



Original Article (Qualitative)

Presenting the model of factors affecting the resilience of entrepreneurial behavior in Technical and Vocational University of Alborz province

Ali Abdi Jamayran¹ , Manouchehr Niknam² , Hasan Rangriz³

1- PhD student, Department entrepreneurship, Qazvin branch, Islamic Azad university, Qazvin, Iran

2- Associate Professor, Department of Management, Faculty of Ghazali, Nonprofit University, Qazvin, Iran

3- Associate Professor, Department of Human Resource Management, Faculty of Management, Kharazmi University, Tehran, Iran.

Receive:

09 November 2023

Revise:

28 January 2024

Accept:

03 March 2024

Keywords:

resilience,
entrepreneurial behavior,
entrepreneurship,
entrepreneurial mindset,
entrepreneurial framework

Abstract

The purpose of this research is to provide a model of factors affecting the resilience of entrepreneurial behavior in Alborz Technical and Vocational University. According to its purpose, the research method is applicable, and in terms of implementation, it is qualitative, of thematic analysis type. The statistical population of the research includes 12 participants who are experts and professors of entrepreneurship. Sampling was done in a purposeful and snowball way. A semi-structured interview was used to collect information and the interviews continued until reaching theoretical saturation. For analysis, open and axial and selective coding through MAXQDA software was used. The results of the research showed that the central phenomenon of the resilience of entrepreneurial behavior in the university has four dimensions: environmental drivers, development factors, environmental barriers, and limiting factors. Financial and legal strategy, operational strategy, international strategy, and policy making strategy is needed to increase the resilience of entrepreneurial behavior in the university, which leads to economic, scientific and cultural consequences at the level of the country. Financial and economic fields, appropriate support and policies in a changing environment, and an intense competitive environment help the resilience strategies of entrepreneurial behavior in the university to be operationalized under suitable situation. In this field, there are scientific, human, managerial, legal, structural, and financial obstacles that, by identifying and solving them, the improvement of the resilience dimensions of entrepreneurial behavior in the university and basic strategies can be maintained.

Please cite this article as (APA): Abdi Jamayran, A., Niknam, M., & Rangriz, H. (2024). Presenting the model of factors affecting the resilience of entrepreneurial behavior in Technical and Vocational University of Alborz province. *Management and Educational Perspective*, 6(2), 431-454.

Publisher: Iranian Business Management Association

<https://doi.org/10.22034/jmep.2024.425579.1295>



Corresponding Author: Manouchehr Niknam



Email: info@ghazali.ac.ir

Creative Commons: CC BY 4.0



Extended abstract

Introduction

The modern era is associated with a dynamic and complex environment and extensive changes in the scientific, economic, and social fields; and the business environment is constantly changing and full of risk (Chitsazan et al, 2018). Meanwhile, change management to adapt to an uncertain future, as an important challenge, requires basic infrastructures (Talari et al, 2021). In this regard, communication and information, as well as human power and their intellectual resources are the most important factors of competitive advantage in this situation. Undoubtedly, entrepreneurs are important in the economic development of countries by using creativity and internal initiative. Entrepreneurship is an interdisciplinary topic discussed in various fields such as psychology, sociology, economics, and management (Ebrahimi, 2018). Although entrepreneurs are known as people who are enthusiastic and interested in their jobs, they are always exposed to negative emotional states such as anxiety, fear and stress which, in turn, affects their entrepreneurship and opportunity recognition, decision-making, and creativity (Bulmash, 2016). This indicates that entrepreneurs face many threats and obstacles in the path of job creation. These obstacles cause disruption (Ghanbari et al, 2017) and ultimately accelerate entrepreneurial failure. This is a point that considers the individual resilience of the entrepreneur to be important in facing these factors (Vermziari & Imani, 2018). Resilience is one of the personality traits of entrepreneurs, and it is known as emotional and cognitive ability for entrepreneurs. Also, it is the driver of entrepreneurial performance or success that helps the entrepreneur to resist internal and external shocks. Entrepreneurial resilience refers to the ability of entrepreneurs to continue their future plans despite unstable events, market problems, and life conditions. This feature enables entrepreneurs to reduce the harmful effects of unexpected events, overcome it, and search for better situations (Fatoki, 2018). Theoretically, entrepreneurial resilience is related to the psychological trait theory based on the entrepreneur's personality traits and the attribution theory. Trait theory argues that entrepreneurs have their own personality traits, and entrepreneurial resilience is also dependent on personality traits. According to the attribution theory, entrepreneurial success or failure can be attributed to three dimensions. These items are the source of causality, stability, and controllability. Entrepreneurs may evaluate the outcome of events within or outside of their personal control. They attribute the tendency to succeed as well as not to succeed only to themselves and their actions (Rezai Moghadam & Masoumi, 2018).

Therefore, the current research seeks to answer the question: what is the model of factors affecting the resilience of entrepreneurial behavior in Alborz Technical and Vocational University?

Theoretical Framework

Entrepreneurship

Organizational entrepreneurship can be developed by delegating responsibility to employees to prepare budgets appropriate to their tasks, or by managing their departments as independent self-governing units (Cantino et al, 2017). Organizational entrepreneurship focuses on initiative and entrepreneurial spirit. An executive with an entrepreneurial spirit behaves as if he owns the company. This spirit leads to the desire to take more risks, understand how the market works, get rid of bureaucratic diseases, desire to do innovative activities, and emotional commitment to the organization (Davali et al, 2022).



Resilience

Resilience is one of the main structures of the positive psychology approach. In recent years, this approach with the slogan of paying attention to human talents and abilities (instead of dealing with disorders and anomalies) has been noticed by researchers, and includes different concepts. Resilience in the word means having a springy state and a reversible state; and in the psychological sense, it explains how people deal with unexpected situations and show stubbornness in the face of stress and unfortunate conditions. (Arce & Hitchcock, 2019).

Zare davijani et al, (2023) investigated the identification of factors affecting the weakening of entrepreneurship in university graduates of Payam Noor universities in Tehran province. The output of the research is to emphasize the strengthening of four variables, including the individual and personal capabilities and qualifications of the graduates, strengthening the educational elements related to the development of entrepreneurship in the university, strengthening the government's support conditions (facilitation, support, and encouragement), and finally intervention in the six environments effective on university entrepreneurship.

Heydary et al, (2023) studied the design of a model of resilience in government organizations of Kermanshah province. The results indicate that the causal factors include; Individual, group, and organizational factors. Also, the environment platform includes; the role of the government, political and economic factors, and electronic platforms. The consequences also indicate the continuity and progress of the organization. The results of the structural equations also showed that the resilience model has a favorable fit in government organizations.

Research methodology

According to its purpose, the research method is applicable, and in terms of implementation, it is qualitative, of thematic analysis type. The statistical population of the research includes 12 participants who are experts and professors of entrepreneurship. Sampling was done in a purposeful and snowball way. A semi-structured interview was used to collect information and the interviews continued until reaching theoretical saturation.

Research findings

For analysis, open and axial and selective coding through MAXQDA software was used. The results of the research showed that the central phenomenon of the resilience of entrepreneurial behavior in the university has four dimensions: environmental drivers, development factors, environmental barriers, and limiting factors. Financial and legal strategy, operational strategy, international strategy, and policy making strategy is needed to increase the resilience of entrepreneurial behavior in the university, which leads to economic, scientific and cultural consequences at the level of the country. Financial and economic fields, appropriate support and policies in a changing environment, and an intense competitive environment help the resilience strategies of entrepreneurial behavior in the university to be operationalized under suitable situation. In this field, there are scientific, human, managerial, legal, structural, and financial obstacles that, by identifying and solving them, the improvement of the resilience dimensions of entrepreneurial behavior in the university and basic strategies can be maintained.

Conclusion

The current research has been conducted with the aim of providing a model of factors affecting the resilience of entrepreneurial behavior in Technical and Vocational University of Alborz province. The results of this research is in agreement with the results of Zare davijani et al, (2023), Heydary et al, (2023), Karimi et al, (2022), Fernandez et al, (2022), Buruj Ali (2022), Khodaparast et al, (2022), Tabares et al, (2021), Nazari et al, (2020), Badzaban et al,



(2020), Towers et al, (2020), Hasani et al, (2019), Al-Haddad et al, (2019), and Osborne & Gaebler (2018). Fernandez et al, (2022) examined entrepreneurial resilience: a case study on university students. The results show that resilience is built through intrapersonal and extrapersonal processes. These processes form a set of strategic dimensions related to entrepreneurial behavior applied to build personal projects.

According to the results of the research, the following suggestions were presented:

For the financial and legal strategy; solutions such as awareness of national and regional laws, taking advantage of protective laws, adapting laws and regulations, and budgetary and financial support are suggested. For the operational strategy; solutions such as research prioritization, entrepreneurship education planning, creation of science and technology parks, creation of growth centers, creation of learning network, creation of multinational companies and institutions, creation of technology transfer networks, creation of regional and international academic entrepreneurship networks, creation of industry and university liaison offices, creation of government and university networks, creation of entrepreneurial networks and institutional cooperation between them, educational and research and innovation institutions.

علمی پژوهشی (کیفی)

ارائه مدل عوامل موثر بر تاب‌آوری رفتار کارآفرینانه در دانشگاه فنی و حرفه‌ای استان البرز

علی عبدی جمایران^۱ ID، منوچهر نیکنام^۲ ID، حسن رنگریز^۳ ID

- ۱- دانشجوی دکتری، گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قزوین، قزوین، ایران
- ۲- دانشیار گروه مدیریت، دانشکده غزالی، دانشگاه غیرانتفاعی، قزوین، ایران.
- ۳- دانشیار گروه مدیریت منابع انسانی، دانشکده مدیریت، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران.

چکیده

هدف این پژوهش ارائه مدل عوامل موثر بر تاب‌آوری رفتار کارآفرینانه در دانشگاه فنی و حرفه‌ای استان البرز می‌باشد. روش پژوهش با توجه به هدف آن، کاربردی و از حیث شیوه اجرا، کیفی، از نوع تحلیل مضمون می‌باشد. جامعه آماری پژوهش شامل ۱۲ نفر از مشارکت‌کنندگان کارشناسان و اساتید کارآفرینی می‌باشد. نمونه‌گیری به صورت هدفمند و گلوله برفی انجام شد. برای گردآوری اطلاعات از مصاحبه نیمه ساختاریافته استفاده شد و مصاحبه‌ها تا دستیابی به اشباع نظری ادامه داشت. برای تجزیه و تحلیل از کدگذاری باز و محوری و انتخابی از نرم افزار MAXQDA استفاده گردید. نتایج پژوهش نشان داد که پدیده محوری تاب‌آوری رفتار کارآفرینانه در دانشگاه دارای چهار بعد محرک‌های محیطی، عوامل توسعه دهنده، بازدارنده‌های محیطی و عوامل محدود کننده است. برای افزایش تاب‌آوری رفتار کارآفرینانه در دانشگاه راهبرد مالی و قانونی، راهبرد عملیاتی، راهبرد بین‌المللی و راهبرد سیاست‌گذاری نیاز است که به پیامدهای اقتصادی، علمی و فرهنگی در سطح کشور منجر می‌شود. زمینه‌های مالی و اقتصادی، پشتیبانی و سیاست‌گذاری‌های مناسب در محیط متغیر و فضای رقابتی شدید به راهبردهای تاب‌آوری رفتار کارآفرینانه در دانشگاه کمک می‌کند تا با شرایط مناسب عملیاتی شود. در این زمینه و موانع علمی، انسانی، مدیریتی، قانونی، ساختاری و مالی مطرح است که با شناسایی و رفع آن‌ها می‌توان به بهبود ابعاد تاب‌آوری رفتار کارآفرینانه در دانشگاه و راهبردهای اساسی کمک کرد.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۹/۱۸




تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۱۱/۰۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۲/۱۳

کلید واژه‌ها:

تاب‌آوری،
رفتار کارآفرینانه،
کارآفرینی،
ذهنیت کارآفرینانه،
چارچوب کارآفرینانه

لطفاً به این مقاله استناد کنید (APA): عبدی جمایران، علی، نیکنام، منوچهر، رنگریز، حسن. (۱۴۰۳). ارائه مدل عوامل موثر بر تاب‌آوری رفتار کارآفرینانه در دانشگاه فنی و حرفه‌ای استان البرز. فصلنامه مدیریت و چشم انداز آموزش. ۶(۲). ۴۳۱-۴۵۴.

	https://doi.org/10.22034/jmep.2024.425579.1295	ناشر: انجمن مدیریت کسب و کار ایران
		نویسنده مسئول: منوچهر نیکنام
	Creative Commons: CC BY 4.0	ایمیل: info@ghazali.ac.ir

مقدمه

عصر مدرن با محیط پویا، پیچیده و تحولات گسترده در حوزه‌های علمی، اقتصادی و اجتماعی همراه بوده و محیط کسب و کارها را بطور مداوم در حال تغییر و مملو از ریسک کرده است (Chitsazan et al, 2018). در این میان، مدیریت تغییر برای انطباق با آینده‌ای نامطمئن، به عنوان یک چالش مهم، نیازمند زیرساخت‌های اساسی است (Talari et al, 2021). در همین راستا، ارتباطات و اطلاعات، نیروی انسانی و منابع فکری آنها، مهم‌ترین عامل مزیت رقابتی در این شرایط محسوب می‌شود. بی‌تردید، کارآفرین با استفاده از خلاقیت و ابتکار درونی، در توسعه اقتصادی کشورها حائز اهمیت می‌باشد. کارآفرینی موضوعی میان‌رشته‌ای است که در حوزه‌های مختلف مانند روان‌شناسی، جامعه‌شناسی، اقتصاد و مدیریت مورد بحث و بررسی قرار گرفته است (Ebrahimi, 2018). هرچند کارآفرینان در مقام افراد مشتاق و علاقمند به مشاغل خود شناخته می‌شوند، اما همواره در معرض حالات عاطفی منفی مانند اضطراب، ترس و استرس قرار دارند. که به نوبه خود، در کارآفرینی و شناخت فرصت، تصمیم‌گیری و خلاقیت آنها تأثیر می‌گذارد (Bulmash, 2016). این امر بیانگر آن است که کارآفرینان در مسیر اشتغال‌زایی با تهدیدها و موانع زیادی مواجه‌اند. این موانع باعث اخلال می‌شود (Ghanbari et al, 2017) و در نهایت شکست کارآفرینی را تسریع می‌بخشد. این نکته‌ای است که تاب‌آوری فردی کارآفرین، در مواجهه با این عوامل را مهم به شمار می‌آورد (Vermziari & Imani, 2018). تاب‌آوری یکی از ویژگی‌های شخصیتی افراد کارآفرین است و در حکم توانایی عاطفی و شناختی برای فرد کارآفرین شناخته می‌شود. همچنین، محرک عملکرد یا موفقیت کارآفرینی است که به مقاومت فرد کارآفرین در برابر شوک‌های داخلی و خارجی کمک می‌کند. تاب‌آوری کارآفرینانه به توانایی کارآفرینان در ادامه برنامه‌های آینده خود با وجود وقایع بی‌ثبات، مشکلات بازار و شرایط زندگی اشاره دارد. این ویژگی کارآفرینان را قادر می‌سازد که در اتفاقات غیرمنتظره، آثار مضر را کاهش دهند، بر آن غلبه کرده، موقعیت‌های بهتری را جستجو کنند (Fatoki, 2018). از لحاظ نظری، تاب‌آوری کارآفرینانه با نظریه خصیصه روان‌شناختی مبتنی بر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرین و نظریه اسناد مرتبط است. نظریه خصیصه استدلال می‌کند که کارآفرینان خصیصه یا ویژگی‌های شخصیتی خاص خود را دارند و تاب‌آوری کارآفرینی به خصوصیات شخصیتی نیز وابسته است. براساس نظریه اسناد، موفقیت یا شکست کارآفرینی می‌تواند به سه بعد نسبت داده شود. این موارد عبارت‌اند از منبع علیت، پایداری و کنترل‌پذیری. کارآفرینان ممکن است نتیجه رویدادها را در داخل یا خارج از کنترل شخصی خود ارزیابی کنند. آن‌ها تمایل به موفقیت و همچنین موفق نشدن را فقط به خود و اعمال خود نسبت می‌دهند (Rezai Moghadam & Masoumi, 2018). اساساً، عامل اصلی مهم برای ادامه کارآفرینی، تاب‌آوری است. تاب‌آوری کارآفرینانه شامل مواردی چون؛ توانایی کارآفرین برای مقابله با بی‌ثباتی و تغییر در محیط کسب و کار، توانایی کارآفرین در حفظ سلامت و انرژی مثبت با وجود فشارهای کسب و کار، توانایی کارآفرین برای گریز از عقب‌ماندگی‌ها و سختی‌های شخصی و کسب و کار، غلبه بر مشکلات اقتصادی، خلق شیوه جدید مدیریت کسب و کار در صورت نامناسب بودن شیوه‌های قبل است. بنابراین تاب‌آوری به فرد کارآفرین کمک می‌کند که محیط کسب و کار ناپایدار و متغیر را مدیریت کند (Wales et al, 2020). بنابراین، با توجه به ویژگی‌های شخصیتی به عنوان سازه اصلی در کارآفرینی فرد و با توجه به تاب‌آوری به عنوان یک فرآیند برای غلبه بر عوامل محیطی و شرایط مخاطره، می‌توان به اهمیت نقش تلفیقی هر دو سازه فوق بر کارآفرینی پی برد، چراکه کارآفرینان

کسانی هستند که هرگونه مخاطره‌ای را در تأسیس و راه‌اندازی کسب و کار خود می‌پذیرند. از اینرو، فرد کارآفرین باید تاب آور باشد و روحیه شکست‌ناپذیری را در خود پرورش دهد. مفهوم تاب‌آوری برای طیف گسترده‌ای از رشته‌ها بکار می‌رود و نمایانگر ظرفیت فرد، سازمان یا سیستم در منطبق شدن و واکنش نشان دادن به رویدادهای غیرمنتظره است. ادبیات تحقیق مربوط به تاب‌آوری در حوزه دانشگاه و دانشجویان فعال در حوزه کارآفرینی، مفهومی کاملاً جدید است و نقش مهمی در ایجاد اشتغال و نوآوری در کشور دارد و از اینرو، از اهمیت به‌سزایی برخوردار است. در حالیکه براساس تحقیقات، اغلب متخصصان معتقدند که در گستره هزاره جدید عصری که به جامعه اطلاعاتی و هنگامه جهانی شدن موسوم است، آموزش کسب و کار و فرهنگ کارآفرینانه، گسترش مراکز تحقیق و توسعه کارآفرینی، برگزاری کارگاه‌های آموزش کارآفرینی دیجیتال، کسب و کارهای الکترونیکی، سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های آموزشی و پژوهشی دانشگاه‌ها با ارزش‌های کارآفرینی و ... می‌تواند راهکار ارزشمندی برای ایجاد تفکر کارآفرینی و اشتغال دانش‌آموختگان آموزش عالی و به موازات آن بهبود بحران بیکاری جامعه باشد، اما اینکه چقدر تاب‌آوری، از طریق توسعه آموزش و دانش تخصصی افراد، مناسب و مؤثر بوده است، جای تأمل دارد. در ایران، با توجه به فضای پراشتغال اقتصادی، لازم است کارآفرینان برای مقابله با شوک و تغییرات و آشفتگی‌های محیطی و همچنین زنده ماندن و ادامه دادن به حیات خود و افزایش قدرت رقابت‌پذیری، در جهت تاب‌آوری خود گام بردارند. با توجه به اینکه ارتقا تاب‌آوری اقتصادی، رویکرد اصلی در سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی است و یکی از شرط‌های تحقق اقتصاد مقاومتی در گروی بهبود تاب‌آوری اقتصاد کشور و کسب و کارها در برابر شوک‌های بیرونی و درونی است و از طرف دیگر، امروزه اهمیت و نقش دانش‌آموختگان در توسعه اقتصادی کشورها برکسی پوشیده نیست، اما با توجه به اینکه سیاست‌های دولت مبنی بر کاهش و تعدیل نیروی انسانی در دستگاه‌های دولتی است، دانش‌آموختگان به کارآفرینی روی آورده‌اند.

چنانچه نظام آموزش عالی از توانایی پاسخگویی به نیازهای جامعه و دانشجویان برخوردار باشند، ضمن حل مشکلات و مسائل گذشته خود توانایی برخورد با مسائل جدید را داشته و با اعمال سیاست‌ها و راهکارهای نو همچنان کارآمد و به‌روز در سطح ملی و بین‌المللی خواهند ماند. موفقیت آینده دانشگاه‌ها وابسته به توان پاسخگویی آن‌ها در مقابل تغییر و تحولات جهانی است. لذا به‌منظور شناخت و تأمین نیازهای آینده لازم است تا رهبران و سیاست‌گذاران دانشگاه‌ها تغییرات عمیق و وسیعی در رسالت‌ها و اهداف خود ایجاد نمایند و دانشگاه را با شیوه‌های کاملاً نو و متفاوت از گذشته اداره کنند تا امکان بقا و رشد دانشگاه‌ها مقدور گردد. عمدتاً این مساله پذیرفته شده است که دلیل نیاز دانشگاه‌ها به کارآفرینی دانشگاهی، توسعه و بین‌المللی شدن تأثیر تغییرات سیاسی، اقتصادی و اجتماعی در جهان به دنبال پدیده جهانی شدن اقتصاد و جامعه است. جهانی‌سازی و بین‌المللی شدن در دنیای امروز به یکی از پیش‌نیازهای مهم در بقا، رشد و رقابت‌پذیری شرکت‌های کارآفرینانه تبدیل گشته است. لذا امروزه کارآفرینی بین‌المللی و بهره‌برداری از منابع و فرصت‌ها در بهره‌برداری از فرصت‌ها و رشد شرکت‌ها بسیار تأثیرگذار خواهند بود. ایجاد ارتباط میان دانشگاه و صنعت و تدوین و اجرای سیاست‌هایی برای همکاری‌های اثربخش و معنی‌دار خصوصاً در حوزه بین‌المللی حائز اهمیت بوده و تعامل مؤثر بین دانشگاه، بنگاه‌ها، دولت، کلید بهبود شرایط نوآوری در جامعه بر مبنای دانش است. تحولات و تغییرات

سریع و شتابان جامعه بین‌المللی، و تغییر اقتصاد ملی به اقتصاد جهانی، نیازمند راهکارهای مختلف جهت فراهم کردن امکان رشد و توسعه اقتصادی در جامعه است.

بنابراین تحقیق حاضر به دنبال پاسخگویی به این سؤال است که مدل عوامل مؤثر بر تاب‌آوری رفتار کارآفرینانه در دانشگاه فنی و حرفه‌ای استان البرز چگونه می‌باشد؟

ادبیات نظری

کارآفرینی

عصر مدرن امروزی با محیط پویا، پیچیده و تحولات گسترده در حوزه‌های علمی، اقتصادی و اجتماعی همراه بوده و محیط کسب و کارها را بطور مداوم در حال تغییر و مملو از ریسک کرده است (Chitsazan et al, 2018). در این میان، مدیریت تغییر برای انطباق با آینده‌ای نامطمئن، به عنوان یک چالش مهم، نیازمند زیرساخت‌های اساسی است (Talari et al, 2021). در همین راستا، ارتباطات و اطلاعات، نیروی انسانی و منابع فکری آنها، مهم‌ترین عامل مزیت رقابتی در این شرایط محسوب می‌شود.

