

کارآفرینی اجتماعی در آموزش عالی: یک مطالعه داده بنیاد

* حسن نادعلی پور پلکی^۱ ** فریبا کریمی *** محمدعلی نادلی

* دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی دانشکده علوم تربیتی و روان شناسی دانشگاه آزاد واحد اصفهان (خوراسگان)، ایران

** دانشیار دانشکده علوم تربیتی و روان شناسی دانشگاه آزاد واحد اصفهان (خوراسگان)، ایران

*** دانشیار دانشکده علوم تربیتی و روان شناسی دانشگاه آزاد واحد اصفهان (خوراسگان)، ایران

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۴/۰۷

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۰۸/۳۰

چکیده

کارآفرینی اجتماعی بعنوان شاخه ای از کارآفرینی، نقش کلیدی در توسعه پایدار جامعه دارد. از سوی دیگر آموزش عالی دوره مناسبی جهت پرورش کارآفرینی‌گرایی قلمداد می‌گردد. در همین راستا، هدف پژوهش حاضر، شناسایی مولفه‌های کارآفرینی اجتماعی در آموزش عالی بود. رویکرد پژوهش، کیفی و در فرآیند پژوهش از راهبرد نظریه داده‌بنیاد استفاده شده است. مشارکت‌کنندگان، شامل صاحب‌نظران حوزه کارآفرینی‌گرایی اجتماعی در آموزش عالی دولتی ایران بودند، که با استفاده از رویکرد نمونه‌گزینی هدفمند ۲۲ نفر انتخاب و پس از رسیدن به اشباع نظری، جهت اطمینان با ۲ نمونه دیگر مصاحبه صورت گرفت که داده‌های جدیدی بدست نیامد، در نهایت با ۲۴ نفر از اطلاع‌رسانان کلیدی، چارچوب نمونه‌گزینی بسته شد. جهت بررسی روایی و پایایی داده‌ها، به ترتیب از روایی سازه‌ای، روایی درونی و روایی بیرونی و جهت بررسی پایایی از روش بررسی اعضا، همکار پژوهشی و ناظر بیرونی استفاده گردید. داده‌یابی با استفاده از مصاحبه نیمه‌ساختار و تحلیل داده‌ها با روش مقایسه مداوم و کدگذاری نظری صورت گرفت. مشارکت‌کنندگان در پژوهش، عواملی مانند سفارش‌پذیری اجتماعی، محرک‌های تغییرپذیری و کارآفرینی‌گرایی را به عنوان عوامل علی توجیه‌کننده الگو، ارزش آفرینی اجتماعی را به عنوان پدیده محوری و شکل‌دهنده و سامان‌بخش سایر عناصر الگو، استقلال نهادی و آزادی آکادمیک را به عنوان عوامل مداخله‌گر بر راهبردهای پدیده مورد نظر، مدیریت مسئولانه و بسته‌های حمایتی را به عنوان راهبردهای راه حل‌محور برای مواجهه با پدیده مورد مطالعه و شایستگی پروری و پاسخگویی در برابر اجتماع را، به عنوان پیامدهای گسترش الگوی کارآفرینی اجتماعی در آموزش عالی برشمردند. بدین ترتیب مولفه‌ها و عناصر الگوی مورد نظر، استخراج و ارایه گردید.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی اجتماعی، آموزش عالی، نظریه داده‌بنیاد، ارزش آفرینی، پاسخگویی در برابر اجتماع.

* این مقاله مستخرج از رساله دکتری با عنوان: ارایه مدل کارآفرینی اجتماعی در نظام آموزش عالی دولتی ایران می باشد.

مقدمه

دانشگاه‌ها در پی ایجاد شرایطی از طریق کلاس‌های معکوس، رهبری آموزشی موثر، شبیه‌سازی‌های آموزشی، یادگیری بر خط و پوشه‌های عملکرد برای خلق ارزش‌های نوین برای دانشجویان خود می‌باشند. برنامه‌ها و شرایط جدیدی که دوران تحصیل دانشجویی و همچنین مدرک آن‌ها را در این دوره از زندگیشان ارزشمندتر کند (پندلی^۱، ۲۰۱۳) زمانی که دانشجویان تحت تأثیر شرایط جدید در دانشگاه قرار می‌گیرند، به کسب مهارت‌هایی مانند ارتباطات بین فرهنگی، کارآفرینی اجتماعی، تفکر سیستمی و هوش هیجانی (آبرامز^۲، ۲۰۱۷) نیاز دارند که آنها را قادر سازد عوامل تنش‌زا و چالش‌های پیش رویشان را مدیریت کنند. از بین مهارت‌های ذکر شده، کارآفرینی اجتماعی با هدف ایجاد منافع و ارزش‌های منحصر به فرد در جامعه و به دلیل تاثیرات گسترده و پایدار، از اهمیت بسزایی برخوردار است. این مهارت و پدیده برای دانشگاه کاملاً جدید و پیچیده است (لوپز و همکاران^۴، ۲۰۱۴)، زیرا ابزاری مهم برای مقابله با چالش‌هایی است که بازار، بخش عمومی و اقتصاد به تنهایی نمی‌توانند به آن‌ها پاسخ دهد. در این خصوص، در دهه آغازین هزاره سوم از دانشگاه‌ها انتظار می‌رود که ضمن توجه به جنبه‌های یادشده، به مسئولیت اجتماعی خود بیش از پیش و بیش از همه توجه کنند. برای این منظور دانشگاه‌ها و مؤسسه‌های آموزش عالی باید در تحلیل واقعیت‌های جامعه و ارائه راه حل‌های مناسب پیشقدم باشند و هدف‌ها، برنامه‌ها و فعالیت‌های خود را چنان ساماندهی کنند که بتوانند دانش علمی تولید کنند و توانایی لازم برای عرضه دانش فنی و ترغیب نیروی انسانی با قابلیت مناسب برای درک واقعیت‌های پیچیده اجتماعی پیرامون محیط خود را فراهم آورند. بدیهی است این امر مهم از یکسو با ظرفیت‌سازی و بالندگی فرهنگ دانشگاهی و از سوی دیگر، با میزان آگاهی دانشجویان از این فرهنگ و متبلور ساختن معانی مترتب بر آن در زندگی آموزشی، اجتماعی و شغلی خود پیوند می‌یابد (تمنا و صمدی، ۱۳۹۵). کارآفرینی اجتماعی به عنوان یک رویکرد اجرایی - علمی، در دانشگاه‌ها به سرعت در حال گسترش است زیرا به نظر می‌رسد برای

حل مسائل اجتماعی نیاز به درک متخصصان آموزش دیده و همچنین جوانانی با نگرش‌ها و مهارت‌های برای حل مسائل اجتماعی، روز به روز بیشتر می‌شود (راندولف و روزندل^۳، ۲۰۱۲).

با این حال به نظر می‌رسد در کشور، دانشگاه این نقش مهم خود که زیربنای تحقق مأموریت اجتماعی‌اش می‌باشد را نتوانسته به خوبی ایفا کند. بی‌شک انجام دادن پژوهشی در زمینه ارائه الگوی کارآفرینی اجتماعی دانشگاهی به منظور ایفای نقش فوق و ارتقاء اثربخشی فعالیت‌های آموزشی، پژوهشی و خدماتی در جهت پیوستن به دانشگاه‌های نسل چهارم ضروری است. بر این اساس، هدف اصلی پژوهش حاضر شناسایی ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های کارآفرینی اجتماعی به منظور ارائه مدل مفهومی در دانشگاه می‌باشد که براساس آن آموزش عالی بتواند مسئولیت اجتماعی خود را از طریق بهتر ایفا نماید. به همین منظور در ادامه ضمن بررسی ادبیات تحقیق، و تبیین پدیده نوین کارآفرینی اجتماعی در دانشگاه، پیشنهادی تحقیق جهت آگاهی از وضعیت بررسی این موضوع در نظر دیگر پژوهشگران و روش‌شناسی پژوهش توضیح داده شده است. همچنین یافته‌های پژوهش در قالب ابعاد و مؤلفه‌های مدل تجسمی اشتراوس و کوربین (۱۳۹۵) تبیین و سپس مدل اکتشافی ارائه گردیده است و در پایان بحث و نتیجه‌گیری متناسب با یافته‌های پژوهش ارائه گردیده است.

پیشینه پژوهش

کارآفرینی و کارآفرینی اجتماعی

کارآفرینی و کارآفرینی اجتماعی بطور یکسان به عنوان دو موضوع به سرعت در حال گسترش برای دانشجویان، محققان و سیاست‌گذاران به شمار می‌روند (آلساتی و همکاران^۵، ۲۰۱۴). اما به نظر می‌رسد قبل از تعریف و تبیین مفاهیم؛ اجزاء عناصر و مدل‌های کارآفرینی اجتماعی باید به یک تعریف اولیه از کارآفرینی دست یابیم.

پژوهش‌های اولیه‌ی مربوط به کارآفرینی اجتماعی، عمدتاً در تعریف و مفهوم‌سازی آن صورت گرفته‌اند (گراندوس و

4 . Randolph & Rosendehl

1 . Alsaaty et all

1 . Pendoley

2 . Abrams

4 . López et all

کیفیت پایین در دانشگاه‌ها می‌تواند به فقر دانشی و بینشی و مهارتی نیروی انسانی منجر شود و در نتیجه برنامه‌های رشد و توسعه کشور را با مشکلات عمده‌ای مواجهه کند (زمانی، ۱۳۹۶) در همین راستا، دانشگاه‌ها تحت فشار فزاینده‌ای برای پاسخگویی به نیازهای دانشجویان قرار دارند و این تقاضاها در حال افزایش است دانشگاه‌ها اقدامات پاسخ‌گرایانه خود در در ارتباط با این تقاضای بجای دانشجویان را به روش‌های متنوع و گوناگونی انجام می‌دهد از جمله پرداختن به امر کارآفرینی دانشگاهی؛ حمایت از نهادها و موسسات اجتماعی تغییردهنده اجتماع. زیرا تعدادی از این موسسات می‌توانند با حمایت از کارآفرینان اجتماعی به خواسته‌های دانشجویان در این زمینه توجه و برای آنان جهت توسعه مهارت‌های همدلی و گرایشات انسان‌دوستانه و همچنین اشتغال‌یابی کمک کنند. نکته مهم‌تر آن که دانشگاه‌ها با گسترش فرهنگ کارآفرینی دانشگاهی در حوزه اجتماعی به نوعی مسیری دیگر از زندگی شغلی آینده دانشجویان را رقم می‌زنند. زیرا دانشگاه‌ها سهم قابل توجهی در اقتصاد اجتماعی داشته و تکیه‌گاه‌های مهمی در جوامع خود برای اثرگذاری مثبت، از این طریق دارند. علاوه بر این، دانشجویان و اساتید دانشگاه‌ها عامل و امر مهم تغییر در سطح جوامع بوده و هستند. زیرا دانش آن‌ها می‌تواند به حل چالش‌های موجود در جوامع در همه ابعاد پردازد (لوپز و همکاران، ۲۰۱۴).

