

## واکاوی عوامل نهادی زیست‌بوم کارآفرینی دانشگاهی: مطالعه موردی دانشگاه تهران

محمدعلی مرادی\*؛ جهانگیردالی فارسی؛ قنبرمحمدی الیاسی؛ و رضا فریدزاده\*

### چکیده

نهادها یکی از مؤلفه‌های کلیدی زیست‌بوم مؤثر در شکل‌گیری و رشد و توسعه کارآفرینی دانشگاهی است. هدف این مقاله واکاوی ابعاد نهادی زیست‌بوم کارآفرینی دانشگاهی بود. دانشگاه تهران به عنوان یکی از دانشگاه‌های برتر و دارای قدمت طولانی کشور در قالب روش مطالعه موردی انتخاب و با مراجعه به تعداد ۲۶ نفر از خبرگان موضوع، اطلاعات و دانش ضمنی آن‌ها از طریق مصاحبه گردآوری شد. راهبرد مطالعه برای این تحقیق، نظریه داده بنیاد و رویکرد گردآوری داده‌ها از نوع مطالعات توصیفی-تبیینی است. در این چارچوب، از روش تحلیل کدگذاری برای تحلیل اطلاعات استفاده شد و مؤلفه‌های نهادی زیست‌بوم کارآفرینی دانشگاهی شناسایی شده و در ادامه با استفاده از یافته‌های میدانی مدل زیست‌بوم کارآفرینی دانشگاهی با محوریت نهادها طراحی و تحلیل شده است. نهادها به کنش متقابل انسان‌ها ساختار می‌بخشند. ساختارهای نهادی، در شکل‌گیری اشکال مولد، غیر مولد و مخرب زیست‌بوم کارآفرینی نقش به‌سزایی دارند به همین دلیل، کشورهای دارای ساختارهای نهادی ضعیف، کارآفرینی‌های غیر مولد یا حتی در برخی موارد کارآفرینی مخرب دارند؛ از این رو تغییرات نهادی، عامل اصلی تحولات کارآفرینانه هستند. بدین ترتیب، نهادها با تنظیم قواعد بازی، ماهیت و نتایج کارآفرینی را تحت تأثیر قرار می‌دهند. یافته‌های این پژوهش در سه سطح ملی، صنعت و سازمان شناسایی و طبقه‌بندی شده‌اند. مهم‌ترین عوامل نهادی زیست‌بوم کارآفرینی دانشگاهی در این سه سطح به ترتیب عبارت‌اند از در سطح ملی؛ نهادهای سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، قضایی و قانونگذاری، در سطح صنعت؛ نهادهای صنعت و بازار و سازمان‌های تسهیل‌گر و در سطح سازمان؛ نهادهای مدیریت، فناوری، فرهنگ، قوانین و مالی؛ مؤلفه‌های نهادی زیست‌بوم کارآفرینی دانشگاهی را تشکیل می‌دهند.

کلید واژه‌ها: نهاد، زیست‌بوم، کارآفرینی دانشگاهی، نظریه داده بنیاد

۱. نویسنده مسئول: دانشیار گروه توسعه کارآفرینی، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران  
mamoradi@ut.ac.ir

۲. دانشیار گروه کارآفرینی سازمانی، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران  
jfarsi@ut.ac.ir

۳. دانشیار گروه توسعه کارآفرینی، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران  
elyasi@ut.ac.ir

۴. دانشجوی دکتری توسعه کارآفرینی، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران  
faridzade@ut.ac.ir

DOI: 10.22051/jontoe.2021.33002.3139

https://jontoe.alzahra.ac.ir/article\_5308.html

## مقدمه

دانشگاه‌ها براساس فرآیند نقش‌مندی در چهار نسل آموزش، پژوهش، کارآفرینی و تأثیرگذاری منطقه‌ای تکامل داشته‌اند. ویژگی نسل چهارم دانشگاه‌ها عبارتند از: تحول‌گرایی، تعالی‌گرایی، تقاضا محوری، توسعه منطقه‌ای. در اقتصادهای توسعه‌یافته و دانش‌بنیان، دانشگاه‌ها راهبردهای کارآفرینانه را طراحی و توسعه می‌دهند (روف و آل‌ریش، ۲۰۰۶). دانشگاه کارآفرین با حل مسائل جامعه، دولت و بنگاه‌های اقتصادی به شیوه علمی و بسترسازی برای توسعه نوآوری به روند توسعه بومی و درون‌زا خدمت می‌کند (سین<sup>۱</sup>، ۲۰۰۴؛ روسارمال<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۰۷؛ رایت و همکاران، ۲۰۰۷؛ مارتین<sup>۳</sup>، ۲۰۱۲).

ایران به‌رغم الزام به توسعه درون‌زا، و توجه ویژه‌ای به مسأله کارآفرینی، جایگاه هفتاد و دوم در رتبه‌بندی دیده‌بان جهانی کارآفرینی را داشته و بیکاری افراد تحصیل‌کرده و فقدان رشد اقتصادی، بیان‌کننده این است که کارآفرینی دانشگاهی در ایران، نمود عینی چندانی نیافته است. نهاد، قواعد بازی را تبیین و تعاملات انسانی را در جامعه شکل می‌دهد. ساختار انگیزشی حاصل از این نهادها، عامل اصلی مسیر توسعه اقتصادی کشورها است (نورث، ۱۹۹۴: ۳۶۱). با این حال، غالب تحقیقات کارآفرینی در سطح سازمانی، بر افراد (گلب، ۲۰۰۳؛ کنی و گوو، ۲۰۰۴) یا سازمان (رابرتز، ۱۹۹۱؛ فلدمن و همکاران، ۲۰۰۵؛ برنان و مک‌گون، ۲۰۰۶؛ کربی، ۲۰۰۶؛ انتظاری، ۲۰۱۵) متمرکز شده‌اند. پژوهش‌هایی نیز در ارتباط میان فرهنگ و کارآفرینی (هایتون و کاکویتی، ۲۰۱۳؛ ونبرگ و همکاران، ۲۰۱۳)، نقش دولت، بخش خصوصی و صنعت در ارتقاء کارآفرینی دانشگاهی انجام شده است (کانیتو، ۲۰۱۵؛ لیدسدرف و فریچ، ۲۰۰۶؛ ونگ و سینگ، ۲۰۱۳). با وجود این، تمرکز بر زیست‌بوم کارآفرینی دانشگاهی به عنوان یک کل منسجم ضرورت دارد (روترومال و همکاران، ۲۰۰۷). شرایط اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی کشور، مواجهه با پدیده جهانی شدن، الزام به توسعه درون‌زا و اهمیت اقتصاد مقاومتی موجب توجه ویژه‌ای به مسأله کارآفرینی شده است. بدین ترتیب، انتقال تجاری دانش یا انتقال فناوری از دانشگاه به صنعت از طریق توافق‌نامه‌ها، مطالعات تحقیقاتی

1. Shane
2. Rothaermel
3. Martin

مشترک، شرکت‌های تازه تأسیس، رشد سریعی داشته است. تلاش برای تجاری شدن دانش، دانشگاه را به سمت کارآفرینی دانشگاهی سوق داد. پیرو عقیده اترکویتز و همکاران (۲۰۰۰) میان دانشگاه و جامعه رابطه‌ای دو سویه مبتنی بر دانش ایجاد شده است و ایفای نقش فعال در توسعه اقتصادی بر مأموریت دانشگاه افزوده است.

