

## الگوی سویگانی نگاشت شناختی زیست‌بوم کارآفرینی دانشجویی در آموزش عالی کشاورزی

محمد شریف شریف‌زاده<sup>۱\*</sup>، غلامحسین عبدالله‌زاده<sup>۱</sup>، فاطمه رجبیان غریب<sup>۲</sup>

۱- استاد، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان، گلستان، ایران.

۲- دانش‌آموخته دکتری آموزش کشاورزی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان، ایران

### چکیده

هر چند کارآفرینی دانشجویی نقش مهمی در تحقق مأموریت‌های دانشگاه کارآفرین دارد، با این حال، تا کنون کمتر به آن پرداخته شده است. این پژوهش با هدف عارضه‌یابی و بهبود زیست‌بوم کارآفرینی دانشجویی در آموزش عالی کشاورزی انجام شد. این پژوهش با بهره‌گیری از دو روش تحقیق در قالب یک طرح تحقیق پیاپی به انجام رسید. در آغاز، با تشکیل گروه کانونی متشکل از گروهی از دست‌اندرکاران زیست‌بوم کارآفرینی دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان ( $N=22$ )، نسبت به عارضه‌یابی کارآفرینی دانشجویی به عنوان یک موقعیت مساله‌مند اقدام شد. نتیجه کار، شناسایی ۶۴ مساله بود که در قالب الگوی تحلیلی سویگانی، در سه سوپه‌ی: (الف) محتوای پدیده ( $i=21$ )، (ب) فرآیند شکل‌گیری پدیده ( $i=21$ )، و (ج) زمینه شکل‌گیری پدیده ( $i=22$ ) دسته‌بندی شد. در گام تحلیلی از رویکرد توسعه و تحلیل گزینه‌های راهبردی با رویکرد ساخت‌دهی مساله و تحقیق عملیات نرم به‌منظور نگاشت شناختی سویگان زیست‌بوم کارآفرینی دانشجویی بهره گرفته شد. در این مرحله، بهبود زیست‌بوم کارآفرینی دانشجویی به‌عنوان هدف کلی تحلیل راهبردی تعریف شد. در نتیجه‌ی نگاشت شناختی و تحلیل‌های مرکزی و دامنه‌ای با کمک نرم‌افزار Decision Explorer سه نقشه راهبردی برای هر یک از سویگان سه‌گانه زیست‌بوم کارآفرینی دانشجویی ترسیم شد. با توجه به یافته‌های پژوهش در نگاشت شناختی غنابخشی محتوایی فعالیت‌های کارآفرینی دانشجویی، ضعف محتوایی و ساختاری طرح کسب‌وکار مبتنی بر الگوها/بوم‌های کسب‌وکار جدید با امتیاز دامنه‌ای ۱۰ و مرکزی ۱۵/۲۱، در نگاشت شناختی بهبود ساختار فرآیندی کارآفرینی دانشجویی، نقش‌آفرینی ناکارآمد مشاوران کارآفرینی با امتیاز دامنه‌ای ۱۵ و مرکزی ۱۸/۲۱ و در نگاشت شناختی ساماندهی محیط توانمندساز برای کارآفرینی دانشجویی، عدم تکامل مأموریت کارآفرینی دانشگاه هم‌پای آموزش و پژوهش با امتیاز دامنه‌ای ۱۳ و مرکزی ۱۶/۲۲، به‌عنوان موضوع‌های مهم و کلیدی در نظر گرفته شدند. بر مبنای این یافته‌ها، برای هر نگاشت شناختی، راهبردهایی برای بهبود زیست‌بوم کارآفرینی دانشجویی در آموزش عالی کشاورزی ارائه شدند.

نمایه واژگان: آموزش عالی کشاورزی، زیست‌بوم کارآفرینی، کارآفرینی دانشجویی، تحلیل گزینه‌های راهبردی

نویسنده مسئول: محمد شریف شریف‌زاده

رایانامه: sharifzadeh@gau.ac.ir

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۳/۳۱

تاریخ ارسال: ۱۴۰۳/۰۱/۱۴

## مقدمه

گذار به سمت دانشگاه کارآفرین در آموزش عالی کشاورزی همانند دیگر زمینه‌های آموزش عالی مورد تاکید پژوهشگران و سیاست‌گذاران قرار گرفته است (برادران و همکاران، ۱۳۹۶). در این راستا، نیاز است متناسب با لازمه‌های آموزش عالی کشاورزی، راهبردهای حمایتی برای تحقق آموزش کارآفرینانه کشاورزی (موحد محمدی و همکاران، ۱۳۹۸) با محوریت هموارسازی یادگیری تجربی به‌عنوان جوهره آموزش کارآفرینی (میرزایی و علی‌بیگی، ۱۳۹۴) که نیازمند فراهم آوردن یک محیط آموزشی برای مشارکت عملی دانشجویان با هدف دستیابی به صلاحیت‌های مورد نیاز در تمرین کارآفرینی و کسب‌وکار است (عباسی و همکاران، ۱۳۹۷) و می‌تواند موجب شکل‌دهی نیت کارآفرینانه آنان برای ترسیم و پیمودن یک مسیر شغلی کارآفرینانه باشد (ویسی‌نژاد و اطهری، ۱۴۰۲)، معرفی و پیاده شود.

برای ارتقای مقیاس دانشگاه کارآفرین، شکل‌گیری زیست‌بوم کارآفرینی دانشگاه‌محور ضروری است. این زیست‌بوم زمانی شکل می‌گیرد که با محوریت دانشگاه، سرریزهای دانش، از جمله از طریق انتقال فناوری، مجموعه‌ای از دستاوردهای مرتبط با یک یا چند زمینه یا بخش فناوری‌های خاص (همانند فناوری‌های مالی، فناوری‌های دفاعی، فناوری‌های زیستی و غیره) بدست می‌آید (اوربانو و گوئررو، ۲۰۱۳). زیست‌بوم‌های کارآفرینی ترکیبی از عنصرهای اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی در یک منطقه‌اند که از رشد استارت‌آپ‌های نوآور حمایت می‌کنند (اشپیگل، ۲۰۱۷). این زیست‌بوم‌ها با به هم پیوستگی بازیگران، سازمان‌ها، نهادها و زیرساخت‌ها مشخص می‌شوند (براون و میسون، ۲۰۱۷). زیست‌بوم‌های کارآفرینی ایستا نیستند. آنها بر مبنای ویژگی‌های پویا و برهمکنش‌های کنشگران و نهادها تکامل می‌یابند (پیتلیس، ۲۰۱۲). با

تعمیم این برداشت‌ها، زیست‌بوم‌های کارآفرینی دانشگاه محور را می‌توان شبکه‌های پیچیده‌ای از کارآفرینان، محققان، ساختارهای حمایتی سازمانی و محیط ساخته شده تعریف کرد. ارتباط متقابل یا هم‌پیوندی در درون و پیرامون زیست‌بوم برقرار می‌شود. منظور از محیط در اینجا، فضای ساخته شده یا شکل گرفته توسط انسان است که مردم در آن زندگی می‌کنند، کار می‌کنند، و به صورت روزانه آن را بازآفرینی می‌کنند و شامل طراحی شهری، کاربری زمین، ساختمان‌ها و فضاهاست و انگاره‌های فعالیت‌های انسانی در درون و بین محیط‌های فیزیکی را در بر می‌گیرد. به‌عنوان مثال، یک دانشگاه با محیط ساخته شده از ساختمان‌ها و فضاها تعریف می‌شود، جایی که افراد کار می‌کنند و سرراست با ساختارهای فیزیکی عمومی مانند آزمایشگاه‌ها، کلینیک‌ها، کلاس‌های درس، فضاهای آموزشی و نشست‌ها مرتبط می‌شوند. در چنین محیطی، تاسیسات و تسهیلات به‌صورت هدفمند برای فعالیت‌های تخصصی در یک زمینه علمی، از جمله تلاش برای تبدیل علوم پایه به فعالیت تجاری اولیه، فراهم شده است. این امکانات برای کارکردهای مورد انتظار حیاتی هستند زیرا زیست‌بوم‌های کارآفرینی از طریق عامل‌های موجود در زیست‌بوم، نوآوری‌های فناورانه را به فعالیت تجاری و عرضه یافته‌های آن در بازار پیوند می‌دهند (جانسون و همکاران، ۲۰۱۹).

کلارک (۱۹۹۸) فرضیه‌ای را مطرح کرد که بر مبنای آن دانشگاه‌ها می‌توانند فعالیت‌های کارآفرینانه را بدون به خطر انداختن "ارزش‌های سنتی دانشگاه" مانند فرآیندهای آموزشی و تحقیقات علمی اجرا کنند. یک دانشگاه به عنوان یک زیست‌بوم شامل خوشه‌ها، سکوها (پلتفرم‌ها)، مرکزهای رشد و شبکه‌ها در نظر گرفته می‌شود که زمینه توسعه کارآفرینی در منطقه‌های پیرامونی را فراهم می‌کند (مازی، ۲۰۱۸). به این علت‌ها، برخی دانشگاه را نه تنها به‌عنوان بخشی از یک زیست‌بوم

از طریق فعالیت‌های کارآفرینانه دانشجویی، توان بالقوه (پتانسیل) کارآفرینان جوان را در حالی که هنوز در دانشگاه هستند، توسعه دهند. باور اصلی بر این است که فعالیت‌های کارآفرینانه‌ای که دانشجویان در طول تحصیل انجام می‌دهند، آنان را تشویق می‌کند تا کارآفرینان آینده شوند (کوریلسکی و والسند، ۱۹۹۸). همچنین باور بر این است که آنان از آخرین فناوری، روندهای بازار و آخرین ایده‌های تولید آگاه‌تر هستند، دوستانه‌تر و اجتماعی‌تر رفتار می‌کنند و انرژی و اشتیاق بیشتری برای آغاز و مشارکت در سرمایه‌گذاری‌های جدید در سن خود دارند. در مجموع، فعالیت‌های کارآفرینانه دانشجویان نتیجه تعامل همزمان بین ارزش‌های اجتماعی و ویژگی‌های فردی است، که در محیط دانشگاه و اجتماع پیرامون پرورانه شده است (بوسما و همکاران، ۲۰۲۲).

عامل‌های زیادی می‌تواند مهارت‌های کارآفرینی دانشجویان را بهبود بخشد، از جمله آموزش کارآفرینی (اودوال و همکاران، ۲۰۱۹)، کسب حمایت از کارآفرینان فعال در داخل یا خارج دانشگاه و از همه مهم‌تر، یک زیست‌بوم کارآفرینی دانشگاهی که فراهم‌کننده محیط توانمندساز برای دانشجویان کارآفرین است (بازان و همکاران، ۲۰۱۹). تقویت زیست‌بوم کارآفرینی دانشجویی با ارزش‌ها و انتظارات‌های شغلی نسل کنونی دانشجویان و نیز پویایی‌های بازار کار هم‌سو به نظر می‌رسد. پژوهش‌ها نشان می‌دهد که نسل کنونی یادگیرندگان (به‌نام زومر یا نسل زد) رویکردی ارزش‌محور (نه به‌معنای ایدئولوژیک) برای حرفه خود دارند. این نسل به‌طور فزاینده‌ای به دنبال موقعیت‌های کاری می‌گردند که موضوع‌های پایداری، مسئولیت اجتماعی، تنوع، برابری و شمول را در کانون توجه قرار دهند. اولویت‌های این نسل نشان می‌دهد که ساخت برنامه‌های کسب‌وکار که بر "کار درست" تمرکز دارند، برای برآورده کردن انتظارات‌های این نسل ضروری و مرتبط هستند. بنابراین، جای شگفتی

پیرامونی (آدندر، ۲۰۱۷). بلکه به‌عنوان یک زیست‌بوم (خرد) کارآفرینی در نظر می‌گیرند (فوستر و همکاران، ۲۰۱۹). کارآفرینی دانشگاهی از دیدگاه نخبه‌گرایانه و تا حد زیادی فردمحور با تمرکز بر فلسفه استارت‌آپ برای کشف مستعدان (به‌ویژه اعضای هیات علمی و پژوهشگران فناور دانشگاهی) و سوق دادن گلچینی از برندگان به بروز رفتار کارآفرینانه خاص در مرزهای نوآوری و فناوری، از به رسمیت شناختن کارآفرینی به عنوان فعالیتی که همه اقدار دانشگاهی، به‌ویژه دانشجویان می‌توانند انجام دهند، ناتوان بوده و در نتیجه، موجب نوعی انحصارگرایی قشری شده است که به طور عمده به رشد اقتصادی و سرمایه‌گذاری جدید معطوف است. در این رویکرد، دیگر ارزش‌افزوده‌ها، به‌ویژه پرورش قابلیت‌های کارآفرینانه در بین همه قشرهای جامعه دانشگاهی که همسو با مأموریت بنیادی دانشگاه، بار تربیتی دارد و نیز، سودمندی‌های اجتماعی و فرهنگی، کمتر مد نظر قرار گرفته است (اوبرایان و همکاران، ۲۰۱۹). فراگیری کارآفرینی دانشگاهی در گرو استقرار زیست‌بوم کارآفرینی دانشگاهی به‌منظور فراهم‌سازی محیطی توانمندساز برای همه قشرهای جامعه دانشگاهی با رویکرد عادلانه است. امروزه استقرار و توسعه زیست‌بوم کارآفرینی دانشجویی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عامل‌های زمینه‌ای، در تبدیل دانشجویان به کارآفرینان آینده، در رأس توجه دانشگاه‌ها و مؤسسه‌های آموزش عالی قرار گرفته است. با وجود اهمیت این مفهوم در سپهر کارآفرینی کشور، کمتر پژوهشی در کشورمان به این موضوع پرداخته است (سعدآبادی و همکاران، ۱۴۰۱). فعالیت‌های کارآفرینی دانشجویی می‌تواند نیروی محرکه‌ای برای ظهور کارآفرینان جوان باشد. بنابراین، دانشگاه‌ها تلاش می‌کنند تا دانشجویان خود را به دانش و مهارت‌های کارآفرینی لازم برای یک زیست‌بوم کارآفرینی دانشگاهی مجهز سازند (آستوتی و همکاران، ۲۰۲۲). دانشگاه‌ها باید

نیست که انجمن‌های پیشرو آموزش کسب و کار مانند-AA<sup>۱</sup> CSB<sup>۱</sup> بر توسعه برنامه‌های آموزشی که تأثیر اجتماعی مثبتی دارند تأکید کرده‌اند. رویکرد برنامه‌ای برای کمک به فراگیران برای مشارکت در «کار درست» و پاسخگویی به درخواست‌ها برای ایجاد برنامه‌های کسب‌وکار که در راستای مدل‌های مسئولانه‌تر، اخلاقی‌تر و پایدارتر آموزش کسب‌وکار سهیم هستند، نیازمند آسان‌گری تغییرپذیری‌های برنامه درسی و بهره‌گیری از نظریه یادگیری تحول‌آفرین به عنوان راهی عملی برای بازبینی برنامه‌های تجاری متناسب با دغدغه‌های نسل جدید است (برنده‌ورست و همکاران، ۲۰۲۴).