به دلایل تربیتی و تجربی پرورش مهارت کارآفرینی اجتماعی در نظام‌های آموزشی بویژه آموزش عالی امکان‌پذیر است چرا که به قول (دیز،^{۱۵} ۱۹۹۸) اگر شخص می‌خواهد کارآفرین شود باید آموزش‌های روز در زمینه کارآفرینی را دیده باشد.

اگر چه اصطلاح کارآفرینی اجتماعی در چند سال اخیر در حوزه دانشگاهی ظهور پیدا کرده است ولیکن تحقیقات و گزارشات اندکی در مورد کارآفرینی اجتماعی دانشگاهی صورت گرفته است و چندین مورد از آن‌ها به بخش‌هایی از کارآفرینی اجتماعی در آموزش عالی پرداخته‌اند.

پیچ و چادوری،^{۱۶} ۲۰۱۲ معتقدند بسیاری از دانشگاه‌ها، دانشکده‌های مهندسی و دانشکده‌های کسب و کار، آموزش کارآفرینی اجتماعی را شروع کرده‌اند. با این حال

همکاران^۷، ۲۰۱۱، ساشمنهوس و ولکمن^۸، ۲۰۱۶. ولی با این حال، در مورد تعریف کارآفرینی اجتماعی هنوز توافقی وجود ندارد (چویی و ماچ مدر^۹، ۲۰۱۴). نظرات متفاوتی در مورد کیفیت تعریف کارآفرینی اجتماعی ارایه گردیده است از جمله این که تعریف باید رابطه‌ای با فرآیندهای کارآفرینی که به بهره‌برداری از همه فرصت‌های آن هم داشته باشد سوق پیدا کند. (نیوت و وود^{۱۰}، ۲۰۱۴). کربی^{۱۱} (۲۰۱۱) کارآفرینی اجتماعی را به فعالیت‌هایی نظیر خلق ارزش‌های اجتماعی و نوآورانه که می‌تواند درون یا حتی سرتاسر سازمان‌های غیرانتفاعی یا بخشی از یک کسب و کار یا در بخش دولتی رخ دهد تعریف کرده است. کارآفرینی فرآیند خلق چیزی جدید و با ارزش با اختصاص زمان و تلاش مورد نیاز با در نظر گرفتن ریسک‌های مالی و اجتماعی به منظور رسیدن به رضایت شخصی و پاداش‌های مالی و ارضای نیاز استقلال‌طلبی است (هیسریچ و روچ^{۱۲}، ۲۰۱۰). از تعریف پریدو و مک لن^{۱۳} (۲۰۰۶) به عنوان یک تعریف مناسب یاد می‌شود (لوپرنیک و همکاران^{۱۴}، ۲۰۱۷) که بیان می‌کند کارآفرینی اجتماعی از جایی شروع می‌شود که هدف گروه: (۱) ارزش اجتماعی (۲) توانایی تشخیص و استفاده از فرصت‌ها برای ایجاد آن ارزش و (۳) نوآوری در ایجاد ارزش اجتماعی.

با این تعاریف مشخص شد که کارآفرینی در مراحل اولیه شکل‌گیری خود رنگ و بوی اقتصادی داشته و با هدف کسب سود پیگیری شده است. لیکن در ادامه، انواع دیگر با اهداف عمومی و اجتماعی و سازمانی مانند کارآفرینی اجتماعی گسترش پیدا کرده است. همچنین به نظر می‌رسد که تحقیقات کارآفرینی اجتماعی عمدتاً بر مطالعاتی کلی که به تبیین و توصیف و یا تعریف کارآفرینی اجتماعی بوده است متمرکز بوده‌اند (ساشمن هوس و ولکمن؛^{۲۰۱۶}). در ادامه به تبیین نقش کار آفرینی اجتماعی در دانشگاه پرداخته می‌شود.

کارآفرینی اجتماعی و دانشگاه

2. Granados et all
3. Sassmannshausen & Volkman
4. Choi & Majumdar
5. Newth & Woods
11. Kirby
7. Hisrich & Roche
8. Peredo & McLean
9. Lubberink et all

1. Dees
16 - PACHE & CHOWDHURY

کارآفرینی اجتماعی در آموزش عالی کاملاً جدید و در حال توسعه است (دابل^{۱۷}، ۲۰۱۶). همچنین سازمان غیرانتفاعی آشوکا که در دهه ۱۹۸۰ شروع به کار کرده عملاً از سال ۲۰۰۸ برنامه‌هایی برای گسترش کارآفرینی اجتماعی در آموزش عالی شروع تدارک دیده است (جفریانگ^{۱۸}، ۲۰۱۳).

سابقه پژوهش‌ها و مطالعات انجام گرفته داخلی

با توجه به بررسی‌های محقق در داخل و خارج از کشور،

پژوهش‌های میدانی چندانی با محوریت کارآفرینی اجتماعی در دانشگاه صورت نگرفته است؛ اگرچه برخی از پژوهشگران در زمینه کارآفرینی اجتماعی مطالعاتی را انجام داده و نتایج آن را بصورت جسته گریخته اشاعه داده‌اند که در ادامه مطلب، به واری و کنکاش این دست پژوهش‌ها خواهیم پرداخت. جدول محقق ساخته (۱) خلاصه پژوهش‌ها و مطالعات صورت گرفته در زمینه پژوهش حاضر را نشان می‌دهد.

جدول ۱. خلاصه پژوهش‌ها و مطالعات

ردیف	نویسنده/نویسندگان	موضوع	خلاصه یافته‌ها
۱	یادگار و همکاران (۱۳۹۲)	قصد کارآفرینانه: اثر متقابل نگرش کارآفرینانه اجتماعی، امنیت مالی و سرمایه اجتماعی	پژوهشی تحت عنوان قصد کارآفرینانه: اثر متقابل نگرش کارآفرینانه اجتماعی، امنیت مالی و سرمایه اجتماعی انجام دادند. یافته‌های حاصل از این پژوهش نشان داد که نگرش کارآفرینانه اجتماعی با قصد کارآفرینانه اجتماعی رابطه دارد و این رابطه به ترتیب شدت اثر از طریق امنیت مالی و سرمایه اجتماعی تقویت می‌شود اما با وجود این سرمایه انسانی کارآفرینانه اجتماعی رابطه نگرش و قصد کارآفرینانه اجتماعی را تقویت نمی‌کند.
۲	عرب و همکاران (۱۳۹۲)	نقش سبک رهبری تحولی مدیران در پیش‌بینی کارآفرینی اجتماعی کارکنان: مطالعه تطبیقی دانشگاه‌های دولتی با	در مطالعه ای با عنوان نقش سبک رهبری تحولی مدیران در پیش‌بینی کارآفرینی اجتماعی کارکنان و تطبیق دانشگاه‌های دولتی با دانشگاه‌های غیر دولتی به این نتیجه دست یافتند که در هر دو جامعه پژوهش میزان انطباق رفتاری مدیران با سبک رهبری تحولی و همچنین میزان کارآفرینی اجتماعی کارکنان در سطح بالایی وجود دارد و بین سبک رهبری تحولی و کارآفرینی اجتماعی رابطه معنی‌داری وجود دارد. همچنین آن‌ها نشان دادند سبک رهبری تحولی مدیران قابلیت پیش‌بینی کارآفرینی اجتماعی را داراست.
۳	آراستی و همکاران (۱۳۹۱)	عوامل نهادی تاثیر گذار بر پیدایش فعالیت های کارآفرینانه اجتماعی	پژوهشی را تحت عنوان عوامل نهادی تأثیرگذار بر پیدایش فعالیت‌های کارآفرینانه اجتماعی انجام داده‌اند. مطالعه‌ی ذکرشده در چارچوب رویکرد پژوهش کیفی و روش تحقیق روایتی با تحلیل گفتمان عملیاتی گردید. به منظور گردآوری اطلاعات از ده نفر کارآفرین اجتماعی به‌عنوان نمونه‌ی آماری استفاده شد. یافته‌های حاصل از این پژوهش حکایت از آن دارد که عوامل نهادی غیررسمی شامل نیاز و ارزش اجتماعی و نگرش و مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عوامل نهادی رسمی شامل ناکارآمدی دولت بر پیدایش فعالیت‌های کارآفرینانه اجتماعی تأثیرگذار بوده است.
۴	دابل (۲۰۱۶)	کارآفرینی اجتماعی رویکردی جدید در توسعه آموزش عالی	با مروری جامع در تحقیقات گذشته و بررسی رویکردهای نوین آموزش عالی کارآفرینی اجتماعی را به عنوان رویکردی جدید در این حوزه معرفی کرده است. همچنین ارایه آموزش های کارآفرینانه را در آموزش عالی، زمینه ساز توسعه توانایی های فردی دانشجویان جهت ارایه راه حل های ابتکاری برای حل مشکلات اجتماعی نام برده است. این تحقیق نشان داده است که آموزش و پرورش کارآفرینی در آموزش عالی مهارت هایی مانند خودکفایی فردی، خلاقیت، همدلی و تفکر منطقی را در دانشجویان ایجاد می کند.
۵	لوپز و همکاران (۲۰۱۴)	آموزش کارآفرینی اجتماعی به عنوان بخشی از خدمات نوین آموزشی: تجربه ای در دانشگاه	در پژوهشی تحت عنوان آموزش کارآفرینی اجتماعی بعنوان بخشی از خدمات نوین آموزشی دانشگاه به این نکته اشاره کرده اند که بازتاب تعامل اجتماعی در تجربه‌های کوچک به تدریج باعث فعال شدن دانشجویان در انجام پروژه‌های بلند پروازانه خواهد شد. تجارب ارایه شده و طراحی شده، می‌تواند مناسب‌ترین جنبه از تجارب باشد که از میان این تجارب می‌توان به پروژه‌های آماده شده توسط گروه‌های دانشجویان در زمینه‌های مختلف (مشارکت مدنی، ارتقاء سلامت، کمک‌های مستقیم به افراد، تبادل نسل‌ها و میراث فرهنگی) اشاره کرد. در نهایت پژوهش در سه حوزه برنامه درسی دانشگاهی، ارزش‌گذاری آموزش عالی و توسعه جامعه نشان داد که اگر چه این اعمال اجتماعی جزئی بوده اما فرصتی را برای ایجاد ابتکار و خلاقیت، توسعه چشم‌انداز آینده، افزایش اعتماد به‌نفس که مورد نیاز برای روحیه کارآفرینی افراد است، ایجاد می‌کند.
۶	سلام زاده، عظیمی و کربی (۲۰۱۳)	آموزش کارآفرینی اجتماعی در آموزش عالی: بینشی تازه در زمینه توسعه کشور	مسئله‌ی پژوهشی خود را ذیل عنوان آموزش کارآفرینی اجتماعی در آموزش عالی بینشی تازه در توسعه کشور پیگیری نمودند. هدف این پژوهش بررسی آگاهی دانشجویان دانشگاه تهران به منظور یافتن نظریه‌ای در آموزش کارآفرینی اجتماعی در ایران بیان شده است. پس از تحلیل داده ها مشخص شد که میزان قابل‌توجهی از قصد کارآفرینی اجتماعی به آگاهی از مفهوم پاسخ‌دهندگان مربوط می‌شود اما حمایت از توجه کافی به عناصر متنی دیده نمی‌شود و قصد کارآفرینی اجتماعی و آموزش آن در آموزش عالی مغفول مانده است.