در کشورهای در حال توسعه مانند ایران، دانشگاه‌ها علاقمندی‌های فراوانی برای حرکت به سوی کارآفرینی دانشگاهی دارند، اما در تحقیقات نظری و تجارب عملی موجود در این حوزه با ابهامات و مشکلات عدیده‌ای مواجه هستند. به نظر می‌رسد در عمل، اولاً بسیاری از دانشگاه‌ها هنوز آمادگی‌های لازم برای حرکت به سمت کارآفرینی دانشگاهی را ندارند و تنها به دلیل فشارهای بیرونی، خود را متمایل و علاقمند نشان می‌دهند. ثانیاً، فشارهای وارد شده برای درآمدزایی بر دانشگاه‌ها، باعث می‌شود که آن‌ها به ناچار و شاید بدون توانمندی و قابلیت لازم به این حوزه وارد شوند و سوّم، برنامه دولت‌ها برای تخصیص بودجه برای حمایت از کارآفرینی دانشگاهی، مشوّق و محرک دانشگاه‌ها برای حرکت به سمت کارآفرینی دانشگاهی شده است، در حالی که در راستای توسعه درون‌زا، قابلیت درونی و علاقه واقعی برای رفع نیازهای جامعه و کمک به توسعه اقتصادی در دانشگاه‌ها شکل نگرفته است (سیگال و رایت، ۲۰۱۵). بدین ترتیب، کارآفرینی دانشگاهی در ایران به یک صورت بدون محتوای چشمگیر و قابل ملاحظه کارآفرینی تبدیل شده است. به نظر می‌رسد بر خلاف کشورهای توسعه یافته، دانشگاه کارآفرین و کارآفرینی دانشگاهی در کشورهای در حال توسعه از جمله ایران، بیشتر یک مفهوم باشد تا یک واقعیت بیرونی. در این راستا، فقدان مکانیزم مناسب برای انتقال نتایج عملی تحقیقات دانشگاهی به صنعت به عنوان عامل کلیدی در تنزل میزان موقعیت کارآفرینی مورد توجه قرار گرفت؛ علاوه بر منابع اعتباری برای پژوهش، اشاعه فرهنگ کارآفرینی، برنامه ریزی، حمایت از کارآفرینان توسط دستگاه‌های اجرایی در راستای هدف مذکور قرار داشت، که در سیاستگذاری‌ها از آن غفلت شد. در حال حاضر، هیچ پیشینه تحقیقی وجود ندارد که به طور ویژه به کارآفرینی دانشگاهی پرداخته و چارچوبی در برگیرنده تکه‌های مختلف تشکیل دهنده کارآفرینی دانشگاهی (برای مثال، انتقال فناوری، لیسانس دهی دانشگاهی، پارک‌های علمی، انکیباتورها، شرکت‌های انشعابی، دفاتر انتقال فناوری (TTOs) و نظایر آن) باشد. بدین وسیله، استقراض مفهوم زیست بوم، از حوزه زیست‌شناسی، تلاشی برای

یکپارچه کردن و انسجام بخشی نظری به مؤلفه های داخلی و خارجی مؤثر در این تحقیقات است که نقش هم افزایی با متون توسعه در کارآفرینی را نیز ایفا می کند. به عبارت دیگر، این بار تلاش شد تا با استفاده از مفهوم زیست بوم، به ارائه انسجام پژوهشی و نظری برای حل و رفع شکاف نوآوری میان صنعت و دانشگاه اقدام کند. پژوهش حاضر به دنبال شناسایی عوامل نهادی زیست بوم کارآفرینی دانشگاهی و رفع بخشی از کاستی موجود در ادبیات پژوهش است.

از دیدگاه ویبلن<sup>۱</sup> (۱۹۰۹)، افراد جامعه به خاطر نیازهای خود، نهادی را به وجود می آورند که به مرور زمان به صورت آداب و رسوم، مورد پذیرش جامعه قرار می گیرد. کامونز<sup>۲</sup> (۱۹۳۱) اعتقاد دارد نهاد به عنوان کنش جمعی در راستای کنترل، آزادسازی و بسط کنش فردی است. نهادها قواعد رسمی (قانون اساسی، قوانین موضوعه و قوانین عرفی و مقررات)، قواعد غیررسمی (رسوم، قواعد اخلاقی و هنجارهای اجتماعی) و خصوصیات اجرایی و تضمینی هر کدام از آنها تشکیل می شوند. نهادها ساختار انگیزشی جوامع را به وجود می آورند، از این رو، آنها شیوه هایی را مشخص می کنند که بازی ها در طی زمان اجرا می شوند (نورث، ۱۹۹۰: ۳۵۷).

در چارچوب اقتصاد سیاسی نهادگرایی، عجم اغلو و رابینسون ضمن تأکید بر نقش نهادهای اقتصادی برای رشد اقتصادی، آن را محرک انگیزه کنشگران اصلی اقتصادی می دانند (عجم اغلو و رابینسون، ۲۰۱۰: ۲). انعطاف پذیری نهادهای سیاسی و اقتصادی و تعدیل نهادی، از الزامات توفیق در توسعه اقتصادی است (متوسلی و همکاران، ۱۳۹۳: ۶۸). به رغم آن که عوامل مختلفی در شکل گیری نهادها نقش دارند، در نهایت، نهادهای اقتصادی حاصل انتخاب های جمعی جامعه هستند (عجم اغلو و همکاران، ۲۰۰۵: ۴۵). در نهادهای رسمی، حکومت یا نهاد سیاسی، عملکرد اقتصادی را شکل می دهد. زیرا آنها قواعد اقتصادی بازی را تعریف و اجرای آنها را تضمین می کنند (متوسلی و همکاران، ۱۳۹۳، ص ۷۲). بنابراین، تحلیل حکومت و خط مشی سیاسی، بخش لاینفک یک مدل پویای تغییر اقتصادی است. زیرا سیاست، قواعد رسمی را تصریح، تعیین و اجرا می کند. دولت، اقدامات و سیاستگذاری هایش عوامل درونزای تغییر و

1. Veblen
2. Commons

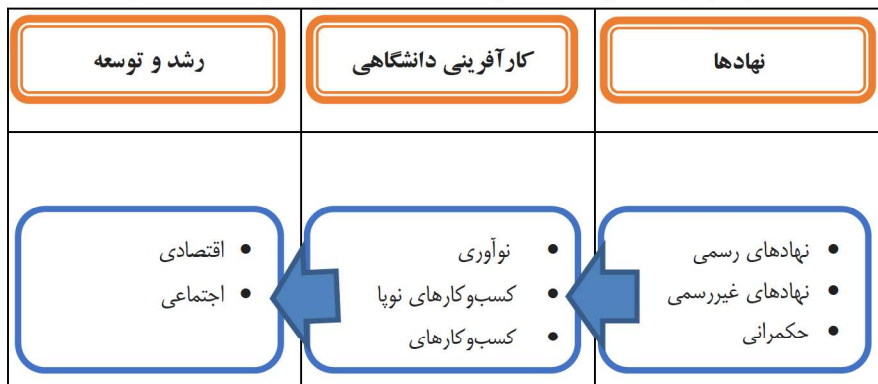
رشد اقتصادى هستند (متوسلى و همكاران، ۱۳۹۳: ۶۸). در نهادهاى غيررسمى مانند فرهنگ، نورث تغيير عملكرد اقتصادى را نتيجه تغيير در كيفيت و كميت انسان‌ها، تغيير در ميزان دانش بشر و تغيير در ماتريس نهادى مى‌داند (نورث، ۲۰۰۳، ص ۲۰). بنا به عقیده نورث، هزينه‌هاى تعيين و تنفيذ قراردادها و هزينه‌هاى كسب اطلاعات درباره شرايط متغير بازار، بر كيفيت نهادها تأثيرگذار هستند و كيفيت نهادها نيز از اين طريق، فعاليت كارآفرينى را تحت تأثير قرار مى‌دهد (نورث، ۱۹۹۳: ۴۲).