هر چند در رویکردهای اولیه به گسترش کارآفرینی در دانشگاه‌ها در کشور که به‌طور مشخص می‌توان به تصویب و اجرایی کردن آئین‌نامه طرح توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌های کشور (کاراد) اشاره کرد، دانشجویان از موقعیت کانونی برخوردار بودند؛ اما در سیاست‌ها و برنامه‌های سوییچی، به‌ویژه با تمرکز بر تجاری‌سازی و انتقال فناوری از طریق واحدهای فناور و شرکت‌های دانش‌بنیان، جایگاه این قشر در هدف‌گذاری‌ها و پیرو آن، حمایت‌ها، به نفع اعضای هیات علمی تنزل یافت و حمایت از کارآفرینی دانشجویی به طور عمده به برگزاری رویدادها معطوف و محدود شد. در چنین شرایطی، بازنمایی و ارتقای جایگاه دانشجویان در سیاست‌ها و برنامه‌های توسعه کارآفرینی دانشگاهی از طریق استقرار زیست‌بوم کارآفرینی دانشجویی ضروری به نظر می‌رسد. این تحقیق، با درک چنین ضرورتی از یک‌سو و کمبود نسبی پژوهش‌های صورت گرفته درباره این موضوع از دیگر سو، با هدف نگاشت شناختی زیست‌بوم کارآفرینی دانشجویی در آموزش عالی کشاورزی با تمرکز بر دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان با رویکرد توسعه و تحلیل گزینه‌های راهبردی به انجام رسیده است.

۱- AACSB: Global Business Education Network

## مرور پیشینه

دانشگاه‌ها در سراسر جهان به‌طور فزاینده‌ای در تلاش هستند تا برای ماندن در عرصه رقابت، با کسب منبع‌های تازه درآمدی از طریق صدور مجوز بهره‌برداری از یافته‌های تحقیقاتی و دانش فنی، پژوهش‌های قراردادی، و پیروی از دستور کارهای سیاست‌گذاری دولت، کارآفرین‌تر شوند. در این جریان، دانشجویان، توانمندترین منبع دانشگاه‌ها برای تحریک کارآفرینی به شمار می‌آیند. با این حال، هیچ نظریه ارزشیابی شده‌ای در مورد چگونگی تشویق دانشجویان برای تبدیل شدن به کارآفرین وجود ندارد. جانسن و همکاران (۲۰۱۹) با درک چنین کمبودی، با انجام سه مطالعه موردی، پیشنهادهای تشویقی کارآفرینی ارائه شده موسسه فناوری ماساچوست در ایالات متحده و یا دانشگاه اوترخت در هلند را بررسی قرار کردند. یافته‌ها نشان داد پیشنهادهای تشویقی کارآفرینی دانشجویان در انتخاب مسیر شغلی به عنوان کارآفرین به دانشجویان کمک می‌کند. ادلدمن و همکاران (۲۰۱۶) در پژوهشی از دیدگاه حمایت اجتماعی برای بررسی تأثیر پشتیبانی خانواده بر فعالیتهای استارت‌آپی کارآفرینان جوان بهره گرفته‌اند. در این پژوهش دو نوع حمایت ابزاری خانواده، یعنی سرمایه مالی و سرمایه اجتماعی مورد توجه قرار گرفته و این فرضیه بررسی شده است که تأثیر حمایت ابزاری خانواده با سطح حمایت عاطفی، در قالب انسجام خانواده، افزایش می‌یابد. برای آزمون فرضیه‌ها، از داده‌های پیمایش جهانی روحیه کارآفرینی دانشجویان دانشگاهی GUESSS، ۱۹ کشور در سال ۲۰۱۱ بهره گرفته شد. این پژوهش، بر روی آن دسته از کارآفرینان نوپایی متمرکز بوده که در آغاز کسب‌وکار جدید خود هستند. یافته‌ها نشان داد که سرمایه اجتماعی و سرمایه مالی خانواده با دامنه‌های فعالیت‌های راه‌اندازی کسب‌وکار نوپا به ترتیب همبستگی مثبت و منفی دارد. همچنین، انسجام خانواده تأثیر سرمایه اجتماعی خانواده را بر دامنه

پیمایشی شامل ۴۶۴ دانشجوی دکترا از همه دانشکده‌های یکی از بزرگترین دانشگاه‌های سوئد انجام شده است که یافته‌های آن موید حمایت درک‌شده از تجاری‌سازی یافته‌های تحقیقات در سطح‌های مختلف دانشگاه است. امتیاز حمایت درک شده از بالاترین سطح (اداره مرکزی) بین دانشکده‌ها تفاوت چندانی نداشت، در حالی که در سطح‌های پایین‌تر (گروه‌های آموزشی) تفاوت معنی‌داری مشاهده شد. بنابراین، ضروری است تغییرپذیری‌های بین دانشکده‌ها و بخش‌ها یا گروه‌های آموزشی با توجه به هنجارها و فرهنگ‌ها باید در هنگام ترغیب پرداختن آنان به کارآفرینی با استفاده از کانال‌های ارتباطی پرشمار، و همچنین راهبردها و فعالیت‌های اختصاصی هر واحد در نظر گرفته شود (بینکوفسکا و همکاران، ۲۰۱۶). اربانو و همکاران (۲۰۱۷) به بررسی تأثیر مؤسسه‌های غیررسمی و رسمی بر تصمیم دانشجویان دانشگاه مبنی بر انتخاب مسیر کارفرمایی کارآفرینانه (راه‌اندازی که یک شرکت جدید با استخدام کارمندان) در منطقه کاتالونیا با انتخاب نمونه‌ای از ۱۲۰۷ دانشجوی طی دوره ۲۰۱۵-۲۰۱۲ پرداخته و به این نتیجه رسیدند که عامل‌های رسمی (مشوق‌های دانشگاه برای ایجاد یک کسب‌وکار جدید، دانش کارآفرینانه، مهارت‌آموزی و آموزش کارآفرینی) با کارآفرینان کارفرمای دانشجویی نسبت به عامل‌های غیررسمی (الگوهای نقش، تصویر اجتماعی کارآفرین و ترس از شکست) ارتباط بیشتری با کارآفرینانگی دانشجویان دارند. به غیر از تصویر اجتماعی کارآفرین، نقش دیگر متغیرها در تصمیم‌گیری کارآفرینی دانشجویان از نظر آماری معنی‌دار محاسبه شده و در بین متغیرهای معنی‌دار، آموزش کارآفرینی مهم‌ترین متغیر در تبیین تصمیم دانشجویان دانشگاه برای کارآفرینانگی کارفرمای معرفی شده است. هر چند به‌طور فزاینده ایجاد شرکت‌های زایشی یا اسپین‌آف دانشگاهی به عنوان منبع مهمی از رشد اقتصادی منطقه‌ای و ملی مورد ارزیابی قرار

فعالیت‌های راه‌اندازی کسب‌وکار نوپا تقویت می‌کند. نیت کارآفرینی از بنیان‌های شکل‌دهنده فرآیند کارآفرینی به شمار می‌رود. با این حال، شواهد موجود نشان می‌دهد که هر قصد کارآفرینی در نهایت به رفتار واقعی (آغاز و راه‌اندازی یک کسب‌وکار جدید) منجر نمی‌شود و از این‌رو، پژوهش درباره رابطه نیت-رفتار در کارآفرینی دارای اهمیت است. در این باره، شیروکوا و همکاران (۲۰۱۶) با استفاده از داده‌های پیمایش جهانی روحیه کارآفرینی دانشجویان دانشگاهی در سال تحصیلی ۲۰۱۳/۲۰۱۴ به بررسی شکاف قصد-عمل در بین دانشجویان کارآفرین پرداخته‌اند. در نتیجه، تأثیر عوامل زمینه‌ای، یعنی فردی (پیشینه کارآفرینی خانوادگی، سن، جنسیت) و ویژگی‌های محیطی (محیط دانشگاه، پرهیز از عدم قطعیت) بر ترجمان نیت‌های کارآفرینانه به کنش‌های کارآفرینانه آشکار شده است. برگمن و همکاران (۲۰۱۶) با تکیه بر مرور پژوهش‌های پیشین مرتبط با زمینه سازمانی و منطقه‌ای کارآفرینی و داده‌های مرتبط با فعالیت‌های کارآفرینی نوپا و جدید دانشجویان تجارت و اقتصاد ۴۱ دانشگاه اروپایی و فنون تحلیل چندسطحی، به ارزیابی و آزمون مدلی برای تبیین کارآفرینی دانشجویی پرداخته‌اند. یافته‌های این تحلیل نشان می‌دهد که تعیین‌کننده‌های فردی و زمینه‌ای بر تمایل دانشجویان به راه‌اندازی یک کسب‌وکار تأثیر می‌گذارد. در این بین، هر چند، نقش ویژگی‌های فردی افراد مهم‌تر است، اما بافتار سازمانی و منطقه‌ای نیز بسته به سرچشمه ایده سرمایه‌گذاری و مرحله توسعه آن، نقش و تأثیر متفاوتی دارد. ویژگی‌های سازمانی، همانند ترویج حضور دانشجویان در آموزش‌های کارآفرینی، بر اقدام آنان برای راه‌اندازی یک شرکت جدید (کارآفرینی نوپا) تأثیر می‌گذارد، هر چند ممکن است در عمل به تأسیس واقعی یک شرکت جدید منجر نشود. این مرحله، بیش از آنکه متأثر از بافتار دانشگاه باشد، بیشتر تحت تأثیر ویژگی‌های منطقه‌ای است.

گرفته است، با این وجود عامل‌های مؤثر در شکل‌گیری این نوع از کسب‌وکارهای دانشگاهی، به‌ویژه کسب‌وکارهای راه‌اندازی‌شده از سوی دانشجویان اطلاعات کمی وجود دارد. آلوز و همکاران (۲۰۱۹) در بررسی‌های خود به شناسایی تعیین‌کننده‌های کارآفرینی دانشجویان با استفاده از داده‌های برگرفته از مؤسسه‌های آموزش عالی برزیل (۲۲۳۰) دانشجویان از ۷۰ مؤسسه مختلف در سراسر کشور) پرداخته و برای ارزیابی تأثیرگذاری صفت‌های فردی و شرایط نظام‌مند در پنج سویه وابسته، پنج مدل پروبیت را برای فعالیت کارآفرینانه، کارآفرینان بالقوه، کارآفرینی پرپيامد، کار آفرینی سریالی و کارآفرینی مبتنی بر نوآوری ارایه کرده‌اند. نبود تأثیرگذاری معنی‌دار بسیاری از متغیرهای مورد بررسی در برآوردها، نشان می‌دهد که کارآفرینی دانشجویی نه یک پدیده شایع، بلکه یک پدیده به نسبت کم‌شمار است. از این یافته‌ها، چنین می‌توان برداشت کرد که با اینکه طی دهه‌های گذشته، دانشگاه‌ها با تقاضای فزاینده‌ای برای فراتر رفتن از نقش خود در تولید علم و فناوری و تلاش برای کشف و تحقق توان بالقوه (پتانسیل) دانش خود برای پیشبرد برنامه‌های تجاری جدید روبه‌رو شده‌اند، با این حال، آنها در فراهم‌سازی واقعی شرایطی برای گسترش کارآفرینی علمی دانشگاهی و خلق یک محیط سازنده برای آموزش کارآفرینی دانشجویی، تسهیم دانش، طرح بی‌دغدغه و آزمایش ایده‌ها و یادگیری تجربی چالش‌محور به‌طور کامل موفق نبوده و گویا هنوز بر مدار دانشگاه کلاسیک کلاس‌محور، به اهمیت کارآفرینی دانشجویی چندان توجه نمی‌شود. در تحقیق لی و لی (۲۰۲۰) با استفاده از داده‌های تابلویی (پانل) از ۹۲ دانشگاه کره از سال ۲۰۱۲ تا ۲۰۱۸، تعیین‌کننده‌های عملکرد استارت‌آپ‌های استادان و دانشجویان و نیز، منبع‌های کلیدی با هم مقایسه و تأثیر متقابل استارت‌آپ‌های استادان و استارت‌آپ‌های دانشجویی بررسی شده است. متغیرهای

منبع‌ها شامل هزینه‌های نیروی کار، پاداش، هزینه‌های تحقیقاتی، هزینه‌های آزمایشگاهی، هزینه‌های تجهیزات و دفترهای انتقال فناوری به عنوان متغیرهای تبیینی استفاده شد. بنابر یافته‌ها، تامین مالی پشتیبان، باشگاه‌های استارت‌آپ و دفترهای انتقال فناوری به‌طور قابل توجهی بر راه‌اندازی کسب‌وکارهای نوپا دانشجویی تأثیر مثبت دارند. همچنین، یافته‌های نشان داد که استارت‌آپ‌های استادان به میزان زیادی بر استارت‌آپ‌های دانشجویی تأثیر می‌گذارند. بررسی تأثیر خصیصه‌های رقابت‌پذیری و هوشیاری کارآفرینی بر فرآیند شناختی کارآفرینی در یک زمینه بین فرهنگی ویتنام و لهستان، به عنوان دو کشور با شرایط و سطح متفاوت توسعه اقتصادی و اجتماعی نشان داد در مورد کشور ویتنام، رقابت‌پذیری و هوشیاری کارآفرینانه تأثیر مثبت و معناداری بر فرآیند شناخت کارآفرینی دارد. در مورد لهستان، هر چند خصیصه رقابت‌پذیری با نگرش کارآفرینانه، کنترل رفتار درک شده یا نیت کارآفرینانه مرتبط نبود اما هوشیاری کارآفرینانه با کنترل رفتاری درک شده همبستگی مثبتی داشت (دوونگ و همکاران، ۲۰۲۱). پایداری، نوآوری و نوع دوستی به عنوان عنصرهای کلیدی برای دستیابی به سودمندی‌های مورد انتظار به صورت متوازن و برآورده کردن نیازهای بوم‌شناختی، اجتماعی، اقتصادی و پویایی کنونی ایجاد شده است. از این منظر، پژوهشی با هدف تحلیل تأثیر نوآوری و نوع دوستی بر نیت کارآفرینی پایدار دانشجویان دانشگاه تامولپاس (Tamaulipas) مکزیک با استفاده از مبانی نظری نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده در قالب یک مطالعه کمی، مقطعی و غیرتجربی با پشتیبانی از روش معادله‌های ساختاری بر مبنای حداقل مربعات جزئی صورت گرفته است. بر مبنای یافته‌ها، مشخص شد که نوآوری و نوع‌دوستی دارای تأثیر مثبت و معنادار آماری بر قصد کارآفرینی پایدار هستند (د رودریگز یاسو و همکاران،

