ساز-سرمایه-ساز-کلان-سرمایه‌دانشی-سرمایه‌تجربه‌ای-تخصص‌گرایی
	۴۸۴	توانمندی عملکردی	عمل‌گرایی-فعالیت‌های هم‌زمان-مهارت تجاری-ساز-فعالیت‌های چندگانه-تعهد-فعالیت بین‌رشته‌ای-قابلیت‌های استخدای-قدرت رهبری
	۳۵	مولدگری مالی	درآمدزایی-مضیقه‌زدایی
	۳۲	بستر پروری	بافت اجتماعی-بسترسازی
	۷۹	دید فرصت‌یابانه	نیازسنجی-شکاف‌سنجی-عامل شانس-فرصت‌کاوی

بنابراین کارآفرینی تحصیلی با دو مقوله هسته‌ای خردمندی عاملانه و قابلیت پروری، تبیین می‌گردد که خردمندی عاملانه با نه مقوله فرعی و قابلیت پروری با هفت مقوله فرعی تعریف می‌شود.

مقوله هسته اول: خردمندی عاملانه

این مقوله شامل نه مقوله محوری سطح دوم است. که عبارتند از: گرایش علمی، آفرینندگی، هیجان‌خواهی، ارزش‌آدما، سرسختی، رسالت‌مندی، توانمندی عاطفی، خاص‌گرایی، جویندگی. ۱-گرایش علمی: کارآفرینان تحصیلی دارای سوابق موفق تحصیلی و پشتوانه علمی قوی هستند. از جمله سوابق موفق پژوهشی می‌توان به خروجی‌های پژوهشی در مقطع کارشناسی، داشتن مقالات معتبر و غنای پایان‌نامه اشاره کرد. آنها در کنار فعالیت‌های عملی و اجرایی تحقیق و پژوهش می‌کنند و از این طریق به توسعه و بهینه‌سازی تولیدات و ارتقای سطح فعالیت خویش می‌پردازند. یکی از مصاحبه‌شوندگان می‌گوید: «دوس داشتم از همون ترم اول که رفتم دانشگاه رو به سری موضوعات کار کنم». آنها تولید پژوهش محور را راهکار تجاری شدن فعالیت‌های پژوهشی می‌دانند.

۲-آفرینندگی: کارآفرینان تحصیلی، افرادی مولدگرد و میل به تولید مبتنی بر پژوهش و نوآوری در زمینه دانش فنی، فعالیت تولیدی و خلق کردن دارند. آنها از طریق توجه به نیازهای جامعه و صنایع و ترکیب علوم مختلف دست به ایده‌پردازی‌های نوآورانه می‌زنند. آنها به دنبال

مسیر تولد کارآفرینی تحصیلی: تحلیل زمینه‌ای، کشف فرایندها و مکانیزم‌ها در شرکت‌های دانش‌بنیان اصفهان

اتفاق آفرینی نو، پیشگامی در کار، بدیع بودن، فعالیت‌های کاری بدون الگو، اول بودن در کار و به روز بودن‌اند. به همین دلیل سوابق و فعالیت‌های خلاقیتی زیادی در مسیر تحصیلی و کاری این افراد دیده می‌شود. یکی از کارآفرینان می‌گوید: «خلاقیتی که تو کارام داشتیم از قبل مشخص بوده، از رزومه من قشنگ نشون میده که تو کارام خلاق بودم».

۳-هیجان‌خواهی: کارآفرینان تحصیلی خود را به عنوان افرادی هیجان طلب توصیف می‌کنند. آنها ریسک‌پذیری را جز ویژگی‌های ذاتی خویش بیان می‌کنند و شکست در جریان ریسک‌پذیری را نوعی کسب تجربه می‌دانند؛ اما وجود احتیاط، منطق و بینش را در کنار ریسک‌پذیری ضروری می‌دانند. علاوه بر ریسک‌پذیری آنها دارای شخصیتی چالش طلب‌اند و به دنبال فعالیت‌های بدون الگوی اولیه و بدیع‌اند و از ناشناخته بودن حوزه کاری و پیچیدگی کاری و پژوهشی لذت می‌برند. یکی از کارآفرینان می‌گوید: «دوست دارم توی چالش‌ها دست و پنجه نرم کنم». کارآفرینان تحصیلی به کار ثابت تمایل ندارند و از یکنواختی شغلی بیزارند.

۴-ارزش‌آدمی: ارزش‌آدمی اشاره به دلایل و چگونگی انتخاب کارآفرینی تحصیلی در این افراد دارد. یکی از دلایل آنها در انتخاب نکردن مسیر شغلی سازمانی، بی‌توجهی به ارزش‌های فرد در سیستم‌های دولتی است. یکی از مصاحبه‌شوندگان می‌گوید: «هیچ ارگانی نیست، هیچ سیستمی نیست که اونکاری که شما فکر می‌کنین درسته و رو به پیشرفته رو بزارن انجام بدی». آنها مایل‌اند همگام با دغدغه‌های فردی خویش پیش بروند و اهداف شخصی و از قبل تعریف شده خود را دنبال کنند. علاقه به کارآفرینی، انتخاب دلی و حرکت در راستای علایق از دیگر علل انتخاب مسیر شغلی کارآفرینانه است. این افراد به طور شخصی تصمیم‌گیری می‌کنند و دست به انتخاب شخصی می‌زنند. پیامد ارزش‌آدمی در کارآفرینان تحصیلی، رضایت‌مندی است. آنها از مسیر شغلی خویش احساس رضایت دارند.

۵-سرسختی: افراد کارآفرین در مسیر تحصیلی‌شان با مشکلات و موانع زیادی روبه‌رو می‌شوند. آنچه عبور از این موانع و ادامه مسیر را برای آنان هموار می‌سازد، ویژگی سرسختی است. یکی از مؤلفه‌های سرسختی، مفهوم ایستادگی است که به معنای پایداری در دنبال کردن اهداف، توان جنگیدن، تسلیم نشدن، حرکت با وجود مشکلات، تحمل شرایط سخت اولیه و تلاش برای ماندن است. این افراد کار نیمه تمام را به معنای شکست می‌دانند. بنابراین می‌جنگند تا روحیه سرسخت خویش را حفظ کنند. آنها افرادی دارای ویژگی پشتکار، تلاش مستمر و خستگی‌ناپذیر محسوب می‌شوند. یکی از مصاحبه‌شوندگان می‌گوید: «حول و حوش یه سه هفته‌ای تحقیقاتش رو شبانه روزی انجام دادیم». همچنین به شدت پیگیرند و در دریافت حمایت از ارگان‌های مختلف پافشاری زیادی از خود نشان می‌دهند.

۶-سالمندی: کارآفرینان تحصیلی بر این باورند که انتخاب این مسیر بر مبنای اهدافی مهم و والایی استوار بوده است. یکی از دغدغه‌های این افراد اشتغال‌زایی، حل مشکل بیکاری و به

کارگرفتن افراد بیکار است و اینکار به خودی خود برای آنها لذت بخش است. آنها مایلند تا الگوی پایداری و تلاش برای سایر افراد باشند و از این طریق به نیروهای جوان امید و انگیزه بدهند. یکی از مصاحبه شونده‌گان می‌گوید: «همیشه ناراحتیم از این بود که من آگه الان جا بزنم، نه تنها به الگو باعث به مثال نفس میشم». علاوه بر این کارآفرینان تحصیلی، الگوسازی را یکی از راهبردهای موفق جذب دانشجویان به مسیر شغلی کارآفرینی می‌دانند. کارآفرینان تحصیلی میل زیادی به حمایت از سایر افراد دارند و از طریق ایجاد امید و انگیزه، کمک کردن و کارسازی به حمایت از دیگران می‌پردازند. مسیر آفرینی پژوهشی، آموزشی و کاری از دیگر مؤلفه‌های رسالت‌مندی و به معنای هموار کردن مسیر برای سایر افراد است.

۷- توانمندی عاطفی: کارآفرینان تحصیلی از نظر روحی و عاطفی افرادی توانمند محسوب می‌شوند. آنها مشکلات را قابل حل می‌پندارند. در انجام کار احساس توانمندی می‌کنند. با نگاه به مسیر زندگی این افراد می‌توان ردپای سوابق موفقیتی زیادی را پیدا کرد. همچنین آنها افرادی امیدوار و خوش بین و مثبت نگرند. این افراد در برخورد با مشکلات عاطفی از طریق تفکر، بی-تأثیرسازی بار منفی شکست، روحیه‌دهی به خویش و تأثیر نپذیرفتن از نظرات منفی اطرافیان، از درگیری‌های ذهنی عبور می‌کنند. یکی از آنها می‌گوید: «وقتی به مشکلی برمی‌خورم، فکر می‌کنم خب یکی دو ساعت آدم ناراحت میشه، اما بعدش همیشه به این فکر می‌کنم که حالا چیکار کنم، چطور حلش کنم». در کنار این ویژگی‌ها، در برقراری ارتباط با دیگران، سیاست-مدارانه و همدلانه برخورد می‌کنند.