به کارآفرینی باید بعنوان یک رفتار نگرینست، نه این که چه کسی کارآفرین است. در واقع این گروه از محققان که طرفداران نظریه رفتاری هستند معتقدند که در زمینه آموزش کارآفرینی، ویژگی‌های کارآفرینی بسیار کم‌اهمیت‌تر از مهارت‌ها و رفتار کارآفرینانه هستند. لذا در جریان آموزش کارآفرینی باید به مهارت‌های کارآفرینانه توجه نمود (Carpenter & Wilson, 2022). عمل کارآفرینانه به مفهوم سازی و پیاده سازی یک ایده، فرایند، محصول، خدمت یا یک کسب و کار جدید دلالت دارد. عامل کارآفرینانه فرد یا گروهی است که مسئولیت شکوفاسازی و به بارنشستن عمل کارآفرینانه را بر عهده می‌گیرد. فرایند کارآفرینی داری اجزای نگرشی و رفتاری است. از نظر نگرشی فرایند کارآفرینانه به تمایل یک فرد یا سازمان برای بهره‌گیری و استفاده از فرصت‌های جدید و ایجاد تغییر خلاقانه اشاره دارد (Loi et al, 2022). اهمیت به کارگیری کارآفرینی به آنجا رسیده است که بعضی آن را یکی از عوامل مؤثر تولید، مانند سرمایه کار (به غیر از نیروی انسانی) شناخته و به عنوان موتور اقتصادی معرفی می‌کنند (Suryaman et al, 2023). کارآفرینی سازمانی گرایشی است که سازمان را درگیر فعالیت‌هایی می‌کند تا بتواند به‌طور موفقیت‌آمیز فرصت‌ها را شناسایی کرده و بر روی آن‌ها سرمایه‌گذاری کند. کارآفرینی سازمانی فرایندی برنامه‌ریزی شده و هدفمند است که سازمان‌ها برای خروج از انجماد، واکنش مناسب به تغییرات و بهره‌گیری مناسب‌تر از منابع موجود آن را در چارچوب سازمان موجود ترویج نموده و از آن حمایت می‌نمایند. کارآفرینی سازمانی برای توصیف وجود گرایش‌های کارآفرینی ذاتی کارکنان شرکتها استفاده می‌شود (Hermawan et al, 2021). کارآفرینی سازمانی را می‌توان با تفویض مسئولیت به کارکنان برای تهیه بودجه متناسب با وظایفشان، یا مدیریت دپارتمان‌هایشان به عنوان واحدهای مستقل خودگردان توسعه داد (Cantino et al, 2017). کارآفرینی سازمانی بر ابتکار و روحیه کارآفرینی متمرکز است. مدیر اجرایی که دارای روحیه کارآفرینی است، طوری رفتار می‌کند که گویی مالک شرکت است. این روحیه منجر به تمایل به ریسک‌پذیری بیشتر، درک نحوه عملکرد بازار، رهایی از بیماری‌های بروکراسی، اشتیاق به انجام فعالیت‌های نوآورانه و تعهد عاطفی به سازمان می‌گردد (Davali et al, 2022).

تاب آوری

تاب آوری، یکی از سازه‌های عمده رویکرد روان‌شناسی مثبت‌گرا می‌باشد. در سالهای اخیر، این رویکرد با شعار توجه به استعدادها و توانمندی‌های انسان (به جای پرداختن به اختلالات و ناهنجاری‌ها) مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است و دربرگیرنده مفاهیم مختلف است. تاب‌آوری در لغت به معنای حالت فزونی داشتن و حالت برگشت‌پذیری است و در مفهوم روان‌شناختی، توضیح می‌دهد چگونه افراد با موقعیتهای غیرمنتظره کنار می‌آیند و در مقابل استرس و شرایط ناگوار، سرسختی از خود نشان می‌دهند (Arce & Hitchcock, 2019). تعاریف متعددی از تاب‌آوری ارائه شده است. تاب‌آوری فرایندی پویا است که در آن فرد با وجود تجربه‌های سخت، مهارت‌های سازگاری مثبت را در برابر آسیب‌های روحی و روانی از خود نشان می‌دهد و معیاری برای توانایی مقابله با استرس‌ها است (Morisse, 2018). اعضای جوامع تاب‌آور کسانی هستند که ظرفیت شخصی و مشترک برای پاسخ دادن به تغییرات و نفوذ بر آن به منظور تجدید جامعه و ایجاد مسیرهای جدید آینده را دارند. تاب‌آوری را «توانایی یک سیستم جهت جذب آشفتگی و سازماندهی مجدد در حالی که متحمل تغییر شده، تعریف می‌نمایند به طوری که سیستم هنوز وظیفه، ساختار، مشخصات و بازخورهای یکسانی خود را حفظ می‌نماید (Khodaparast et al, 2022). با وجود اینکه تاب‌آوری را یک ویژگی شخصیتی قلمداد می‌کنند و اعتقاد بر این است که ویژگی‌های شخصیتی در گذر زمان و تحت شرایط خاص شکل می‌گیرد و نسبتاً پایدار و غیرقابل تغییر است؛ متخصصانی چون (Strenberg, 2006) بر آموختنی بودن مهارت‌های گوناگون تاب‌آوری تأکید ورزیده‌اند. به باور آنان، می‌توان با آموزش مهارت‌هایی مانند مهارت‌های ارتباطی، مقابله، جرئت‌دهی و ابراز خود می‌توان سطح سلامت روانی و هیجانی آنان را افزایش داد و از این رو احساس رضایتمندی از زندگی را در آن‌ها ارتقا بخشید.

پیشینه پژوهش

(Zare davijani et al, 2023) به بررسی شناسایی عوامل مؤثر بر تضعیف کارآفرینی در دانش‌آموختگان دانشگاهی دانشگاه‌های پیام نور استان تهران پرداختند. خروجی پژوهش به ترتیب تأکید بر تقویت چهار متغیر به ترتیب شامل توانمندی‌های فردی و شخصی و صلاحیت‌های دانش‌آموختگان، تقویت ارکان آموزشی مرتبط با توسعه کارآفرینی در دانشگاه، تقویت شرایط حمایتی دولت (تسهیلگری، حمایتی و تشویقی) و در نهایت مداخله‌گری در محیط‌های شش‌گانه مؤثر بر کارآفرینی دانشگاهی دارد.

(Heydary et al, 2023) به بررسی طراحی الگویی از تاب‌آوری در سازمان‌های دولتی استان کرمانشاه پرداختند. نتایج حاکی از آن است که عوامل علی شامل؛ عوامل فردی، گروهی و سازمانی است. همچنین بستر محیطی دربرگیرنده؛ نقش دولت، عوامل سیاسی و اقتصادی و بسترهای الکترونیک می‌باشد. پیامدها نیز بر استمرار و پیشرفت سازمان دلالت می‌کند. نتایج معادلات ساختاری نیز نشان داد که مدل تاب‌آوری در سازمان‌های دولتی از برازش مطلوبی برخوردار است.

(Karimi et al, 2022) پژوهشی با عنوان "تأثیر توانمندی و تاب‌آوری بر موفقیت کارآفرینانه زنان روستایی منطقه سیستان" انجام دادند. هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه دو منبع روان‌شناختی یعنی توانمندی و تاب‌آوری کارآفرینانه با موفقیت کارآفرینانه زنان کارآفرین روستایی بود. نتایج مدل‌سازی معادلات ساختاری نشان داد که توانمندی و

تاب آوری کارآفرینانه رابطه مثبت و معنی داری با موفقیت کارآفرینانه زنان کارآفرین روستایی دارند. همچنین نتایج نشان داد که توانمندی کارآفرینانه بطور غیرمستقیم هم از طریق تاب آوری بر موفقیت کارآفرینانه زنان کارآفرین روستایی تأثیر مثبتی دارد.

(Fernandez et al, 2022) به بررسی تاب آوری کارآفرینی: مطالعه موردی بر روی دانشجویان دانشگاه پرداختند. نتایج نشان می‌دهد که تاب آوری از طریق فرآیندهای درون فردی و برون فردی ساخته می‌شود. این فرآیندها مجموعه‌ای از ابعاد استراتژیک مرتبط با رفتار کارآفرینانه را تشکیل می‌دهند که برای ساخت پروژه‌های شخصی استفاده می‌شود. (Buruj Ali, 2022) به بررسی نقش میانجی بازارگرایی در رابطه بین مهارت‌های اجتماعی و کارآفرینی سازمانی در شرکت ناب استیل پرداخت. یافته‌های پژوهش نشان داد که شاخص مهارت‌های اجتماعی با ضریب $0/718$ و به بیان دیگر به اندازه $71/8$ درصد بر کارآفرینی سازمانی با حضور متغیر میانجی بازارگرایی در شرکت ناب استیل تأثیر دارد. در سطح اطمینان $0/95$ و با توجه به مقدار t-value که برابر $18/577$ است می‌توان گفت بین مهارت‌های اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی با استفاده از مؤلفه میانجی بازارگرایی در شرکت ناب استیل رابطه وجود دارد.

(Khodaparast et al, 2022) به بررسی ارائه مدل مناسب جهت تاب آوری روانی کارکنان کارگزاری‌های بورس اوراق بهادار در تهران پرداختند. یافته‌های پژوهش نشان داد که جهت تأیید مدل نهایی پژوهش، تحلیل عاملی تأییدی انجام گرفت. بنابر نتایج به دست آمده بار عاملی هر سه مؤلفه «به‌کارگیری خلاقیت و نوآوری فرد در محیط کاری» و «تمایلات شناختی اجتماعی شدن فرد در محیط کاری» و «ایجاد ظرفیت برای تاب آوری بیشتر» از مقادیر توصیه بیشتر بود و شاخص‌های برازش مدل مقادیر قابل قبولی را نشان داد.

(Tabares et al, 2021) در مقاله‌ای با عنوان "رفتارهای فرصت‌محور در تحقیقات کارآفرینی دانشگاهی: تجزیه و تحلیل پیشینها، فرایندها و نتایج" بیان کردند که تحقیقات کارآفرینی دانشگاهی درباره رفتارهای فرصت‌محور با وجود محدودیت در مفاهیم و ادبیات در حال گسترش است. در نهایت نیز یک تعریف از کارآفرینی دانشگاهی و مفهوم رفتار فرصت‌محور پیشنهاد شد که می‌تواند فرصت‌های کارآفرینی دانشگاهی را فراهم سازد.

(Nazari et al, 2020) پژوهشی با عنوان "الگوی تاب‌آورسازی تولید در ایران" انجام دادند. مهم‌ترین یافته‌های تحقیق در حوزه راهبردهای کنش شامل عواملی همچون توسعه بینش اقتصاد مقاومتی در سطح استراتژیک، تولید متناسب با بوم‌آوری منطقه‌ای استانی، اجرای درونی‌سازی بجای برون‌سپاری و ایجاد مرکز تربیت مدیران جهادی در ایجاد تاب‌آوری حاصل شده است.

(Badzaban et al, 2020) پژوهشی با عنوان "تحلیل میزان تاب‌آوری زنان کارآفرین روستایی با بهره‌گیری از مقیاس کانردیویدسون" انجام دادند. این تحقیق با هدف کلی واکاوی تاب‌آوری کارآفرینانه فردی زنان روستایی انجام شده است. بنابر نتایج پژوهش، تاب‌آوری فردی زنان روستایی استان فارس تقریباً زیاد است. مقایسه تاب‌آوری فردی زنان در سه شهرستان نشان می‌دهد که زنان کارآفرین مرودشت و شیراز به ترتیب تاب‌آوری فردی بالاتری به نسبت زنان کارآفرین استهبان دارند. متغیرهای روحیه کارآفرینی، انگیزه کارآفرینی، خلاقیت و تعداد اعضای خانوار همبستگی معناداری با تاب‌آوری فردی زنان کارآفرین مطالعه شده دارد. براساس نتایج تحلیل رگرسیون گام به گام، متغیرهای

روحیه کارآفرینی، انگیزه کارآفرینی و تعداد اعضای خانوار به ترتیب پیش‌بینی‌کننده تغییرات تاب‌آوری فردی زنان هستند.