کارآفرین برای غنابخشی به بازار کار، نداشتن برنامه‌مندی راهبردی دانشگاه برای دگرگونی متوازن و توسعه یکپارچه زیرساخت‌ها و رشد همه‌جانبه شاخص‌های عملکردی، ضعف حکمرانی شایسته و یکپارچه آموزش عالی و ناهمگرایی و ناهمزمانی سطح‌های این نظام، نبود توسعه منسجم ساختاری برای پیشبرد کارآفرینی، انگاره نادرست گذار دانشگاهی مبتنی بر اولویت‌بخشی به کارکرد کارآفرینی به قیمت کم‌رنگ شدن کارکرد و زوال بنیه آموزش و پژوهش دانشگاه و توسعه‌نیافتگی شبکه اجتماعی نهادی فراگیر با محوریت یک دانشگاه درون‌گراست (شریف‌زاده و همکاران، ۱۴۰۰). پژوهشی با هدف ارائه مدل رشد زیست‌بوم کارآفرینی در بستر نظام آموزش عالی کشاورزی کشور از دیدگاه دانشجویان رشته‌های کشاورزی کشور نشان داد در میان مؤلفه‌های این مدل، سرمایه‌ی انسانی در رتبه‌ی اول و پس از آن، به ترتیب، حمایت، فرهنگ، سیاست، بازار و سرمایه‌ی مالی قرار دارد (معمدی‌نیا و همکاران، ۱۴۰۰). اهمیت سرمایه‌ی انسانی در زیست‌بوم کارآفرینی، مستلزم توسعه آموزش‌های کارآفرینانه توأم با فرصت‌سازی برای یادگیری تجربی از طریق مشارکت در کسب‌وکارهای دانشجویی است.

پژوهش صورت گرفته با هدف تدوین چارچوب مفهومی چندلایه کسب‌وکارآفرینی دانشجویی مبتنی بر پدیدارشناسی تفسیری در دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان به الگوی شامل چهار طبقه یا لایه مفهومی منجر شده است: (الف) بهبود و ارتقای یادگیری دانشجویان از مجرای کسب‌وکارآفرینی؛ (ب) بهبود کیفیت آموزشی دانشجویان کشاورزی در نتیجه مشارکت در چرخه کسب‌وکارآفرینی حین تحصیل؛ (ج) دستاوردهای توسعه کسب‌وکارهای دانشجویی در سطح فردی؛ و (د) توسعه دانشگاهی در نتیجه حمایت از کسب‌وکارآفرینی دانشجویی. بنابر یافته‌های این پژوهش، حمایت از مشارکت دانشجویان کشاورزی در فعالیت‌های کارآفرینی

۲۰۲۲). پیمایش فعالیت‌های کارآفرینی ۴۵۶ دانشجوی ۷ دانشگاه دولتی و ۱۱ دانشگاه خصوصی در جاوا و سوماترا، اندونزی نشان داد که هم‌افزایی بین محیط داخلی و خارجی مؤسسه‌های آموزش عالی برای تقویت جهت‌گیری کارآفرینی و شکل‌دهی نیت کارآفرینی دانشجویان ضروری است (توتی و همکاران ۲۰۲۲). انخل و انخل (آستوتی و همکاران، ۲۰۲۲). به بررسی رابطه بین آموزش برای کارآفرینی سبز در بین دانشجویان و علایق آنان در اجرای ایده‌های تجاری در این زمینه در کشور رومانی پرداخته‌اند. یافته‌های تحقیق نشان داد دغدغه‌مندی دانشجویان درباره کارآفرینی سبز با آموزش کارآفرینی و دانش سبز آنان ارتباط مثبتی دارد. بررسی نقش واسطه‌ای خودکارآمدی کارآفرینانه و پنج ویژگی عمده شخصیتی در رابطه بین آموزش کارآفرینی و رفتار کارآفرینانه دانش‌آموختگان دانشگاهی از طریق پیمایش پرسشنامه‌ای متشکل از ۳۰۰ شاغل در بخش خصوصی نشان داد که آموزش کارآفرینی، خودکارآمدی کارآفرینانه و پنج ویژگی‌های شخصیتی مورد بررسی بر رفتار کارآفرینانه تأثیر مثبت دارند. افزون بر این، آموزش کارآفرینی بر خودکارآمدی و پنج ویژگی‌های شخصیتی تأثیر مثبت دارد. همچنین یافته‌ها، میانجی‌گری جزئی معنادار متغیر خودکارآمدی و ویژگی‌های شخصیتی را در رابطه بین آموزش کارآفرینی و رفتار کارآفرینانه آشکار کرده است (اونی و بوژلبنه، ۲۰۲۳). این بدان معناست که پرداختن به آموزش کارآفرینی در دوره تحصیل دانشگاهی می‌تواند به جهت‌گیری شغلی دانش‌آموختگان در محیط کار منجر شود. درس‌های آموخته‌شده از تجربه موردی حرکت علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان در مسیر کارآفرینانگی با چشم‌انداز تحقق زیست‌بوم دانشگاه کارآفرین که با بهره‌گیری از روش‌شناسی سامانه‌های نرم به انجام رسیده، مبین لزوم گذر از چالش‌های پرشمار به هم مرتبط، همانند ناکامی دانشگاه در پرورش دانش‌آموختگان

و کسب‌وکار حین تحصیل در بوم‌سامانه دانشگاه، در آغاز، منجر به بهبود یادگیری آنان می‌شود. این بهبود، به ارتقای کیفیت آموزشی و بهبود تجربه تحصیلی آنان از طریق دستیابی به تجربه‌های غنی و متنوع خواهد انجامید. بهبود آموزش و ارتقای یادگیری دارای دستاوردهای معنی‌داری برای خود دانشجویان (توسعه فردی) و نیز، دانشگاه و جامعه در سطح گسترده‌تر است (شریف‌زاده و همکاران، ۱۴۰۲).

با توجه به محدود بودن پژوهش‌های در دسترس درباره موضوع و پویایی و مکان ویژگی زیست‌بوم‌های کارآفرینی دانشجویی در آموزش عالی کشاورزی که ترسیم و نگاشت مرزها و ارزیابی کارکردهای مربوطه به میزان زیادی به ذهنیت و شناخت دست‌اندرکاران آن وابسته است، لذا در این تحقیق از روش سودا (توسعه و تحلیل گزینه‌های راهبردی)<sup>۲</sup> بهره گرفته تا بتوان به پرسش‌های زیر پاسخ داد: (۱) مساله‌های کلیدی زیست‌بوم کارآفرینی دانشجویی مورد بررسی کدام است؟ (۲) سویگان موقعیت مساله‌مند (زیست‌بوم کارآفرینی دانشجویی در آموزش عالی کشاورزی) و نقشه شناختی هر یک از سویگان چگونه است؟ (۳) گزینه‌های راهبردی و موضوع‌های کلیدی در توسعه زیست‌بوم کارآفرینی دانشجویی در آموزش عالی کشاورزی کدامند؟ (۴) راهبردهای توسعه زیست‌بوم کارآفرینی دانشجویی در آموزش عالی کشاورزی کدامند؟

## روش‌شناسی

این پژوهش از نظر دیدمانی، کیفی با رویکرد استقرایی بوده و از نظر جهت‌گیری، کاربردی است. در این تحقیق با توجه به ماهیت درهم‌تنیده و آشفته مساله و تأکید بر ساخت‌دهی مساله و ارائه راه حل مورد توافق و تعهد، از رویکرد تحلیل و توسعه گزینه‌های راهبردی (استراتژیک)، استفاده شده است. سودا، از نگاشت شناختی برای شناخت

مساله و آنچه ممکن است در مورد آن رخ دهد، استفاده می‌کند. روش سودا از بین روش‌های تحقیق در عملیات نرم و دیگر رویکردهای سامانه‌های نرم، تعامل و درک بیشتری را از مساله ارائه می‌دهد تا افراد بتوانند برای حل مساله‌های راهبردی سخت تعریف که همگی در موقعیت‌های پیچیده واقع شده‌اند یک چند اقدام‌ها تعیین کنند (آکران و ادن، ۲۰۰۴؛ ادن و آکرمن، ۲۰۱۳). این روش که تلفیقی از ساخت‌دهی شخصی، جامعه‌شناسی و تحقیق در عملیات است و توسط ادن و آکرمن در سال ۱۹۸۰ ارائه شد (آذر و همکاران، ۱۳۹۸) اجازه می‌دهد تا یک نمایش نگارین (گرافیکی) به شکل نقشه از یک موقعیت مساله‌مند ارائه شود و گزینه‌ها و پیامدهای آنان را با توجه به یک سامانه پیچیده که به وسیله پیکان با یکدیگر در ارتباط هستند بررسی کنند. افزون بر این، هدف این رویکرد کمک به گروه‌ها برای رسیدن به یک توافق در مورد چگونگی اقدام برای بهبود موقعیت‌های مساله‌مند از طریق حل مسایل است. از آنجایی که نقشه با استفاده از زبان طبیعی مشارکت‌کنندگان ساخته شده است، به مدلی از موقعیت تبدیل می‌شود که متعلق به کسانی است که مساله را تعریف می‌کنند. مهم‌تر از همه، کاوش از طریق نقشه علی به احتمال بیشتری منجر به راه‌حل‌های خلاقانه‌تر می‌شود و راه‌حلهایی را ترویج می‌کند که احتمال اجرای آنان بیشتر است، زیرا فرآیند تحلیل مساله به احتمال زیاد شامل سویگان اجتماعی غنی‌تر درباره‌ی بازدارنده‌های کنشگری و تغییرپذیری سازمانی است (آکران و ادن، ۲۰۲۰). لازم به یادآوری است در یک حرکت پیش‌رو، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان، پس از تنظیم سند دانشگاه کارآفرین و برنامه اقدام و عمل تدابیر و کنش‌گری‌های محوری پرشماری را با رویکرد توسعه زیست‌بوم کارآفرینی دانشگاهی به منظور هموارسازی فعالیت‌های کارآفرینی اجتماع دانشگاهی طرح‌ریزی و اجرایی کرده است. به منظور نهادینه‌سازی سازوکار کسب‌وکارهای دانشجویی،

۲- Strategic Options Development and Analysis



شيوه‌نامه‌ای با موضوع استاد مشاور کارآفرینی (راهبر کسب‌وکار) در چارچوب سند دانشگاه کارآفرین در کشاورزی و منابع طبیعی مصوب ۱۳۹۵/۰۳/۱۷ هیات امنای دانشگاه‌های منطقه گلستان، تدوین و در تاریخ ۱۳۹۶/۲/۱۸ به تصویب کمیته کارآفرینی دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان رسید و در تاریخ ۱۳۹۶/۴/۱۱ در ۶ ماده و ۱۰ تبصره به تایید هیات ریسه دانشگاه رسید. این آیین‌نامه تا کنون در پنج سال متمادی اجرا و زمینه‌ساز هدایت طرح‌های کسب‌وکارهای مختلفی شده است. همچنین، در هر سال در هفته پژوهش به انتخاب و تجلیل از مشاور کارآفرینی برتر با هدف انگیزه‌بخشی و الگوسازی اقدام می‌شود (شریف‌زاده و همکاران، ۱۳۹۷).

جامعه آماری از نوع محدود یا گروه هدف این پژوهش به صورت هدفمند انتخاب شد (n=۲۲). این گروه، از بین اعضای کمیته کارآفرینی دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان (بر مبنای آیین‌نامه کاراد) به همراه مشاوران برگزیده کارآفرینی، مدرسان برگزیده درس کارآفرینی، راهبران و سرگروه‌های هسته‌های کسب‌وکار دانشجویی انتخاب شد (جدول ۱).