۸- خاص‌گرایی: این افراد با تمایل به تمایز، برتری و استقلال طلبی خود را از سایر افراد متمایز و برجسته می‌سازند. آنها دوست ندارند پیرو دیگران باشند و از مسیرها و الگوهای تکراری پیروی کنند. یکی از کارآفرینان می‌گوید: «پیرو کارهایی که بقیه می‌کردند، کارهای بقیه رو تکرار نکردیم». این افراد همواره خود را با الگوهای برتر مقایسه و تلاش می‌کنند تا از شرکتها و افراد موفق الگو برداری کنند و به هدف‌گذاری‌های سطح بالا بپردازند. علاوه بر این، آنها افرادی مستقل‌اند. علاوه بر این کارآفرینان تحصیلی میل زیادی به خود مدیریتی مسیر شغلی دارند و مایل‌اند تا مسیر شغلی‌شان را خودشان تعیین کنند و به طور شخصی به طراحی روند کاریشان بپردازند.

۹- جویندگی: کارآفرینان تحصیلی از ابتدای دوران تحصیل، ذهنیت کارآفرینی و تفکر تولیدی دارند. وجود این نوع تفکر باعث می‌شود تا هدفمند ادامه تحصیل دهند و پس از فارغ التحصیلی دغدغه اشتغال در راستای زمینه تحصیلی‌شان را داشته باشند. یکی از آنها می‌گوید: «من افراد کارآفرینی و که تو تلویزیون می‌دیدم، خوشم می‌یومد و می‌گفتم کاش خودم هم بتونم، همچین کاری بکنم». کارآفرینان تحصیلی، افرادی آینده‌نگرند و چشم‌انداز بلندمدتی به کار و فعالیت دارند و بر اهمیت نگرش بلند مدت تأکید می‌کنند. علاوه بر این، آنها افرادی دغدغه-منداند. تمایل به حل مشکل ملی، توجه به نیازهای جامعه، دغدغه‌مندی مسائل اجتماعی و

مسیر تولد کارآفرینی تحصیلی: تحلیل زمینه‌ای، کشف فرایندها و مکانیزم‌ها در شرکت‌های دانش‌بنیان اصفهان
دغدغه وجودی از جمله دغدغه‌های آنهاست. آنها میل زیادی به تجربه‌کردن دارند و اغلب خودشان را با روحیه جست‌وجوگری توصیف می‌کنند.

مقوله هسته دوم: قابلیت پروری

کارآفرینان تحصیلی فعالانه در راستای پرورش قابلیت‌هایشان تلاش می‌کنند. قابلیت پروری به معنای شناخت، توسعه و تقویت توانمندی‌ها و قابلیت‌های کارآفرینانه است. این مقوله شامل هفت مقوله محوری سطح دوم است که عبارت‌اند از: رشد پس از کارآفرینی، انعطاف‌مداری، پشتوانه - سازی، توانمندی عملکردی، مولدگری مالی، بسترپروری و دیدفرصت‌یابانه.

۱- رشد پس از کارآفرینی: تمامی مصاحبه‌شوندگان بر این نکته تأکید داشتند که در دل کار، نوعی رشد فردی و تیمی، ارتقا سطح زندگی شخصی، تغییر نحوه تفکر، ارتقا عملکرد و بهره‌وری را تجربه کرده‌اند. علاوه بر این کارآفرینان بعد از وارد شدن در این مسیر، شبکه ارتباطی گسترده - تری را تشکیل دادند و پخته‌تر شده‌اند و بر غنای تجارب آنها افزوده شد و به طور مداوم به کسب تجربه در زمینه‌های مختلف پرداختند. کارآفرینان تحصیلی به گونه‌ای خودجوش، همواره به دنبال یادگیری، دانش‌افزایی و ارتقای سطح علمی خویش هستند. یکی از کارآفرینان می - گوید: «مثلاً ما حسابدار داریم، کار حسابداریمون رو انجام میدی، نیازی نیست که من مثلاً برم حسابداری رو یاد بگیرم ولی رفتم یاد گرفتم». همچنین سطح بینش و بصیرت آنها نیز افزایش یافته است. علاوه بر این، کارآفرینان تحصیلی در این مسیر شناخت و بینش گسترده‌تری از خود به دست آوردند. یکی از آنها می‌گوید: «ما حقیقتاً به یه خودشناسی تو کارمون رسیدیم».

۲- انعطاف‌مداری: انعطاف‌مداری با دو ویژگی تعادل‌یابی و انعطاف‌پذیری تعریف می‌شود. منظور از تعادل‌یابی تک بعدی نبودن و توجه به تمام ابعاد زندگی است. یکی از کارآفرینان می‌گوید: «دوست ندارم آدم یه بعدی باشم، چون به نظرم انسان چند بعد داره». به همین دلیل آنها به دنبال برقراری تعادل بین زندگی کاری و خانوادگی نیز هستند. منعطف‌بودن، کمک می‌کند تا در صورت مواجهه با رکود کاری به تغییر زمینه کاری، جهت پژوهشی، حوزه‌های کاری، انتقال شرایط کاری و سرمایه‌گذاری بر سایر محصولات بپردازند. کارآفرینان تحصیلی در انجام وظایف کاریشان به زمان و چارچوب‌های زمانی وابسته نیستند و به جای زمان معیاری، بحث دوره معیاری را مطرح می‌کنند.

۳- پشتوانه‌سازی: یکی از مقوله‌های مهم، پرتکرار و برجسته در کارآفرینان تحصیلی، پشتوانه‌سازی است. آنها از طریق تفکر معنوی و مجموعه باورهای مذهبی در خصوص توکل و ارتباط با خدا، حمایت روحی لازم برای تحمل مشکلات را برای خویش فراهم می‌کنند. علاوه بر این کارآفرینان تحصیلی، سرمایه‌های خرد را شناسایی و به خوبی از آن استفاده می‌کنند. آنها توانمندی زیادی در برقراری ارتباط با افراد جدید، ارتباط با اساتید و ارتباط با افراد مهم و

هسته‌ای و رابطه‌سازی کاری، دوست‌های بین رشته‌ای و جذب سرمایه‌گذار و حامی دارند. آنها حمایت‌های عاطفی و روانی لازم را از سوی خانواده دریافت می‌کنند. بر خلاف سرمایه‌های خرد، سرمایه‌های کلان به ابعاد کلان ملی و سیاسی مربوط می‌شود. از جمله عوامل مهم در این زمینه حمایت‌های دولتی، سیاسی و دانشگاهی است. نفوذ رقبای خارجی، دشواری در جذب سرمایه‌گذار خارجی، تحریم، محدودیت‌های مربوط به واردات و بها ندادن به تولیدات داخلی از موانع جدی و مهم در توسعه مسیر کارآفرینی تحصیلی است. کارآفرینان تحصیلی در جهت پیشبرد کارشان از سه نوع سرمایه‌دانشی، تجربه‌ای و تخصصی استفاده می‌کنند. منظور از سرمایه‌دانشی، پختگی تحصیلی، تسلط بر دانش فنی و پشتوانه علمی قوی است. آنها قبل از ورود به مسیر کارآفرینی تحصیلی، تجارب شغلی خوب و پر باری کسب کرده‌اند که مجموع آنها سرمایه‌تجربه‌ای را شکل می‌دهد. کارآفرینان تحصیلی متناسب با تخصص و سطح تحصیلاتشان به انتخاب فعالیت‌های شغلی می‌پردازند و جهت پیشبرد فعالیت‌های کاریشان، کار گروه و تیم کاری متخصص تشکیل می‌دهند.