دیگری نیازمندم؟ (گلاسر و اشتراوس^{۲۳}، ۱۹۹۹) برسد (ترکیبی عمل نمودن پژوهشگر در امر نمونه‌گزینی). تعداد نمونه در راهبرد داده بنیاد با توجه به فرایند اشباع نظری تعیین می‌گردد (بیرکس و میلز، ۱۳۹۳). ملاک نمونه‌گزینی با توجه به اصل هدفمند بودن نمونه‌گیری در این بخش از پژوهش شامل کسانی بود که حداقل یکی از دو ویژگی زیر را داشتند: الف) کسانی که در زمینه کارآفرینی اجتماعی پژوهش و یا کتابی داشته و تدوین کرده بودند (ب) کسانی که فعالیتی کارآفرینانه با رویکرد اجتماعی در حوزه خدمات، بویژه نظام‌های دانشگاهی داشتند. تعداد نمونه‌ها از کل مشارکت‌کنندگان ۲۴ نفر (جدول ۲) از متخصصان و صاحب‌نظران حوزه کارآفرینی اجتماعی دانشگاهی (۱۹ مرد و ۵ زن) که علت انتخاب این تعداد رسیدن به اشباع نظری در داده‌ها توسط محقق تا مصاحبه با نفر ۲۲ بود. لذا جهت اطمینان بیشتر ۲ مصاحبه دیگر نیز انجام گرفت. و تا آنجا ادامه پیدا کرد که داده‌هایی جدید جهت مفهوم‌سازی به دست نمی‌آمد و مقولات به خوبی به مرحله رسش رسیده بودند. جهت جمع‌آوری اطلاعات از روش مصاحبه از نوع نیمه ساختار (کیفی) و ساخت‌یافته استفاده گردید یعنی سوالات باز و بسته در یک فرم مصاحبه گنجانده شدند به نحوی که با این روش داده‌های ترکیبی حاصل گردید. روش تحلیل از میان رویکردهای مختلف در تحلیل داده‌های کیفی و با توجه به اهداف پژوهش (پانچ، ۲۰۰۹) تحلیل به روش نظریه داده بنیاد بوده است تحلیل مفهومی داده‌ها در این روش به شیوه کدگذاری تعامل گرا (اشتراوس و کوربین، ۱۳۹۵) است.

کدگذاری و مقوله‌بندی تعامل‌گرا

از میان روش‌های مختلف کدگذاری که شامل کدگذاری نظری، موضوعی، تحلیل محتوا و تحلیل عام می‌باشد (فلیک^{۲۴}، ۱۳۹۱) کدگذاری نظری مورد استفاده قرار گرفته است. کدگذاری نظری روشی است برای تحلیل داده‌هایی که به منظور پدیدار شدن یک نظریه به روش نظریه‌پردازی داده بنیاد گردآوری شده‌اند. در این روش تفسیر داده‌ها همراه با گردآوری و یا نمونه‌گزینی از آن‌ها صورت می‌گیرد. تفسیر مرجعی است که بر اساس آن تصمیم می‌گیریم. که کدام داده یا مورد را در مرحله بعدی

با توجه به بررسی‌های صورت گرفته، به نظر می‌رسد این پژوهش برای اولین بار بر اساس داده‌های مبتنی بر زمینه در مورد پدیده کارآفرینی اجتماعی مدل اجرایی و عملیاتی چگونگی استقرار این نوآوری مهم آموزشی را در سطح آموزش عالی ارائه داده است. بر همین اساس، در این پژوهش، تلاش شده است به دو سوال کلی ذیل پاسخ داده شود: سوال اول این که از دیدگاه متخصصان؛ مسوولان و متولیان آموزش عالی و کلیه کارآفرینان اجتماعی دانشگاهی؛ مولفه‌های موثر بر کارآفرینی‌گرایی اجتماعی در آموزش عالی کدامند؟ و سوال دوم این که الگوی مفهومی مناسب برای کارآفرینی‌گرایی اجتماعی در دانشگاه‌های ایران چیست؟

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر در چارچوب رویکرد کیفی (برای کشف پیچیدگی‌ها و زوایای پنهان یک پدیده) و با بکارگیری راهبرد نظریه داده بنیاد با هدف تولید نظریه از داده‌ها انجام گرفته است. داده بنیاد به این معناست که نظریه بر اساس داده‌ها تولید می‌شود و نظریه به این معناست که هدف از گردآوری و تحلیل داده‌های پژوهش ایجاد نظریه-ای برای تبیین این داده‌هاست (پانچ و اوآنسیا^{۱۹}، ۲۰۰۹). در این راهبرد به طور استقرایی یک سلسله رویه‌های سیستماتیک بر روی داده‌ها به کار برده می‌شود تا نظریه درباره پدیده مورد مطالعه ایجاد گردد (اشتراوس و کوربین^{۲۰}، ۱۳۹۵) میدان پژوهشی؛ شامل متخصصان و صاحب‌نظران حوزه کارآفرینی اجتماعی شاغل در دانشگاه-های دولتی ایران بود. در این پژوهش از راهبرد نمونه-گزینی ترکیبی متوالی یعنی تکنیک نمونه‌گزینی هدفمند و نظری (گال، بورگ و گال^{۲۱}، ۲۰۰۶). استفاده گردید. در این روش در مرحله اول پژوهشگر منابع (افراد و...) مرتبط با حوزه مطالعه را (کارآفرینی اجتماعی) مشخص کرد (نمونه‌گزینی هدفمند) و تا جایی که فرآیند داده‌یابی در پژوهش خود ادامه داد که با استفاده از روش نمونه‌گزینی دیگری (نمونه‌گزینی نظری) از همان آغاز نمونه‌گزینی (بیرکس و میلز^{۲۲}، ۱۳۹۳) به پاسخ این سوال مهم خود یعنی به منظور توسعه نظریه‌ام به چه داده‌ها و منابع

1 • Punch & Oancea
2 • Strauss & Corbin
3 • Gall , Borg & Gall
4 • Birks & Mills

5 • Glaser & Strauss
5 • Flick

می‌گردد به روش متمرکزتری مقولات بر اساس الگوی پارادایمی ایجاد و کشف شوند. در این مرحله از الگوی کدگذاری تعامل گرا شرایط علی؛ پدیده محوری، شرایط مداخله گر، راهبردهای کنش، عوامل و زمینه‌های کنش و در نهایت پیامدهای کنش برای ربط دادن کدها قرار دارد.

کدگذاری انتخابی

ارائه تصویری اجمالی از ماجرا و مورد با عبارت‌های مختصر و کوتاه و در سطحی انتزاعی‌تر جهت شکل‌گیری و پیوند هر دسته‌بندی با سایر گروه‌ها جهت انتخاب مقوله مرکزی از طریق تمرکز روی فرآیندهای اجتماعی اساسی در داده‌ها و بسط مقوله مرکزی صورت می‌گیرد (بازرگان؛ ۱۳۹۵) در این مرحله مقوله‌ها حول مفهوم توضیحی آرایش پیدا می‌کنند و فرآیند ترکیب و بهبود (پالایش) مقوله‌ها صورت می‌پذیرد.

یافته‌ها

اکنون به شرح اکتشافی می‌پردازیم که در فرآیند رفت و برگشت درون داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها اتفاق افتاده است. برای تحقق و دستیابی به نظریه برآمده از بافت و زمینه واقعی و پاسخگویی به سوال اصلی پژوهش یعنی احصای مولفه‌های کارآفرینی اجتماعی آموزش‌عالی از دیدگاه متخصصان و صاحب‌نظران این حوزه در دانشگاه‌ها بر اساس روش تحلیل ذکر شده در بخش مربوطه؛ نتایج و یافته‌ها در ادامه ارائه می‌گردد. سپس یافته‌های بدست آمده (مفاهیم؛ مقولات) در مراحل مختلف کدگذاری تعامل‌گرا و عناصر مدل اکتشافی به همراه الگوی تجسمی و تشریح حکایت‌گونه آن در پژوهش ذکر می‌گردد.

در نمونه بگنجانیم (همان منبع). روش‌های مختلفی برای کار یا متن در فرآیند تفسیر وجود دارد که طی آن داده‌ها تجزیه، مفهوم‌سازی، و به شکل تازه‌ای در کنار یکدیگر قرار داده می‌شوند (اشتراوس و کوربین؛ ۱۳۹۵).

کدگذاری باز

در قالب مفهوم آوردن داده‌ها و پدیده‌ها، با هدف کشف مفاهیم انتزاعی در آن‌ها را کدگذاری باز گویند. واحد تحلیل متن در این پژوهش، واحد جمله به جمله بوده است همچنین در انتخاب نام کدهای باز از بین دو روش کدهای زنده و الحاقی از روش الحاقی استفاده گردیده است. با توجه به دقت نظر پژوهشگران تلاش گردید که کدگذاری در این مرحله جهت استفاده بهینه از داده‌ها و جلوگیری از هدر رفت بسیاری از مفاهیم در دو سطح ۱ و ۲ صورت گیرد سطح نخست عنوان‌هایی است که محتوای کدگذاری جمله به جمله داده شد. که این مفاهیم حاصل پالایش ۷۴ صفحه مصاحبه و کدگذاری آن‌هاست. مفاهیم سطح دوم کدگذاری باز، عناوین نظری‌ای است که دارای سطوح بالاتری از انتزاع نسبت به مفاهیم کدگذاری سطح نخست است. این مفاهیم نظری نیز برای توضیح تجارب مصاحبه‌شوندگان از ارتباط با عناصر و مؤلفه‌های مختلف کارآفرینی اجتماعی در آموزش‌عالی ساخته شده‌اند.