نهادها به كنش متقابل انسان‌ها ساختار مى‌بخشند. ادراكات از سازه‌هاى ذهنى بازيگران منتج مى‌شوند (متوسلى و همكاران، ۱۳۹۳: ۶۹). تغيير و تحول اقتصادى، فرايندى فراگير، مداوم، تدريجى و تكاملى است. همداستان با نورث، بامول (۱۹۹۰) براى ساختارهاى نهادى، نقش به‌سزايى در شكل‌گيرى اشكال مولد، غير مولد و مخرب زيست‌بوم كارآفرينى قائل است. به عبارت ديگر، كشورهاى داراى ساختارهاى نهادى ضعيف، كارآفرينى‌هاى غير مولد يا حتى در برخى موارد كارآفرينى مخرب دارند (مورفى، ۱۹۹۳؛ پاركر، ۲۰۰۹). بامول (۱۹۹۰) تفاوت در كارآفرينى را نتيجه تفاوت در عناصر نهادى كشورها يا مناطق مى‌داند. نقطه آغاز بحث بامول در رقابتي بودن و عدم انحصار است كه نتيجه ساختار انگيزشى يك اقتصاد غير رانتى است. چرا كه رانت، عاملان اقتصادى را به فعاليت‌هاى كارآفرينى غيرمولد و مخرب سوق مى‌دهد. در نتيجه، چنين نهادهاى، آثار و نتايج منفي بر زيست‌بوم كارآفرينى اعمال مى‌كنند (اكس، ۲۰۱۸، ص ۶۸). به عبارت ديگر، كارآفرينان وابسته به انگيزه‌هاى موجود در محيطشان، شكل مقررات و آيين نامه‌ها (قواعد رسمى نورث) و بر حسب هنجارها و ارزش‌هاى فرهنگى غالب (قواعد غيررسمى) واكنش نشان مى‌دهند و كارآفرينى به سمت مولد، غير مولد يا مخرب به پيش مى‌رود (بامول، ۱۹۹۰: ۸۹۵).

تغييرات نهادى، عامل اصلى تحولات كارآفرينانه است. نهادها قواعد بازي هستند كه براى سازمان‌هاى كارآفرين فرصت‌سازى يا فرصت‌زدايى مى‌كنند؛ سازمان‌ها تبلور فرصت‌هاى حاصل از نهادها هستند (نورث، ۲۰۰۰: ۵۸). به بيان ديگر، زمينه نهادى جهت رفتارها را تعيين مى‌كند و افراد براى تحقق اهدافشان، تلاش‌ها و منافع خود را در زمينه آن هدايت مى‌كنند (بوتكه و كوئين، ۲۰۰۹؛ ساليماس و كولن<sup>۱</sup>، ۲۰۱۰). بدین ترتيب، نهادها با تنظيم قواعد

بازی، ماهیت و نتایج کارآفرینی را تحت تأثیر قرار می‌دهند (باتجارگال و همکاران، ۲۰۱۳: ۱۰۳۳). براساس یافته‌های مرور ادبیات، تلفیقی از نظریه نهادی نورث (۱۹۹۰) و نظریه نهادی ویلیامسون (۲۰۰۰) به عنوان چارچوب مفهومی مدل استفاده شده است. تلفیق دو نظریه نهادی موجب می‌شود، رویکرد جامعی برای تبیین پدیده‌ها فراهم کند. چارچوب مفهومی نظریه مبنا برای پژوهش در زمینه کارآفرینی دانشگاهی در شکل تبیین شده است.

شکل ۱: چارچوب مفهومی نظریه تلفیقی نظریه نهادی نورث (۱۹۹۰) و ویلیامسون (۲۰۰۰)



نوع نگاه در کارآفرینی دانشگاهی در نظریه‌ها و مدل‌های مختلفی متفاوت است و تبیین سطوح مختلف در آن‌ها متفاوت است. در رویکرد نیاولی و فوگل<sup>۱</sup> (۱۹۹۴)، بیشتر بر سطح فرد و کلان تمرکز شده است. والدز (۱۹۹۸) در چارچوب زیست‌بوم کارآفرینی، بیشتر بر سطح خرد و فرد متمرکز شده است. کوهن (۲۰۰۶) در رویکرد زیست‌بوم کارآفرینانه پایدار به سطح سازمانی بیشتر توجه کرده است. در مدل ایزنبرگ (۲۰۱۱)، تمرکز مدل کارآفرینی عمدتاً بر سطح کلان است. مدل زیست‌بوم کارآفرینی اشپیگل (۲۰۱۵) اغلب عوامل سطح کلان و فرد را پوشش می‌دهد. بنابراین، با عنایت به اهداف و سؤالات پژوهش حاضر، یافته‌های ادبیات و یافته‌های میدانی پژوهش که از طریق مصاحبه به‌دست آمده است، در هم تنیدگی کارآفرینی دانشگاهی در سطح مختلف و در نهایت اینکه ضرورت داشتن نگاه یکپارچه‌ای در تبیین

ارتباط نهادها با کارآفرینی دانشگاه؛ نهادها در سه سطوح سازمانی (دانشگاه)، میانی (صنعت) و کلان (ملی) طبقه‌بندی و تحلیل می‌شود. پژوهش‌های انجام شده پیرامون زیست بوم کارآفرینی دانشگاهی خود به سه سطح فردی، سازمانی و محیطی تقسیم می‌شود. در پژوهش‌های صورت گرفته پیرامون کارآفرینی دانشگاهی می‌توان به موارد ذیل اشاره کرد: منتظری و همکاران (۱۳۸۴) در پژوهش با عنوان «دانشگاه کارآفرین و ارتباط سه‌گانه دولت، صنعت و دانشگاه» ضمن تمرکز بر مدل ماریپیچ سه‌گانه، روابط فعلی میان دانشگاه‌ها، بنگاه‌ها و دولت را برای توسعه کارآفرینی مناسب ندانستند. بندریان و قابضی (۱۳۸۸) برخی از موانع تجاری سازی را به تحقیقات (کمیت و کیفیت نتایج تحقیقات و اثربخشی آن‌ها) و برخی را به کاربرد تحقیقات در صنایع (درک و کاربرد نتایج تحقیقات توسط صنعت) نسبت داده‌اند. پژوهش فکور و حاجی حسینی (۱۳۸۷) در مطالعه موردی هفت دانشگاه کشور تحت عنوان «کارآفرینی دانشگاهی و تجاری‌سازی نتایج تحقیقات در دانشگاه‌های ایران» بر این عقیده استوار است که دانشگاه‌های فوق در سال‌های اخیر به سمت کارآفرینی و تجاری‌سازی حرکت کرده‌اند. از نشانه‌های این حرکت را می‌توان در ابراز تمایل برای ایجاد نهادهای مختلف ذی‌ربط در دانشگاه (مراکز کارآفرینی و پارک‌های علمی)، اقدام به پشتیبانی از فعالیت‌های ثبت اختراع در دانشگاه، شدت قابل توجه همکاری دانشگاه و صنایع در اجرای طرح‌ها و پروژه‌ها، توجه اکثر دانشگاه‌ها به سازوکارهای تجاری‌سازی مانند لیسانس‌دهی و شرکت‌های انشعابی در جلسات برشمرد. شریف‌زاده و همکاران (۱۳۸۸) با پژوهش کمی روی کارآفرینی دانشگاهی ۲۶۰ واحد دانشگاه پیام‌نور، با استفاده از روش کمی و پرسشنامه به تأیید تأثیر مثبت عوامل ساختاری، محتوایی و زمینه‌ای برای پیشرفت کارآفرینی دانشگاهی و فقدان آن‌ها به عنوان موانعی برای نیل به کارآفرینی دانشگاهی دانشگاه پیام نور می‌رسند. پورعزت، قلی‌پور و ندیرخانلو (۱۳۸۹) در تحقیقی تحت عنوان «تبیین موانع کارآفرینی دانشگاهی و تجاری‌سازی دانش در دانشگاه تهران» موانع تجاری‌سازی در دانشگاه تهران را به ترتیب اولویت استخراج کردند. حسینی (۱۳۹۰) در رساله دکتری خود تحت عنوان «طراحی الگوی سنجش قابلیت‌های کارآفرینی دانشگاهی»، با استفاده از روش کیفی و مصاحبه نیمه ساختار یافته به شناسایی عوامل محیطی، ساختاری و رفتاری مؤثر در توسعه کارآفرینی دانشگاهی اقدام کرده است. مدرسی (۱۳۹۰) با پژوهش نهادی بر کارآفرینی دانشگاهی دانشگاه تهران، ضمن تمرکز بر