۴- توانمندی عملکردی: کارآفرینان تحصیلی از قابلیت‌های استخدامی فوق‌العاده زیادی برخوردارند و رزومه کاری قوی دارند که از طریق فعالیت کاری رایگان، تجارب کارآموزی، و تجارب شغلی متعدد آن را تقویت کرده و به دنبال آن پیشنهادات کاری متعددی دریافت کرده‌اند. آنها برای جبران کمبودهای مالی در مسیر کاریشان، به انجام فعالیت‌های همزمان و موقت می‌پردازند. همچنین تمایل زیادی به انجام فعالیت‌های بین‌رشته‌ای دارند. همچنین تمایل به انجام فعالیت‌های چندگانه و متعدد دارند. یکی از کارآفرینان می‌گوید: «واقعا الان بگم هفت الی هشت تا کار مختلف توی حوزه‌های مختلف، خدا رو شکر شروع کردیم و به نتیجه رسیدیم». اما این چندگانگی باعث نمی‌شود که کار را ناقص و پراکنده پیش ببرند. زیرا آنها تعهد محکمی به انجام فعالیت‌های شغلی‌شان دارند و سلامت اخلاقی و تعلق به کار را از جمله عوامل مهم موفقیت در کارشان عنوان می‌کنند. همچنین آنها به خوبی می‌توانند دیگران را رهبری کنند و کارهای واگذار شده به دیگران را نظارت و مدیریت کنند. در کنار تمام این ویژگی‌ها کارآفرینان تحصیلی، از مهارت و سواد تجاری بالایی برخوردارند و به خوبی می‌توانند محصولات و تولیداتشان را بفروشند.

۵- مولدگری مالی: یکی از دلایل جذب افراد به مسیر کارآفرینی تحصیلی، مولدگری مالی است که به معنای انگیزه برای مضیقه‌زدایی و درآمدزایی است. در واقع تجربه بی‌پولی و نیاز مالی، نیروی محرکی برای انتخاب مسیر کارآفرینی تحصیلی بوده است. هزینه بر بودن تحصیلات و پروژه‌های دانشجویی نیز عاملی بوده تا با ورود به مسیر کارآفرینی تحصیلی درصدد جبران هزینه‌ها برآیند. آنها بر لزوم پول‌ساز بودن پروژه‌ها تأکید می‌کنند. به دنبال درآمد شخصی هستند. یکی

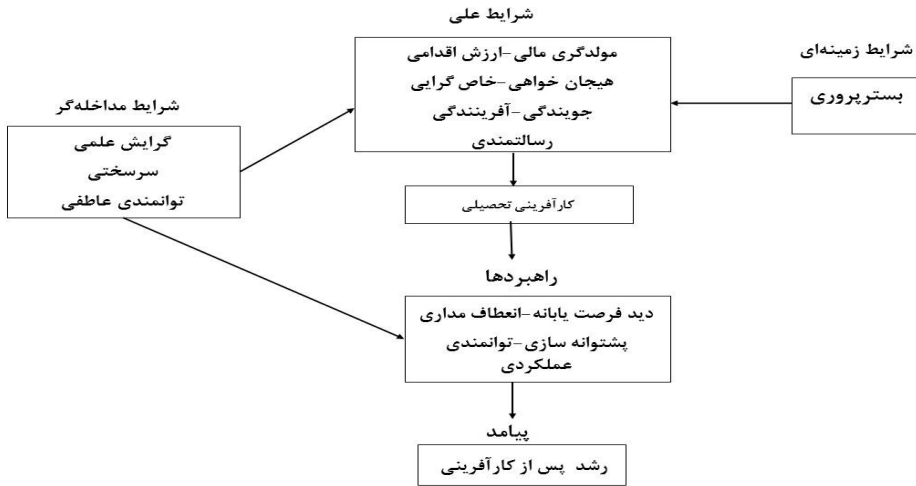
مسیر تولد کارآفرینی تحصیلی: تحلیل زمینه‌ای، کشف فرایندها و مکانیزم‌ها در شرکت‌های دانش‌بنیان اصفهان از کارآفرینان می‌گوید: «دنبال این بودم که به کاری بکنم به یه محصولی تبدیل بشه، بتونم یه کاری بکنم هزینه‌های دکترا رو بدم».

۶-بسترپروری: وجود بافت و بستر مناسب، زمینه پرورش کارآفرینی تحصیلی را فراهم می‌کند. کارآفرینان تحصیلی معتقدند شرایط و بافت اجتماعی به گونه‌ای است که کارمندی و حقوق ثابت اهمیت بیشتری دارد. همچنین، اهمیت زیاد ساختار وزارت علوم به کمیت محوری پژوهشی، سبب تأکید کمتر سیستم‌های آموزشی بر تجاری‌سازی می‌شود. ساختارهای سیاسی کشور نیز از عوامل تأثیرگذار در بافت اجتماعی است. از دیگر مؤلفه‌های کلیدی در بسترپروری، بسترسازی در کودکی است. کارآفرینان تحصیلی تجارب شغلی متعددی در کودکی داشته‌اند، از جمله تجربه راه اندازی کار شخصی کوچک و تجربه شاگردی کردن که تأثیرات مثبت زیادی برای آنها داشته است.

۷-دید فرصت‌یابانه: کارآفرینان تحصیلی به راحتی و به سادگی از کنار فرصت‌ها و امکانات موجود نمی‌گذرند. آنها با توجه به نیازهای داخلی، درصدد شناسایی نیازهای صنعت برمی‌آیند و با تیزبینی به شناسایی شکاف‌ها و خلاءهای بین‌رشته‌ای و صنعتی می‌پردازند. آنها با توجه به پروژه‌های دانشجویی و فعالیت‌های عملی فراتر دروس دانشگاهی، در طول دوران تحصیل از فرصت‌های موجود استفاده می‌کنند. یکی از آنها می‌گوید: «با ایده ربات‌های توانبخشی وارد مرکز شدم و این ایده از درس رباتیک دکترا مون شروع شد که دنبال یه پروژه برای انجام دادن این درس بودم». کارآفرینان تحصیلی به خوبی از عامل شانس استقبال می‌کنند و حتی فعالانه خود را در مسیر شانس قرار می‌دهند. آنها شانس را به معنای توجه به جزئیات می‌دانند. همچنین آنها، افرادی عملگرا هستند. بدین معنا که پژوهش‌گرایی صرف را نمی‌پذیرند و موفقیت را تنها در موفقیت پژوهشی نمی‌دانند و همواره به دنبال مفید بودن و ثمر بخشی‌اند.

بحث و نتیجه‌گیری

در پژوهش حاضر ماهیت و تصویر جامع و دقیقی از مسیر تولد کارآفرینی تحصیلی ترسیم شد که با دو مقوله خردمندی عاملانه و قابلیت پروری، مفهوم کارآفرینی تحصیلی تبیین می‌گردد. با توجه به یافته‌های به دست آمده از نتایج تحلیل‌های کیفی، مدل پارادایمی مسیر تولد کارآفرینی تحصیلی به صورت زیر ارائه می‌شود.



شکل ۱. مدل پارادایمی مسیر تولد کارآفرینی تحصیلی

این مدل نشان دهنده سیر مکانیزم‌ها و فرآیندهای تولد و پرورش کارآفرینی تحصیلی است که در چهار بخش عمده قابل تبیین است.

الف- زمینه‌های پیدایش و شکل‌گیری: یکی از زمینه‌های پیدایش کارآفرینی تحصیلی را می‌توان در بافت خانواده جست‌وجو کرد. خانواده هم از نظر عاطفی و هم مالی در این زمینه به کارآفرینان تحصیلی کمک زیادی کرده است. ریشه این حمایت به دوران کودکی فرد و فراهم کردن تجارب شغلی بر می‌گردد. از دیگر عوامل زمینه‌ای در میل به ورود به مسیر کارآفرینی تحصیلی، شرایط و بافت اجتماعی است. به نظر می‌رسد شرایط و بافت اجتماعی کشور ما بستر نامساعدی برای تولد و پرورش کارآفرینی تحصیلی است، زیرا ناامنی و بی‌ثباتی اقتصادی در جامعه سبب می‌شود تا افراد به دنبال گزینه‌های شغلی ثابت و امن باشند. بنابراین اولین قدم در تولد و پرورش کارآفرینی تحصیلی، بسترسازی‌های سیاسی، اجتماعی و خانوادگی است. پژوهش‌های گوناگون نیز بر نقش مهم بسترپروری در کارآفرینی اشاره کرده‌اند (گوتتر و همکاران، ۲۰۱۲؛ لینان و چن^۱، ۲۰۰۹؛ سویتاریز، زریننت و آلاهام^۲، ۲۰۰۷؛ استوارت و دینگ، ۲۰۰۶؛ برکویتز و فلدمن^۳،

1. Liñán & Chen
2. Souitaris, Zerbinati & Al-Laham
3. Bercovitz & Feldman

مسیر تولد کارآفرینی تحصیلی: تحلیل زمینه‌ای، کشف فرایندها و مکانیزم‌ها در شرکت‌های دانش‌بنیان اصفهان ۲۰۰۸؛ درنان، کندی و رنفرو^۱؛ کریستیانتی و همکاران، ۲۰۱۵، چنگ، جیو، هیوارد، اسمایس و وانگ^۲، ۲۰۲۱).