کدگذاری محوری

مرحله پالایش و تفکیک مقوله‌های بدست آمده از کدگذاری باز جهت کشف پیوندهایی بین مفاهیم انتزاعی در داده‌ها را کدگذاری محوری گویند؛ این فرآیند از طریق انجام مقایسه و طرح پرسش انجام می‌شود و تلاش

جدول ۲. نمونه‌های شرکت‌کننده در پژوهش (محقق ساخته)

ردیف	مصاحبه‌شوندگان	جنس	حوزه تخصصی	سوابق	سابقه در حوزه کارآفرینی اجتماعی	طبقه مصاحبه‌شونده
۱	نفر اول	زن	برنامه‌ریزی درسی	۲۰	۱۳	هیأت علمی
۲	نفر دوم	مرد	مدیریت آموزشی	۲۵	۱۰	هیأت علمی
۳	نفر سوم	مرد	علوم اجتماعی	۲۷	۸	هیأت علمی
۴	نفر چهارم	مرد	کارآفرینی	۲۵	۲۰	هیأت علمی
۵	نفر پنجم	زن	مدیریت آموزشی	۱۳	۵	مدیر دانشکده
۶	نفر ششم	مرد	برنامه‌ریزی آموزشی	۲۰	۱۱	هیأت علمی
۷	نفر هفتم	مرد	جامعه‌شناسی	۱۹	۱۲	هیأت علمی
۸	نفر هشتم	مرد	ارتباطات	۲۳	۱۱	هیأت علمی
۹	نفر نهم	زن	حسابداری	۲۱	۱۳	هیأت علمی
۱۰	نفر دهم	مرد	بهبودی منابع انسانی	۲۵	۱۲	هیأت علمی
۱۱	نفر یازدهم	مرد	مدیریت	۱۹	۹	معاون دانشگاه
۱۲	نفر دوازدهم	مرد	مهندسی مواد	۲۴	۱۱	رییس دانشگاه
۱۳	نفر سیزدهم	مرد	مدیریت کارآفرینی	۲۳	۱۲	هیأت علمی
۱۴	نفر چهاردهم	مرد	منابع انسانی	۲۱	۱۷	هیأت علمی
۱۵	نفر پانزدهم	مرد	مدیریت امور فرهنگی	۲۵	۱۲	هیأت علمی
۱۶	نفر شانزدهم	زن	مدیریت آموزش عالی	۱۲	۸	هیأت علمی
۱۷	نفر هفدهم	مرد	اقتصاد و بازرگانی	۱۸	۱۱	هیأت علمی
۱۸	نفر هجدهم	مرد	آینده پژوهی	۱۱	۸	هیأت علمی
۱۹	نفر نوزدهم	مرد	کارآفرینی	۲۸	۱۴	هیأت علمی
۲۰	نفر بیستم	مرد	بازرگانی	۱۵	۸	هیأت علمی
۲۱	نفر بیست و یکم	مرد	کارآفرینی	۲۰	۱۱	هیأت علمی
۲۲	نفر بیست و دوم	زن	مدیریت	۱۷	۵	هیأت علمی
۲۳	نفر بیست و سوم	مرد	مدیریت آموزش عالی	۱۹	۷	هیأت علمی
۲۴	نفر بیست و چهارم	مرد	کارآفرینی	۲۱	۲۱	هیأت علمی

تشریح عناصر مدل

۱- پدیده محوری: ارزش آفرینی اجتماعی

پدیده اصلی فرآیند مورد مطالعه در این پژوهش که سایر مقوله‌ها به آن مرتبط شده است دارای یک مقوله به نام

ارزش آفرینی اجتماعی که خلاصه کدهای باز و مفاهیم مربوطه به آن در جدول محقق ساخته شماره (۳) آمده است و مقوله کلی ارزش آفرینی اجتماعی در آموزش عالی را بوجود آورده است. که در بخش بحث و نتیجه‌گیری توضیحات مربوط به آن پرداخته ارایه گردیده است.

جدول ۳. خلاصه کدها و مقولات فرعی و اصلی پدیده محوری

مقوله اصلی (خوشه ی مقوله ای)	مفاهیم جایگزین (مقوله سطح)	دوم)	مفاهیم اصلی (مقوله سطح)	کدهای باز
ارزش آفرینی اجتماعی	اجتماع سازی علم	- یادگیری اشتراکی و همکارانه در بین همه افراد - یادگیری برای کیفیت و برابری - انجمن های یادگیری حرفه ای تخصصی	اول)	توسعه یادگیری تیمی و همکارانه در بین دانشجویان، عنایت های فردی و گروهی و بذل علمی در سطح آموزش عالی، اولویت فعالیت های اجتماعی و فرهنگی در دانشگاه، سوق فعالیت های اساتید ودانشجویان به سمت اجتماع سازی علم، برابری های جنسیتی و فرهنگی در ارایه آموزش های سطح بالا، برابری در دسترسی به اطلاعات دانشگاهی، پرورش کنش های آموزشی مثبت مانند انجمن ها و گروه های یادگیری، تمهید زمیته های پذیرش دانشجویان با تنوعات طبقاتی و اجتماعی مختلف در سطح دانشگاه، حرفه ای شدن کانال ها و روش های باهم یادگیری در سطح اعضا هیات علمی و دانشجویان و...
	منش در روش	- مثبت اندیش آموزشی - به کارگیری هنجارهای مقبول در اجرای ایده های نو - اخلاق مداری از مساله یابی تا مساله گشایی	دوم)	نمود امید و انگیزه در انجام فعالیت های علمی و دانشگاهی، ایجاد شوق درونی در دانشجویان جهت سوق به ماموریت های نوین آموزش عالی، پرورش روحیه تعهد اخلاقی در اساتید و کارکنان، گسترش روحیه ایثارگری و گذشت و خیر عمومی؛ تمرکز بر رفتار های اجتماعی به جای رفتارهای سود گرا، رعایت اخلاق آکادمیک در رسیدن به اهداف و ماموریت های نوین آموزش عالی، هدف گرایی بجای ابزارگرایی در اجرای فعالیت های علمی و آموزشی و...
	خلاقیت تعاملی	- الگوی نقش در توسعه فرایند خلاقیت و نوآوری - تجربه گردانی خلاق و نوآورانه - خود تنظیمی و خود راهبری علمی	سوم)	روحیه الگوگیری و سرمشق پذیری از افراد موفق، کاربرد مکانیسم تجربه دست اول و مشاهده افراد در ارایه ایده های تازه، توسعه فرهنگ بهره گیری از روایات و تجارب موفق و ناموفق کار و کار آفرینی برای تازه کارها، ارتقا جایگاه کارآفرینی گرایی در بین آحاد مردم، ایجاد روحیه انجام خود کار فعالیت های اجتماعی، پذیرش مسیولیت و پیامدهای فعالیت های علمی، خدماتی و کارآفرینانه توسط دانشگاهیان، کاهش روحیه وابستگی صرف علمی در بین تحصیلکرده ها و...

۲- شرایط علی

کارآفرینی‌گرایی) مرتبط با این عنصر از مدل می باشد. این شرایط به همراه کدهای باز (تلخیص شده)؛ مفاهیم و مقولات مربوط در جدول محقق ساخته شماره ۴ آمده است.

عواملی که منجر به ایجاد پدیده محوری شده‌اند. نتایج تحلیل متن مصاحبه‌ها بیانگر ۳ مقوله (سفارش‌پذیری اجتماعی، محرک‌های تغییر، پرورش روحیه

جدول ۴. خلاصه کدها و مقولات فرعی و اصلی شرایط علی

مقوله اصلی (خ) و شش ی مقوله (ای)	مفاهیم جایگزین (مقوله سطح دوم)	مفاهیم جایگزین (مقوله سطح اول)	کدها
سفارش‌پذیری اجتماعی	نیازها و تقاضاهای نو	اهمیت سرمایه‌های انسانی و اجتماعی نیازمندی‌های پیدا و پنهان اجتماعی چشم‌اندازها و ماموریت‌های نوین نیاز به فارغ‌التحصیلان با کیفیت بالا	نگرش‌های تازه در مورد بعد انسانی و اجتماعی جامعه توسط دانشگاهیان، توجه به منابع انسانی از طریق آموزش‌های عالی و سطح بالا، وجود نگاه متفاوت و تیزبینانه به پدیده‌های جامعه در بین دانشگاهیان، گسترش تقاضای عمومی در همه ابعاد اجتماع از جامعه دانشگاهی، تغییرات اساسی در اهداف و سرفصل‌های کاری دانشگاهی، تناسب اهداف با ماموریت‌های نوین آموزش عالی، بصیرت‌ها و نگرش‌های افراد جامعه دانشگاهی و ملی در جهت تلاش برای زندگی مطلوب؛ بازارهای متنوع اجتماعی در سطح جامعه و لزوم توجه دانشگاهیان، وجود افراد متمهد و مسیولیت‌پذیر بالقوه در سطح دانشگاه و...
	هویت‌یابی	تعهد در ارائه خدمات اجتماعی تحرک اجتماعی و لزوم توجه به آن بصیرت‌های جدید افراد جامعه	توجه به مسیولیت‌های ذاتی و ماهوی دانشگاه؛ انتظارات ایجاد جامعه‌پذیری اجتماعی افراد از طریق دانشگاه، بصیرت‌افزایی جهت تلاش برای داشتن زندگی مطلوب از طریق آموزش‌های عالی و سطح بالا، توجه به مسائل و چالش‌های بهداشتی، حقوق بشر و...، انجام فعالیت‌های مسئولانه با حس ساختن زندگی آباد همگانی در بین دانشگاهیان، اطلاعات جدید افراد جامعه ملی و دانشگاهی، آگاهی‌های افراد جامعه دانشگاهی در مورد پدیده‌های اجتماع وجود انتظارات نوین اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی و بیدارباش دانشگاهی و...
محرک‌های تغییرپذیری	ارتقای کیفیت زندگی اقتصادی	بحران‌های اقتصاد دولتی توجه به منابع جدید توسعه پیشرفت‌های تکنولوژیکی و فن‌آوری	عدم توانایی تأمین هزینه‌های آموزش عالی و سطح بالا توسط دولت، بن‌بست راه‌های تولیدات دولتی، تولید و ترویج ایده‌های درآمدزا توسط آموزش‌دیدگان سطح بالا، وجود نگرش ایجاد راه‌های تولید ثروت از طرق جدید، وجود کسب و کارهای خدماتی و اقتصادی به صورت توانمند در سطح جامعه، کسب درآمد از طریق حل مشکلات اجتماعی توسط افراد تحصیلکرده، وجود منابع جدید اطلاعاتی و الکترونیکی در سطح جامعه دانشگاهی، توسعه زیرساخت‌های فن‌آوری در سطح جامعه و دانشگاه، تولید نرم‌افزارهای رایانه‌ای وسیع و متنوع، ارتباطات فن‌آورانه سطح بالا در سطح دانشگاه و...
	ارتقای کیفیت زندگی اجتماعی	فعالیت‌های خدماتی ثروت‌آفرین توسعه بینش کسب سرمایه‌های معنوی ساختارهای پیچیده اجتماعی	وجود فعالیت‌های مشاوره‌ای هم‌پایه‌ای هیئت‌علمی در شروع و ادامه طرح‌های کسب و کارانه، آموزش‌های سواد مالی به خانواده‌ها و دانشجویان توسط دانشگاهیان، ارائه فعالیت‌های مشاوره‌ای درآمدزا توسط دانشگاهیان، درآمدزایی‌های افراد تحصیلکرده از طرق غیر اقتصادی، وجود بینش سرمایه‌گذاری‌های غیر فیزیکی و مادی در بین افراد جامعه آموزش‌دیده سطح عالی، وجود طبقات مختلف افراد انسانی با تمایزات و آرزوهای متفاوت، ارتباطات چندجانبه افراد دانشگاهی، تاثیر و تاثرات نهادهای مختلف مانند خانواده و آموزش و فرهنگ بر همدیگر، وجود تفاوت‌های انسانی بر اساس سن، جنس و فرهنگ در دانشگاه و...
کارآفرینی‌گرایی	دوراندیشی	برنامه‌ریزی آینده‌پژوهانه هوش سیال و متبلور اجتماعی توجه به چالش‌تغییر سبک زندگی	وجود نگرش برنامه‌ریزی‌های بلندمدت در فعالیت‌های دانشگاهی، برنامه‌ریزی‌های فردانگرم در سطح ملی و دانشگاهی، تلاش‌های افراد دانشگاهی جهت انجام فعالیت‌های ماندگار اجتماعی، استقبال از ایده‌های تازه، لزوم داشتن تفکرهای محیطی و همه‌جانبه‌نگر، وجود ارتباطات سطح بالا و انعطاف‌پذیر در بین افراد تحصیلکرده، تقلای اجتماع دانشگاهی برای کسب مهارت برای مواجهه با چالش‌های محیط قرن بیست و یکمی،
	ریسک‌پذیری	چالش‌طلبی و خطرپذیری جامعه دانشگاهی استقبال از موقعیت‌های دلپره‌آور وجود روحیه پشتکار و شکست‌ناپذیری	وجود روحیه نوگرایی و خطرپذیری در بین افراد آموزش‌دیده سطح عالی، پذیرش موقعیت‌ها و تکانه‌های آنی توسط تحصیلکرده‌ها در زندگی جاری، روحیه نهراسیدن از اشتباهات و درس‌آزمایی‌ها در بین افراد جامعه بویژه دانشگاهیان، آزمایش‌های متعدد و متنوع حل مسایل محیطی توسط افراد آموزش‌دیده سطح بالا، وجود فضای کسب و کار چالش‌طلب در محیط‌های علمی و فن‌آورانه، پذیرش مسیولیت شکست و کنترل درونی توسط افراد دانشگاهی و...
	فرصت‌طلبی	وجود موقعیت‌های منحصر به فرد ظرفیت‌های بالقوه علمی و عملی فرصت‌های ابتکار و نوآوری	وجود فضاهای فیزیکی کسب و کارانه در سطح محیط اجتماع بویژه محیط دانشگاهی، وجود شرایط بالقوه کارآفرینی در سطح دانشگاه، وجود عوامل زمینه‌ای برای توسعه روحیه خلاقیت و نوآوری، دارا بودن موقعیت‌های ناب محیطی، آموزش‌های سطح بالا در مورد چرایی، پیوستگی و چگونگی ایجاد فرصت، و...