نهادگرایی نورث (۱۹۹۰) با استفاده از روش تحقیق آمیخته، مصاحبه و پرسشنامه با خبرگان دانشگاه تهران، موانع کارآفرینی دانشگاهی دانشگاه تهران را در سطح سازمانی شناسایی و به تشریح آن‌ها اقدام کرده است. طاهرخانی (۱۳۹۳)، در پژوهش خود، شناسایی تأثیر عوامل نهادی و درونی بر برون‌دادهای کارآفرینی دانشگاهی دانشگاه تهران را با مطالعه کمی و پرسشنامه بررسی و تأثیر مثبت و معناداری میان عوامل نهادی رسمی و غیررسمی و عوامل درونی مانند منابع و قابلیت‌ها با برون‌دادهای کارآفرینی دانشگاه تهران شناسایی کرد.

در پژوهش‌های فوق متأسفانه اغلب اوقات متولیان تنها یک یا دو عنصر از زیست بوم کارآفرینی را مخاطب قرار می‌دهند و در نتیجه بسیاری از تلاش‌ها به بیراهه می‌رود. در رابطه با زیست بوم کارآفرینی، شواهد نشان می‌دهد با وجود پیشرفت‌هایی که در سال‌های اخیر ایجاد شده است، برخی از این عناصر هنوز توسعه نیافته‌اند و بعضی عوامل کلیدی هنوز غایب هستند؛ در صورتی که برای ایجاد و توسعه کارآفرینی، یک عنصر مجزا در زیست بوم به ندرت کافی است، بلکه بایستی بسیاری از عناصر زیست بوم را به طور همزمان و سیستمی بررسی کرد. با توجه به اینکه عوامل تأثیرگذار بر زیست بوم کارآفرینی دانشگاهی نتایج تحقیقات متعدد هستند؛ این عوامل را می‌توان به صورت زیر جمع‌بندی کرد: تحقیقاتی که بر سطح فردی، یعنی مدیریت کارآفرینانه، ریسک‌پذیر و استراتژی محور تأکید دارند. تحقیقاتی که در سطح سازمانی بر کم و کیف بروکرایی دانشگاه، جو سازمانی دانشگاه و آیین‌نامه‌های تشویقی دانشگاه تأکید داشتند. سطح سوم نیز پژوهش‌هایی که وضعیت صنعت، سیاست‌گذاری‌های اقتصادی مانند قانون و نزدیکی جغرافیایی به صنعت را بررسی کرده‌اند. در این رابطه در صدد هستیم به این سؤالات پاسخ دهیم که ابعاد نهادی زیست بوم کارآفرینی دانشگاهی ایران کدامند؟ و کدام ویژگی‌های سازمانی، زیست بوم کارآفرینی دانشگاهی ایران را تحدید می‌کند؟

## روش

پژوهش حاضر از نظر هدف، بنیادی و از دیدگاه رویکرد گردآوری داده‌ها از نوع مطالعات توصیفی-تبیینی است. راهبرد مطالعه برای این تحقیق نظریه داده بنیاد<sup>۱</sup> است. مشارکت‌کنندگان



در این مطالعه، ۲۶ نفر از خبرگان شامل مدیران دانشگاهی، مدیران کارآفرینی دانشگاهی و استادان کارآفرینی (سطح سازمانی)، مدیران صنعت، شهرک های صنعتی و صنایع مرتبط با زیست بوم کارآفرینی دانشگاهی (سطح صنعت)، همچنین وزارت علوم، معاونت علمی ریاست جمهوری و شورای عالی انقلاب فرهنگی (سطح کلان) هستند. جامعه و نمونه آماری افرادی را تشکیل می‌دهند که در زمینه پژوهش خبره هستند. ویژگی مشترک خبرگان این است که دارای سطح تحصیلات حداقل کارشناسی ارشد و حداقل چند سال تجربه کاری یا فعالیت‌های علمی مرتبط را دارند. شایان ذکر است نمونه‌گیری تا زمان رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت. پس از ضبط و ثبت مصاحبه‌های صورت گرفته، داده‌های موجود تحلیل و در ادامه با تلفیق یافته‌های مطالعه میدانی و یافته‌های به دست آمده از مرور ادبیات، مدل پژوهش طراحی و ارائه شد. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی افراد شرکت‌کننده در این مطالعه به شرح جدول زیر است:

جدول ۲: ویژگی جمعیت‌شناختی

ردیف	سن	جنسیت	سطح تحصیلات	سابقه کار اجرایی	سابقه تدریس	سابقه کار مدیریتی
۱	۴۸	مرد	دکتری	۲۰	۱۵	۱۷
۲	۵۲	مرد	کارشناسی ارشد	۳۰	۱۵	۲۰
۳	۵۴	مرد	دکتری	۳۲	۱۷	۲۵
۴	۴۵	مرد	دکتری	۲۰	۱۰	۱۵
۵	۵۱	مرد	کارشناسی ارشد	۲۲	۱۴	۱۰
۶	۴۲	زن	دکتری	۲۰	۱۵	۴
۷	۴۰	مرد	کارشناسی ارشد	۱۶	-	۷
۸	۳۹	مرد	کارشناسی ارشد	۱۷	-	۱۰
۹	۳۵	زن	کارشناسی ارشد	۱۰	-	۵
۱۰	۳۷	مرد	دانشجوی دکتری	۲	۳	-
۱۱	۳۸	مرد	کارشناسی ارشد	۱۵	-	-
۱۲	۴۳	مرد	کارشناسی	۱۸	-	۹
۱۳	۴۰	مرد	کارشناسی ارشد	۱۲	-	۴
۱۴	۴۱	مرد	کارشناسی ارشد	۱۶	-	۱۳
۱۵	۴۰	مرد	دانشجوی دکتری	۱۵	۲	۱۰

ردیف	سن	جنسیت	سطح تحصیلات	سابقه کار اجرایی	سابقه تدریس	سابقه کار مدیریتی
۱۶	۳۹	مرد	دکتری	۹	-	۵
۱۷	۵۴	مرد	دکتری	۲۸	۱۵	۲۰
۱۸	۵۵	مرد	دکتری	۳۳	۲۰	۲۵
۱۹	۵۶	مرد	دکتری	۳۴	۲۲	۲۰
۲۰	۵۷	زن	دکتری	۳۲	۲۳	۲۴
۲۱	۵۳	مرد	کارشناسی ارشد	۳۰	۱۴	۱۹
۲۲	۴۲	زن	کارشناسی ارشد	۱۸	-	۶
۲۳	۴۴	زن	دکتری	۱۵	۱۰	۵
۲۴	۵۵	مرد	دکتری	۳۰	۲۰	۸
۲۵	۴۷	مرد	دکتری	۱۹	۷	۹
۲۶	۵۴	زن	دکتری	۲۲	۸	۶