ب- علل پیدایش و شکل‌گیری: دومین گام در تولد مسیر کارآفرینی تحصیلی، فعال کردن عوامل علی است. در بحث از عوامل علی، محقق به دنبال پاسخگویی به این سوال مهم است که چرا دانشجویی تصمیم می‌گیرد که قدم در مسیر کارآفرینی تحصیلی بگذارد؟ در نهایت به دنبال تحلیل‌های پژوهشگر، سیر و توالی علل موثر در تولد و پیدایش کارآفرینی تحصیلی به صورت زیر است. اولین علت ورود به مسیر کارآفرینی تحصیلی، نیاز به مولدگری مالی است. این نیاز جرعه حرکت به سمت کارآفرینی تحصیلی در افراد است که امری قابل آموزش است و با ایجاد دغدغه مولدگری مالی در دانشجویان و فارغ‌التحصیلان می‌توان میل به خلق ثروت را در آنها به وجود آورد. این یافته همسو با پژوهش‌های پاتزل و شفرد^۳ (۲۰۰۹) و زاناکیس، رنکو و بلوق^۴ (۲۰۱۲) است. دومین عامل مهم مقوله جویندگی است. آن دسته از دانشجویانی که تفکر بلندمدت ندارند و فقط به تحصیل و پایان‌نامه به چشم مرحله‌ای نگاه می‌کنند که باید طی شود و پشت سر بگذرانند، سردرگم و بی‌هدفاند، به احتمال کمتری به کارآفرینی تحصیلی فکر می‌کنند. اما آن دسته از دانشجویانی که هدفمند باشند، چشم‌انداز آینده‌نگرانه به تحصیل و پژوهش داشته باشند و هدفمند به دنبال انتخاب موضوعات پژوهشی و پایان‌نامه بروند، به احتمال بیشتری به مسیرشغلی کارآفرینی تحصیلی فکر می‌کنند. این یافته نیز همسو با پژوهش‌های تولنتیو، سدوگلاویچ، لیو، گارسیا و رستانوبوگ^۵ (۲۰۱۴)، مک‌کنا^۶، زاگر، ستاری، اردبیلی و محبی^۷ (۲۰۱۶)، کاسمیتارتی، تویب، آشار و میسکی^۷ (۲۰۱۴) و تولنتیو و همکاران (۲۰۱۴) است.

سومین عامل موثر ارزش‌آدما می‌است. کارآفرینان تحصیلی شناخت شفاف و واضحی از خود، علایق و ارزش‌هایشان دارند و به خوبی می‌دانند که ورود به هر سازمانی و انتخاب شغل کارمندی در تضاد با ارزش‌های شخصی آنهاست. آن دسته از دانشجویانی که تصویر واضح و شفافی از ارزش‌ها و علایق خویش ندارند، طبیعی است که ضرورتی برای ورود به مسیر کارآفرینی تحصیلی احساس نمی‌کنند، زیرا نمی‌دانند در زندگی چه چیزی برایشان مهم است و باید به خاطر چه بجنگند. در یک جمله می‌توان گفت که کل مسیر کارآفرینی تحصیلی حرکتی در راستای تحقق ارزش‌ها و رغبت‌هاست. ارزش‌آدما می‌

1. Drennan, Kennedy & Renfrow
2. Cheng, Guo, Hayward, Smyth & Wang
3. Patzelt & Shepherd
4. Zanakis, Renko & Bullough
5. Tolentino, Sedoglavich, Lu, Garcia & Restubog
6. McKenna
7. Kusmintarti, Thoyib, Ashar & Maskie

امری قابل آموزش و مداخله است. این یافته همسو با پژوهش‌های زاکاری ویشس و زوپرکا^۱ (۲۰۱۰) و گوئتر، آپسچونکا، سیلبریسن و کانتنر^۲ (۲۰۱۲) است. چهارمین عامل، نگاه رسالتمدار به مسیرشغلی است. نکته مهم در این بخش، اشراف و آگاهی کامل افراد از رسالت مسیرشغلی‌شان است. اگر رسالت فردی از نوع رسالت کارآفرینان تحصیلی باشد (یعنی اشتغال‌زایی، الگوسازی، حمایتگری و مسیرآفرینی) به احتمال زیاد وارد مسیر کارآفرینی تحصیلی می‌شود. رسالتمدی امری قابل آموزش نیست. در واقع نمی‌توان رسالت‌های کارآفرینی تحصیلی را به دانشجویان القا کرد تا تبدیل به کارآفرین تحصیلی شوند. این یافته همسو با پژوهش‌های پالما، لوپز و آلوز^۳ (۲۰۱۸)، کروس، بیکر و پارکر^۴ (۲۰۰۳) و لوپز، کانه‌ها و پالما^۵ (۲۰۰۹) است.

عامل مهم بعدی آفرینندگی است. زمانی که فردی از سطح خلاقیت بالایی برخوردار باشد و در وجودش همواره نیاز به خلق و آفرینش را احساس می‌کند، تمایل بیشتری به مسیرشغلی کارآفرینی تحصیلی نشان می‌دهد. آن دسته از دانشجویانی که ذهن بسته و راکد دارند به دنبال مسیرهای شغلی می‌روند که از قبل توسط دیگران تعریف شده است. کارآفرینان تحصیلی در راستای تحقق هر چه بهتر آفرینندگی از دو راهبرد دید فرصت‌یابانه و انعطاف‌مداری استفاده می‌کنند. هر چند که آفرینندگی تا حد زیادی امری ذاتی است، اما می‌توان با ارائه آموزش‌های مناسب، از جمله آموزش خلاقیت و تفکر واگرا، آفرینندگی را در افراد ایجاد و افزایش داد. این یافته همسو با پژوهش‌های آلدریج و آدرسچ^۶ (۲۰۱۱)، میراندا و همکاران^۷ (۲۰۱۷) و پوستیگو^۸ (۲۰۰۲) است. در نهایت می‌توان به دو عامل هیجان‌خواهی و خاص‌گرایی اشاره کرد. سایر علل ذکر شده تا حد زیادی قابل آموزش و مداخله‌اند، اما این دو عامل ویژگی‌های ثابت و تم بارز شخصیتی تمامی کارآفرینان تحصیلی در پژوهش حاضراند و در کنار سایر عوامل سبب قطعیت تصمیم فرد برای انتخاب مسیرشغلی کارآفرینی تحصیلی می‌شوند. افراد کارآفرین با ورود به مسیر کارآفرینی تحصیلی به این دو ویژگی و نیاز شخصیتی‌شان پاسخ می‌دهند. این یافته در پژوهش‌های متعددی از جمله آلدریج و آدرسچ^۶ (۲۰۱۱)، میراندا و همکاران^۷ (۲۰۱۷)، پوستیگو^۸ (۲۰۰۲)، لاکتر^۹ (۲۰۰۹)، شان، لاکت و کولین^۹ (۲۰۰۳)، زاکاری ویشس و زوپرکا^۱ (۲۰۱۰)،

-
1. Zakarevičius & Župerka
 2. Goethner, Obschonka, Silbereisen & Cantner
 3. Palma, Lopes & Alves
 4. Cross, Baker & Parker
 5. Lopes, Cunha & Palma
 6. Aldridge & Audretsch
 7. Postigo
 8. Lacetera
 9. Shan Locke & Collin

مسیر تولد کارآفرینی تحصیلی: تحلیل زمینه‌ای، کشف فرایندها و مکانیزم‌ها در شرکت‌های دانش‌بنیان اصفهان شاور، ویلیامز و اسکات (۲۰۰۹)، کولینز، هانگز و لاک (۲۰۰۴)، شیر، نیکولایو و وینسنت^۳ (۲۰۱۹)، کریستیانتی، کولیم و ساپریتنو^۴ (۲۰۱۵) نیز تایید شده است.