(Towers et al, 2020) در تحقیقی با عنوان "ایجاد ظرفیت کارآفرینی در مراکز آموزشی برای جلب کارآفرینی و ایجاد یک رویکرد سه‌جانبه" و با هدف بیان ظرفیتهای کارآفرینی به عنوان یک رویکرد یکپارچه در بخش آموزش عالی، ابتدا دلایلی برای ضرورت تعبیه آموزش کارآفرینی در برنامه‌های درسی دانشگاه و ارتقای همکاری دانشگاه و صنعت ارائه و سپس، بررسی کردند که تا چه اندازه در تقویت کارآفرینی دانش‌آموختگان و همکاری دانشگاه و صنعت و رونق تجارت در یک چارچوب استراتژیک در دانشگاهها، ظرفیت مناسبی تعبیه شده است.

(Hasani et al, 2019) در مطالعه‌ای با عنوان "ارائه الگوی کارآفرینی دانشگاهی برای دانشگاه فنی و حرفه‌ای" به این نتیجه رسیدند که ابعاد کارآفرینی دانشگاهی عبارتند از: بعد ساختاری شامل سه مؤلفه چشمانداز کارآفرینانه، ساختار حمایتی و نظام پژوهشی، بعد فرایندی شامل دو مؤلفه رهبری کارآفرینانه و فرایند تجاریسازی، بعد رفتاری شامل دو مؤلفه قابلیت ارتباطی و شبکه‌سازی و فرهنگ نوآوری و بعد توسعه‌های شامل سه مؤلفه شایستگیهای کارآفرینانه، برنامه‌ریزی درسی و فرایند یاددهی-یادگیری.

(Al-Haddad et al, 2019) در تحقیقی با عنوان "فعال کردن کارآفرینی دانشگاهها: تجربه برنامه نوآوری دولت" درباره اهمیت آموزش دانشجویان کارآفرینی بررسی کردند تا بتوان رقابت پایدار ملی و بین‌المللی را در بازار جهانی دانشبنیان فراهم کرد. همچنین میزان درصد شرکتهایی که با ورود به این برنامه موفق به تأسیس شرکتهای دانشبنیان و کارآفرین شدند نیز مشخص شد.

(Osborne & Gaebler, 2018) در تحقیق خود در مورد تأثیر آموزش تاب‌آوری بر قابلیت‌ها و مقاصد کارآفرینانه دانشجویان با توزیع پرسشنامه بین ۵۶۲ دانشجو به این نتیجه رسیدند که تأثیر دوره آموزش تاب‌آوری بر کارآفرینی دانشجویان بطور چشمگیری منفی بوده است. آنها اظهار می‌دارند که تأثیر منفی این دوره بر قصد دانشجویان برای کارآفرین شدن می‌تواند به این دلیل باشد که این آموزش‌ها به آنها دید واقع بینانه‌تری نسبت به آنچه برای شروع یک کسب و کار مورد نیاز است، می‌دهد. بطور غیرمستقیم نیز ممکن است شرکت‌کنندگان این دوره خوش‌بینی (بیش از حد) خود را از دست داده باشند و این ممکن است باعث علاقه کمتر آنها به کارآفرینی شده باشد.

روش پژوهش

روش پژوهش با توجه به هدف آن، کاربردی و از حیث شیوه اجرا، کیفی، از نوع تحلیل مضمون می‌باشد. **جامعه آماری پژوهش شامل ۱۲ نفر از مشارکت‌کنندگان کارشناسان و اساتید کارآفرینی می‌باشد.** نمونه‌های مورد مطالعه ابتدا به صورت غیراحتمالی و هدفمند انتخاب شدند و در ادامه از نمونه‌گیری نظری برای شناسایی ابعاد و عوامل تاب‌آوری رفتار کارآفرینانه در دانشگاه استفاده شد. برای این منظور ابتدا چند نفر از گروه‌های یادشده انتخاب شدند، به صورتی که اطمینان حاصل شد که افراد منتخب متخصصانی هستند که در زمینه کارآفرینی دانشگاهی سابقه علمی، اجرایی یا پژوهشی دارند، چراکه این احتمال وجود داشت که این گروه‌ها دیدگاه‌های متفاوتی درباره کارآفرینی تاب‌آوری رفتار کارآفرینانه در دانشگاه داشته باشند. پس از برگزاری مصاحبه‌های اولیه و تجزیه و تحلیل داده‌های

به دست آمده، کدگذاری و ایجاد مفاهیم، مقایسه آن‌ها باهم، تشکیل مقوله‌ها و ایجاد ارتباط بین آن‌ها، از نمونه‌گیری گلوله‌برفی و نظری برای انتخاب شرکت کنندگان بعدی استفاده شد. با توجه به آنکه معیار قضاوت درباره زمان متوقف کردن نمونه‌برداری نظری کفایت نظری مقوله‌ها و داده‌هاست، در این پژوهش نقطه اشباع نظری برای محقق کاملاً ملموس بود و نمونه‌گیری تا جایی ادامه یافت که پژوهشگر با پرسیدن سؤالات به‌طور مکرر متوجه شد که داده‌های جدید هیچ بینش تازه‌ای را برای طبقات آشکار نمی‌کند. در نهایت، مصاحبه‌ها تا دستیابی به اشباع داده‌ها تا ۱۲ مصاحبه ادامه یافت. تحلیل مضمون روشی است که معمولاً برای تجزیه و تحلیل داده‌ها در تحقیقات کیفی اولیه مورد استفاده قرار می‌گیرد (توماس، هاردن، ۲۰۰۸). بنابراین سعی در ارائه مدلی بومی با مقتضات کشور و سازمان متبوع می‌نماید. این روش کاملاً استقرایی به معنای خلق نظریه براساس و مبتنی بر داده‌هاست. پژوهش کیفی را قابل انعطاف کرده و تعامل میان نظریه و داده را فراهم می‌کند. پژوهشگر کیفی نظریه را از راه مقایسه ایجاد می‌کند. با توجه به مطالعه‌ای که در تحقیقات قبلی انجام گرفت هر یک ارائه یک مدل یا مجموعه‌ای از راه حل‌ها را جهت انجام یکپارچه کردن مدیریت سازمان مورد مطالعه ارائه داده بودند. پژوهشگر گردآوری داده‌ها را با نظریه‌پردازی همراه نموده و سوال‌هایی را مطرح می‌کند. بنابراین برای پاسخگویی به سوال‌ها که از بررسی داده‌های قبلی به وجود آمده است به داده‌های جدید می‌رسد. در بخش کیفی پژوهش با انجام مصاحبه عمیق با خبرگان، عوامل کلیدی با استفاده از رویکرد تحلیل مضمون شناسایی می‌گردد. در واقع ابتدا برای شناسایی عوامل در حوزه مذکور، از مصاحبه و بررسی پیشینه استفاده می‌شود. علاوه بر مطالعات و مستندات که از مصاحبه‌ها شناسایی می‌گردد، حجم زیادی از اطلاعات در قالب مستندات ثانویه مانند مقاله‌ها و گزارش‌های منتشر شده جمع‌آوری و بررسی خواهد شد. سپس در گام اول شاخص‌های تمامی مصاحبه‌ها استخراج شده و در جدولی درج می‌گردد. در گام بعدی به واسطه کدگذاری محوری، کدهای مشابه و متفاوت مشخص و کدهای مشابه با هم ادغام می‌شوند. در گام سوم تلفیقی از شاخص‌های شناسایی شده به واسطه بررسی پیشینه تحقیقاتی و مدل برگرفته از نتایج مصاحبه با یکدیگر ارائه می‌گردد. پس از هماهنگی‌های لازم با مشارکت‌کننده‌ها، زمان و مکان مصاحبه‌ها تعیین شد. در تدوین پروتکل، پس از بررسی صحت محتوا و کفایت سؤالات مصاحبه، بعضی از سؤالات حذف یا تغییر داده شد و پروتکل نهایی با یک سؤال اصلی و ۴ سؤال فرعی شکل گرفت. مدت‌زمان جلسات مصاحبه به‌طور متوسط بین ۳۰ دقیقه بود. مصاحبه‌ها با رضایت مشارکت‌کنندگان ضبط و محتوای آن به نوشتار تبدیل شد. تحلیل در سه گام شامل کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی صورت گرفت. در گام اول از متون مصاحبه کدها استخراج و مشخص و در مرحله دوم مفاهیم بر اساس ارتباط با موضوعات مشابه و انتزاعی طبقه‌بندی شد و مفاهیم بر حول محور آن اختصاص یافت. سرانجام، هر یک از طبقات فرعی به طبقات اصلی پیوند داده شد. برای افزایش پایایی و روایی از روش لینکلن و گوبا (۱۹۹۰) شامل چهار عنصر قابلیت اعتبار، قابلیت انتقال، قابلیت اعتماد و قابلیت تأیید استفاده شد که معیارهای یادشده با راهبردهای مختلفی تأمین شده است. اطلاعات دریافتی از مصاحبه‌شوندگان در جلسه مصاحبه ضبط و نیز یادداشت‌برداری و سپس، یک نسخه از آن به مصاحبه‌شوندگان بازگردانده شد تا صحت آن‌ها را تأیید کنند. ارتباط به‌صورت مستمر با مشارکت‌کنندگان در پژوهش برقرار بود و نتایج هر مرحله از تحلیل و همچنین مدل نهایی پژوهش به آن‌ها ارائه و از نظر آنان استفاده شد. در نهایت، نتایج را چهار نفر از متخصصان کارآفرینی دانشگاهی بررسی و تأیید کردند. همچنین برای بررسی روایی مصاحبه از روش کسب اطلاعات از همگنان و برای بررسی

اعتبار مصاحبه از توافق کدگذاران استفاده شد. بر اساس نتیجه مقایسه کدگذاری پژوهشگر و یک همکار، توافق و تفاوت در کدگذاری‌ها با ضریب توافق کاپا بررسی و با توجه به محاسبه ضریب بالاتر از مقدار ۰/۷۰ از اعتبار کدگذاری پشتیبانی شد (Lombard, Snyder Duch & Bracken, 2002) با استناد به تحلیل و تفسیر همکار پژوهشگر و تشابه در تفسیر نتایج (تشابه تفسیر پژوهشگر و همکار) از روایی مصاحبه حمایت شد. برای تجزیه و تحلیل از کدگذاری باز و محوری و انتخابی از نرم افزار MAXQDA استفاده گردید.

یافته‌های پژوهش

مشارکت‌کنندگان در این پژوهش شامل ۱۲ نفر از صاحب‌نظران و استادان حوزه کارآفرینی است. شواهد کیفی به‌دست آمده از مصاحبه‌ها با روش کدگذاری در سه مرحله کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی تحلیل شدند و در انتها بر اساس نتایج به‌دست آمده، مدل تاب‌آوری کارآفرینانه دانشگاهی بر اساس عوامل به‌دست آمده طراحی شد. در تحلیل داده‌ها کدگذاری در سه مرحله بر روی شواهد به دست آمده انجام شد و در این فرایند ابتدا متون با جزئیات بررسی و کدهای باز استخراج و سپس، کدهای مشابه در یک طبقه جای گرفتند و بدین ترتیب، طبقات شکل گرفت. طبقات با یکدیگر مقایسه و در صورت نیاز با یکدیگر ادغام یا در برخی از موارد یک طبقه به چند طبقه دیگر تفکیک شدند یا محل کد از یک طبقه به طبقه دیگر تغییر یافت.

