



صنعت و دانشگاه



نشریه علمی جمعیت ایرانی پیشبرد ارتباط صنعت و دانشگاه

سال چهاردهم، شماره ۵۳ و ۵۴، پائیز و زمستان ۱۴۰۰

هیأت تحریریه:

دکتر بهروز کریمی (استاد): دانشگاه صنعتی امیرکبیر

دکتر سعید یعقوبی (دانشیار): دانشگاه علم و صنعت

دکتر قاسم رمضان پورنرگسی (دانشیار): سازمان پژوهشهای علمی و صنعتی ایران

دکتر حسن ظهور (استاد): دانشگاه صنعتی شریف

دکتر فتح الله مضطرزاده (استاد): دانشگاه صنعتی امیرکبیر

دکتر سیداحمد معتمدی (استاد): دانشگاه صنعتی امیرکبیر

دکتر علیرضا جهانگیریان (دانشیار): دانشگاه صنعتی امیرکبیر

دکتر حسین سالارآملی (استاد): دانشگاه صنعتی امیرکبیر

دکتر حجّت الله حاج حسینی (استادیار): سازمان پژوهشهای علمی و صنعتی ایران

دکتر علی محمد کیمیاگری (دانشیار): دانشگاه صنعتی امیرکبیر

صاحب امتیاز: جمعیت ایرانی پیشبرد ارتباط صنعت و دانشگاه

مدیر مسئول: دکتر مسعود شفیعی

سردبیر: دکتر فتح الله مضطرزاده

مدیر اجرایی: دکتر محمد علی نعمتی

کارشناس: سمیه آهاری

هیأت مدیره:

دکتر مسعود شفیعی (رئیس)

دکتر فرامرز خالقی (نایب رئیس)

مهندس محسن خدابخشی (خزانه‌دار)

دکتر محمدرضا حمیدی زاده

دکتر سعید قاضی مغربی

دکتر رضا مهدی

دکتر سیدعطاءالله سینایی

دکتر اصغر زمانی

دکتر محمدعلی نعمتی

مهندس مهندس علی کیانی

مهندس امیر شهاب شاهمیری

دکتر ابوالفضل لطفی (علی البدل)

دکتر حمیدرضا امیری نیا (علی البدل)

مهندس عباس شعری مقدم (بازرس)

مهندس امیرعباس شفیعی اردستانی (بازرس)

براساس نامه شماره ۸۴/۲۱۹ مورخ ۱۳۸۶/۷/۱۰ دفتر امور پژوهشی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری و بیانیه رأی کمیسیون بررسی نشریات علمی کشور در تاریخ ۱۳۸۶/۶/۳۱، درجه علمی - ترویجی به این فصلنامه اعطا شده است.

آدرس: تهران، خیابان حافظ، دانشگاه صنعتی امیر کبیر، ساختمان

ابوریحان، طبقه ۶ اتاق ۶۱۲

تلفن: ۰۲۱-۶۶۴۸۵۸۵۶ تلفکس: ۰۲۱-۶۶۴۹۵۴۳۳

پست الکترونیک: Sanat-daneshgah@yahoo.com

وب سایت: www.jiu.ir

فهرست

- تحلیلی بر کارآمدی اقدامات ملی انجام شده در حوزه همکاری دانشگاه و صنعت: ۱
شناسایی، اولویت‌بندی و ارائه راهکارها جهت تعالی
سیدمسعود قریشی، مهدی مجیدپور، بابک نگاهداری، مرتضی موسی‌خانی
- ۱۵ ▪ صورت‌بندی اجتماعی نظام ارزشی کارآفرینان اجتماعی زن
منا امامی، طلیعه خادمیان، مصطفی کرباسیون، اباذر اشتری‌مهرجردی
- ۳۹ ▪ ارائه الگو در خصوص کارآفرینی دانشگاه و ارتباط صنعت و دانشگاه
سعید مظفری، محمود ابوالقاسمی، غلامرضا شریفی‌راد
- ۵۱ ▪ دستاوردها و چالش‌های توانمندسازی زنان در شرکت‌های دانش‌بنیان
لیلا فلاحتی
- ۶۷ ▪ شناسایی عناصر مرتبط با ارزیابی خط‌مشی‌های عمومی در صنعت گردشگری ایران
محمدحامد دهقان‌پور، ابوالحسن فقیهی، مجتبی کیانی
- ۸۳ ▪ شناسایی و تحلیل الزامات به کارگیری چارچوب‌های توسعه پایدار در پروژه‌های
زیرساختی بخش حمل و نقل بین شهری (مطالعه موردی: پروژه‌های بخش حمل نقل
اداره کل راه و شهرسازی خراسان رضوی)
ابراهیم علامتیان، فاطمه کاشی‌زاده شهرباف، محمد مهدی رشیدیان، احسان فرشته‌پور
- ۹۵ ▪ رایانش امن در اینترنت همه چیز
سیدامید آذرکسب، سیدحسین خواسته
- ۱۰۹ ▪ تأثیر سبک زندگی و سرمایه اجتماعی بر رضایت از زندگی در بین سالمندان (مورد
مطالعه: سالمندان منطقه ۶ در سال ۱۴۰۰)
سیدعطاءالله سینیایی، مهناز جلیلی، فاطمه کمالخانی
- ۱۲۵ ▪ تبیین فضای اخلاقی کنشگران دانشگاهی با تاکید بر نظریه
ساخت‌یابی‌گیدنز
احسان رحمانی خلیلی
- ۱۳۹ ▪ تحلیل مسیر از تجربه برند تا ارتباطات شفاهی: بررسی نقش تعاملات
اجتماعی آنلاین مصرف‌کننده (مورد مطالعه: مشتریان برند وایتکس)
نسترن دباغ‌زاده شیرازی، امید بهبودی
- ۱۵۱ ▪ سلامت روان دانشجویان و نقش آموزش عالی: گردآوری تحلیل برنامه‌ها و
مداخلات موجود
آمنه صدیقیان بیدگلی
- ۱۶۹ ▪ روشی نوین برای تشخیص بیماری مبتنی بر زیرساخت اینترنت اشیاء با
استفاده از الگوریتم ژنتیک و طبقه‌بندی‌کننده‌های مختلف
سیدابراهیم دشتی، مریم نیک‌پور، مهدی نیک‌پور، محبوبه جوهری
- ۱۸۳ ▪ راهنمای نگارش مقالات
- ۱۸۵ ▪ معرفی جمعیت
- ۱۸۷ ▪ فرم اشتراک نشریه
- ۱۸۸ ▪ فرم آگهی
- ۱۸۹ ▪ فرم درخواست عضویت حقیقی و حقوق جمعیت

تحلیلی بر کارآمدی اقدامات ملی انجام شده در حوزه همکاری دانشگاه و صنعت؛ شناسایی، اولویت‌بندی و ارائه راهکارها جهت تعالی

*سیدمسعود قریشی * * * * مهدی مجیدپور * * * * بابک نگاهداری * * * * مرتضی موسی‌خانی *
* دانشجوی دکتری، گروه کارآفرینی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران smgh@aut.ac.ir
* * * * دانشیار، گروه مدیریت کسب و کار، دانشگاه صنعتی امیرکبیر، تهران، ایران mmajidpour@aut.ac.ir
* * * * دانشیار، گروه زیست فناوری پزشکی، دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی تهران، تهران، ایران b-negahdari@sina.tums.ac.ir
* * * * * استاد، گروه مدیریت دولتی، واحد علوم تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران mousakhani@srbiau.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۲/۱۶ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۰/۱۷

صص: ۱-۱۴

چکیده

در اسناد بالادستی کشور، به موضوع پاسخگویی مراکز علمی و پژوهشی به تقاضای صنایع و سازمان‌ها، تاکید فراوان شده است؛ در دهه‌های اخیر، اقدامات ملی متعددی در راستای ارتباط دانشگاه و صنعت انجام شده که نیاز است این اقدامات مورد ارزیابی قرار گیرند. بر این اساس در مقاله جاری، دو هدف عمده پیگیری می‌شود؛ یکی کشف میزان تحقق اهداف و کارکردهای پیش‌بینی شده برای اقداماتی که در زمینه ارتباط دانشگاه و صنعت صورت گرفته است و دیگری ارائه راهکارهایی اجرایی جهت اصلاح مسیر فعلی و در نتیجه حرکت به سمت تعالی در عملکرد ارتباط دانشگاه با صنعت. در این پژوهش، با استفاده از روش‌هایی چون مطالعات کتابخانه‌ای، مصاحبه با خبرگان و گروه متمرکز، ابتدا اقدامات صورت گرفته در زمینه ارتباط دانشگاه و صنعت و معیارهای کارآمدی این اقدامات احصاء شده و سپس با نظر سنجی از خبرگان، میزان کارآمدی هر اقدام از نظر هر معیار و نیز میزان تحقق هر معیار از نظر اقدامات انجام‌شده، احصا و با استفاده از روش میانگین آماری، تحلیل شدند. بر اساس نتایج حاصل شده، به طور کلی می‌توان گفت که هیچ یک از اقداماتی که تا به حال در زمینه ارتباط صنعت و دانشگاه صورت پذیرفته است، کارآمدی مطلوبی نداشته‌اند و همچنین معیارهای کارآمدی نیز در اکثریت اقدامات اجرایی به اندازه قابل قبولی محقق نشده‌اند. در پایان پیشنهاد شد اقداماتی که امتیاز کمتر از ۲ را دارند جهت صرفه جویی متوقف شود و اقداماتی جدیدی همچون ایجاد رابطه بلند مدت و پایدار با صنعت و انتخاب شرکای استراتژی از صنعت، خصوصی‌سازی دفاتر ارتباط با صنعت در دانشگاه، معرفی توانمندی‌ها و فناوری‌های ایجاد شده در دانشگاه در قالب پلتفرم‌های اجتماعی و رسانه، بهره‌گیری از ظرفیت بروکرها و صندوق‌های مالی و خطرپذیر پیشنهاد شد.

واژه‌های کلیدی: همکاری دانشگاه و صنعت، علم و فناوری، تجاری‌سازی، سیاست علم و فناوری، تحقیق و توسعه.

نوع مقاله: علمی

۱- مقدمه

در سال ۱۸۶۲ اتفاق افتاده است. در گذشته، تمرکز مأموریت یا رسالت دانشگاه بر «آموزش» و «پژوهش» بود که امروزه با توجه به تحولات محیط بین‌الملل و تغییر در رابطه بین سه عنصر اصلی در نظام‌های ملی نوآوری

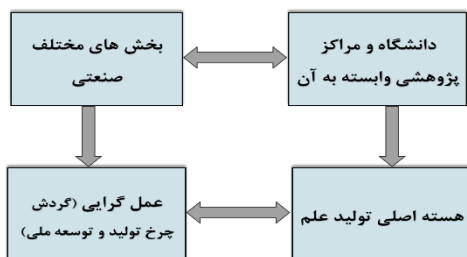
اساساً به نظر می‌رسد نقطه شروع تجاری‌سازی دانش و فناوری یا موضوع همکاری بین دانشگاه و صنعت (UIC)^۱

1. University – Industry Collaborations

نویسنده عهده‌دار مکاتبات: مهدی مجیدپور mmajidpour@aut.ac.ir



پیوند دانشگاه‌ها با صنعت نه تنها برای ایفای مسئولیت اجتماعی و شهروندی علمی، بلکه برای تحول سازمانی و نهادی، توسعه برنامه‌های درسی، یادگیری اثربخش دانشجویان، توسعه روزافزون و هدفمند هیئت علمی، تقویت سبک‌ها و توانایی‌های مدیریتی و بهسازی منابع انسانی نظام دانشگاهی، الزامی است [۷]. ارتباط دانشگاه و صنعت، مصداق همراهی علم و عمل است. دانشگاه و مراکز پژوهشی وابسته به آن، هسته اصلی تولید علم در کشور بوده و صنایع مختلف مصداق اصلی عمل‌گرایی هستند و این بخش‌های مختلف صنعتی هستند که عملاً چرخ تولید و توسعه ملی را در زمینه‌های اقتصادی به حرکت در می‌آورند. لذا می‌توان یکی از مصداق‌های بارز و مهم همراهی علم و عمل را، تقویت و هدایت بهتر ارتباط دانشگاه و صنعت دید.



شکل جایگاه دانشگاه در توسعه اقتصادی - ملی را نشان می‌دهد

شکل ۱. نقش دانشگاه در توسعه اقتصادی - ملی

۲- پیشینه تحقیق

افزایش همکاری‌های صنعت و دانشگاه در سالیان اخیر، به دلیل وجود فشارهایی که بر صنعت و دانشگاه‌ها وجود دارد، رخ داده است [۸]. برای صنعت، این فشارها، شامل تغییرات سریع فناورانه، چرخه‌های عمر کوتاه‌تر محصول و رقابت شدید جهانی است که محیط رقابتی فعلی را برای اکثر شرکت‌ها به‌طور بنیادی تغییر داده است. برای دانشگاه‌ها نیز، فشارها شامل رشد دانش جدید و چالش افزایش هزینه‌ها و مشکلات تأمین مالی بوده است که بار منابع زیادی را بر دانشگاه‌ها تحمیل کرده است تا به دنبال روابط با شرکت‌ها باشند تا بتوانند در تمام زمینه‌های علمی در لبه پیشرو باقی بمانند [۹]. شکل ۲، نحوه تعامل دانشگاه و صنعت را نشان می‌دهد.

(صنعت، دولت و دانشگاه)، مأموریت سومی برای دانشگاه‌ها تعریف شده که عبارت است از کارآفرینی دانشگاهی و مشارکت در توسعه اقتصادی و اجتماعی جوامع [۱].

اقتصاد شکوفا و سطوح نوآوری کشورهای پیشرفته (توسعه یافته) نشان می‌دهد که تولید دانش و کاربرد آن در فعالیت‌های صنعتی، یکی از مهمترین عوامل کسب مزایای رقابتی در بازارهای جهانی توسط این کشورها بوده است [۲]. اگر بخواهیم خلا بین دانشگاه‌ها با صنایع و سازمان‌ها را بر طرف کنیم، چاره‌ای جز برقراری ارتباط نداریم [۳]. [۴].

همکاری بین دانشگاه‌ها و صنعت به طور گسترده‌ای به عنوان یک رویکرد جهت بهبود نوآوری در اقتصاد از طریق تسهیل جریان دانش و تجربه، میان بخش‌های مختلف نگریسته می‌شود [۵] و مهمترین موضوع در برنامه‌های علم و فناوری تعدادی کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه به شمار می‌آید [۶]. دانشگاه و صنعت، دو رکن مهم و اساسی توسعه در هر جامعه‌ای محسوب می‌شوند و از این رو، موضوع ارتباط این دو، مورد توجه صاحب‌نظران و برنامه‌ریزان کشورهای مختلف به ویژه کشورهای در حال توسعه قرار گرفته است. در کشور ایران، دانشگاه‌ها به طور سنتی در سامان دادن پژوهش نقش اول را دارا هستند. این بدان علت است که تا کنون مشارکت بخش خصوصی و صنایع در فعالیت‌های پژوهشی چندان چشمگیر نبوده و اصولاً بافت صنعت ایران به علت وابستگی گسترده به خارج از کشور در ابعاد مختلف، مانع رشد تحقیقات گردیده است. البته این واقعیت را نمی‌توان نادیده گرفت که امکانات بالقوه و بالفعل پژوهشی کشور، به طور سنتی در دانشگاه‌ها ذخیره شده است. حتی اعضای فعال و سطح بالای مراکز تحقیقات دولتی و خصوصی را نیز همین دانشگاهیان تشکیل می‌دهند که به اشکال مختلفی چون پاره وقت، مأمور و غیره با مراکز تحقیقاتی همکاری می‌کنند. صنعت نیز اگر بخواهد خود اتکا باشد، نیازمند به تحقیق و توسعه است. این نیاز و آن توانایی حلقه‌هایی هستند که دو سر زنجیر ارتباط را به هم متصل می‌کنند. حال اگر این اتصال صورت نگرفته، یا ضعیف بوده است، باید دلایل آن را جستجو کرد و در صدد رفع آن برآمد.



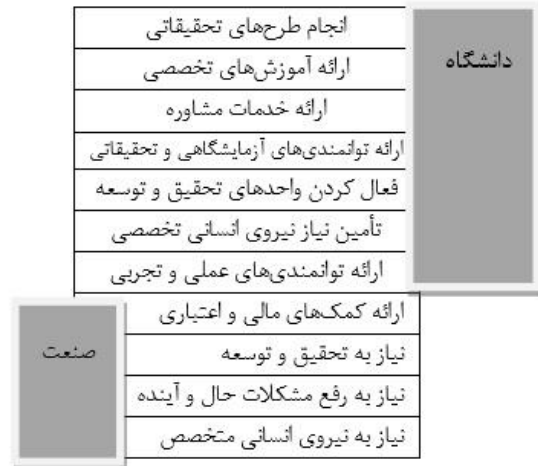
سال‌های بعد این دفتر به سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران انتقال یافت.

۴. از دهه ۱۳۷۰ تا ۱۳۹۰: از جمله برجسته‌ترین ویژگی‌های این دوره می‌توان به توسعه علم، فناوری، نوآوری و کارآفرینی در کشور اشاره کرد و از مهم‌ترین اقدام‌های آن شکل‌گیری شورای عالی علوم، تحقیقات و فناوری (عتف) در سال ۱۳۸۳ براساس ماده (۳) قانون اهداف، وظایف و تشکیلات وزارت علوم، تحقیقات و فناوری است. این شورا یکی از مهمترین نهادها در حوزه سیاستگذاری علم، فناوری و نوآوری در سطح ملی محسوب می‌شود. شکل-گیری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در سال ۱۳۸۶ در راستای گسترش اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه علمی و فناوری در کشور و حمایت از توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان و همچنین پیدایش مراکز حمایتی از شرکت‌های فوق و کارآفرینان شاغل در آنان نظیر شهرک‌های علمی و تحقیقاتی و پارک‌ها و مراکز رشد علم و فناوری و سایر مراکز مشابه از دیگر اقدامات در این خصوص است. شایان ذکر است که مراکز مشابه دیگری نظیر مراکز خدمات فناوری، مجتمع‌های فناوری، شهرهای علم و فناوری و شتابدهنده‌ها نیز طی سال‌های اخیر در کشور ایجاد و گسترش یافته‌اند. از جمله اقدامات دیگر، توسعه پژوهشگاه‌ها و آزمایشگاه‌های تخصصی در دانشگاه‌ها است [۱۴].

با بررسی روند تحولات ارتباط بین صنعت و دانشگاه در ایران و سیر تکاملی ترسیم شده به این نتیجه می‌رسیم که در دوره‌های مختلف در کشور، سیاست‌ها، برنامه‌ها و نهادهای واسط مطابق گونه‌های اول، دوم و سوم مدل ماریچ سه‌گانه طراحی و اجرا شده‌اند. همسویی پنج دوره ذکر شده با گونه‌های ماریچ سه‌گانه و مدل‌های نوآوری را می‌توان به جدول ۱ صورت نشان داد [۱۱].

جدول ۱. بررسی دوره‌های تحولات ارتباط بین دانشگاه و صنعت در ایران براساس ماریچ سه‌گانه [۱۱]

دوره تعامل	ویژگی‌های دوره	گونه‌های مدل ماریچ سه‌گانه	مدل‌های نوآوری
دوره اول (اوایل دهه ۴۰)	تأسیس دانشگاه تهران و تعریف مبنای تعامل بر آموزش	گونه اول ماریچ سه‌گانه	مدل خطی نوآوری
دوره دوم (از سال ۴۰ تا ۶۰)	کارآموزی به منظور آشنایی با فناوری‌های به کار گرفته شده در صنعت و آشنایی با بعضی از مسائل صنعتی (تعامل مبتنی بر آموزش)	گونه دوم ماریچ سه‌گانه	مدل خطی نوآوری
دوره سوم (از سال ۶۱ تا ۷۴)	تأسیس دفاتر ارتباط صنعت در دانشگاه‌ها و دفاتر ارتباط با دانشگاه در برخی سازمان‌ها		مدل تعاملی تلفیقی
دوره چهارم (از سال ۷۹)	تأسیس شهرک‌های علمی و فناوری، پارک‌ها و مراکز رشد	نقش اصناف و اتحادیه‌ها و نهاد های مالی به عنوان تسهیل گر و میانجی	نهاد واسطه‌ای در نظام نوآوری ملی
دوره پنجم (۱۳۹۰ تا ۱۴۰۰)	شکل‌گیری کانون‌های هماهنگی دانش، صنعت و بازار		نهاد واسطه‌ای در نظام بخشی نوآوری



شکل ۱. نحوه تعامل دانشگاه و صنعت [۱۰]

۱-۲- اقدامات انجام شده در حوزه ارتباط دانشگاه و صنعت در ایران

در یک نگاه کلی، می‌توان پیشینه ارتباط دانشگاه و صنعت را در ایران به چهار دوره تقسیم‌بندی کرد [۱۱-۱۳]:

۱. از بدو تأسیس تا ابتدای دهه ۱۳۴۰: در این دوره ارتباط دانشگاه و صنعت بیشتر فردی، غیررسمی و مقطعی بود و به دلیل ناتوانایی دانشگاه‌ها در پاسخ به نیازهای جامعه و صنعت، برخی نهادها و سازمان‌ها، خود به ایجاد مراکز آموزشی برای تربیت نیروی انسانی مورد نیاز اقدام کردند.

۲. دهه‌های ۱۳۴۰ و ۱۳۵۰: به‌رغم گسترش مراکز دانشگاهی و اعزام دانشجویان توسط تعدادی از دانشگاه‌ها به واحدهای صنعتی برای کارآموزی، برنامه مشخصی به‌منظور توسعه این ارتباط وجود نداشت.

۳. دهه ۱۳۶۰: از مهمترین تلاش‌های این دوره می‌توان به تشکیل دفتر مرکزی ارتباط با صنعت (۱۳۶۲) و شورای هماهنگی دفاتر ارتباط دانشگاه با صنعت (۱۳۶۵) در وزارت فرهنگ و آموزش عالی به‌عنوان نخستین تعاملات سازمان‌یافته میان دانشگاه و صنعت اشاره کرد که در

به تجربه راه‌اندازی دفتر انتقال فناوری (بازاریابی یا تجاری‌سازی) در دانشگاه صنعتی امیرکبیر اشاره کرد.

۲-۲- موانع توسعه ارتباط دانشگاه و صنعت

پژوهشگران، پژوهش‌های متعددی را برای تبیین عوامل مؤثر، ساز و کارها، چالش‌ها و موانع ارتباط صنایع و دانشگاه‌ها در کشورهای خود انجام داده‌اند. برای مثال بربگال و همکاران^۲، به مقایسه نسبی مشارکت‌ها و رابطه میان دانشگاه و صنعت در کشورهای ایتالیا و کنیا پرداخته‌اند و نشان داده‌اند که دانشگاه‌های ایتالیا محافل و مجامع ارتباطی و اشتراکی بیشتری نسبت به کنیا داشته که همین موضوع می‌تواند یکی از عوامل تأثیرگذار بر بازده متفاوت همکاری‌های این دو کشور باشد [۱۷]. یالچینتاش و همکاران^۳ نیز به شناسایی روش‌های بهینه انتقال دانش از دانشگاه به صنعت و خلاصه‌سازی جنبه‌های مثبت و منفی درک شده از رابطه‌های میان صنعت و دانشگاه و ارائه راهکارهایی برای اجرای مناسب انتقال دانش از دانشگاه به صنعت در صنایع ترکیه پرداخته‌اند [۱۸].

در ایران، بخشی از پژوهش‌های حوزه ارتباط صنعت و دانشگاه، موانع قانونی و سیاستی را برای ارتباط صنعت و دانشگاه در ایران شناسایی کرده‌اند [۱۵، ۱۹-۲۱]. این پژوهش‌ها و پژوهش‌های مشابه، ضعف در ابزارهای سیاستی و قوانین را به‌عنوان مانعی بر سر راه ارتباط دانشگاه و صنعت تبیین کرده‌اند [۲۰]. پژوهش حسان و همکاران [۱۵] می‌تواند اولین گام برای طراحی سیاست‌های جدید در این حوزه باشد. حسان و همکاران در نهایت پس از بررسی ۴۱ ماده قانونی نتیجه گرفتند که حدود ۸۶ درصد از قوانین تنها به شکل غیرمستقیم و ظرفیت‌دار به ارتقای ارتباط صنعت و دانشگاه ربط دارند [۱۵، ۱۶].

سید نقوی و همکاران، سه علت اصلی ارتباط ضعیف دانشگاه و صنعت را، دانشکده‌های تک‌بعدی، صنعت سطحی‌نگر و دولت غافل از بسترسازی دانسته و به ارائه راهکارهایی چون: صنعت محور کردن دانش، دانش‌بنیان کردن صنعت و بسترسازی قانونی دولت اشاره کرده‌اند [۲۲].

برای مواجهه با مسئله ارتباط دانشگاه با صنعت و جامعه در چهار دهه اخیر راهکارهایی در قالب اسناد قانونی برنامه‌های پنج‌ساله، قوانین بودجه‌های سنواتی، قانون اهداف، وظایف و تشکیلات وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، تأسیس نهادهای واسط، واگذاری اختیارات و تصویب اسناد سیاستی و ... تدارک دیده شده است. با بررسی عمیق سازوکارها و راهکارهای ارتباط دانشگاه با صنعت و جامعه در ایران، مشخص می‌شود که غالب راهکارها و سازوکارهای موجود، دستوری و در برخی موارد مبتنی بر توصیه بوده‌اند [۱۱].

حسان و همکاران به شناسایی شناسایی وضعیت ابزارهای سیاستی مؤثر در ارتقای ارتباط صنعت و دانشگاه در ایران پرداخته‌اند. [۱۵، ۱۶].

سازمان OECD^۱ ابزارهای سیاستی مختلف را برای ایجاد ارتباط صنعت و دانشگاه در سه زیر بخش شامل مالی، مقرراتی و نرم شناسایی کرده است که در آورده شده است.

جدول ۲. ابزارهای سیاستی برای ایجاد ارتباط صنعت و

دانشگاه

نوع	عنوان
مالی	گرنٹ و یارانه برای تحقیق و توسعه
	معافیت مالیاتی
	حمایت مالی در گسترش صندوق های مالی
مقرراتی	توسعه مدل های تامین کننده مالی
	قوانین مربوط به مالکیت معنوی
	قوانین مربوط به شرکت‌های زایشی توسط دانشگاهیان
نرم	قوانین ارتقا اساتید و محققان
	شبکه‌سازی
	برنامه‌های آموزشی
	دستورالعمل‌های داوطلبانه، استانداردها و قوانین رفتاری

یکی از اقدامات مثبت وزارت علوم، انتشار سالانه اقدامات، تجارب و الگوهای موفق دانشگاه‌ها و پژوهشگاه‌های کشور در توسعه همکاری با جامعه و صنعت است که این کار از سال ۱۳۹۷ شروع شده‌است. برای مثال می‌توان

² Berbegal and etal.

³ Yalcintas and etal.

¹ The Organisation for Economic Co-operation and Development



سازمانی، رفتاری - محتوایی و زمینه‌ای - محیطی تقسیم نموده که هر یک شامل موارد زیر است [۲۶]:

۱. ساختاری - سازمانی: ساختار سازمان، نظام آموزشی - پژوهشی، نظام مالی، نظام منابع انسانی، نظام منابع اطلاعاتی

۲. رفتاری - محتوایی: ویژگی‌های فردی، چشم‌انداز و رسالت دانشگاه، سبک رهبری و حمایت مدیریت، فرهنگ سازمانی

۳. محیطی - زمینه‌ای: موانع سیاستی - قانونی، موانع ارتباطی - شبکه‌سازی

حسنقلی پور به موانعی چون مخالفت با تفکر بنگاهی در دانشگاه، بی‌اعتمادی میان دانشگاه و صنعت، بوروکراسی و عدم انعطاف سیستم مدیریتی، ضعف قوانین و آئین نامه‌ها، ارائه آموزش‌های غیرکاربردی و پایین بودن سرانه پژوهشی اشاره کرده‌است [۲۷].

صراطی شیرازی و همکاران، فرهنگ ارتباطی ذاتاً "ضد تعامل"، استفاده از ابزارهای ارتباطی سنتی انتقال دانش (مانند مقالات مجلات و روزنامه، اینترنت)، حمایت مالی ضعیف صنعت، هنجارهای متفاوت حاکم بر دانشگاه و صنعت و انگیزه‌ها و اهداف متفاوتی که پژوهشگران شاغل در این دو سازمان را از موانع مهم ارتباط بین این دو نهاد ذکر کرده‌اند [۲۸].

فکور مهمترین موانع تجاری‌سازی دانش در دانشگاه‌های ایران را عدم وجود قوانین و مقررات مورد نیاز فعالیت‌های تجاری‌سازی و انتقال فناوری در بخش دانشگاهی، خصوصاً در ارتباط با حقوق مالکیت فکری حاصل از بخش دانشگاهی کشور؛ عدم تأمین منابع مالی مورد نیاز جهت فعالیت‌های تجاری‌سازی در بخش دانشگاهی کشور، عدم حمایت از تأسیس و تقویت نهادهای انتقال فناوری در بخش دانشگاهی عنوان می‌کند [۲۹].

ندیرخانلو به وجود بروکراسی و نبود اطمینان نظام مدیریتی دانشگاه، قوانین ضعیف حمایت از دارایی‌های فکری در سطح ملی، نبود آزادی عمل استادان در مشارکت در فعالیت‌های کسب و کار، وابستگی دانشگاه به بودجه‌های دولتی، منافع متفاوت فعالان صنعت و دانشگاهیان و نبود حمایت‌های مالی دانشگاه از پژوهشگران اشاره کرده‌است [۳۰].

بندریان به کمبود اطلاعات، توانمندی‌های ناکافی نیروهای انسانی، موانع اقتصادی، سیاسی، حقوقی، ساختاری،

مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی در گزارش خود به ارائه موانع و راهکارهای بهبود ارتباط دانشگاه و صنعت با تمرکز بر فعالسازی نهادهای واسط پرداخته است و در این گزارش به نقش واسطه‌گرهای اولیه که منظور دفاتر ارتباط با صنعت، پارک‌های علم و فناوری و پژوهشکده‌ها می‌باشد اشاره شده و نقش واسطه‌گرهای ثانویه همچون برکرها و کارگزاران حرفه‌ای جهت تسریع و تسهیل ارتباط صنعت و دانشگاه توجه ویژه شده است. [۱۱].

طرح تحول همکاری‌های دانشگاه‌ها و موسسات پژوهشی و فناوری با جامعه و صنعت در سال ۱۳۹۸ توسط وزارت علوم ارائه شده که در آن مهمترین راهبردهای پیشنهاد شده عبارتند از [۲۳]:

۱. بهبود و اصلاح ساختار فرآیندها و آیین‌نامه‌های اجرایی
 ۲. پیش‌بینی مشوق‌ها و پشتیبان‌ها
 ۳. هدفمند کردن برنامه‌های آموزشی و پژوهشی
 ۴. توسعه همکاری‌ها و مشارکت با وزارتخانه‌ها و دستگاه‌های اجرایی کشور

مطابق پژوهش مسعود شفیعی و سید عبدالرضا موسوی، مهمترین موانع و آسیب‌های شناسایی شده در زمینه ی توسعه ارتباط صنعت و دانشگاه به ترتیب عبارت از:

(۱) ناکارآمدی ساختارها، قوانین و فرایندهای موجود دانشگاه و صنعت به منظور توسعه تعاملات و همکاری‌ها، (۲) فقدان جو رقابتی میان دانشگاه‌ها به منظور توسعه تعامل تشان با بخش صنعت و بالعکس، (۳) فقدان باور و اعتماد مدیران و خبرگان بخش دولت و صنعت و دانشگاه به یکدیگر در محور تحقیق و توسعه، (۴) فاصله گرفتن از اهداف و مأموریت‌های تعریف شده در ایجاد و توسعه دانشگاه‌ها، مراکز تحقیقاتی، پارک‌های علم و فناوری و مراکز رشد، (۵) عدم انطباق غالب تحقیقات دانشگاهی به ویژه رساله‌ها و پایان‌نامه‌های دانشجویی در راستای نیازهای واقعی صنعت و رغبت اندک به سمت تحقیقات نیاز محور [۲۴].

پور عزت و حیدری نیز به چالش‌هایی چون نبود حلقه‌های ارتباطی میان سه بخش دولت، صنعت و دانشگاه، وجود بروکراسی اداری در دانشگاه، وجود بی‌اعتمادی بین صنعت و دانشگاه، مدیریت غیر قابل اثر بخش دفاتر انتقال فناوری اشاره کرده‌اند. [۲۵].

راعی دهقی مهمترین موانع تجاری‌سازی دانش در دانشگاه اصفهان را به سه دسته کلی موانع ساختاری -

ارائه کرده‌اند [۳۶]. بررسی پیشینه ادبیات حوزه ارتباط صنعت و دانشگاه نشان می‌دهد که علی‌رغم منافع فراوان ارتباط صنعت و دانشگاه، این ارتباط در سطح مطلوبی ایجاد نگشته است و چالش‌ها و موانع بسیاری بر سر راه ارتباط صنعت و دانشگاه موجود است [۳۷]. هدف مقاله جاری، تحلیلی بر اقدامات انجام شده در این حوزه، شناسایی و اولویت‌بندی اقدامات و همچنین توقف آن دسته از اقدامات اجرایی که اثر بخشی پایینی در خصوص همکاری دانشگاه با صنعت دارند و همچنین ارائه راهکار جهت تعالی همکاری دانشگاه با صنعت.

۳- روش تحقیق

از نظر روش، این تحقیق، از نوع آمیخته است. در روش آمیخته، ترکیبی از روش‌های کمی و کیفی برای پاسخ به پرسش‌های تحقیق استفاده می‌شود. به عبارت روشن‌تر، روش تحقیق آمیخته شامل دیدگاه‌های نظری یا فنی تحقیق‌های کمی و کیفی است که در یک مطالعه مورد استفاده قرار می‌گیرد.

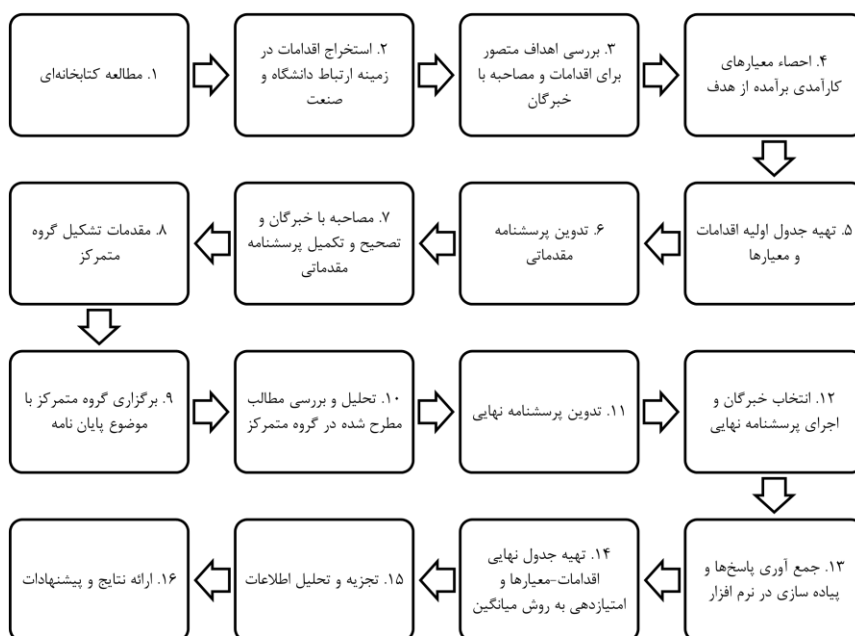
شکل ۲ مراحل اجرای تحقیق را نشان می‌دهد.