ج- عوامل مداخله‌گر: در بحث از عوامل مداخله‌گر محقق به دنبال پاسخگویی به سه سوال زیر است: چه عواملی بر سیر تولد کارآفرینی تحصیلی تاثیرگذار است؟، این عوامل چگونه و بر چه متغیرهایی تاثیر می‌گذارند؟ این تاثیرات به صورت مثبت یا منفی است؟. سه مقوله گرایش علمی، سرسختی و توانمندی عاطفی عوامل مداخله‌گر بر کارآفرینی تحصیلی است. این افراد در مقطع تحصیلات تکمیلی خروجی‌های علمی بسیار قوی و کاربردی داشته‌اند. همین پیشینه قوی پژوهشی در انتخاب زمینه مناسب کارآفرینی تحصیلی به آنها کمک می‌کند. اگر مجموعه شرایط علی در فردی وجود داشته باشد ولی گرایش علمی را نداشته باشد، جذب سایر انواع کارآفرینی می‌شود. گرایش علمی به منزله لنگری است که دانشجو را جذب ساحل کارآفرینی تحصیلی می‌کند و تسهیل‌گر ورود به مسیر کارآفرینی تحصیلی است. همچنین باعث می‌شود که فرد در استفاده از راهبرد دید فرصت‌یابانه به دنبال یافتن فرصت‌های علمی و پژوهشی باشد. این یافته همسو با پژوهش‌های گالبراندسن و سمبی^۵ (۲۰۰۵)، آلدريج و آدرسچ (۲۰۱۱)، نیلسن^۶ (۲۰۱۵)، دیویدسون و هانیگ^۷ (۲۰۰۳)، پارکر^۸ (۲۰۰۴) است. تمامی افرادی که این مسیر را انتخاب می‌کنند، قطعا افرادی سرسخت هستند. اما ایستادگی و تحمل ادامه مسیر بستگی به میزان سرسختی این افراد دارد. بنابراین سرسختی در این پژوهش نقش دوسویه‌ای دارد. کارآفرینان سرسخت در پژوهش حاضر در برابر سخت‌ترین شرایط و موانع هم همچنان به ادامه مسیر پافشاری می‌کردند، اما کارآفرینانی که از نظر سرسختی در سطح پایین‌تری قرار داشتند، تمایل به توقف و رها کردن راه داشتند. سرسختی سوخت مورد نیاز کارآفرینان تحصیلی برای ادامه مسیر است. همچنین سرسختی منجر به استفاده بهینه‌تر از راهبردها می‌شود. این یافته همسو با پژوهش‌های فیشر، ماریتز و لوبو^۹ (۲۰۱۶)، منگاندجایا^{۱۰} (۲۰۰۹)، بلوگ و رنکو^{۱۱} (۲۰۱۳) است. در بحث از توانمندی عاطفی می‌توان گفت که خرده مقوله‌های خودباوری و امید تاثیر دوسویه‌ای بر عوامل علی دارند.

-
1. Shaver, Willams & Scott
 2. Collins, Hanges & Locke
 3. Shir, Nikolaev & Wincent
 4. Christianti, Cholimah & Suprayitno
 5. Gulbrandsen & Smeby
 6. Nielsen
 7. Davidsson & Honig
 8. Parker
 9. Fisher, Maritz & Lobo
 10. Mangundjaya
 11. Bullough & Renko

اگر فردی باور به خویش و امید به موفقیت و آینده روشن را نداشته باشد، کمتر احتمال دارد به دنبال رسالت مسیرشغلی اش برود، در مسیر مناسب با ارزش‌هایش گام بردارد و حتی اعتماد به نفس جویندگی و آفرینندگی را هم ندارد. از ریسک می‌هراسد و به دنبال برتری طلبی و تمایز طلبی نمی‌رود و برعکس. اما سازگاری، زیرکی هیجانی و گذر هیجانی عمدتاً نقش تسهیل‌گری بر استفاده از راهبردها دارند. این بدان معنا نیست که بر عوامل علی‌تاثیر ندارند، بلکه تاثیرشان بر راهبردها بیشتر است. زمانی که فرد در رفتارش پختگی و زیرکی هیجانی نشان می‌دهد، در پشتوانه‌سازی، موفق‌تر عمل می‌کند، عملکرد بالاتری از خود نشان می‌دهد و منعطف‌تر رفتار می‌کند. این یافته نیز همسو با پژوهش‌های زاکاری ویشس و زوپرکا (۲۰۱۰) کانونوا، رانجانی و چیمپاچکا^۱ (۲۰۱۸) و خاتون^۲ (۲۰۱۳) زامپتاکیز، لراکیز و کفتسوی و موستاکیس^۳ (۲۰۱۵) مورو^۴ (۲۰۰۶) سوجاروتو^۵ (۲۰۲۰) و نگاو و شاموگاناثان^۶ (۲۰۱۰) بلوگ و رنکو^۷ (۲۰۱۳) برنوستر، ریتولد، توریک و توریس^۸ (۲۰۱۸) و کریستیانتی و همکاران (۲۰۱۵) است.

د- راهبردها: در بحث از راهبردها محقق به دنبال پاسخگویی به سوالات زیر است: کارآفرینان تحصیلی در این مسیر از چه راهبردهایی استفاده می‌کنند؟ این راهبردهای را چگونه به کار می‌گیرند و این راهبردهای چه تاثیری بر این فرآیند داشته است؟ کارآفرینان تحصیلی به طور کل از چهار راهبرد دید فرصت‌یابانه، انعطاف‌مداری، پشتوانه‌سازی و توانمندی عملکردی استفاده می‌کنند. راهبرد دید فرصت‌یابانه هم قبل و هم بعد از ورود به این مسیر، به طور پیوسته و مداوم استفاده می‌شود. این افراد با شناسایی نیازهای جامعه و صنعت و قرار دادن خود در مسیر شانس و توجه به فرصت‌ها، از شرایط بهترین استفاده را می‌کنند. استفاده از این راهبرد سبب ارتقای مداوم، به روز بودن و خاص بودن این افراد می‌شود. این یافته همسو با پژوهش‌های تیمونز و اسپاینلی^۹ (۲۰۰۷)، شان و ونکاتارمن^{۱۰} (۲۰۰۰) است. راهبرد انعطاف‌مداری هم مربوط به زندگی کاری و هم زندگی خانوادگی است. افراد با استفاده از این راهبرد به برقراری تعادل کار خانواده می‌پردازند. خرده مقوله تعادل‌یابی، بعد از ورود به مسیر کارآفرینی تحصیلی اهمیت بیشتری پیدا می‌کند، اما خرده مقوله

-
1. Kanonuhwa, Rungani, & Chimucheka
 2. Khatoon
 3. Zampetakis, Lerakis, Kafetsios & Moustakis
 4. Morrow
 5. Sujarwoto
 6. Nga & Shamuganathan
 7. Bullough & Renko
 8. Bernoster, Rietveld, Thurik & Torrès
 9. Timmons & Spinelli
 10. Shane & Venkataraman

مسیر تولد کارآفرینی تحصیلی: تحلیل زمینه‌ای، کشف فرایندها و مکانیزم‌ها در شرکت‌های دانش‌بنیان اصفهان

انعطاف‌پذیری از ابتدای مسیر مورد استفاده قرار می‌گیرد. این راهبرد سبب بروز خلاقیت و آفرینش بیشتری می‌شود. همچنین اثر متقابل سرسختی و انعطاف‌پذیری در کنار هم سبب مدیریت شکست و موقعیت‌های دشوار و تضمین ادامهٔ مسیر می‌شود. این یافته همسو با پژوهش‌های رانده^۱ (۲۰۱۱) کریلی^۲ (۲۰۱۸) انتیرالگو، فرناندز و وازکویز^۳ (۲۰۰۰) است.

راهبرد پشتوانه‌سازی نقش مهمی در موفقیت مسیر کارآفرینی تحصیلی دارد. خرده‌مقولهٔ تفکر معنوی، انرژی درونی لازم برای تحمل مشکلات و مشقات را فراهم می‌کند و سبب افزایش سرسختی و توانمندی عاطفی می‌شود. اما نقش خرده‌راهبرد سرمایه‌سازی خرد، در این میان از همه برجسته‌تر است. کارآفرینان تحصیلی موفق با زیرکی، قابلیت‌های دوستان، خانواده و افراد هسته‌ای، همکاران و سایر افراد را شناسایی می‌کنند و در راستای تحقق اهدافشان اقدام به برقراری ارتباط و گسترش شبکه‌های ارتباطی بین رشته‌ای می‌کنند. در این میان، خرده‌راهبرد سرمایه‌سازی کلان، از کنترل کارآفرینان تحصیلی خارج است و وابسته به اصلاح ساختارهای سیاسی و حمایت‌های کلان ملی است. اما کارآفرینان تحصیلی موفق در برخی موارد با استفاده از ویژگی سرسختی به طور فعالانه از فرصت‌های مناسب کلان نیز استفاده می‌کنند. خرده‌راهبرد هم‌افزایی نیز سبب فعالیت تیمی و در نهایت ارتقای سطح علمی و عملی این افراد می‌شود. استفاده از این راهبرد سبب می‌شود آنها همیشه یک پله از بقیه بالاتر باشند، زیرا از ایده‌ها و تفکرات دیگران استفاده می‌کنند. همچنین استفاده از سه خرده‌راهبرد سرمایه‌دانشی، تخصصی و تجربه‌ای سبب غنای سطح علمی، تجارب کاری و تخصص در کار می‌شود. آنها با استفاده از این سرمایه‌ها در زمانی که با کمبود ابزار یا ماده‌ای مواجه می‌شوند، اقدام به تولید شخصی و رفع نیاز خویش می‌کنند. این یافته‌ها همسو با پژوهش‌های کلارسی، تارتاری و سالتر^۴ (۲۰۰۵) استوارت و دینگ^۵ (۲۰۰۶) و برکوویتز و فلدمن (۲۰۰۸) و دیانز-کنزالز و کاملو-ارداز (۲۰۱۷) (ماسی و رایت^۶، ۲۰۰۷؛ آلدریچ و آدرسچ، ۲۰۱۱؛ هایتر^۶، ۲۰۱۶؛ تونیولو، ماسیرو و بگنلی^۷، ۲۰۱۹ (راتزینگر، آمس، گرینمن و موسی^۸، ۲۰۱۸؛ نیلسن^۹، ۲۰۱۵؛ آلدریچ و آدرسچ، ۲۰۱۱؛ چن و ژیو^{۱۰}، ۲۰۰۸؛ ماسی و رایت،