جدول ۱- رخ‌نمای توصیفی مشارکت‌کنندگان در پژوهش

ردیف	شناسه نقش	مقطع تحصیلی / مدرک تحصیلی	پیشینه تجربی (سال)
۱	کارشناس مسئول / راهبر / مشاور	کارشناسی ارشد	۲۹
۲	سرگروه	دانشجوی کارشناسی ارشد	۶
۳	مشاور / راهبر / مدرس	دکتر	۸
۴	مشاور / راهبر	دکتر	۴
۵	مدیر مسئول / مشاور / راهبر	دکتر	۱۰
۶	مشاور / راهبر	دانشجوی کارشناسی ارشد	۱۵
۷	سرگروه	دانشجوی کارشناسی ارشد	۶
۸	سرگروه	دانشجوی کارشناسی ارشد	۶
۹	مشاور / راهبر	دکتر	۴
۱۰	سرگروه	دکتر	۶
۱۱	سرگروه	دانشجوی کارشناسی	۳
۱۲	سرگروه	دانشجوی کارشناسی	۳
۱۳	مدیر شتاب‌دهنده	دکتر	۱۲
۱۴	راهبر / تسهیلگر	کارشناسی ارشد	۸
۱۵	سرگروه	دانشجوی دکتر	۶
۱۶	مدیر مسئول	دکتر	۴
۱۷	عضو سرگروه	دانشجوی کارشناسی	۲
۱۸	سرگروه	دانشجوی دکتر	۷
۱۹	سرگروه	دانش‌آموخته کارشناسی	۳
۲۰	سرگروه	دانش‌آموخته کارشناسی	۶
۲۱	مشاور / راهبر / سرگروه	دکتری	۲
۲۲	سرگروه	دکتری	۶

پس از تدوین چارچوب بحث، تماس با خبرگان کلیدی، طرح موضوع و دعوت از آنان برای مشارکت و تنظیم زمان‌بندی با تسهیلگری مدیر مرکز کارآفرینی، نشست‌های گروه کارآفرینی در سه دور برگزار شد. در نشست نخست به طرح موضوع و پرسش کلیدی (مسئله‌های کلیدی استقرار و توسعه زیست‌بوم کارآفرینی دانشجویی) پرداخته و از همه شرکت‌کنندگان خواسته شد تا نظر خود را بیان کنند. در نشست دوم، ضمن رایحه‌فهرستی از یافته‌های نشست اول، مجموعه‌ای از مستندها (تصویرها، فیلم‌های کوتاه، درخواست‌ها، طرح‌های کسب‌وکار و مصوبه‌های نشست‌های مرتبط) اقدام شد و با تکمیل فهرست مسئله‌های شناسایی شده در نشست اول و دسته‌بندی آنان به سه سویه، به ترسیم نقشه‌های شناختی مسئله‌های از سوی مشارکت‌کنندگان اقدام شد. سرانجام در نشست سوم، به جمع‌بندی فهرست دو نشست پیشین و همچنین انباشته نقشه‌های مشارکت‌کنندگان با هدف نگاشت شناختی سویگان سه‌گانه موقعیت مسئله‌مند (زیست‌بوم کارآفرینی دانشجویی) پرداخته شد. مرحله‌های طراحی و برگزاری این نشست‌ها و سپس، جمع‌بندی یافته‌ها در نیمه دوم سال تحصیلی ۱۴۰۱-۱۴۰۰ و سال تحصیلی ۱۴۰۲-۱۴۰۱ به شرح زیر اجرایی شد:

- ۱- تشکیل گروه کانونی: هریک از افراد نسبت به واقعیت مسئله نگرش ذهنی خود را دارند و خرد و تجربه خبرگان، عنصر کلیدی در تصمیم‌گیری مطمئن است. در این مرحله با استفاده از روش گروه کانونی مسئله‌های زیست‌بوم کارآفرینی دانشجویی شناسایی شد.
- ۲- تشکیل نقشه مربوط به هر خبره: در این مرحله بنا بر داده‌های گردآوری شده از طریق خبرگان (در این تحقیق، اعضای گروه کانونی)، نگاشت هر خبره ترسیم می‌شود (جورجیو، ۲۰۰۹). برای استخراج نگاشت، مفهوم‌های اصلی شناسایی و نوع رابطه‌های آنها مشخص شد. با در نظر گرفتن مضمون مشترک، سه سویه برای موقعیت مسئله‌مند در نظر گرفته شد.
- ۳- آمیختن نقشه‌ها و تشکیل نقشه انباشته شده: پس از مرحله دوم و پایان فرآیند شناسایی مسئله‌ها و ترسیم

نقشه‌ها، و کنار هم قرار دادن نگاشت‌های به دست آمده در سه سویه در این مرحله تسهیلگر نگاشت‌ها را با هدف دستیابی به نگاشت کل انباشته کرد. در این مرحله، مفهوم‌ها و رابطه‌های میان آنان بدست آمده، در کنار یکدیگر قرار گرفت، رابطه‌ها ترکیب و آمیختن و در نهایت تبدیل به یک نقشه واحد برای هر سویه شد.

۴- تشکیل کارگاه: این مرحله از مهم‌ترین مرحله‌های سودا است. در نشست سوم گروه کانونی با استفاده از نظر خبرگان و انباشته نقشه‌های به دست آمده از مرحله‌های پیش، نگاشت کلی مسئله ساخته شد.

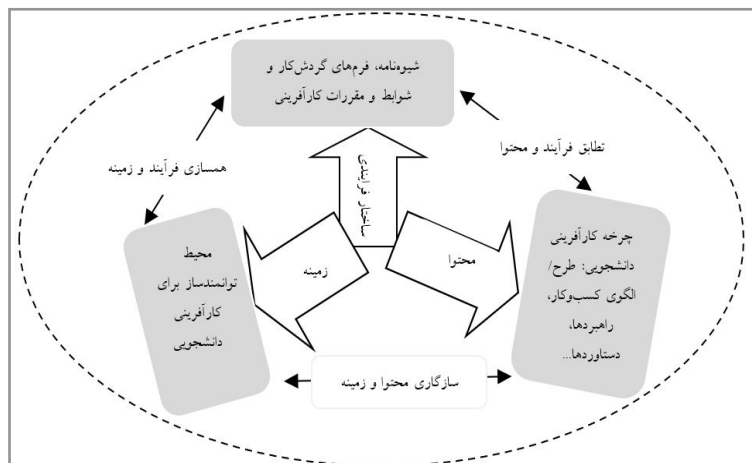
۵- مدل‌سازی: در این مرحله با استفاده از نرم‌افزار Decision Explorer نقشه هر سویه تشکیل شد. نگاشت نهایی هر سویه این پژوهش که در محیط نرم‌افزار DE ترسیم شد.

۶- تجزیه و تحلیل: در این مرحله با استفاده از نرم‌افزار DE نگاشت به دست آمده از مرحله‌های پیشین تجزیه شد. این نرم‌افزار، یک ابزار اثبات شده برای مدیریت مسئله‌های "نرم" است. با استفاده از این نرم‌افزار می‌توان انواع نقشه‌های ذهنی خبرگان را در زمینه تحقیق در عملیات و روش‌شناسی سامانه‌های نرم ترسیم کرد. در این نرم‌افزار واحد ورود داده یک "مفهوم" است. مفهوم عبارت کوتاهی است که بیان منطق یک استدلال و جوهر یک ایده را در بر می‌گیرد که در اینجا، گویه‌های نشان‌دهنده مسئله‌های زیست‌بوم کسب‌وکارهای دانشجویی است. همزمان با ورود هر مفهوم، یک شناسه یا شماره مرجع منحصر به فرد (کد نمایا) به طور خودکار توسط نرم‌افزار به آن داده می‌شود. این نرم‌افزار، با ایجاد یک نمایش دیداری و نگارین (گرافیکی) از ایده‌ها و دیدگاه‌های پیرامون موضوع در حال بررسی، تمرکزی را برای بحث و تأمل فراهم می‌کند و به شفاف‌سازی اندیشه‌ورزی جمعی کمک می‌کند.

برای تأمین روایی و پایایی داده‌ها تلاش شد به قاعده تالیث یا چندجانبه‌گرایی، از دانش گروه‌های مختلف مشارکت‌کنندگان با تجربه غنی از کم و کیف زیست‌بوم کسب‌وکارهای دانشجویی در کنار شواهد مستند

مطالعه شد. با هدف تسهیل ترسیم نقشه‌های شناختی با توجه به شمار بالا و گونه‌گونی مساله‌های شناسایی شده، فهرست مسایل بر حسب مضمون مشترک در قالب سه سویه بر مبنای الگوی تحلیلی سه شاخگی (میرزایی اهرنجانی و امیری، ۱۳۸۱) بدین شرح دسته‌بندی شد: (الف) شاخه محتوایی یا هسته محتوایی پدیده (فعالیت‌های کارآفرینانه و طرح‌های کسب‌وکار دانشجویی)، (ب) شاخه فرآیندی یا ساختار فرآیندی شکل‌گیری پدیده (چرخه مقرر برای کارآفرینی دانشجویی)، و (ج) شاخه زمینه در اینجا شامل زمینه نهادی، فرهنگی، و اجتماعی پدیده (محیط توانمندساز برای کارآفرینی دانشجویی). هر یک از این سویگان مبنای ترسیم نقشه شناختی قرار گرفت (نگاره ۱).

(گزارش‌ها، تصویرها و مشاهده‌های میدانی) بهره گرفته شود. قابلیت انتقال و تأیید پژوهش، با شرح کامل یافته‌ها و تطبیق با مبنای نظری پژوهش، فراهم شد. برای کسب اطمینان از قابلیت اعتماد پژوهش به بازبینی گزارش نهایی، فرآیند تحلیل و مقوله‌های به دست آمده توسط محققان (ارزیابی یافته‌ها و اظهار نظر جمعی سه تن از پژوهشگران زمینه کارآفرینی و کسب‌وکار در آموزش عالی) و تعاملی و مشارکتی بودن پژوهش (باریگری همزمان مشارکت‌کننده‌ها در ترسیم نقشه‌ها، تحلیل و تفسیر داده‌ها) اتکا شد. تحلیل محتوای بحث‌های مطرح شده از سوی مشارکت‌کنندگان در گروه کانونی، منجر به استخراج گویه‌های نشان‌دهنده مساله‌های زیست‌بوم کارآفرینی دانشجویی مورد



نگاره ۱- الگوی سه‌شاخگی چارچوب‌بندی مفهومی مساله‌های زیست‌بوم کارآفرینی دانشجویی

سویه فرآیند، مشارکت‌کنندگان بیشتر به نبود پایش و ارزشیابی و گزارش‌دهی نظام‌یافته کارآفرینی دانشجویی (۸۶ درصد)، نبود تخصیص گرن‌ت کارآفرینی (۸۲ درصد) و ضعف تسهیلات ورود محصول دانشجویان به بازار (۷۷ درصد) اشاره داشته‌اند. سرانجام، بیشترین فراوانی در بین مساله‌های شناسایی شده زیر سویه زمینه، به توسعه‌نیافتگی زیرساخت‌های عملیاتی کارآفرینی دانشجویی (۹۵ درصد)، ظرفیت محدود نهادی و مدیریتی حوزه کارآفرینی (۸۶ درصد) و ضعف خدمات شتاب‌دهی نوآوری و کارآفرینی دانشگاه (۷۷ درصد) مربوط می‌شود.

## یافته‌ها

مرور جدول (۲) نشان می‌دهد، از بین سویگان سه‌گانه، سویه محیط توانمندساز یا زمینه نهادی با ۲۲ مقوله و پس از آن، ساختار فرآیندی و هسته محتوایی هر یک با ۲۱ مقوله مساله‌یابی شده است. بر مبنای فراوانی استخراج شده، در سویه محتوا، چالش خوداتکایی و استقلال دانشجویان کارآفرین (۹۱ درصد)، تداخل امور تحصیل و کسب‌وکار دانشجویان کارآفرین (۸۶ درصد) و تکمیل نشدن زنجیره ارزش کارآفرینی دانشجویی (۷۷ درصد) از بالاترین فراوانی برخوردار هستند. در

جدول ۲- سه مجموعه مسأله‌زینست‌بوم کارآفرینی دانشجویی در آموزش عالی کشاورزی

درصد	کد نمایا	مسأله‌های زمینهای	درصد	کد نمایا	مسأله‌های فرآیندی	درصد	کد نمایا	مسأله‌های محتوایی			
۴۱	۹	IC1	جایفینادگی نهادی کارآفرینی در نظام مدیریتی دانشگاهی	۴۵	۱۰	PS1	معرفی نقشین انگاره درست کارآفرینی دانشجویی در جامعه دانشگاهی	۳۶	۸	CC1	نمود رویکرد پیامد‌گرا و نهادمند به کارآفرینی دانشجویی
۵۵	۱۲	IC2	نبود حمایت نهادمند ستادی وزارت عتف	۵۰	۱۱	PS2	مدیریت ناکارآمد تقاضا در حوزه کارآفرینی	۹۱	۲۰	CC2	چالش خوداتکالی و استقلال دانشجویان کارآفرین
۲۷	۶	IC3	تلفیق نیافتن کارآفرینی دانشجویی در شاخص‌های رتبه‌بندی دانشگاهی	۷۷	۱۷	PS3	نبود پایش و ارزشیابی و گزارش‌دهی نظام‌یافته کارآفرینی دانشجویی	۸۶	۱۹	CC3	تداخل امور تحصیل و کسب‌وکار دانشجویان کارآفرین
۲۷	۶	IC4	توسعه‌نیافتگی فرهنگ سازمانی دانشگاهی نوآور حاصی کارآفرینی	۵۵	۱۲	PS4	انتظارهای مالی نایجا از کارآفرینی دانشجویان	۶۸	۱۵	CC4	نبود پوشش ریسک‌های محتمل دانشجویان کارآفرین
۹۵	۲۱	IC5	توسعه‌نیافتگی زیرساخت‌های عملیاتی کارآفرینی دانشجویی	۶۴	۱۴	PS5	نقش‌آفرینی ناکارآمد مشاوران کارآفرینی	۷۷	۱۷	CC5	تکمیل نقشین زنجیره ارزش کارآفرینی دانشجویی
۳۶	۸	IC6	تکامل نیافتن ماموریت کارآفرینی دانشگاه همپالی آموزش و پژوهش	۸۲	۱۸	PS6	تخصیص نیافتن گرنت کارآفرینی	۶۴	۱۴	CC6	چالش مقیاس‌پذیری کسب‌وکارهای دانشجویی و دانشگاهی
۴۱	۹	IC17	توسعه‌نیافتگی زیست‌بوم نوآوری و کارآفرینی استانی	۵۹	۱۳	PS7	تاخیر دانش‌آموزیگی در بین دانشجویان کارآفرین	۵۵	۱۲	CC7	کیفیت نامناسب محصول‌های دانشجویی
۶۴	۱۴	IC8	بهره‌گیری نکردن کامل از ظرفیت‌های برون‌دانشگاهی برای کارآفرینی دانشجویی	۸۶	۱۹	PS8	ضعف تسهیلات ورود محصولات دانشجویان به بازار	۴۵	۱۰	CC8	ضعف نوآوری فنی در کسب‌وکارهای دانشجویی