سازمانی، ارتباطی، درک نکردن نیازهای بازار و مشتریان و نبود استانداردهای زیست‌محیطی اشاره کرده‌است [۳۱]. صفوی و همکاران عدم آگاهی و شناخت اعضای هیئت علمی دانشگاه از نتایج تجاری‌سازی تحقیقات و تولید ثروت اشاره کرده‌اند [۳۲].

باقری‌نژاد موانع ارتباط بین دانشگاه و صنعت را به دو دسته شامل موانع ساختاری و محیطی (اقتصادی و فرهنگی) و موانع مدیریتی و سازمانی تقسیم می‌کند [۳۳].

فائض و شهابی به موانع قانونی، فرهنگی، تقاضا محور نبودن پروژه‌های پژوهشی دانشگاهی، عدم کارایی دوره-های کارآموزی و عدم تناسب رشته‌های دانشگاهی با مسائل و نیازهای صنایع اشاره کرده‌اند [۳۴].

کار اولیور^۱ (۱۹۹۰) شش مورد احتمالی حیاتی را به‌عنوان عوامل تعمیم‌پذیر روابط بین سازمانی مطرح می‌کند. این موارد احتمالی را می‌توان به عنوان زیربنای علاقه سازمان‌ها برای تعامل با یکدیگر مطرح کرد. اولیور خاطرنشان کرد که اگرچه هر عامل تعیین‌کننده به تنهایی برای ایجاد یک رابطه کافی است؛ ولی آن‌ها ممکن است زمانی برقرار شوند و یا همزمان رخ دهند که سازمان‌ها تصمیم به ایجاد یک رابطه بین سازمانی می‌گیرند [۳۵].



شکل ۲. مراحل اجرای تحقیق

1. Oliver



۳-۱- تهیه و توزیع پرسشنامه

برای تهیه پرسشنامه، با استفاده از مطالعات کتابخانه‌ای و برگزاری نشست با خبرگان، دو مورد زیر احصا شد:

۱- اقدامات انجام شده در حوزه ارتباط صنعت و دانشگاه: به طور کلی اقدامات این حوزه در چهار دسته شامل نهادسازی، سیاست‌گذاری، فرهنگ‌سازی و اقدامات اجرایی دسته‌بندی شدند.

۲- معیارهای کارآمدی اقدامات بند الف: با برگزاری نشست با خبرگان و مرور اهداف مطرح در بحث ارتباط دانشگاه و صنعت، معیارهای کارآمدی اقدامات انجام شده در بند الف احصا و به دو دسته کلی معیارهای کارآمدی از منظر دانشگاه و معیارهای کارآمدی از منظر صنعت تقسیم‌بندی شدند.

در نهایت، پس از جمع‌آوری اطلاعات، پرسشنامه اقدامات و معیارها ترسیم و بین ۱۶ نفر توزیع شد^۱. این اقدامات و معیارها در جدول ارائه شده‌اند.

۴- تجزیه و تحلیل یافته‌ها

در این مرحله، پرسشنامه‌ها، جمع‌آوری و پاسخ‌ها جهت

تحلیل، در نرم‌افزار اکسل^۲ پیاده‌سازی شدند.

گام‌های طی شده جهت تحلیل عبارتند از:

۱. امتیازدهی هر یک از اقدامات انجام شده با توجه به هر

معیار از ۱ تا ۵

۲. محاسبه مجموع امتیازات هر اقدام از ملاک‌های ارزیابی

کارآمدی

۳. محاسبه میانگین امتیازات کسب شده هر اقدام از

معیارهای کارآمدی

۴. امتیازدهی میزان تحقق هر معیار در تک تک اقدامات

(از ۱ تا ۵)

۵. محاسبه مجموع امتیازات هر یک از معیارهای کارآمدی

اقدامات اجرایی در زمینه ارتباط دانشگاه و صنعت

۶. محاسبه میانگین نمرات هر معیار که توسط اقدامات،

کسب شده است

جدول، تجزیه و تحلیل جدول مربوط به اقدامات ملی

انجام‌شده در حوزه ارتباط دانشگاه و صنعت به همراه

معیارهای ارزیابی این اقدامات را نشان می‌دهد.

۱. افراد پاسخ دهنده، اعضاء هیأت علمی، مسئولین و فعالان و مدیران دفاتر ارتباط با صنعت دانشگاه‌های صنعتی امیرکبیر، خواجه نصیرالدین طوسی و امام صادق (ع) و همچنین مدیران عامل چند شرکت فعال صنعتی را شامل می‌باشند.

2. Microsoft Excel



جدول ۳. تجزیه و تحلیل جدول مربوط به اقدامات ملی انجام شده در حوزه ارتباط دانشگاه و صنعت به همراه معیارهای ارزیابی این اقدامات

میانگین	جمع	ورود صنایع با فناوری های برتر (hitech) به بخش صنعت	افزایش قابلیت رقابت پذیری صنایع	افزایش تعداد پژوهش هایی که به تجاری سازی رسیده اند	افزایش فرهنگ کارآفرینی و نوآوری در اعضاء هیأت علمی و دانشجویان	افزایش تمایل و رغبت دانشجویان به کار آموزی و کارورزی	افزایش میزان اختراعات به فروش رفته	افزایش اعتماد متقابل میان صنعت و دانشگاه	ورود شرکتهای خصوصی جهت انجام پروژه های مشترک به دانشگاه ها	افزایش متقابل میزان و درصد اعتبارات تحقیقاتی در صنعت	افزایش انگیزه و رغبت دانشگاهیان به حضور در صنعت	افزایش مبالغ قراردادهای بین صنعت و دانشگاه	افزایش تعداد قراردادهای بین دانشگاه و صنعت و طرح های تحقیقاتی فعال	معیارهای کارآمدی اقدامات اجرایی	
۲.۵۲	۲۲.۸	۲.۰	۲.۰	۱.۶	۲.۳	۲.۵	۲.۰	۲.۶	۱.۹	۳.۰	۳.۱	۳.۰	۳.۳	۳.۶	تأسیس دفاتر "ارتباط با صنعت و کارآفرینی" در دانشگاه ها
۲.۱۳	۲۷.۷	۲.۲	۲.۰	۱.۸	۲.۳	۱.۸	۲.۰	۱.۸	۱.۸	۲.۲	۲.۳	۲.۵	۲.۵	۲.۳	ایجاد "شورای عالی ارتباط صنعت و دانشگاه" توسط دولت
۲.۶۵	۲۴.۴	۲.۹	۲.۶	۲.۳	۲.۷	۲.۰	۲.۱	۲.۱	۲.۳	۳.۱	۳.۰	۲.۹	۳.۳	۳.۱	تأسیس معاونت علمی ریاست جمهوری
۱.۵۸	۲۰.۵	۱.۷	۱.۴	۱.۴	۱.۶	۱.۸	۱.۶	۱.۱	۱.۶	۱.۴	۲.۰	۲.۰	۱.۳	۱.۶	انتشار نشریات و بولتن هایی در سطح ملی
۲.۱۴	۲۷.۹	۲.۰	۱.۷	۱.۶	۲.۶	۲.۰	۱.۷	۲.۱	۱.۷	۲.۰	۳.۰	۳.۰	۲.۱	۲.۳	برگزاری کنگره، همایش و کنفرانس هایی با این موضوع
۱.۹۶	۲۵.۵	۱.۸	۱.۵	۱.۷	۲.۳	۲.۰	۲.۲	۲.۲	۲.۲	۱.۷	۲.۷	۱.۷	۲.۰	۱.۷	راه اندازی "دفتر مالکیت فکری" در برخی دانشگاه ها
۲.۰۶	۲۶.۷	۱.۷	۱.۷	۲.۱	۲.۰	۱.۲	۲.۰	۲.۳	۲.۳	۲.۱	۲.۴	۲.۰	۲.۳	۲.۶	راه اندازی "مرکز تجاری سازی و تدوین طرح کسب و کار (Business plan)"
۲.۷۸	۳۶.۱	۲.۹	۲.۹	۲.۹	۲.۶	۲.۰	۲.۴	۲.۶	۲.۹	۳.۰	۳.۳	۳.۰	۲.۹	۳.۰	تأسیس پارک های علم و فن آوری
۲.۴۸	۳۲.۳	۲.۱	۲.۱	۲.۴	۲.۱	۱.۸	۲.۴	۲.۳	۲.۴	۲.۷	۳.۱	۲.۹	۲.۷	۳.۰	راه اندازی مراکز رشد و شرکت های دانش بنیان
۱.۸۵	۲۴	۱.۳	۱.۳	۱.۳	۲.۴	۳.۲	۱.۶	۲.۳	۱.۴	۱.۶	۲.۷	۲.۳	۱.۳	۱.۴	فعال سازی واحد کارورزی و کارآموزی
۲.۰۵	۲۶.۶	۱.۹	۱.۷	۲.۱	۲.۱	۲.۲	۱.۶	۲.۰	۲.۰	۲.۰	۲.۷	۲.۰	۲.۰	۲.۳	ایجاد آرامش، تمرکز گرایی و پرهیز از طرح مباحث انحرافی در این حوزه
۲.۳۲	۳۰.۲	۲.۳	۱.۹	۲.۱	۲.۱	۲.۲	۲.۱	۲.۶	۲.۱	۲.۴	۲.۶	۲.۶	۲.۶	۲.۶	دوره دکترای پژوهش محور و تقاضا محور
۲.۵۲	۳۲.۸	۲.۱	۱.۹	۲.۴	۲.۶	۲.۵	۲.۳	۲.۳	۲.۰	۲.۷	۳.۳	۲.۹	۲.۹	۳.۰	تبلیغ و ترویج شعارهایی ذیل شعار "تبدیل علم به ثروت"
۲.۶۴	۳۴.۴	۲.۴	۲.۷	۲.۱	۲.۱	۱.۷	۲.۱	۲.۹	۲.۴	۳.۱	۳.۰	۳.۳	۳.۱	۳.۳	تأسیس کلینیک صنعت و معدن
۲.۱۶	۲۸.۱	۱.۹	۲.۳	۱.۹	۲.۰	۱.۶	۱.۷	۲.۰	۲.۷	۲.۶	۲.۳	۲.۶	۲.۳	۲.۴	وضع قوانین مشوق از جمله معافیت مالیاتی
۲.۷۷	۳۶.۱	۳.۱	۲.۷	۲.۷	۲.۳	۲.۵	۲.۰	۳.۴	۲.۴	۳.۱	۲.۷	۳.۰	۳.۰	۳.۰	طرح های صنایع نوین
۲.۳۰	۲۹.۹	۱.۴	۱.۶	۲.۰	۲.۰	۲.۰	۲.۰	۲.۴	۲.۵	۲.۳	۲.۹	۲.۶	۳.۳	۳.۰	سپردن طرح های کلان ملی شورای عالی عتف به دانشگاه های صنعتی
	۵۰.۶	۳۵.۷۱	۳۳.۹۳	۳۴.۵۰	۳۸.۲۴	۳۴.۹۰	۳۳.۸۸	۳۹.۰۰	۳۶.۶۴	۴۱.۱۲	۴۷.۱۴	۴۴.۰۲	۴۲.۷۹	۴۴.۱۴	مجموع
۲.۲۹		۲.۱۰	۲.۰۰	۲.۰۳	۲.۲۵	۲.۰۵	۱.۹۹	۲.۲۹	۲.۱۶	۲.۴۲	۲.۷۷	۲.۵۹	۲.۵۲	۲.۶۰	میانگین



جدول ۴: رتبه‌بندی معیارهای کارآمدی از حیث محقق شدن در اقدامات

رتبه	معیارهای کارآمدی	میانگین
۱	افزایش انگیزه و رغبت دانشگاهیان به حضور در صنعت	۲.۷۷
۲	افزایش تعداد قراردادهای بین دانشگاه و صنعت و طرح‌های تحقیقاتی فعال	۲.۶۰
۳	افزایش انگیزه و رغبت صنعت به دانشگاه	۲.۵۹
۴	افزایش مبالغ قراردادهای بین صنعت و دانشگاه	۲.۵۲
۵	افزایش متقابل میزان و درصد اعتبارات تحقیقاتی در صنعت	۲.۴۲
۶	افزایش اعتماد متقابل میان صنعت و دانشگاه	۲.۲۹
۷	افزایش فرهنگ کارآفرینی و نوآوری در اعضای هیأت علمی و دانشجویان	۲.۲۵
۸	ورود شرکتهای خصوصی جهت انجام پروژه‌های مشترک با دانشگاه‌ها	۲.۱۶
۹	ورود صنایع با فناوری‌های برتر (hitech) به بخش صنعت	۲.۱۰
۱۰	افزایش تمایل و رغبت دانشجویان به کارآموزی و کارورزی	۲.۰۵
۱۱	افزایش تعداد پژوهش‌هایی که به تجاری‌سازی رسیده‌اند	۲.۰۳
۱۲	افزایش قابلیت رقابت پذیری صنایع	۲.۰۰
۱۳	افزایش میزان اختراعات به فروش رفته	۱.۹۹
	مجموع از ۶۵	۲۹.۸
	میانگین از ۵	۲.۲۹

۵- بحث و نتیجه‌گیری

بهره‌گیری از نتایج آموزش‌ها و تحقیقات دانشگاهی برای ایجاد رشد و نوآوری در بخش صنعت و استفاده از تجربیات بخش صنعت در به روز کردن برنامه‌های آموزشی و تحقیقاتی دانشگاه‌ها، نقش اساسی در توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و علمی جوامع در معنای خاص و توسعه ملی در مفهوم عام آن دارد. چنین فرایندی از طریق ارتباط و تعامل مناسب دانشگاه و صنعت امکان پذیر است. آنچه که مسلم است برقراری این رابطه نمی‌تواند دستوری باشد، بلکه باید از طریق بکارگیری سازوکارها، الگوها و طرح‌های مناسب و سنجیده شده ایجاد شود. [۳۹] با در نظر گرفتن اطلاعات به دست آمده از جدول نهایی اقدامات و معیارها (جدول ۴) و تجزیه و تحلیل این داده‌ها می‌توان به نتایج زیر رسید:

۱- در مجموع هیچ یک از اقداماتی که تا به حال در زمینه ارتباط صنعت و دانشگاه صورت پذیرفته است، کارآمدی مطلوبی نداشته‌اند؛ زیرا اولاً میانگین

همان‌طوریکه در جدول نهایی اقدامات - معیارها مشاهده می‌شود مهمترین اقدامات ملی که در زمینه ارتباط صنعت و دانشگاه انجام شده است، "تأسیس پارک‌های علم و فناوری" و "طرح‌های صنایع نوین" می‌باشند. این دو اقدام اجرایی با امتیاز تقریبی ۲/۸ از ۵ توانسته‌اند به طور میانگین حدود ۵۶ درصد از هر معیار را محقق سازند. همچنین از میان اقدامات اجرا شده، "انتشار نشریات و بولتن‌ها" از کمترین کارآمدی برخوردار می‌باشد. امتیاز این اقدام ۱/۵۸ از ۵ است و این بدین معناست که تنها توانسته به طور میانگین ۳۱/۶٪ از هر معیار را محقق سازد.

جدول ۳: رتبه‌بندی کارایی اقدامات ملی اجرا شده در زمینه ارتباط دانشگاه و صنعت

رتبه	اقدامات اجرایی	میانگین
۱	تأسیس پارک‌های علم و فن آوری	۲.۷۸
۲	طرح‌های صنایع نوین	۲.۷۷
۳	تأسیس معاونت علمی ریاست جمهوری	۲.۶۵
۴	تأسیس کلینیک صنعت و معدن	۲.۶۴
۵	تأسیس دفاتر "ارتباط با صنعت و کارآفرینی" در دانشگاه‌ها	۲.۵۲
۶	تبلیغ و ترویج شعارهایی ذیل شعار "تبدیل علم به ثروت"	۲.۵۲
۷	راه‌اندازی مراکز رشد و شرکت‌های دانش‌بنیان	۲.۴۸
۸	دوره دکترای پژوهش محور و تقاضا محور	۲.۳۲
۹	سپردن طرح‌های کلان ملی شورای عالی عتف به دانشگاه‌های صنعتی	۲.۳۰
۱۰	وضع قوانین مشوق از جمله معافیت مالیاتی	۲.۱۶
۱۱	برگزاری کنگره، همایش و کنفرانس‌هایی با این موضوع	۲.۱۴
۱۲	ایجاد "شورای عالی ارتباط صنعت و دانشگاه" توسط دولت	۲.۱۳
۱۳	راه‌اندازی "مرکز تجاری‌سازی و تدوین طرح کسب و کار"	۲.۰۶
۱۴	ایجاد آرامش، تمرکز گرایی و پرهیز از طرح مباحث انحرافی در این حوزه	۲.۰۶
۱۵	راه‌اندازی "دفتر مالکیت فکری" در برخی دانشگاه‌ها	۱.۹۶
۱۶	فعال‌سازی واحد کارورزی و کارآموزی	۱.۸۵
۱۷	انتشار نشریات و بولتن‌هایی در سطح ملی	۱.۵۸
	مجموع از ۸۵	۳۸.۹
	میانگین از ۵	۲.۲۹

8. Business plan

وابسته هستند). یکی دیگر از مشکلات و معضلات ریشه‌ای که منجر به عدم کارآمدی اقدامات شده است - به اجماع خبرگان - فاصله و شکاف میان بخش هدف گذاری، برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری از یک سو و بخش اجرایی و عملیاتی از سوی دیگر است. به گونه‌ای که اگر تصمیم‌سازان و برنامه‌ریزان از خروجی‌ها، پیامدها و آثار برنامه‌ها و تصمیمات خود در سطح عملیاتی و اجرایی مطلع گردند (که البته باید با مکانیزم بازخورد مطلع شوند و نباید خود را فقط محدود به ستادهای برنامه ریزی و تصمیم‌گیری کنند) از نتایج آن متعجب خواهند شد.

با توجه به امتیازات کسب شده، می‌توان اقدامات اجرایی و همچنین معیارهای کارآمدی را در ۳ سطح دسته بندی نمود. بدین صورت که اگر میانگین امتیازات کسب شده توسط هر اقدام یا معیار ملاک دسته‌بندی در نظر گرفته شود، موارد مذکور تبیین می‌شود. جداول جدول ۵ جدول ۶ به ترتیب طبقه‌بندی اقدامات اجرایی و معیارهای کارآمدی را نشان می‌دهد.

کسب شده توسط تمامی اقدامات از معیارهای کارآمدی بسیار پایین است (۲/۳ از ۵ نمره). ثانیاً بالاترین امتیاز که متعلق به " تأسیس پارک‌های علم و فناوری " می‌باشد (۲/۷۸ از ۵ نمره)، نمره قابل دفاعی نیست.

۲- در مجموع، هیچ یک از معیارهای کارآمدی نبوده است که در اکثریت اقدامات اجرایی به اندازه قابل قبولی محقق شده باشد؛ زیرا همان طوریکه ملاحظه شد بالاترین امتیاز که متعلق به معیار " افزایش انگیزه و رغبت دانشجویان به حضور در صنعت " می‌باشد، ۲/۷۷ از ۵ است که امتیاز بالایی به حساب نمی‌آید. یعنی این معیار نیز در بیشتر اقدامات در حد قابل قبولی محقق نشده است.

یکی از موانع اصلی در عدم کارآمدی اقدامات اجرایی در زمینه ارتباط صنعت و دانشگاه، به اجماع نظر خبرگان این حوزه در صنعت، دانشگاه و حکومت، دولتی بودن بخش اعظم صنعت و دانشگاه‌های کشور است (دانشگاه‌های غیر دولتی هم به جای اتکای به پول دولت که همان پول نفت

است به مبالغ دریافتی از دانشجویان تحت عنوان شهریه جدول ۵. طبقه‌بندی اقدامات اجرایی

مورد	میانگین	تعداد موارد	محدوده امتیاز	طبقه بندی
پارک‌های علم و فناوری؛ طرح‌های صنایع نوین؛ معاونت علمی؛ کلینیک صنعت و معدن؛ دفاتر ارتباط با صنعت؛ شعار تبدیل علم به ثروت	۲/۶۵	۶	بالاتر از ۲/۵	اقدامات نسبتاً کارآمد
مراکز رشد و شرکت‌های دانش بنیان؛ دکترای پژوهش محور؛ طرح‌های کلان ملی شورای عالی عتف؛ قوانین مشوق؛ کنگره و همایش؛ شورای عالی ارتباط صنعت و دانشگاه؛ مرکز تجاری‌سازی؛ آرامش و تمرکز	۲/۲۱	۸	۲ تا ۲/۵	اقدامات نسبتاً ناکارآمد
دفتر مالکیت فکری؛ کارورزی و کارآموزی؛ نشریه و بولتن	۱/۸۰	۳	پایین‌تر از ۲	اقدامات ناکارآمد

جدول ۶. طبقه بندی معیارهای کارآمدی

مورد	میانگین	تعداد موارد	محدوده امتیاز	طبقه بندی
رغبت دانشجویان به صنعت؛ قراردادهای فی‌مابین و طرح‌های فعال؛ انگیزه صنعت به دانشگاه؛ مبالغ قراردادهای	۲/۶۲	۴	بالاتر از ۲/۵	معیارهای نسبتاً تحقق یافته
میزان و درصد اعتبارات تحقیقاتی؛ اعتماد متقابل فی‌مابین؛ فرهنگ کارآفرینی در هیأت علمی و دانشجو؛ حضور شرکت‌های خصوصی در دانشگاه؛ ورود صنایع hitech به صنعت؛ تمایل به کارورزی و کارآموزی؛ پژوهش‌های رسیده به تجاری‌سازی؛ قابلیت رقابت پذیری	۲/۱۶	۸	۲ تا ۲/۵	معیارهای نسبتاً تحقق نیافته
اختراعات به فروش رفته	۱/۹۹	۱	پایین‌تر از ۲	معیارهای تحقق نیافته

۴. تشکیل دستگاه نظارتی بر فعالیتهای ستاد اجرایی ارتباط دانشگاه و صنعت و بازخورد گیری مستمر از نتایج کار ستاد.

۵. خصوصی سازی دفاتر ارتباط با صنعت و کارآفرینی دانشگاهها؛ به علت وابسته بودن دفاتر ارتباط با صنعت و کارآفرینی به دانشگاه و قرار داشتن در چارچوبهای تعریف شده برای آن، برخی از کارکردهای متصور از این دفتر محدود به اعضاء هیأت علمی و شرکتهای وابسته آن دانشگاه می‌شوند. این در حالی است که در صورت مستقل بودن این دفاتر (از لحاظ تشکیلاتی و مالی) حتی برای سودآوری بیشتر دست به ابتکار عمل زده و ظرفیتهای بیشتری به کار خواهند بست.

۶. پرداخت حداقل حقوق به اعضاء هیأت علمی و شناور بودن مابقی حقوق و مزایا منوط به پروژه‌هایی که با صنعت منعقد می‌نمایند و یا اتصال دانشگاه و صنعت را در پروژه‌های برقرار می‌کنند. در این صورت کل اساتید و اعضاء هیأت علمی تبدیل به مراکز ارتباط با صنعت و کارآفرینی می‌شوند.

۷. تعریف واحد کارآفرینی در دروس دانشگاهی: در سال‌های اخیر درسی با این عنوان در سرفصل‌های درسی دانش‌آموزان تعریف شده است. این امر موجب گردیده که دانش‌آموزان خود را به عنوان یکی از اعضا اجتماع موظف به تفکر و نیازسنجی در جهت تولید و رشد جامعه بدانند. تداوم این اندیشه در دوران دانشجویی ضروری است تا دانشجو را از فضای مدرک گرایی و گذراندن تعدادی واحد، به دغدغه داشتن نسبت به خود و جامعه و در نهایت کارآفرینی سوق دهد.

۸. انتقال موقت دانشگاهیان به صنعت (فرصت مطالعاتی): یکی از ساز و کارهای مفید برای آگاهی اساتید و اعضاء هیأت علمی از مشکلات موجود در صنعت، حضور آنان در صنعت است. این اقدام سبب می‌شود که اساتید، پژوهش‌ها و پایان‌نامه‌های دانشجویی خود را به سمت رفع مشکلات آنان سوق دهد. صنعت نیز می‌تواند در این مدت از مشاوره محققان بهره برده و مشکلات و چالش‌های پیش روی خود را با روش‌شناسی علمی، کشف و حل و فصل کند. فرصت مطالعاتی به عنوان یک ساز و کار موفق ایجاد ارتباط صنعت و دانشگاه در بسیاری از کشورهای دنیا مورد توجه و حمایت قرار گرفته است.

با توجه به تحلیل‌های انجام‌شده، وضعیت ارتباط دانشگاه با صنعت در کشور ایران، چندان مطلوب نیست؛ کما این- که آمارهای بین‌المللی نیز گواه این مدعا است. برای مثال سازمان مالکیت فکری در جدیدترین گزارش خود که در سال ۲۰۲۱ منتشر شده است، کشورهای جهان را بر اساس میزان همکاری دانشگاه و صنعت در حوزه تحقیق و توسعه رتبه بندی کرده است. براساس این گزارش از میان ۱۳۲ کشور، جمهوری اسلامی ایران در جایگاه بین‌المللی ۱۲۰ قرار گرفته است که در مقایسه با ۴ سال اخیر ۳۱ پله افت داشته است. این درحالی است که رتبه کشورهای همسایه در سال‌های اخیر نه تنها نزولی نبوده بلکه روند رو به رشدی داشته‌اند [۳۸].

۵-۱- تبیین راهکارهای تعالی

همانطور که در بخش‌های پیشین تشریح شد، اقداماتی که تاکنون در زمینه ارتباط دانشگاه و صنعت در کشور ایران انجام شده است، از کارایی لازم برخوردار نیستند و لذا با هدف تعالی و نیل به وضعیت مطلوب در زمینه ارتباط دانشگاه و صنعت در کشور، پیشنهادات زیر قابل ارائه است:

۱. با توجه به نتایج این پژوهش، اقداماتی که در گروه سوم جدول دسته‌بندی اقدامات اجرایی (جدول ۶) قرار می‌گیرند، با توجه به اینکه امتیازشان پایین‌تر از ۲ است، ناکارآمد می‌باشند؛ یعنی نتوانسته‌اند به اهدافی که برای آن وضع شده بودند، برسند. لذا پیشنهاد می‌شود در صورتی که هنوز این اقدامات پابرجا هستند، جهت صرفه جویی در زمان و هزینه، متوقف شده و با اقدامات کارآمد (گروه اول جدول) جایگزین شوند.

۲. در جهت تحقق معیارهایی که با وجود تمامی اقدامات صورت گرفته هنوز محقق نشده‌اند (گروه سوم جدول دسته بندی معیارها که در قسمت نتیجه گیری آمده است) باید اقداماتی جدید تعریف گردد و با تمرکز بر این معیارها سعی در تحقق معیار مورد نظر کرد.

۳. تشکیل ستاد اجرایی ارتباط دانشگاه و صنعت؛ در کنار تمامی نهاد سازی‌ها و سیاست گذاری‌های انجام شده در این زمینه، جای خالی ستادی که متولی این امر بوده احساس می‌شود. این ستاد باید موظف باشد به طور عملیاتی به این مهم بپردازد و به همکاری پایدار صنعت و دانشگاه کمک نماید.

۱. برگزاری چند گروه متمرکز (حداقل ۱۰ مورد) با موضوع ارتباط صنعت و دانشگاه در دانشگاه‌ها و مراکز صنعتی جهت گردآوری تمامی تجارب و اطلاعات و ناگفته‌های خبرگان و تأثیرگذاران بالقوه این حوزه و همچنین جهت درگیر نمودن طیف بیشتری با موضوع.
۲. تحلیل مجزای هر یک از اقدامات اجرایی در زمینه ارتباط صنعت و دانشگاه به همراه مصادیق کارآمدی معیارهای مورد نظر برای تحلیل دقیق موضوع در پایان نامه‌های مجزا
۳. انجام پژوهش جهت کشف علل کارآمدتر بودن اقداماتی که در رتبه‌های بالای کارآمدی قرار دارند. به عنوان مثال: "تحلیل علل کارآمدی نسبی تأسیس پارک‌های علم و فناوری"
۴. ارائه یک دستورالعمل دقیق برای ارزیابی میزان کارآمدی ارتباط دانشگاه و صنعت در کشور
۵. تاثیر ایجاد دفاتر بازاریابی و بازاریابی در دانشگاه‌ها جهت معرفی و ارزش آفرینی از توانمندی‌های دانشگاه
۶. نقش اتحادیه‌ها و اصناف و نهادهای مالی و سرمایه‌گذاران خطر پذیر در توسعه و تعمیق همکاری دانشگاه با صنعت
۷. نحوه ایجاد پلتفرم‌های اجتماعی جهت انعکاس اخبار، رویدادها و توانمندی‌های دانشگاه

۹. راه‌اندازی مراکز آماده‌سازی دانشجویان برای ورود به صنعت: یکی از چالش‌های مهم نظام علم و فناوری، عدم آمادگی دانشجویان برای ورود به دنیای کسب و کار است. برای غلبه بر این چالش، دانشگاه‌ها می‌توانند مراکزی (ترجیحاً خصوصی) را با حمایت بخش صنعت تشکیل و در آنجا دوره‌های مهارت‌افزایی دانشجویان برای ورود به دنیای کسب و کار را اجرا کنند.
۱۰. راه‌اندازی مراکز نوآوری صنایع در دانشگاه‌ها: صنایع می‌توانند در دانشگاه‌ها، مراکزی تأسیس کنند تا به‌طور مستمر، چالش‌های صنعتی خود را با دانشگاه‌ها در میان گذاشته و بدین طریق ضمن حل آنان، به هدفمندتر شدن تحقیقات دانشگاهی کمک کرده باشند.
۱۱. در پیچش سه گانه دانشگاه، صنعت و دولت به نقش واسطه‌گرها و تسهیل‌گرها توجه کافی نشده است و در میدان واقعیت و عمل نقش بروکرها و واسطه‌گرها و همچنین صندوق‌های مالی و خطر پذیر در تحقق دانش به فناوری و تجاری سازی محصولات دانش‌بینان نقشی بی‌بدیع دارند.

۵- پیشنهاداتی برای پژوهش‌های آتی

برای پژوهشگرانی که علاقه‌مند به پژوهش در حوزه جاری هستند، پیشنهاداتی ارائه می‌شود:

منابع

1. Dahlander, L. and M.G.J.R.p. Magnusson, Relationships between open source software companies and communities: Observations from Nordic firms. 2005. 34(4): p. 493-481.
2. Mascarenhas, C., et al., University-industry cooperation: A systematic literature review and research agenda. 2018. 45(5): p. 718-708.
۳. رومانی، آرش و علی‌احمدی، حسین؛ استخراج موانع و قوانین طراحی سامانه الکترونیکی ارتباطی صنعت و دانشگاه‌ها در ایران، اولین کنفرانس ملی مدیریت و مهندسی پیشرفت. ۱۳۹۵.
۴. نوروزی چاکلی، عبدالرضا و طاهری، بهجت؛ تحلیل مقایسه‌ای رابطه دانشگاه و صنعت در ایران و ترکیه: مطالعه علم‌سنجی، علم‌سنجی کاسپین، ۱۳۹۴، دوره ۲، شماره ۱، از صفحه ۳۹ تا صفحه ۴۹.
5. Perkmann, M., et al., How should firms evaluate success in university-industry alliances? A performance measurement system. 2011. 41(2): p. 216-202.
6. Ardito, L., et al., The role of universities in the knowledge management of smart city projects. 2019. 142: p. 321-312.
۷. مهدی، رضا و شفیع، مسعود؛ ریشه‌یابی سست پیوندی دانشگاه ایرانی با صنعت از دیدگاه خبرگان آموزش عالی. دو فصلنامه نوآوری و ارزش آفرینی، ۱۴۰۰، دوره ۱۰، صص ۳۹-۵۴
8. Giuliani, E. and V.J.R.p. Arza, What drives the formation of 'valuable' university-industry linkages?: Insights from the wine industry. 2009. 38(6): p. 906-921.

۱۹. کرونکر، مرضیه؛ نیکپی، ایرج؛ معدن دارآرانی، عباس، صحرایی بیرانوند، مهدی؛ شناسایی چالش های موثر بر ارتباط دانشگاه لرستان با بخش صنعت، دومین کنفرانس بین‌المللی نوآوری در مدیریت کسب و کار و اقتصاد، ۱۳۹۸، دانشگاه لرستان.
۲۰. ثقفی، مهدی؛ بنی‌هاشمی، سید علی؛ محمدزاده، سید علی‌رضا؛ ارزیابی موانع ارتباط دان شگاه با صنعت در راستای تحقق اهداف برنامه ششم توسعه با استفاده از تحلیل عاملی تاییدی، فصلنامه صنعت و دانشگاه، ۱۳۹۹، صص ۱-۱۳.
21. Namdarian, L., A.J.J.o.S.i.L. Naimi-Sadigh, and I. Science, Strategic Planning for Commercialization of Research Findings in Iran: The Case Study of IranDoc. 2020. 12(4): p. 11-24.
۲۲. سیدنقوی، میرعلی؛ پوربهروزان، علی و سراجی، رضا؛ شناسایی علل ارتباط ضعیف دانشگاه با صنعت و ارائه راهکارهای بهبود آن، فصلنامه مجلس و راهبرد، سال بیست و ششم، پاییز ۱۳۹۸، شماره ۹۹، صص ۳۵-۶۱.
۲۳. طرح تحول در همکاری های دانشگاه‌ها و موسسات پژوهشی و فناوری با جامعه و صنعت، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، ۱۳۹۸.
۲۴. شفیعی، مسعود؛ موسوی، سید عبدالرضا؛ تحلیل محتوای موانع، فرصتها و راهکارهای توسعه ارتباط صنعت و دانشگاه در پانزده کنگرهی سه جانبه، نشریه نوآوری و ارزش آفرینی تابستان ۱۳۹۲، شماره ۳ (دوره دو).
۲۵. پورعزت، علی‌اصغر و حیدری، الهام؛ شناسایی و دسته‌بندی چالش‌ها و موانع تجاری سازی دانش با استفاده از روش کیو، پاییز ۱۳۹۰، دوره ۴، شماره ۱؛ از صفحه ۴۹ تا صفحه ۶۲.
۲۶. راعی‌دهقی، مرتضی؛ شناسایی و رتبه‌بندی موانع تجاری‌سازی تحقیقات دانشگاهی (مورد مطالعه: دانشگاه اصفهان)، دوره ۳۰، شماره ۱۱۷؛ از صفحه ۶۹ تا صفحه ۸۶.
۲۷. حسنقلی‌پور، حکیمه؛ قلی‌پور، آرین؛ محمدی قاضی‌محله، مهدی و روشندل اربطانی، طاهر؛ الزامات، ضرورت‌ها و مکانیزم‌های تجاری‌سازی دانش در دانشکده‌های مدیریت، مدیریت بازرگانی، سال دوم، زمستان ۱۳۸۹، شماره ۶.
9. Bettis, R.A. and M.A.J.S.m.j. Hitt, The new competitive landscape. 1995. 16 (S1) : p. 19-7.
۱۰. جعفرنژاد، احمد؛ مهدوی، عبدالمحمد و خالقی سروش، فریبا؛ بررسی موانع و ارایه راهکارهای توسعه روابط متقابل صنعت ودانشگاه در ایران. فصلنامه دانش مدیریت، ۱۳۸۴.
۱۱. شفیعی، مسعود؛ طرح پژوهشی ارتباط دانشگاه و صنعت؛ چالش‌ها، ظرفیت‌ها و راهکارها، مرکز پژوهشهای مجلس شورای اسالمی، تهران، ۱۳۹۸.
۱۲. صمدی‌میارکلایی، حمزه و صمدی‌میارکلایی، حسین؛ نظریه‌ها و الگوهای ارتباط میان دانشگاه ها و صنعت در اقتصاد دانش بنیان. دوره ۹، شماره ۳۵؛ از صفحه ۵۹ تا صفحه ۷۰.
۱۳. محمد هاشمی، زهرا؛ ارتباط دانشگاه، صنعت و دولت با تکیه بر نقش نهادهای میانجی (موردپژوهی: کانون‌های هماهنگی دانش، صنعت و بازار)، رهیافت، ۱۳۹۶، دوره ۲۷، شماره ۶۶؛ از صفحه ۷۵ تا صفحه ۸۸.
۱۴. محمدعلی، ن.، اکوسیستم ارتباط دانشگاه و صنعت؛ رویکردها، الگوها و راهکارها، وزارت علوم و تحقیقات و فناوری، ۱۳۹۷، پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی: تهران.
۱۵. حسان، رضا؛ شریف‌زاده، رحمان و کریمی، المیرا؛ ارتباط صنعت و دانشگاه؛ بررسی و تحلیل ابزارهای سیاستی در قوانین و مقررات ایران، فصلنامه سیاستگذاری عمومی. ۲۰۲۱، ۷(۲): ۱۴۵p-۱۶۶.
16. Narimani, A.R., et al., Identifying External Organizational Barriers and Factors of Commercialization of Humanities Research at Universities %J Journal of Management and Development Process. 2017. 30(1): p. 110-81.
17. Berbegal-Mirabent, J., J.L.S. García, and D.E.J.J.o.B.R. Ribeiro-Soriano, University-industry partnerships for the provision of R&D services. 2015. 68(7): p. 1413-1407.
18. Yalçıntaş, M., et al., University-industry cooperation interfaces in Turkey from academicians' perspective. . ۱۹۵: p. ۶۲-۷۱.