-
1. Rundh
 2. Crilly
 3. Entrialgo, Fernandez & Vazquez
 4. Clarysse, Tartari & Salter
 5. Mosey & Wright
 6. Hayter
 7. Toniolo, Masiero, Massaro & Bagnoli
 8. Ratzinger, Amess, Greenman & Mosey
 9. Nielsen
 10. Chen & Zhu

۲۰۰۷؛ دیویدسون و هانینگ، ۲۰۰۳) است. آخرین راهبرد، توانمندی عملکردی است که نقش موثری در تضمین بقای مسیر کارآفرینی تحصیلی دارد و متمایز کننده کارآفرینان تحصیلی موفق از ناموفق است. قابلیت‌های استخدامی این افراد سبب می‌شود تا بهتر بتوانند اعتماد شرکت‌ها و ارگان‌های مختلف را برای همکاری جلب کنند. که خود نشأت گرفته از سرمایه‌دانشی، تجربه‌ای و تخصص‌گرایی است. از سویی دیگر این افراد به هنگام مواجهه با مشکلات و موانع اقتصادی جهت حفظ شرکت، در کنار کار اصلی‌شان به طور موقت به انجام فعالیت‌های جانبی دیگر می‌پردازند. استفاده از این خرده راهبرد، نشأت گرفته از انعطاف‌پذیری و سرسختی این افراد است. همچنین این افراد بر مبنای دید فرصت‌یابانه، به انجام فعالیت‌های بین‌رشته‌ای اقدام می‌کنند که در نهایت آنها را نسبت به سایرین خاص‌تر می‌کند. همچنین این افراد با استفاده از مهارت رهبری، به مدیریت فعالیت‌های همزمان، چندگانه و بین‌رشته‌ای می‌پردازند که خود سبب موفقیت افراد در مدیریت کسب‌وکار و نیروهای کاری می‌شود که به نوبه خود از عامل مداخله‌گر توانمندی عاطفی تاثیر می‌پذیرد. آنچه که مستقیماً موفقیت کارآفرینان تحصیلی را تضمین می‌کند، توانمندی آنها در بازاریابی و مهارت تجاری‌سازی است. در نهایت این افراد جهت جلوگیری از گسستگی و پراکندگی از راهبرد تعهد استفاده می‌کنند. این راهبرد ابزار کنترل و تعدیل‌کننده میل به هیجان‌خواهی است که ویژگی سرسختی نیز به نوبه خود، سبب تقویت این راهبرد می‌شود. این یافته‌ها همسو با پژوهش‌های پوتا^۱ (۲۰۱۴) و زهرا، نوری، ایمانی‌پور (۲۰۱۴) لام و هارکر^۲ (۲۰۱۵) و کورگان، باجیران، اوزرن و مارال^۳ (۲۰۱۱) وب، ایرلند، هیت، کیسترانک و تیهانی^۴ (۲۰۱۱) مورلند^۵ (۲۰۰۶) کریلی (۲۰۱۸) کریستیانتی و همکاران (۲۰۱۵) کریلی (۲۰۱۸) است.

۵- پیامد: بارزترین پیامد مسیر کارآفرینی تحصیلی، رشد پس از کارآفرینی است. یعنی فرد پس از ورود به مسیر کارآفرینی تحصیلی و فعالیت در آن در سطحی بالاتر از سطح قبل از ورود به مسیر کارآفرینی تحصیلی قرار می‌گیرد. رشد فرآیندی تجربه شده توسط کارآفرینان تحصیلی دارای دو جنبه فردی و گروهی است. جنبه فردی آن مربوط به رشد توانمندی‌های فردی در زندگی است و جنبه جمعی آن مربوط به رشد و ارتقای تیم کاری و تغییر نوع بینش و تفکر آنهاست که هر دو جنبه اثرات متقابلی بر یکدیگر دارند. به عبارت دیگر آنها در دو بعد شخصی و شغلی، رشد را تجربه کرده‌اند. در جنبه شخصی این افراد شاهد رشد بصیرت، خودتبلوری، یادگیری مستمر و پختگی و

-
1. Putta
 2. Lam & Harker
 3. Kurgun, Bagiran, Ozeren & Maral
 4. Webb, Ireland, Hitt, Kistruck & Tihanyi
 5. Moreland

مسیر تولد کارآفرینی تحصیلی: تحلیل زمینه‌ای، کشف فرایندها و مکانیزم‌ها در شرکت‌های دانش‌بنیان اصفهان

در جنبه شغلی، شاهد ارتقا و پیشبرد بوده‌اند. این یافته همسو با پژوهش‌های آکس، آندرسج، برانرلجم و کارلسون (۲۰۱۲) دیویدسون، دلمار و ویکلاند (۲۰۰۶) کریلی (۲۰۱۸) است.

در نهایت پژوهش حاضر، با اکتشاف زمینه، علل، راهبرد و عوامل مداخله‌گر و پیامدهای کارآفرینی تحصیلی، تصویری منسجم و جامع از این ارائه داد که بر مبانی آن مدل پارادایمی مسیر تولد کارآفرینی تحصیلی ارائه شد. در این پژوهش در گام نخست دانش بنیادینی در خصوص مسیر تولد کارآفرینان تحصیلی ارائه شد که به دنبال آن، مسیر مداخله برای تولد کارآفرینی تحصیلی روشن شد. در نهایت پژوهشگران بعدی قادر خواهند بود تا به مداخله در خصوص تولد کارآفرینی تحصیلی بپردازند. همچنین مشاوران و مراکز مشاوره و کاربایی، می‌دانند که برای تولد کارآفرینان تحصیلی روی چه محتوا و مسیری کار کنند. دانشگاهها در تعیین سرفصل‌های درسی و اساتید در تدریس دروس، می‌دانند که به چه زمینه‌هایی باید توجه کنند و چه جنبه‌هایی را در نظر بگیرند تا تفکر دانشجویان را به سمت کارآفرین تحصیلی شدن، سوق بدهند. همچنین در سطح کلان، سیاست - های دانشگاهها باید بر روی چه خط‌مشی‌هایی متمرکز شود تا سبب تقویت مسیر کارآفرینی تحصیلی شود. در این پژوهش جهت حفظ اعتبار درونی، ابتدا مصاحبه‌ها جهت حفظ اعتبار، ضبط و متن آن عینا و کلمه به کلمه پیاده‌سازی شد. متن مصاحبه‌های پیاده شده به افراد برگردانده شد. کدگذاری‌ها توسط دو نفر انجام شد و مجددا کدگذاری‌ها جهت بررسی صحت به مصاحبه شونده‌ها برگردانده شد. البته پژوهش حاضر با محدودیت‌هایی مواجهه بوده است از جمله اینکه مدل پژوهش در یک جامعه محدود و با روش کیفی به دست آمد و تعداد کارآفرینان زن به دلیل محدودیت‌های دسترسی و همکاری، کمتر از نمونه کارآفرینان مرد بود. پیشنهاد می‌شود که تفاوت کارآفرینان تحصیلی زن و مرد در پژوهش‌های بعدی، مفهوم کارآفرینی تحصیل از طریق پژوهش‌های کمی، اعتبار مدل پارادایمی پژوهش حاضر با استفاده از روش مدل معادله ساختاری بررسی شود و ابزار مناسب برای سنجش مفهوم کارآفرینی تحصیلی طراحی گردد. به خانواده‌ها توصیه می‌شود با فراهم کردن تجربیات شغلی در کودکی، زمینه پرورش مسیر کارآفرینی تحصیلی را فراهم کنند. مشاوران شغلی، مراکز کاربایی و دانشگاهها با طراحی برنامه‌های آموزشی مبتنی بر ایجاد و تقویت عوامل علی، مداخله‌گر و راهبردها، محتوای تولد مسیر کارآفرینی تحصیلی را طراحی کنند و از این طریق به تولد کارآفرینان تحصیلی کمک کنند. از جمله اینکه دغدغه مولدگری مالی و جویندگی در آنها ایجاد شود و به افراد کمک شود تا با شناخت دقیق ارزش‌هایشان در مسیر متناسب با آن حرکت کنند و در این راه به خلق ایده‌های نو دست بزنند. علاوه بر آن در سطح کلان پیشنهاد می‌شود که وزارت علوم، با کنار گذاشتن کمیت محوری و افزایش تعداد مقالات، زمینه تولد کارآفرینان