۳- شرایط محیطی / زمینه‌ای

و معنوی که به همراه کدهای باز (تلخیص شده)؛ مفاهیم و مقولات مربوط در جدول محقق ساخته شماره (۵) آورده شده‌اند و شرح تفصیلی در بخش نتیجه‌گیری خواهد آمد.

به شرایطی که بر راهبردهای کنش تاثیر می‌گذارد و در این پژوهش شامل ۳ مولفه شامل: استعداد های فردی و خط و مشی‌گذاری عمومی و سرمایه‌گذاری مادی

جدول ۵. خلاصه کدها و مقولات فرعی و اصلی شرایط محیطی

مقوله اصلی (مقوله ای)	مقوله دوم (مقوله سطح جایگزین مفاهیم)	مقوله اول (مقوله سطح جایگزین مفاهیم)	کدهای باز
استعدادهای بالقوه	صلاحیت های شخصی	- اشتیاق و خود باوری بالا - افکار بلند پروازانه و پیشرو - وجود اندیشمندان منتقد و پرسشگر - برخورداری از توانایی های ادراکی اجتماعی	داشتن اعتماد به نفس و خود اتکایی در بین تحصیلکرده ها، وجود روحیه پشتکار و سرسختی در بین دانشجویان؛ وجود افراد با توانایی های رویا پردازی، گزینش و بکارگیری افراد با ویژگی تفکر نقاد، وجود ایده های دور از ذهن و آرمانگرایانه در بین افراد و...
	صلاحیت های گروهی	- پتانسیل انجام فعالیت های دسته جمعی - مهارت های ارتباطی و تعاملات گروهی - داشتن مهارت های کسب و کار	تدوین برنامه های مشارکتی در بین دانشجویان؛ تلاش های متعدد جهت استفاده از امکانات کمتر و تلاش جهت بازدهی بیشتر، وجود توانایی انجام فعالیت ها بصورت دسته جمعی، داشتن روحیه تاکتیک پذیری، توانایی برقراری ارتباط، ریسک پذیری و کارگروهی و...
خط و مشی گذاری عمومی	رسمی سازی ها	- سازو کارها و استاندارد سازی های هماهنگ کننده - قوانین و مناسبات جدید بین المللی - قوانین و مناسبات جدید ملی	وجود قوانین تسهیل گر و اعطای تسهیلات بدون بهره، تقویت کارآفرینی اجتماعی با تصویب اسناد بالا دستی؛ حذف آیین نامه های غیرقابل انعطاف، اهمیت توجه بیشتر دولت در صرف هزینه برای فعالیت های اجتماعی و...
	رویه های کارآفرینانه	- انتخاب و گزینش های کارآفرینانه - رفتارها و تصمیمات غیر سیاسی در امورات دانشگاهی - جاری سازی مأموریت های اجتماعی در تصمیمات فرا کلان - حمایت از مالکیت معنوی	به کارگیری صلاحیت های کارآفرینی اجتماعی در جذب دانشجویان، لزوم قوانین قابل اجرا و منطقی، پیوند بین سیاست های اعمالی در دانشگاه و اسناد بالادستی، سمت و سوی نگاه دولت به سمت رفتارهای غیرسیاسی با نگاه اصلاح گرانه، تصمیمات کارشناسی و حقیقت جویانه، آگاهی بخشی دانشگاه توسط نهادهای بیرونی مرتبط، تحقق دیپلماسی علمی دانشگاهی با رویکرد بین المللی، پشتیبانی جهت مالکیت های غیر فیزیکی و مادی و...
سرمایه گذاری مادی و معنوی	سرمایه های اجتماعی	- تدوین راه حل های کاربردی جهت حل مسایل - جلب توجه و مشارکت داوطلبانه افراد در انجام فعالیت های اجتماعی - ساختار سازی هنرمندانه جهت ترویج روحیه کارآفرینانه	فرهنگ عمل گرایی به جای نظریه ورزی صرف و یکجانبه در امورات دانشگاهی، تمرکز دانشگاه بر مشاغل نوین و مورد نیاز عصر حاضر، پاسخگویی به نیازهای جامعه با استفاده از منابع استفاده نشده؛ تقویت روحیه ظلم ستیزی و تقویت روحیه آزاد اندیشی، استفاده از هنر در شبیه سازی و آموزش مهارت ریسک پذیری در بین دانشجویان، استفاده از ادبیات بومی، شعر و موسیقی برای ایجاد محیط کارآفرینانه و...
	سرمایه های مالی	- بهرگیری از پتانسیل زیست محیطی - به کار گیری مشارکت هه جانبه نهاد های جامعه - فهم واقعیت های بازار و اجتماع	دیدگاه محیطی در بهره گیری حداکثری از منابع در دسترس، ارتباط دانشگاه با صنعت و بازار، ارتباطات فرا دستگامی و اخذ تجربیات راه اندازی و توسعه کارآفرینی اجتماعی، شوق بازاریابی اقتصادی در جهت توسعه کسب و کارهای اجتماعی، به وجود آوردن حس نیاز و تقاضا در بین مردم توسط دانشجویان و...

۴- شرایط مداخله‌گر

این شرایط کلی و وسیع هستند و نقش تاثیرگذار تقویت‌کننده و یا تضعیف‌کننده بر راهبردهای کنش دارند

در این پژوهش ۲ مقوله استقلال نهادی و آزادی آکادمیک به همراه کدهای باز (تلخیص شده)؛ مفاهیم و مقولات مربوط در جدول محقق ساخته شماره ۶ آمده است.

جدول ۶. خلاصه کدها و مقولات فرعی و اصلی شرایط مداخله‌گر

مقوله اصلی (خوشه‌ی مقوله ای)	مفاهیم جایگزین (مقوله سطح دوم)	جایگزین (مقوله مفاهیم سطح اول)	کدها
استقلال نهادی	تمرکززدایی اداری	تفویض اختیارات سازمانی احترام به گفت و گو های کارآفرینانه ایجاد شرایط مسیولیت پذیری عملیاتی	اعتماد به ساختار عملیاتی و میانی در اجرای برنامه ها و تصمیمات، خودراهبری فعالیت های آموزش عالی در زمینه اتخاذ و اجرای تصمیمات نو آورانه، تولید ایده های بومی و محلی از طریق گفت و گوهای در سطح دانشگاه و تسهیل روند اجرای آن ها و...
	تناسب سازی ساختار	طراحی تشکیلات سازمانی متناسب با ماموریت های نوین ایجاد ساختارهای توانمند ساز و هوشیار توسعه فعالیت ها ، احساسات و تعاملات غیر رسمی	قوانین منعطف و جلو برنده، تسهیل شرایط دسترسی به اطلاعات بازار ، ایجاد روابط صمیمانه و غیر بروکراتیک در بر خورد های غیر معمول اساتید و دانشجویان نوآور، تحول ساختاری در دانشگاه های محافظه کار به نفع دانشگاه های نوگرا، همکاری دانشگاه با صنعت و تجارت و مراکز خیری و...
	یادگیری سازمانی	فرهنگ تحقیق ، پویا و نوآوری استفاده از منابع چندگانه داده ها و اطلاعات انتقال و توزیع دانش کارآفرینی یادگیری با و از سیستم خارجی و بزرگتر	وجود روحیه کنجکاوی و حل مسئله، تلاش و تقلا جهت بدست آوری راه حل های خلاق و نو جهت چالش های اجتماعی، وجود روحیه هم آموزی و همیشه آموزی، ترکیب سرچشمه های دریافت اطلاعات و داده ها، تبدیل و انتقال دانش سازمانی در سطح دانشگاه و اجتماع، تلاش جهت یادگیری از کانال های متفاوت بیرون از سطح قرار گرفته ، ارتباطات علمی با نهادهای فرا و فرودست سازمانی جهت یادگیری بیشتر و بهتر...
آزادی آکادمیک	آداب و رسوم کارآفرینانه	آموزش آداب فعالیت اجتماعی ایجاد باور ها و عادات صحیح کارآفرینانه گرایی نهادینه کردن فعالیت ها ی داوطلبانه و خیری نمایش رفتارهای معقول و منطقی کارآفرینانه	برگزاری همایش ها و میتینگ های دورهمی با موضوع شناسایی فرصت های محیطی، تحول در فرهنگ و ارزشهای دانشگاهی به سمت ارزش افروزی، نهادینه شدن امورات فرهنگی به صورت نهادی و غیر نمادی و...
	ارزش های مشترک	یکپارچه نگری در طراحی برنامه ها و فعالیت ها ترویج فرهنگ آزمایش و تجربه ایجاد فضای کسب و کارانه آموزشی	یک صدایی و یکپارچگی در اتخاذ تصمیم و اجرای تصمیمات کارآفرینی گرایی در سطح آموزش عالی ، مشارکت و همدلی در انجام فعالیتها از صدر تا ذیل دانشگاه ، ایجاد تعامل و تفکر سیستمی به جای تفکر دوئیت کارکنان و...
	برانگیختگی حرفه ای	ارایه مشوق های درونی و بیرونی ارزیابی و بازنگری فعالیت ها ارائه بازخورد های سازنده و کارآفرینانه	حمایت اطلاعاتی و مشاوره ای و مالی از کارآفرینان، افزایش آگاهی دانشجویان از طریق تورهای علمی و ارتباطات درون و برون سازمانی ، تبلیغات گسترده جهت جا اندازی فرهنگ کارآفرینی و معرفی کارآفرینان تدارک بازدیدهای مستمر و سالانه از مراکز کارآفرینی جهت ایجاد روحیه خودسنجی ، ارائه بازخورد مثبت به کارآفرینان اجتماعی و تقویت روحیه آنان حتی در صورت شکست؛ برگزاری آزمونها و مصاحبه های کیفی در جهت تعیین صلاحیت ها و...