۲۸. صراطی شیرازی، منصوره؛ عصاره، فریده؛ فرج-پهلوی، عبدالحسین؛ بررسی ارتباط میان هم‌انتهاری دانشگاه-صنعت و تجاری‌سازی دانش دانشگاهی در قالب اسپین‌آف در ایران، پژوهش نامه علم سنجی. ۲۰۱۷. ۳(۶): ۱۳۵-۱۴۶.
۲۹. فکوری، بهمن و حاجی حسینی، حجت‌اله، کارآفرینی دانشگاهی و تجاری‌سازی نتایج تحقیقات در دانشگاه‌های ایران (مطالعه موردی ۷ دانشگاه مهم کشور)، ۱۳۸۷، دوره ۱، شماره ۲؛ از صفحه ۵۹ تا صفحه ۷۰.
۳۰. ندیرخانلو، سمیرا؛ پورعزت، علی‌اصغر و قلی‌پور، آرین؛ تدوین الگوی انتقال تجاری دانش و الزامات کارآفرینی دانشگاهی - بر اساس مقایسه روش‌های پنج دانشگاه معتبر جهان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران. ۱۳۸۷.
31. Bandarian, R.J.J.o.s. and t. policy, Measuring Commercial Potential of Technology with fuzzy Logic. 2008.1(1).
۳۲. صفری، سعید؛ سنجش، ارزیابی و تبیین محرک‌ها و موانع تجاری‌سازی علم و فناوری در دانشگاه (مورد مطالعه دانشگاه شاهد)، دوره ۵، شماره ۱۰، پاییز و زمستان ۱۳۹۸، صفحه ۸۹-۱۲۴.
۳۳. باقری‌نژاد، جعفر؛ سیستم ارتباط دانشگاه و صنعت برای توسعه فناوری در ایران، ساز و کارها و پیشنهادهای، ۱۳۸۷، دوره ۱، شماره ۱، از صفحه ۱ تا صفحه ۱۴.
۳۴. فائز، علی و شهابی، علی؛ ارزیابی و اولویت‌بندی موانع ارتباط دانشگاه و صنعت (مطالعه موردی شهرستان سمنان،
- فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی. ۲۰۱۰. ۴(۲): p. ۹۷-۱۲۴.
35. Oliver, C.J.A.o.m.r., Determinants of interorganizational relationships: Integration and future directions. ۱۹۹۰. 15(2):P, 265-241.
36. Edgar, G. and O.A.J.J.o.t.K.E. Kharazmi, Systems Evaluation of University-Industry Collaboration Efficiency in Iran: Current Situation and Proposed Policy Framework. 2022:P,31-1.
۳۷. امین بیدختی علی اکبر؛ نعمتی، محمدعلی؛ رضایی، علی محمد و محمدی حسینی سیداحمد؛ طراحی مدلی به منظور تحلیل سطح همکاری دانشگاه و صنعت با استفاده از مدل‌سازی ساختاری تفسیری، فصلنامه نوآوری و ارزش‌آفرینی، بهار و تابستان ۱۳۹۶، دوره ۶، شماره ۱۱؛ از صفحه ۱ تا صفحه ۲۱.
۳۸. خبرگزاری فارس؛ رتبه ایران در شاخص ارتباط صنعت با دانشگاه چگونه ارزیابی می‌شود، ۱۴۰۰، <https://www.farsnews.ir/news/1400120300528>
۳۹. خلیلی کندرود، اصغر، و شفیع زاده، حمید. ۱۳۹۰، چالش‌های نهادینه کردن فرهنگ پژوهش در دانشگاه‌ها. پژوهشنامه. ۸۵(۱)، ۷۳-۱۰۰.



سهم بسیار اندکی در اقتصاد و بازار کار ایران دارند. بر اساس گزارش مرکز آمار ایران^۶ در سال ۲۰۱۷ نرخ مشارکت اقتصادی کل کشور، در صورتیکه جمعیت بالای ۱۵ سال نیروی کار در نظر گرفته شود، ۴۳/۲ درصد بوده است. این شاخص در مردان ۷۰/۴٪ و در زنان ۱۶/۳٪ می‌باشد. از سال ۲۰۱۲ تا ۲۰۱۷ نرخ اشتغال زنان ۰/۰۸٪ رشد داشته است. اگر چه این نرخ مشارکت اقتصادی زنان در جمعیت بالای ۱۰ سال در پنج سال گذشته (از ۲۰۱۷) ۱/۲٪ افزایش یافته، اما هنوز کمتر از نیمی از آن مردان (۳۴/۵٪) است. در یک مطالعه تطبیقی که بین زنان کارآفرین ایران و ژاپن^۷ انجام شده، در بین ۱۲۰ نفر از زنان کارآفرین ایرانی ۹۰٪ از آنان دارای تحصیلات دانشگاهی بودند. از نظر اقتصادی ۳۷٪ خود اشتغال، ۴۴٪ شرکت خود را ثبت و تنها ۱۲٪ سازمان غیر انتفاعی و مردم نهاد می‌باشند (مرکز معاونت ریاست جمهوری در امور زنان و خانواده، ۲۰۱۹)^۸.

تحقیقات نشان داده است موانع اشتغال زنان ایران در سطح خرد به نداشتن اعتماد به نفس و ناباوری زنان نسبت به خودشان نیز برمی‌گردد. در سطح متوسط موانع خانوادگی و فقدان جامعه‌پذیری زنان در زمینه اشتغال در نهاد آموزش و پرورش از موانع اشتغال می‌باشد. در سطح کلان ساختار جنسیتی کار، زنان را از کار بازمی‌دارد و بعلاوه جرم محسوب نشدن آزار جنسی در محل کار، حاکمیت ایدئولوژی مردسالارانه که مانع از ارتقای شغلی زنان در رده‌های مدیریتی و پدیده سقف شیشه‌ای می‌شود و فرهنگ خود برترینی مردان خلأ فرهنگی در سطح کلان است که باید به آن توجه شود [۲۰].

برغم پژوهش‌های قابل توجه که در حوزه کارآفرینی اجتماعی زنان شده است نیاز برای انجام پژوهشی در زمینه ادبیات کارآفرینی اجتماعی و نقش نظام ارزشی در جذب فعالیت‌های کارآفرینانه دیده می‌شد تا با تکوین و بازیابی مفهومی مبتنی بر نظام ارزشی به این شکاف دانشی پاسخ داده شود.

ارزش‌های نوع دوستانه^۱ است که افراد غیرکارآفرین از آن برخوردار نیستند [۴۱]. مشابه کارآفرین اقتصادی، کارآفرین اجتماعی با عزم کارآفرینانه و روش‌های تجاری برای ایجاد سازمان‌های مالی پایدار عمل می‌کند که اغلب دارای یک جریان درآمدزا در مدل کسب و کار هستند. آنها تمام ویژگی‌های کارآفرین اقتصادی^۲ را دارند، به جز اینکه نیروی انگیزشی که در کارآفرینان اجتماعی می‌باشد، ناشی از نابرابری‌ها و نارسایی‌های اجتماعی است.

بنابر گزارش سال ۲۰۱۹-۲۰۲۰ دیده‌بان جهانی کارآفرینی شاخص‌های کارآفرینی زنان ایران برای ایجاد تغییر ۴۶/۹، ثروت‌افزایی ۸۴/۲، ادامه سنت خانوادگی ۲۰/۳ و درآمدزایی ۷۲/۴ گزارش کرده است. همچنین طبق آمار بانک جهانی امتیاز کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا در سال ۲۰۲۰ به ترتیب مراکش ۷۵/۶، تونس ۷۰/۰، جیبوتی ۶۸/۱، بحرین ۶۴/۳، امارات متحده عربی ۵۶/۳ و ایران ۳۱/۳ می‌باشد. در این میان، طبق داده‌های گزارش جهانی شکاف جنسیتی (۲۰۲۳)^۳، ایران جز کشورهایی با برابری کمتر از ۴۰ درصد زنان و مردان در مشارکت اقتصادی و فرصت‌ها بوده و مقام ۱۴۳ از میان ۱۴۶ کشور را دارد. همچنین ایران با امتیاز کمتر از ۲۰ درصد یکی از کشورهای است که بیشترین نابرابری در توزیع درآمد بین زن و مرد را نشان می‌دهد.

"مستر کارد"^۴ در تازه‌ترین گزارش خود در سال ۱۳۹۸ (۲۰۱۸)، وضعیت زنان کارآفرین ۵۸ کشور را ارزیابی کرده است؛ ایران در این ارزیابی با یک پله سقوط رتبه ۵۴ را دارا می‌باشد. در این ارزیابی آمریکا، نیوزیلند و کانادا به ترتیب اول تا سوم شده‌اند، و تنها چهار کشور عربستان، الجزایر، بنگلادش و مصر امتیازی کمتر از ایران کسب کرده‌اند (مرکز پژوهش‌های اجتماعی^۵ دهلی، نو، ۲۰۲۰).

متأسفانه سهم زنان ایران در فعالیت‌های کارآفرینانه اندک است. هرچند نرخ مشارکت اقتصادی زنان در ایران نسبت به حدود ۷۰ سال پیش دو برابر شده اما زنان همچنان

6 The Statistical Center of Iran <http://www.amar.org.ir> (viewed on April 15, 2018)

7 Women, Entrepreneurship, and Economic Empowerment: A Comparative Study on Women Entrepreneurs in Iran and Japan

8 Vice Presidency for Women and Family Affairs, the Islamic Republic of Iran <http://women.gov.ir/en>

1 Philanthropic Values

2 Commercial Entrepreneur

3 <http://reports.weforum.org/global-gender-gap-report-2023>.

4 Master Card

5 Centre for social research



نقش‌ها، ارزش‌ها و سنت‌های فرهنگی موجود را برای تغییر نقش‌های مضر ترویج کنند، [۵۰]. از طریق کلاس‌ها و سمینارهایی در مورد روابط سالم، برخورد با فشار همسالان، انتخاب جنسی آگاهانه، و اصول پیشگیری از بارداری، عفونت‌های مقاربتی و موضوعات مرتبط، به دانش آموزان فیلیپین آموزش ارائه می‌دهد. همچنین گروه ماتیز (۲۰۲۰) در برزیل با دانشگاه‌ها و دانشگاهیان برای تولید مطالب آموزشی و اطلاع‌رسانی به جامعه و ابهام‌زدایی از دیدگاه‌های نادرست در مورد تنوع جنسی فعالیت می‌کند. پرما گویالان^۳ نیز در حال توانمندسازی زنان برای ایجاد پل‌هایی بین تسهیل سیاست در سطح دولت و در اختیار گرفتن مالکیت در سطح محلی است. مدل کشاورزی انعطاف‌پذیر با آب و هوا، تحت رهبری زنان که مدل کشاورزی یک هکتاری نیز نامیده می‌شود. در این پروژه زنان کشاورز حاشیه‌نشین در مناطقی با شرایط سخت آب و هوایی به رهبران انعطاف‌پذیر، مبتکران کشاورزی و تصمیم‌گیرنده تبدیل می‌شوند. بدین ترتیب، وبگاه بنیاد آشوکا با ارائه داستان‌های موفقیت‌آمیز کارآفرین‌های اجتماعی راهی برای ترویج گفتمان کارآفرینی اجتماعی و توسعه آن گشوده است.

۳- تاریخچه مفهوم ارزش‌ها و نظام ارزشی

دیوید مک کلهلند (۱۹۶۱) یکی از اولین محققینی بود که از چشم‌انداز رفتاری و اجتماعی به تجزیه و تحلیل کارآفرینی پرداخت و در کتابش به نام جامعه دستاورد استدلال کرده است که هنجارها و ارزش‌ها بر هر جامعه‌ای مسلط هستند و می‌توانند عامل حیاتی برای رشد اقتصادی جامعه باشند [۴۵].

[۵۶] و [۵۷] روانشناس اجتماعی است که ارزش‌ها را به عنوان اهداف فرا موقعیتی مطلوب با اهمیت متفاوت تعریف می‌کند که به عنوان اصول راهنما در زندگی یک فرد یا باشنده اجتماعی دیگر عمل می‌کند. گونه‌شناسی شوارتز به عنوان ساختار ارزشی اصلی در روانشناسی اجتماعی شناخته شده است و به طور گسترده در مطالعات کارآفرینی مورد استفاده قرار گرفته است [۴۰]. شوارتز بیان می‌کند که افراد در سراسر جوامع ده ارزش را که دارای دو بعد ارزشی گسترده تر می‌باشند، تأیید

از آنجایی که ارزش‌ها، در قلب کارآفرینی اجتماعی قرار دارند، محققان اغلب خاطرنشان می‌کنند که کارآفرینی اجتماعی مبتنی بر ارزش‌های اخلاقی یا هنجارهای اخلاقی است. ارزش‌ها به طور کلی برای رفتار کارآفرینانه اساسی هستند. با این حال به ندرت به عنوان زمینه‌ای که در آن کارآفرینی اجتماعی و کارآفرینی اعمال می‌شوند، بررسی می‌شوند [۴۰]. بر همین اساس چگونگی درک از ارزش‌ها و نگرش‌های حاکم بر کارآفرینی اجتماعی زنان و نقش آنها در پیشبرد اهدافشان مساله مهمی است که باید در مطالعات کارآفرینی اجتماعی مورد توجه قرار گیرد.

۲- ضرورت و نحوه توسعه کارآفرینی اجتماعی

مفهوم توسعه و چگونگی ایجاد آن ذهن کارآفرینان اجتماعی را در طول فرایند ایجاد ارزش‌های اجتماعی مشغول کرده است. کارآفرینان اجتماعی در کشورهای در حال توسعه با پنجره‌هایی از فرصت‌های اجتماعی مواجه هستند. کسانی که دارای نظام ارزشی کارآفرینی اجتماعی می‌باشند؛ با درک مسیرهای الهام بخش کسب و کار اجتماعی، پاسخ‌های خلاقانه‌ای برای مبرم‌ترین مسائل اجتماعی، فرهنگی و محیطی پیش روی جامعه، ارائه می‌کنند. در این راستا بنیاد جهانی آشوکا، با هدف توسعه کارآفرینی اجتماعی و تأمین بودجه اولیه پروژه‌های آن تاسیس شده است. آشوکا با درگیر کردن شبکه‌ای از افراد دارای منابع مادی و فرهنگی و با تاکید بر حس عمیق هدف اجتماعی، در جنبش تغییردهنده برای رسیدگی به بحران‌های اجتماعی و ایجاد تغییر سیستماتیک گام برداشته است. این شبکه بین‌المللی از حدود ۲۰۰۰ کارآفرین اجتماعی در هفتاد کشور حمایت می‌کند. به طور مثال سازمان مانجاری یک از شرکای آشوکا در حال ایجاد بستری برای رهبری زنان، برابری جنسیتی و تحول اقتصادی برای زنان به حاشیه رانده شده در مناطق روستایی شمال هند است.^۱ پروژه «مادربزرگ» در سنگال از رویکرد نوآورانه «تغییر از طریق فرهنگ» استفاده می‌کند و با رسمیت شناختن خرد و تجربه مادربزرگ‌ها، به آنها قدرت می‌دهد تا جنبه‌های مثبت

1 . Ashoka, 2020a. Ashoka- Everyone a Changemaker [WWW Document]. URL. <https://www.ashoka.org/en>

2 . <https://www.manjarifoundation.in>

3 . <https://swayamshikshanprayog.org/>



می‌کنند. یک بعد، تمایل به تغییر در مقابل محافظه‌کاری است که شامل ارزش‌های خود‌هدایتی، تحریک، و لذت‌گرایی در مقابل سنت، انطباق و امنیت است. بعد دوم، تعالی ماورا خود در مقابل ارتقای خود است که شامل ارزش‌های جهان‌شمولی و خیرخواهی در مقابل دستاورد و قدرت است. به طور کلی، کسانی که یک بعد، مانند تمایل به تغییر را تایید می‌کنند، تمایل دارند که مخالف آن یعنی محافظه‌کاری را تایید نکنند. جالب توجه است اخیراً ده مقدار با داده‌های ده کشور به ۱۹ مقدار افزایش یافته است [۳۷].

۴- ویژگی‌های نظام‌های ارزشی

نظام‌های ارزشی می‌توانند شخصی، جمعی یا اجتماعی باشند. نظام‌های ارزشی شخصی، توسط یک فرد باور می‌شوند و فقط برای آنها قابل اجرا هستند. از سوی دیگر، نظام ارزشی اجتماعی یا جمعی در مورد یک جامعه یا اجتماع توصیف و اعمال می‌شود. در بیشتر فرهنگ‌ها، نظام‌های ارزشی جمعی می‌توانند از طریق قانون اجرا شوند یا کدهای قانونی باشند. سیستم‌های ارزشی همچنین می‌توانند به صورت داخلی سازگار باشند. در اینجا، ارزش‌های ایدئولوژیک به‌طور منطقی از نتایج طبیعی ویژگی‌های اخلاقی بنیادین ناشی می‌شوند. با این حال، اسمیت و هیوم (۲۰۰۵) بیان می‌کنند که سیستم‌های ارزشی همیشه ثابت نیستند. علاوه بر این، سیستم‌های ارزشی ایده‌آل را می‌توان تحقق بخشید. موارد ایده‌آل شده، نمایشی از اولویت‌بندی ارزشی یک گروه یا فرد است. در مقابل، موارد تحقق یافته در اعمال و تصمیمات گروهی از افراد آشکار می‌شوند. سیستم‌های ارزشی آرمانی مطلق هستند. یعنی به صورت کد شده‌اند و مجموعه‌ای دقیق از رفتارها یا تجویزها می‌باشند، در حالی که موارد تحقق یافته حاوی استثنائات محدودی هستند و قوانینی می‌باشند که برای حل اختلاف بین ارزش‌ها در شرایط عملی استفاده می‌شوند. سیستم‌های ارزشی عموماً تکاملی هستند. بنابراین، نظام ارزشی حاکم بر یک جامعه متکی به چالش‌های موجود در مواجهه با یک فرهنگ خاص است [۴۳].

نظریه شوارتز به طور گسترده در طبقه‌بندی ارزش‌های موجود در ادبیات پژوهش‌ها استفاده می‌شود. نظریه ارزش‌های شوارتز مبتنی بر ساختار دایره‌ای است که از ۱۰ ارزش اساسی مختلف تشکیل شده است: قدرت، موفقیت، لذت‌گرایی، تحریک، خودراهبری، جهان‌شمولی، خیرخواهی، انطباق،

سنت و امنیت. این ارزش‌های اساسی را می‌توان در چهار بعد دسته‌بندی کرد: ارتقای خود، گشودگی در برابر تغییر، خود برتری‌بندی و حفاظت. دو بعد ارزشی اول بیشتر با جهت‌گیری فردگرایانه مرتبط هستند. یعنی تمایل دارند توسط افرادی برجسته شوند که خود را انسان‌های منحصر به فرد و شایسته توجه و رضایت می‌دانند. در مقابل، محافظه‌کاری و توجه به دیگری داشتن با جهت‌گیری کمتر فردگرا یا بیشتر جمع‌گرایانه همراه است. بعد جمع‌گرایانه ارزش‌ها محافظه‌کار بودن و توجه به دیگری داشتن را شامل می‌شود. محافظه‌کاری بر نظم، محدود کردن خود، حفظ سنت و مقاومت در برابر تغییر تأکید دارد. به نوبه خود، بعد توجه به دیگری داشتن ارزش‌هایی را در بر می‌گیرد که بر توجه به رفاه و منافع دیگران تأکید دارند [۵۵].

رابطه بین فرهنگ و کنش اجتماعی پیچیده است. جامعه‌شناسان مدت‌ها است که به توضیح چگونگی تأثیر گفتمان‌های فرهنگی بر کنش می‌پردازند. به این معنا که با چه مکانیسم‌هایی فرهنگ به کنش و بالعکس ترجمه می‌شود. به گفته ویلیامز جایگاه ارزش‌ها در مطالعات جامعه‌شناختی، «به عنوان موضوع تحقیق، به عنوان عاملی مؤثر در رفتار، و به عنوان عنصری که در پیگیری تحقیقات باید کنترل شود» است [۶۰].

پترسون مشاهده می‌کند که کارهای جامعه‌شناختی در اواخر دهه ۱۹۴۰ و دهه ۱۹۵۰ که ارزش‌ها را مورد توجه قرار دادند - مفهوم‌سازی از حالت‌های غایی مطلوب - و هنجارهای رفتاری - آنها را به عنوان عناصر اصلی توضیحی فرهنگ مشخص می‌کنند. تالکوت پارسونز (۱۹۵۱) نقش برجسته‌ای در این مکتب فکری داشت، و مطالعات پیمایشی جدیدتر فرهنگ و تغییرات فرهنگی در ایالات متحده (روکیچ، ۱۹۷۳) و اروپا (اینگلهارت، ۱۹۷۷) سنت پارسونزی را در بررسی ارزش‌ها به عنوان هسته اصلی ادامه می‌دهد [۴۸].

ظهور ادبیات انتقادی در دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ نیز نشان می‌دهد که ارزش‌های پیچیده‌تر از آن چیزی است که گاهی در ادبیات نظری قبلی پیشنهاد شده بود. به عنوان مثال، نه تنها بین ارزش‌ها ناسازگاری وجود داشت، بلکه راه‌های متعددی نیز وجود داشت که از طریق آن مردم با توسل به ارزش‌های دیگر، ارائه توجیه‌ها، و گنجاندن عوامل موقعیتی در تفکر خود به دنبال حل این ناسازگاری‌ها بودند. رفتار همیشه

۵- یافته‌ها

در این بخش ابتدا به جمع‌بندی رویکردهای موجود در حوزه کارآفرینی اجتماعی پرداخته، سپس مقالات و پژوهش‌های این حوزه دسته‌بندی شده و نهایتاً صورت‌بندی مؤلفه‌های شکل‌گیری ارزش‌های زنان کارآفرین اجتماعی بر اساس تحلیل محتوای پیشینه پژوهش در قالب جداول مفصلی ارائه شده است.

در جدول ذیل بر اساس دیدگاه‌های مختلف مورد استفاده در کارآفرینی اجتماعی، طبقه‌بندی ارائه شده است. نه تنها این محققان از دیدگاه‌های متفاوتی برای نظریه‌پردازی استفاده کرده‌اند، بلکه اصطلاح «کارآفرینی اجتماعی» نیز در زمینه‌ها/بخش‌های مختلف تکوین یافته است. می‌توان نتیجه گرفت کارآفرینی اجتماعی را نمی‌توان با یک تعریف یا مشخصه توصیف کرد. بررسی سیستماتیک ۳۵۹ مقاله در مورد کارآفرینی اجتماعی [۵۲]، نشان می‌دهد که رشد سریع در تحقیقات کارآفرینی اجتماعی ماهیت نوظهور این رشته و رشته‌های متنوعی که از آن منشعب می‌شود، مجموعه‌ای از ادبیات تکه تکه را تولید کرده است که فاقد نظریه‌های غالب است. رویکردی جایگزین برای تعریف کارآفرینی این است که کارآفرینی را به عنوان یک اصطلاح یا مفهوم خوشه‌ای در نظر بگیریم که ویژگی‌ها و ساختارهای نظری متنوعی را در بر می‌گیرد. به طور مثال [۴۲] ادبیات موجود را ترکیب می‌کنند و ارزش‌آفرینی اجتماعی، کارآفرین اجتماعی، سازمان کارآفرین اجتماعی، بازارگرایی و نوآوری اجتماعی را به عنوان مفاهیم اصلی کارآفرینی اجتماعی شناسایی می‌کنند. به این ترتیب تفکیک و تجزیه و تحلیل جداگانه‌ی مؤلفه‌های کارآفرینی اجتماعی راهی بالقوه مفید برای بررسی ادبیات و نیز برای مقایسه کارآفرینی اجتماعی یا اقتصادی ارائه می‌دهد.

ارزش‌ها را منعکس نمی‌کند یا از طبقه اجتماعی تأثیر نمی‌پذیرد. سویدلر با تکیه بر درک وسیع تری از فرهنگ با تأکید بر نمادها، داستان‌ها، آیین‌ها و جهان‌بینی‌ها، استدلال کرد که نقش فرهنگ در رفتار فعال‌تر از آنچه قبلاً در رویکرد ارزشی درک شده بود، می‌باشد. چرا که مردم از فرهنگ نه فقط برای تعریف وضعیت‌های نهایی، بلکه برای طراحی استراتژی‌های عمل استفاده کرده‌اند [۶۱].

با این حال، جامعه‌شناسان فرهنگی که از اواخر دهه ۱۹۷۰ بر روی ارزش‌ها کار کرده‌اند، عناصر دیگری از فرهنگ را برجسته کرده‌اند که به ویژه باورها و نمادهای بیانی را شامل می‌شود. استفاده پترسون (۱۹۷۹) از «باورها» به گزاره‌های وجودی در مورد چگونگی عملکرد جهان که اغلب در خدمت توجیه ارزش‌ها و هنجارها هستند، اشاره دارد. علاوه بر این، جامعه‌شناسی فرهنگی در دهه‌های اخیر به نمادهای بیانی مختلف، به ویژه مصنوعات مادی مانند ادبیات (گریسولد، ۱۹۹۲) و هنر (دی ماجیو، ۱۹۸۷) اولویت داده است [۴۸].

دهه ۱۹۹۰ و سال‌های اول قرن بیست و یکم، بحث‌های رایج و مطالعات تجربی عمده در مورد ارزش‌ها بازگشتی دوباره داشت [۶۱]. جفری الکساندر (۲۰۰۴) از نظریه پردازان نوکارکردگرایی فرهنگ را به مثابه امری ذهنی و در چهارچوب ارزش‌ها و هنجارها می‌داند. از نظر الکساندر اجرای آیینی فراتر از حضور مشترک افراد، یا اجرای ساده یک کد فرهنگی از پیش موجود است.

سومین حوزه‌ی تحقیقات در مورد ارزش‌ها، به سؤالاتی در مورد تضادهای ارزشی و به طور گسترده‌تر، در مورد تغییرات در ارزش‌ها که ممکن است منبع تضاد باشد مربوط می‌شود. این مطالعات عمدتاً در پاسخ به بحث‌های رایج در مورد «جنگ‌های فرهنگی»، به‌ویژه بین افراد دارای ارزش‌های مترقی (یا لیبرال، یا سکولار) و افرادی با ارزش‌های سنتی (یا محافظه‌کار، یا مذهبی) صورت گرفته است. بیکر (۲۰۰۵) به این نتیجه رسید که ارزش‌های سنتی در سال ۲۰۰۰ به همان اندازه قوی بودند که دو دهه قبل از آن، ارزش‌های ایالات متحده هنوز جزو سنتی‌ترین ارزش‌های جهان هستند، و هیچ نشانه‌ای از افزایش قطبی شدن وجود ندارد. با این حال، داده‌های او نشان می‌دهد که رویکرد آمریکایی‌ها به ارزش‌ها چیزی که بیکر آن را «دیدگاه‌های اخلاقی» می‌نامد- بین «مطلق‌گرایان» و «نسبی‌گرایان» دوقطبی‌تر شده است، بنابراین برخی از استدلال‌های موجود در ادبیات را درباره جنگ‌های فرهنگی تأیید می‌کند [۶۱].

جدول ۱. رویکردهای متفاوت در کارآفرینی اجتماعی

رویکردها	محققان
کارآفرینان اجتماعی نسل خاصی از رهبران هستند	Dees (1998)
آنها رهبران بسیار خوبی هستند	Leadbeater(1997)
در زمینه کنش اجتماعی: به عنوان مثال، دو کارآفرین اجتماعی(رهبران) ایالات متحده نقش مهمی در ایجاد «کاتالیزور» ایفا کردند.تغییرات در دستور کار بخش عمومی و درک برخی از مسائل اجتماعی، با بسیج منابع خصوصی برای افزایش آگاهی عمومی	Waddock and Post (1991)
تمرکز بر قابلیت ها و پتانسیل های کارآفرینان اجتماعی در تغییر زندگی افراد فقیر و حاشیه نشین. کارآفرینان اجتماعی نوآوری می کنند. سه شکل مختلف نوآوری عبارتند از ایجاد ظرفیت محلی، انتشار یک بسته و ایجاد یک جنبش	Alvord et al.(2004)
کارآفرینان اجتماعی فرصت‌های محلی را برای توسعه پایدار اجتماعی، انسانی و اقتصادی با تغییر زندگی مردم و سیستم‌هایی که ضعف را ایجاد کرده و حفظ می‌کنند، کشف و ایجاد می‌کنند.	Seelos and Mair (2005)
کارآفرینی اجتماعی یک فرآیند تعبیه شده در زمینه است که تغییرات اجتماعی را تسریع می‌کند و خلق ارزش اجتماعی را بر جذب ارزش اقتصادی اولویت می‌دهد.	Mair & Mart (2006)
کارآفرینی اجتماعی شکلی از یک فرآیند کارآفرینی است.	Chell (2007)
ارزش آفرینی اجتماعی توسط معلمان در بستر محرومیت های اجتماعی-اقتصادی و آموزشی	Chand and Misra (2009)
روایتی مسلط از کارآفرینی اجتماعی آن را به عنوان ابزاری برای تغییرات هماهنگ اجتماعی تعریف می‌کند.	Dey & Steyaert (2010)
خلق ارزش اجتماعی را بر جذب ارزش اقتصادی اولویت می‌دهد.	Santos (2012)
یک مفهوم رقابتی مجموعه ای از مفاهیم فرعی در مورد خلق ارزش اجتماعی کارآفرین اجتماعی، سازمان کارآفرین اجتماعی، بازارگرایی و نوآوری اجتماعی است.	Choi & Majumdar (2014)
کارآفرینی اجتماعی برآمده از تغییر زمینه های سیاسی اجتماعی، ابزار جدیدی برای تأمین رفاه اجتماعی و نوآوری اجتماعی ایجاد می‌کند.	de Bruin et al.(2016)
کارآفرینی اجتماعی با تغییر روابط درونی و بیرونی سازمان، اجتماعی است	Ridley Duff & Bull (2016)
کارآفرینی اجتماعی یک فرآیند دگرگون کننده چند سطحی است که به سمت تغییرات اجتماعی مثبت هدایت می‌شود	Stephan et al. (2016)
یک فرآیند کارآفرینی چند مرحله ای با ماموریت های دوگانه ایجاد ارزش اجتماعی و اقتصادی است.	Saebi et al.(2019)
کارآفرینی اجتماعی فرآیندی است که تغییرات اجتماعی مثبت را از طریق ابتکاراتی دنبال می‌کند که خلق ارزش اجتماعی را بر جذب ارزش اقتصادی اولویت می‌دهد، معمولاً به عنوان پاسخی به مشکلات اجتماعی که بازارها و دولت‌ها قادر نیستند یا نمی‌خواهند به آنها رسیدگی کنند.	Borquist(2020)

(بورکوئیست، ۲۰۱۶ و سینگ، ۲۰۱۶: ۴۴)

جدول ۲. سوابق پژوهش‌ها با موضوع ارزش‌های کارآفرینان اجتماعی در ایران

نویسنده / گان	سال	عنوان / موضوع پژوهش	روش	نمونه	نتایج
۱ باقری و همکاران	۱۴۰۱	کارآفرینی زنان، ایجاد ارزش مشترک و توانمندسازی در گردشگری؛ اثر خنثی‌کننده تبعیضات جنسیتی	کمی	۱۶۷ نفر	پژوهش نشان‌دهنده تأثیر منفی تبعیض‌های قانونی، مالی و اجتماعی بر کارآفرینی، خلق ارزش و توانمندسازی زنان در صنعت توریسم ایران می‌باشد.
۲ سیماراصل و همکاران	۱۴۰۱	مطالعه تطبیقی بین زنان کارآفرین ایران و آمریکا	کمی	۱۱۸ نفر	کنش کارآفرینانه زنان در ایران اگر با حمایت نهادی در سطوح متوسط و بالا برخوردار گردد بر خودکارآمدی کارآفرینان تأثیر می‌گذارد.
۳ عزیزی و همکاران	۱۴۰۱	ارائه چارچوبی جهت طبقه‌بندی انگیزه‌های کارآفرینی براساس جهت و انگیزه		مقاله مروری (۳۷ مقاله)	در بین انگیزه‌ها رئیس و کارفرمای خود بودن در جایگاه نخست قرار دارد ولی نیاز به تغییر زندگی ضریب وزنی کمتری به خود اختصاص می‌دهد.
۴ صدر نبوی و دانشور	۱۴۰۱	تجارب زیسته زنان کارآفرین موفق در ایران: یک مطالعه پدیدارشناختی فمینیستی			انگیزه‌های قدرتمند درونی زنان برای فراتر رفتن از نقش‌های سنتی، رسیدن به استقلال، احساس رضایت درونی، ذهنیت و قدرت و کسب هویت مورد نظر همراه با خلق ارزش‌های اجتماعی، و محرک‌های بیرونی مانند نارضایتی از ساختار وضعیت اجتماعی، شرایط نامناسب و ناکافی شغلی و نارضایتی از بازار رسمی کار باعث تغییر و تحول در هویت آنها و ظهور راهبرد کارآفرینی اجتماعی شده است.
۵ محمدی و همکاران	۱۴۰۱	شناسایی و اولویت‌بندی ویژگی‌های شخصیتی زنان کارآفرین استان خوزستان	کیفی / تحلیل محتوا	۴۰ نفر	حیاتی‌ترین چالش برای این زنان ایجاد تعادل بین نقش‌های مختلفشان است. زنان کارآفرین خوزستان، ویژگی‌های مهربانی، مسئولیت‌پذیری، عمل‌گرایی و برخورداری از کانون کنترل درونی، دارای بیشترین درجه اهمیت و ویژگی ریسک‌پذیری از کمترین درجه اهمیت برخوردار می‌باشد.
۶ حسینی و ایمانیان	۱۴۰۰	شرایط علی و راهبردهای شکل‌گیری عمل کارآفرینانه (مطالعه کیفی تجارب زیسته بنیان‌گذاران شرکت‌های دانش‌بنیاد مشهد)	کیفی / نظریه داده‌بنیاد	۲۰ نفر	براساس یافته‌های این پژوهش کارآفرینان با تربیت در خانواده دموکراتیک و قرار گرفتن در نظام استاد شاگردی و شکل‌گیری منش سازنده ظرفیت‌هایی را به دست می‌آورد که به عنوان کارآفرین بالقوه شناخته می‌شود. او از استراتژی‌های مهارت‌دیدن اثر بخش، مهارت‌شنیدن اثر بخش، مهارت حل مساله و دلبستگی خود‌انگیخته بهره می‌گیرد؛ از این رو تصمیم به بازاندیشی هویت شخصی خود می‌گیرد. بعد از کسب افتخارات و تولید شغل، احساس نارضایتی از شرایط درونی و بیرونی خود می‌کند و پیوسته در حال بازاندیشی هویتی خود است.