1. Acs, Audretsch, Braunerhjelm & Carlsson
2. Davidsson, Delmar & Wiklund

تحصیلی را فراهم کند. مثلاً معیارهای ارتقا اساتید را تغییر دهد و به جای معیار تعداد و سطح مقالات، معیارهای تعداد پروژه‌های مبتنی بر همکاری با صنعت، پژوهش‌های مبتنی بر رفع نیاز صنایع را قرار دهد. نهادهای دولتی و سیاسی نیز با انجام اصلاحاتی از جمله بهبود سیاست‌های داخلی، حمایت از تولید ملی، اصلاح ساختارهای کمیته محور وزارت علوم، جلوگیری از واردات بی‌رویه و افزایش حمایت‌های کلان مالی از کارآفرینان تحصیلی حمایت کنند.

منابع

- استراوس، الف؛ کربین، ج. (۱۹۱۶). *مبانی پژوهش کیفی: فنون و مراحل تولید نظریه‌ی زمینه‌ای*. ترجمه ابراهیم افشار، (۱۳۹۳)، چاپ سوم. تهران: نشر نی.
- دلور، ع. (۱۳۸۹). *مبانی نظری و عملی پژوهش در علوم انسانی و اجتماعی*. تهران: رشد.
- فرستخواه، م. (۱۳۹۸). *روش تحقیق کیفی در علوم اجتماعی، با تأکید بر نظریه‌ی برپایه‌گراند* (تئوری *GTM*). تهران: انتشارات آگاه.
- فرهنگ، ص؛ آقامحمدی، ع. (۱۳۸۸). بررسی قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه فنی بابل (نوشیروانی بابل). *بیک نور-علوم انسانی*، ۷(۳)، ۱۲۶-۱۱۶.
- گال، م؛ بورگ، و؛ گال، ج. (۱۳۸۴). *روش‌های تحقیق کمی و کیفی در علوم تربیتی و روان‌شناسی*. جلد دوم. ترجمه احمدرضا نصر وهمکاران. تهران: انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
- هومن، ج. ع. (۱۳۹۱). *شناخت روش علمی در علوم رفتاری*. تهران: انتشارات سمت.
- Abreu, M., & Grinevich, V. (2013). The nature of academic entrepreneurship in the UK: Widening the focus on entrepreneurial activities. *Research Policy*, 42(2), 408-422.
- Acs, Z. J., Audretsch, D. B., Braunerhjelm, P., & Carlsson, B. (2012). Growth and entrepreneurship. *Small Business Economics*, 39(2), 289-300.
- Aldridge, T. T., & Audretsch, D. B. (2011). The Bayh-Dole Act and scientist entrepreneurship. *Research Policy*, 40(5), 1058-1067.
- Audretsch, D. B. (2014). From the entrepreneurial university to the university for the entrepreneurial society. *The Journal of Technology Transfer*, 39(3), 313-321.
- Bercovitz, J., & Feldman, M. (2008). Academic entrepreneurs: Organizational change at the individual level. *Organization science*, 19(1), 69-89.
- Bernoster, I., Rietveld, C. A., Thurik, A. R., & Torrès, O. (2018). Overconfidence, optimism and entrepreneurship. *Sustainability*, 10(7), 2233.
- Bullough, A., & Renko, M. (2013). Entrepreneurial resilience during challenging times. *Business Horizons*, 56(3), 343-350.
- Burton, M. D., Sørensen, J. B., & Dobrev, S. D. (2016). A careers perspective on entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 40(2), 237-247.
- Chen, J., & Zhu, X. (2008). A research on the relationship between academic entrepreneurs and enterprise performance: A three-dimension model. *Frontiers of Business Research in China*, 2(2), 155-169.

- Cheng, Z., Guo, W., Hayward, M., Smyth, R., & Wang, H. (2021). Childhood adversity and the propensity for entrepreneurship: A quasi-experimental study of the Great Chinese Famine. *Journal of Business Venturing*, 36(1), 106063.
- Christianti, M., Cholimah, N., & Suprayitno, B. (2015). Development of entrepreneurship learning model for early childhood. *Asia Pacific Journal of Multidisciplinary Research*, 3(3), 65-70.
- Clarysse, B., Tartari, V., & Salter, A. (2011). The impact of entrepreneurial capacity, experience and organizational support on academic entrepreneurship. *Research Policy*, 40(8), 1084-1093.
- Collins, C. J., Hanges, P. J., & Locke, E. A. (2004). The relationship of achievement motivation to entrepreneurial behavior: A meta-analysis. *Human Performance*, 17(1), 95-117.
- Crilly, N. (2018). 'Fixation' and 'the pivot': balancing persistence with flexibility in design and entrepreneurship. *International Journal of Design Creativity and Innovation*, 6(1-2), 52-65.
- Cross, R., Baker, W., & Parker, A. (2003). What creates energy in organizations? *MIT Sloan Management Review*, 44(4), 51-57.
- Da Palma, P. J., Lopes, M. P., & Alves, T. F. (2018). Entrepreneurship as a calling: A pilot study with aspiring entrepreneurs. *The Journal of Entrepreneurship*, 27(2), 277-300.
- Davidsson, P., Delmar, F., & Wiklund, J. (2006). Entrepreneurship as growth; growth as entrepreneurship. *Entrepreneurship and the Growth of Firms*, 1(2), 21-38.
- Davidsson, P., & Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of business venturing*, 18(3), 301-331.
- Diáñez-González, J. P., & Camelo-Ordaz, C. (2019). The influence of the structure of social networks on academic spin-offs' entrepreneurial orientation. *Industrial Marketing Management*, 80, 84-98.
- Drennan, J., Kennedy, J., & Renfrow, P. (2005). Impact of childhood experiences on the development of entrepreneurial intentions. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 6(4), 231-238.
- Entrialgo, M., Fernandez, E., & Vazquez, C. J. (2000). Linking entrepreneurship and strategic management: evidence from Spanish SMEs. *Technovation*, 20(8), 427-436.
- Fisher, R., Maritz, A., & Lobo, A. (2016). Does individual resilience influence entrepreneurial success. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 22(2), 39-53.
- Fritsch, M., & Krabel, S. (2012). Ready to leave the ivory tower?: Academic scientists' appeal to work in the private sector. *The Journal of Technology Transfer*, 37(3), 271-296.
- Goethner, M., Obschonka, M., Silbereisen, R. K., & Cantner, U. (2012). Scientists' transition to academic entrepreneurship: Economic and psychological determinants. *Journal of economic psychology*, 33(3), 628-641.
- Gulbrandsen, M., Smeby, J. C., (2005). Industry funding and university professors' research performance. *Research Policy*, 34(6), 932-950.
- Guo, F., Restubog, S. L. D., Cui, L., Zou, B., & Choi, Y. (2019). What determines the entrepreneurial success of academics? Navigating multiple social identities in the hybrid career of academic entrepreneurs. *Journal of Vocational Behavior*, 112, 241-254.
- Hayter, C. S. (2016). Constraining entrepreneurial development: A knowledge-based view of social networks among academic entrepreneurs. *Research Policy*, 45(2), 475-490.