ادامه جدول ۲- سه مجموعه مسأله‌زینست‌بوم کارآفرینی دانشجویی در آموزش عالی کشاورزی

درصد	فرآوانی	کد نمیا	مسأله‌های زمینهای	درصد	فرآوانی	کد نمیا	مسأله‌های فرآیندی	درصد	فرآوانی	کد نمیا	مسأله‌های محتوایی
۴۱	۹	IC9	ضعف ترویج فرهنگ نوآوری و کارآفرینی در بین دانشجویان	۶۴	۱۴	PS9	نبود خوشه‌سازی و شبکه‌سازی کسب‌وکارهای دانشجویی	۳۶	۸	CC9	ضعف مدیریت دارایی فکری دانشجویان در فرآیند کسب‌وکارآفرینی
۳۶	۸	IC10	ارزیابی اثربخشی درس کارآفرینی	۲۶	۸	PS10	بهره‌گیری نکردن از ظرفیت کاروری/ کارآموزی کسب‌وکارهای دانشجویی	۲۷	۶	CC10	تجاری‌سازی نشدن تحقیقات دانشجویی
۴۱	۹	IC11	تأثیر نداشتن حمایت از کارآفرینی دانشجویان در توسعه حرفه‌ای هیات علمی	۶۴	۱۴	PS11	اجرائی نشدن کامل برنامه‌ها و فرآیندهای اداری کارآفرینی	۵۵	۱۲	CC11	ضعف محتوایی و ساختاری طرح کسب‌وکار مبتنی بر الگوها/ بوم‌های کسب‌وکار جدید
۳۲	۷	IC12	نگرش نامناسب به کارآفرینی دانشجویی در بین بخشی از اعضای هیات علمی	۴۵	۱۰	PS12	اثربخشی محدود رویاندهای استراتژی‌آبی دانشجویی	۶۴	۱۴	CC12	ضعف مدیریت مبتنی بر کار گروهی و تیمی در کسب‌وکارهای دانشجویی
۶۸	۱۵	IC13	نبود پیوستگی راهبردی و تشکیلاتی در حمایت از کارآفرینی دانشجویی	۵۵	۱۲	PS13	ضعف اطلاع‌رسانی در حوزه کارآفرینی دانشجویان	۴۱	۹	CC13	ضعف صلاحیت‌های کانونی/ مهارت‌های نرم دانشجویی
۵۹	۱۳	IC14	در دسترس نبودن راهنران کسب‌وکار در دانشگاه	۴۵	۱۰	PS14	نبود بانک اطلاعات و داده کسب‌وکارهای دانشجویی	۲۷	۶	CC14	ضعف پاسخگویی و مسئولیت‌پذیری دانشجویان کارآفرین
۶۴	۱۴	IC15	نبود حمایت مالی و اعتباری از کسب‌وکارهای دانشجویی بدلیل رسمیت نیافتگی	۳۶	۸	PS15	ظرفیت و مشارکت محدود تشکلهای دانشجویی در کارآفرینی	۲۷	۶	CC15	ترویج نشدن ارزش‌های معنوی و پایداری در بین دانشجویان کارآفرین

ادامه جدول ۳- سه مجموعه مسأله‌زینست‌بوم کارآفرینی دانشجویی در آموزش عالی کشاورزی

درصد	فرآوانی	کد نمایا	مسأله‌های زمینه‌ای	درصد	فرآوانی	کد نمایا	مسأله‌های فرآیندی	درصد	فرآوانی	کد نمایا	مسأله‌های محتوایی
۷۷	۱۷	IC16	طرفیت محدود نهادی و مدیریتی حوزه کارآفرینی	۴۱	۹	PS16	معرفی نشدن الگوهای نقش در حوزه کارآفرینی دانشجویان	۶۸	۱۵	CC16	روشن نبودن چشم‌انداز و جهت‌گیری شفلی دانشجویان
۲۳	۵	IC17	تعامل نشناختن با مجامع و انحصان‌های کارآفرینی ملی و بین‌المللی	۵۰	۱۱	PS17	مستندسازی نشدن تجربه‌های شکست و موفقیت دانشجویان کارآفرین	۵۰	۱۱	CC17	نبود آمادگی سنجی کارآفرینی و استعدادهای شفلی دانشجویان
۵۵	۱۲	IC18	نبود حمایت موثر پارک علم و فناوری از کارآفرینی دانشجویی	۵۰	۱۱	PS18	رعایت نشدن چارچوب زمان‌مند برای فعالیت و خروج کسب‌وکارهای دانشجویی	۴۵	۱۰	CC18	چالش خلق ایده و فرصت در کارآفرینی دانشجویی
۵۰	۱۱	IC19	نبود پنجره واحد کارآفرینی و نوآوری دانشگاه	۳۳	۷	PS19	نقش‌آفرینی غیرمحموری دانشجویان در کسب‌وکارهای دانشجویی	۵۵	۱۲	CC19	خطر اشباع کسب‌وکارهای دانشجویی
۴۵	۱۰	IC20	ضعف کیفیت مهارت‌آموزی دانشجویان در دانشگاه	۲۷	۶	PS20	ضعف سلامت اداری در چرخه کسب‌وکارهای دانشجویی	۴۱	۹	CC20	چالش رویکرد بین‌رشته‌ای/ فرارشته‌ای به کارآفرینی دانشجویی
۶۴	۱۴	IC21	همکاری ناپیوسته مراکزهای رشد و کارآفرینی	۵۵	۱۲	PS21	معیارها و ضوابط محدودکننده برای ورود به عرصه کسب‌وکار	۳۳	۷	CC21	نبود فرصت شراکت و سهامداری دانشجویان در کارآفرینی دانشگاهی
۸۶	۱۹	IC22	ضعف خدمات شتاب‌دهی نوآوری و کارآفرینی دانشگاه	-	-	-	-	-	-	-	(۲۳=۱۱)

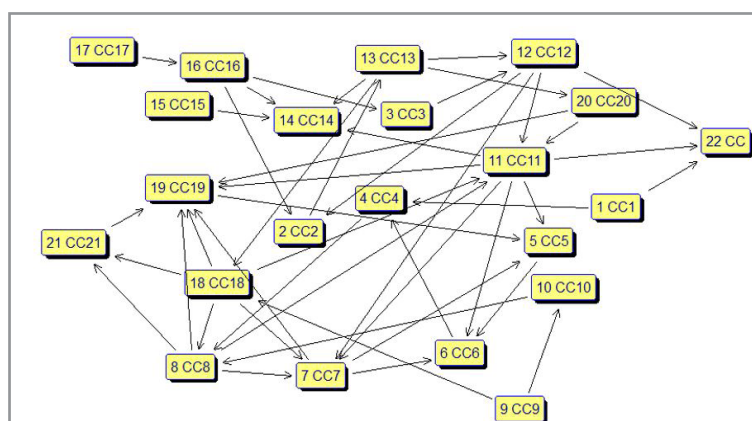
(IC<sup>23</sup>)، به عنوان هدف در نظر گرفته شده است. لازم به توضیح است که منظور از گزینه‌های راهبردی، گزینه‌های نمایای مساله‌های زیست‌بوم کارآفرینی دانشجویی است که پیگیری و حل آنها برای بهبود این زیست‌بوم، مهم و راهبردی است و در نتیجه، برای برطرف کردن آنها تلاش قابل توجهی لازم است (روزنهد و مینجرز، ۱۴۰۰) بر روی نقشه‌ها نیز، گزینه‌هایی که بالای آنها گزینه دیگری وجود ندارد راهبردی هستند (آذر و همکاران، ۱۳۹۴).

برابر برونداد نقشه نگاشت و نظرهای انباشته شده مشارکت‌کنندگان، در زمینه هدف تقویت غنابخشی محتوایی فعالیت‌های کارآفرینی دانشجویی در موسسه‌های آموزش عالی کشاورزی، نبود رویکرد پیامدگرا و نهادمند به کارآفرینی دانشجویی (CC<sup>1</sup>)، ضعف محتوایی و ساختاری طرح کسب‌وکار مبتنی بر الگوهای کسب‌وکار جدید (CC<sup>11</sup>)، ضعف مدیریت مبتنی بر کار گروهی و تیمی در کسب‌وکارهای دانشجویی (CC<sup>12</sup>)، به عنوان مساله‌های راهبردی شناسایی شدند (نگاره ۲).

بدین ترتیب، هدف کلی، بهبود زیست‌بوم کارآفرینی دانشجویی در آموزش عالی کشاورزی از طریق پیگیری مسایل شناسایی شده در نظر گرفته شد. همچنین، برمبنای سویگان سه‌گانه، سه هدف برای ترسیم نقشه‌های شناختی در نظر گرفته شد:

سویهی زمینه: ساماندهی محیط توانمندساز برای کارآفرینی دانشجویی در آموزش عالی کشاورزی  
سویهی فرآیند: بهبود ساختار فرآیندی کارآفرینی دانشجویی در آموزش عالی کشاورزی

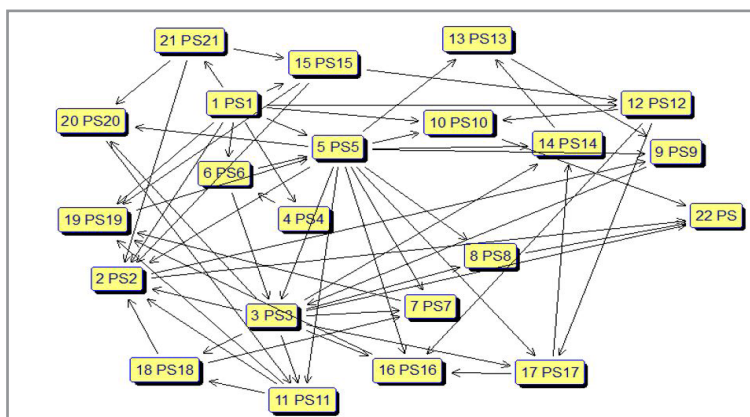
سویهی محتوا: غنابخشی محتوایی فعالیت‌های کارآفرینی دانشجویی در آموزش عالی کشاورزی  
اجزای نگاشت تهیه شده در رویکرد سودا شامل هدف‌ها، موضوع‌های مهم و گزینه‌های راهبردی مشخص می‌شوند. گر‌ها یا نودهایی که ارتباطی از آنان به سمت دیگر گر‌ها خارج نشده است، هدف‌ها می‌باشد. با توجه به شکل‌های ۲، ۳ و ۴ غنابخشی محتوایی فعالیت‌های کارآفرینی دانشجویی (CC<sup>22</sup>)، بهبود ساختار فرآیندی کارآفرینی دانشجویی (PS<sup>22</sup>)، و ساماندهی محیط توانمندساز برای کارآفرینی دانشجویی



نگاره ۲- نقشه جامع شناختی غنابخشی محتوایی کارآفرینی دانشجویی در آموزش عالی کشاورزی

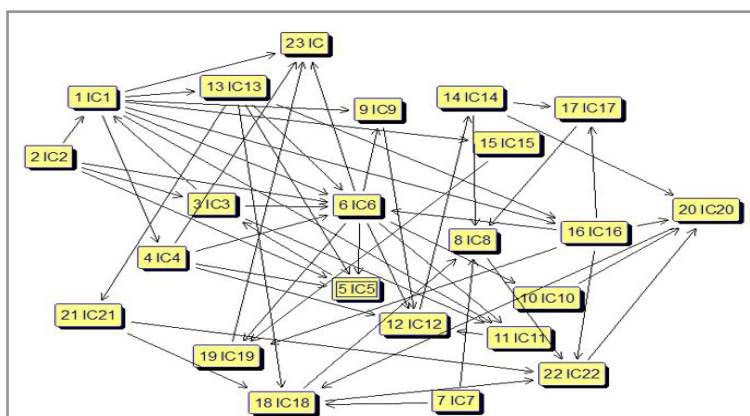
ضعف تسهیلات ورود محصول‌های دانشجویان به بازار (PS<sub>8</sub>)، بهره‌گیری نکردن از ظرفیت کارورزی و کارآموزی کسب‌وکارهای دانشجویی (PS<sub>10</sub>) به‌عنوان مساله‌های راهبردی شناسایی شدند (نگاره ۳).

در ارتباط با هدف بهبود ساختار فرآیندی کارآفرینی دانشجویی در آموزش عالی کشاورزی، مدیریت ناکارآمد تقاضا در حوزه کارآفرینی (PS<sub>2</sub>)، نبود پایش و ارزشیابی و گزارش‌دهی نظام‌یافته کارآفرینی دانشجویی (PS<sub>3</sub>)،



نگاره ۳- نقشه جامع شناختی بهبود ساختار فرآیندی کارآفرینی دانشجویی در آموزش عالی کشاورزی

در ارتباط با هدف ساماندهی محیط توانمندساز برای کارآفرینی دانشجویی در آموزش عالی کشاورزی، جانیفتادگی نهادی کارآفرینی در نظام مدیریتی دانشگاهی (IC<sub>۱</sub>)، توسعه نیافتگی فرهنگ سازمانی دانشگاهی نوآور حامی کارآفرینی (IC<sub>۴</sub>) تکامل نیافتن مأموریت کارآفرینی دانشگاه همپای آموزش و پژوهش (IC<sub>۶</sub>) و نبود پنجره واحد کارآفرینی و نوآوری دانشگاه (IC<sub>۱۹</sub>) به عنوان مساله‌های راهبردی شناسایی شدند (نگاره ۴).



نگاره ۴- نقشه جامع شناختی ساماندهی محیط توانمندساز برای کارآفرینی دانشجویی در آموزش عالی کشاورزی

تحقق هر هدف نیازمند تحقق عامل‌های علی آن است که در نقشه با استفاده از رابطه‌های علی یک‌سویه ارائه می‌شود. نقشه جامع شناختی مسیر حرکت در تحقق هدف نقشه را از طریق ساختار علی ارائه شده بر پایه‌ی نظر خبرگان به صورت مدل‌سازی مشارکتی سازمان فراهم می‌سازد. با توجه به یافته‌های به دست آمده از رویکرد SODA، در این بخش به تشریح موضوع‌های مهم و کلیدی پرداخته شده است. بدین منظور، دو تحلیل برای شناسایی موضوعات کلیدی وجود دارد که عبارت‌اند از: (الف) تحلیل دامنه‌ای: در این تحلیل شمار ورودی و خروجی‌های هر گره مشخص می‌شود تا در اصل شلوغ بودن هر گره محاسبه شود. هر چه قدر عدد به دست آمده برای هر گره بیشتر باشد، آن گره به‌عنوان گره مهم در نظر گرفته می‌شود. (ب) تحلیل مرکزی: دومین روش تحلیل گره‌های مهم، تحلیل مرکزی است که ساختار مدل را به گونه‌ای بررسی می‌کند تا مشخص شود کدام اظهارنظر مرکزیت بیشتری دارند (زاهدی و همکاران، ۱۳۹۶؛ آکرمن و ادن، ۲۰۰۱). با شناسایی گره‌هایی که



در هر دو تحلیل دامنه‌ای و مرکزی بیشترین امتیاز را به دست آورده‌اند، می‌توان اطمینان بیشتری در مشخص کردن موضوع‌های مهم (گره‌های مهم) پیدا کرد. بر مبنای یافته‌های به دست آمده از تحلیل دامنه‌ای و مرکزی، برای تحقق هدف غنابخشی محتوایی کارآفرینی دانشجویی در موسسه‌های آموزش عالی کشاورزی، حل مساله‌های ضعف محتوایی و ساختاری طرح کسب‌وکار مبتنی بر الگوها/ بوم‌های کسب‌وکار جدید (CC<sub>11</sub>) کیفیت نامناسب محصول‌های دانشجویی (CC<sub>7</sub>) ضعف نوآوری فنی در کسب‌وکارهای دانشجویی (CC<sub>8</sub>) چالش خلق ایده و فرصت در کارآفرینی دانشجویی (CC<sub>18</sub>) خطر اشباع کسب‌وکارهای دانشجویی (CC<sub>19</sub>) مهم و کلیدی است (جدول ۳).