۷	امینی و همکاران	۱۴۰۰	ویژگی شخصیتی کارآفرینان در قرآن	کیفی	معنا شناسی قرآن و تفسیر المیزان	خواهش درونی و توفیق طلبی مهمترین صفات انگیزشی کارآفرینان هستند.
۸	حمزه لو و همکاران	۱۳۹۹	بررسی رفتار کارآفرینانه در کارآفرینی پیشه‌وری مورد مطالعه جامعه هنرمندان صنایع دستی شهر تهران	روش پدیدارشناسی توصیفی	تجربیات زیسته ۱۸ نفر	کارآفرینان خصوصیات چگونگی سخت‌کوشی، ریسک‌پذیری، نیاز به موفقیت و استقلال طلبی، خلاقیت و استفاده از سرمایه‌های اجتماعی خود دارند.
۹	کلایی و حسینی	۱۳۹۹	بررسی اخلاق کارآفرینان در کسب و کارهای کوچک و متوسط ایران	هدف‌چارچوب پژوهشی آمیخته اکتشافی	نمونه کیفی شامل ۱۰ کمی - ۱۴۷ نفر	ویژگی‌های شخصیتی عواطف و احساسات و ویژگی‌های روانشناختی از جمله مرکز کنترل درونی و ویژگی‌های نگرشی از جمله توفیق طلبی، خودباوری، استقلال طلبی، تحمل ابهام و ویژگی‌های انگیزشی از جمله ریسک‌پذیری و تمایل به شناخت مسئولیت‌پذیری اجتماعی، سخت‌کوشی، اعتدال‌گرایی و آینده‌نگری میل بالای به کنترل امور به صورت شخصی و عدم تکیه بر سایرین، برخورداری از تعهد و تعصب بالا، همچنین عدم تمایل به اعتماد و تکیه به سایرین، مهمترین عوامل شخصیتی فرد کارآفرین محسوب می‌شود که منجر به شکل‌گیری اخلاق کارآفرینانه می‌گردد.
۱۰	باقری و همکاران	۱۳۹۹	بررسی رابطه ارزش‌های فرهنگی و روحیه کارآفرینی با توجه به نقش میانجی‌گر باورهای قالبی در بافت استان خوزستان	کمی / روش پیمایش	۲۶۴ نفر زنان کارآفرین	اثرگذاری ارزش‌های فرهنگی در چهار بعد توزیع قدرت، درجه پذیرش ابهام، مردانگی و فردگرایی بر روحیه کارآفرینی با توجه به میانجی‌گری متغیر باورهای قالبی
۱۱	کریمیان و همکاران	۱۳۹۹	بررسی فرایند شکل‌گیری روحیه کارآفرینی در بین دانش‌آموزان مدارس فنی و حرفه‌ای به منظور رسیدن به الگو در بافت شهرستان قائم شهر	کیفی / نظریه مبنایی	۲۱ کارآفرین، فارغ التحصیل از هنرستان فنی	اگر فرد در خانواده‌ای رشد کند که در آن بر ارزش‌های اخلاقی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی، ارزش کار و بخشش و کمک به دیگران تأکید شود؛ می‌تواند با توسعه ارزش‌های خود و تغییر شرایط موجود تغییر در محیط و نوآوری اقدام کند. ویژگی‌های شخصیتی مشترک عبارتند از استقلال طلبی، ریسک‌پذیری، سخت‌کوشی، ایمان و اراده راسخ (توکل بر خدا)، مسئولیت‌پذیری اجتماعی، توانایی رهبری و مدیریتی داشتن مهارت ارتباطی، تفکر خلاق، انتقادپذیر بودن، آینده‌نگری، و احترام به خود (عزت نفس) می‌باشد. مقوله اصلی گرایش به نام آوری می‌باشد.
۱۲	زرین جوی الوار	۱۳۹۹	نقش میانجی پیشایندهای نیت کارآفرینی در رابطه‌ی تجربه قبلی و نیت کارآفرینی در استان تهران	کمی / پیمایشی	۱۲۰ نفر	تجربه قبلی مشکلات اجتماعی بر تعهد اخلاقی و خودکارآمدی کارآفرین اجتماعی تأثیر می‌گذارد. و تعهد اخلاقی و خودکارآمدی کارآفرینی اجتماعی بر نیت کارآفرینی اجتماعی تأثیر می‌گذارد.
۱۳	عزیزی و حسین لو	۱۳۹۹	شناسایی ابعاد و مولفه‌های رفتاری مربیان کارآفرین	کیفی	۱۶ نفر	عوامل اجتماعی و فرهنگی، ویژگی‌های فردی و شخصیتی نشان داد که کارآفرینان دارای هدف موفقیت و پیشرفت در زندگی خود هستند.



۱۴	ارشادی و همکاران	۱۳۹۹	ارزیابی تاثیر عوامل فرهنگی و اجتماعی بر کارآفرینی زنان در خانه های کارآفرینی شهرداری تهران	کمی		عوامل فرهنگی و اجتماعی به مراتب تاثیر مهم تری از سایر متغیرها بر کارآفرینی دارد.
۱۵	معاون ریاست جمهوری در امور زنان و خانواده، جمهوری اسلامی ایران، بنیاد صلح ساساکاوا	۱۳۹۸	مطالعه تطبیقی بین زنان کارآفرین ایران و ژاپن			زنان کارآفرین ایرانی بعلاوه سوابق تحصیلی پیشرفته تر از سطوح بالایی از خودکارآمدی و اراده برخوردارند. اگر چه نرخ مشارکت زنان ایرانی در نیروی کار بالا نیست اما به نظر می رسد زنان کارآفرین عوامل خانوادگی و محیطی را با نیازهای تجاری و موفقیت خود تطبیق داده اند. در نتیجه تحصیلات کارآفرینی راهبردهایی را برای غلبه بر نا برابری جنسیتی در سطح خرد(خانواده) و در سطح کلان(جامعه) ارائه می دهد.
۱۶	مقیمی اسفند آبادی و معینی	۱۳۹۸	واکاوی جامعه شناختی چالشهای خلق ارزش اجتماعی رهبران کارآفرینی اجتماعی با رویکرد عادتواره بورديو		۱۰ نفر	ضعف کارکردی نهادها و مشارکت مردم در ارتباط متقابل و تبلور یافته، به بازتاب کاهش بهره برداری کارآفرینان اجتماعی منجر میشود. همچنین، تبلور ضعف کارکردهای نهادها و مشارکت نهادی، به بازتابی یا عادتواره افزایش چالش درونی در بین رهبران کارآفرینی اجتماعی منجر میشود.
۱۷	یوسف زاده و همکاران	۱۳۹۸	جهت گیری روان شناختی و عملکردی افراد کارآفرین	مرور روایتی مقالات	۶۲ مقاله	بیشترین ارزشی که با قصد کارآفرینی ارتباط دارد خود-ارتقای (پیشرفت و قدرت) است.
۱۸	پاک خصال و سفیری	۱۳۹۸	بررسی تاثیر ویژگیهای فردی و شخصیتی و ویژگی های اجتماعی زنان کارآفرین بر موفقیت در کارآفرینی آنان در بافت شهر تهران	کمی / پیمایش	۱۰۰ نفر	منظور از عوامل فردی ریسک پذیری، عملگرایی، کنترل درونی، توفیق طلبی، سلاست فکری، رویاپردازی و چالش طلبی است و منظور از عوامل اجتماعی نتایج پژوهش حاکی از وجود رابطه مثبت و معنی دار بین ویژگی های فردی و ویژگی های اجتماعی و ابعاد آن با کارآفرینی است.
۱۹	سراجق و همکاران	۱۳۹۸	طراحی توسعه سبک زندگی اجتماعی از منظر کسب و کارهای نو پا	کمی / پیمایش	۷۶۸۲۳۹ نفر	تاثیر ذینفعان، فرهنگ، بازار و ارزش ها بر سبک زندگی کارآفرینان تاثیر مثبت و معناداری دارد.
۲۰	بخشی و همکاران	۱۳۹۸	بررسی تاثیر ویژگی های کارآفرینان بر پیشرفت کسب و کارهای نو پا در ایران	کیفی / مطالعه موردی	۱۴ نفر	سرمایه روانشناسی اینان بیش از سرمایه اجتماعی و انسانی آن ها بر موفقیتشان در لایه های پایین تر اقتصادی و اجتماعی(کارآفرینان قعر هرم) تاثیر گذار است.
۲۱	بادزبان و همکاران	۱۳۹۸	تحلیل میزان تاب آوری زنان کارآفرین روستایی(استان فارس)	کمی / پیمایش	۲۶۹ نفر	متغیر های روبه کارآفرینی، انگیزه کارآفرینی، خلاقیت و تعداد اعضای خانوار همبستگی معناداری با تاب آوری فردی زنان کارآفرین دارد.
۲۲	گرمارودی و همکاران	۱۳۹۷	تاثیرگذاری اخلاق حرفه ای بر کارآفرینی (استان مازنداران)	کمی	۹۲ نفر	اخلاق حرفه ای و مولفه های آن(مسئولیت پذیری، صادق بودن، عدالت و انصاف، وفاداری، رقابت طلبی، احترام به دیگران، همدردی با دیگران) تاثیر مثبت و معناداری بر کارآفرینی اجتماعی دارد.



۲۳	هنديجانی فرد و حجازی	۱۳۹۷	شناسایی عوامل تاثیرگذار در قصد کارآفرینانه اجتماعی در بستر اسلامی(شهر تهران)	کیفی	۹ نفر	عوامل فردی باورها و مفروضات اسلامی شامل (باور به آخرت و اجر اخروی، خوش بینی به انسانها، امید به آینده، مسئولیت پذیری اجتماعی و تعهد اجتماعی، انفاق و کمک به دیگران، ماموریت گرایی، برکت و عمران زمین)، عوامل روانشناختی (وجدان و احساس خیرخواهی، سرمایه انسانی (شامل تجربه کارآفرینانه قبلی، تجربه اجتماعی پیشین و آموزش) ویژگی های شخصیتی درج شده شامل (برونگرایی استقلال طلبی توفیق طلبی و مرکز کنترل درونی سرمایه مالی و اتفاقات خاص دوران کودکی) و عوامل محیطی (ارزش ها و رفتارهای خانواده، الگوهای نقش، اقدامات تشکلهای اجتماعی، نگرش مثبت افراد جامعه به کارآفرینی اجتماعی، معضلات اجتماعی در جامعه و عوامل قانونی (شامل منافع مالیاتی و سهولت راه اندازی) از عوامل تاثیرگذار در قصد کارآفرینانه اجتماعی هستند.
۲۴	ولی زاده و کریمی	۱۳۹۷	تحلیل عوامل موثر بر نیت کارآفرینی اجتماعی در صندوق های اعتبارات خرد زنان روستایی	کمی/پیمایش	۳۰۰ نفر	یافته های حاصل از این پژوهش نشان داد که متغیرهای همدلی، خودکارایی، حمایت اجتماعی درک شده، تعهد اخلاقی و تجربه ی قبلی (تجربه سروکار داشتن با مسائل اجتماعی و تجربه کار داوطلبانه یا اجباری) اثرات مثبت و معنی داری بر نیت کارآفرینی اجتماعی دارند.
۲۵	سایه وند و همکاران	۱۳۹۷	شناسایی ویژگی های فردی موثر بر رفتار کارآفرینان آموزشی مستقر در شهر تهران	کیفی	۱۱ نفر	مقوله های شناسایی شده برای ویژگی ها و نگرش های شخصی: انگیزه و دغدغه مندی در حوزه آموزش، داشتن هدف و آرمان، خلاقیت و نوآوری، ریسک پذیری، صبر، تحمل و تلاش/ مقاله های شناسایی شده در ارتباط با مهارت و توانایی کارآفرینان آموزشی: مهارت مدیریتی و رهبری و تصمیم گیری، توانایی درک پیچیدگی محیطی و تفکر سیستمی، توانایی آینده پژوهی و آینده نگری، مهارت بازاریابی، مهارت برقراری ارتباط و شبکه سازی، مهارت مدیریت مالی و جذب سرمایه و مذاکره، مهارت گروه سازی و جذب افراد توانمند، مهارت مسئله شناسی و حل مسئله، توانایی و مهارت برنامه ریزی و طراحی آموزش ایجاد ارزش/ مقوله های شناسایی شده برای شایستگی های دانشی و شناختی کارآفرینان آموزشی: آگاهی و شناخت اهداف آموزش، مخاطب شناسی و نیازسنجی، داشتن دانش و اطلاعات و شناخت مربوط به حوزه آموزش و سابقه و تجربه در آموزش، مجهز به دانش روز
۲۶	شورای اجتماعی کشور	۱۳۹۶	وضعیت اجتماعی، فرهنگی و اخلاقی جامعه ایران با بررسی همزمان رفتارها و نگرش ها	کمی/پیمایش ملی	۸۲۵۰۰ نفر	ارزش های بنیادی، میزان اهمیت ثروت ۶۶/۹ درصد، اهمیت مقام ۴۹/۶ درصد، اهمیت شهرت ۴۶/۶ درصد، خیر و کارگشا بودن ۸۳/۳ درصد، اهمیت به علم و دانش ۸۰/۶ درصد، دینداری ۸۱/۸ درصد و اهمیت عاقبت به خیر شدن ۹۱ درصد می باشد



۲۷	صادقی فسایی و همکاران	۱۳۹۶	بازگشت به خانه: مطالعه کیفی خود اشتغالی و کنش کارآفرینانه زنان فارغ التحصیل دانشگاهی	کیفی	۴۰ زن کارآفرین حوزه صنایع دستی	کارآفرینی می تواند حس اعتماد به نفس، استقلال، خلاقیت، ماجراجویی و مصمم بودن زنان را تقویت کند. انتخابی آگاهانه برای استقلال و تاییدی بر سوژگی زنان در جامعه معاصر است. به آنان انعطاف پذیری و فرصت تلاقی وفاداری به حوزه خصوصی و مشارکت در حوزه عمومی می دهد.
۲۸	سلام زاده و همکاران	۱۳۹۶	مطالعه موردی ایجاد استارت آپ های اجتماعی مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات در ایران	کیفی	۵ کارآفرین اجتماعی	بنیان گذاران مرد اکثر استارت آپ ها را تأسیس، و فارغ التحصیلان زن را استخدام می کنند.
۲۹	امینی و حسینی ماچک	۱۳۹۶	شناسایی ویژگی های هوش کارآفرینانه زنان کارآفرین استان گیلان	کیفی / تحلیل محتوای قراردادی	۱۶ نفر	ویژگی های هوش کارآفرینانه زنان کارآفرین در قالب شش مضمون اصلی بینش کارآفرینانه، هوش شناختی، هوش اجتماعی، هوش شهودی، هوش جسورانه و هوش برانگیزاننده، استخراج و نام گذاری شد.
۳۰	گلرد	۱۳۹۶	نقش شبکه های اجتماعی زنان کارآفرین بر انگیزش شغلی: نقش میانجی هوشیاری کارآفرینانه	کمی	۱۸۴ نفر	ارتباطات گسترده و موثر زنان از طریق شبکه های اجتماعی می تواند به انگیزه بالاتر و در نهایت عملکرد بهتر آنها در زمینه کسب و کار منجر شود.
۳۱	کرمانی و همکاران	۱۳۹۴	هدف تبیین شرایط لازم برای موفقیت تجربه کارآفرینی اجتماعی مطالعه موردی ستاد توانمند سازی زنان سرپرست خانوار شهرداری تهران و با راهبرد نظریه زمینه ای	کیفی		توانمند سازی متقابل در مورد زنان ذینفع باعث بازاندیشی در هویت، اعتماد به نفس و خودکارآمدی شده است. زنان کار آفرین اجتماعی به صورت تسهیلگر این فرایند را تقویت و اصلاح می کنند و در سطح سازمانی نیز مسئولیت پذیری اجتماعی هم به صورت افقی و هم عمودی باعث بهبود عملکرد سازمان در مواجهه با مسائل اجتماعی مربوط به ذینفعان می گردد.
۳۲	آراستی و ملکی	۱۳۹۳	نقش محیط در اجرای فعالیت های کارآفرینانه اجتماعی با رویکرد نهادی و با دیدگاه نورث			«شبکه های اجتماعی» از عوامل نهادی غیر رسمی و «مکانیزم های حمایتی» از عوامل نهادی رسمی بر پیاده سازی فعالیت های کارآفرینانه اجتماعی زنان مؤثر است.
۳۳	یونسی فر و مشرف جوادی	۱۳۹۳	بررسی تاثیر ویژگی شخصیتی کارآفرینان بر بهره وری نیروی انسانی در بیمارستان شهید صدوقی	کمی	۲۹ نفر	ویژگی های شخصیتی کارآفرینی (مخاطره پذیری، مرکز کنترل درونی، توفیق طلبی، خلاقیت و تحمل ابهام)، بر بهره وری نیروی انسانی، تاثیر مستقیم و معنی دار دارند.
۳۴	یادگار و همکاران	۱۳۹۳	قصد کارآفرینانه اجتماعی: اثر متقابل نگرش کارآفرینانه اجتماعی، امنیت مالی و سرمایه اجتماعی (استان شیراز)	کمی	۱۴۱ عضو داوطلب در موسسات	گرایش کارآفرینانه اجتماعی_ که در این پژوهش داشتن واکنش های عاطفی، شناختی و رفتاری نسبت به همدلی و مسئولیت پذیری در مورد نیازهای اجتماعی تعریف شده است_ با قصد کارآفرینانه اجتماعی رابطه دارد. در ضمن، این رابطه به ترتیب شدت اثر از طریق امنیت مالی و سرمایه اجتماعی تقویت می شود؛ با وجود این سرمایه انسانی کارآفرینانه اجتماعی رابطه نگرش و قصد کارآفرینانه اجتماعی را تقویت نمی کند.



۳۵	فروغی و همکاران	۱۳۹۲	بررسی ویژگی های کارآفرینانه مالکان واحدهای تولیدی استان خراسان	کمی	۱۲۵ نفر	متغیرهای شخصیتی ریسک پذیری، نوآوری، تلاش و پیگیری، توسعه طلبی، مرکز کنترل دورنی و فرصت گرایی عوامل موثر بر تمایز دو گروه کارآفرین از غیر کارآفرین بودند.
۳۶	بیژن زارع و مرضیه زارع	۱۳۹۲	بررسی رابطه میزان سرمایه اجتماعی خانواده و ویژگی های کارآفرینانه در شخصیت افراد	کمی	۲۰۱ نفر	ابعاد کارآفرینانه مورد نظر پژوهش در شخصیت افراد عبارتند از ریسک پذیری متعادل کانون کنترل، نیاز به موفقیت، سلاست فکری، عملگرایی، تحمل ابهام، رویاپردازی و چالش طلبی یافته های تحقیق نشان می دهد که سرمایه اجتماعی خانواده با متغیر وابسته تحقیق یعنی شخصیت کارآفرین رابطه معنادار و مثبت دارد.
۳۷	دره و مرادی	۱۳۹۲	بررسی ویژگی های روانی- اجتماعی مرتبط با رفتار کارآفرینی در زنان کارآفرین	کمی/ تحلیل رگرسیون	۶۰ نفر	رفتار کارآفرینی با صفت شخصیتی وظیفه شناسی، حمایت اجتماعی و حمایت از جانب دوستان دارای رابطه مثبت و معناداری است.
۳۸	رحیمیان و همکاران	۱۳۹۱	شناسایی عوامل علی اثرگذار بر شکل گیری رفتار کارآفرینان اجتماعی در ایران	کیفی و ابزار مصاحبه عمیق	۱۳ نفر	کارآفرینان اجتماعی این پژوهش رویا پرداز، کمال طلب، مسئولیت پذیر، چالش طلب و خطرپذیر، انتقادپذیر، صبور و خستگی ناپذیر، خوش بین، فرصت یاب و خلاق و نوآور میباشند. مشارکت کنندگان این پژوهش ها باورها و ارزش هایی در زندگی خود دارند. آنها افرادی دارای تعهد دینی و اجتماعی، دارای فلسفه و اصالت مناسب برای زندگی هستند. همچنین از منابع مالی شخصی برای فعالیتهای نیکوکارانه استفاده می کنند.
۳۹	جوادیان و سینگ	۱۳۹۱	بررسی زنان موفق کارآفرین ایرانی			چالش های ناشی از کلیشه ها و سنت های منفی جامعه ایران موانعی هستند که زنان کارآفرین ایرانی باید بر آن غلبه می کردند. داشتن عوامل درونی شخصی مانند سطوح بالای خودکارآمدی و ریسک پذیری تأثیر مثبتی بر موفقیت این زنان داشت.
۴۰	آراستی و همکاران	۱۳۹۱	ویژگی های شخصیتی موثر بر نیت کارآفرینانه اجتماعی در کارآفرینان اقتصادی	کمی/ معادلات ساختاری		وظیفه گرایی دارای تاثیر مثبت و نبود ثبات عاطفی دارای تاثیر منفی بر قصد کارآفرینانه اجتماعی است.
۴۱	یادگار و همکاران	۱۳۹۰	فرایند شکل گیری ابتکارات کارآفرینی اجتماعی: الگوی برگرفته از نظریه برخاسته از داده ها	روش کیفی / نظریه پردازی داده بنیاد	۹ نفر	تحلیل ساختار ارزش ها و تعاملات کارآفرینان اجتماعی با دیگران، از دوران کودکی تا لحظه ی ایجاد ابتکار اجتماعی شان، منجر به شکل گیری نظریه ی میانی شد. الگوی به دست آمده از این پژوهش نشان می دهد، مقوله ی اصلی که منجر به ایجاد ابتکارات کارآفرینانه ی اجتماعی می شود گرایش فرد به فعالیت های مسئولانه ی اجتماعی است که ایجاد ابتکار اجتماعی را مطلوب می کند. چنان چه چنین فردی تحت تاثیر شرایط واسطه ای و محیطی ویژه، ایجاد ابتکار اجتماعی را امکان پذیر بباید، راهبردهای ویژه ای را در پیش می گیرد که در نتیجه ی آن ها، ابتکار کارآفرینانه ی اجتماعی جدید، شکل می گیرد.



۴۲	رستمی و همکاران	۱۳۹۰	بررسی پدیدارشناسی تجربیات دانشجویان در تاسیس کسب و کار در بافت کرمانشاه	کیفی	۷ نفر	خانواده ها فرزندان خود را از راه اندازی کسب و کار منع کرده و یا ادامه این فعالیت ها را کاری بیهوده می دانند. بیشتر خانواده های دانشجویان مورد مطالعه خواهان ادامه کار فرزندان تحصیل کرده خود در اداره های دولتی بودند... این دانشجویان انگیزه بالایی برای موفقیت شخصی داشته اند و همین مسئله ریشه در هنجارهای منفی دارد که دانشجویان را برای کسب موفقیت دوچندان ترغیب کرده است.
۴۳	سرفراز و فقیهی	۱۳۹۰	کارآفرینی زنان در ایران بر اساس داده های ناظر جهانی کارآفرینی ۲۰۰۸	اکتشافی	داده های ناظر جهانی	زنان ایرانی با محدودیت های ساختاری مرئی و نامرئی و تبعیض جنسیتی در ابعاد اجتماعی و اقتصادی مواجه هستند. تلاش زنان کارآفرین در سال های اخیر برای اثبات شایستگی خود در ایران قابل توجه است. از آنجایی که نسل جوان تحصیل کرده عوامل اجتماعی را مانع اصلی کارآفرینی زنان نمی دانند، به این معنی است که باید در آینده انتظار تغییر اجتماعی برای محیط کارآفرینی اجتماعی بهتر را داشت.
۴۴	احمدی و باباشاهی	۱۳۹۰	بررسی رابطه بین عوامل شخصیتی و کارآفرینی (شرکت داده ورزی سداد)	توصیفی/همبستگی	۱۳۶ نفر	عوامل شخصیتی نظیر وظیف شناسی، برون گرایی و گشودگی رابطه مثبتی با کارآفرینی سازمانی دارند؛ در حالی که بین ابعاد شخصیتی روان رنجوری و سازگاری با کارآفرینی سازمانی رابطه منفی و معناداری وجود دارد.
۴۵	آراستی و والی نژاد	۱۳۹۰	نوع شناسی انگیزه های زنان کارآفرین	ترکیبی	کیفی: ۱۰ زن کمی: ۱۲۳ نفر	کارآفرینان با توجه به مبانی نظری تحقیق و ماهیت انگیزه ها در هر دسته، به صورت کارآفرینان آرمان طلب، توفیق طلب، اجباری، اجتماعی و انعطاف طلب نام گذاری شدند.
۴۶	یزدانی و محمدی	۱۳۸۹	عوامل موثر بر تفکر مدیریت و برنامه ریزی کارآفرینان زن روستایی شهرستان مرودشت	کمی/پیمایش	۴۱ نفر	دو متغیر ویژگی های شخصیتی و روانشناختی و اعتقاد به وجود فرصت های شغلی پیش بینی کننده مطلوبی برای بهبود تفکر مدیریت و برنامه ریزی می باشد.
۴۷	طالبان و همکاران	۱۳۸۹	نتایج پیمایش های ملی سال های (۱۳۵۳-۱۳۸۸) به بررسی روند تغییرات ارزش های اجتماعی جامعه ایران	پیمایش		ارزیابی میزان رواج ارزش های اخلاقی گذشت، صداقت و راستگویی، خیرخواهی، کمک به دیگران، انصاف، پایبندی به قول و احترام به آبرو برای گروه سنی پنجاه به بالا بیشتر از گروه سنی جوانان است.
۴۸	انصاری و همکاران	۱۳۸۹	بررسی ویژگی های فردی اثرگذار بر توسعه کارآفرینی اجتماعی در موسسه های خیریه استان تهران	تحقیق توصیفی	حجم نمونه ۸۲	ویژگی های روانشناختی کارآفرینان اعم از خطرپذیری، سلاست فکری، کانون کنترل درونی، نیاز توفیق طلبی، تحمل ابهام، چالش طلبی، عمل گرایی و ویژگی های ویژه شخصیتی آنها شامل همدلی و همدردی، هویت جمعی، صداقت، تعهد به میزان قابل توجهی بر توسعه کارآفرینی اجتماعی اثر دارند
۴۹	سلمانی زاده و انصاری	۱۳۸۸	بررسی ویژگی های روانشناختی کارآفرینان کشور	کمی/توصیفی پیمایشی	۱۱۹ نفر	ویژگی های توفیق طلبی، کنترل درونی، اعتماد به نفس، ثبات هیجانی، خلاقیت، عزم واراده، نیاز به استقلال و ریسک پذیری را می توان به کارآفرینان کشور نسبت داد.

۵۰	فیض	۱۳۸۸	بررسی تاثیر جنسیت بر ویژگی های شخصیتی کارآفرینان ی دانش جویان	کمی	۴۰۰ دانشجو سمنانی	تفاوت ویژگی های شخصیتی پسران و دختران در توفیق طلبی و تحمل ابهام تفاوتی اندک، و در بین دو ویژگی عمل گرای و رویا پردازی تفاوت معنا دار شده است.
۵۱	قمر علی و همکاران	۱۳۸۸	بررسی سلسله مراتب نظام ارزشی کارآفرینان (مطالعه موردی: استان کرمانشاه)	توصیفی از نوع همبستگی	۱۴۲ نفر	کارآفرینان زن کمک به اطرافیان نزدیک خود را دوست دارند. از ویژگیهای بارز ایشان بخشندگی، صداقت، درستکاری و مسؤولیت- پذیری است. کارآفرینان زن به اداره زندگی خود تمایل دارند، به نظم و قانون اهمیت میدهند و حاضر نیستند خلاف مقررات عمل کنند. خودنظمی، ادب و مطیع بودن از ویژگیهای دیگر آنها است. بعلاوه کارآفرینان زن ارزشهای خودمحوری، پیشرفت- طلبی و قدر طلبی را در اولویتهای پایین رتبه بندی کرده اند، که نشان میدهد هدف ایشان تنها جاه طلبی، شهرت طلبی و ثروت اندوزی نیست. آنها کمتر به دنبال کسب قدرت و موقعیت اجتماعی هستند و با عدم تمایل به انجام کارها، به تنهایی، در بیشتر کارها از دیگران مشورت و کمک میگیرند.
۵۲	گلرد	۱۳۸۶	ویژگی ها، انگیزه ها و اهداف ترغیب کننده زنان ایرانی در توسعه کسب و کار	توصیفی / پیمایشی و ابزار مصاحبه و پرسشنامه	۱۳۹ نفر	انگیزه ها و اهداف ترغیب کننده زنان در ورود به کسب و کار، نیاز اقتصادی، کسب قدرت و اعتبار در جامعه و دستیابی به رضایت شغلی است که از بین این عوامل، دستیابی به رضایت شغلی موثرترین عامل زنان در ورود به کسب و کار است. هم چنین ویژگی های شخصیتی زنان کارآفرین استقلال طلبی، خلاقیت، توفیق طلبی و انعطاف پذیری است، که از بین این ویژگی ها، موثرترین ویژگی در توسعه کسب و کار زنان ایرانی توفیق طلبی است.
۵۳	فیض بخش بازرگان و دهقان پور	۱۳۸۱	فرایند تصمیم گیری شروع به کارآفرینی (مطالعه موردی کارآفرینان ایرانی)	ترکیبی	۳۵ کارآفرین	ویژگی های شخصیتی کارآفرینان ایرانی: قدرت تخیل (۶۲ درصد)، هیجان طلبی (۴۸ درصد)، قدرت طلبی (۵۲ درصد)، عشق و علاقه شدید به کار (۷۲/۴ درصد)

جدول ۳. صورتبندی مؤلفه های شکل گیری ارزش های زنان کارآفرین اجتماعی بر اساس تحلیل محتوای پیشینه پژوهش

مقوله	مفاهیم	پشتوانه نظری مفهوم
ارزش های کارآفرینانه	قدرت (وضعیت اجتماعی و اعتبار، کنترل یا سلطه بر موقع)	نیازهای جهانی کنش متقابل اجتماعی هماهنگ، نیازهای جهانی برای کارکرد معتدل و بقای گروه- ارزش های جهانی شوارتز - نظریه منابع محور (دسترس به کارکنان خلاق در محیط های پویا پس از فناوری های جدید بیشترین تأثیر را بر عملکرد دارند).
	موفقیت (موفقیت شخصی، آشکار کردن شایستگی بر طبق استانداردهای اجتماعی)	نیازهای جهانی کنش متقابل اجتماعی هماهنگ، نیازهای جهانی برای کارکرد معتدل و بقای گروه- ارزش های جهانی شوارتز- نظریه گرایش کارآفرینانه (رفتار مخاطره پذیری، نوآوری، پیشگامی، استقلال و شیوه تهاجمی رقابت عملکرد شرکت را مثبت می کنند). نظریه بازارگرایی (متغیرهایی نظیر نوآوری، قابلیت های بازاریابی، کیفیت محصول، اثربخشی شرکت، مدیریت ارتباط با مشتری ارتباط بین بازارگرایی و عملکرد کسب و کار را اثبات کرده اند)



		لذت طلبی (لذت و ارضا جسمانی برای خود)	نیازهای ارگانیک افراد- ارزش های جهانی شوارتز- نظریه عملکرد (بعد انسانی کارآفرینی و توانمندی های انسانی بنیانگذار، نقش اساس در موفقیت و استمرار کسب و کار ایفا می کند). -ویژگی های شخصیتی بورديو(هنجارها و ارزش های غالب)
آبادی برای تغییر		دلپستگی خود انگیزه (درگیر شدن و زندگی کردن کامل یک نقش)	نیازهای ارگانیک افراد- ارزش های جهانی شوارتز- نظریه کنش پارسونز(زنان دارای نقش های مادرانه، فوق العاده عاطفی، خاص گرا و انفعالی هستند).- ویژگی های شخصیتی بورديو- گافمن(دلپستگی خود انگیزه)
		استقلال طلبی (تفکر و انتخاب آزادانه)	نیازهای ارگانیک افراد، نیازهای جهانی کنش متقابل اجتماعی هماهنگ- ارزش های جهانی شوارتز- ویژگی های شخصیتی بورديو و سرمایه نمادین -اینکلهپارت(جوامعی که در آنها ارزش های پسمادی گرایي غالب باشد، احتمالا کمتر کارآفرین خواهند بود). -چارلز هورتون کولی(تحول خود اجتماعی فرد) -گیدنز(باز اندیشی هویت، در جامعه مدرن افراد با شناخت امکانات، استعداد و توانایی های بالقوه و ذاتی خود دست به تغییر می زند).
وجه به دیگری		جهان گرایی(برابری طلبی و حمایت از رفاه همگان ، حفظ محیط زیست)	نیازهای جهانی برای کارکرد معتدل و بقای گروه، نیازهای ارگانیک افراد- ارزش های جهانی شوارتز
		خیرخواهی(مسئولیت پذیر و حامی رفاه افراد پیرامون)	نیازهای جهانی کنش متقابل اجتماعی هماهنگ، نیازهای جهانی برای کارکرد معتدل و بقای گروه، نیازهای ارگانیک افراد- ارزش های جهانی شوارتز
محافظه کاری		سنت(احترام به فرهنگ و سنتها، دینداری)	نیازهای جهانی کنش متقابل اجتماعی هماهنگ، نیازهای جهانی برای کارکرد معتدل و بقای گروه- ارزش های جهانی شوارتز
		همنوايي(تعهد به انتظارات اجتماعی و هنجارها، محدود کردن خواسته های خود در برابر خواسته های دیگران)	نیازهای جهانی کنش متقابل اجتماعی هماهنگ، نیازهای جهانی برای کارکرد معتدل و بقای گروه- ارزش های جهانی شوارتز
		امنیت(هماهنگی خود- روابط -جامعه)	نیازهای جهانی کنش متقابل اجتماعی هماهنگ، نیازهای جهانی برای کارکرد معتدل و بقای گروه، نیازهای ارگانیک افراد- ارزش های جهانی شوارتز

مقوله	مفهوم	پشتوانه نظری مفهوم
ارزش های دینی	تعهد دینی و اجتماعی - تعهد اجتماعی و دینی	هابرماس(وجود ارزش های دین در پسا مدرنیته)
ارزش های فرهنگی	هویت/قدرت/جنیست	-هافستد (اثرگذاری ارزشهای فرهنگی در چهار بعد توزیع قدرت، درجه پذیرش ابهام، مردانگی و فردگرایی بر روحیه کارآفرینی) -فرهنگ با فاصله قدرت پایین، تحمل کم در مقابل روابط نابرابر -فرهنگ با فاصله قدرت بالا، تحمل زیاد در برابر روابط نابرابر -فرهنگ اجتناب از اطمینان قوی-پذیرش کم عدم اطمینان یا ریسک -فرهنگ اجتناب از عدم اطمینان ضعیف-پذیرش عدم اطمینان و ریسک -هافستد(در جوامعی با فرهنگ مردسالار ارزش هایی نظیر مثبت گرایی، بدست آوردن پول و عدم توجه به دیگران آشکارتر است).