- Holley, A. C., & Watson, J. (2017). Academic entrepreneurial behavior: birds of more than one feather. *Technovation*, 64, 50-57.
- Jain, S., George, G., & Maltarich, M. (2009). Academics or entrepreneurs? Investigating role identity modification of university scientists involved in commercialization activity. *Research policy*, 38(6), 922-935.
- Kalar, B., & Antoncic, B. (2015). The entrepreneurial university, academic activities and technology and knowledge transfer in four European countries. *Technovation*, 36, 1-11.
- Kanonuhwa, M., Rungani, E. C., & Chimucheka, T. (2018). The association between emotional intelligence and entrepreneurship as a career choice: A study on university students in South Africa. *SA Journal of Human Resource Management*, 16(1), 1-9.
- Khatoon, N. U. Z. H. A. T. H. (2013). The impact of emotional intelligence on the growth of entrepreneurship. *International Journal of Business Management and Research*, 3(3), 1-8.
- KritiKoS, A. S. (2014). Entrepreneurs and their impact on jobs and economic growth. *IZA World of Labor*. 8, 1-11.
- Kurgun, H., Bagiran, D., Ozeren, E., & Maral, B. (2011). Entrepreneurial marketing-The interface between marketing and entrepreneurship: A qualitative research on boutique hotels. *European Journal of Social Sciences*, 26(3), 340-357.
- Kusmintarti, A., Thoyib, A., Ashar, K., & Maskie, G. (2014). The relationships among entrepreneurial characteristics, entrepreneurial attitude, and entrepreneurial intention. *IOSR Journal of Business and Management*, 16(6), 25-32.
- Lam, A. (2011). What motivates academic scientists to engage in research commercialization: 'Gold', 'ribbon' or 'puzzle'? *Research policy*, 40(10), 1354-1368.
- Lacetera, N. (2009). Academic entrepreneurship. *Managerial and Decision Economics*, 30(7), 443-464.
- Lam, W., & Harker, M. J. (2015). Marketing and entrepreneurship: An integrated view from the entrepreneur's perspective. *International Small Business Journal*, 33(3), 321-348.
- Liñán, F., & Chen, Y.-W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 33(3), 593-617.
- Lockett, A., Siegel, D., Wright, M., & Ensley, M. D. (2005). The creation of spin-off firms at public research institutions: Managerial and policy implications. *Research policy*, 34(7), 981-993.
- Lopes, M. P., Cunha, M. P., & Palma, P. J. (2009). Case studies on what entrepreneurs actually do to attract resources: A two-route framework. *Journal of Enterprising Culture*, 17(3), 323-349.
- Mangundjaya, W. H. (2009). The relationship of resilience and entrepreneurial intentions. In *PROCEEDINGS of INTERNATIONAL ENTREPRENEURSHIP CONGRESS 2009: "SMEs AND ENTREPRENEURSHIP" OCTOBER, 14-15-16, 2009* (p. 199).
- Martin, B. R. (2012). Are universities and university research under threat? Towards an evolutionary model of university speciation. *Cambridge journal of economics*, 36(3), 543-565.
- Martina, K., Hana, U., & Jiri, F. (2012). Identification of managerial competencies in knowledge-based organizations. *Journal of competitiveness*, 4(1), 129-142.

- Miller, K., Alexander, A. T., Cunningham, J., & Albats, E. (2018). Entrepreneurial academics and academic entrepreneurs: A systematic literature review. *International Journal of Technology Management*.
- Miranda, F. J., Chamorro-Mera, A., & Rubio, S. (2017). Academic entrepreneurship in Spanish universities: An analysis of the determinants of entrepreneurial intention. *European Research on Management and Business Economics*, 23(2), 113-122.
- McKenna, B., Zacher, H., Ardabili, F. S., & Mohebbi, H. (2016). Career Adapt-Abilities Scale—Iran Form: Psychometric properties and relationships with career satisfaction and entrepreneurial intentions. *Journal of Vocational Behavior*, 93, 81-91.
- Moreland, N. (2006). *Entrepreneurship and higher education: an employability perspective* (Vol. 6). York: Higher Education Academy.
- Morrow, R. (2006). Hope, entrepreneurship and foresight, *Regional frontiers of entrepreneurship research: Compilation of papers of the third AGSE international entrepreneurship research exchange [CD]*. Melbourne: Swinburne University, 606-618.
- Mosey, S., & Wright, M. (2007). From human capital to social capital: A longitudinal study of technology-based academic entrepreneurs. *Entrepreneurship theory and practice*, 31(6), 909-935.
- Nga, J. K. H., & Shamuganathan, G. (2010). The influence of personality traits and demographic factors on social entrepreneurship start up intentions. *Journal of business ethics*, 95(2), 259-282.
- Nielsen, K. (2015). Human capital and new venture performance: the industry choice and performance of academic entrepreneurs. *The Journal of Technology Transfer*, 40(3), 453-474.
- Ozgul, U., & Kunday, O. (2015). Conceptual development of academic entrepreneurial intentions scale. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 195, 881-887.
- Parker, S. C. (2004). *The economics of self-employment and entrepreneurship*. Cambridge university press, Cambridge.
- Patzelt, H., & Shepherd, D. A. (2009). Strategic entrepreneurship at universities: Academic entrepreneurs' assessment of policy programs. *Entrepreneurship Theory and practice*, 33(1), 319-340.
- Prodan, I., & Drnovsek, M. (2010). Conceptualizing academic-entrepreneurial intentions: An empirical test. *Technovation*, 30(5-6), 332-347.
- Putta, S. S. (2014). Improving entrepreneur's management skills through entrepreneurship training. *Journal of Commerce and Management Thought*, 5(3), 459.
- Rahim, N. A., Mohamed, Z. B., & Amrin, A. (2015). Commercialization of emerging technology: the role of academic entrepreneur. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 169, 53-60.
- Ratzinger, D., Amess, K., Greenman, A., & Mosey, S. (2018). The impact of digital start-up founders' higher education on reaching equity investment milestones. *The Journal of Technology Transfer*, 43(3), 760-778.
- Reynolds, P. D., & Curtin, R. T. (2008). *Business creation in the United States: Panel study of entrepreneurial dynamics II initial assessment* (Vol. 16). Now Publishers Inc.
- Rundh, B. (2011). Linking flexibility and entrepreneurship to the performances of SMEs in export markets. *Journal of manufacturing technology management*. 22(3), 330-347.

- Postigo, S. (2002). Entrepreneurship Education in Argentina the Case of Sananders University. In *Proceedings of the Conference Entitled the internationalizing in Entrepreneurship Education and Training*, Malaysia
- Shane, S., Locke, E. A., & Collins, C. J. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human resource management review*, 13(2), 257-279.
- Shaver, K. G., Williams, S. L., & Scott, L. R. (2009). *Entrepreneurial beliefs, creativity, and risk-taking: Personality or situation*. Unpublished manuscript. College of William & Mary.
- Shir, N., Nikolaev, B. N., & Wincent, J. (2019). Entrepreneurship and well-being: The role of psychological autonomy, competence, and relatedness. *Journal of Business Venturing*, 34(5), 105875.
- Souitaris, V., Zerbini, S., & Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, 22, 566-591.
- Stuart, T. E., & Ding, W. W. (2006). When do scientists become entrepreneurs? The social structural antecedents of commercial activity in the academic life sciences. *American journal of sociology*, 112(1), 97-144.
- Sujarwoto, S. (2020). *Examining entrepreneurship and the big five personality traits in an Indonesian context*. In *Developing the Workforce in an Emerging Economy* (pp. 98-109). Routledge.
- Timmons, J. A., Spinelli, S., & Tan, Y. (2004). *New venture creation: Entrepreneurship for the 21st century* (Vol. 6). New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Tolentino, L. R., Sedoglavich, V., Lu, V. N., Garcia, P. R. J. M., & Restubog, S. L. D. (2014). The role of career adaptability in predicting entrepreneurial intentions: A moderated mediation model. *Journal of Vocational Behavior*, 85(3), 403-412.
- Toniolo, K., Masiero, E., Massaro, M., & Bagnoli, C. (2020). A grounded theory study for digital academic entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
- Walter, S. G., Schmidt, A., & Walter, A. (2016). Patenting rationales of academic entrepreneurs in weak and strong organizational regimes. *Research Policy*, 45(2), 533-545.
- Webb, J. W., Ireland, R. D., Hitt, M. A., Kistruck, G. M., & Tihanyi, L. (2011). Where is the opportunity without the customer? An integration of marketing activities, the entrepreneurship process, and institutional theory. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39(4), 537-554.
- Zahra, A., Nouri, F., & Imanipour, N. (2014). Explaining the role of managerial skills of entrepreneurship in business success. *International Journal of Management Sciences*, 4(1), 42-52.
- Zampetakis, L. A., Lerakis, M., Kafetsios, K., & Moustakis, V. (2015). Investigating the emotional impact of entrepreneurship programs. *Journal of Business Venturing Insights*, 4, 38-41.
- Zanakis, S. H., Renko, M., & Bullough, A. (2012). Nascent entrepreneurs and the transition to entrepreneurship: Why do people start new businesses?. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 17(01), 1250001.