جدول ۱. مفاهیم، مقوله‌ها و طبقات استخراج شده از مصاحبه مشارکت‌کنندگان در پژوهش

منبع	شاخص	مؤلفه
مصاحبه	آموزش رایانه برای نیروی کاری- بازنگری تمام داده‌ها و ورودی به سیستم توسط مدیریت- ذهنیت کارآفرینانه - دید آینده‌نگر - استفاده از فناوری جدید- ارائه مستندات علمی برای ایجاد تغییرات داخلی- هوشیاری کارآفرینانه - تصمیم‌گیری در زمینه مدرن سازی ابزارهای موردنیاز- تعامل درون‌سازمانی- استفاده از تغییرات و تحقیق و توسعه - تعامل بین دانشگاه‌ها، مراکز تحقیقاتی- وجود کارشناسان مناسب- مطالعه و مستند کردن وضعیت فعلی و شناخت وضعیت جهش یافته ناشی از تغییرات فناوری توسط مدیریت- تحمل ابهام - وجود نیروی انسانی متخصص جهت کار با تکنولوژی مورد استفاده- فرهنگ بکارگیری ایده‌ها - ظرفیت و پتانسیل پاسخگویی- پیش‌بینی و در نظر گرفتن تعمیرات ناگهانی - انعطاف‌پذیری و پاسخگو بودن مدیران- تلاش برای جذب نیروی انسانی کارآمد- چارچوب کارآفرینانه - تعهد و حمایت مدیران از استراتژیها و تفکرات- توسعه خدمات برای تصمیم‌گیری و حل مسئله -بکارگیری تکنیک‌های بهبود کیفیت.	عوامل توسعه‌دهنده (S)
پیشینه	پرسنل با تخصص و مهارت - عدم وجود تجربه‌های پیشین مناسب	عوامل محدودکننده (W)
مصاحبه	کارایی در ساختار داخلی دانشگاه-عدم همکاری با پیمانکاران مطمئن- سردرگمی و ابهام- تعامل کارکنان- ارائه تسهیلات -دانش فنی و تخصصی -آموزش- ترس از آینده ناموفق - دقت سازمان بر نتایج عملکرد - تجربه‌های ناموفق دیگران -پاسخگویی سریع به تعمیرات- افزایش کیفیت نیروی کار با استفاده از تکنولوژی و سیستمهای ارتباطی پیشرفته- وجود فارغ	

	<p>التحصیلاتی با قابلیت‌ها و مهارت‌های عملی - ترکیب اطلاعات متنوع - آگاهی و تجربه مشاوران و کار فرمایان- پاسخگویی براساس استانداردهای حرفه‌ای- نداشتن تعهد - پیچیدگی ساختارها - شفاف و دقیق بودن استراتژیها- ثبات مجریان برای ارائه و اجرای طرح‌های نت- عدم برنامه ریزی پروژه‌ها - بهره‌برداری از پتانسیل‌های موجود- تاکید بر رعایت ضابطه‌گرایی- همکاری با نهادهای تحقیقاتی - برنامه‌ریزی آرمانی برای انتخاب سیاست تحقیقاتی- ایجادارتباط معیارهای پرداخت پاداش با ریسک‌پذیری- تعیین شاخصها و معیارها برای ارزیابی و چگونگی تحقق استراتژیهای منابع انسانی- عدم نوآوری تدریجی - پیش بینی کردن راه حلهای مناسب. تاکید بر فرآیندها-داشتن جایگاه تحقیقاتی</p>	
<p>مصاحبه</p>	<p>کاهش هزینه‌ها- وجود ارتباطات اینترنتی و امکان استفاده از آن در هر ساعت شبانه‌روز برای کاربران - حرکت به سمت استفاده از فناوری جهت کاهش اتلاف وقت - شناسایی هزینه‌های نگهداری -انعطاف در اعتبارات مصوب- وجود استانداردها و الگوهای مطلوب مالی - تخصیص اعتبارات برابر سقف تعیین شده- وجود استانداردها و الگوهای مطلوب اقتصادی - وجود مشاوران مالی تحصیلکرده- حسابرسی‌ها و ممیزی‌های روزمره -سهولت در پرداختها بر اساس نظامات مالی- حمایت‌های برخی مدیران- آزادی عمل در هزینه‌ها- وجود فرصتهای اقتصادی مناسب- تدوین استراتژیهای مالی آینده‌نگر- بهبود بسترهای مالی مناسب کارآفرینی در حوزه دانشگاه - بهبود وضعیت قوانین- نظامات مالی- ایجاد انعطاف در پرداخت هزینه‌ها -روند رو به رشد علاقمندان -آشنایی کارآفرین با قوانین و مقررات بودجه و اعتبارات-امکان استفاده از تسهیلات بانکی- برقراری ارتباط بین مدیران و محققین مالی - کاهش هزینه‌ها شامل نیروی انسانی، قطعات، مواد مصرفی- تفویض اختیار به کارکنان مالی - اهمیت ویژگی و خصوصیات اعضای تیم - افزایش تعداد برنامه‌های کارآفرینی منحصر به فرد - مدیریت نگهداری تجهیزات و ماشین آلات جهت کاهش هزینه‌های بالاسری- پایداری ارتباطات مالی- شناخت و شناسایی ارتباطات مالی -ایجاد جریان نوآوری از پایین سازمان به سمت سطوح بالای سازمان- سرمایه‌گذاری کافی.</p>	<p>محرک‌های محیطی (O)</p>
<p>پیشینه</p>	<p>قوانین و رویه‌های موجود در مورد فرصت کارآفرینی موانع پیاده سازی فرصت کارآفرینی بکارگیری غیر موثر و عدم پشتیبانی از فناوری</p>	
<p>مصاحبه</p>	<p>عدم تخصیص اعتبارات به کارآفرینان - اتخاذ تدابیر لازم جهت ایجاد بستر فرهنگی مناسب برای پیاده سازی سیستم نت- ترس از آینده اقتصادی، سیاسی و ...بازخوردگیری و نظارت بر صحت انجام فعالیتها- بروز تغییرات محیطی - طراحی فرآیندها - کمبود ارائه‌دهندگان خدمات مشاوره و راهنمایی در حوزه کارآفرینی دانشگاه - فعالیت‌های دوره‌ای -برگزاری جلسات ماهانه و بررسی پیشرفت پیاده‌سازی برنامه‌ها -پایین آمدن تاب‌آوری کارآفرینان به دلیل مسائل اقتصادی - ضوابط و ملاحظات قانونی- ابلاغ دستورالعملهای اجرایی به بخشهای مختلف- همکاری و مشارکت در توسعه سیستم نت- ایجاد هماهنگی و سهولت در ارتباط فی مابین دانشگاه و صنعت - مبارزه با فرهنگ سنتی و نهادینه کردن فرهنگ جدید در سازمان- تاکید بر رعایت قانونمندی- مطرح شدن مباحث زیست محیطی- راه‌اندازی مکمل سیستم- تشدید رقابت - پرنرنگ بودن نقش تخصص - پرنرنگ بودن برنامه ریزی- تاکید بر</p>	<p>بازدارنده‌های محیطی (T)</p>

<p>رعایت شایسته‌سالاری- تدوین و بازنگری جهت تناسب وظایف و نقش افراد در ارتباط با مأموریت- مرکز کنترل درونی- بومی سازی قوانین معادل با تولید غیرمحدود و استاندارد- دانستن مهارتهای مناسب سازمانی- به‌روز کردن شرح وظائف براساس تغییرات دانشگاه و صنعت- پایین بودن کیفیت فرآیند مدیریت کارآفرینی- آموزش‌های فنی شامل آشنائی با استانداردها- دسترسی به اطلاعات- کافی بودن توانایی برای جذب منابع- همکاری و مشارکت در توسعه سیستم نت</p>	
---	--

در مرحله کدگذاری محوری پس از کدگذاری‌های باز، با استفاده از آزمون میانگین شاخص‌هایی که میانگین نمرات اختصاص داده شده به آن‌ها بزرگ‌تر مساوی ۴ بود (چون طیف پرسشنامه ۵ تایی بوده است، میانگین ۴ و یا بالاتر نشانه درجه اهمیت بیشتر است) به عنوان شاخص‌های نهایی برگزیده شدند (سطح معناداری بالاتر از ۰,۰۵ قابل قبول است). بنابراین در یک غربال‌سازی، بخشی از شاخص‌ها حذف شدند (پرسشنامه، برای تعیین درجه اهمیت هر شاخص است و پس از جمع‌آوری آزمون میانگین گرفته شد و شاخص‌های قابل قبول انتخاب شدند)، نتایج حاصل از غربال‌سازی در جدول (۲) آورده شده است.

جدول ۲. نتایج حاصل از غربال‌سازی

مؤلفه	شاخص
عوامل توسعه‌دهنده (S)	ذهنیت کارآفرینانه
	هوشیاری کارآفرینانه
	چارچوب کارآفرینانه
	استفاده از تغییرات و تحقیق و توسعه
	ظرفیت و پتانسیل پاسخگویی
	تحمل ابهام
عوامل محدودکننده (W)	فرهنگ بکارگیری ایده‌ها
	عدم نوآوری تدریجی
	پیچیدگی ساختارها
	همکاری با نهادهای تحقیقاتی
	ترکیب اطلاعات متنوع
	سردرگمی و ابهام
	ترس از آینده ناموفق
	نداشتن تعهد
	تجربه‌های ناموفق دیگران
	عدم همکاری با پیمانکاران مطمئن
	عدم برنامه ریزی پروژه‌ها
	اهمیت ویژگی و خصوصیات اعضای تیم
	وجود استانداردها و الگوهای مطلوب مالی

مؤلفه	شاخص
محرك‌های محیطی (O)	حرکت به سمت استفاده از فناوری جهت کاهش اتلاف وقت
	وجود استانداردها و الگوهای مطلوب اقتصادی
	افزایش تعداد برنامه‌های کارآفرینی منحصر به فرد
	روند رو به رشد علاقمندان
	بهبود بسترهای مناسب کارآفرینی در حوزه دانشگاه
	وجود ارتباطات اینترنتی و امکان استفاده از آن در هر ساعت شبانه‌روز برای کاربران
بازدارنده‌های محیطی (T)	پایین بودن کیفیت فرآیند مدیریت کارآفرینی
	کمبود ارائه‌دهندگان خدمات مشاوره و راهنمایی در حوزه کارآفرینی دانشگاه
	بروز تغییرات محیطی
	تشدید رقابت
	پایین آمدن تاب‌آوری کارآفرینان به دلیل مسائل اقتصادی
	ترس از آینده اقتصادی، سیاسی و ...
	عدم تخصیص اعتبارات به کارآفرینان