ویژگی های شخصیتی کارآفرینان اجتماعی



مقوله	مفهوم	پشتوانه نظری مفهوم
ویژگی های مشترک در کارآفرینان	خطرپذیری و دارای طبیعت سرکش و سرسخت	وبر(کنش معطوف به هدف، کنش عقلانی)- نظریه گرایش های کارآفرینانه- نظریه عملکرد
	کانون کنترل (اعتقاد به کنترل سرنوشت، ایمان به خود، توانایی انجام کار، اعتقاد به شایستگی فردی)	نظریه عملکرد
	دارای مهارت های نرم و سخت	نظریه منابع محور- نظریه عملکرد
	آمادگی برای شکست	نظریه عملکرد
	رهبری کاریزماتیک	مکتب رهبری- وبر(کاریزما و کنش عقلانی)- نظریه عملکرد
	توانایی درک محیط کلی، شرایط و تصمیم گیری	نظریه عملکرد
	توفیق طلبی	مک کله لند
	دارای آرامش فکری موثر برای یادگیری، تفکر انتقادی و حل مساله	نظریه عملکرد
	نوآوری و خلاقیت	ویژگی شخصیتی شومپیتر- نظریه منابع محور- نظریه عملکرد
	تمایل به یادگیری و دسترسی به همه اطلاعات، ترک عادت ها	نظریه عملکرد
	عشق به شغل هیجان انگیز و چالش برانگیز	نظریه عملکرد
	عمل گرایی(نتیجه گرایی، لذت از انجام کار، توانایی حل مساله)	وبر(کنش معطوف به هدف، کنش عقلانی)مرتین(دستیابی به اهدافی که جامعه برای رفع آنها بسترهایی آماده نکرده است)
	ویژگی های شخصیتی کارآفرینان اقتصادی و کارآفرینان اجتماعی	رویا پردازی
دارای ذهن کارآفرینانه برای حل مساله اجتماعی		نظریه عملکرد
خلاقیت		نظریه منابع محور- نظریه گرایش کارآفرینانه
روحیه کارآفرینانه		نظریه منابع محور- نظریه عملکرد
شخصیت اخلاقی		نظریه عملکرد
صداقت		نظریه عملکرد
اشتیاق و علاقه شدید کارآفرین برای خلق ارزش و انجام ماموریت اجتماعی		وبر(کنش معطوف به هدف، کنش عقلانی) مرتین (دستیابی به اهدافی که جامعه برای رفع آنها بسترهایی آماده نکرده است)
روشنی و وضوح هدف و برنامه ریزی برای انجام ماموریت اجتماعی		وبر(کنش معطوف به هدف، کنش عقلانی) مرتین (دستیابی به اهدافی که جامعه برای رفع آنها بسترهایی آماده نکرده است)- نظریه عملکرد
تعهد و اشتیاق برای انجام ماموریت اجتماعی		وبر(کنش معطوف به هدف، کنش عقلانی) مرتین (دستیابی به اهدافی که جامعه برای رفع آنها بسترهایی آماده نکرده است)- نظریه عملکرد
پشتکار و سخت کوشی شدید برای انجام ماموریت اجتماعی		نظریه عملکرد
شجاعت و جسارت		نظریه عملکرد
اعتماد به نفس و اعتماد به باورهای عمیق		نظریه عملکرد
مشتاق برای برنامه ریزی		نظریه عملکرد
ظرفیت ها و افق های مدیریت زنانه در کارآفرینی اجتماعی	هوش هیجانی تقویت کننده اخلاق کاری، روحیه انتقاد پذیری و همکاری در بین کارکنان	نظریه منابع محور- نظریه عملکرد
	معنا بخشیدن به زندگی خود و دیگری	اریک فروم
	زندگی در خدمت به عشق	اریک فروم
	تعادل درخصلت های زنانگی و مردانگی	نظریه عملکرد
	پاک دستی و دارای روح بخشنده	نظریه عملکرد
	تلاش در حفظ روابط	نظریه منابع محور
	توجه به کیفیت به جای کمیت	نظریه عملکرد
	پرورش و گسترش استعدادها و توانمندسازی نسل جدیدی از کارآفرینان زن	نظریه عملکرد

پایبندی به اصول اخلاقی و دانش	نظریه منابع محور- نظریه عملکرد
سفیر پیام نیازمندی های زنان و دیگر اقشار در حاشیه به مسئولان	نظریه عملکرد(کنش عاطفی)
گاه علیه قدرت و گاه دست در دست قدرت	نظریه عملکرد- وبر(کنش عقلانی)
نقش «واسطه گری دانشی» بین تخصص داوطلبان و تجربه سازمان	نظریه عملکرد- نظریه ظرفیت جذب
حساس و دارای روحیه ای عاطفی	پارسونز(ویژگی های زنانه)
توجه به روابط به عنوان شبکه ای از روابط کاری و خانوادگی و به تبع آن گسترش زمینه های مهرورزی، امنیت در خانواده و جامعه، فضای نوع دوستی و صلح جویی	نظریه منابع محور
دارای اخلاق مراقبت	
همدلی و حمایت همدلانه از هم نوعان	
رویکرد معطوف به آینده و تحولات	گیدنز(بازاندیشی هویت)
استقبال از شیوه های جدید زندگی	
استقبال از شیوه های جدید تفکر	
آگاهی از موقعیت	
تنوع روش های عمل	
پیوند اندیشه و کنش	
بازاندیشی	

هویت یابی

ویژگی های جمعیت شناختی کارآفرینان اجتماعی زن

مقوله	مفهوم	پشتوانه نظری مفهوم
شرایط کودکی و خانوادگی	<ul style="list-style-type: none"> • انگاره های ذهنی وارزش های مالی، اجتماعی و اخلاقی، یادگیری، تربیتی خانوادگی و نیز میل به پیشرفت، خلاقیت، استقلال مالی- شخصیتی و بزرگ فکر کردن • وضعیت دو گانه خانواده از لحاظ اقتصادی و اجتماعی، در ترغیب به فعالیت های کارآفرینی، خلق ایده و فرایند کارآفرینی تا رسیدن به محصول 	نظریه منابع محور- بوردیو(شرایط خانوادگی می تواند تا حدی مستقل از دارایی های مادی عمل کند). آلوارز(پیوندهای خانوادگی، به عنوان پیوند قوی در شبکه های اجتماعی، در تشخیص فرصت ها و جذب منابع مورد تایید است).
سن	در کشور ایران معمولاً سن شروع فعالیت ها در حوزه استارت آپی، همزمان با تحصیل در دانشگاه خاصه دوره ی کارشناسی است.	
تحصیلات(رسمی)		نظریه منابع محور- بوردیو
قرار نگرفتن فرد در پایگاه اجتماعی	عامل انگیزشی برای کارآفرینان برای راه اندازی کسب و کار	نظریه منابع محور-لینتون
الگوی نقش	الگوی نقش سبب انگیزش کارآفرینان برای موفقیت می شود.	گافمن- مرتون
نارضایتی از شغل قبلی	بیشتر افرادی که برای دیگران کار می کنند و نیازهایشان ارضا نمی شود، تصمیم به کارآفرینی می گیرند.	بروکهاوس(عدم رضایت از تجربه کاری قبلی ارتباط نزدیک با تصمیم به کارآفرینی دارد).
تجربه قبلی تجربه کاری (حرفه ای، کارآفرینی و داوطلبانه و سایر تجربیات زندگی شخصی)	تجربه کارآفرینان عاملی برای کمتر شدن احتمال شکست آنان می باشد.	نظریه منابع محور

سرمایه های کارآفرینان اجتماعی



مقوله	مفهوم	پشتوانه نظری مفهوم	
سرمایه ها در کارآفرینی اجتماعی	اقتصادی	امنیت مالی - سرمایه اولیه راه اندازی کسب و کار	بورديو
	اجتماعی	اتصال (گره ضعیف) پیوندی (گره قوی)	بورديو (ارزش پیوندهای یک فرد به تعداد اتصالاتی که می تواند آن ها را بسیج کند و به حجم سرمایه فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی، متعلق به هر کدام از اتصالات بستگی دارد). کلمن (سرمایه اجتماعی بخشی از ساختار اجتماعی است که به فرد اجازه می دهد تا با استفاده از آن به منافع خود دست یابد). پاتنام (ارتباطات بین افراد- شبکه های اجتماعی، هنجارها و اعتماد هماهنگی و همکاری برای کسب منافع متقابل را آسان می سازد). فوکویاما (هنجارهای موجود در سیستم های اجتماعی موجب ارتقای سطح همکاری اعضای آن جامعه گردیده و موجب پایین آمدن سطح هزینه های تبادلات و ارتباطات می گردد). لین (سرمایه اجتماعی منابع موجود در ساختار اجتماعی است که افراد از طریق کنش هدفمند به دست می آورند). بارت (سرمایه اجتماعی «شبکه ساختارگونه» ست که متاثر از شبکه، تراکم شبکه و سلسله مراتب شبکه است و هر چه اندازه شبکه وسیع تر و تراکم و سلسله مراتب موجود در آن کمتر باشد، میزان سرمایه اجتماعی بیشتر می شود). گرانووتر (هر چه شدت و استحکام روابط در داخل یک گروه ضعیف تر باشد، موجب تقویت روابط آن گروه با بیرون می شود. در نتیجه سرمایه اجتماعی افزایش می یابد).
		اعتماد اجتماعی	کلمن (کنش های اجتماعی با وجود اعتماد و بر پایه ی انتخاب عقلانی شکل می گیرد و تداوم می یابد).
		ساختاری	گوشال (اشاره به مقدار تعاملات اجتماعی میان شخص و افراد دارای روابط اجتماعی با وی دارد).
		رابطه ای (توانایی جلب اعتماد، نمایش توانمندی، تقویت کننده های روحیه جمعی کارآفرینانه)	بولینو (بر ماهیت و کیفیت روابط بین افراد تاکید دارد).
		شناختی	ناهاییت و گوشال (شامل زبان، کدها و معانی مشترک است).
	فرهنگی	سرمایه بدنی و فردی (حافظه، مهارت های تجربی و رفتاری و معلومات کسب شده، اهل سفر، ورزش، موسیقی و طبیعت گردی)	- بورديو (منش سلیقه فرد را شکل می دهد و فرد براساس سلیقه دست به انتخاب می زند). - نظریه قابلیت های پویا (به دست آوردن تجربه قبل از تاسیس شرکت و نیز مهارت های نرم و سخت برای بقای شرکت مثبت و سازنده است).
		قابلیت ها و دانش فرهنگی فرد کارآفرین (پیشینه شغلی و حرفه ای، دانش و تجربه پیشین)	نظریه ظرفیت جذب (دانش قبلی مرتبط کارکنان بر یادگیری سازمانی تاثیر دارند).
		سرمایه نهادی (مدارک تحصیلی، حرفه ای)	بورديو (آموزش مدرسه ای می تواند تا حدی مستقل از دارایی های مادی عمل کند).
	نمادین	منزلت / کاریزما	



جدول ۳. نظام ارزشی کارآفرینان اجتماعی زن

فضای بیرونی (خانوادگی، اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، قوانین و دین)	فضای میانی (مناسبات سازمانی/میان فردی)	فضای درونی (فردی)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ فضای بیرونی خانوادگی • دید منفی نسبت به کار زنان در ارزش های فرهنگی خانواده محدودیت های برای انتخاب شغل و نیز محرومیت از حمایت خانوادگی به وجود می آورد. • خانواده هایی با پیشینه فعالیت های اجتماعی، نیکوکاری و با ارزش های دموکراتیک، حامی مالی و اجتماعی زنان و دختران در کارآفرینی ▪ فضای بیرونی اجتماعی • نابرابری جنسیتی در شیوه تقسیم کار ○ مواجهه زنان با تبعیض های آشکار و پنهان در هنگام راه اندازی کسب و کار ○ تفاوت دستمزد زنان و مردان ○ سرکوب جاه طلبی های زنان بعثت مردانه بودن فضای بازارهای کارگری • نا امنی اجتماعی • نابرابری جنسیتی و تاثیر آن بر باورها و عقاید اجتماعی ○ کارآفرینی به مثابه مفهومی مردانه ○ کلیشه های منفی در مورد زنان و کسب و کار مثل ۱- زنان مدیران خوبی نیستند. ۲- زنان مهارت کافی برای مدیریت ندارند. ۳- خصلت های زنانه مانع کار مفید و سازنده می شود. ○ ارزش کمتر زنان مستقل ○ رغبت کمتر زنان به کارآفرینی بعثت تعارض نقش مبتنی بر نظام پدر سالارانه • تبعیض اجتماعی در خانواده ○ مخالفت مردان با فعالیت همسرانشان در بنگاه های اقتصادی و اجتماعی ○ انتظار از زنان برای سپری کردن اوقات خود در فضای حفاظت شده خانه ○ در زندگی آرماتی مرد سالارانه، یک همسر خوب، خانه دار است. • موانع رفتاری، روانی و روانشناختی ○ مجموعه موانع عرفی و فرهنگی باعث می شود زنان در بازار کارآفرینی اعتماد به نفس کمتر و تصور منفی از خود داشته باشند. • نظام آموزشی (موانع تحصیلی و شغلی) ○ دسترسی محدود به فرصت های آموزشی شغلی ○ فرصت های محدود تر در بخش دولتی برای توسعه مهارت های زنان ○ کمی تنوع در آموزش مهارت های مرتبط با کارآفرینی زنان ○ دسترسی ناکافی زنان کارآفرین به تکنولوژی، خدمات حمایتی و اطلاع رسانی ▪ فضای بیرونی اقتصادی • عدم دسترسی به منابع مالی • در اختیار نداشتن سرمایه اولیه و هزینه راه اندازی • دشواری دسترسی به وام به علت نداشتن سابقه، اعتبار و وثیقه کافی 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ مهارت های نرم (زنان به واسطه هوش هیجانی بیشتر نسبت به مردان، و توانایی شان در برخورد با دیگران و نیز سبک رهبری زنانه، اخلاق کاری کارکنان، مهارت های تفکر انتقادی و همکاری را تقویت می کنند). • مهارت های زنان برای برقراری ارتباط موثرتر نسبت به مردان • مهارت های بیشتر زنان برای کشف راز و رمز های زبان بدن و لحن صدا نسبت به مردان • مهارت های بیشتر زنان در به کارگیری تفکر شبکه ای و ایجاد و گسترش فضای نوآوری و ارزش ها • مهارت بهتر زنان در بحث و برقراری توافق و هماهنگی بین افراد با توجه به در نظر گرفتن جنسیت، قومیت و هویت های متنوع گروه • توانایی در ایجاد و گسترش روابط دراز مدت و عمیق با ذینفعان با توجه به دارا بودن اخلاق مادرانه و اخلاق مراقب • کمک به نوآوری و رشد پایدار سازمان به واسطه یکپارچه سازی و پیشرفت مهارت های نرم و سخت توسط کارآفرینان اجتماعی زن ▪ استفاده از دانش و تخصص داوطلبان و نقش «واسطه گری دانشی» بین تخصص داوطلبان و تجربه سازمان ▪ اعتماد میان فردی در رابطه چهره به چهره همکار و شریک تجاری 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ خواستار شغل، قدرت، شهرت و موقعیت ▪ موفقیت طلبی در عرصه عمومی (خانواده) و خصوصی (فضای کاری) ▪ لذت طلبی (برگزیدن سبک زندگی انتخابی و برآمده از هویت فردی) ▪ رسیدن به صلح درونی ▪ استقلال (انگیزه ای قوی برای راه اندازی شغلی برای خود و دیگران با تمرکز بر توانمندسازی زنان و دیگر اقشار در حاشیه) ▪ دل بستگی خود انگیزه، و زندگی کامل با نقش ▪ سازماندهی خود (آزادی پذیرش آموزه ها، فرصت ها و تبدلات جدید): وظیفه در قبال خویش ▪ جهان گرایی (برابری خواهی، نگاه عاری از تبعیض جنسیتی، پاسدار محیط زیست) ▪ خیر خواهی و عشق به انسان های متفاوت (اهل تکثر) ▪ همدلی ▪ مسئولیت اجتماعی ▪ ارزش های توجه به پیشبرد اهداف شخصی ▪ تمایل به تغییر و گشودگی بر جهان ▪ ارزش توجه به دیگری ▪ انگیزش ▪ کمک به دیگران و گشودگی به تمام انسان ها ▪ انصاف ▪ پابندی به قول ▪ احترام به آبروی نیازمندان و حفظ کرامت آنان (عدم پورنوگرافی فقر) ▪ روح جستجو و پرسشگر همراه با شک و ایمان ▪ ایمان داشتن به مثابه در راه بودن ▪ اعتماد به مثابه در راه بودگی ▪ توانایی های شبکه سازی ▪ طبیعت سرکش و سرسخت ▪ عشق به چالش و توانایی ریسک پذیری ▪ توانایی درک کلی محیط، شرایط و تصمیم گیری ▪ خودآگاهی ▪ رویکرد معطوف به آینده و تحولات ▪ دارای سبک جدیدی از زندگی کردن ▪ دارای سبک جدیدی از اندیشیدن ▪ آگاهی از موقعیت ▪ تنوع روش های عمل ▪ زندگی را از دریچه تجربه زیسته دیگر کارآفرینان دیدن و بعد وارد میدان عمل شدن

فضای درونی (فردی)	فضای میانی (مناسبات سازمانی/میان فردی)	فضای بیرونی (خانوادگی، اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، قوانین و دین)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ بازاندیشی ▪ رهبری ▪ اخلاق مراقبت ▪ توجه به ارزش های اجتماعی ▪ اعتماد به نفس و اعتماد به باورهای عمیق ▪ تعهد به انجام مأموریت اجتماعی و ثابت قدم ماندن در این راه ▪ گاه علیه قدرت و گاه دست در دست قدرت 		<ul style="list-style-type: none"> • نبود سرمایه گذار در حوزه های کاری زنان کارآفرین • ترجیح دادن بنگاه های متعلق به مردان برای ارائه منابع مالی توسط دولت • شکاف در سطح درآمد زنان و مردان • ارتقا مقام بدون در نظر گرفتن شایستگی ها • قوانین ناظر بر اشتغال ▪ فضای بیرونی فرهنگی • فرهنگ اقتدارگرا و مردسالارانه • باورهای جنسی • کلیشه های جنسیتی • کمبود آگاهی زنان از ابعاد حقوق فردی، خانوادگی و اجتماعی و حرفه ای • مشارکت اندک زنان در تشکل های صنعتی، حرفه ای و فعالیت های اجتماعی، فرهنگی، سیاسی (ضعف تشکل گرایی در کشور) • نگاه جنسیتی • عرفی نشدن و گسترش نیافتن ارزش های کارآفرینی اجتماعی در جامعه • عدم وجود الگوی نقش به واسطه تعداد کم سازمان های کارآفرینی اجتماعی و کارآفرینان اجتماعی ▪ دین • حق مالکیت برابر در اداره اموال برای زن و مرد بر اساس دین اسلام ▪ قانون • قانون مدنی ○ حق منع شوهر برای اشتغال زن ○ حق اجازه شوهر برای خروج از خانه، صدور گذرنامه و سفرهای درون مرزی و برون مرزی • قوانین مربوط به آزار جنسی در محل کار ○ عدم جرم انگاری آزار جنسی در محل کار • قوانین مربوط به وراثت ○ محدود بودن سهم زنان از ارثیه کل و در نتیجه کمتر شدن سرمایه • حقوق بازنشستگی و سن بازنشستگی ○ سن بازنشستگی مردان ۶۰ سال و زنان ۵۵ سال (طبق بند ۱ ماده ۷۶ قانون تامین اجتماعی) • بی توجهی به تدوین قوانین و مقررات مناسب کارآفرینی اجتماعی شفاف نبودن فضا برای تحلیل و ارائه اطلاعات سواستفاده و فساد مالی



۶- نتیجه گیری

شخصیت نوع دوست در قلب کارآفرینی اجتماعی زنان می‌باشد. همچنین یافته‌ها نشان می‌دهد ارزش‌های زنانگی و مهارت‌های نرم از جمله هوش عاطفی و هوش هیجانی بالا باعث تغییرات اجتماعی مثبت از جمله توانمندسازی و توان افزایشی زنان می‌شوند. آنان به واسطه‌ی تجربه‌ی زیست زنانه و تجربه عمیق چالش‌ها و موانعی که در موقعیت‌های اجتماعی با آنها مواجه می‌شوند؛ درکی عاطفی و صمیمانه نسبت به نیازهای افراد سازمان خود پیدا می‌کنند و با مدیریت عاطفی در جهت هماهنگی ارزش‌های خود و ارزش‌های افراد سازمان گام برمی‌دارند. فضای بیرونی (خانوادگی، اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، قوانین و دین) نظام ارزشی زنان کارآفرین اجتماعی کاملاً پیچیده و به طور مستقیم و غیرمستقیم در فضای نوآوری و خلاقیت آنان تاثیرگذار است. می‌توان گفت حوزه تاثیرگذاری این فضا در ارزش‌ها و نگرش‌های موجود در فرهنگ مولد کار و کارآفرینی زنان در جامعه، به نوعی در هویت افراد جامعه شناسایی می‌شود. همچنین مواجهه زنان با شکاف عمیق جنسیتی در فضای بیرونی باعث می‌شود زنان کارآفرین اجتماعی با اتکا به خود و اعتماد به نفس، هویت کارآفرینانه خود را بالفعل نمایند. بنابراین، نظام ارزشی کارآفرینان اجتماعی زن، متکی به چالش‌های موجود، در مواجهه با فضای بیرونی فرهنگ قالب صورتبندی می‌شود.

چگونگی درک از ارزش‌ها در کارآفرینی اجتماعی زنان و نقش آنها در پیشبرد اهدافشان اغلب نادیده گرفته می‌شود. این ارزش‌ها بر مسئولیت پذیری اجتماعی، همدلی و رعایت اصول اخلاقی در تعامل با دیگران، تاکید می‌کنند. ارزش‌های دینی نیز در خواهش‌های درونی (میزان دینداری، اعتقاد به ارزش‌هایی چون عاقبت بخیری، کسب روزی برای دیگران، خیرخواهی) و توفیق طلبی گنجانده شده‌اند.

فضای درونی (فردی) نظام ارزشی نظام کارآفرینان اجتماعی زن بر ارزش‌های توجه به دیگری، خیرخواهی و عشق به انسان‌های متفاوت، جهانگرایی، برابری خواهی و نگاه عاری از تبعیض جنسیتی، پاسداری از محیط زیست، تمایل به تغییر، سازماندهی خود، دلبستگی خودانگیزه و زندگی در نقش خود، موفقیت طلبی در عرصه عمومی (خانواده) و خصوصی (فضای کاری)، استقلال، رسیدن به صلح درون و محافظه‌کاری از ارزش‌های الهام بخش کارآفرینان اجتماعی زن می‌باشد. همچنین یافته‌ها حاکی از آن است که تربیت و ارزش‌های خانوادگی و نیز الگوهای نقش ارزشگرا در فرایند ایجاد و شکل‌گیری نظام ارزشی زنان کارآفرینی اجتماعی موثر می‌باشند.

مطالعه فضای میانی سازمان‌های اجتماعی زنانه نشان می‌دهد ارزش‌ها و تمایلات قوی فرا اجتماعی و منطبق بر

منابع

- آراستی، زهرا؛ ملکی کرم آباد، محمد مهدی (۱۳۹۳). عوامل نهادی تأثیرگذار بر اجرای فعالیت‌های کارآفرینانه اجتماعی توسط زنان. *مطالعات اجتماعی روان‌شناختی زنان*. بهار ۱۳۹۳ شماره ۳۸ رتبه علمی-پژوهشی (وزارت علوم) / ISC ۲۲ صفحه - از ۹۷ تا ۱۱۸. https://jed.ut.ac.ir/article_28547.html
- آراستی، زهرا و فتحی، فریناز و قلی پور، آرین. (۱۳۹۰). ویژگی‌های شخصیتی موثر بر قصد کارآفرینانه اجتماعی در کارآفرینان. *نشریه اقتصاد و تجارت نوین*، سال هفتم شماره ۲ (پیاپی ۲۸، زمستان ۱۳۹۰ و بهار ۱۳۹۱). صفحات: ۱۵۳ تا ۱۷۳
- آراستی، زهرا و والی نژاد، محبوبه. (۱۳۹۰). نوع شناسی انگیزه‌های زنان کارآفرین ایرانی. *تحقیقات زنان* سال پنجم پاییز ۱۳۹۰ شماره ۳.

- احمدی، پ. و باباشاهی، ج. (۱۳۹۰). بررسی رابطه بین عوامل شخصیتی و کارآفرینی (پژوهشی پیرامون کارکنان شرکت داده ورزی سداد). *پژوهش‌های مدیریت منابع سازمانی*. (۳)، ۱-۲۲. SID. <https://sid.ir/paper/485827/fa>
- امینی، علیرضا، و حسینی ماچک پشته، سیده شیما. (۱۳۹۶). شناسایی ویژگی‌های هوش کارآفرینانه ی زنان کارآفرین: مطالعه ای کیفی با استفاده از تحلیل محتوای قراردادی. *توسعه کارآفرینی*. <https://www.sid.ir/paper/131224/fa>
- انصاری، منوچهر، احمدپورداریانی، محمود، & بهروزآذر، زهرا. (۱۳۸۹). ویژگی‌های فردی اثرگذار بر توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی در موسسه‌های خیریه‌ی استان تهران. *فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی*. (۲)، ۳-۶۴.

۷. بادزبان، فاطمه، رضایی مقدم، کوروش، و فاطمی، مهسا. (۱۳۹۹). تحلیل میزان تاب آوری زنان کارآفرین روستایی با بهره گیری از مقیاس کانر دیویدسون. سیاست نامه علم و فناوری، ۱۱(۱) (پیاپی ۳۰)، ۳۹-۵۰. <https://sid.ir/paper/364486/fa>
۸. بازرگان، دکتر سید علیرضا فیض بخش، & فریاد، علی دهقان پور. (۱۳۸۱). فرآیند تصمیم گیری شروع به کارآفرینی (مطالعه موردی کارآفرینان ایرانی). فصلنامه دانش مدیریت (منتشر نمی شود)، ۵۸(۰).
۹. بخشی، مهرداد، سخدری، کمال، و سجادی، سیدمجتبی. (۱۳۹۸). بررسی تأثیر ویژگی های کارآفرینان بر پیشرفت کسب و کارهای نوپا در ایران. راهبرد اجتماعی فرهنگی، ۸(۳۲)، ۵-۳۲. <https://sid.ir/paper/243631/fa>
۱۰. پاک خصال، اعظم، و سفیری، خدیجه. (۱۳۹۸). بررسی تأثیر ویژگی های فردی و اجتماعی زنان کارآفرین بر موفقیت در کارآفرینی. فرهنگی تربیتی زنان و خانواده، ۱۳(۴۶)، ۱۱۵-۱۵۳.
۱۱. حسینی، سیدکمال‌الدین و ایمانیان، مسعود، ۱۴۰۰، شرایط علی و راهبردهای شکل‌گیری عمل کارآفرینانه (مطالعه کیفی تجارب زیسته‌ی بنیان‌گذاران شرکت‌های دانش‌بنیان مشهد) <https://www.sid.ir/paper/262295/fa>
۱۲. دره، ایمان، & مرادی، محبوبه. (۱۳۹۲). بررسی ویژگی‌های روانی - اجتماعی مرتبط با رفتار کارآفرینی در زنان کارآفرین. فصلنامه روان‌شناسی تحلیلی شناختی، ۴(۱۶)، ۲۱-۳۲.
۱۳. رحیمیان، حمید، احمدپور داریانی، محمود، عباس‌پور، عباس & اعلامی، فرنوش. (۱۳۹۲). شناسایی عوامل علی اثرگذار بر شکل‌گیری رفتار کارآفرینان اجتماعی در ایران. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۱۶(۱). https://jed.ut.ac.ir/article_36256.html
۱۴. رستمی، فرحناز وگراوندی، شهپر وزرافشانی، کیومرث. (۱۳۹۰). پدیدارشناسی تجربیات دانشجویان در تاسیس کسب‌وکار (مطالعه موردی: دانشجویان پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه رازی کرمانشاه).
- فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۴(۴)، ۸۷-۱۰۵.
۱۵. رضایی، نسا و ارشادی، محمد جواد و باقری حسین آبادی، رضا، ۱۳۹۹، ارزیابی تأثیر عوامل فرهنگی و اجتماعی بر کارآفرینی زنان در خانه های کارآفرینی شهرداری تهران، <https://civilica.com/doc/1259917>
۱۶. زارع، بیژن و زارع، مرضیه، ۱۳۹۲، بررسی رابطه میزان سرمایه اجتماعی خانواده و ویژگی های کارآفرینانه در شخصیت افراد. <https://civilica.com/doc/683897>
۱۷. سایه وند، زهرا و شمس مورکانی، غلامرضا و اعلامی، فرنوش، ۱۳۹۷، شناسایی ویژگی‌های فردی موثر بر رفتار کارآفرینان آموزشی مستقر در تهران. <https://civilica.com/doc/1166514/>
۱۸. سراجق، مرجان، وثوقی، مریم، & حسینی، سید مجتبی. (۱۳۹۸). طراحی توسعه سبک زندگی اجتماعی از منظر کسب و کارهای نوپا. علوم اجتماعی، ۱۳(۲)، ۳۱-۵۰.
۱۹. سلمانی زاده، عباس، و انصاری، محمدتقی. (۱۳۸۸). ویژگی های روانشناختی کارآفرینان کشور. رفاه اجتماعی، ۹(۳۳)، ۱۶۷-۱۸۸.
۲۰. صادقی فسایی، سهیلا؛ خادمی، عاطفه. فراتحلیل چهار دهه پژوهش در حوزه اشتغال زنان، زن در فرهنگ و هنر تابستان ۱۳۹۴، دوره هفتم - شماره ۲ علمی-پژوهشی (وزارت علوم) (14) ISC صفحه - از ۲۴۳ تا ۲۵۶.
۲۱. عزیزی، خدیجه و حسین پور، مهدی و رضایی، بیژن، ۱۴۰۱، ارائه چارچوبی جهت طبقه بندی انگیزه های کارآفرینی براساس جهت و منبع انگیزه، <https://civilica.com/doc/1518203>
۲۲. فروغی، علیرضا و ایزی، جواد و حسن نژاد، مریم، ۱۳۹۲، بررسی ویژگی های کار آفرینانه مالکان واحدهای تولیدی در صنعت گاو شیری استان خراسان رضوی. <https://civilica.com/doc/664081>
۲۳. فیض، داوود، ۱۳۸۸، بررسی تأثیر جنسیت بر ویژگی های شخصیتی کارآفرینانه دانشجویان: بررسی دانشگاه سمنان، <https://civilica.com/doc/1305829>

۲۴. قمبرعلی، رضوان، زرافشانی، کیومرث، & علی بیگی، امیرحسین. (۱۳۸۸). بررسی سلسله مراتب نظام ارزشی کارآفرینان (مطالعه موردی: استان کرمانشاه). فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۲(۲)، ۱۱۳-۱۳۷.
۲۵. کرمانی، مهدی، مظلوم خراسانی، محمد، بهروان، حسین & ، نوغانی دخت بهمینی، محسن. (۱۳۹۴). توان‌مندسازی مبتنی بر کارآفرینی اجتماعی: ارائه یک نظریه زمینه‌ای (مطالعه موردی ستاد توان‌مندسازی زنان سرپرست خانوار شهرداری تهران). علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد، ۲(۱۲)، ۱۳۶-۱۰۷.
https://social.um.ac.ir/article_26424.html
۲۶. گلرد، پروانه و عسگری، الهه و حسینی، مریم و دهقان نجم آبادی، عامر، ۱۳۹۶، نقش شبکه های اجتماعی زنان کارآفرین بر انگیزش شغلی: نقش میانجی هوشیاری کارآفرینانه. <https://civilica.com/doc/1023570/>
۲۷. گلرد، پروانه. (۱۳۸۶). ویژگی ها، انگیزه ها و اهداف ترغیب کننده زنان ایرانی در توسعه کسب و کار. پژوهشنامه بازرگانی، ۱۱(۴۴)، ۲۶۷-۲۹۵. SID.
<https://sid.ir/paper/7522/fa>
۲۸. احمدی، سارا و رحیمی، فرج الله و ندف، مهدی و آرغا، توران، ۱۴۰۱، شناسایی و اولویت بندی ویژگی های شخصیتی زنان کارآفرین استان خوزستان با تکنیک تحلیل محتوای کیفی،
<https://civilica.com/doc/1487973>
۲۹. مقیمی اسفندآبادی، حسین، & معینی، سید رضا. (۱۳۹۸). واکاوی جامعه شناختی چالش های بیرونی خلق ارزش اجتماعی رهبران کارآفرینی اجتماعی با رویکرد عادت واره بوردیو. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرین. <https://jed.ut.ac.ir/article> 75475.html
۳۰. ولی زاده، ناصر و کریمی گوگری، حمید، ۱۳۹۷، تحلیل عوامل موثر بر نیت کارآفرینی اجتماعی در صندوق های اعتبارات خرد زنان روستایی و عشایری،
<https://civilica.com/doc/1283407>
۳۱. هندیجانی فرد، مرتضی، & حجازی، سیدرضا. (۱۳۹۷). شناسایی عوامل تأثیرگذار در قصد کارآفرینانه اجتماعی در بستر اسلامی. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۱۱(۳)، ۵۸۱-۶۰۰.
<https://jed.ut.ac.ir/article> ۶۹۷۷۱.html
۳۲. یادگار، نسیم، بازرگان، عباس، & فقیه، نظام الدین. (۱۳۹۰). فرایند شکل‌گیری ابتکارات کارآفرینانه‌ی اجتماعی: الگویی برگرفته از نظریه‌ی برخاسته از داده‌ها. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۴(۳)، ۷-۲۹.
۳۳. یادگار، نسیم، معماریانی، محمد مهدی & صدق آمیز، عبدالرضا. (۱۳۹۳). قصد کارآفرینانه اجتماعی: اثر متقابل نگرش کارآفرینانه اجتماعی، امنیت مالی و سرمایه اجتماعی. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی (۱) ۷.
۳۴. یزدانی، محمد؛ محمدی، حمید. (۱۳۸۸). عوامل موثر بر تفکر مدیریت و برنامه‌ریزی کارآفرینان زن روستایی شهرستان مرودشت. تغییرات اجتماعی - فرهنگی زمستان ۱۳۸۷، سال چهارم - شماره ۱۹.
۳۵. یوسف زاده، ایمان؛ عابدی، محمد رضا و نیلفروشان، پریسا. (۱۴۰۱). جهت‌گیری های روان شناختی و عملکردی افراد کارآفرین. منبع: مشاوره شغلی و سازمانی دوره ۱۴ پاییز ۱۴۰۱ شماره ۳ (پیاپی ۵۲).
۳۶. یونسی فر، سیدمحمد، و مشرف جوادی، محمدحسین. (۱۳۹۳). تاثیر ویژگی شخصیتی کارآفرینان بر بهره‌وری نیروی انسانی در بیمارستان شهید صدوقی یزد. مدیریت بهداشت و درمان (نظام سلامت)، ۵(۴) (پیاپی ۱۴)، ۵۵-۶۲.
<https://www.sid.ir/paper/232375/fa>
37. Abrutyn, S., & Lizardo, O. (Eds.). (2016). Handbook of contemporary sociological theory. Cham, Switzerland: Springer .Administration Review, 51(5), 393- 401.
38. Ashoka, 2020c. Marinalva Santana. Ashoka Fellow. Grupo Matizes [WWW Document]. Ashoka U. S. URL. <https://www.ashoka.org/de/fellow/marinalva-santana>.
39. Bagheri, F., Ghaderi, Z., Abdi, N., & Hall, C. M. (2022). Female entrepreneurship, creating shared value, and empowerment in tourism; the neutralizing effect of gender-based discrimination. Current Issues in Tourism, 1-18.
40. Borquist, B. R. (2020). The Context and Enactment of Faith-Based Social Entrepreneurship.