داده‌ها با استفاده از پروتکل مصاحبه نیمه ساختار یافته (پیوست ۱)، گردآوری شده‌اند. نظریه داده بنیاد نوعی روش‌شناسی عمومی برای تدوین تئوری‌هایی است که از داده‌های گردآوری شده و تحلیل شده به صورت نظام‌مند منبث می‌شود. هدف نهایی این استراتژی، ارائه تبیین‌های جامع تئوریک درباره یک پدیده خاص است که به صورت استقرایی از مطالعه آن پدیده حاصل می‌شود. به طور کلی، این استراتژی، داده‌های حاصل از منابع اطلاعاتی را به مجموعه‌ای از کدها، کدهای مشترک را به مقوله و آنگاه مقوله‌ها را به نوعی تئوری تبدیل می‌کند. هدف عمده این نوع نظریه‌پردازی تبیین یک پدیده از طریق مشخص کردن عناصر کلیدی (مفاهیم، مقوله‌ها و گزاره‌ها) آن پدیده و سپس طبقه‌بندی روابط این عناصر درون بستر و فرایند آن پدیده است؛ تحلیل داده‌ها طی سه مرحله کدگذاری رایج در نظریه داده بنیاد شامل: ۱. کدگذاری باز، ۲. کدگذاری محوری و ۳. کدگذاری انتخابی تحلیل شده‌اند. روش مصاحبه در این تحقیق بر اساس دسته‌بندی پاتون و از نوع ساختارشناسی مصاحبه‌ها بر اساس رهیافت راهنمای مصاحبه است. این رهیافت مستلزم تشریح مجموعه‌ای از مسائل است که با یک پاسخگو قبل از مصاحبه آغاز می‌شود و مورد کاوش قرار می‌گیرد. در واقع این رهیافت، سؤال‌ها یا جریان‌هایی را فهرست می‌کند که در مسیر مصاحبه کاوش می‌شوند. این فهرست به

این دلیل آماده می‌شود تا اطمینان حاصل شود که خطوط بنیادی تحقیق، مشابه با هریک از افراد مورد مصاحبه دنبال می‌شود. مزیت این کار این است که پژوهشگر به دقت تصمیم می‌گیرد چطور به بهترین وجه از زمان محدود در دسترس برای مصاحبه استفاده کند. با توجه به سه سطح در نظر گرفته شده در این تحقیق یعنی سطح سازمانی، سطح میانی و سطح کلان، مصاحبه‌شوندگان از مدیران و کارآفرینانی با مدارک تحصیلی کارشناسی ارشد و دکتری در رنج سنی ۳۵ تا ۵۵ سال با سابقه مدیریتی یا کارآفرینی در حداقل یک سطح از سه سطح مطرح شده انتخاب شدند.

### یافته‌ها

در نخستین گام از تحلیل داده‌ها، کدگذاری باز انجام شد. این مرحله شامل خرد کردن داده‌ها در قالب واحدهای معنایی متمایز (مقدم، ۲۰۰۶) بوده و ایده‌های اساسی موجود در داده‌ها شناسایی شده، نام‌گذاری و طبقه‌بندی می‌شوند (باسکرویل و پریس هج، ۱۹۹۹). در گام نخست از کدگذاری باز تعداد ۳۷۳ کد باز مقدماتی حاصل شد که با ادغام موارد همپوشان به تعداد ۲۹۱ کد باز نهایی تقلیل یافت.

در گام دوم از تحلیل، کدگذاری محوری انجام شد. بر اساس نظر اشتراوس و کوربین (۱۹۹۸)، هدف از کدگذاری محوری، بازترکیب داده‌هایی است که طی کدگذاری باز از هم گسیخته‌اند (مقدم، ۲۰۰۶). در این گام نهادهای زیست‌بوم کارآفرینی دانشگاهی به عنوان پدیده محوری در نظر گرفته شده و سازماندهای سایر طبقات بر اساس مدل اشتراوس و کوربین (۱۹۹۸)، حول آن انجام شده است.

آخرین مرحله در تحلیل‌های نظریه داده بنیاد، کدگذاری انتخابی<sup>۱</sup> است. فرآیندی است که به واسطه آن، طبقات شناسایی شده، به طبقه محوری مرتبط شده و مبنای نهایی برای نظریه داده بنیاد را فراهم می‌آورند. به عبارت دیگر، فرآیندی است که در آن، یک طبقه محوری انتخاب شده و سایر طبقات به شیوه‌ای نظام مند به آن ارتباط داده شده، روابط اعتباربخشی شده و طبقاتی پررنگ می‌شوند که نیاز به پالایش و توسعه بیشتر دارند (اشتراوس و کوربین، ۱۹۹۰). این فعالیت در جدول زیر به طور خلاصه ارائه شده است:

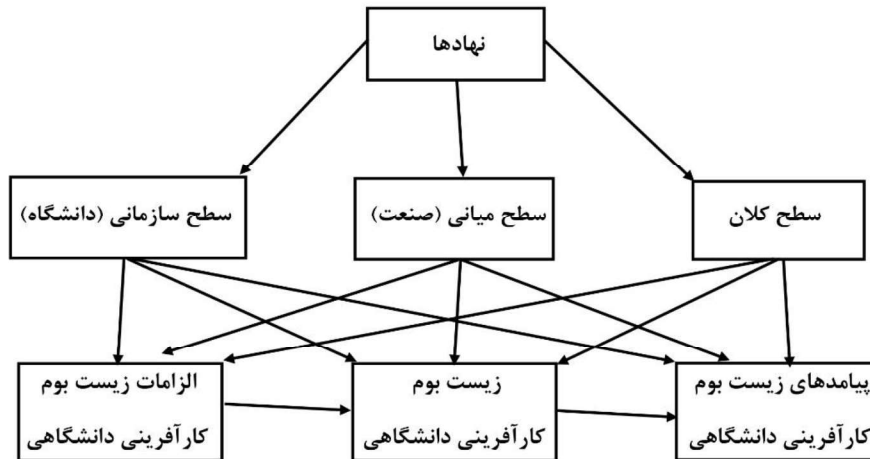
#### 1. Selective coding

جدول ۲: کدگذاری انتخابی

مقوله محوری	کدهای اختصاص یافته	کدهای باز	فراوا نی	
پیش شرط‌های تحقق زیست بوم کارآفرینی دانشگاهی	پیش شرط‌های منابع انسانی	انگیزه کنشگران انگیزه دانشجویان	۲ ۸	
	پیش شرط‌های روان‌شناختی اجتماعی	باور به نقش کارآفرینی در توسعه بسط کنش فردی	۳ ۱	
	پیش شرط‌های فضای کسب و کار	بازارگرایی کشش فناوری در بازار	۳ ۲	
	پیش شرط‌های فناوریانه	پشتیبانی فناوری سطح پیشرفت فناوری	۲ ۲	
	پیش شرط‌های کلان	توسعه یافتگی اقتصاد	۲	
	پیش شرط‌های زیرساختی	پتانسیل دانشگاه برای ارتقا تحول مدیریت	۲ ۲	
	پیش شرط‌های آموزشی	به روز بودن محتوای آموزشی سطح تجارب اساتید	۵ ۱	
	سطح سازمانی (دانشگاه)	استقلال دانشگاه امکانات و تجهیزات دانشگاه اندازه شبکه افراد انکوباتورها	۴ ۷ ۱ ۱	
	نهاد‌های زیست بوم کارآفرینی دانشگاهی	سطح میانی (صنعت)	اعتماد صنعت به دانشگاه بخش خصوصی بانک‌ها	۱ ۱ ۲
	راهبردهای نهادسازی	سطح کلان	نهاد‌های مشاوره ایدئولوژی حاکم فرهنگ تنوع طلبی فرهنگ چندوجهی و مداراگر احصاء الزامات دانشگاه	۲ ۳ ۲ ۲ ۲
راهبردهای دانشگاهی		اصلاح سیستم جذب و ارتقاء اساتید	۱	
راهبردهای صنعت		الگوگیری از مدل‌های بین‌المللی آموزش	الگوگیری از مدل‌های بین‌المللی آموزش	۷ ۷
		اعتبارسنجی طرح‌های کسب و کار تأمین اعتبار	اعتبارسنجی طرح‌های کسب و کار تأمین اعتبار	۲ ۱
		تجاری‌سازی ایده‌های کارآفرینانه حمایت بانک‌ها از ایده‌های کارآفرینانه	تجاری‌سازی ایده‌های کارآفرینانه حمایت بانک‌ها از ایده‌های کارآفرینانه	۴ ۲
		انتقال فرهنگی	انتقال فرهنگی	۱