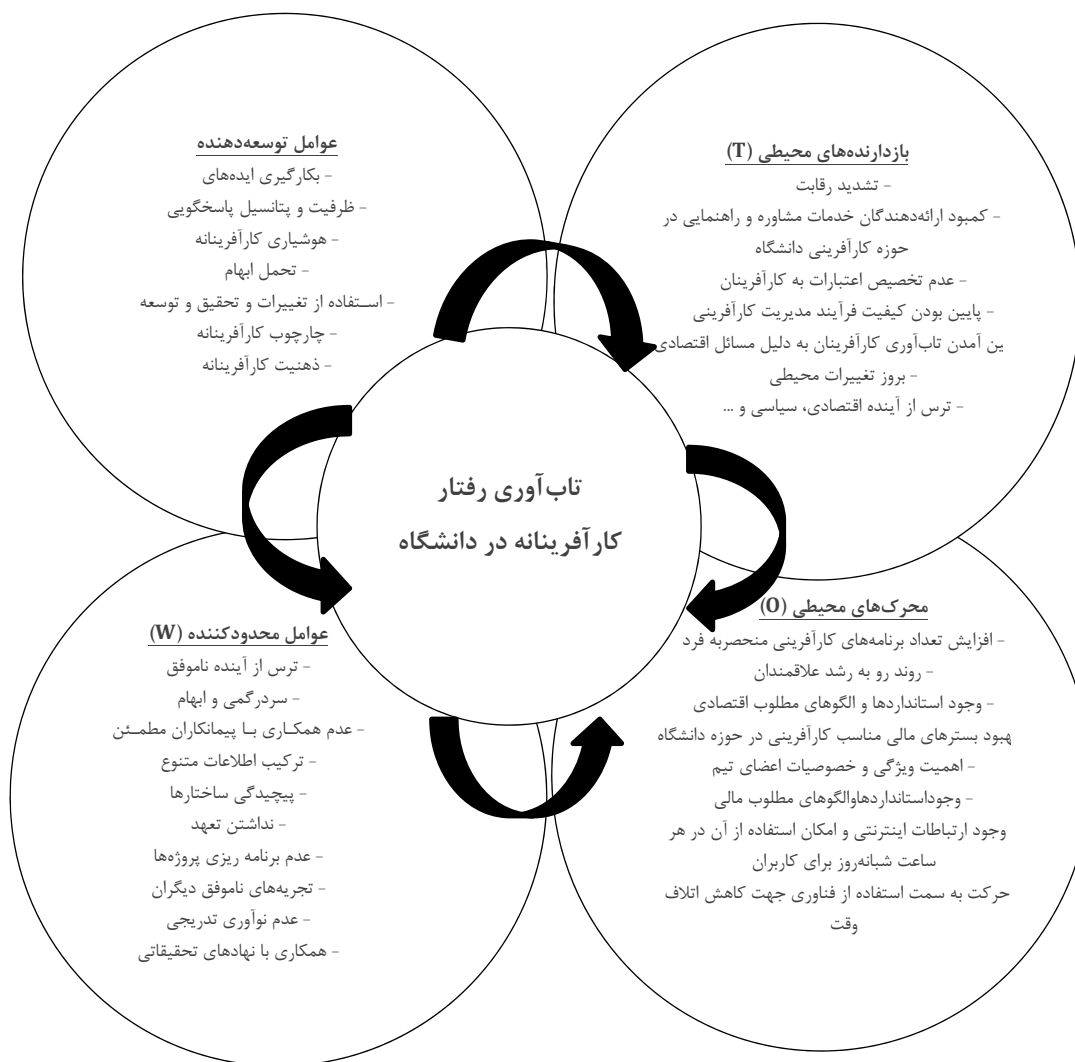
در نهایت کدهای هریک از عوامل به شرح جدول (۳) می‌باشد.

جدول ۳. نتایج حاصل از غربال‌سازی

مؤلفه	شاخص
عوامل توسعه‌دهنده (S)	S ₁ : ذهنیت کارآفرینانه
	S ₂ : هوشیاری کارآفرینانه
	S ₃ : چارچوب کارآفرینانه
	S ₄ : استفاده از تغییرات و تحقیق و توسعه
	S ₅ : ظرفیت و پتانسیل پاسخگویی
	S ₆ : تحمل ابهام
	S ₇ : فرهنگ بکارگیری ایده‌ها
عوامل محدودکننده (W)	W ₁ : عدم نوآوری تدریجی
	W ₂ : پیچیدگی ساختارها
	W ₃ : همکاری با نهادهای تحقیقاتی
	W ₄ : ترکیب اطلاعات متنوع
	W ₅ : سردرگمی و ابهام
	W ₆ : ترس از آینده ناموفق
	W ₇ : نداشتن تعهد
W ₈ : تجربه‌های ناموفق دیگران	
W ₉ : عدم همکاری با پیمانکاران مطمئن	
W ₁₀ : عدم برنامه ریزی پروژه‌ها	

O ₁ : اهمیت ویژگی و خصوصیات اعضای تیم	محرك‌های محیطی (O)
O ₂ : وجود استانداردها و الگوهای مطلوب مالی	
O ₃ : حرکت به سمت استفاده از فناوری جهت کاهش اتلاف وقت	
O ₄ : وجود استانداردها و الگوهای مطلوب اقتصادی	
O ₅ : افزایش تعداد برنامه‌های کارآفرینی منحصربه فرد	
O ₆ : روند رو به رشد علاقمندان	
O ₇ : بهبود بسترهای مالی مناسب کارآفرینی در حوزه دانشگاه	
O ₈ : آلات وجود ارتباطات اینترنتی و امکان استفاده از آن در هر ساعت شبانه‌روز برای کاربران	
T ₁ : پایین بودن کیفیت فرآیند مدیریت کارآفرینی	بازدارنده‌های محیطی (T)
T ₂ : کمبود ارائه‌دهندگان خدمات مشاوره و راهنمایی در حوزه کارآفرینی دانشگاه	
T ₃ : بروز تغییرات محیطی	
T ₄ : تشدید رقابت	
T ₅ : پایین آمدن تاب‌آوری کارآفرینان به دلیل مسائل اقتصادی	
T ₆ : ترس از آینده اقتصادی، سیاسی و ...	
T ₇ : عدم تخصیص اعتبارات به کارآفرینان	

پس از بحث و بررسی درباره نتایج به دست آمده از کدگذاری باز و محوری، مشورت با متخصصان و صاحب‌نظران موضوع و مرور و بررسی مکرر نتایج پژوهش در خصوص مفاهیم، زیر طبقات و طبقات اصلی تاب‌آوری رفتار کارآفرینانه در دانشگاه به صورت شکل (۱) به دست آمد.



شکل ۱. تاب‌آوری رفتار کارآفرینانه در دانشگاه

بحث و نتیجه گیری

نتایج پژوهش نشان داد که پدیده محوری تاب‌آوری رفتار کارآفرینانه در دانشگاه دارای چهار بعد محرک‌های محیطی، عوامل توسعه دهنده، بازدارنده‌های محیطی و عوامل محدود کننده است. برای افزایش تاب‌آوری رفتار کارآفرینانه در دانشگاه راهبرد مالی و قانونی، راهبرد عملیاتی، راهبرد بین‌المللی و راهبرد سیاست‌گذاری نیاز است که به پیامدهای اقتصادی، علمی و فرهنگی در سطح کشور منجر می‌شود. زمینه‌های مالی و اقتصادی، پشتیبانی و سیاست‌گذاری‌های مناسب در محیط متغیر و فضای رقابتی شدید به راهبردهای تاب‌آوری رفتار کارآفرینانه در دانشگاه کمک می‌کند تا با شرایط مناسب عملیاتی شود. در این زمینه و موانع علمی، انسانی، مدیریتی، قانونی، ساختاری و مالی مطرح است که با شناسایی و رفع آن‌ها می‌توان به بهبود ابعاد تاب‌آوری رفتار کارآفرینانه در دانشگاه و راهبردهای اساسی کمک کرد. نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش (Zare davijani et al, 2023) (Heydary et al, 2023) (Karimi et al, 2022) (Fernandez et al, 2022) (Buruj Ali, 2022) (Khodaparast et al, 2022) (Tabares et al, 2021) (Nazari et al,)

(Al-Haddad et al, 2019) (Hasani et al, 2019) (Towers et al, 2020) (Badzaban et al, 2020) (2020) (Osborne & Gaebler, 2018) مطابقت دارد. (Fernandez et al, 2022) به بررسی تاب آوری کارآفرینی: مطالعه موردی بر روی دانشجویان دانشگاه پرداختند. نتایج نشان می‌دهد که تاب آوری از طریق فرآیندهای درون فردی و برون فردی ساخته می‌شود. این فرآیندها مجموعه‌ای از ابعاد استراتژیک مرتبط با رفتار کارآفرینانه را تشکیل می‌دهند که برای ساخت پروژه‌های شخصی استفاده می‌شود. (Hasani et al, 2019) به این نتیجه رسیدند که ابعاد کارآفرینی دانشگاهی عبارتند از: بعد ساختاری شامل سه مؤلفه چشمانداز کارآفرینانه، ساختار حمایتی و نظام پژوهشی، بعد فرایندی شامل دو مؤلفه رهبری کارآفرینانه و فرایند تجاریسازی، بعد رفتاری شامل دو مؤلفه قابلیت ارتباطی و شبکه‌سازی و فرهنگ نوآوری و بعد توسعه‌ای شامل سه مؤلفه شایستگی‌های کارآفرینانه، برنامه‌ریزی درسی و فرایند یاددهی-یادگیری. (Osborne & Gaebler, 2018) به این نتیجه رسیدند که تأثیر دوره آموزش تاب‌آوری بر کارآفرینی دانشجویان بطور چشمگیری منفی بوده است. آن‌ها اظهار می‌دارند که تأثیر منفی این دوره بر قصد دانشجویان برای کارآفرین شدن می‌تواند به این دلیل باشد که این آموزش‌ها به آنها دید واقع بینانه‌تری نسبت به آنچه برای شروع یک کسب و کار مورد نیاز است، می‌دهد. بطور غیرمستقیم نیز ممکن است شرکت کنندگان این دوره خوش‌بینی (بیش از حد) خود را از دست داده باشند و این ممکن است باعث علاقه کمتر آنها به کارآفرینی شده باشد.

یافته‌های پژوهش نشان داد که از دیدگاه متخصصان و صاحب‌نظران مورد مطالعه در حوزه کارآفرینی، با توجه به تحلیل پدیده اصلی یعنی تاب‌آوری رفتار کارآفرینانه در دانشگاه، مشخص شد که این پدیده در چهار بعد محرک‌های محیطی، عوامل توسعه دهنده، بازدارنده‌های محیطی و عوامل محدود کننده قابل بررسی است. از دیدگاه افراد مورد مطالعه، عوامل توسعه‌دهنده شامل ذهنیت کارآفرینانه، هوشیاری کارآفرینانه، چارچوب کارآفرینانه، استفاده از تغییرات و تحقیق و توسعه، ظرفیت و پتانسیل پاسخگویی، تحمل ابهام و فرهنگ بکارگیری ایده‌ها است. گرایش به توسعه کارآفرینی ترکیبی از پویایی منابع، منحصربه‌فرد بودن و همکاری است و به کارگیری چنین منابعی برای فارغ‌التحصیلات دانشگاه‌ها امری دشوار است و فقط افرادی که در دستیابی به منابع انعطاف‌پذیر هستند، می‌توانند آن‌ها را به کار گیرند و با موفقیت با محیط در حال تغییر خود هماهنگ شوند. ساختار حمایتی اجازه دسترسی و استفاده از منابع بدون داشتن آنها را می‌دهد و چنین ساختاری به‌ویژه برای تاب‌آوری و گسترش فعالیت حائز اهمیت است. همچنین دولت‌ها می‌توانند با ارائه تضمین سرمایه‌گذاری به کارآفرینان برای تشویق به منظور آزمایش کردن نوع جدیدی از فعالیت‌های اقتصادی نقش مهمی داشته باشند و سیاست دولت برای ترویج کارآفرینی باید عدم اطمینان و هزینه‌های مبادله را کاهش دهد. جهت‌گیری استراتژیک در کارآفرینی بر درک فرصت‌های بازار تمرکز دارد. چنین جهت‌گیری به دانشگاه برای ایجاد محیطی که بهتر بتواند از دانش و اطلاعات جدید استفاده کند، کمک می‌کند.