51. Sadrnabavi, F., & Daneshvar, H. (2022). Lived experiences of successful women entrepreneurs (SMEs) in Iran: a feminist phenomenological study. *Qualitative Research in Financial Markets*, (ahead-of-print).
52. Saebi, T., Foss, N. J., & Linder, S. (2019). Social entrepreneurship research: Past achievements and future promises. *Journal of Management*, 45(1), 70-95.
53. Salamzadeh, A., Arasti, Z., & Elyasi, G. M. (2017). Creation of ICT-based social start-ups in Iran: A multiple case study. *Journal of enterprising culture*, 25(01), 97-122.
54. Sarfaraz L and Faghih N (2011) Women's entrepreneurship in Iran: a GEM based-data evidence. *Journal of Global Entrepreneurship Research* 1(1): 45-57.
55. Schwartz, S. H., Cieciuch, J., Vecchione, M., Davidov, E., Fischer, R., Beierlein, C., . . . Konty, M. (2012). Refining the theory of basic individual values. *Journal of Personality and Social Psychology*, 103(4), 663-688. doi: 10.1037/a0029393.
56. Schwartz, S.H. (1992), "Universals in the content and structure of values: theoretical advances and empirical tests in 20 countries", in Zanna, M.P. (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology*, Academic Press, San Diego, CA, Vol. 25, pp. 1-65.
57. Schwartz, Shalom. "Are There Universals in the Content and Structure of Values?" *Journal of Social Issues* 50 (1994): 19-45.
58. Singh, A. (2016). The process of social value creation: A multiple-case study on social entrepreneurship in India. Springer
59. Taleban M R, Mobasheri M, Mehraeen M. Evaluation of Value Variation Process in Iran (53- 88). *JHS* 2010; 2 (3) :23-63. uRL: <http://jhs.modares.ac.ir/article-25-8792-fa.html>
60. Williams, Robin M. Jr. 1958. "Continuity and Change in Sociological Study," *American Sociological Review* 23: 619-633.
61. Wuthnow, Robert. *Sociological Forum*, Vol. 23, No. 2, June 2008 (2008).
41. Cherrier, H., Goswami, P., & Ray, S. (2018). Social entrepreneurship: Creating value in the context of institutional complexity. *Journal of Business Research*, 86, 245-258.
42. Choi, N., & Majumdar, S. (2014). Social entrepreneurship as an essentially contested concept: Opening a new avenue for systematic future research. *Journal of business venturing*, 29(3), 363-376. DOI: 10.1111/j.1573-7861.200800063.
43. Gaitho, N. (2022). CRITICAL ANALYSIS OF THE PREVAILING WORLDVIEWS AND VALUE SYSTEMS IN RELATION TO HOW THEY ARE SHAPED BY CULTURE AND IDENTITY. *European Journal of Social Sciences Studies*, 7(2).
44. Grandmother Project, 2020. Grandmother Project Change through Culture [WWW Document]. URL. <https://grandmotherproject.org/>.
45. Hernández Del Valle, K. P. (2021). The role of Personal Values in the Entrepreneurship Research. An analysis of new trends, decision making and success of entrepreneurs
46. Javadian, G. and Singh, R.P. (2012), "Examining successful Iranian women entrepreneurs: an exploratory study", *Gender in Management: An International Journal*, Vol. 27 No. 3, pp. 148-164.
47. Manikandan, M. E., & Sengottuvel, C. (2021). A Study of Social Entrepreneurship in India-Opportunities and Challenges. *Texas Journal of Engineering and Technology*, 1(1), 10-16.
48. Marsden, Peter V., and Joseph F. Swingle. 1994. "Conceptualizing and Measuring Culture in Surveys: Values, Strategies, and Symbols," *Poetics* 22: 269-289.
49. Nastaran Simarasl, *European Management Journal*, <https://doi.org/10.1016/j.emj.2022.07.003>.
50. Roots of Health, 2020b. Free Reproductive Health Services - on Wheels! [WWW Document]. URL. <https://rootsofhealth.org/contraceptives-pills-free-deliver-y-philippines/>.



ارائه الگو در خصوص کارآفرینی دانشگاه و ارتباط صنعت و دانشگاه

*سعید مظفری * محمود ابوالقاسمی * * غلامرضا شریفی‌راد
* گروه مدیریت آموزشی، واحد قم، دانشگاه آزاد اسلامی، قم، ایران mozafari.sd@gmail.com
* گروه مدیریت آموزشی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران mabolghaemi60@gmail.com
* گروه مدیریت آموزشی، واحد قم، دانشگاه آزاد اسلامی، قم، ایران dr.sharifirad@gmail.com

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۵/۲۶

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۱/۰۷

صص: ۳۹-۵۰

چکیده

مقاله حاضر با هدف ارائه الگویی برای توسعه کارآفرینی در دانشگاه و ارتباط بیشتر صنعت و دانشگاه انجام گرفت. این تحقیق از لحاظ هدف، کاربردی- توسعه‌ای و روش انجام آن آمیخته (کیفی- کمی) است. در این پژوهش، در بخش کیفی با پارادایم تفسیری و با روش داده‌بنیاد (گردد تئوری) است. از بین رهیافت‌های مختلف نظریه‌سازی داده بنیاد، بر اساس نیاز و روند پژوهش از رهیافت نظام‌مند اشتراوس و کوربین استفاده شد. در بخش کیفی مراحل کدگذاری به‌صورت سه مرحله انجام گرفت. سپس همه این عناوین در جدولی آورده شدند. در بخش کمی تعداد ۳۸۴ پرسشنامه بین نمونه آماری به‌صورت تصادفی خوشه‌ای، توزیع شد. برای تعیین روایی پرسشنامه در بخش کیفی از تکنیک بازبینی اعضا پژوهشگر نسخه کدها و مدل پژوهش در اختیار تعدادی از اساتید قرار گرفت و پایایی پرسشنامه با استفاده از روش آلفای کرونباخ، عدد ۰/۷۰، به دست آمد. نتایج حاصل به عوامل و شاخص‌های مربوط و توسعه کارآفرینی در دانشگاه مورد نظر سنجی قرار گرفت بدین منظور از روش معادلات ساختاری و نرم‌افزار SPSS و Smar و PLS جهت بررسی برازش مدل تحقیق با داده‌های جمع‌آوری شده استفاده شد. یافته‌های اصلی پژوهش عبارتند از: عوامل مدیریتی، امکانات و منابع انسانی به عنوان شرایط علی، عوامل زیرساختی، محیطی، انگیزشی و اطلاع رسانی به عنوان شرایط زمینه‌ای، عوامل سرمایه گذاری، فرهنگی و پشتیبانی به عنوان شرایط مداخله‌گر، عوامل رقابتی قوانین حمایتی، آموزش و پاداش و ارتقاء به عنوان راهکار و راهبرد و عوامل مهارتی، سبک تولید و دانش، تکنولوژی و نوآوری به عنوان پیامد در نظر گرفته شد.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی، دانشگاه، توسعه، منابع انسانی، مدیریت.

نوع مقاله: علمی

۱- مقدمه

ایجاد بسترهای مناسب در سازمان می‌تواند بر نوآوری و روندهای جدید کارآفرینی بیفزاید و باعث پرورش و تشویق کارکنان به فعالیت کارآفرینانه شوند [۱]. آموزش کارآفرینی اغلب مستلزم صرف هزینه و زمان زیادی است. چرا که دعوت از سخنرانان مهمان، همکاری با کسب و کار خصوصی و کارورزی وقت گیر بوده و این به تأمین انگیزه‌های مالی و غیرمالی مدرسین کارآفرینی با توجه به وقتی که صرف می‌کنند، نیاز دارد. دانشجویان در سطحی وسیع و با منابع با ارزشی جهت پیشبرد

امروزه موفقیت سازمان‌ها تا حد زیادی متکی بر نوآوری و کارآفرینی در کارها هست. هر سازمانی نیاز دارد که فعالیت‌های کارآفرینانه خود را ترویج دهد تا روحیه کارآفرینی در بین کارکنان خود ایجاد کند و در نهایت محیطی کارآفرینانه در سازمان ایجاد کند بنابراین این کار با استفاده از شناخت دقیق و تبیین فرایند و مفاهیم کارآفرینی است [۱۰]. در امر کارآفرینی نقش مدیران و رهبران هر سازمان اهمیت ویژه‌ای دارد؛ مدیران سازمان با

نویسنده عهده‌دار مکاتبات: محمود ابوالقاسمی mabolghaemi60@gmail.com

بیشتر دانشگاه‌ها از فقدان ساختار سازمانی خاصی برای طراحی و اجرای برنامه‌های آموزشی، پژوهشی و تبلیغی برای افزایش انگیزه و همچنین آگاهی نسبت به فعالیت‌های کارآفرینی رنج می‌برند. اکنون، رابطه خوبی بین دانشگاه و صنعت وجود ندارد [۱۹].^۴ به نظر می‌رسد ظرفیت کافی در دانشگاه‌ها وجود دارد و زمینه برای تحقیق فراهم شده است. علاوه بر این، عدم ارتباط با صنعت یک مشکل بزرگ است که باید بیشتر مورد توجه قرار گیرد. امروزه به نظر می‌رسد که صنعت برای جبران عقب‌ماندگی نیاز و ارتباط با دانشگاه را در اولویت کاری خود قرار داده است [۳۰].^۵ در همین راستا فوس و گیسون (۲۰۱۵) اشاره کرده‌اند که برای تأمین نیازهای اقتصادی در فضای رقابتی فزاینده، پویا و محیط دانش‌بنیان، جامعه به بخش آموزش عالی چالاک، متنوع و منعطف نیاز دارد. دانشگاه‌ها می‌توانند چالش‌های تأمین و دسترسی به منابع مالی و مقررات آموزشی و پژوهشی را با رهبری کارآفرینانه که بیش‌ترین فایده را برای جامعه به ارمغان می‌آورد، حل کنند.

از ماموریت‌های دانشگاه در؛ برنامه‌های سوم، چهارم، پنجم و ششم توسعه اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی کشور با توجه به موضوع کارآفرینی؛ تصویب طرح توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌های کشور انجام شده که به فعالیت‌هایی در سطح برخی از دانشگاه‌های کشور منجر شده است. هم‌زمان با سایر کشورهای آسیایی و آمریکایی؛ ایران هم بر اساس برنامه مذکور که با عنوان توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌های کشور از سال ۱۳۷۹ تدوین گردیده و تا سال ۱۴۰۰ را در نظر گرفته قصد کرده است که توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌های خود بپردازد. در این برنامه ورزات علوم تحقیقات و فن‌آوری در دانشگاه‌های کشور به‌منظور ایجاد بستر مناسب برای ترویج کارآفرینی پیگیری‌های لازم انجام شد و بخشنامه‌ای برای کلیه واحدهای دانشگاهی ابلاغ شد که نیاز به برگزاری دوره‌های آموزش کارآفرینی و ارائه واحدی درسی کارآفرینی برای دانشجویان الزامی است [۸].

فعالیت‌های کارآفرینی ارتباط دارند. مشارکت دانشجویان در اداره فعالیت‌های آموزش کارآفرینی علاوه بر آنکه به نوعی برنامه‌های کارآفرینی است بلکه این مشارکت موجب ایجاد و تقویت تعهد در دانشجویان نسبت به کارآفرینی می‌گردد. بیشتر دانشگاه‌ها برای آموزش کارآفرینی ارتباط گسترده‌ای با جامعه کسب و کار دارند [۳].

شدت نیاز به کارآفرینی در هر کشوری باعث رونق اقتصادی آن کشور می‌شود و خیلی از افراد به خوداشتغالی تمایل پیدا می‌کنند، کشورهای توسعه‌یافته هم از این قاعده مستثنی نیستند. در این میان نقش مهم دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی نقش بسیار مهمی در آموزش افرادی دارد که بتوانند به راحتی بعد از گذراندن تحصیل خود بر رونق اقتصادی جامعه کمک کنند [۲۵].^۱ آموزش فرایند کسب دانش، مهارت و تجربیات خاص توسط یک نفر که تأثیرگذار است. آموزش کارآفرینی به دنبال فراهم کردن مواردی همچون، دانش، مهارت و انگیزه برای تشویق موفقیت کارآفرینی در شرایط مختلف هست. آموزش کارآفرینی یک فرایند یادگیری مادام‌العمر است، که از اوایل دوره ابتدایی شروع می‌شود و پیشرفت می‌کند و تا دانشگاه انجام می‌شود. آموزش کارآفرینی برای آموزش افراد طراحی شده است و مهارت‌ها و دانش‌هایی که باید قبل از شروع یک تجارت جدید بدانند را یاد می‌گیرند [۲۸].^۲ بنابراین توجه به فعالیت‌های آموزشی در هر کشوری امری ضروری برای سرمایه‌گذاری است که هدف اصلی آن توسعه نیروی انسانی هست. ماموریت اصلی دانشگاه رشد آگاهی و توانایی بالقوه افراد هست. بنابراین آموزش اصولی می‌تواند مانع بیکاری افراد شود. حتی دانشجویانی که فارغ‌التحصیل دانشگاهی هستند علی‌رغم اینکه آموزش علمی زیادی را دیدند باز قادر به یافتن ایجاد شغل مناسب در جامعه نیستند. یکی از راهکارهای اصولی این است که افراد توانایی و نیاز به خوداشتغالی و کارآفرینی را در خود شکوفا کنند و برخی از دانشگاه‌ها با بسترسازی مناسب آموزش‌های لازم به دانشجویان برای خوداشتغالی و کارآفرینی را انجام داده‌اند [۲۹].^۳

4. Igbo & Zubairu
5. Walsh & Huang
6. Foss & Gibson

1 Nabi, Linan
2 Nwekeaku
3 Adejimiola Olufunmilayo



مرتبط با آموزش عالی باشند. عمدتاً پارک‌های علم و فناوری در دنیا در مسیر توسعه نسل‌های نوین سازمان علمی و با فلسفه پر کردن خلا ارتباطی میان بازار و لذا دستاوردهای علمی به وجود آمده‌اند می‌توانند به عنوان پیشران اقتصاد بسیاری از کشورها عمل کنند [۱].

ب) مرور پیشینه‌های پژوهشی: مقوله کارآفرینی جدا از دانشگاه نیست و کاملاً این دو مقوله لازمی یکدیگر می‌باشند. با توجه به مطالعات انجام‌شده در داخل و خارج برای کارآفرینی در دانشگاه، ایجاد یک برنامه‌ریزی بلندمدت و مشخص کردن اهداف دانشگاه با الگوی دانشگاه کارآفرین که نقشه راه و مسیر اصولی برای ایجاد کسب‌وکارهای مختلف برای دانشجویان هست لازم و ضروری است پژوهشگرانی در زمینه کارآفرینی در دانشگاه مطالعه داشته‌اند که می‌توان به کارولینا (۲۰۲۱)، اشاره کرد، کارولینا به این نتیجه رسیده است که دانشگاه‌ها قهرمانان نسل تغییرات هستند که به نفع جوامع خود فعالیت می‌کنند. در این پژوهش اشاره‌شده که کارآفرینان دانشگاهی نه تنها به تولید ثروت فکر می‌کنند بلکه تلاششان بر این است که به رفع نابرابری‌های اجتماعی هم کمک کنند. گازمن نوشته است که ادغام دانش و مهارت‌های شغلی دانشجویان را به ابزارهای کارآفرینی مجهز می‌کند. هوئزو-پونس و همکاران در اثر خود به این نکته رسیده‌اند که در آموزش کارآفرینی در دانشگاه باید به مؤلفه‌ها و شایستگی‌های عاطفی توجه ویژه‌ای شود. وانگ و همکاران عوامل مؤثر بر شکل‌گیری اکوسیستم کارآفرینی دانشگاهی را بررسی کرده‌اند، از دیدگاه آن‌ها فرهنگ، چشم‌انداز روشن و تعهدات بلندمدت و نوع رهبری دانشگاهی از جمله این عوامل هستند. از نظر پوگ و همکاران برنامه‌های آموزش کارآفرینی، اجرای پروژه‌های واقعی با رویکرد کسب‌وکار، مراکز رشد، برگزاری کنفرانس‌های جهانی از عوامل توسعه دانشگاه به سمت کارآفرینی بود. بیکس و همکاران با نظرسنجی از مدیران دانشگاهی و مراکز رشد نشان دادند که کسب‌وکارهای دانشجویی، فعالیت مراکز رشد، ارائه خدمات مشاوره‌ای، آموزش کارآفرینی با روش مربیگری، دفتر انتقال فناوری، مراکز نوآوری و همکاری با ذی‌نفعان بیرونی در توسعه دانشگاه کارآفرین مؤثر می‌باشند. با این وجود، با اتخاذ

در این پژوهش به ارائه الگویی برای توسعه کارآفرینی در دانشگاه پرداخته می‌شود. اجرای این الگو در سطح دانشگاه می‌تواند به فرایند تحقیق و توسعه کمک کند، منجر به انتقال فناوری از دانشگاه به صنعت و تجاری‌سازی تحقیقات شود و مهم‌تر اینکه زمینه‌ساز افزایش استقلال مالی دانشگاه از شهریه‌های دریافتی از دانشجویان گردد. البته برای دانشجویان این دانشگاه نیز می‌تواند خلاقیت، استعداد پروری و خوداشتغالی را به همراه داشته باشد.

۲- مروری بر مبانی نظری و پیشینه تحقیق

الف) کارآفرینی دانشگاهی: کارآفرینی دانشگاهی به‌عنوان پلی میان کارآفرینی و انتقال فناوری در یک محیط دانشگاهی در نظر گرفته می‌شود [۳۱]. حل مسائل علمی جامعه، دولت و بنگاه‌ها، ایجاد زمینه توسعه نوآوری در اعضای دانشگاه، عرضه نتایج تحقیقات دانشگاهی به بازار، تولید و عرضه فناوری جدید و نوآوری در گسترش مرزهای دانش بشری را کارآفرینی دانشگاهی می‌گویند [۳۲]. [۲۳] کارآفرینی دانشگاهی را پرداختن دانشگاه‌ها و اعضای هیئت‌علمی آن‌ها به فعالیت‌های تجاری مانند همکاری‌های دانشگاه و صنعت، سرمایه‌گذاری در شرکت‌های مبتنی بر دانشگاه، حمایت از شرکت‌های در مرحله رشد مبتنی بر دانشگاه، تأسیس شرکت‌های نوپا به کوشش دانشگاهیان، به کارگیری هم‌زمان اعضای هیئت علمی در دانشگاه و شرکت‌ها می‌داند. در یکی از جدیدترین تعریف‌ها، کارآفرینی دانشگاهی فرایندی در راستای افزایش ارزش اقتصادی دستاوردهای علمی، انتقال و کاربرد بین دانشگاه و کسب‌وکار دانسته شده است [۱۷]. پارک‌های علم و فناوری، عمدتاً افزایش نوآوری فناورانه، توسعه اقتصادی و اشتغالزایی متخصصین را دنبال می‌کنند. بسیاری از سیاستگذاران از این پارک‌ها به عنوان یک راهبرد اندیشمندانه برای توسعه ملی و منطقه‌ای نام می‌برند. پارک‌های علم و فناوری بایستی قادر به برقراری ارتباط مناسب بین دانشگاه‌ها، مراکز پژوهشی و کلیه مراکز

1. Grzybowska & Brzeziński
2. Åstebro
3. Lacetera
4. Hossinger

5. Karolina

عوامل و شاخص‌های مربوط و عملیاتی کردن کارآفرینی در دانشگاه مورد نظرسنجی قرار گرفت بدین منظور از روش معادلات ساختاری و نرم‌افزار SPSS و Smart PLS جهت بررسی برازش مدل تحقیق با داده‌های جمع‌آوری شده استفاده شد. یافته‌های اصلی پژوهش عبارتند از: عوامل مدیریتی، امکانات و منابع انسانی به عنوان شرایط علی، عوامل زیرساختی، محیطی، انگیزشی و اطلاع‌رسانی به عنوان شرایط زمینه‌ای، عوامل سرمایه‌گذاری، فرهنگی و پشتیبانی به عنوان شرایط مداخله‌گر، عوامل رقابتی قوانین حمایتی، آموزش و پاداش و ارتقاء به عنوان راهکار و راهبرد و عوامل مهارتی، سبک تولید و دانش، تکنولوژی و نوآوری به عنوان پیامد در نظر گرفته شد.

۴- یافته‌های پژوهش

در این قسمت با استفاده از عوامل شناسایی شده در مرحله کیفی، پرسشنامه‌ی محقق ساخته‌ای آماده شده و در اختیار جامعه آماری قرار گرفت. نتایج تحلیل آماری در دو بخش یافته‌های توصیفی مربوط به پاسخ‌دهندگان و یافته‌های استنباطی مربوط به نرم‌افزار پی‌ال‌اس ارائه گردیده است.

جدول ۱. توزیع فراوانی متغیرهای توصیفی نمونه‌های

پژوهش			ردیف
متغیر	مشخصات	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۲۳۷	۶۱/۷۲
	زن	۱۴۷	۳۸/۲۸
سن	۲۰-۲۹	۱۶۷	۴۳/۴۹
	۳۰-۳۹	۱۱۹	۳۰/۹۹
سمت	۴۰-۴۹	۶۱	۱۵/۸۸
	۵۰-۶۰	۲۳	۵/۹۹
عضو هیأت علمی	بالاتر از ۶۰	۱۴	۳/۶۵
	کارشناس در حوزه کارآفرینی	۴۷	۱۲/۲۴

چنین موضع‌گیری‌های منصفانه‌ای، عایدی دانشگاه از سرمایه‌گذاری اش در کارآفرینی دانشگاهی در معرض تردیدهای بازاری بیشتری در محیط تجاری‌سازی قرار می‌گیرد. به طور خلاصه، بازیگران درگیر در فرآیند کارآفرینی دانشگاهی در معرض سطوح گوناگونی از ریسک‌های اخلاقی، هزینه‌های معاملاتی و ریسک‌های بازاری می‌باشند. بر همین اساس، مکانیزم‌های نظارتی، ملاحظاتی مهم برای بازیگران اقتصادی با انگیزه‌های انتخاب شیوه اجرای فعالیت‌های مربوط به فرآیند کارآفرینی دانشگاهی می‌باشند [۲].

۳- روش‌شناسی

تحقیق حاضر باهدف ارائه الگویی برای توسعه و کارآفرینی در دانشگاه انجام گرفت. بخش کمی پژوهش از نوع توصیفی-پیمایشی است در این مرحله به‌وسیله پرسشنامه محقق ساخته به رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی و عملیاتی کردن آن در دانشگاه پرداخته شد. در این پژوهش جهت تعیین حجم نمونه از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای استفاده شد با توجه به تعداد دانشگاه‌های آزاد اسلامی محقق به صورت خوشه‌ای دانشگاه‌های مختلفی را انتخاب کرد همچنین با توجه به جدول مورگان که براساس حجم نمونه، حجم جامعه را مشخص می‌کند، تعداد ۳۸۴ نفر حجم نمونه را تشکیل می‌دادند و پرسشنامه ارسال گردید. جامعه پژوهش شامل مسئولین دانشگاه، مدیران کارآفرین، اساتید، مدیران پارک علم و فناوری، متخصصان در حوزه کارآفرینی، مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان، شرکت‌های خصوصی، مسئولین آموزش بازرگانی، ریاست پارک علم و فناوری، مدیرعامل شرکت رباتیک و دانشجویان کارآفرین بودند که پس از مصاحبه با ۱۸ نفر از آن‌ها و با اشباع نظری، مصاحبه‌ها متوقف شد. برای جمع‌آوری داده‌ها در بخش کیفی از مطالعه‌های پژوهش مرتبط و مصاحبه نیمه ساختاریافته با جامعه آماری استفاده شد. روش نمونه‌گیری هدفمند بود. در بخش کمی تعداد ۳۸۴ پرسشنامه بین نمونه آماری به‌صورت تصادفی خوشه‌ای، توزیع شد. برای تعیین روایی پرسشنامه در بخش کیفی از تکنیک بازبینی اعضا پژوهشگر نسخه کدها و مدل پژوهش را در اختیار تعدادی از اساتید قرار گرفت و پایایی پرسشنامه با استفاده از روش آلفای کرونباخ، عدد ۰/۷۰، به دست آمد. نتایج حاصل به

آموزش	۰/۷۴۵	۰/۸۳۹	۰/۵۶۹
ارتقاء	۰/۹۱۶	۰/۹۴۷	۰/۸۵۶
مهارت	۰/۷۴۰	۰/۸۵۶	۰/۶۷۰
تولید	۰/۷۸۹	۰/۸۶۳	۰/۶۱۲
تکنولوژی	۰/۷۵۹	۰/۸۱۳	۰/۵۹۳
نوآوری	۰/۷۴۳	۰/۸۵۵	۰/۶۶۷

همانطور که در جدول ۲ مشاهده می‌شود به منظور آزمون عوامل‌های پژوهش در معادلات ساختاری ابتدا باید کیفیت الگوی ساختاری به دست آمده مورد بررسی قرار گرفته و پس از اطمینان در خصوص مناسب بودن شاخص‌های مرتبط با برازش الگوی ساختاری، آزمون عوامل‌ها انجام شود. در خروجی نرم‌افزار اسمارت پی‌ال‌اس شاخص‌های بسیاری برای بررسی کیفیت الگوی ساختاری پژوهش وجود دارد اما معمولاً سه معیار پایایی، روایی همگرا و روایی واگرا بدین منظور بیشتر استفاده می‌شوند. به منظور بررسی پایایی، شاخص‌های پایایی ترکیبی، میانگین واریانس استخراج شده و بارهای عاملی مورد استفاده قرار می‌گیرد. چنانچه مقدار پایایی مرکب بزرگ‌تر از ۰/۷، میانگین واریانس استخراج شده بزرگ‌تر از ۰/۵ باشد، پایایی مدل‌های اندازه‌گیری مورد تأیید است.

جدول ۳. بررسی شاخص اعتبار اشتراک سازه‌ها

سازه	آماره	SSO	SSE	1-SSE/SSO
۱ امکانات	۱۱۵۲	۶۶۹/۴۱۴	۰/۴۱۹	
۲ مدیریت	۱۵۳۶	۱۰۸۳/۰۴۲	۰/۲۹۵	
۳ منابع انسانی	۱۵۳۶	۹۵۶/۶۶۰	۰/۳۷۷	
۴ سرمایه	۱۵۳۶	۹۶۵/۹۵۵	۰/۳۷۱	
۵ فرهنگ	۱۹۲۰	۱۰۷۰/۰۷۶	۰/۴۴۳	
۶ پشتیبانی	۱۱۵۲	۷۰۱/۴۹۵	۰/۳۹۱	
۷ زیر ساختی	۱۵۳۶	۱۱۲۰/۰۵۵	۰/۲۷۱	
۸ محیطی	۱۵۳۶	۸۲۸/۹۵۲	۰/۴۶۰	
۹ انگیزشی	۱۱۵۲	۶۷۳/۰۹۸	۰/۴۱۶	
۱۰ اطلاع رسانی	۱۵۳۶	۵۹۴/۵۳۷	۰/۶۱۳	
۱۱ رقابت	۱۵۳۶	۸۹۰/۹۵۵	۰/۴۲۰	
۱۲ قوانین	۱۱۵۲	۸۵۵/۲۹۱	۰/۳۵۸	
۱۳ آموزش	۱۵۳۶	۱۰۶۶/۸۲۶	۰/۳۰۵	
۱۴ ارتقاء	۱۱۵۲	۴۳۷/۱۵۱	۰/۶۲۱	
۱۵ مهارت	۱۱۵۲	۷۳۸/۹۱۸	۰/۳۵۹	

۱۰	دانشجو	۲۲۳	۵۸/۱
۱۱	کارآفرینان صنعت	۲۲	۵/۷۲
۱۲	مسئولین پارک علم و فناوری	۱۳	۳/۳۷
۱۳	مدیران دانش‌بنیان	۳۵	۹/۱۱
۱۴	فوق‌دیپلم	۳۶	۹/۳۷
۱۵	لیسانس	۱۵۴	۴۰/۱۰
۱۶	تحصیلات کارشناسی ارشد	۱۴۱	۳۶/۷۲
۱۷	دکتر	۵۳	۱۳/۸۱

جدول ۱ نشان می‌دهد بیشترین افراد نمونه در بخش کمی دارای جنسیت مرد (۶۱/۷۲ درصد)، در دامنه سنی ۲۰-۲۹ (۴۳/۴۹ درصد)، در بخش سمت؛ دانشجو (۵۸/۰۱ درصد) و در قسمت تحصیلات مقطع لیسانس با (۴۰/۱۰ درصد) بیشترین درصد را به خود اختصاص دادند.

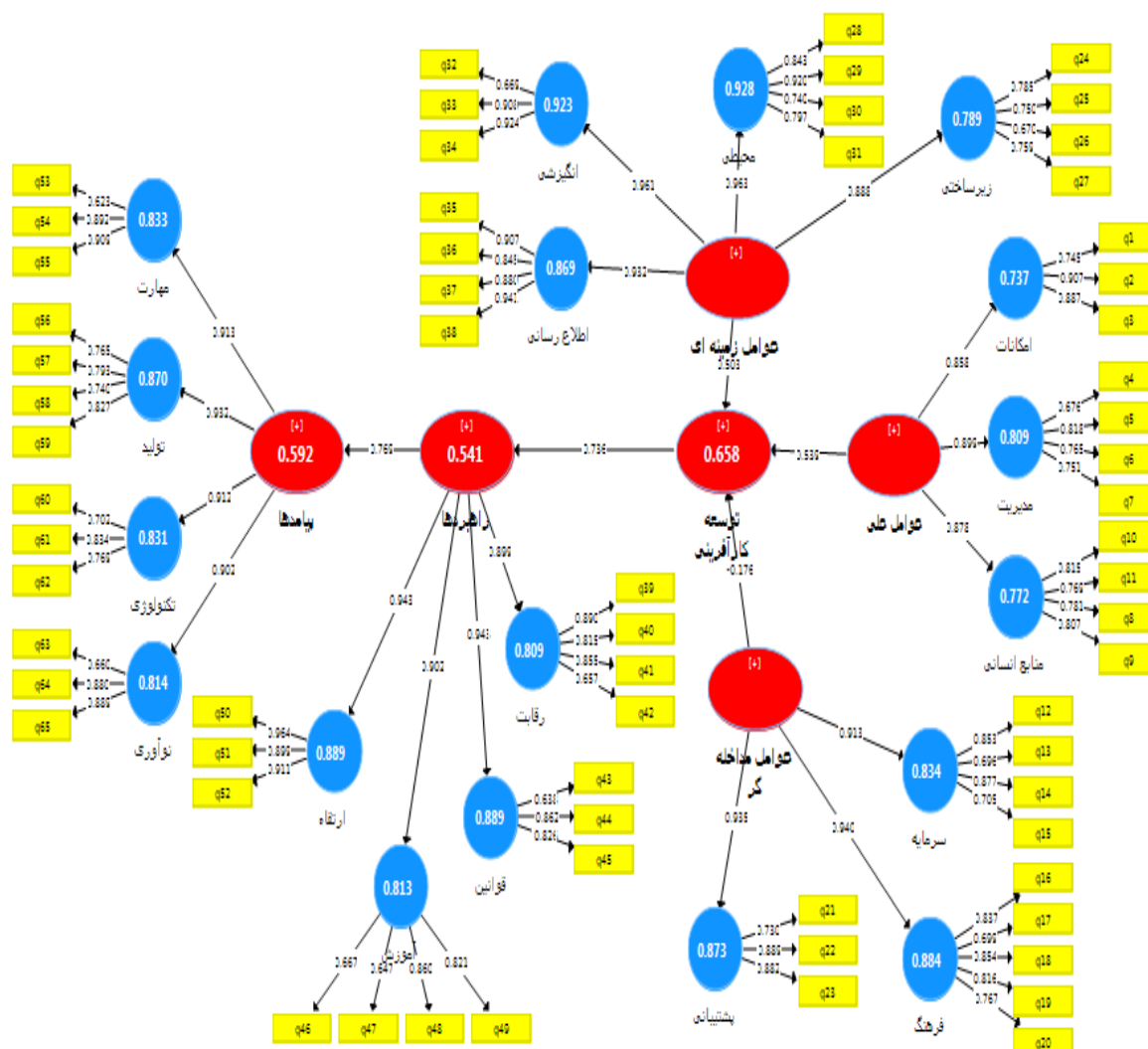
جدول ۲. شاخص‌های مرتبط با پایایی سازه‌ها

مقوله‌ها	میانگین واریانس استخراج شده	پایایی ترکیبی	آلفای کرونباخ
امکانات	۰/۷۲۱	۰/۸۸۵	۰/۸۰۲
مدیریت	۰/۵۶۹	۰/۸۴۰	۰/۷۴۵
منابع انسانی	۰/۶۲۹	۰/۸۷۲	۰/۸۰۴
سرمایه	۰/۶۱۹	۰/۸۶۶	۰/۷۹۲
فرهنگ	۰/۶۳۴	۰/۸۹۶	۰/۸۵۵
پشتیبانی	۰/۷۰۰	۰/۸۷۴	۰/۷۸۲
زیر ساختی	۰/۵۵۱	۰/۸۳۰	۰/۷۲۸
محیطی	۰/۶۸۵	۰/۸۹۶	۰/۸۴۵
انگیزشی	۰/۷۰۸	۰/۸۷۷	۰/۷۸۵
اطلاع رسانی	۰/۸۰۰	۰/۹۴۱	۰/۹۱۶
رقابت	۰/۶۵۵	۰/۸۸۲	۰/۸۱۹
قوانین	۰/۶۱۱	۰/۸۲۳	۰/۷۷۳

۱۶	تولید	۱۵۳۶	۹۹۱/۳۷۳	۰/۳۵۵
۱۷	تکنولوژی	۱۱۵۲	۸۹۶/۷۰۹	۰/۲۲۲
۱۸	نوآوری	۱۱۵۲	۷۵۰/۶۷۳	۰/۳۴۸

مقوله‌های اصلی و مجموع مجذور خطاهای پیش‌بینی برای هر بلوک متغیر مقوله‌های اصلی برای محاسبه این شاخص استفاده می‌شوند. نتایج مثبت این شاخص بیان‌گر کیفیت مناسب ابزارهای اندازه‌گیری می‌باشد. نتایج نشان می‌دهد که شاخص بررسی اعتبار اشتراک برای تمامی سازه‌ها مثبت است که این امر نشان‌دهنده کیفیت خوب و قابل قبول الگوی ساختاری پژوهش است.