۱	اعطای جایگاه مدیریتی به خبرگان صنعت در دانشگاه	صنعت و دانشگاه
۳	احصاء الزامات صنعت	
۱	ساختار انگیزشی نهادها	
۲	انتقال فناوری در سطح ملی	
۱	ایجاد نهاد فرهنگی کارآفرینی	راهبردهای کلان
۱	آزادسازی کنش فردی	حکمرانی
۳	آموزش کودکان	
۲	ارتباط با نسل جوان	
۱	ارتباط با قومیت‌ها	زمینه اجتماعی- فرهنگی
۳	انتظارات افراد در جامعه	
۳	بسترسازی فرهنگی	
۲	ارتباط با بازار بین‌المللی	
۲	اقتصاد دولتی	زمینه اقتصادی
۱	تورم	
۴	ارتباط بین‌المللی دانشگاه	زمینه ارتباطی
۲	ارتباط بین دانشگاه و بازار	
۳	دسترسی به مشاوره	زمینه زیرساختی
۱	تأمین کنندگان	
۱	ارتقاء علمی	پیامدهای علمی
۱	وجهه و اعتبار دانشگاه	
۱	ارتقاء فنی	
۱۰	تطابق تولیدات دانشگاه با نیازهای صنعت	پیامدهای فناورانه
۶	ایجاد کسب و کار	پیامدهای کارآفرینانه
۲	خلق فرصت	
۱	خلق ارزش	پیامدهای توسعه نهادی زیست‌بوم کارآفرین دانشگاهی
۱	رقابت پذیر بودن خروجی‌های دانشگاه	پیامدهای اقتصادی
۱	خودیابیی افراد	
۱	کارآفرینی جوانان	پیامدهای اجتماعی
۱	کنترل کنش فردی	
۱	پیشرفت علمی	
۲	پیشرفت فناوری	پیامدهای کلان ملی
۱	تعدیل نهادی	

در نمودار زیر، مدل نهایی مستخرج از تحلیل داده‌ها ارائه شده است:



### بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر به دنبال واکاوی عوامل نهادی زیست‌بوم کارآفرینی دانشگاهی بوده است. این مطالعه با تمرکز بر زیست بوم کارآفرینی دانشگاه تهران انجام شد و نتایج حاصل از آن منتج به شناسایی سه سطح از عوامل نهادی زیست بوم کارآفرینی دانشگاهی شد. در کنار سه سطح مذکور، پیش شرط‌های تحقق نهادهای مذکور، راهبردهای ایجاد و حفظ این نهادها، زمینه بروز نهادها و همین‌طور، پیامدهای به بارآمده از ایجاد و کنش‌های حاصل از این نهادها شناسایی شده است. نتایج پژوهش حاضر از وجود پیش شرط‌های مقدماتی برای بروز نهادهای زیست بوم کارآفرینی دانشگاهی حکایت داشته‌اند که شامل ۷ دسته از عوامل بوده‌اند. این عوامل عبارت از: پیش شرط‌های منابع انسانی، روان‌شناختی اجتماعی، فضای کسب و کار، فناوریانه، کلان، زیرساختی و در نهایت، پیش شرط‌های آموزشی بوده‌اند. اگرچه پیش‌شرط‌های منابع انسانی، به طور مفصل در مطالعات پیشین مورد تمرکز قرار گرفته (گلب، ۲۰۰۳؛ کنی و گو، ۲۰۰۴) و تئوریک بودن محتوای آموزشی در زیست بوم کارآفرینی دانشگاهی مورد انتقاد

ادبیات پژوهش است (لیندسای<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۰۷)، سایر پیش شرط‌های شناسایی شده در این مطالعه، سابقه پیشین در ادبیات ندارند.

نهادهای زیست بوم کارآفرینی دانشگاهی شناسایی شده در این مطالعه، در ۳ سطح: نهادهای سطح سازمانی (دانشگاهی)، نهادهای سطح میانی (صنعت) و نهادهای سطح کلان شناسایی شد.

در ادامه، مطالعه حاضر به مجموعه‌ای ۴ گانه از راهبردهای توسعه نهادی زیست بوم کارآفرینی دانشگاهی دست یافت که شامل: راهبردهای دانشگاهی، راهبردهای صنعت، راهبردهای تعاملی صنعت و دانشگاه و راهبردهای کلان حکمرانی بوده‌اند. در مطالعات پیشین نیز بیان شده بود که دانشگاه‌ها راهبردهای کارآفرینانه را طراحی و توسعه می‌دهند (روف و آریش، ۲۰۰۶). دانشگاه کارآفرین با حل مسائل جامعه، دولت و بنگاه‌های اقتصادی به شیوه علمی و بسترسازی برای توسعه نوآوری به روند توسعه بومی و درون‌زا خدمت می‌کند (سین<sup>۲</sup>، ۲۰۰۴؛ روسارمال<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۰۷؛ رایت و همکاران، ۲۰۰۷؛ مارتین<sup>۴</sup>، ۲۰۱۲). همچنین در سطح حکمرانی نیز بیان شده بود که دولت، اقدامات و سیاستگذاری‌هایش به‌عنوان عوامل درون‌زای تغییر و رشد اقتصادی بوده (متوسلی و دیگران، ۱۳۹۳: ۶۸) و نقش دولت در ارتقای کارآفرینی دانشگاهی به خوبی مطالعه شده بود (کایتو، ۲۰۱۵؛ لیدسدرف و فریچ، ۲۰۰۶؛ ونگ و سینگ، ۲۰۱۳). با وجود این، در مطالعات پیشین، از راهبردهای صنعت و همین‌طور راهبردهای تعاملی صنعت و دانشگاه به‌طور گسترده غفلت شده بود که این موارد از جمله یافته‌های نوین مطالعه حاضر است. پژوهش حاضر بر اساس اطلاعات استخراج شده از مصاحبه‌های انجام یافته و ترکیب آن با مرور ادبیات پژوهش مشخص کرد که تحقق زیست بوم کارآفرینی دانشگاهی، مفهومی است که در حلاء رخ نداده و جهت وقوع آن، تحقق ۷ دسته از پیش شرط‌ها ضرورت دارد. تحقق پیش شرط‌های مذکور، می‌تواند مؤلفه‌های لازم برای شکل‌گیری و کنش منظم نهادهای یک زیست بوم کارآفرینی دانشگاهی را فراهم آورد. بر اساس نتایج استخراج شده از داده‌های این مطالعه، زیست بوم کارآفرینی دانشگاهی در سه

1. Lindsay
2. Shane
3. Rothaermel
4. Martin

سطح نهادی اصلی تعریف می‌شود که عبارت‌اند از:

۱- نهادهای سطح سازمانی (دانشگاهی)؛ ۲- نهادهای سطح میانی (صنعت)؛ ۳- نهادهای سطح کلان؛ نهادهای سطح اول که مرتبط با سطح سازمانی دانشگاه هستند، به طور مشخص در ادبیات پژوهش مورد اشاره قرار گرفته بودند. به عنوان مثال، چنین بیان شده بود که مفهوم ساختار سازمانی بر حسب پیچیدگی، رسمیت یا تمرکز آن، و تعلق آن به محیط نزدیک (داخلی) سازمانی فعالیت کارآفرینانه را از طریق ارائه مشوق‌ها و محدودیت‌هایی برای کسب و کارها، افراد و تأثیرگذاری بر هزینه‌ها و مزایای مرتبط با فعالیت‌ها شکل می‌دهد. در سطح دوم، که سطح میانی یا نهادهای صنعتی قرار دارند، یافته‌های مطالعه حاضر به طور مشخص با مفاهیم ارائه شده در ادبیات پژوهش سازگار هستند (در ارتباط با صنعت، دانشگاه باید شبکه‌های اجتماعی قوی با صاحبان صنایع و بخش خصوصی داشته باشد. همکاری دانشگاه با صنعت، جامعه و بخش خصوصی، انتقال دانش و نوآوری را تسهیل می‌کند. همچنین، حمایت مالی و فکری کارآفرینی دانشگاهی توسط صنعت و بخش خصوصی مهم‌ترین عامل و انگیزه برای ارتقاء کارآفرینی دانشگاهی است. در نهایت، سطح سوم که نهادهای کلان را در بر می‌گیرد، به عوامل متعددی چون سیاست‌های دولت، فرهنگ‌های متنوع و سیاست‌های پولی و مالی می‌توان توجه کرد. با این حال، پژوهش حاضر، عوامل موجود در هر سه سطح را با تفکیک بالاتر و مشخص‌تر از مطالعات پیشین واکاوی کرده است.

درباره عوامل زمینه‌ای، عوامل هفت‌گانه مرکب از: زمینه فناورانه، زمینه سیاسی-قانونی، زمینه اجتماعی-فرهنگی، زمینه اقتصادی، زمینه دانشگاهی، زمینه ارتباطی و در نهایت زمینه زیرساختی بوده است. به برخی از این عوامل به‌طور پراکنده در ادبیات پژوهش اشاره شده بود. در بعد دانش و فناوری چنین بیان شده بود که ماهیت دانش، فناوری و نوآوری به دلیل کالای عمومی بودن، می‌طلبد در سطوح مختلف در این زمینه نهادسازی‌هایی انجام شود و از این رو ایجاد بستر قانونی از الزامات سیاسی دولت است تا بستر لازم برای پیشبرد کارآفرینی را ایجاد کند. دولت‌های رانتیر به عنوان دولت‌های مداخله‌گر در اقتصاد مطرح هستند و این مداخله از طریق هزینه کردن مقادیر عظیمی از درآمدها در تولید ناخالص داخلی و سرمایه‌گذاری در بخش‌های مختلف اقتصادی انجام می‌شود. از آنجا که در سرمایه‌گذاری، شرایط برای همه یکسان و برابر نیست، کارآفرینی غیرمولد شکل می‌گیرد (اسپورايت، ۱۹۹۶). علاوه بر این، بیان



شده بود که یکی از راهکارهای دولت برای گسترش روابط بین‌المللی خود، تأسیس نهادهای توسعه‌ی تعاملات بین‌المللی به منظور انتقال فناوری است که بسیاری از دولت تجربه تأسیس چنین نهادهایی را در کارنامه خود دارند. در مورد عوامل سیاسی و قانونی نیز چنین ذکر شده بود که مؤلفه‌های قانونی، مرکب از: قانون دارایی‌ها اعم از قانون مالکیت دارایی‌های فیزیکی، قانون مالکیت معنوی، قانون تجارت، قانون حمایت از تولیدکننده و مصرف‌کننده، قانون ثبت اختراعات، قانون شرکت‌ها، قانون شبه جرم و قراردادها (مرادی، ۱۳۹۳: ۱۴۰) هستند و وقوع رویدادهای کارآفرینانه را در زیست بوم کارآفرینی دانشگاهی تحت تأثیر قرار می‌دهند. درباره‌ی زمینه فرهنگی و اجتماعی، بامول (۱۹۹۰)، معتقد است کارآفرینان وابسته به انگیزه‌های موجود در محیط خود، بر طبق شکل مقررات و آیین‌نامه‌ها (قواعد رسمی نورث) و بر حسب هنجارها و ارزش‌های فرهنگی غالب (قواعد غیررسمی) واکنش نشان می‌دهند و کارآفرینی به سمت مولد، غیرمولد یا مخرب پیش می‌رود (بامول، ۱۹۹۰: ۸۹۵). همین‌طور مرادی (۱۳۹۳)، معتقد است یکی از راه‌های ارتقاء سطح فرهنگی جامعه، استفاده از نهادهای رسانه‌ای و به ویژه شبکه‌های اجتماعی است که نقش پررنگی در فضاسازی و موج‌آفرینی در جوامع مختلف دارند (مرادی، ۱۳۹۳: ۱۴۰). در این بخش نیز سه بعد دیگر از زمینه یعنی: زمینه دانشگاهی، زمینه ارتباطی و زمینه زیرساختی، جزء عوامل شناسایی شده توسط مطالعه حاضر بود و در ادبیات پژوهش برای چنین دسته‌بندی از عوامل سابقه‌ای وجود ندارد.

در نهایت، آخرین بخش یافته‌های مطالعه حاضر مربوط به پیامدهای توسعه نهادی در زیست بوم کارآفرینی دانشگاهی است. این پیامدها شامل پیامدهای علمی، پیامدهای فناورانه، پیامدهای کارآفرینانه، پیامدهای اقتصادی، پیامدهای اجتماعی و پیامدهای کلان ملی هستند. مطالعات انجام شده در زمینه زیست بوم کارآفرینی دانشگاهی، تاکنون چنین دسته‌بندی از پیامدهای مذکور ارائه نکرده و یافته‌های این بخش در زمره نوآوری‌های مطالعه حاضر است.

یافته‌های مطالعه حاضر مشخص کرد که منابع انسانی، یکی از پیش شرط‌های توسعه نهادی زیست بوم کارآفرینی دانشگاهی است؛ از این رو با ایجاد انگیزه در افراد (دانشجویان، اساتید و کارکنان)، دسترسی به منابع انسانی توانمند ایجاد شده و همزمان با بهبود نگرش‌های ایشان، زمینه تحقق زیست بوم کارآفرینی دانشگاهی مهیا می‌شود. از سوی دیگر عوامل روان‌شناختی اجتماعی، نقشی پررنگ در توسعه نهادهای زیست بوم کارآفرینی بازی می‌کنند،

لذا با تقویت باورهای مثبت به کارآفرینی دانشگاهی از طریق تبلیغات و اطلاع‌رسانی در شبکه‌های اجتماعی (عینی و مجازی)، بهبود زیست بوم کارآفرینی دانشگاهی محقق می‌شود. کشف فناوری در بازار یکی از پیش شرط‌های بهبود نهادهای زیست بوم کارآفرینی دانشگاهی است، از این رو با ایجاد نهاد رصد فناوری و تجاری‌سازی ایده‌های دانشگاهی، راه بر دستیابی این ایده‌ها به بازار و ایجاد ارزش افزوده اقتصادی هموار خواهد شد.

توسعه نهادی زیست بوم کارآفرینی دانشگاهی مستلزم عزم مسئولان و افراد تأثیرگذار برای ایجاد و بهبود چنین زیست بومی است، لذا ضرورت دارد در سیاست‌گذاری‌های کلان و در ارزیابی عملکرد مسئولان، میزان تعهد آن‌ها به کارآفرینی و تأثیر ایشان بر بهبود شاخص‌های کارآفرینی دانشگاهی به عنوان یک شاخص مد نظر قرار گیرد و از آنجایی که همکاری دانشگاه با صنعت به عنوان پیش شرطی اساسی در تحقق زیست بوم کارآفرینی دانشگاهی است با برگزاری جلسات مکرر بین توسعه‌دهندگان فناوری دانشگاهی و کاربران صنعت، درک مشترک از چنین همکاری حاصل شده و موانع موجود بر سر راه این تعاملات برطرف و با احصاء نیازهای دانشگاه در راستای توسعه دانش و فنون و رفع موانع مربوط بر سر راه فعالیت‌های کارآفرینانه، توسعه نهادی زیست بوم کارآفرینی دانشگاهی میسر شود.