۵- تعاملات و راهبردهای کنش

یادگیری و بسته‌های حمایتی طی جدول محقق ساخته شماره (۷) به همراه کدهای باز (تلخیص شده)؛ مفاهیم و مقولات مربوط آمده است.

اقدامات ویژه‌ای در رابطه با پدیده اصلی که در این پژوهش شامل ۴ مقوله‌ی مدیریت مسئولانه، تحول در اکوسیستم

جدول ۷. خلاصه کدها و مقولات فرعی و اصلی شرایط تعاملات و راهبردهای کنش

مقوله اصلی (خو شده ی مقوله ای)	مقوله سطح دوم)	مقوله سطح اول)	کدهای باز
مدیریت مسئولانه	برنامه ریزی آینده نگر	برنامه ریزی بر اساس سطوح کوتاه مدت، میان مدت و بلند مدت تدوین رسالت و چشم انداز های دانشگاه بر اساس تجربه های نوپدید تدوین مأموریت و اهداف مبتنی بر رسالت ها و چشم انداز های تازه پرورش مهارت های تفکر خلاق و نوآورانه در دانشگاه	طراحی برنامه های کلان متناسب با اسناد بالا دستی ، ایجاد هوشیاری کارآفرینانه از طریق برنامه های رسمی مبتنی بر برنامه درسی ملی دانشگاهی، استفاده از نمودار SOWT در برنامه ریزی و... آموزش اساتید در حوزه فهم مبانی کارآفرینی اجتماعی، برگزاری دوره های علمی با محوریت کارآفرینی ایجاد رشته های کارآفرینی گرا در مقطع تحصیلات تکمیلی و... توجه به رسالت های اجتماعی آموزش عالی جهت تحقق آموزش عالی پایدار، لحاظ مأموریت اجتماعی در همه برنامه های آموزش عالی ، سیاستگذاری و تغییر مأموریت های آموزش عالی در راستای رسالت های در نظر گرفته شده
	رهبری کارآفرینانه	ثبات زدایی در انجام مسایل متداول جست و جو گری و تلاش برای تحقق ایده ها تشویق افراد به ارایه راه حل های منحصر به فرد و خلاق	تشویق ایده پردازی و ایده یابی کاربردی در حل مسائل اجتماعی، انعطاف پذیری در پذیرش رویکردهای نوین اجرایی و آموزشی دانشگاهی، بکارگیری مدیران با عملکرد مدیریت در شرایط پیچیده و غیر قابل پیش بینی، سبک رهبری کارآفرینی گرا و خلاقیت محور ، راه اندازی کرسی های آزاد اندیشی جهت توسعه ایده های نو...
تحول در اکوسیستم یادگیری	برنامه ریزی آموزشی	تدوین برنامه های مقدماتی جهت استقرار سرفصل های جدید تدوین برنامه به جای محتوا در برنامه درسی به کارگیری روش های متنوع آموزش چرخش بخردانه معیارهای ارتقا اساتید	همسویی فعالیت های اعضای هیئت علمی با رسالت های نوین دانشگاهی، استفاده از اعضای هیئت علمی و امکانات پژوهشی در راستای فعالیت های مخاطره انگیز ، تدوین برنامه درسی تلفیقی با رویکرد خلاقانه ، تغییر اهداف و محتوای برنامه درسی به سوی رویکرد ریسک پذیری و پویایی ، ایجاد هوشیاری کارآفرینانه از طریق برنامه های رسمی و غیر رسمی و...
	برنامه ریزی درسی	به کار گیری رویکردهای فعال فرایند یاددهی یادگیری تغییر در سبک آموزش و ارتباطات استاد -شاگردی کاربرد سنجش های عملکردی ایجاد فرصت جهت یادگیری های مشاهده ای انتشار مطالعات و پژوهش های کارآفرینی تدارک فرصت کارورزی و کارآموزی	کاربرد روش های نوین آموزش مبتنی بر نظریه های یادگیری، تسهیل گیری به جای تحمیل گیری در فرآیندهای ارتباط شاگرد- استادی، آموزش مستقیم و غیرمستقیم تفکر کارآفرینی اجتماعی، توزیع داری هایی های دانشی در سطح دانشگاه، مشاهده ی مستقیم فرصت ها و موقعیت های خلاق و تازه، بیان قصه گونه شکست و پیروزی کارآفرینان داخلی و خارجی؛ تولید راه های جدید ارتباطی در سطح آموزش عالی، و...
بسته های حمایتی	زیر ساخت ها	تدارک پشتیبانی های اجرایی و لجستیکی توانمندسازی نیروی انسانی جهت راه اندازی کارآفرینی ایجاد نوآوری در سبک رفتارهای اعضای هیات علمی	اهمیت تامین منابع مالی دانشگاه ها جهت پرورش نیروی انسانی شایسته و کارآمد مسئولیت پذیری، ارائه خدمات و تسهیلات متفاوت از دیگر نهادها توسط دانشگاه، تضمین سرمایه گذاری در فعالیت های اجتماعی، توجه به روحیه کارآفرینی در انتخاب مدیران و کارکنان دانشگاهی، وجود افراد فرهیخته و چند بعدی و کارجو و منفعت طلب، آموزش رفتارهای کارآفرینانه به اساتید و هیات علمی و... و...
	شبکه اطلاعاتی و ارتباطی	- ایجاد و راه اندازی پایگاه اطلاعاتی و داده یابی تسهیل در انجام تعاملات میان فردی بهره گیری از تکنولوژی و فن آوری به کارگیری شبکه های اجتماعی	حمایت اطلاعاتی و مشاوره ای و مالی از کارآفرینان ، ارائه خدمات و مشاوره در زمینه کارآفرینی اجتماعی ، ایجاد بانک اطلاعاتی از کارآفرینان اجتماعی دانشگاهی در دوران گذشته دانشگاه ، ایجاد شبکه های کارآفرینی اجتماعی ؛ طراحی برنامه های انجام فعالیت های تیمی، به کارگیری امکانات و فن آوری های نوین ؛ ایجاد شرایط آسان دسترسی به تکنولوژی ؛ استفاده از ظرفیت و پتانسیل فضای مجازی در دریافت تجارب کارآفرینان و...

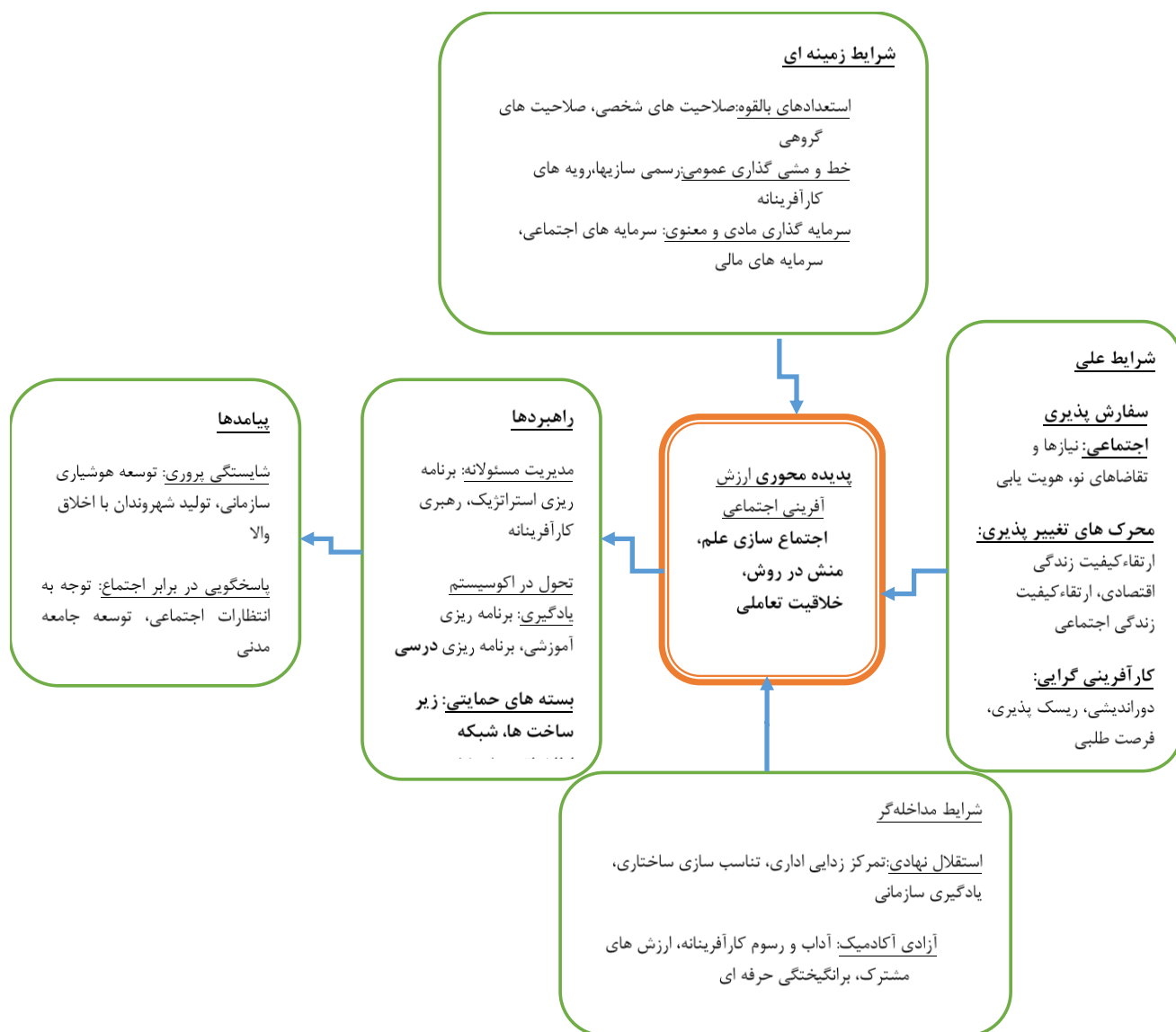
۶- نتایج و پیامدها

نتایجی که در اثر راهبردها پدیدار می‌شوند در این پژوهش نتایج و پیامدهای مربوط به پدیده مورد مطالعه شامل ۲ مقوله شایستگی پروری و پاسخگویی در برابر

اجتماع که به همراه کدهای باز (تلخیص شده)؛ مفاهیم و مقولات مربوط در جدول محقق ساخته شماره (۸) نشان داده شده و در بخش بحث و نتیجه‌گیری به آن پرداخته شده است.