همانطور که در جدول ۳ مشاهده می‌شود؛ در اسمارت پی‌ال‌اس برای بررسی کیفیت یا برازش مدل اندازه‌گیری است. مجموع مجذورات مشاهدات برای هر بلوک متغیر

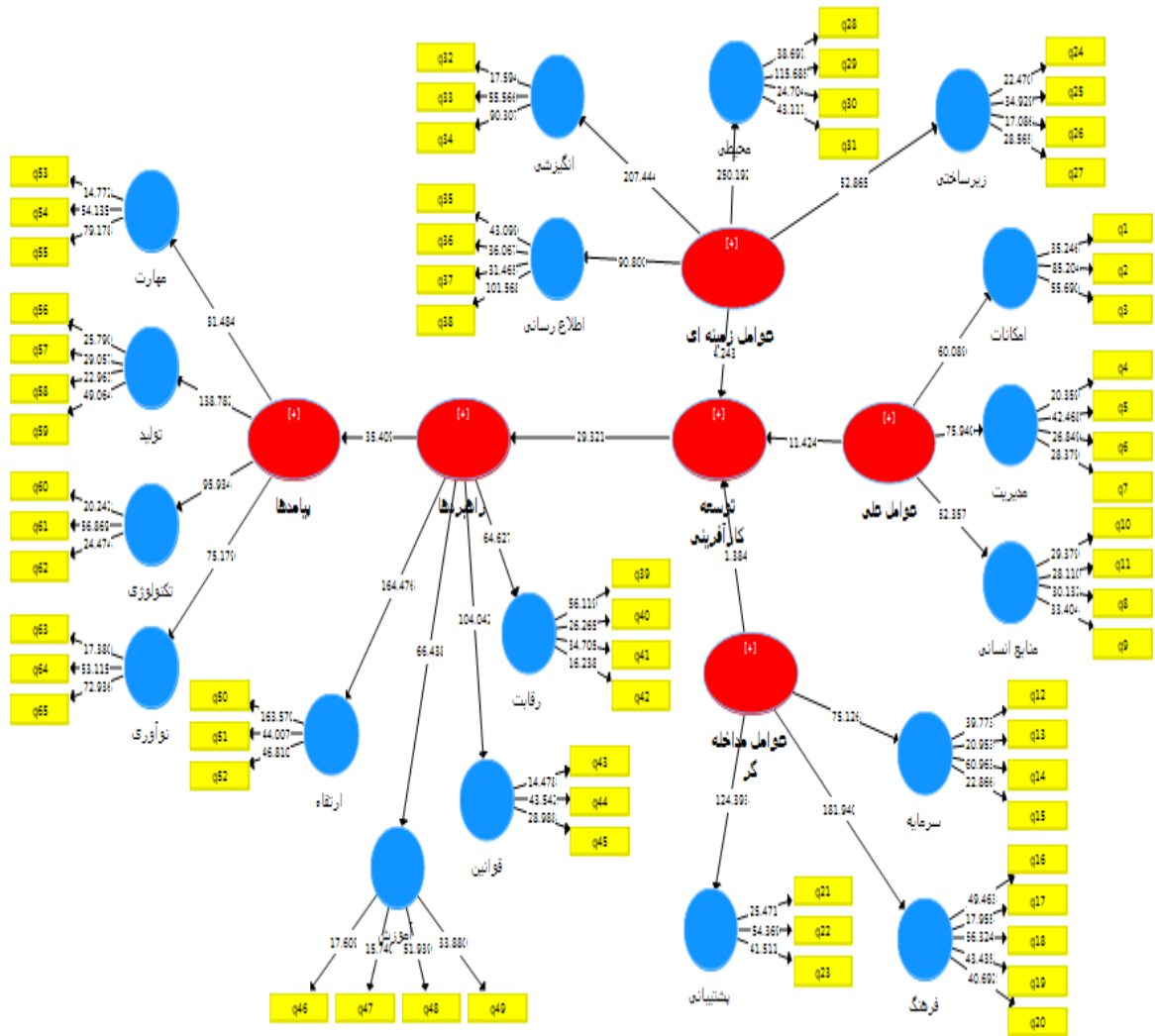


شکل ۱. مدل آزمون شده پژوهش در حالت تخمین استاندارد



(۰,۸۳۴) دارای نقش معناداری در تبیین عوامل مداخله‌گر بودند. در زمینه راهبردها هر چهار عامل به ترتیب مولفه‌های قوانین (۰,۸۸۹)، ارتقاء (۰,۸۸۹)، آموزش (۰,۸۱۳) و رقابت (۰,۸۰۹) بیشترین نقش را در تبیین راهبردها دارند. در نهایت زمینه پیامدها هر چهار مولفه تولید (۰,۸۷۰)، مهارت (۰,۸۳۳)، تکنولوژی (۰,۸۳۱) و نوآوری (۰,۸۱۴) دارای نقش معناداری در تبیین پیامدها بودند.

همانطور که در شکل ۱ مشاهده می‌شود در شرایط علی مولفه‌های مدیریت (۰,۸۰۹)، منابع انسانی (۰,۷۷۲) و امکانات (۰,۷۳۷) دارای نقش معناداری در تبیین شرایط علی بودند. در مورد پدیده زمینه‌ای مولفه‌های محیطی (۰,۹۲۸)، انگیزشی (۰,۹۲۳)، اطلاع‌رسانی (۰,۸۶۹) و زیرساختی (۰,۷۸۹) دارای نقش معناداری در تبیین عوامل زمینه‌ای بودند. در زمینه عوامل مداخله‌گر هر سه مقوله فرهنگی (۰,۸۸۴)، پشتیبانی (۰,۸۷۳) و سرمایه



شکل ۲. مدل آزمون شده پژوهش در حالت اعداد معنی‌داری

دانشگاه‌ها با مشارکت یک انجمن یک رقابت بین دانشجویی در زمینه طراحی، تولید و یا در هر زمینه‌ای انجام دهند.

یک دانشگاه زمانی می‌تواند کارایی و اثربخشی در حوزه کارآفرینی داشته باشد که شکل درستی از ساختار سازمانی را انتخاب کند. و افرادی که در این حوزه فعالیت می‌کنند بیشتر از قبل فعالیت داشته باشند. نیاز است که ساختار سنتی دانشگاه تغییر یافته و چارچوب‌های نوین در دانشگاه جایگزین شود. یکی از عوامل ترس و خطر در بین دانشجویان و فارغ‌التحصیلان خطر مالی و ترس ناشی از ناتوانی مدیریت مشاغل هست. علاوه بر این ضوابط و قوانین سازمان‌های مختلف از جمله بانک‌ها در زمینه نرخ سود بانکی، اسناد و شرایط لازم برای دریافت تسهیلات بانکی باعث عدم توسعه کارآفرینی شده است. کارآفرینی زمانی توسعه می‌یابد که سیاست دولت باشد که شامل، دانشگاه، شرکت‌ها، سیاست‌های آموزشی، نوآوری و بهره‌وری است.

تغییر رویکرد دانشجویان و دانش‌آموختگان از کارجویی به کارآفرینی به سبب درک این مطلب می‌باشد که در دنیای امروز دانش‌آموخته‌ای نسبت به سایرین دارای مزیت رقابتی است که پا را از حوزه دانش و محفوظات خود فراتر گذاشته و در حل مسائل علمی آن محدوده‌ی تخصصی، مهارت داشته و موفق عمل می‌کند. آموزش عالی با تکیه بر رسالت خود که آموزش و پژوهش هست مسیرهایی برای کاربردی نمودن و بهره‌برداری از قابلیت‌های ایجاد شده در دانش‌آموختگان را هموار ساخته و باعث توسعه و شکوفایی کارآفرینی در جامعه گردد. باور دانشجویان درباره توانایی و ظرفیت خود برای انجام یک فعالیت خاص هست. خودباوری کارآفرینانه باور دانشجویان را در مورد توانایی‌های خود برای موفقیت در سرمایه‌گذاری و راه‌اندازی یک کسب‌وکار کارآفرینانه را نشان می‌دهد.

دانشگاه‌ها برای برون‌رفت از معضل اقتصادی نیاز به تولید ثروت دارند. دانشگاه‌های کشور به‌عنوان کانون تفکر و دانش با پرورش دانشجویان خلاق و کارآفرین و با ارتقای فرهنگ کارآفرینی و نهادینه کردن آن در راستای کمک به تولید ثروت و رفاه و اشتغال‌زایی فعالیت و تلاش لازم را انجام می‌دهد. یکی از مکانیسم‌های مهم در دو دهه اخیر به‌منظور پرورش سازمان‌های کوچک و کمک به رشد کارآفرینی در کشورهای توسعه‌یافته به کار گرفته می‌شود،

بر اساس شکل ۲ یافته‌ها نشان داد که شرایط علی به طور مستقیم دارای اثر مثبت و معناداری با پدیده محوری (۱۱/۴۲۴) داشته است. همچنین عوامل زمینه‌ای به طور مستقیم دارای اثر مثبت و معناداری با توسعه کارآفرینی (۲/۲۴۳) داشته است. در بخش دیگر پدیده محوری به طور مستقیم دارای ارتباط مثبت و معناداری با راهبردها (۲۹/۳۲۱) داشته است. در بخش بعدی راهبرد به طور مستقیم دارای ارتباط مثبت و معناداری با پیامدها (۳۵/۴۰۵) داشته است. همچنین عوامل مداخله‌گر به طور مستقیم دارای ارتباط مثبت و معنادار با پدیده محوری (۱/۳۸۴) نداشته است.

۵- بحث و نتیجه‌گیری

کارآفرینی به‌عنوان یک استراتژی مؤثر و یک نقطه عطف در توسعه چندجانبه کشورها در نظر گرفته شده است. آماده‌سازی زمینه‌های توسعه کارآفرینی مستلزم ارائه آموزش‌ها و مهارت‌های کارآفرینی از یک سو، درک رفع موانع و چالش‌های آن و ایجاد زمینه‌های مناسب برای توسعه تجارت کارآفرینی ضروری است. دانشگاه‌ها از اواخر قرن بیستم با معرفی «مأموریت سوم» که برای کمک به توسعه فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی از طریق فعالیت‌های انتقال در زمینه دانش و فناوری نقش خود را گسترش داده است. همچنین کارآفرینی را به‌عنوان یکی از عوامل شایستگی کلیدی برای دانشجویان به رسمیت شناخته شده است تا توسعه فردی و توسعه اجتماعی را ارتقاء ببخشد، ورود آسان به بازار کار و ایجاد سرمایه‌گذاری‌های جدید یا مقیاس بندی سرمایه‌گذاری موجود را به رسمیت بشمارد. حمایت دانشگاه از ابعادی همچون؛ اهداف کارآفرینی، خودکارآمدی و استقلال محوری باعث می‌شود که دانشگاه‌ها به سمت وسوی پرورش دانشجویان خلاق و کارآفرین کشیده شوند.

یکی از شیوه‌های انتقال آسان جمعیت دانش‌آموختگان به بازار کار آموزش کارآفرینی هست. افزایش آموزش‌های درست و اصولی می‌تواند بیکاری فارغ‌التحصیلان را کاهش دهد. آموزش کارآفرینی زمینه‌ای برای ارتقای اشتغال جوانان هست. برگزاری کلاس‌های تجربی و اختصاصی که در آن دانشجویان از عناصر تفکر طراحی و نمونه‌سازی سریع استفاده می‌کنند. این دوره‌ها توسط متخصصان صنعت می‌تواند تدریس شود تا باعث جذب دانشجو و عملیاتی کردن هر چه بیشتر کارآفرینی گردد. همچنین



توسعه کارآفرینی در دانشگاه نیازمند آموزش مهارت‌هایی فارغ از دانش تئوری کلاس درس، مهارت‌های نسبی، ظرفیت‌های سازمانی، حل مسئله و کار تیمی هست که موجب تقویت شخصیت دانشجویان می‌شود.

پژوهشگر با توجه به پژوهشی که انجام داده است معتقد است که تفکر کارآفرینی و گرایش به مهارت آموزی و ایجاد انگیزه به فعالیت‌های عملی در کنار محتوای آموزشی از مقاطع تحصیلی پایین تا پایان دوران تحصیلی در مدارس به فراخور سن و محتواهای آموزشی انجام شود و دانش آموزان با فنون کسب و کار و کارآفرینی آشنا شده و زمانی که دانش آموز به دانشگاه راه پیدا کنند با انگیزه کافی و با هدف از قبل تعیین شده در رشته مورد علاقه خود قدم می‌گذارد هرچه این هماهنگی بین آموزش و پرورش، دانشگاه و صنعت بیشتر باشد مسلماً اتفاق‌های بهتری در نظام‌های آموزشی بخصوص دانشگاه خواهد افتاد.

مطلب دیگری که می‌توان به آن اشاره کرد این است که به نظر می‌رسد پیش از همه باید انتظارات، اهداف و سیاست‌های دانشگاه را در تربیت کارآفرین مشخص نمود تا بتوان به یک استراتژی منسجم جهت تربیت نیروی انسانی کارآفرین دست یافت. در اصل در دانشگاه باید خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی و ضرورت رشد و شکوفایی آن به مثابه یک ضرورت تلقی شود تا بتوان فعالیت‌ها و برنامه‌های دانشگاه را به آن همسو و هماهنگ نمود. همچنین بایستی به آموزش اصول، روش‌ها و فنون کارآفرینی به‌منزله یکی از جنبه‌های اصلی فناوری به‌طور بایسته و شایسته توجه شود

در ادامه به برخی پیشنهادات تسهیل‌کننده توسعه کارآفرینی در دانشگاه اشاره می‌شود:

- برای ایجاد ابتکار کارآفرینی در سطح دانشگاه نیاز به تحقیقات بین‌رشته‌ای، برنامه درسی و تحصیلی، تعامل صنعت و دانشگاه در زمینه کارآفرینی است.

- پیشنهاد می‌شود تقویت دید کارآفرینانه در بین تمامی افراد دانشگاه به‌طوری‌که آن را به‌عنوان یکی از ارزش‌های بنیادی سازمان در نظر گرفته و ایده‌های خود را در راستای آن شکل دهند افزایش یابد.

- پیشنهاد می‌شود تشکلهای کارگروه تخصصی در دانشگاه و برنامه‌ریزی دانشگاه‌ها بر اساس نیاز جهت

پیاده‌سازی مراکز رشد می‌باشد. این مراکز باهدف تأمین فضای استقرار، تسهیلات و خدمات حمایت در جهت کیفیت کسب‌وکارهای شرکت‌های نوپا و در نتیجه موفقیت شرکت‌های مزبور، برنامه‌ریزی و اقدام می‌نماید.

شرکت‌ها و کارفرمایان دیدگاه‌شان نسبت به دانشجویان تغییر کرده است، شرکت‌ها و سازمان‌ها به دانش‌آموختگانی نیاز دارند که به دانش و مهارت کافی اقدامات کارآفرینانه‌ای را انجام داده و نگرش نوگرایانه داشته باشد. بسیاری از دانشگاه‌ها پارک‌های علمی خود را ایجاد کرده‌اند تا ایجاد استارت آپ‌های مبتنی بر فناوری‌های دانشگاهی را ایجاد کنند. با توجه به ادبیات کارآفرینی دانشگاهی، اثربخشی ایده‌های جدید و تبدیل آن‌ها به ارزش اقتصادی به شرایط خاص فردی، سازمانی و محیطی بستگی دارد. از این نظر شناسایی و ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی چالش‌های قوی برای ارائه ارزش‌های جدید در جامعه ایجاد کرده است. کشور ایران از لحاظ دارا بودن نیروی انسانی جوان، جایگاه ویژه‌ای در جهان دارد که این سرمایه بزرگ می‌تواند پشتوانه‌ای مطمئن برای توسعه کشور به شمار رود، به‌شرطی که امکان استفاده کامل از استعداد و قابلیت‌های آنان وجود داشته باشد. به عبارت بهتر جوانان ایران از شرایط و امکانات لازم برخوردار باشند تا بتوانند آن‌گونه که شایسته است قابلیت و توانایی‌های خود را در اختیار کشور خود قرار دهند.

آموزش کارآفرینی یک دوره و سخنرانی است که حاوی برنامه درسی است که توانایی‌های کارآفرینی، تخصص و درک حرفه‌های کارآفرینی را ارائه می‌دهد، با این روش دانشجویان علاقه‌مند می‌شود که با دانش صحیح کارآفرین شوند. دانشجویان در آموزش کارآفرینی مطالب مختلفی یاد می‌گیرند. بنابراین دانشگاه‌ها می‌توانند برای الگوی گیری دانشجویان یک شخصیت کارآفرین موفق را پیش روی دانشجویان قرار دهند. افزایش تعداد فارغ‌التحصیلان کارآفرین و خلاق برای موفقیت آتی کشور لازم است. بنابراین دانشگاه‌ها و سایر مؤسسات آموزشی باید با شیوه‌های مناسب، دانشجویان را در محیط‌هایی قرار دهند که موجب رشد و پرورش ذهنیت کارآفرینانه در آن‌ها شود. ساختار کارآفرینانه در دانشگاه‌ها نیاز به وضع قوانین ثبت اختراع و مشخص بودن حقوق مالکیت معنوی نوآوری برای توسعه کارآفرینی در دانشگاه هست. برای

که در آن دانشجویان از عناصر تفکر طراحی و نمونه‌سازی سریع استفاده می‌کنند. این دوره‌ها توسط متخصصان صنعت می‌تواند تدریس شود تا باعث جذب دانشجو و کارآفرینی گردد. همچنین دانشگاه‌ها با مشارکت یک انجمن یک رقابت بین دانشجویی در زمینه طراحی، تولید و یا در هر زمینه‌ای انجام دهند.

- نهایتاً اینکه زمانی می‌توان ایده‌های دانشجویان را علمی کرد که دانشگاه شناخت کامل از محیط بیرونی (فضای کسب‌وکار سازمان‌ها و صنایع) داشته باشد اینکه کدام ارگان و سازمانی می‌تواند در این زمینه با دانشگاه همکاری لازم را ایفا کند.

پاسخگویی به نیازهای صنعت بیرون از دانشگاه ایجاد شود.

- پیشنهاد می‌شود با راه‌اندازی صندوق سرمایه‌گذاری در جهت کمک به شرکت‌های تازه تأسیس از طرف دانشجویان و تأمین منابع مالی انجام گیرد.

- پیشنهاد می‌شود ارگان‌های مختلف مثل پارک علم و فناوری، شرکت‌های دانش‌بنیان، شرکت‌های صنعتی، بخش دولتی و همچنین بازار آزاد به دانشجویان مستعد دانشگاه‌های آزاد اسلامی توجه داشته باشند.

- یکی از شیوه‌های جدید برای جذب دانشجویان به کارآفرینی برگزاری کلاس‌های تجربی و اختصاصی است

منابع

۱. سعیدی، یاسین، و رجایی، رسول (۱۳۹۹). تبیین جایگاه راهبردی پارک فناوری پردیس در توسعه اقتصاد دانش بنیان کشور. فصلنامه صنعت و دانشگاه، ۷۵، ۴۲-۹۲.
۲. نادری، نادر، و پژوهان، ایوب (۱۳۹۷). کارآفرینی دانشگاهی: طراحی و تدوین یک مدل گام به گام. فصلنامه صنعت و دانشگاه، ۴۰، ۳۱-۵۲.
۳. عزیزی، محمد، و عزیزی، اکرم (۱۳۹۵). نسل سوم دانشگاهی: تجربه‌های موفق دانشگاه‌های برتر در آموزش کارآفرینی با اتکا به منابع صنعت. فصلنامه صنعت و دانشگاه، ۳۲، ۱-۱۳.
۴. امیرپور، فرناز؛ کاوسی، اسماعیل؛ معظمی، مجتبی (۱۴۰۰). عوامل موثر در توسعه دانشگاه کارآفرین در دانشگاه آزاد اسلامی. مدیریت کسب و کار، ۱۳(۱)، ۵۰۷-۴۹۰.
۵. جباری، فهیمه؛ عزیزی، محمد؛ صالحی، محمدجواد؛ نوزنی، بهرام (۱۳۹۹). کارآفرینی دانشگاهی بین‌المللی: سنجش شاخص‌ها. آموزش عالی ایران، ۱۲(۲)، ۱۷۰-۱۴۵.
۶. شائمی برزکی، علی و محمدی، مهناز (۱۳۹۳). بررسی تأثیر رهبری تحول‌گرا بر بهره‌وری نیروی انسانی با نقش میانجی کارآفرینی سازمانی. پژوهشنامه مدیریت تحول، ۶(۱۲)، ۱-۲۸.
۷. صفریان ناوخی، معصومه (۱۳۹۸). طراحی و ارزیابی تناسب الگویی برای دانشگاه کارآفرین (مطالعه موردی: دانشگاه پیام نور). رساله دکتری. دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی دانشگاه محقق اردبیلی.
۸. مرادی پردنجانی، حجت‌الله و جعفری، پریش (۱۳۹۲). ارزیابی اثربخشی برنامه درسی کارآفرینی دانشگاه آزاد اسلامی. مطالعات برنامه درسی آموزشی عالی، ۴(۷)، ۱۶۱-۱۳۹.
۹. مرجانی، هادی (۱۳۹۸). دانشگاه کارآفرین و کارآفرینی دانشگاهی؛ بررسی مسائل و الزامات زیرساختی. تهران: مؤسسه پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش عالی.
۱۰. پور حسن، س. & شیخعلی زاده هریس، م. (۱۳۹۴). تأثیر سبک‌های رهبری بر کارآفرینی سازمانی در اداره کل تربیت‌بدنی استان تهران. مطالعات مدیریت ورزشی، دوره ۷، شماره ۲۸، صفحه ۲۳۱-۲۱۹.
11. Blenker P.; P. Dreisler & J. Kjeldsen (2006). Entrepreneurship Education—the New Challenge Facing the Universities, A Framework or Understanding and Development of Entrepreneurial University Communities. Working Paper, Department of Management, Aarhus School of Business and University of Aarhus, Denmark.
12. Bronstein, J., & Reihlen, M (2012). Entrepreneurial university Archetypes: A meta synthesis of case study literature. Journal of Industry and Higher Education, 18(2), 192-211.
13. Davey T, Hannon P, Penaluna A. Entrepreneurship education and the role of universities in entrepreneurship. Journal of Industry and Higher Education. 30(3), 171-182.



- entrepreneurship. *Journal of Foundations and Trends in Entrepreneurship*.14(6), 555-681.
25. Nabi, G., & Linan, F (2011). Graduate entrepreneurship in the developing world: intentions, education and development. *Journal of Education and Training*. 53(5), 325 – 334.
26. Nowiński, W., Haddoud, M. Y., Lančarič, D., Egerová, D., & Czeglédi, C (2019). The impact of entrepreneurship education, entrepreneurial self-efficacy and gender on entrepreneurial intentions of university students in the Visegrad countries. *Journal of Studies in Higher Education*. 44(2), 361-379.
27. Pugh, R., Lamineb, W., Jackd, S & Hamiltond, E. (2018). The entrepreneurial university and the region: what role for entrepreneurship departments? *Journal of European Planning Studies*, 26(9), 1835-1855.
28. Nwekeaku, C. Entrepreneurship education and challenges to Nigerian universities. *Journal of education and practice*, 2013, 4(3), 51-56.
29. Adejimola S, Olufunmilayo T.O. Spinning off an entrepreneurship culture among Nigerian university students: prospects and challenges. *Afr. J. Bus. Manage*, 2009, 3(1), 80-88.
30. Walsh, J. P., Huang, H. Local Context Academiv Entrepreneurship and open Science Publication Secrecy and Commercial Activity among Japanese and US Scirtists. *Reserche Policy*, 2014, 43(2), 245-260.
31. Czemieli-Grzybowska, W., & Brzeziński, S. (2015). Selected barriers management of commercialization in the international university research. *Polish journal of management studies*, 12(2), 59-68.
32. Astebro, T., & Bazzazian, N. (2012). Universities, entrepreneurship and local economic development. *Handbook of Research on Entrepreneurship and Regional Development: National and Regional Perspectives*, 252-333.
14. Feola, R, Parente, R, Cucino, V (2020). The Entrepreneurial University: How to Develop the Entrepreneurial Orientation of Academia. *Journal of the Knowledge Economy*.1-22.
15. Foss, L, Gibson, D, V (2015). The Entrepreneurial University Context and Institutional Change. Routledge.
16. Guzmán, J, N (2021). Development of Entrepreneurship in Universities. *International Journal of E-Entrepreneurship and Innovation*. 11(2),32-48.
17. Hossinger, S. M., Chen, X., & Werner, A (2020). Drivers, barriers and success factors of academic spin-offs: a systematic literature review. *Journal of Management Review Quarterly*. 1-38
18. Huezco-Ponce, L, Fernández-Pérez, V, Rodríguez-Ariza, L (2021). Emotional competencies and entrepreneurship: modeling universities. *International Entrepreneurship and Management Journal*. 17(2),1497-1519.
19. Igbo, L, Zubairu, U (2021). Effectiveness of Entrepreneurship Education in Universities. *Journal of Business and Behavioural Entrepreneurship*. 5(1),42-59.
20. Karolina, M (2021). The University Entrepreneurship. <https://www.researchgate.net/publication/353567377>.
21. Klein, S, B, Pereira, F, C, M (2020). Entrepreneurial university: conceptions and evolution of theoretical models. *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*. 14(4),20-35.
22. Lahikainen, K (2021). The emergence of a university-based entrepreneurship ecosystem. Thesis for: Doctor of Science (Economics and Business Administration. <https://www.researchgate.net/publication/352822947>
23. Lacetera, N (2006). Multiple missions and academic entrepreneurship. *Allied Social Science Associations. AEA Conference Papers*. Boston, 52 pp.
24. Malerba, F., & McKelvey, M (2019). Knowledge-intensive innovative



دستاوردها و چالش‌های توانمندسازی زنان در شرکت‌های دانش‌بنیان

*لیلا فلاحتی

* دانشیار گروه مطالعات زنان، موسسه مطالعات فرهنگی و اجتماعی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، تهران، ایران falahati@iscs.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۴/۳۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۶/۱۳

صص: ۵۱-۶۶

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی دستاوردها و چالش‌های توانمندسازی زنان در شرکت‌های دانش‌بنیان انجام شد. در این پژوهش فرصت‌ها و چالش‌های زنان دانش‌آموخته در شرکت‌های دانش‌بنیان بر اساس تحلیل بیست مصاحبه با فعالین این حوزه مورد بحث قرار گرفت. جهت کسب انشرف نسبی به منظور طراحی سؤالات و مقوله‌بندی محتوای اسناد و مصاحبه‌ها، ادبیات تجربی مرتبط با موضوع مطالعه و بررسی قرار گرفت. بر مبنای نتایج در حوزه انگیزه پاسخ‌دهندگان برای شروع کسب و کار خود، سه دلیل میل به ایجاد تعادل میان کار و زندگی، میل به کسب درآمد بیشتر، میل به توسعه مهارت‌های کسب و کار را برشمردند. در زمینه عاملیت و عوامل موثر بر کارآفرینی زنان در محیط دانش‌بنیان ویژگی‌ها و رفتارهای کارآفرینانه مانند میل به نتیجه، ریسک‌پذیری و خودباوری مورد سنجش قرار گرفته است. در بخش عوامل سازمانی و محیطی، ظرفیت‌های سازمانی شامل اعتماد، امکان دسترسی به منابع و اطلاعات، توان شبکه‌سازی، قدرت جذب منابع، دانش مالی و استفاده از تکنولوژی و داشتن الگو تاثیرگذار بودند. در زمینه چالش‌ها عوامل فردی (کمبود جسارت، احساسات زیاد، پایین بودن سطح معلومات تخصصی و فنی مرتبط با کار و کند بودن زنان)، عوامل اجتماعی-فرهنگی (تبعیض، کلیشه‌های جنسیتی رایج، باورهای مذهبی جامعه و عدم آگاهی و جامعه‌پذیری صحیح) و عوامل اقتصادی (تبعیض در استخدام و پرداخت دستمزد، نگاه منفی مشتریان و نهادهای مالی و پیش‌داوری‌ها) مانعی برای حضور موثر زنان در شرکت‌های دانش‌بنیان عنوان شد.

واژه‌های کلیدی: زنان، توانمندسازی، مشارکت اقتصادی، شرکت‌های دانش‌بنیان، فرصت‌ها، چالش‌ها.

نوع مقاله: علمی

۱- مقدمه

آکادمیک در حال تغییر است تا نیازهای اقتصاد دانش جهانی را برآورده کند. مشخصه این فرآیند تغییر، ظهور گفتمان‌های غالب مبتنی بر رقابت، مسئولیت‌پذیری و تعالی است [۲۷]. به عبارتی امروزه با تغییر الگوی اقتصاد مبتنی بر تولید انبوه به اقتصاد دانش‌بنیان، تولید سرمایه به کمک دانش به منزله مزیتی رقابتی و ایفای نقش در توسعه همه‌جانبه به وضوح مشاهده می‌شود. تغییر این رویکرد در دیگر عوامل از جمله فناوری، خدمات، صنعت و کارکرد آن‌ها سبب تغییراتی بنیادین می‌شود. همین مسئله اصطلاحات و فرایندهایی را با عنوان اقتصاد دانش‌محور و به تعبیر دیگر، اقتصاد دانش‌بنیان در جهان کنونی مطرح کرده است؛ بنابراین، پیرو اهمیت یافتن

در طول دوپست سال گذشته تحولات فراوانی در منابع اقتصادی و عوامل تولید رخ داده، از جمله اینکه اقتصاد، اطلاعات و دانش، جایگزین سرمایه فیزیکی و انرژی شدند. از نظر بسیاری از اقتصاددانان این جایگزینی، آغازگر انقلاب سوم صنعتی بود که در فراگشت آن فناوری اطلاعات و دانش، جایگزین منابع اصلی تولید شدند. با اهمیت یافتن دانش و محوریت یافتن محصولات دانش‌بنیان در توسعه اقتصادی کشورها، دانش به عنوان محصولی جدید با خصیصه‌هایی متفاوت از دیگر کالاها منجر به اقتصاد جدیدی تحت عنوان اقتصاد دانش‌بنیان شد [۷ و ۲۸]. بر همین اساس در سراسر جهان، کار

نویسنده عهده‌دار مکاتبات: لیلا فلاحتی Falahati@iscs.ac.ir



قوانین موجود و میزان در دسترس بودن امکانات حمایتی همچنان نقش مهمی در انتخاب رشته‌های تحصیلی و مسیرهای شغلی ایفا می‌کنند [۳۶].

مطالعات پیشین بر نقش تفاوت‌های جنسیتی در ترجیحات، ملاحظات تعادل کار و زندگی و هنجارهای هویت جنسیتی در شکل‌دهی به روندهای جنسیتی تأکید کرده‌اند [۳۱]. این در حالی است که انتظار می‌رفت با توسعه اقتصاد نوین و مبتنی بر فناوری و رشد سریع گسترده کسب و کارهای دانش بنیان به ویژه در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات، زنان سطح مشارکت اقتصادی بیشتری را تجربه کنند، اما آمارها بیانگر، شکاف جنسیتی گسترده‌ای در این حوزه است. بطوریکه بر اساس گزارش در واقع بخش مشاغل تخصصی مرتبط با تکنولوژی بیانگر کاهش سهم زنان است.

طبق گزارش بانک جهانی (۲۰۲۰)، در مجموع زنان کمتر از یک سوم نیروی کار جهان را در زمینه‌های مرتبط با فناوری تشکیل می‌دهند و سهم آنها از مشاغل مرتبط با فناوری اطلاعات ۲۸ درصد و در مشاغل مهندسی و معماری ۱۵٫۹ درصد است [۳۵]. علاوه بر این در حال حاضر زنان تنها ۲۶٫۷ درصد از مشاغل مرتبط با فناوری را در جهان دارند و به طور مشابه، شرکت‌های فناوری با بیش از ۱۰ هزار کارمند، فقط ۲۶٫۲ درصد از کارکنان آن زن هستند [۲۰]. این بدان معناست که حوزه تکنولوژی و فناوری ترکیبی مردانه و یک‌جانبه دارد و در بسیاری موارد خدماتی را تولید می‌کند که در فرایند خلق و تکمیل آن واقعاً نیازهای کسانی را که از آن فناوری‌های استفاده می‌کنند، دیده نشده است. البته برای سهم کم زنان در این حوزه به دلایل مختلفی از جمله سهم پایین زنان در حوزه‌های فنی و مهندسی، ریاضیات و علوم‌در دانشگاه، سهم پایین زنان در عرصه‌های مرتبط با توسعه و پژوهش اشاره می‌شود [۳۳]. این در حالی است که سهم مشاغل مرتبط با حوزه فنی و مهندسی و تکنولوژی همچنان در حال افزایش است و با ادامه یافتن روند فعلی شکاف جنسیتی در این حوزه، نمی‌توان انتظار داشت زنان نقش و سهمی موثر در اقتصاد آینده جهان داشته باشند [۹].

اقتصاد دانش‌بنیان، شرکت‌هایی که بر پایه دانش تشکیل می‌شوند و به عبارتی دانش‌بنیان هستند اهمیت بسیاری در رشد و توسعه اقتصادی کشورها به دست می‌آورند؛ از این رو دانش عامل اصلی ایجاد ارزش افزوده، تولید ثروت، رشد اقتصادی و توسعه همه‌جانبه در جوامع امروزی را ایفا می‌کند [۱۷].

در دهه‌های اخیر، با توجه به دگرگونی‌های ناشی از توسعه از جمله افزایش سطح تحصیلات زنان و نیز افزایش سهم پذیرفته‌شدگان زن در دانشگاه‌ها منجر به افزایش دسترسی زنان به عرصه‌های جدید اجتماعی و حضور موثرتر آنان در حوزه‌های تخصصی و سایر نهادهای اجتماعی شده است [۲۴]. هر چند بررسی کیفیت حضور زنان نشان می‌دهد همچنان نابرابری‌های پایداری در میزان حضور زنان در بخش‌های تخصصی اقتصاد و نابرابری در دستمزد، کسب موقعیت‌های مدیریتی و رهبری مثل عضویت در بردهای مدیریتی و سهم کارفرمایان باقی مانده است [۲۲ و ۳۶].

بنابراین از طرفی فرصت‌های شغلی زنان در مقایسه با مردان محدودتر است و فرصت‌های شغلی ایجاد شده برای زنان متناسب با عرضه جدید نیروی کار آنها نبوده است. چرا که افزایش سطح تحصیلات برای زنان به جای آن که تبدیل به فرصت شود، به تهدید و چالش تبدیل شده است. زنان با افزایش تحصیلات، بیکاری بیشتری را تجربه کرده و در عین حال با تشدید انتظارات اجتماعی و حس محرومیت شدید ناشی از عدم اثربخشی اجتماعی مواجه خواهند بود. گزارش مجمع جهانی اقتصاد (۲۰۲۳) نشان می‌دهد علیرغم هفت دهه تلاش و تأکید بر ضرورت دسترسی همگانی به فرصت‌های برابر، هنوز هیچ سندی مبنی بر کاهش کامل شکاف‌های جنسیتی بویژه در اشتغال و سطح دستمزدها بویژه در بخش صنعت و تکنولوژی وجود ندارد. این گزارش تأکید می‌کند که برای کاهش شکاف‌های جنسیتی در اقتصاد حداقل ۱۵۱ سال زمان لازم است و این نابرابری تحت تأثیر عوامل بسیاری از جمله موانع ساختاری مزمن، تحولات اجتماعی-اقتصادی و فناوری و همچنین شوک‌های اقتصادی مستمر به تعویق می‌افتد. به عبارت دیگر اگرچه زنان بیشتری به سمت مشاغل با دستمزد بالاتر و کسب موقعیت‌های تخصصی در مشاغل و کسب جایگاه مدیریتی رفته‌اند، با این حال انتظارات جامعه جهانی، سیاست‌های کارفرمایان،



یافته اگرچه با آمارهای جهانی در مورد عمق بیشتر شکاف‌های جنسیتی در بخش علم و تکنولوژی مطابقت دارد، اما چنین اختلافی به معنای عدم دسترسی زنان به یکی از فرصت‌های مهم در کارآفرینی و اشتغال است. بر این اساس شناسایی مهمترین چالش‌ها و دستاوردهای زنان ایرانی در شرکت‌های دانش‌بنیان کمک بزرگی به فهم موانع و شناسایی راهبردهای موثر در توسعه فرصت‌های زنان برای حضور بیشتر در این عرصه است.