جدول ۳- تحلیل مفهوم‌ها در نقشه جامع شناختی غنابخشی

محتوایی کارآفرینی دانشجویی در آموزش عالی کشاورزی

مرکزیت	دامنه	کد نمایا	مساله‌های محتوایی
۷/۱۷	۲	CC <sub>1</sub>	نبود رویکرد پیامدگرا و نهادمند به کارآفرینی دانشجویی
۹/۱۹	۳	CC <sub>2</sub>	چالش خوداتکایی و استقلال دانشجویان کارآفرین
۷/۱۷	۲	CC <sub>3</sub>	تداخل امور تحصیل و کسب‌وکار دانشجویان کارآفرین
۸/۱۶	۳	CC <sub>4</sub>	پوشش داده‌نشدن ریسک‌های محتمل دانشجویان کارآفرین
۱۰/۲۰	۴	CC <sub>5</sub>	تکمیل نشدن زنجیره ارزش کارآفرینی دانشجویی
۱۰/۲۰	۴	CC <sub>6</sub>	چالش مقیاس‌پذیری کسب‌وکارهای دانشجویی و دانشگاهی
۱۳/۲۰	۷	CC <sub>7</sub>	کیفیت نامناسب محصول‌های دانشجویی
۱۲/۲۰	۷	CC <sub>8</sub>	ضعف نوآوری فنی در کسب‌وکارهای دانشجویی
۷/۱۶	۲	CC <sub>9</sub>	ضعف مدیریت دارایی فکری دانشجویان در فرآیند کسب‌وکارآفرینی
۷/۱۶	۲	CC <sub>10</sub>	تجاری‌سازی نشدن تحقیقات دانشجویی
۱۵/۲۱	۱۰	CC <sub>11</sub>	ضعف محتوایی و ساختاری طرح کسب‌وکار مبتنی بر الگوها/ بوم‌های کسب‌وکار جدید
۱۲/۲۱	۶	CC <sub>12</sub>	ضعف مدیریت مبتنی بر کار گروهی و تیمی در کسب‌وکارهای دانشجویی
۱۲/۲۱	۵	CC <sub>13</sub>	ضعف صلاحیت‌های کانونی/مهارت‌های نرم دانشجویی
۱۱/۲۱	۴	CC <sub>14</sub>	ضعف پاسخگویی و مسئولیت‌پذیری دانشجویان کارآفرین
۶/۱۶	۱	CC <sub>15</sub>	ترویج نیافتن ارزش‌های معنوی و پایداری در بین دانشجویان کارآفرین
۸/۱۶	۴	CC <sub>16</sub>	روشن‌نبودن چشم‌انداز و جهت‌گیری شغلی دانشجویان
۳/۸	۱	CC <sub>17</sub>	نبود آمادگی‌سنجی کارآفرینی و استعدادیابی شغلی دانشجویان
۱۲/۲۰	۷	CC <sub>18</sub>	چالش خلق ایده و فرصت در کارآفرینی دانشجویی
۱۲/۲۰	۷	CC <sub>19</sub>	خطر اشباع کسب‌وکارهای دانشجویی
۱۰/۲۰	۳	CC <sub>20</sub>	چالش رویکرد بین‌رشته‌ای/ فرارشته‌ای به کارآفرینی دانشجویی
۹/۱۷	۳	CC <sub>21</sub>	نبود فرصت شراکت و سهامداری دانشجویان در کارآفرینی دانشگاهی
۱۰/۲۰	۳	CC <sub>22</sub>	غنابخشی محتوایی کارآفرینی دانشجویی

با در نظر گرفتن همزمان یافته‌های ناشی از تحلیل کارآفرینی (PS<sub>3</sub>)، نبود پایش و ارزشیابی و گزارش‌دهی دامنه‌ای و مرکزی، برای تحقق هدف بهبود ساختار فرآیندی کارآفرینی دانشجویی در موسسه‌های آموزش عالی کشاورزی، پیگیری به منظور برطرف کردن مساله‌های ناشی از نقش‌آفرینی ناکارآمد مشاوران

کارآفرینی (PS<sub>3</sub>)، نبود پایش و ارزشیابی و گزارش‌دهی نظام‌یافته کارآفرینی دانشجویی (PS<sub>3</sub>)، معرفی نشدن انگاره درست کارآفرینی دانشجویی در جامعه دانشگاهی (PS<sub>1</sub>)، مدیریت ناکارآمد تقاضا در حوزه کارآفرینی (PS<sub>2</sub>)، مهم و کلیدی است.

جدول ۴- تحلیل مفهوم‌ها در نقشه جامع شناختی بهبود ساختار فرآیندی کارآفرینی دانشجویی در آموزش عالی کشاورزی

مرکزیت	دامنه	کد نمایا	مساله‌های محتوایی
۱۵/۲۱	۹	PS <sub>1</sub>	معرفی نشدن انگاره درست کارآفرینی دانشجویی در جامعه دانشگاهی
۱۵/۲۱	۹	PS <sub>2</sub>	مدیریت ناکارآمد تقاضا در حوزه کارآفرینی
۱۷/۲۱	۱۳	PS <sub>3</sub>	نبود پایش و ارزشیابی و گزارش‌دهی نظام‌یافته کارآفرینی دانشجویی
۹/۲۱	۲	PS <sub>4</sub>	انتظارات مالی نابجا از کارآفرینی دانشجویان
۱۸/۲۱	۱۵	PS <sub>5</sub>	نقش‌آفرینی ناکارآمد مشاوران کارآفرینی
۱۲/۲۱	۴	PS <sub>6</sub>	تخصیص نیافتن گرنت کارآفرینی
۱۲/۲۱	۴	PS <sub>7</sub>	تاخیر دانش‌آموختگی در بین دانشجویان کارآفرین
۱۱/۲۱	۳	PS <sub>8</sub>	ضعف تسهیلات ورود محصولات دانشجویان به بازار
۱۱/۲۱	۴	PS <sub>9</sub>	نبود خوشه‌سازی و شبکه‌سازی کسب‌وکارهای دانشجویی
۱۲/۲۱	۴	PS <sub>10</sub>	بهره‌گیری نشدن از ظرفیت کارورزی/ کارآموزی کسب‌وکارهای دانشجویی
۱۲/۲۱	۶	PS <sub>11</sub>	اجرا نشدن کامل برنامه‌ها و فرآیندهای اداری کارآفرینی
۱۱/۲۱	۵	PS <sub>12</sub>	اثربخشی محدود رویدادهای استارت‌آپی دانشجویی
۱۱/۲۱	۳	PS <sub>13</sub>	ضعف اطلاع‌رسانی در حوزه کارآفرینی دانشجویان
۱۲/۲۱	۴	PS <sub>14</sub>	نبود بانک اطلاعات و داده کسب‌وکارهای دانشجویی
۱۲/۲۱	۵	PS <sub>15</sub>	ظرفیت و مشارکت محدود تشکل‌های دانشجویی در کارآفرینی
۱۲/۲۱	۵	PS <sub>16</sub>	معرفی نشدن الگوهای نقش در حوزه کارآفرینی دانشجویان
۱۲/۲۱	۵	PS <sub>17</sub>	مستندسازی نشدن تجربه‌های شکست و موفقیت دانشجویان کارآفرین
۱۱/۲۱	۴	PS <sub>18</sub>	رعایت نشدن چارچوب زمان‌مند برای فعالیت و خروج کسب‌وکارهای دانشجویی
۱۳/۲۱	۶	PS <sub>19</sub>	نقش‌آفرینی غیرمحوری دانشجویان در کسب‌وکارهای دانشجویی
۱۱/۲۱	۴	PS <sub>20</sub>	ضعف سلامت اداری در چرخه کسب‌وکارهای دانشجویی
۱۱/۲۱	۴	PS <sub>21</sub>	معیارها و ضوابط محدودکننده برای ورود به عرصه کسب‌وکار
۱۲/۲۱	۴	PS <sub>22</sub>	بهبود ساختار فرآیندی کارآفرینی دانشجویی

بنابر یافته‌های برآمده از تحلیل دامنه‌ای و مرکزی، برای تحقق هدف ساماندهی محیط توانمندساز برای کارآفرینی دانشجویی در آموزش عالی کشاورزی، برنامه‌ریزی و تدارک حل مسایل ناشی از تکامل نیافتن ماموریت کارآفرینی

دانشگاه همپای آموزش و پژوهش (IC<sub>6</sub>)، جان‌فِتادگی نهادی کارآفرینی در نظام مدیریتی دانشگاهی (IC<sub>1</sub>)، ظرفیت محدود نهادی و مدیریتی حوزه کارآفرینی (IC<sub>16</sub>) (مهم و کلیدی محسوب می‌شود (جدول ۵)).

جدول ۵- تحلیل مفهوم‌ها در نقشه جامع شناختی ساماندهی محیط توانمندساز برای کارآفرینی دانشجویی در آموزش عالی کشاورزی

مرکزیت	دامنه	کد نمایا	مساله‌های محتوایی
۱۵/۲۲	۱۰	IC <sub>1</sub>	جان‌فیتادگی نهادی کارآفرینی در نظام مدیریتی دانشگاهی
۱۱/۲۰	۴	IC <sub>2</sub>	نبود حمایت نهادمند ستادی وزارت عتف
۱۱/۲۰	۵	IC <sub>3</sub>	تلفیق نشدن کارآفرینی دانشجویی در شاخص‌های رتبه‌بندی دانشگاهی
۱۲/۲۱	۵	IC <sub>4</sub>	توسعه‌نیافتگی فرهنگ سازمانی دانشگاهی نوآور حامی کارآفرینی
۱۲/۲۲	۵	IC <sub>5</sub>	توسعه‌نیافتگی زیرساخت‌های عملیاتی کارآفرینی دانشجویی
۱۶/۲۲	۱۳	IC <sub>6</sub>	تکامل نیافتن مأموریت کارآفرینی دانشگاه همپای آموزش و پژوهش
۷/۱۴	۲	IC <sub>7</sub>	توسعه‌نیافتگی زیست‌بوم نوآوری و کارآفرینی استانی
۹/۱۸	۵	IC <sub>8</sub>	بهره‌گیری نشدن کامل از ظرفیت‌های برون‌دانشگاهی برای کارآفرینی دانشجویی
۱۱/۲۱	۳	IC <sub>9</sub>	ضعف ترویج فرهنگ نوآوری و کارآفرینی در بین دانشجویان
۱۰/۲۲	۲	IC <sub>10</sub>	ارایه نشدن اثربخش درس کارآفرینی
۱۱/۲۱	۴	IC <sub>11</sub>	تلفیق نشدن حمایت از کارآفرینی دانشجویان در توسعه حرفه‌ای هیات علمی
۱۲/۲۲	۵	IC <sub>12</sub>	نگرش نامناسب به کارآفرینی دانشجویی در بین بخشی از اعضای هیات علمی
۱۳/۲۲	۶	IC <sub>13</sub>	نبود پیوستگی راهبردی و تشکیلاتی در حمایت از کارآفرینی دانشجویی
۱۰/۲۱	۴	IC <sub>14</sub>	در دسترس نبودن راهبران کسب‌وکار در دانشگاه
۸/۱۹	۲	IC <sub>15</sub>	نبود حمایت مالی و اعتباری از کسب‌وکارهای دانشجویی بدلیل رسمیت نیافتگی
۱۴/۲۲	۷	IC <sub>16</sub>	ظرفیت محدود نهادی و مدیریتی حوزه کارآفرینی
۱۰/۲۲	۳	IC <sub>17</sub>	نبود تعامل با مجامع و انجمن‌های کارآفرینی ملی و بین‌المللی
۱۱/۲۲	۶	IC <sub>18</sub>	نبود حمایت موثر پارک علم و فناوری از کارآفرینی دانشجویی
۱۱/۲۱	۴	IC <sub>19</sub>	نبود پنجره واحد کارآفرینی و نوآوری دانشگاه
۱۱/۲۲	۵	IC <sub>20</sub>	ضعف کیفیت مهارت‌آموزی دانشجویان در دانشگاه
۱۰/۲۲	۳	IC <sub>21</sub>	همکاری ناپیوسته مراکز رشد و کارآفرینی
۱۲/۲۲	۵	IC <sub>22</sub>	ضعف خدمات شتابدهی نوآوری و کارآفرینی دانشگاه
۱۱/۲۰	۴	IC <sub>23</sub>	ساماندهی محیط توانمندساز برای کارآفرینی دانشجویی