از دیدگاه افراد مورد مطالعه، بعد عوامل محدود کننده شامل عدم نوآوری تدریجی، پیچیدگی ساختارها، همکاری با نهادهای تحقیقاتی، ترکیب اطلاعات متنوع، سردرگمی و ابهام، ترس از آینده ناموفق، نداشتن تعهد تجربه‌های ناموفق دیگران، عدم همکاری با پیمانکاران مطمئن، عدم برنامه‌ریزی پروژه‌ها است. تحقق موفقیت‌آمیز کارآفرینی مستلزم تعهد و مدیریت عالی در سرتاسر تلاش‌های کارآفرینی است. ابراز خصوصیات مثبت و سازنده از مهمترین الزامات ایجاد فرهنگ تاب‌آوری در فارغ‌التحصیلان است. چالش بیشتر فارغ‌التحصیلان ایجاد نوعی ظرفیت از طریق ایجاد فضایی است

که در آن فرهنگ کارآفرینی تشویق می‌شود. یکی از حیاتی‌ترین دلایل برای ناتوانی افراد به‌منظور استفاده اثربخش از دانش، نبود تعهد است. گفتنی است که افرادی که سریع‌تر با محیط هماهنگ می‌شوند، سطح بالاتری از گرایش کارآفرینی را از خود نشان می‌دهند، به‌گونه‌ای که تمایل دارند در بازارهای مختلف فعالیت کنند و میزان فعالیت بیشتری داشته باشند. عوامل داخلی و خارجی بر سطح تاب‌آوری کارآفرینانه افراد بسیار مؤثرند و هرچقدر سطح تمایل به کارآفرینی بالاتر برود، عملکرد هم بهتر می‌شود. یکی از دلایل اصلی سرعت پیشرفت توسعه فناوری در کشورهای صنعتی توجه به فرایند تجاری‌سازی نتایج تحقیقات دانشگاهی بوده است. علیرغم آنکه تجاری‌سازی بر عهده دانشگاه‌ها نیست، اما در سال‌های اخیر دانشگاه‌ها برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای نوپا مشتاق بوده‌اند و از آن‌ها حمایت می‌کنند. باید توجه داشت که دانشگاه‌ها سال‌ها به‌عنوان پشتیبان صنایع مطرح بوده و حالا خود به تجاری‌سازی ایده‌ها و نوآوری روی آورده‌اند.

بر اساس یافته‌های به‌دست آمده از دیدگاه افراد مورد مطالعه، بعد محرک‌های محیطی شامل اهمیت ویژگی و خصوصیات اعضای تیم، وجود استانداردها و الگوهای مطلوب مالی، حرکت به سمت استفاده از فناوری جهت کاهش اتلاف وقت، وجود استانداردها و الگوهای مطلوب اقتصادی، افزایش تعداد برنامه‌های کارآفرینی منحصربه‌فرد، روند رو به رشد علاقمندان، بهبود بسترهای مناسب کارآفرینی در حوزه دانشگاه، وجود ارتباطات اینترنتی و امکان استفاده از آن در هر ساعت شبانه‌روز برای کاربران است. رویکرد فرصت محور به کارآفرینی و برخی عوامل مؤثر شامل فرهنگ کارآفرینانه، خلاقیت و نوآوری، نهادها و شبکه‌های علمی (انواع روابط شبکه، قدرت ارتباطات شبکه و فعالیت شبکه) از عوامل اثرگذار و بنیادی بر کارآفرینی فارغ‌التحصیلان هستند. شبکه‌ها بر توسعه و بهره‌برداری فرصت‌ها تأثیر می‌گذارند و افزایش عملکرد را در پی دارد. همچنین تعامل موجب ترویج اشتراک‌گذاری دانش و یادگیری می‌شود. تقویت ارتباطات از مواردی است که می‌تواند در توسعه بحث کارآفرینی دانشگاهی مهم باشد؛ یعنی ارتباطات و تعاملات دانشگاه با محیط داخل و خارج سازمان باید از حالت سنتی خارج و به آن سرعت بخشیده شود.

بر اساس دیدگاه افراد مورد مطالعه، بعد بازدارنده‌های محیطی شامل پایین بودن کیفیت فرآیند مدیریت کارآفرینی، کمبود ارائه‌دهندگان خدمات مشاوره و راهنمایی در حوزه کارآفرینی دانشگاه، بروز تغییرات محیطی، تشدید رقابت، پایین آمدن تاب‌آوری کارآفرینان به دلیل مسائل اقتصادی، ترس از آینده اقتصادی، سیاسی و ... عدم تخصیص اعتبارات به کارآفرینان است. این بعد نشان‌دهنده آن است که کارآفرینی دانشگاهی باید پیوسته توسعه را دنبال کند و این نیازمند به‌کارگیری و توجه به ویژگیهای توسعه‌دهنده جهت پوشش بازدارنده‌های محیطی است.

تحقق اهداف مرتبط با ابعاد مطرح شده، گزینه‌های مناسبی، فراروی سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان دانشگاهی قرار می‌دهد که در صورت به‌کارگیری صحیح، شرایط را برای ایجاد، گسترش و تقویت کارآفرینی دانشگاهی فراهم می‌کند. برای نیل به هدف نهایی به راهبردهای مناسب نیاز است. حضور فارغ‌التحصیلان در بازار از نظر ذاتی از کسب‌وکارهای عادی متمایز است و این تمایز فرایند گزینش راهبردهای مطلوب را به سبب دخیل ساختن پارامترهای متفاوت در خصوص محیط کسب‌وکار تغییر می‌دهد. در بسیاری از پژوهش انجام شده راهبرد مالی و قانونی، راهبرد عملیاتی و راهبرد سیاست‌گذاری به‌عنوان راهبردهای مناسب برای کارآفرینی دانشگاهی شناسایی شدند. گزینش راهبرد به‌طور ذاتی فرایندی پیچیده و همراه با الزامات متعدد است. این پیچیدگی به‌ویژه برای فارغ‌التحصیلان دانشگاهی، به سبب افزایش

تعداد پارامترهای اثرگذار بر فرایند تصمیم‌گیری با چالش روبروست. این راهبردها ضمن آنکه تحت تأثیر ابعاد چهارگانه شناسایی شده برای کارآفرینی دانشگاهی هستند، تحت تأثیر شرایط مداخله‌گر و زمینهای حاکم نیز قرار دارند. طبق پژوهش انجام شده تأثیر راهبردها بر نتایج و پیامدهای کارآفرینی دانشگاهی قابل توجه است. یکی از مهمترین راهبردهای شناسایی شده، راهبرد مالی و قانونی است. برای این منظور نیاز است تا جذب سرمایه‌گذاران صورت گیرد. همچنین درک و پیاده‌سازی راهبرد مالی و قانونی نیازمند بهروزرسانی است. کارآفرینی، تجهیز، سازمان‌دهی و مدیریت منابع در جهت علمی ساختن راهبرد است و در این خصوص نیز یک راهبرد نیازمند شفافیت، صراحت، سیاست‌ها و برنامه‌های معطوف به این جنبه است. اصلاحات ساختاری و تغییر در قوانین برای تسهیل فرایند کارآفرینی و حمایت مالی، فنی، اطلاعاتی و مدیریتی به‌منظور تجهیز منابع برای کارآفرینان لازم است. برای موفقیت و افزایش تاب‌آوری فالتحصیلان دانشگاهی ضرورت دارد تا اطلاعات و آگاهی از قوانین، افزایش یابد و سیاست‌گذاری‌های تشویقی و قوانین حمایتی تدوین و با متناسب‌سازی قوانین و مقررات و تأمین منابع مالی و حمایت‌های بودجه‌ای زمینه برای نیل به اهداف فراهم شود. همچنین تدوین و حمایت از قوانین مالکیت فکری زمینه لازم برای ایده پردازی و اختراع را فراهم می‌سازد. از راهبردهای دیگر در این زمینه راهبرد عملیاتی است. اهمیت این راهبرد ناشی از اتکای روزافزون مدیران کسب‌وکار به تعاملات تجاری و تلاش برای طراحی سازوکارهای موفقیت در تجارت است. از تجاری‌سازی به‌عنوان مهمترین مأموریت دانشگاه کارآفرین یاد می‌شود. از جمله راهکارهای این راهبرد اولویت‌سنجی پژوهش‌ها، برنامه‌ریزی آموزشی کارآفرینی، ایجاد پارک‌های علم و فناوری، ایجاد مراکز رشد، ایجاد شبکه یادگیری، ایجاد شرکت‌ها و نهادهای چندملیتی، ایجاد شبکه‌های انتقال فناوری، ایجاد شبکه‌های منطقه‌ای و بین‌المللی کارآفرینی دانشگاهی، ایجاد دفاتر ارتباط با صنعت و دانشگاه، ایجاد شبکه دولت و دانشگاه، ایجاد شبکه‌های کارآفرینی و همکاری نهادی میان آن‌ها، نهادهای آموزشی و پژوهشی و نوآوری است. بنابراین، به‌منظور توسعه تجاری‌سازی باید واحدهای نوین دانشگاهی از قبیل مراکز رشد، پارک‌های علمی و تحقیقاتی و دفاتر انتقال فناوری را ایجاد کرد. دیگر راهبرد برای موفقیت کارآفرینی دانشگاه، راهبرد بین‌المللی است. بخشی از این راهبرد در جهت تقویت وضعیت بین‌المللی شدن دانشگاه در ارتباط با عوامل و فرایندهای مختلف است که می‌تواند از طریق اجرای طرح بین‌المللی شدن صورت گیرد که عمدتاً با قصد، چشم‌انداز و برنامه‌ریزی استراتژیک و با انتخاب بهترین روش فعالیت با اقدامات واقعی در زمینه‌های مختلف بین‌المللی شدن در کلیه سطوح کارکردهای آموزشی، پژوهشی و خدمات تخصصی است. ایجاد راهکارهای مناسب برای آگاهی از محیط بین‌المللی و پارادایم بین‌المللی و ایجاد ساختار شبکه‌ای بین‌المللی و اقدامات مناسب برای نیازسنجی بین‌المللی و در کنار آن یادگیری بین‌المللی و افزایش شناخت فرهنگ و بازارهای بین‌المللی و تقویت ارتباطات بین‌المللی در این زمینه ضرورت دارد. راهبرد سیاست‌گذاری یکی دیگر از راهبردها در این زمینه است. حضور در بازارها نیازمند قابلیت‌های ذاتی کسب‌وکار برای واکنش به شرایط در حال تغییر محیطی و توانمندی در ارائه پاسخ‌های بهنگام و کارا از نظر داخلی و خارجی یا همان هوشمندی رقابتی است. هوشمندی رقابتی حاصل پایش مستمر و هدفمند محیط رقابتی است که به اخذ تصمیمات بهینه و ایجاد ارزش برای کسب‌وکار منجر می‌شود. از جمله راهکارهای مورد استفاده در این زمینه ایجاد تیم‌های مدیریتی باتجربه و ارتباط با بازار و صنعت داخلی است و همچنین با ایجاد ارتباط با نهادهای اقتصادی و مشارکت فعال در توسعه اقتصادی می‌توان زمینه نیل به اهداف را مهیا کرد. در این خصوص، به مسئولان و مدیران مرتبط با امر کارآفرینی دانشگاهی

پیشنهاد می‌شود که برای توسعه ارتباط با دانشگاهها، دولت، صنعت و جامعه، به گسترش ساختارهای واسطه‌ای و شبکه‌ای و حمایتی نیاز است که با امور تجاری‌سازی دانش نیز مرتبط است و این امر می‌تواند در توسعه فعالیتهای کارآفرینانه مؤثر باشد. برای تحقق این کارکردها نظام دانشگاهی ضمن تدوین و شفاف‌سازی قوانین و سازوکارهای مرتبط، باید ساختارهای حمایتی لازم را طراحی کند. همچنین تشکیل هسته‌های مدیریتی با مشارکت کادر آموزشی توانمند کارآفرینی و استفاده از تیم متخصص و کارآمد می‌تواند زمینه‌های لازم برای توسعه کارآفرینی دانشگاهی و افزایش تاب‌آوری را فراهم سازد. با بازنگری و تدوین استراتژیهای سازمانی دانشگاه و پس از اجرایی شدن پیشنهادها مذکور و بررسی کامل محیط بیرونی و قابلیتهای منحصر به فرد دانشگاه، برای توسعه کارآفرینی دانشگاهی می‌توان اقدام کرد. در نهایت، توسعه تجاری‌سازی تحقیقات دانشگاهی، توجه به سرعت بین‌المللی شدن و بازاریابی بین‌المللی تحقیقات دانشگاهی، ایجاد شهرت و مشروعیت دانشگاهی برای فعالیت در عرصه ملی از عوامل اثرگذار بر اجرای مؤثر کارآفرینی دانشگاهی و افزایش تاب‌آوری فارغ‌التحصیلان هستند.