جدول ۸. خلاصه کدها و مقولات فرعی و اصلی نتایج و پیامدها

مقوله اصلی (مقوله ای) / مقوله	مفاهیم جایگزین (مقوله)	مفاهیم جایگزین (مقوله) / سطح اول	نتایج
شایستگی پروری	توسعه هوشیاری سازمانی	اهمیت به دانش کارشناسی در سطح دانشگاه تمرین رهبری تحولی و کارآفرینانه گسترش مرزهای دانشی	پذیرش نظرات تخصصی در اداره امور دانشگاه، استقبال از ایده های پخته و آزموده شده، بهره گیری از فرصت فعالیت دانشگاهی در پرورش رهبران نوگرا، ارایه نظرات سازنده در هدایت افراد و کارکنان دانشگاهی، ارایه ایده های نو در سرپرستی تیم ها و افراد، دست یابی به زمان ها و مکان های واقعی و مجازی توسعه دانش، افزایش دانش های بنیادین و کاربردی در بین اعضای هیات علمی و دانشجویان، دست یابی به ابتکارات و خلاقیت های نوین و رفع گره های فعالیت های درون و برون سازمانی، کشف سرزمین های جدید در حوزه آموزش های سطح بالا و تخصصی و ...
	تولید شهروندان با اخلاق والا	بهره وری نیروی انسانی پرورش مدیران و برنامه ریزان نوآور گسترش روحیه فعالیت های خیرخواهانه تربیت کارآفرینان بالقوه و مستعد	تبدیل دانش آموختگان به نیروی کار و سرمایه، تربیت دانشجویان دارای مهارتهای عملی، تربیت متخصصان ماهر و شهروندان مسئولیت پذیر، پرورش فارغ التحصیلان خود کنترل و خود راهبر، تربیت نیرو متخصص جهت اداره راهبردی مدیریت کشور، شناسایی استعدادهای بالقوه و تامین امکانات و شرایط رشد آن ها، تلفیق نیت خیر خواهانه با منفعت های مالی، توسعه فرهنگ ایثارگری در مقابل مسایل اجتماعی، رفع فرهنگ بی خیالی و بی تکلیفی در بین افراد جامعه، تربیت مدیران خلاق و نوگرا در برنامه ریزی های کلان و خرد اجتماعی، توجه به مشکلات و توفیقات مردم، شناسایی افراد، گروه ها و سازمان های نیاز به توجه، پرورش روحیه خدمت بی منت، کمک به مردم در همه ی سطوح زندگی
پاسخگویی در برابر اجتماع	توجه به انتظارات اجتماعی	افزایش تعهد عمومی ارتقاء پویایی های اجتماعی افزایش فرصت های برابر اجتماعی	تربیت افراد جامعه جهت پذیرش نقش های اجتماعی، رعایت چهار چوب های قانونی، رعایت امانت و عدم کم فروشی در اقتصاد و خدمات، احساس مسیولیت در برابر به مسایل و چالش های ملی و محلی، توجه به مسئولیت های اجتماعی دانشگاهی در برنامه های راهبردی، افزایش ارتباطات اجتماعی در بین افراد جامعه، کاهش فاصله طبقاتی در سطح جامعه، رشد همه جانبه افراد و کاهش فقر فرهنگی، کمک به همه افراد جامعه جهت دسترسی به منابع جامعه، دسترسی آزاد و همگانی به پایگاه های اطلاعاتی و پایگاه های توسعه و ...
	توسعه جامعه مدنی	افزایش فعالیت های عمومی و خدماتی افزایش دگرپذیری فرهنگی و شهروندی کمک به توسعه پایدار	کمک به ارتقای سطح زندگی افراد جامعه، توسعه گروهی نقش های اقتصادی و فرهنگی و سیاسی افراد، کمک به یادگیری مهارت های زندگی شهروندی، توسعه فرهنگ ارایه خدمات فردی و تیمی اجتماعی به همدیگر، کسب مهارت های کار و زندگی سطح بالا توسط فارغ التحصیلان دانشگاهی، تربیت افراد توانا جهت پذیرش مسیولیت های ملی و بین المللی، رفع تبعیض نژادی و قومیتی در سطح دانشگاه و اجتماع، تصویب قوانین عادلانه، اطلاع از قوانین مورد نیاز برای تسهیل در دریافت و ارایه خدمات، کسب شایستگی های چند فرهنگی در بین فارغ التحصیلان، افزایش کیفیت آموزشی جهت توسعه مداوم و ثابت و ...



شکل ۱. الگوی پارادایمی کارآفرینی اجتماعی در آموزش عالی

روایی و پایایی پژوهش

آندریاس^{۲۵} (۲۰۰۳) سه نوع روایی را برای تحقیقات کیفی معرفی کرد: الف. روایی سازه‌ای^{۲۶} ب. روایی درونی^{۲۷} ج. روایی بیرونی^{۲۸} در این مطالعه روایی سازه‌ای از طریق گردآوری داده‌ها از منابع چندگانه (رعایت پراکنش جغرافیایی مراکز آموزش عالی دولتی ایران در انتخاب نمونه) و روایی درونی با افزایش تعداد مصاحبه شوندگان پس از دستیابی به اشباع اطلاعاتی تأمین شد. رنو و پری^{۲۹} پری^{۲۹} (۲۰۰۳) یکی از روش‌های تأمین روایی بیرونی را مرورهای چندگانه تحلیل‌ها توسط پژوهشگران دانستند. به همین منظور در این مطالعه تمامی مراحل تحلیل صورت گرفته چندین بار توسط پژوهشگران دیگر مرور گردید.

برای برآورد پایایی از روش بررسی همکار^{۳۰}، بررسی اعضا^{۳۱} و ناظر بیرونی^{۳۲} استفاده گردید.

الف. بررسی همکار: پس از تحلیل اطلاعات، نتایج در اختیار سه نفر آگاه به روش تحقیق کیفی قرار گرفت و آن‌ها نیز مقولات مدنظر را مورد بررسی و تأیید قرار دادند. ب. بررسی اعضا: به جهت بررسی اعضا نیز نتایج تحلیل در اختیار چند نفر از مصاحبه شونده‌ها قرار گرفت و آن‌ها نیز با توجه به مصاحبه و تجارب خود، در مورد نتایج اظهار نظر کردند ج. ناظر بیرونی: از یک ناظر بیرونی مسلط به روش پژوهش کیفی تقاضا گردید که تمامی مراحل این بخش پژوهش را بررسی کرده و نظرات خود را ارائه دهد. و این مهم به خوبی توسط ایشان صورت گرفت.

بحث و نتیجه گیری

با توجه به این که هدف اصلی این پژوهش بر ساخت کارآفرینی‌گرایی اجتماعی در آموزشی عالی بود لذا در اینجا مقوله "ارزش‌آفرینی اجتماعی" به عنوان مقوله هسته انتخاب شده است این که مقوله اصلی تا چه حد از شرایط علی تأثیر می‌پذیرد و پدیده مورد نظر به چه شکلی ظاهر می‌شود به شرایط زمینه‌ای محیطی و مداخله‌گر بستگی دارد و همچنین راهبردهایی که در برابر این

شرایط اتخاذ می‌گردند. یعنی مجموع شرایط و تعاملات باعث بروز پدیده اصلی می‌گردد. با توجه به الگوی بدست آمده در این پژوهش می‌توان نتیجه گرفت که الزام و نه اختیار نهادهای مدنی و خدماتی از جمله دانشگاه در انجام کارکردهای نوینی مانند توجه به سرمایه‌های انسانی و اجتماعی به جای سرمایه‌های مادی و فیزیکی صرف چشم‌انداز و اهداف جدید که همان تعهدات ذاتی دانشگاه در ارائه خدمات اجتماعی به افراد جامعه هست توجه به کارآفرینی از نوع اجتماعی را در آموزش عالی در پی داشته است. همین‌طور توجه به دارایی‌های مشهود مانند منبع-ساز و منبع‌یابی مالی و خود اتکایی در درآمدزایی و دارایی‌های نامشهود مانند توسعه بینش غیرمالی در کنار بینش‌های دیگر جهت تولید ثروت سمت و سوی کارآفرینی اجتماعی را در دانشگاه تقویت کرده است. همچنین نیاز جامعه به پرورش رویه کارآفرینی به جای کارمندگرایی در بین جوانان و افزون بر آن تحول‌خواهی و بینش‌های جدید افراد انسانی جامعه به همراه نیازمندی‌های پیدا و پنهان اجتماعی که وظیفه دانشگاه است را در توجه به درخواست‌های بویژه خاموش جامعه بیشتر می‌کرد (فراستخواه، ۱۳۹۶) گرایش به ارزش آفرینی در آموزش عالی را در سال‌های اخیر گسترش داده است. افزون بر موارد بیان شده، ویژگی‌های فردی مانند روحیه اعتماد به نفس و داشتن افکار بلندپروازانه ولی دست‌یافتنی و ویژگی‌های گروهی مانند انجام کار تیمی در کنار انجام رفتارهای غیر سیاسی در اداره امور دانشگاه و اصلاح قوانین قدیمی و جایگزینی با قوانین تسهیل‌گرانه جدید و حمایت از مالکیت معنوی مبتکران و مبدعان روش‌های نوین توسعه اجتماعی (سرزعی، ۱۳۹۶) و همچنین ایجاد شرایط سرمایه‌گذاری اعم از سرمایه‌گذاری مادی و معنوی در ابعاد مختلف هنری، محیطی، مالی و اجتماعی به توسعه کارآفرینی اجتماعی در آموزشی عالی کمک شایانی خواهد کرد. در حالی که شرایط محیطی، عواملی با واسطه در کارآفرینی اجتماعی آموزشی عالی را تشکیل می‌دهند شرایط مداخله‌گر تشدیدکننده یا تضعیف‌کننده این فرآیند در دانشگاه می‌باشند. و همان‌طور که در شکل شماره ۱ ملاحظه می‌شود از دو مقوله فرعی خودگردانی آکادمیک و کیفیت زندگی علمی تشکیل شده است. تفکر چند بعدی و همه جانبه‌نگر، ارتباطات چندجانبه علمی و عملیاتی، تناسب‌سازی ساختار و ایجاد و راه‌اندازی مجموعه‌ها و

25- Andreas
26- constructive validity
27- internal validity
28- external validity
29- Rao & Perry
30- peer debriefing
31- Member checking
32- external auditor

خود در برگزیده دو مقوله فرعی شایستگی پروری و پاسخگویی در برابر اجتماع می‌باشد.

اولین دستاورد و پیامد پس از دستیابی به وضعیت مطلوب یعنی استقرار الگوی اجرایی کارآفرینی در آموزش عالی این است که نظام کارشناسی جامعه تقویت و خرد و خرد و ورزی به گسترش مرزهای دانش کمک خواهد نمود.