### بحث و نتیجه‌گیری

این تحقیق که با هدف عارضه‌یابی زیست‌بوم کارآفرینی دانشگاهی در آموزش عالی کشاورزی با تمرکز بر یک دانشگاه تخصصی در این زمینه به عنوان یک موقعیت مساله‌مند و پس از آن، توسعه و تحلیل گزینه‌های راهبردی برای بهبود این زیست‌بوم از طریق پیگیری به منظور حل مساله‌های مزبور بود، در آغاز به شناسایی ۶۴ مساله منجر شد. دسته‌بندی این مساله‌های شناسایی شده بر حسب الگوی تحلیلی سه شاخگی، سه سویه از موقعیت مساله‌مند مزبور را ترسیم نمود: (الف) شاخه محتوایی یا هسته محتوایی پدیده (کیفیت فعالیت‌های کارآفرینانه و طرح‌های کسب‌وکار دانشجویی)، (ب) شاخه فرآیندی یا ساختار فرآیندی شکل‌گیری پدیده (چرخه مقرر برای کارآفرینی دانشجویی)، و (ج) شاخه زمینه در اینجا شامل زمینه نهادی، فرهنگی، و اجتماعی پدیده

(محیط توانمندساز برای کارآفرینی دانشجویی). در این بین، سویه محیط توانمندساز یا زمینه نهادی با ۲۲ مقوله و پس از آن، ساختار فرآیندی و هسته محتوایی هر یک با ۲۱ مقوله مساله‌یابی شد. بر مبنای فراوانی استخراج شده، در سویه محتوا، چالش خوداتکایی و استقلال دانشجویان کارآفرین (۹۱ درصد)، تداخل امور تحصیل و کسب‌وکار دانشجویان کارآفرین (۸۶ درصد) و تکمیل نشدن زنجیره ارزش کارآفرینی دانشجویی (۷۷ درصد)، در سویه فرآیند، مشارکت‌کنندگان بیشتر به نبود پایش و ارزشیابی و گزارش‌دهی نظام‌یافته کارآفرینی دانشجویی (۸۶ درصد)، تخصیص نیافتن گزنت کارآفرینی (۸۲ درصد) و ضعف تسهیلات ورود محصول‌های دانشجویان به بازار (۷۷ درصد) و سرانجام، در سویه زمینه، به توسعه‌نیافتگی زیرساخت‌های عملیاتی کارآفرینی دانشجویی (۹۵ درصد)، ظرفیت محدود نهادی و مدیریتی حوزه کارآفرینی (۸۶ درصد) و ضعف خدمات شتاب‌دهی نوآوری و کارآفرینی دانشگاه (۷۷ درصد) بیشتر مورد اشاره مشارکت‌کنندگان قرار گرفته‌اند که می‌تواند ناشی از رویارویی مستقیم یا بازخوردهای دریافتی باشد. با توجه به منطق الگوی تحلیلی سه‌شاخگی در مبحث مدیریت راهبردی (میرزایی اهرنجان‌ی و امیری، ۱۳۸۱)، توسعه کارآفرینی دانشجویی نیازمند توجه همزمان به سه‌سویه به منظور همگراسازی آنها برای شکل‌گیری یک پدیده پویا، یعنی کارآفرینی دانشجویی، از طریق افزایش تطابق، سازگاری و همسازی فرآیند شکل‌گیری یا چرخه، محتوای فنی، نوآورانه، مدیریتی، بازاری و غیره و نیز زمینه یا محیط توانمندساز، یا زیست‌بوم شکل‌گیری، استقرار، رشد و خروج و یا ارتقای مقیاس این کسب‌وکارها است.

در گام دوم، به منظور نگاشت شناختی، هدف کلی، بهبود زیست‌بوم کارآفرینی دانشجویی از طریق پیگیری مساله‌های شناسایی شده در نظر گرفته شد. همچنین، بر مبنای سویگان سه‌گانه، سه هدف فرعی: (الف) ساماندهی

محیط توانمندساز برای کارآفرینی دانشجویی، (ب) بهبود ساختار فرآیندی کارآفرینی دانشجویی و (ج) غنابخشی محتوایی فعالیت‌های کارآفرینی دانشجویی تعریف شد. در این بین، شمار مفهوم‌های موجود در نقشه راهبردی غنابخشی محتوایی فعالیت‌های کارآفرینی دانشجویی ۲۵ مورد و شمار رابطه‌های میان آنها ۴۵ مورد به دست آمد. بنابراین نسبت بین رابطه‌ها و مفاهیم ۱/۸ است. شمار مفهوم‌های موجود در نقشه راهبردی بهبود ساختار فرآیندی کارآفرینی دانشجویی ۲۲ و شمار رابطه‌های میان آنها ۶۱ مورد محاسبه و نسبت بین رابطه‌ها و مفهوم ۲/۸ به دست آمد. سرانجام، شمار مفهوم‌های موجود در نقشه راهبردی ساماندهی محیط توانمندساز برای کارآفرینی دانشجویی، ۲۳ و شمار رابطه‌های میان آنها ۵۶ مورد حاصل و نسبت رابطه‌ها به مفهوم‌ها ۲/۴ محاسبه شد. از آنجایی که نرخ مورد انتظار رابطه‌ها به مفهوم‌ها بین ۱/۱۵ تا ۱/۲۰ است (جندقی و همکاران، ۱۴۰۰، رحیمی کلایه و همکاران، ۱۴۰۲، ادن و همکاران، ۲۰۰۴) بنابراین، با توجه به مقدار این نسبت‌ها در نقشه‌های ترسیم‌شده می‌توان نتیجه گرفت این نقشه‌ها تا حدی پیچیده هستند.

برابر یافته‌های نگاشت جامع شناختی هدف غنابخشی محتوایی فعالیت‌های کارآفرینی دانشجویی، امتیاز دامنه‌ای و مرکزی ضعف محتوایی و ساختاری طرح کسب‌وکار مبتنی بر الگوها/بوم‌های کسب‌وکار جدید، مقدار قابل توجهی بوده که خود گویای میزان اهمیت و نقش این موضوع در رسیدن به هدف است. بنابراین با توجه به درگیر بودن نقش این عامل در تحقق هدف غنابخشی محتوایی فعالیت‌های کارآفرینی دانشجویی از یک‌سو و در نظر گرفتن دلالت‌های پژوهش‌های پیشین مرتبط با کارآفرینی دانشجویی در آموزش عالی کشاورزی (شریف‌زاده و همکاران، ۱۴۰۲؛ برگمن و همکاران، ۲۰۱۶). از دیگر سو، فعالیت‌ها و راهبردهای

و راهبردهای زیر مدیریت کارآفرینی دانشجویی در موسسه‌های آموزش عالی کشاورزی تاکید می‌شود: دقت در انتخاب مشاوران کارآفرینی بر حسب شیوه‌نامه تنظیم‌شده، برگزاری آموزش توجیهی (در باره‌ی اهمیت و فرآیند ایفای نقش) و تخصصی (درباره موضوع‌های مختلف کسب‌وکار و نوآوری‌های مرتبط) و نظارت موثر بر عملکرد آنان می‌تواند تا حدودی به رفع این مساله یا کاهش اثرگذاری آن منجر شود. افزون بر این، در نظر گرفتن مشوق‌هایی همانند در نظر گرفتن امتیاز ارتقاء و ترفیع و اعتبار پژوهشی ویژه برای مشاوران کارآفرینی و نیز، انتخاب و تجلیل از مشاوران برگزیده با ارزیابی کیفیت راهبری آنان بر حسب پایش مستمر و بازخوردهای دانشجویان می‌تواند کارساز واقع شود.

یافته‌های مرتبط با امتیاز دامنه‌ای و مرکزی مساله‌های مطرح در نگاشت جامع شناختی ساماندهی محیط توانمندساز برای کارآفرینی دانشجویی نشان داد تکامل نیافتن ماموریت کارآفرینی دانشگاه همپای آموزش و پژوهش (ناهمزمانی/ ناهمپایی آموزش، پژوهش و کارآفرینی) نسبت به دیگر مساله‌ها اهمیت نسبی بالاتری برای تحقق این هدف داشته است. چنانچه در برخی پژوهش‌های پیشین نیز به نوعی اشاره شده است (اربانو و همکاران، ۲۰۱۷؛ لی و لی، ۲۰۲۰، آلوز و همکاران، ۲۰۱۹)، پیگیری راهبردی این مساله می‌طلبد که نسبت به تنظیم چشم‌انداز و برنامه راهبردی در حوزه کارآفرینی و نوآوری در سطح موسسه‌های آموزش عالی کشاورزی با در نظر گرفتن جایگاه مناسب برای کارآفرینی دانشجویی- اقدام شود و همچنین، پشتیبانی مناسب از کارآفرینی در برنامه‌ها و بودجه دانشگاه دیده شود. ساختارسازی مناسب توأم با تخصیص منبع و زیرساخت اداری و عملیاتی، به‌ویژه به لحاظ کادر مدیریتی و نیروی کارشناسی آشنا با موضوع کارآفرینی و نوآوری و نیز فضای کسب‌وکار در بخش کشاورزی برای پیگیری مساله پیش‌گفته ضروری

زیر برای مدیریت کارآفرینی دانشجویی در موسسه‌های آموزش عالی کشاورزی پیشنهاد و تاکید می‌شود: آموزش تنظیم و تدوین طرح کسب‌وکار با بهره‌گیری از الگوهای نوین کسب‌وکار و نیز، طراحی بوم کسب‌وکار مرتبط به دانشجویان متقاضی فعالیت‌های کارآفرینی در قالب کارگاه‌های عملی و نیز در قالب درس کارآفرینی برای همه دانشجویان کشاورزی. در این باره، تاکید بر اهمیت نوآوری در مدل کسب‌وکار متناسب با بخش کشاورزی در کنار نوآوری در فرآیند و محصول ضروری است. افزون بر دانشجویان، مشاوران و راهبران کارآفرینی دانشجویی نیز می‌بایست از آموزش‌های لازم درباره‌ی الگوهای کسب‌وکار و ترجمان آن در قالب طرح‌های کسب‌وکار کشاورزی بهره‌مند شوند تا بتوانند دانشجویان را در این زمینه راهبری کنند. همچنین، به عنوان لازمه ورود به عرصه کارآفرینی دانشجویی و یا تمدید فعالیت‌ها، کسب تسهیلات، و یا ارزیابی به عنوان پاداش‌دهی، تاکید بر معیار طرح کسب‌وکار شایسته ضروری به نظر می‌رسد. برای این منظور، گنجانیدن طرح کسب‌وکار منظم به بوم کسب‌وکار در فرآیند گردش کار کارآفرینی دانشجویی می‌تواند از آغاز دانشجویان کارآفرین را به سمت این مهم سوق دهد. برگزاری رویدادهای رقابتی و استارت‌آپی با موضوع طرح کسب‌وکار در بخش کشاورزی می‌تواند راهکار انگیزشی- آموزشی اثربخشی واقع شود.

درباره‌ی نگاشت جامع شناختی هدف بهبود ساختار فرآیندی کارآفرینی دانشجویی، بنابر یافته‌های تحلیل دامنه‌ای و مرکزی، نقش‌آفرینی ناکارآمد مشاوران کارآفرینی بالاترین امتیاز را کسب کرده‌اند. با توجه به اهمیت حل این مساله برای تحقق هدف یادشده از یک‌سو و با عطف به راهکارهای معرفی شده در پژوهش‌های پیشین مرتبط از دیگر سو (سعدآبادی و همکاران، ۱۴۰۱؛ آستوتی و همکاران، ۲۰۲۲، شیروکوا و همکاران، ۲۰۱۶، یانسن و همکاران، ۲۰۱۵)، فعالیت‌ها

به نظر می‌رسد. در آغاز کار، تا پیش از آن که کارآفرینی به عنوان یکی از ماموریت‌های کلیدی دانشگاه نهادینه شود، لازم است مدیریت ارشد موسسه‌های آموزش عالی کشاورزی به صورت موثر بر عملیاتی کردن برنامه‌های مربوطه و به‌ویژه هماهنگی و پیوستگی واحدهای تشکیلاتی ذریبط نظارت داشته باشد. البته، فراسوی اختیارها و ظرفیت‌های هر دانشگاه، حمایت و نظارت راهبردی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری از ماموریت کارآفرینی دانشگاه‌ها و در نظر گرفتن عملکردهای کارآفرینی به عنوان نشانگر کلیدی در رتبه‌بندی و تخصیص اعتبارهای رقابتی تشویقی به موسسه‌های آموزش عالی کشاورزی کلیدی است. این تحقیق، به لحاظ روش‌شناسی به صورت یک بررسی موردی به انجام رسیده است، لذا محدودیت‌های

خاص این روش را در تعمیم یافته‌ها در پی دارد. همچنین، این پژوهش به روش کیفی اجرا شده است و الگوی مفهومی برآمده بر چارچوب تحلیلی سه‌شاخگی پایه‌گذاری شده است. در کنار داده‌های ذهنی که در نگاشت شناختی خلاصه شده است، می‌توان به صورت مکمل از داده‌های عینی نیز بهره گرفت. در پژوهش‌های آتی با بهره‌گیری از الگوهای نظری دیگر و به روش کمی، می‌توان به طرح فرضیه و آزمون آن به لحاظ آماری اقدام شود. همچنین، بنابر لازمه‌های ویژه مورد بررسی، در این پژوهش مشارکت دانشجویان در کسب‌وکار بر سازوکار طرح‌های کسب‌وکار دانشجویی متمرکز بوده است و از این‌رو، در بهره‌گیری از یافته‌های پژوهش در طراحی و یا ارزیابی اثربخشی دیگر فعالیت‌های کارآفرینی دانشجویی

نیاز است این موضوع مد نظر قرار گیرد.