پژوهش حاضر دستاوردهای نظری و کاربردی مناسبی برای تاب‌آوری رفتار کارآفرینانه در دانشگاه دارد که در ادامه تشریح شده‌اند.

دستاوردهای نظری: این پژوهش با مفهوم‌سازی و شناسایی عوامل مؤثر بر تاب‌آوری رفتار کارآفرینانه در دانشگاه و پیامدهای کارآفرینی دانشگاهی، پژوهشگران، صاحب‌نظران و متخصصان حوزه کارآفرینی دانشگاهی را با مفهوم و عوامل زمینه‌ساز و پیامدهای کارآفرینی دانشگاهی آشنا ساخت. علاوه بر این، انتظار می‌رود که این پژوهش با شناسایی راهبردهای مناسب برای کارآفرینی دانشگاهی به ارتقای دانش و آگاهی سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان و پژوهشگران حوزه کارآفرینی دانشگاهی و همچنین ادبیات آن کمک کند. در نهایت، این پژوهش از نظر روش‌شناسی دستاوردهای مناسبی در حوزه کارآفرینی دانشگاهی و تاب‌آوری رفتار کارآفرینانه در دانشگاه دارد، چراکه از طرح روش‌شناسی نظریه برپایه (نظریه زمینه‌ای) بهره گرفته شده است. این طرح پژوهشی کمتر در پژوهش‌های حوزه کارآفرینی دانشگاهی دیده شده است؛ بنابراین، این مطالعه می‌تواند هدایت‌گر پژوهشگران در استفاده از این روش پژوهش باشد.

دستاوردهای کاربردی: سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان، مدیران و صاحبان شرکتهای دانش‌بنیان دانشگاهی می‌توانند از دانش و آگاهی به‌دست‌آمده از این پژوهش برای کارآفرینی دانشگاهی استفاده کنند. برای رسیدن به این مهم باید راهبردها و راهکارهای مناسبی تدوین و در قالب برنامه‌هایی متناسب با شرایط ملی به کار گرفته شوند. در این پژوهش در قالب یک هدف اصلی برای تاب‌آوری رفتار کارآفرینانه در دانشگاه فنی حرفه‌ای استان البرز اقدام و برای هر کدام از این راهبردها چند راهکار اجرایی پیشنهاد داده شد. در واقع، این راهکارها می‌توانند به سیاست‌گذاران، مدیران، برنامه‌ریزان و صاحبان دانشگاه در پیاده‌سازی مدل کارآفرینی دانشگاهی کمک کنند.

با توجه به نتایج پژوهش پیشنهادهای زیر ارائه گردید:

برای راهبرد مالی و قانونی راهکارهایی نظیر آگاهی از قوانین ملی، منطقه‌ای، بهره‌گیری از قوانین حمایتی، متناسب‌سازی قوانین و مقررات و حمایت‌های بودجه‌ای و مالی پیشنهاد می‌شود. برای راهبرد عملیاتی راهکارهایی نظیر اولویت‌سنجی پژوهش‌ها، برنامه‌ریزی آموزشی کارآفرینی، ایجاد پارک‌های علم و فناوری، ایجاد مراکز رشد، ایجاد شبکه یادگیری، ایجاد شرکت‌ها و نهادهای چندملیتی، ایجاد شبکه‌های انتقال فناوری، ایجاد شبکه‌های منطقه‌ای و بین‌المللی کارآفرینی

دانشگاهی، ایجاد دفاتر ارتباط با صنعت و دانشگاه، ایجاد شبکه دولت و دانشگاه، ایجاد شبکه‌های کارآفرینی و همکاری نهادی بین آن‌ها، نهادهای آموزشی و پژوهشی و نوآوری پیشنهاد می‌شود. برای راهبرد بین‌المللی راهکارهایی نظیر آگاهی از محیط بین‌المللی، پارادایم بین‌المللی، ساختار شبکه‌ای بین‌المللی، نیازسنجی بین‌المللی، یادگیری بین‌المللی، شناخت فرهنگ بین‌المللی، شناخت بازارهای بین‌المللی و ارتباطات بین‌المللی پیشنهاد می‌شود. برای راهبرد سیاست‌گذاری راهکارهایی نظیر هوشمندی رقابتی، ساختار تیم‌های مدیریتی باتجربه، ارتباط با بازار و صنعت داخلی، ارتباط با نهادهای اقتصادی و مشارکت در توسعه اقتصادی پیشنهاد می‌شود.

Reference

- Arce, E., & Hitchcock, C. (2019), Association between individual differences in self-reported emotional resilience and the affective perception of neutral faces. *Journal of Affective Disorders*, 114, 286-293. DOI: 10.1016/j.jad.2008.08.015
- Badzaban, F., & Rezaei-Moghaddam, K., & Fatemi, M. (2020). Analyzing the Resilience of Rural Women Entrepreneurs by Connor-Davidson Scale. *Science and Technology Policy Letters*, 10(1), 39-50 DOI: 20.1001.1.24767220.1399.10.1.3.4 (In Persian).
- Bulmash, B. (2016). Entrepreneurial Resilience: Locus of control and well-being of "entrepreneurs. *Journal of Entrepreneurship & Organization Management*. 5 ,171-177. DOI:10.4172/2169-026X.1000171
- Buruj Ali, A. (2022). The mediating role of market orientation in the relationship between social skills and organizational entrepreneurship in Nab Steel Company. *Journal of value creating in Business Management*, 2(2), 34-50. doi: 10.22034/jbme.2022.360426.1036. (in Persian)
- Cantino, V., & Devalle, A., & Cortese, D., & Ricciardi, F., & Longo, M. (2017)., "Place-based network organizations and embedded entrepreneurial learning: Emerging paths to sustainability", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 23, Issue 3, pp. 504–523.
- Chitsazan, H., & Davari, A., & Jalali, M. (2018). Assessing Factors Affecting Small and Medium Enterprises' Resilience Capacity (A study of Automotive Suppliers). *Journal of Entrepreneurship Development*, 11(3), 421-440. doi: 10.22059/jed.2018.246822.652417. (In Persian).
- Davali. M., & Razavi, R., & Masoom Zadeh Jozdani. R. (2022). The impact of information technology and innovation on performance with the mediation of organizational entrepreneurship (case study: Capital Bank). *Industrial Technology Development Quarterly*. Number 48. pp. 63-76 (in Persian)
- Ebrahimi, S. (2017). Investigating the relationship between entrepreneurs' resilience and business continuity, the 12th National Congress of Progress Pioneers, Tehran. <https://civilica.com/doc/845294>. (In Persian).
- Fatoki, O. (2018). The Impact of Entrepreneurial Resilience on the Success of Small and Medium Enterprises in South Africa. *Sustainability* ,10 (7) ,20-37. DOI:10.3390/su10072527
- Fernández E.M., & Cárdenas-Gutiérrez, A.C., & Bernal-Guerrero, A. (2022). Entrepreneurial Resilience: A Case Study on University Students. *Int J Environ Res Public Health*. 19(5):2589. DOI: 10.3390/ijerph19052589
- Hassani, Z., & Abolghasemi, M., & Moshabaki Esgahani, A. (2018). Provide a university entrepreneurship model for the technical and vocational college. *Journal of Research in Educational Systems*, 12(Special Issue), 1213-1234. (In Persian).
- Heydari, M., Tabarsa, G., & Sheykh-aleslami kandolosi, N. (2023). Designing a model of resilience in government organizations of Kermanshah province. *Management and Educational Perspective*, 5(3), doi: 10.22034/jmep.2023.402648.1211. (In Persian).
- Hermawan, I., & Suharnomo, S., & Perdhana, M S. (2021)., "Inimitable Based Innovative Entrepreneurship As Mediation Concepts of Information Technology Roles On Organizational Performance", *Business: Theory And Practice*, Vol. 22, Issue 2, pp. 380–391. DOI:10.3846/btp.2021.13036
- khodaparast, M., & Mahmoudi, N., & Ehtesham, M. (2022). Presenting a suitable model for psychological resilience of employees of stock exchange brokerages in Tehran. *Journal of value*

- creating in Business Management, 2(3), 43-60. doi: 10.22034/jbme.2022.376955.1043. (In Persian).
- Morisse, M (2018). Resilience in the entrepreneurial social technical system of bitcoin. Journal of Information Systems, 13 (1), 3-26. DOI:10.4301/S1807-17752016000100001
- Nazari, S., & Solati, N., & Gramiganjeh, A. (2020) The relationship between entrepreneurial marketing dimensions and the performance of private sports clubs in Tehran. Strategic studies of sport and youth. Number forty-four. pp. 23-51. <https://civilica.com/doc/1411616>. (In Persian).
- Osborne, D., & Gaebler, T. (2018). Reinventing government: How the entrepreneurial spirit is transforming the public sector, Reading: Addison-Wesley.
- Rezai Moghadam, K., & Masoumi, E. (2017). Sustainable rural entrepreneurship: a response to the consequences of the boundless development of entrepreneurship in rural areas. Journal of Entrepreneurship in Agriculture, fifth year, number 2, pp. 83-104. 10.22069/jead.2018.15243.1338. (In Persian).
- Strenberg, Robert J. (2006). The Nature of Creativity. Creativity Journal Research, 18(1), 87-98. DOI:10.1207/s15326934crj1801_10
- Tabares, A., & Chandra, Y., & Álvarez, C., & Escobar-Sierra, M. (2020). Opportunity-related behaviors in international entrepreneurship research: a multilevel analysis of antecedents, processes, and outcomes. International Entrepreneurship and Management Journal, 1-48. DOI: 10.1007/s11365-020-00636-3
- Talari, M., & Fallah, M.R., & Hosseinkhani, M. (2021). Examining the role of entrepreneurial orientation in the success of new products of knowledge-based companies with an emphasis on two-way marketing. Modern Marketing Research, Year 11, Issue 1, Serial Number (40), pp. 157-178. 10.22108/nmrj .2021.124800.2225(In Persian)
- Towers, N., & Setyo Santoso, A., & Sulkowski, N., & Jameson, J. (2020). Entrepreneurial capacity-building in HEIs for embedding entrepreneurship and enterprise creation – a tripartite approach. International Journal of Retail & Distribution Management ahead-of-print(ahead-of-print). DOI:10.1108/IJRDM-06-2019-0185
- Vermziari, H., & Imani, B. (2017). Resilience analysis of rural businesses in Malekan city. Entrepreneurship Development, 1(10), pp. 181-200. SID. <https://sid.ir/paper/131278/fa>. (In Persian).
- Wales, W. J., & Covin, J. G., & Monse, E. (2020). Entrepreneurial orientation: The necessity of a multilevel conceptualization. Strategic Entrepreneurship Journal, 14(4), 639-660 <https://doi.org/10.1002/sej.1344>
- Zare davijani, A., & Khanzadi, K., & Navehebrahim, A., & Soleimani, N. (2023). Identifying factors affecting the weakening of entrepreneurship in graduates of Payam Noor universities in Tehran province. Management and Educational Perspective, 5(2), 168-194. doi: 10.22034/jmep.2023.396987.1191