همچنین مدیران و برنامه‌ریزان کارآفرینی‌گرا و دانشجویانی بالقوه خلاق، تربیت خواهند شد همین طور دانشگاه به مقوله مهم دیگری که از جمله وظایف هر نهاد اجتماعی که همان پاسخگویی در برابر نتایج است دست خواهد یافت که از این طریق فرصت‌های همه‌جانبه برای تک تک افراد جامعه برابر، پویایی و امنیت روانی ارتقاء و کمک‌های خیرخواهانه که از ویژگی‌های افراد همدل و نوع دوست که در پرتوی استقرار کارآفرینی اجتماعی هست گسترش پیدا خواهد کرد. مقایسه نتایج به دست آمده با چارچوب‌ها و فرآیندهای کارآفرینی اجتماعی که در سنجش پیشینه پژوهشی اشاره شدند می‌توان گفت الگوی بدست آمده افزون بر تایید کلی مسائل مطروحه در آن پژوهش‌ها (یادگارو همکاران، ۱۳۹۲، عرب و همکاران، ۱۳۹۲ و آراستی و همکاران، ۱۳۹۱) برای اولین بار در کشور با استفاده از روش داده بنیاد به ساخت مفاهیم مقولات بیشتری مبتنی بر بافت کنونی دانشگاه‌های کشور دست یافته است و برخلاف پژوهش‌های ذکر شده که فقط به ارائه مفاهیم انتزاعی و به بررسی‌های پیمایش صرف پرداخته‌اند این پژوهش به دنبال ارائه یک نظریه در این زمینه و با تحلیل اسناد متنی برگرفته از مصاحبه با افراد برجسته در این موضوع مدل علمی و عملی تدوین نموده است. پیشنهاد می‌شود با توجه به پرسشنامه طراحی شده، الگوی تدوینی در دانشگاه‌های دیگر نیز اعتبارسنجی و بکار گرفته شود. همچنین پیشنهاد می‌گردد مطالعه‌ای تطبیقی در جهت استقرار الگوی اکتشافی بر اساس این پژوهش با سایر کشورهای همتراز انجام پذیرد.

تشکیلات نوین متناسب با این ایده می‌تواند روند کارآفرینی‌گرایی اجتماعی در آموزشی عالی را تسهیل نمایند همچنین ارائه پاداش‌های درونی و بیرونی و همچنین نمایش رفتار معقول و منطقی در اتخاذ تصمیمات و اجرا و پیاده‌سازی آن‌ها به همراه ارزیابی و پالایش کلیه فعالیت‌ها از جمله تصمیمات اتخاذ شده در راستای این هدف می‌تواند روند مورد انتظار در این زمینه را سرعت بخشد. بنابراین با توجه به شرایط ذکر شده اعم از علی، محیطی و مداخله‌گر که معمولاً در زمان کنونی بستری را جهت توسعه و رونق کارآفرینی از نوع اجتماعی را در سطح دانشگاه‌های کشور بوجود آورده است لذا دانشگاه‌ها جهت تحقق این مهم در اولین اقدام بعدی از آن جایی که این احساس در همه ارکان آن (هیأت علمی، کارکنان، دانشجویان) بوجود آمده است نیاز به مدیریت مسئله و تحول در اکوسیستم یادگیری دارد. که در این راستا فعالیت‌هایی مانند تدوین رسالت و چشم‌اندازهای نوین، به کارگیری سبک رهبری تحولی، مشارکت طلبانه و کارآفرینانه، پرورش مهارت برنامه‌ریزی‌های کوتاه‌مدت تا بلندمدت، تغییر رویکردها، راهبردها و روش‌های آموزشی و یادگیری، ایجاد فرصت کارورزی و کارآموزی، تجربه گردانی فعال و در اقدام بعدی با تامین بسته‌های حمایتی از جمله بسته‌های اطلاعاتی، مادی و انسانی و همین طور گسترش شبکه ارتباطات و بهره‌گیری از فن‌آوری اطلاعات و تکنولوژی‌های پیشرفته، عملیات ایجاد و راه‌اندازی کارآفرینی اجتماعی را در آموزش عالی شروع می‌کند.

مطابق شکل (۱) همه فرآیندهای ارائه شده (شرایطی‌ها و تعاملی‌ها) در پایان به مقوله‌ای با عنوان پیامد منتهی می‌شود. منظور این است که با توجه به متدولوژی راهبرد نظریه داده بنیاد در تبیین فرآیندهای مورد مطالعه (در اینجا کارآفرینی اجتماعی در آموزش عالی) و استفاده از روش "اگر، پس، آنگاه" (فراستخواه، ۱۳۹۵) به این معنا که اگر کنش‌های مربوط به شرایط علی، محیطی و مداخله‌گر به درستی محقق شوند و پس از آن راهبردها به خوبی اجرا شوند آنگاه شاهد پیامدها و نتایجی خواهیم بود که در اینجا

نگرش کارآفرینانه اجتماعی، امنیت مالی و سرمایه اجتماعی. توسعه کارآفرینی، دوره ۷، شماره ۳، جلد دوم، بهار ۱۳۹۳

13. Alsaaty, F. M., Abrahams, D., & Carter, E. (2014). Business students' interests in entrepreneurship and social entrepreneurship at a historically black institution. *Journal of Small Business and Entrepreneurship Development*, 2, 1–30.
14. Abrams, R. M. (2017). *Entrepreneurship: A Real-World Approach*. Planning Shop.
15. Andreas, M. R. (2003). Validity and reliability test in case study research: A literature review with “hands-on applications for each research phase, *Qualitative Market Research*, 6 (2), 75-86.
16. Choi, N., and S. Majumdar. 2014. “Social Entrepreneurship as an Essentially Contested Concept: Opening a New Avenue for Systematic Future Research.” *Journal of Business Venturing* 29 (3): 363–376.
17. Dees, G. (1998). The meaning of social entrepreneurship. Kauffman center for entrepreneurial
18. Dobele, L. (2016). A New Approach in Higher Education: Social Entrepreneurship Education. *Management, Enterprise and Benchmarking in the 21st Century*, 227.
19. Granados, M. L., V. Hlupic, E. Coakes, and S. Mohamed. 2011. “Social Enterprise and Social Entrepreneurship Research and Theory.” *Social Enterprise Journal* 7 (3): 198–218.
20. Kearney, C., Hisrich, R. D., & Roche, F. W. (2010). Change management through entrepreneurship in public sector enterprises. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 15(04), 415-437.
21. Kirby, David. (2011). the case for (social) entrepreneurship education in Egyptian universities. *Education Training* 53 (5), pp, 403-415.
22. López, S. T. Calvo, J. V. P. & García, J. H. (2014). Service-learning as Training for Social Entrepreneurship: An Experience in the University. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 139, 504-511.

منابع

۱. آراستی، زهرا، ملکی کرم آباد، محمد مهدی، متوسلی، مسعود. (۱۳۹۱). عوامل نهادی تاثیرگذار بر پیدایش فعالیتهای کارآفرینانه اجتماعی. توسعه کارآفرینی، سال دوم، جلد پنجم، تابستان ۱۳۹۱، از صفحه ۲۰۳-۱۸۵.
۲. انسلم استراوس و جولیت کربین. (۲۰۰۸). مبانی پژوهش کیفی. ترجمه ابراهیم افشار (۱۳۹۵). انتشارات نی.
۳. تمنا، سعید، صمدی، سمیه (۱۳۹۵). رابطه سرمایه فرهنگی و سرمایه اجتماعی با میزان آگاهی دانشجویان از فرهنگ دانشگاهی. فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی، دوره ۲۲، شماره ۱، ۱۳۹۵.
۴. بازرگان، عباس. (۱۳۹۵). روش های تحقیق کمی، کیفی و آمیخته. ویراست سوم. انتشارات دیدار.
۵. بیکس، ملانی و جین الیزابت میلز. (۲۰۱۱). تحقیق مبنایی: راهنمای عملی. ویراسته ی هانیه شمس کلاهی. ترجمه ی سیدمحمد اعرابی و عبدالاله بانسی. (۱۳۹۳) تهران: دفتر پژوهشهای فرهنگی.
۶. زمانی، اصغر. (۱۳۹۶). شناسایی، تحلیل و اولویت بندی عوامل موثر بر کیفیت آموزش در آموزش عالی. فصلنامه علمی و پژوهشی نوآوری و ارزش آفرینی، دوره ۶، شماره ۱۱
۷. عرب، عباس، آهنچیان، محمدرضا، کارشکی، حسین. (۱۳۹۲). نقش سبک رهبری تحولی مدیران در پیش بینی کارآفرینی اجتماعی کارکنان: مطالعه تطبیقی دانشگاه های دولتی با دانشگاههای غیر دولتی مشهد. ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، پاییز ۹۲، دوره سوم، شماره ۲.
۸. فراستخواه، مقصود. (۱۳۹۵). روش تحقیق کیفی در علوم اجتماعی. انتشارات آگاه.
۹. فراستخواه، مقصود. (۱۳۹۶). گاه و بی گاهی دانشگاه در ایران. انتشارات آگاه.
۱۰. فلیک، اوه. (۲۰۰۶). درآمدی بر تحقیق کیفی. (ترجمه هادی جلیلی، ۱۳۹۱). تهران، نشر نی.
۱۱. گال، مردیت، بورگ والتر و گال، جویس. (۲۰۰۴). روش های تحقیق کمی و کیفی در علوم تربیتی و روان شناسی. (ترجمه احمدرضا نصر و همکاران، ۱۳۹۲) تهران، انتشارات سمت.
۱۲. یادگار، نسیم، معماریانی، محمد مهدی، صدق آمیز، عبدالرضا. (۱۳۹۲). قصد کارآفرینانه اجتماعی: اثر متقابل

27. Punch, K. F., & Oancea, A. (2009). *Introduction to research methods in education*. Sage.
28. Rosendahl L., Randolph H., Sloof M.V.(2012).: The effect of early entrepreneurship education: Evidence from a randomized field experiment, *Tinbergen Institute Discussion Papers*. p. 40.
29. Salamzadeh, Aidin, Azimi, Mohammad Ali, (2013). Social entrepreneurship education in higher education: insights from a developing country. *Int. J. Entrepreneurship an Small Business*, Vol. 20, No. 1.
30. Sassmannshausen, S. P., and C. Volkmann. (2016). "The Scientometrics of Social Entrepreneurship and Its Establishment as an Academic Field." *Journal of Small Business Management* 1-23.
23. Lubberink, R., Blok, V., van Ophem, J., van er Velde, G., & Omta, O. (2017). Innovation for Society: Towards a Typology of Developing Innovations by Social Entrepreneurs. *Journal of Social Entrepreneurship*, 1-27.
24. Newth, J., and C. Woods. (2014). "Resistance to Social Entrepreneurship: How Context Shapes Innovation." *Journal of Social Entrepreneurship* 5 (2): 192-213.
25. Pache, A. C., & Chowdhury, I. (2012). Social entrepreneurs as institutionally embedded entrepreneurs: *Toward a new model of social entrepreneurship education*. *Academy of Management Learning & Education*, 11(3), 494-510.
26. Peredo, A. M., and M. McLean. 2006. "Social Entrepreneurship: A Critical Review of the Concept." *Journal of World Business* 41 (1): 56-65.