## منبع‌ها

- آذر، ع.، خسروانی، ف.، و جلالی، ر. (۱۳۹۸). تحقیق در عملیات نرم، رویکردهای ساختاردهی مساله. تهران: سازمان مدیریت صنعتی.
- آذر، ع.، نجفی توانا، س.، و قربانی، ح. (۱۳۹۴). نگاشت نقشه پایش فرایند کیفیت اقلام آماری مرکز آمار ایران با رویکرد تحلیل و توسعه گزینه‌های استراتژیک (سودا). پژوهش‌های مدیریت در ایران، ۱۹(۴): ۱-۲۰.
- برادران، م.، عابدی، ب.، خسروی‌پور، ب.، یعقوبی، ج.، و یزدان پناه، م. (۱۳۹۶). تدوین الگوی دانشگاه کارآفرین کشاورزی و منابع طبیعی از دیدگاه مدیریت آموزش کشاورزی. پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، ۹(۴۰): ۱۲۳-۱۳۹.
- جندقی، غ.، فتحی، م.، و ملکی، م. ج. (۱۴۰۰). مباحث نرم تحقیق در عملیات نشر. تهران: نگاه دانش.
- رحیمی کلایه، ط.، آذر، ع.، رجب‌زاده، ع.، و مقبل باعرض، ع. (۱۴۰۲). نگاشت نقشه توسعه موفقیت پروژه با استفاده از رویکرد تحلیل و توسعه گزینه‌های استراتژیک. پژوهش‌های نوین در تصمیم‌گیری، ۸(۲): ۱۸-۱.
- روزنهد، ج.، و مینجرز، ج. (۱۴۰۰). تحقیق در عملیات نرم، روش‌های ساختاردهی مساله در شرایط پیچیدگی، عدم اطمینان، تعارض (ترجمه عادل آذر و علی انوری). تهران: نگاه دانش.
- زاهدی، ا.، میرغفوری، س. ح.، و مروتی شریف‌آبادی، ع. (۱۳۹۶). نگاشت نقشه یکپارچه توسعه سطح نوآوری و تجاری‌سازی شرکتهای دانش‌بنیان ایران با استفاده از رویکرد تحلیل و توسعه گزینه‌های استراتژیک. فصلنامه مدیریت توسعه فناوری، ۵(۴): ۷۹-۱۰۴.
- سعدآبادی، ع.، ا.، اعلامی، ف.، پناهی، س.، و رحیمی‌راد، ز. (۱۴۰۱). بررسی فرآیند بهبود زیست‌بوم کارآفرینی دانشجویی با به‌کارگیری روش آزمایشگاه زنده (مطالعه موردی طرح نوا). ترویج علم، ۱۳(۱): ۹۲-۱۱۳.

- شریف‌زاده، م. ش.، عبدالله‌زاده، غ.، نجفی‌نژاد، ع. (۱۳۹۷). موردکاوی تجربه گذار به دانشگاه کارآفرین: دانشگاه بسان یک زیست‌بوم کارآفرینی خرد. کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی، ۵(۲): ۳۳-۶۹.
- شریف‌زاده، م. ش.، عبدالله‌زاده، غ.، و شریفی، م. (۱۴۰۰). واکاوی زیست‌بوم دانشگاه کارآفرین در آموزش عالی کشاورزی: کاربرد روش‌شناسی سامانه‌های نرم. علوم ترویج و آموزش کشاورزی ایران، ۱۷(ویژه نامه)، ۱-۲۵.
- شریف‌زاده، م. ش.، عبدالله‌زاده، غ.، و رجیبیان غریب، ف. (۱۴۰۲). چارچوب مفهومی خبرگانی کسب‌وکارآفرینی دانشجویی در آموزش عالی کشاورزی. پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، ۱۵(۶۶): ۱۷۱-۱۹۴.
- عباسی، ع.، سعدوندی، م.، فرهادیان، ه. (۱۳۹۷). ویژگی‌های محیط یادگیری در نظام آموزش عالی کشاورزی صلاحیت‌محور. پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، ۱۰(ویژه نامه): ۱۰۹-۱۲۲.
- معتمدی‌نیا، ز.، موحد محمدی، س. ح.، علم بیگی، ا.، و مهدی‌زاده، ح. (۱۴۰۰). رشد اکوسیستم کارآفرینی در بستر نظام آموزش عالی کشاورزی کشور از دیدگاه دانشجویان رشته‌های کشاورزی. راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی، ۸(۱۵): ۲۰-۳۳.
- موحد محمدی، ح.، شاعری، ف.، و علم‌بیگی، ا. (۱۳۹۸). راهبردهای حمایتی آموزش کارآفرینانه کشاورزی از دیدگاه خبرگان. پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، ۱۱(۴۸): ۱۷-۲۹.
- میرزایی اهرنجان، ح. و امیری، م. (۱۳۸۱). ارائه مدل سه سویه تحلیل مبانی فلسفی و زیر ساخت‌های بنیادین تئوری‌های مدیریت. دانش مدیریت، ۱۶(۵۶): ۳-۲۱.
- میرزایی، ن.، و علی بیگی، ا. ح. (۱۳۹۴). دیدگاه دانشجویان کشاورزی دانشگاه رازی نسبت به بسترهای ضروری یادگیری تجربی. پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، ۷(۳۲): ۱۴-۲۵.
- ویسی‌نژاد، ژ. و اطهری، ز. (۱۴۰۲). تحلیل نیت کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی دانشگاه رازی بر اساس سرمایه روان‌شناختی و انطباق‌پذیری مسیر شغلی. پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، ۱۵(۶۴): ۵۷-۷۲.
- Ackermann, F., and Eden, C. (2001). Contrasting single user and networked group decision support systems for strategy making. *Group Decision and Negotiation*, 10, 47-66.
- Ackermann, F., and Eden, C. (2004). Using Causal mapping: individual and group; traditional and new. *Systems modelling: Theory and practice*, 127-145.
- Ackermann, F., and Eden, C. (2020). Strategic options development and analysis. *Systems approaches to making change: A practical guide*, 139-199.
- Adner, R. (2017). Ecosystem as Structure: An Actionable Construct for Strategy. *Journal of Management* 1: 39-58.
- Alves, A.C., Fischer, B., Schaeffer, P.R. and Queiroz, S. (2019). Determinants of student entrepreneurship: An assessment on higher education institutions in Brazil. *Innovation and Management Review*, 16 (2): 96-117.
- Anghel, G. A., and Anghel, M. A. (2022). Green Entrepreneurship among Students—Social and Behavioral Motivation. *Sustainability*, 14, 8730. <https://doi.org/10.3390/su14148730>
- Astuty, E., Yustian, O.R. and Ratnapuri, C.I. (2022). Building Student Entrepreneurship Activities through the Synergy of the University Entrepreneurship Ecosystem. *Front. Educ.* 7:757012. doi: 10.3389/educ.2022.757012

- Bazan, C., Shaikh, A., Frederick, S., Amjad, A., Yap, S., Finn, C., et al. (2019). Effect of Memorial University's environment and support system in shaping entrepreneurial intention of students. *J. Entrep. Educ.* 22: 1–35.
- Bergmann, H., Hundt, C. and Sternberg, R. (2016). What makes student entrepreneurs? On the relevance (and irrelevance) of the university and the regional context for student start-ups. *Small Bus Econ* 47: 53–76
- Bienkowska, D., Klofsten, M. and Rasmussen, E. (2016). PhD Students in the Entrepreneurial University - Perceived Support for Academic Entrepreneurship. *European Journal of Education*, 51(1): 56-72.
- Bosma, N., Hill, S., Ionescu-Somers, A., Kelley, D., Levie, J., Tarnawa, A., et al. (2020). *The Global Entrepreneurship Monitor (GEM): 2019/2020 Global Report*. London.
- Brandhorst, J. K., Solon, K., Opatrny-Yazell, C., and Jensen, D. (2024). Transforming Learners: A Programmatic Approach to Helping Students Find “The Right Work”. *Journal of Management Education*, 48(2): 340-366. <https://doi.org/10.1177/10525629231187515>
- Brown, R. and Mason, C. (2017). Looking inside the spiky bits: a critical review and conceptualization of entrepreneurial ecosystems. *Small Business Economics*, 49(1):11–30.
- Clark, B. R. (1998). *Creating Entrepreneurial Universities: Organizational Pathways of Transformation*. Paris: IUA Press and Pergamon.
- de Rodríguez Jasso, L. J., Limón, M. L. S., Mendoza, O. G., Qureshi, N. A., Qalati, S. A., and Feng, G. C. (2022). Sustainable entrepreneurial intention and the role of altruism and the ability to innovate: a case of students in Tamaulipas. *Cogent Soc. Sci.* 8:2095743. doi: 10.1080/23311886.2022.2095743
- Duong, C. D., Le, T. L., and Ha, N. T. (2021). The Role of Trait Competitiveness and Entrepreneurial Alertness in the Cognitive Process of Entrepreneurship among Students: A Cross-Cultural Comparative Study between Vietnam and Poland. *Journal of Competitiveness*, 13(4): 25–42.
- Edelman, L. F., Manolova, T., Shirokova, G., and Tsukanova, T. (2016). The impact of family support on young entrepreneurs' start-up activities. *Journal of Business Venturing*, 31(4): 428-448.
- Eden, C. (2004). Analyzing cognitive maps to help structure issues or problems. *European Journal of Operational Research*, 159(3): 673-686.
- Eden, C., and Ackermann, F. (2013). *Making strategy: The journey of strategic management*. Sage.
- Fuster, E., Padilla-Meléndez, A., Lockett, N., and del Aguila-Obra, A. R. (2019). The emerging role of university spin-off companies in developing regional entrepreneurial university ecosystems: The case of Andalusia. *Technological Forecasting and Social Change* 141: 219–31.
- Georgiou, I. (2009). Mapping railway development prospects in Brazil. *Transport Reviews*, 29(6): 685- 714.
- Jansen, S. van de Zande, T., Brinkkemper, S., Stam, E., and Varma, V. (2015). How education, stimulation, and incubation encourage student entrepreneurship: Observations from MIT, IIIT, and Utrecht University. *The International Journal of Management Education*, 13(2): 170-181.
- Johnson, D., Bock, A. J., and George, G. (2019). Entrepreneurial dynamism and the built environment in the evolution of university entrepreneurial ecosystems. *Industrial and Corporate Change*, 28(4):941–959, <https://doi.org/10.1093/icc/dtz034>



- Kourilsky, M. L., and Walstad, W. B. (1998). Entrepreneurship and female youth: knowledge, attitudes, gender differences, and educational practices. *J. Bus. Ventur.* 13, 77–88. doi: 10.1016/S0883-9026(97)00032-3
- Lee, Y. and Lee, Y. (2020). University Start-Ups: The Relationship between Faculty Start-Ups and Student Start-Ups. *Sustainability*, 12, 9015; doi:10.3390/su12219015
- Mazzei, M. J. (2018). Strategic entrepreneurship: Content, process, context, and outcomes. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14: 657–70.
- O'Brien, E., M. Cooney, T. and Blenker, P. (2019). Expanding university entrepreneurial ecosystems to under-represented communities. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, 8 (3): 384-407. <https://doi.org/10.1108/JEPP-03-2019-0025>
- Odewale, G. T., Hani, S. H., Migro, S. O., and Adeyeye, P. O. (2019). Entrepreneurship education and students' views on self-employment among international postgraduate students in universiti utara malaysia. *J. Entrep. Educ.* 22: 1–15.
- Ouni, S. and Boujelbene, Y. (2023). The mediating role of big five traits and self-efficacy on the relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial behavior: Study of Tunisian university graduate employees. *Evaluation and Program Planning*, 100, <https://doi.org/10.1016/j.evalprogplan.2023.102325>.
- Pitelis, C. (2012). Clusters, entrepreneurial ecosystem co-creation, and appropriability: a conceptual framework. *Industrial and Corporate Change*, 21(6):1359–1388.
- Shirokova, G., Osiyevskyy, O., and Bogatyreva, K. (2016). Exploring the intention–behavior link in student entrepreneurship: Moderating effects of individual and environmental characteristics. *European Management Journal*, 34(4): 386-399.
- Spigel, B. (2017). The relational organization of entrepreneurial ecosystems, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41 (1): 49–72.
- Urbano, D. and Guerrero, M. (2013). Entrepreneurial universities: socioeconomic impacts of academic entrepreneurship in a European region, *Economic Development Quarterly*, 27(1): 40–55.
- Urbano, D., Aparicio, S., Guerrero, M., Noguera, M., and Torrent-Sellens, J. (2017). Institutional determinants of student employer entrepreneurs at Catalan universities. *Technol. Forecast. Soc. Chang.*, 123: 271–282.

## Cognitive Mapping of Student Entrepreneurship Ecosystem in Iranian Agricultural Higher Education : A Multidimensional model

Mohammad Sharif Sharifzadeh<sup>1</sup>, Gholamhossein Abdollahzadeh<sup>1</sup>, Fatemeh Rajabian Gharib<sup>2</sup>

1- Professor, Gorgan University of Agricultural Sciences and Natural Resources

2- PhD of Agricultural Education, University of Agricultural Extension and Education and Natural Resources of Khuzestan, Iran

### Abstract

While student entrepreneurship is integral to the entrepreneurial university model, its significance has been relatively understated in existing literature. This study aimed to identify challenges and enhancement of the student entrepreneurship ecosystem in agricultural higher education through a dual-method research approach in a sequential design. Initially, a focus group comprising stakeholders from Gorgan University of Agricultural Sciences and Natural Resources (N=22) was formed to explore issues surrounding student entrepreneurship. This phase resulted in the identification of 64 problems categorized within a three-dimensional analytical model, encompassing the content, process, and context of student entrepreneurship phenomena. Subsequently, the Strategic Options Development and Analysis (SODA) approach, a problem-structuring and soft operational research method, was employed in the analytical phase to map the dimensions of the student entrepreneurship ecosystem. The overarching goal of this strategic analysis was to enhance the student entrepreneurship ecosystem. Through cognitive mapping and analyses using Decision Explorer, three strategic maps were developed for each dimension: content enrichment, process structuring, and fostering an enabling environment for student entrepreneurship. The cognitive mapping exercise unveiled pivotal issues within the student entrepreneurship landscape. Notably, deficiencies in business plan content and structure based on new business models/canvas were underscored as crucial, with a domain score of 10 and a central score of 21.15. Inadequate performance of entrepreneurship mentors was identified as a significant challenge in improving the process structure of student entrepreneurship, scoring 15 in the domain and 18.18 centrally. Furthermore, the lack of alignment between university education, research, and entrepreneurship missions was highlighted as a key concern in creating an enabling environment for student entrepreneurship, scoring 13 in the domain and 16.22 centrally. Drawing upon these insights, tailored strategies were proposed to enhance the student entrepreneurship ecosystem, addressing critical areas identified in each cognitive map. By targeting these key issues and implementing strategic interventions, it is envisaged that the ecosystem supporting student entrepreneurship in agricultural higher education can be fortified, fostering a more conducive environment for aspiring student entrepreneurs to thrive and innovate.

**Index Terms:** Agricultural Higher Education, Entrepreneurship ecosystem, Student entrepreneurship

**Corresponding author:** M. Sh. Sharifzadeh

**Email:** sharifzadeh@gau.ac.ir

**Received:**2024/04/02

**Accepted:**2024/06/20