## منابع

مرادی، محمدعلی (۱۳۹۵). محیط کسب و کار: نظریه‌ها، شاخص‌ها و تکنیک‌ها. تهران: دانشگاه تهران.

متوسلی، محمود، سمیعی نسب، مصطفی و نیکو نسب، علی (۱۳۹۳). نهادها و توسعه. تهران: دانشگاه امام صادق.

Acemoglu, D.J., Robinson, J.A. and Yared, P (2005). From Education to Democracy?. *The American Economic Review*, 95(2): 44-49.

Acemoglu, D.J. & Robinson, J.A. (2010). The Role of Institutions in Growth and Development. *Review of Economics and institutions*, 1(2): 1-33.

Acs, Z.J. (2018). Entrepreneurship, institutional economics, and economic growth. *Small Business Economics*, 51(5): 64-73.

Arsahad, Y., Ahalan, A. R. and Norhafiza, S. (2013). Combining Grounded Theory and Case Study Methods in IT Outsourcing Study. *Information systems Research and innovation*. 4: 84-93.

Baskerville, R. and Pries-Heje, J. (1999). Grounded action research: a method for

- understanding IT in practice. *Accounting, Management and Information Technologies*, 9(1): 1-23 .
- Baumol, W. J (1990). Entrepreneurship: productive, unproductive, and destructive. *Journal of Political Economy*. 98 (5): 893-921.
- Batjargal, B ., Hitt, M. A., Tsui, A.S. and Arregle, J. L. (2013). Institutional Polycentrism, Entrepreneurs' Social Networks, and New Venture Growth. *Academy of Management Journal*. 56(4): 1024-1049.
- Boettke, P.J. and Coyne, C. J. (2009). Context Matters: Institutions and Entrepreneurship. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*. 5(3): 135-209.
- Brennan, M. C. & McGowan, P. (2016). Academic entrepreneurship: an exploratory Case Study. *International journal of entrepreneurial behavior and research*. 12(3): 144-164.
- Commons, John.R. (1931). Institutional Economics. *The American Economic Review*, 21(4):43-61.
- Entezari, Y. (2015). Building knowledge-based entrepreneurship ecosystems: case of Iran. *Procedia- social and behavioral science*. 195: 1206-1215.
- Etzkowitz, H. (2003). Innovation in Innovation: The Triple Helix of University-Industry-Government Relations. *Social Science Information*. 42(3): 293-337.
- Hayton, J. and Cacciotti, C. (2013). Is there an entrepreneurial culture? A review of empirical research. *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*. 25 (9-10): 708- 731.
- Kirby, D. A. (2006). Creating Entrepreneurial Universities in the UK. *Journal of Technology Transfer*. 31(5): 599-603.
- Leydesdroff, L. and Fritsch, M (2006). Measuring the knowledge base of regional innovation systems in Germany in terms of a Triple Helix Dynamics. *Research policy*. 35(10):1538-1553.
- Martin, B. (2012). Are Universities and University Research under threat? Towards an evolutionary model of university speciation. *Cambridge Journal of economics*. 36: 543-565.
- Moghaddam, A. (2006). Coding issues in grounded theory. *Issues in educational research*. 16(1): 52-66.
- Moradi, M. A. (2016). *Business environment: Theories, indicators and techniques*. Tehran: University of Tehran Press. (Text in Persian).
- Motavaseli, M., Samiei Nasab, M. and Niko Nesbati, A. (2015). *Institutions and Development*. Tehran: Imam Sadegh University Press. (Text in Persian).
- North, D. C. (1990). A Transaction Cost Theory of Politics. *Journal of Theoretical Politics*. 2(4): 355-367.
- North, D. C. (1994). *Economic Performance Through Time*. The American Economic Review. 84(3): 359-368.
- North, D. C. (2000). *Understanding institutions* , in: Claude Menard(ed), Institutions,

- Contracts and Organizations, Cheltenham UK: Edward Elgar.
- North, D. C. (2003). *Understanding the Process of Economic Change. Forum Series on the Role of Institutions in Promoting Economic Growth*. Forum 7: 1-21.
- Rule, P. and John, V.M. (2015). A Necessary Dialogue: theory in Case Study Research. *International Journal of Qualitative Methods*, 14(4): 1-11.
- Samed, A. (2017). Case study and grounded theory: a happy marriage? An exemplary application from Healthcare informatics adoption research. *International Journal of Electronic Healthcare*. 9(4): 294 -318.
- Strauss, A. L. and Corbin, J. (1990). *Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques*. New York: Sage Publication.
- Wennberg, K., Pathak, S. and Autio, E (2013). How culture moulds the effects of selfefficacy and fear of failure on entrepreneurship. *Entrepreneurship & Regional Development*. 25 (9 –10): 756–780.
- Wong, P.K. and Singh, A. (2013). Do co-publications with industry lead to higher levels of university technology commercialization activity?. *Scientometrics*. 97(2): 245-265.

---

**Analysis of Institutional Factors of  
Academic Entrepreneurship Ecosystem :  
The Case of University of Tehran**

---

Mohammad Ali Moradi\*<sup>1</sup>, Jahangir Yadollahi Farsi <sup>2</sup>, Ghanbar

Mohammadi Elyasi<sup>3</sup> and Reza Faridzadeh<sup>4</sup>

**Abstract**

Institutions are one of the key components of an effective ecosystem in the formation and growth and development of academic entrepreneurship. The purpose of this article is to explore and analyze the institutional dimensions of the academic entrepreneurship ecosystem. The University of Tehran was selected as one of the top long-standing universities in the country in the form of case study and by referring to 26 experts on the subject; their information and tacit knowledge have been collected through interviews. The study strategy for this research is data theory and the approach of data collection is descriptive-explanatory studies. In this framework, the coding analysis method is used for data analysis. The institutional components of the university entrepreneurship ecosystem were identified. Then, using field findings, the model of university entrepreneurship ecosystem with the focus on institutions has been designed and analyzed. Institutions structure human interaction. Institutional structures play an important role in the formation of productive, non-productive and destructive forms of entrepreneurial ecosystem. For this reason, countries with weak institutional structures have unproductive entrepreneurship or,

---

1. Corresponding Author: Associate Professor, Department of Entrepreneurship Development, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran  
mamoradi@ut.ac.ir

2. Associate Professor, Department of Organizational Entrepreneurship , Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran  
jfarsi@ut.ac.ir

3. Associate Professor, Department of Entrepreneurship Development , Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran  
elyasi@ut.ac.ir

4. PhD Student in Entrepreneurship Development, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran  
faridzade@ut.ac.ir

DOI: 10.22051/jontoe.2021.33002.3139

[https://jontoe.alzahra.ac.ir/article\\_5308.html](https://jontoe.alzahra.ac.ir/article_5308.html)

in some cases, destructive entrepreneurship. Hence, institutional change is the main cause of entrepreneurial change. In this way, institutions influence the nature and results of entrepreneurship by setting the rules of the game. The findings of this study identified and classified in three levels: national, industry and organization. The main institutional factors of the academic entrepreneurship ecosystem at these levels include; in the national level: good governmental, political, economic, cultural, judicial and legislative institutions and in the industry level: industry, market institution and facilitating organizations and in the organizational level: management, technology, culture, regulation and finance institution.

**Keywords:** *Institution, Ecosystem, Academic Entrepreneurship, Grounded theory*