۲- ملاحظات نظری

اشتغال زنان یکی از موضوعات مهم اقتصادی - اجتماعی هر جامعه مورد توجه علوم مختلف بوده است. بازار کار همانند بسیاری از مسائل دیگر، به دلیل ارتباط با انسان پیچیدگی‌های خاص خود را دارد. ناهمگونی افراد در بازار کار از منظر جنس (زن و مرد) مسائل متفاوتی را از جمله بدلائل فیزیولوژیکی در بحث عرضه‌ی نیروی کار مطرح کرده است و در عین حال از منظر جنسیت نیز رویکردهای مختلفی وجود دارد. **نظریه‌های کلاسیک** برای تبیین مسئله اشتغال زنان و تفاوت جایگاه آن‌ها در بازار کار از عوامل اقتصادی استفاده می‌برد براساس این دیدگاه زنان به سبب بهره‌وری کمتر در مقایسه با مردان از جایگاه و درآمد نازل‌تری برخوردارند [۶]. یکی از مفروضات اقتصاددانان کلاسیک آن است که در شرایط رقابتی به کارگران مزدی معادل ارزش نهایی محصول پرداخت می‌شود. بهره‌مندی کمتر زنان از آموزش، دوری متناوب از کار به دلیل مسائل مربوط به فرزندآوری و پرورش کودک و کم‌تر بودن تجربه و مهارت شغلی آنان به دلیل همین دوری متناوب از محیط کار، عواملی است که موجب شود تا زنان از سرمایه‌ی انسانی کمتری بهره‌مند شوند و در نتیجه بهره‌وری پایین‌تر و جایگاه نازل‌تری در بازارکار داشته باشند. این نظریه بخشی از مسائل مربوط به اشتغال زنان از جمله نقش‌های متعدد و مسئولیت‌های خانوادگی را توضیح می‌دهد؛ اما بخش‌های مهمی از آن را مغفول می‌گذارد و به مسائل و موانع اجتماعی و فرهنگی مرتبط با اشتغال زنان اشاره‌ای ندارد [۵].

رویکرد سرمایه انسانی به عدم امکان کسب فرصت‌های برابر برای مردان و زنان در بازار کار اشاره دارد. از این منظر، اگرچه ممکن است مشابهت‌هایی در هوش و تحصیلات بین دو جنس وجود داشته باشد، اما زنان از نظر تجربه کاری و مهارت نابرابر هستند و سال‌های

بررسی وضعیت ایران در این زمینه نشان می‌دهد که علی‌رغم افزایش نرخ مشارکت زنان در آموزش عالی کشور در دو دهه گذشته و پیش‌بینی افزایش سطح مشارکت زنان در بازار کار تخصصی، اما همچنان گزارش‌های ملی نشان می‌دهد که مشارکت اقتصادی زنان همواره زیر ۲۰ درصد بوده است. علاوه بر این بررسی آمار مربوط به وضعیت نیروی کار در سال ۱۴۰۱ نشان می‌دهد که ۹۵۵ هزار و ۳۹۸ نفر از جمعیت فارغ‌التحصیلان کشور، بیکار هستند؛ یعنی ۴۰٫۹ درصد از بیکاران کشور فارغ‌التحصیل دانشگاهی هستند. نگاهی به سهم زنان و مردان نشان می‌دهد ۵۱۳ هزار و ۸۹۵ نفر از این جمعیت را زنان و ۴۴۱ هزار و ۵۰۳ نفر را مردان به خود اختصاص می‌دهند. به عبارت دیگر از نظر درصدی نیز نرخ بیکاری فارغ‌التحصیلان گروه مردان ۹٫۷ درصد و گروه زنان ۲۳٫۲ درصد است [۱۲].

مرور روند در یک دهه گذشته نشان می‌دهد دانش‌آموختگان دانشگاهی اعم از مرد و زن در چند دهه اخیر با میزان بالای بیکاری مواجه بوده‌اند و سیاست‌گذاران تلاش زیادی برای توسعه مشارکت‌های اقتصادی آنها در دستور کار داشته‌اند. بطوری‌که با آغاز روند صعودی دانش‌آموختگان بیکار در اواخر دهه ۱۳۸۰، توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان و جذب دانش‌آموختگان در آن به عنوان یکی از راهبردهای مهم در کاهش بیکاری دانش‌آموختگان و فرصتی برای جهش فناوری مورد توجه قرار گرفت. از آغاز دهه ۱۳۹۰ تاکنون سرمایه‌گذاری بسیاری در توسعه این شرکت‌ها در ایران صورت گرفته و به عنوان مهم‌ترین راهبرد در گذار از اقتصاد نفتی و تک محصولی به سوی اقتصاد پایدار و دانش بنیان شناخته می‌شود. بر اساس آخرین گزارش صندوق نوآوری و شکوفایی معاونت علم و فناوری ریاست جمهوری (۱۴۰۲) در حال حاضر ۸۶۸۸ شرکت فعال دانش بنیان در حال فعالیت هستند، در حالیکه در سال ۱۳۹۲ فقط ۵۵ شرکت در حال فعالیت بوده است [۱۴]. این روند فراگیر در طول یک دهه به معنای جهش رشد در شاخص کارآفرینی دانش‌آموختگان است. اما مروری بر سهم زنان در این ساختارها بیانگر وجود نابرابری معناداری در بین زنان و مردان است. در واقع باید گفت در ایران کارآفرینی مردان ایرانی در شاخص میزان عمومی کارآفرینی دو برابر و در حوزه‌ی دانش‌بنیان پنج برابر زنان است [۲۱]. این

تواناسازی سارا لانگه نام برد که چارچوبی اجرایی برای تواناسازی زنان در فرایندهای توسعه از جمله مشارکت اقتصادی ارائه می‌دهند [۱۰].

یکی از ویژگی‌های مهم نظریه تواناسازی برآمدن آن از شرایط کشورهای در حال توسعه و نگاه ظرفیت‌سازی آن و نه ایجاد فرصت‌های مقطعی و کوتاه مدت برای تغییر وضعیت فرد در فرایند توانمندسازی است. محور اصلی این نظریه ظرفیت‌سازی فردی و محیطی و فرصت‌سازی برای تغییر ساختار و شرایطی است که نابرابری را به زنان تحمیل می‌کند. مراحل مهم در این رویکرد، ۱- رفاه به معنای رفع نیازهای اولیه، ۲- دسترسی به معنای ایجاد فرصت‌های لازم بویژه منابع مثل سرمایه، امکانات و تسهیلات، ۳- آگاهی به معنای خودباوری و اعتماد بنفس، درک از موقعیت و افزایش قدرت تحلیل از شرایط و توان تصمیم‌گیری، ۴- مشارکت به معنای حرکت در جامعه و ساختارسازی و عاملیت یافتن برای تغییر وضعیت و ۵- کنترل به عنوان مرحله نهایی که در آن زنان علاوه بر تغییر در وضعیت خود، قادر هستند که برای دیگر افراد فرصت‌های برای تغییر و تحول فراهم کنند است. در این رویکرد هم به منابع فردی و هم منابع موجود در محیط و تاثیر ساختارها پرداخته می‌شود. در این پژوهش برای بررسی مسائل و چالش‌های زنان کارآفرین از تلفیقی از نظریات مطرح شده بهره گرفته شده است.

۳- پیشینه تجربی

مطالعات تجربی در زمینه مشارکت زنان در اقتصاد دانش‌بنیان در کشورهای در حال توسعه موضوع مورد توجهی بوده است. مطالعات تلاش نموده‌اند که به نقش عوامل متعددی آموزش عالی و هنجارهای اجتماعی و فرهنگی و نگرش‌ها در مشارکت زنان در شرکت‌های دانش‌بنیان و تاثیر آن بر کاهش شکاف جنسیتی بپردازد. کوپژیک و همکاران (۲۰۱۶) در یک تجزیه و تحلیل در سطح جهانی برای بیش از ۱۳۰ کشور دریافتند که آموزش و اقتصاد دانش محور نقش مهمی در کاهش نابرابری جنسیتی دارد و علاوه بر این فرصت زنان را برای نقش آفرینی در عرصه مدیریت و تصمیم‌گیری افزایش می‌دهد [۲۵]. مروری بر پیشینه پژوهشی در حوزه زنان در شرکت‌های دانش‌بنیان بیانگر این است که در اقتصادهای در حال توسعه بویژه در کشورهای حوزه خلیج فارس و کشورهای آسیایی توجه زیادی به این موضوع

کمتری در مقایسه با مردان در بازار کار حضور داشته‌اند و این حتی بر میزان بهره‌وری و کیفیت عملکرد اقتصادی آنان نیز تاثیر دارد. بنابراین همین تفاوت‌ها منشا تفاوت در جایگاه شغلی، دستمزد و موقعیت آنها در بازار کار خواهد شد. گروهی از اقتصاد دانان تاکید دارند که این حالت منعکس‌کننده تاثیرات خانواده بر منحنی عرضه نیروی کار زنان است [۴]. این تقسیمات در رویکرد بازار کار دوگانه تصویر شفاف‌تری از موقعیت زنان در بازار کار ارائه می‌دهد.

نظریه بازار کار دوگانه مشاغل را به دو گروه اولیه و ثانویه تقسیم می‌کند، بطوریکه بازار کار اولیه دارای ویژگی‌های متعالی‌تر همچون وجود مشاغل تخصصی و حرفه‌ای، دستمزد بالاتر، امکان ارتقاء و رشد بیشتر و ثبات شغلی بیشتر است. در این بازار معمولاً جذب افراد تمام وقت و فعال برای کارفرما اولویت دارند به همین دلیل کارفرمایان ترجیح می‌دهند زنان را که خطر ترک شغل برایشان بیشتر از مردان است در این بازار به کار نگیرند. بنابراین به رغم توانایی و مهارت برابر به هنگام استخدام، مردان در مقایسه با زنان امکان بیشتری برای استخدام در بازار کار اولیه را دارند [۳۲]. در مقابل بازار کار ثانویه، با ویژگی‌هایی همچون کار پاره وقت، مشاغل خدماتی و غیرتخصصی، دستمزد پایین‌تر و عدم امکان ارتقاء و کسب رتبه توسط زنان پر می‌شود. در عین حال برخی از نظریه‌ها همچون انتخاب عقلانی تاثیر ساختار اقتصادی را کم‌رنگ تر جلوه می‌دهند.

نظریه انتخاب منطقی و عوامل غیر تبعیض‌آمیز بیان می‌کند که سطوح پایین جایگاه شغلی زنان در بازار کار نتیجه تصمیمات منطقی و آزادانه خود آنهاست. در این نظریه تاکید می‌شود که بیشتر زنان مراحل ازدواج و نگهداری از فرزند را پیش‌بینی می‌کنند و این مسئله موجب می‌شود که زنان بین دوره کارکرد بازاری خود و زمان ازدواجشان فاصله بیندازند که همین امر سبب تاخیر و عقب‌ماندگی اقتصادی زنان است. به عنوان مثال تحقیقات نشان داده که بیش از ۸۵ درصد نیروی کار زنان بین ۳۵ تا ۴۱ سالگی به طور مقطعی کار کرده‌اند و این زنان ۳۰ درصد کمتر از زنان همین گروه سنی که مداوم شاغل بوده‌اند، درآمد داشته‌اند [۲۶]. بنابراین عمده نظریات بر بررسی دلایل و شواهد نابرابری جنسیتی در بازار کار متمرکز هستند و در مقابل می‌توان از رویکرد

شده است. از جمله این مطالعات می‌توان به مطالعه فلاحتی (۲۰۲۱) اشاره نمود که به بررسی سهم زنان منطقه خلیج فارس در حوزه علم، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان پرداخته و یافته‌های او نشان داد که توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان نقش مهمی در کاهش شکاف جنسیتی اقتصادی دارد [۱۹]. آسواد و همکاران (۲۰۱۱) در مطالعه خود در امارات متحده عربی، دریافتند نگرش زنان نسبت به رشته‌های علم و فناوری نقش مهمی در شکل‌گیری ذهنیت آنها نسبت به حضور در اقتصاد دانش‌بنیان دارد و یافته مهم این بود که وجود کلیشه‌های جنسیتی و باورهای فرهنگی و خانواده نقش مهمی در این زمینه دارد [۱۶].

ترومل و استریت (۲۰۱۳) در مطالعه خود بر کشور عربستان سعودی متمرکز بودند. یافته‌ها نشان می‌دهد طی دهه گذشته، نرخ بیکاری زنان سه برابر مردان در عربستان سعودی بوده و موانع فرهنگی که توسط پدرسالاری محافظه کار پادشاهی تداوم یافته مانند قیومیت، تفکیک جنسیتی و گزینه‌های مراقبت از کودکان همچنان مانع ورود زنان سعودی به نیروی کار می‌شود. این در حالی است که زنان توسعه کارآفرینی را به عنوان راهی برای دور زدن این موانع انتخاب کرده‌اند. مطالعه آنها نشان می‌دهد که چگونه کارآفرینی دانش‌بنیان به زنان عربستانی اجازه داده که از موانع اجتماعی عبور کرده و بدون به خطر انداختن نقش‌های مادرسالارانه سنتی خود، به امنیت مالی و آزادی اجتماعی بیشتری دست یابند. به طور خاص، زنان سعودی از چهار تاکتیک برای دور زدن موانع و دستیابی به آزادی بیشتر از طریق کارآفرینی استفاده کرده‌اند. این تاکتیک‌ها شامل دریافت بودجه از اعضای خانواده، بهره برداری از فرصت‌های آموزش عالی، استفاده از فناوری و استفاده از شبکه‌های اجتماعی است. زنان عربستانی با به کارگیری راهبردهای خلاقانه حل مشکل، وارد نیروی کار شده و جایگاه خود را فراتر از نقش‌های سنتی ارتقا داده‌اند. این زنان کارآفرین همچنین جایگاهی را برای خانواده‌های خود در طبقه متوسط تضمین کرده‌اند و با برنامه‌ریزی انعطاف‌پذیر به تعادل بین کار و زندگی دست یافته‌اند [۳۴]. در چند دهه گذشته مطالعات پیشین در زمینه شکاف جنسیتی در مشارکت اقتصادی در ایران بصورت پرتعدادی انجام گرفته است. عمده مطالعات انجام شده متمرکز بر بررسی

موانع مشارکت اقتصادی و بویژه اشتغال زنان بوده است. به عنوان مثال گوگردچیان و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان «اثر اشتغال زنان بر شکاف درآمدی جنسیتی در ایران (۱۳۹۰-۱۳۷۰)» نشان دادند که زنان به عنوان نیمی از نیروی کار می‌توانند بر توسعه اقتصادی و اجتماعی جامعه موثر باشند. بر اساس یافته‌های آنان، اشتغال و بهره‌وری اگر چه باعث افزایش دستمزد زنان و مردان می‌شود، اما شکاف جنسیتی دستمزد را افزایش می‌دهد. یافته مهم این مطالعه نقش تحصیلات در افزایش دستمزد هر دو جنس و در عین حال کاهش شکاف جنسیتی بوده است. بنابراین متغیر تحصیلات می‌تواند نقش موثری در وضعیت زنان در بازار کار داشته باشد [۱۱].

جوادی و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان «تحلیل جنسیتی ثبات اشتغال در ایران» دریافتند که جنسیت عامل موثری بر ثبات اشتغال است، به این ترتیب که در مجموع، امکان ثبات شغلی برای زنان شاغل کم‌تر از مردان شاغل است و زن بودن، احتمال تغییر از وضعیت شاغل به وضعیت غیرفعال یا به عبارت دیگر خروج از بازار کار را حدود ۲۰ درصد افزایش می‌دهد. یافته‌های آنان نشان داد که ثبات اشتغال برای دارندگان تحصیلات دانشگاهی بیش‌تر است. در مورد زنان شاغل، ثبات اشتغال زنان روستایی، زنان مهاجر، زنان مزد و حقوق‌بگیر بخش عمومی و زنان بیمه‌شده بیش‌تر است. نکته مهم اینکه ازدواج، ثبات اشتغال مردان را افزایش ولی ثبات اشتغال زنان را کاهش می‌دهد (۲). چشمه قصابانی و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان «ابعاد منطقه‌ای شکاف جنسیتی دستمزد شاغلان بخش دولتی و خصوصی در بازار کار شهری ایران: رویکرد تجزیه نئومارک» بیان کردند که تبعیض جنسیتی دستمزد در بازار کار، به تخصیص غیر بهینه منابع انسانی منجر شده است و آثار منفی بر رشد اقتصادی برجای می‌گذارد. نتایج پژوهش آنها نشان داد شکاف جنسیتی دستمزد به صورت گسترده در میانگین دستمزد مردان نسبت به زنان در بازار کار تمامی مناطق ایران وجود دارد. نکته مهم این است که زنان و مردان علی‌رغم سرمایه انسانی یکسان در سال ۱۳۹۶؛ بین ۴۹ تا ۹۱ درصد تفاوت دستمزد و شکاف دستمزد را تجربه می‌کنند (۳). در حالی که مطالعات زیادی بر موضوع مشارکت اقتصادی و اشتغال زنان در

ساعت بوده است و مصاحبه‌شوندگان به صورت فردی در مصاحبه مشارکت کردند. مصاحبه‌ها در هر مرحله ضبط و در اولین فرصت روی کاغذ پیاده شده و مورد تحلیل و کدگذاری قرار می‌گرفتند.

جدول ۱. فرآیند و نتایج مراحل کدگذاری سه گانه باز(مفاهیم)، مقوله‌های اصلی(محوری) و انتخابی (هسته)

دستاوردها

مفهوم	خرده مقوله‌ها	مقوله اصلی	مقوله
خودشکوفایی، توانایی مذاکره بهتر، پذیرش فرهنگ سازمانی، ورود محصولات دانش‌بنیان به درون خانواده، پذیرش فشارهای مضاعف کار و خانواده، تنظیم فعالیت‌های شغلی و زندگی، امنیت روانی و فیزیکی زنان، بازگشت به کار بعد از وضع حمل	میل به ایجاد تعادل میان کار و زندگی	انگیزه تاسیس کارآفرینی	دستاوردهای زنان شرکت‌های دانش‌بنیان
شناخت تکنولوژی، بیکار نشدن فرزندان، امنیت شغلی	میل به کسب درآمد بیشتر		
خوش فکر بودن و داشتن انرژی، توجه به مسئولیت اجتماعی، ارتقاء سطح آموزشی و تخصصی	میل به توسعه مهارت‌های کسب و کار		
میل به نتیجه، ریسک‌پذیری و خودباوری	عوامل فردی	عاملیت کارآفرینانه	
تاثیر احساسی و اجرایی خانواده بر کسب و کار، حمایت مستقیم خانواده و همبستگی میان خانواده	عوامل خانوادگی		
اعتماد، امکان دسترسی به منابع و اطلاعات، توان شبکه‌سازی، قدرت جذب منابع، دانش مالی و استفاده از تکنولوژی و داشتن الگو و منتور	عوامل سازمانی و محیطی کسب و کار		

کدگذاری بر اساس منطق و روش کدگذاری سه مرحله‌ای کدگذاری باز، محوری و گزینشی است. بر اساس چنین منطقی محقق از سطح گزاره‌ها و داده‌های واقعی‌تر به سمت مفاهیم و مقوله‌های انتزاعی‌تر حرکت می‌کند تا در انتها به مقوله هسته تحقیق دست یابد. به صورت دقیق‌تر،

ایران متمرکز بوده، مطالعات محدودی به تجربه زنان در شرکت‌های دانش‌بنیان به عنوان یکی از فرصت‌های مهم کارآفرینی برای زنان دانش‌آموخته پرداخته‌اند. این مطالعات بیشتر متمرکز بر روش‌های تحلیلی- تطبیقی بوده و کمتر به تجربه زیسته و چالش‌های زنان به شرکت‌های دانش‌بنیان پرداخته است. از جمله مطالعات می‌توان به پایتختی و همکاران (۱۳۹۶) اشاره نمود که در بررسی تطبیقی تاثیر اقتصاد دانش‌بنیان بر اشتغال زنان برای ۸ کشور منتخب درحال توسعه (ایران، بلغارستان، کلمبیا، رومانی، ترکیه، مکزیک، برزیل، لیتوانی) طی دوره زمانی ۲۰۰۲ تا ۲۰۱۴ را مورد بررسی قرار دادند و یافته‌ها این تاثیر را مورد تایید قرار می‌دهد. به عبارت دیگر نتایج برآوردها حاکی از آن است که تاثیر تمامی شاخص‌های اقتصاد دانش بنیان بر اشتغال زنان مثبت می‌باشد [۱].

۴- روش پژوهش

روش مورد استفاده در این تحقیق، روش کیفی از نوع نظریه زمینه‌ای بوده و از تکنیک مصاحبه فردی برای پی بردن به نگرش زنان مورد بررسی کمک گرفته شد. بر اساس آخرین گزارش معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری از مجموع ۱۶۹۹ شرکت دانش‌بنیان که دارای عضو هیات مدیره زن هستند، بیشترین فراوانی مدرک تحصیلی به ترتیب متعلق به مقطع کارشناسی با ۴۲٪ و پس از آن کارشناسی ارشد با ۲۴٪، دیپلم با ۱۳/۳٪، دکترای تخصصی ۱۰/۷٪، کاردانی با ۴٪، دکترای حرفه‌ای با ۳٪، زیردیپلم با ۲/۵٪ و سایر تحصیلات با ۵/۰٪ است. به عبارت دیگر افراد با مدرک تحصیلی کارشناسی بیشترین تمایل به تشکیل این شرکت‌ها داشته‌اند. در این پژوهش هدف اصلی بررسی چالش‌ها و دستاوردهای زنان ایرانی در شرکت‌های دانش‌بنیان بود و به همین دلیل در مطالعه سعی شد با زنان مدیرعامل و عضو هیات مدیره شرکت‌ها مصاحبه‌هایی صورت گیرد. در مجموع ۲۰ مصاحبه با زنان کارآفرین این عرصه صورت پذیرفت. از مجموع افراد مصاحبه شده ۱۰ نفر تحصیلات کارشناسی و ۴ نفر دکترا و ۶ نفر فوق لیسانس داشتند. سوالات در دو بخش تنظیم شد، که بخشی از آن به انگیزه‌ها و بخش به چالش‌های موثر در موفقیت کارآفرینی اختصاص یافت. مصاحبه‌ها تا رسیدن به اشباع و تکرار شدن داده‌ها در خلال مصاحبه‌ها ادامه یافت. زمان هر مصاحبه حدود ۱

اقتصادی	استخدام و پرداخت دستمزد	زنان، نارضایتی بیشتر، کم‌توقع‌تر بودن زنان در زمینه دستمزد
	نگاه منفی و مشتریان و نهادهای مالی و پیش‌داوری‌ها	زیر سوال رفتن موقعیت مدیریتی زنان، عدم اعتماد به مدیریت زنان، مردانه بودن بازارکار
زمینه خانوادگی و فقدان حمایت	عدم تعامل کار و زندگی	هماهنگی کار خانه با کار، پشتوانه خانواده، حمایت همسر، تغییر نقش‌ها، ازدواج
	تربیت فرزندان و مدیریت امور خانواده	فرزندآوری، تربیت فرزندان، رسیدگی به امور فرزند

۵- یافته‌های پژوهش

در این بخش نتایج تحلیل داده‌ها بر اساس کد گذاری سه مرحله‌ای اشتراوس و کوربین (۱۳۸۵) و بر اساس مقولات محوری و هسته‌ی مندرج در جدول شماره ۱ و ۲ به تفصیل شرح داده می‌شود. اکثر مشارکت‌کنندگان این پژوهش به فرصت‌ها، مزایا و دستاوردهای زنان ایرانی در شرکت‌های دانش‌بنیان اشاره کرده‌اند. دستاوردهای زنان ایرانی در شرکت‌های دانش‌بنیان در زمینه انگیزه تاسیس کارآفرینی را می‌توان در سه خرده مقوله میل به ایجاد تعادل میان کار و زندگی، میل به کسب درآمد بیشتر و میل به توسعه مهارت‌های کسب و کار از هم تفکیک کرد. **میل به ایجاد تعادل میان کار و زندگی:** خودشکوفائی، توانایی مذاکره بهتر، پذیرش فرهنگ سازمانی، ورود محصولات دانش‌بنیان به درون خانواده، پذیرش فشارهای مضاعف کار و خانواده، تنظیم فعالیت‌های شغلی و زندگی، امنیت روانی و فیزیکی زنان، بازگشت به کار بعد از وضع حمل انگیزه‌هایی هستند که مشارکت‌کنندگان به آن‌ها اذعان داشتند. به عنوان مثال از دیدگاه مصاحبه‌شونده شماره ۳، «توان ذاتی آدم‌ها در جمع کوچک بیشتر از استفاده می‌شود این مزیت خانم‌هاست که در دانش‌بنیان دیده می‌شود باعث خودشکوفائی می‌شود و ارتقا شغلی زنان در دانش‌بنیان می‌تواند فرصت بیشتری برای همگرایی در خانواده فراهم کند، وقتی مادری تکنولوژی را بشناسد و طبعاً خانواده را به همراهی ترغیب کند آنها هم به توسعه

در این فرایند، ابتدا در سطح اولیه جملات و گزاره‌های مضمونی مفهوم‌گذاری شدند، در مرحله دوم مفاهیم مرتبط یا شبیه به هم (ارتباط ذاتی) تحت یک مفهوم کلی‌تر به نام مقوله قرار گرفتند. سپس مقوله‌های جزئی‌تر ذیل مقوله کلی‌تر و انتزاعی‌تری (مرحله کدگذاری محوری) سازمان‌دهی شدند. جدول شماره ۱ و ۲ در نهایت با در نظر گرفتن همه سطوح تحلیلی، مفاهیم و مقوله‌های استخراج شده و شرایط و استراتژی‌های کنشگران مقوله هسته تحقیق حاصل شد.

جدول ۲. فرآیند و نتایج مراحل کدگذاری سه گانه باز(مفاهیم)، مقوله‌های اصلی (محوری) و انتخابی (هسته) چالش‌های کارآفرینی

مقوله	مقوله اصلی	خرده مقوله	مفاهیم
	عوامل فردی	مدیریت و اعتمادی به نفس بالای مردان	کمبود جسارت، احساسات زیاد، استرس زیاد، کند بودن زنان در مقابل تغییرات، عدم خودباوری زنان
		عدم انگیزه رشد	به دنبال رشد نبودن، انگیزه نداشتن، اشتغال در بخش خاص
چالش‌های زنان ایرانی در شرکت‌های دانش‌بنیان	عوامل اجتماعی و فرهنگی	تبعیض	نگرانی مدیر از ارتقا دادن به یک زن، تبعیض جنسیتی، وجود امکانات بیشتر برای مردان
		کلیشه‌های جنسیتی رایج، باورهای مذهبی جامعه	سوء برداشت، ناپایده گرفته شدن
		عدم آگاهی و جامعه‌پذیری صحیح	جدی گرفته نشدن خودشان، احساس عدم پشتیبانی به دلیل ریسک بالا، مهارت‌ها و قدرت تحلیل و درک بیشتر مردان، جامعه ما که دختران را به نحو خاصی جامعه‌پذیر می‌کند.
	عوامل	تبعیض در حقوق و دستمزد کمتر	

اطرافیان را فراهم می‌آورد. استقلالی که می‌تواند بنیان سایر استقلال‌ها و تصمیم‌گیری‌های فردی تلقی شود. اکثر مصاحبه‌شوندگان به مزیت اقتصادی داشتن و میل به کسب درآمد بیشتر کارآفرینی اشاره کرده‌اند. در این بعد اکثر مصاحبه‌شوندگان به مزایای شرکت‌های دانش‌بنیان در زمینه شناخت تکنولوژی، بیکار نشدن فرزند و امنیت شغلی اشاره کردند. به عنوان مثال از نگاه مصاحبه‌شونده شماره ۴، «وقتی خانومی در دانش‌بنیان کار کند با معضلات بیکاری بچه‌هاش مواجه نیست چون میتونه بچه‌هاش را هدایت کند به سمت فعالیت‌های دانش‌بنیان، پدر از نگاه فرزند یک سرمایه‌گذار است، اما مادر صاحب کسب و کار است». مصاحبه‌شونده شماره ۷، «امنیت شغلی هر فرد به توان خود او وابستگی دارد. در حقیقت تا زمانی که فرد اطلاعات خود را به روز نگه دارد و بتواند برای مجموعه همچنان مؤثر باشد و کمک کند، خب مجموعه هم به او نیاز دارد و حاضر نیست او را از دست بدهد. در حقیقت حتی اگر شرکت نیز به هر دلیل نتواند کار کند و شما مجبور به ترک شرکت شوید، بالاخره در یک جایی دیگری امکان ادامه کار برای فرد وجود دارد. ایشان اشاره می‌کند که بخشی از مسئله‌ی امنیت شغلی به شرکت و وضعیت و کاری و اقتصادی آن وابسته است. اما اگر فرد به روز باشد می‌تواند از خود در برابر این چالش هم محافظت کند».

میل به توسعه مهارت‌های کسب و کار: در این بعد اکثر مصاحبه‌شوندگان خوش فکر بودن و داشتن انرژی، توجه به مسئولیت اجتماعی، ارتقاء سطح آموزشی و تخصصی را مدنظر قرار دادند. به عنوان مثال از نگاه مصاحبه‌شونده شماره ۶، «انگیزه‌های زنان متفاوت و مقدس‌تر از مردان است. اگر انگیزه‌های صرفاً مادی و معنوی که دو سر طیف باشد را در نظر بگیریم، زنان به بحث معنوی بیشتر توجه می‌کنند و شاید به همین دلیل موضوع مسئولیت اجتماعی در زنان پررنگ‌تر است». مصاحبه‌شونده شماره ۹، «در حقیقت سرمایه‌ی شرکت دانش‌بنیان نیروهای انسانی آن است و این شرکت‌ها تلاش زیادی را برای ارتقاء سطح آموزشی و تخصصی کارکنان خود به کار می‌بندد و دوره‌هایی هم برای اینکه کارکنان‌شان خود را به روز نگه دارند برگزار می‌کنند. در حقیقت در این فضا احترام به دانش و شخصیت زنان وجود دارد». شواهد جدید همچنین این نکته را بیان

کار او کمک می‌کنند». مصاحبه‌شونده شماره ۷ «موضوع تا حدی به انگیزه‌های فردی و شرایط زندگی فرد بستگی دارد. به این معنا فرد باید تمایل تحمل فشارهای مضاعف را داشته باشد و در عین حال حمایت‌های خانوادگی مورد نیاز را نیز دریافت کند. با این حال من تصور می‌کنم از بعد آمادگی زنان برای پذیرش فشارهای مضاعف کار و خانواده، زنان در شرکت‌های دانش‌بنیان انگیزه‌های بیشتری دارند». مصاحبه‌شونده شماره ۹، «زنان بعد از ازدواج دوباره به کار باز می‌گردند و این موضوع را بارها شاهد بودیم. زنانی که در حوزه ما کار را ترک کردند یا افولی در کارشان رخ داده، بعد از مدتی دوباره به کار برگشته‌اند». بنابراین می‌توان گفت خانواده، کانونی است که در شکل‌گیری این ویژگی‌ها، می‌تواند نقش حیاتی ایفا کند.

در جوامع سنتی که مردان نقش «نان‌آوری» و زنان نقش «خانه‌داری و تربیت فرزندان» را بر عهده داشتند، انتقال ایده کسب و کار بیشتر از طرف مرد صورت می‌گرفت؛ ساختار جدید خانواده در جامعه امروز و به تبع آن خروج زن از خانه، ظهور جلوه‌های تازه‌ای از بروز خلاقیت و نوآوری را در هر دو جنس زن و مرد باعث شد. از سوی دیگر تأثیر زمینه‌های خانوادگی و تعاملات خانوادگی بر روی کارآفرینان به طور اخص مهم است. کارآفرینانی که خانواده‌شان کارآفرین هستند، کارآفرینی‌شان با کارآفرینی خانواده‌شان رابطه مستقیم دارد اینگونه رفتار و مشخصه والدین تأثیر مثبتی ایجاد می‌نماید و منبع الهامی را برای افراد به وجود می‌آورد. خانواده‌ها نقش مهمی در ایجاد یک تصور باورنکردنی و عمومی از کارآفرینی در ذهن افراد دارند. تحقیقات نشان می‌دهد که اغلب کارآفرینانی که در محیط‌های خانوادگی خود اشتغال بودند اغلب ویژگی‌های کارآفرینانه از قبیل استقلال، اعتماد به نفس و انعطاف‌پذیری (محیط کار و خانواده) را مستقیم و غیرمستقیم آموخته‌اند. کارآفرینی مناسب از طریق مشارکت در فرایند تصمیم‌گیری و کاهش تعارضات خانواده صورت می‌گیرد. کارآفرینی هم شامل کیفیت محیط کاری و هم شامل محیط خانوادگی و تعادل بین این دو محیط می‌شود.

میل به کسب درآمد بیشتر: یکی از شناخته شده‌ترین مزایای اشتغال برای زنان و خانواده، مزایای اقتصادی آن است که زمینه استقلال و عدم وابستگی زنان از شوهر و



اپلیکیشن به این زن بده و بگو محتوا تولید کند یکی از مشکلات ما تولید محتواست این خانم‌ها می‌توانند به راحتی محتوا تولید کنند».

عوامل سازمانی و محیطی کسب و کار: اگر اثرات سازمانی و محیطی کسب و کارها بر کارآفرینی هم‌سو و هم‌جهت باشد، خود زمینه‌ساز و بسترساز توسعه و گسترش کارآفرینی در حیطه‌ی موردنظر خواهد بود. از این‌رو نقش عواملی همچون اعتماد، امکان دسترسی به منابع و اطلاعات، توان شبکه‌سازی، قدرت جذب منابع، دانش مالی و استفاده از تکنولوژی و داشتن الگو و منتور اهمیتی دوچندان پیدا می‌کند. مصاحبه‌شونده شماره ۲، «در برخی موارد دانش‌بنیان خانم بودن مزیت است. جامعه خیلی موقع‌ها به خانم‌ها بیشتر اعتماد می‌کند و مدیریت خانم‌ها را بیشتر می‌پذیرد. خانم‌ها در روح مدیریتی کارشان روحیات زنانه‌شان دخیل است و برای مراجعه کننده اعتمادسازی بیشتری ایجاد می‌کنند». مصاحبه‌شونده شماره ۴، «خانم‌ها اگر جذب دانش‌بنیان شوند به دلیل اینکه ابزار و فضای کاری برای کارکردنشان مناسب است یعنی چون با تکنولوژی و کامپیوتر می‌توانند در هر جای و در یک مکان امنی کار کنند و به خدمات پشتیبانی و مدیریتی برسند اما اینکه از نگاه دانش‌بنیان زنان چه ویژگی برای این حوزه دارند، اگر بخواهم به عنوان یک مدیر بگم فعلاً دستمزد پایین‌شان و احساس مسئولیت بالا». مصاحبه‌شونده شماره ۷، «در مورد شبکه‌های روابط زنان در حوزه دانش‌بنیان معتقدم که زنان از شبکه‌های روابط دور نیستند، چون زنان در معاونت فناوری ریاست جمهوری، پارک علم و فناوری بیشتر حضور دارند، برای تاسیس دانش‌بنیان راحت‌تر همدیگر را پیدا می‌کنند». مصاحبه‌شونده شماره ۹، «زنان کارمند بسیار قابل اعتمادترند و کارهای ریسکی و ناگهانی انجام نمی‌دهند». نامان و اسلویین (۱۹۹۳) محیط کسب و کار را مجموعه تمامی مولفه‌های فیزیکی و اجتماعی که مستقیماً در تمامی رفتارها و تصمیم‌گیری‌های افراد لحاظ می‌شوند، معرفی می‌کند. محیط نیز در یک نگاه کلی از دو قسمت مجزا تشکیل شده است: محیط بیرونی، خارجی و یا کلان و محیط درونی، داخلی و یا خرد؛ که محیط خارجی شامل متغیرهایی است که غالباً غیرقابل کنترل و غیرقابل پیش‌بینی‌اند؛ اما محیط درونی نگاهی به درون دارد و نقاط قوت و ضعف را بررسی می‌کند [۳۰].

می‌کند که هوش، توانایی فکری و ویژگی‌های فردی افراد نیز نقش مهمی در منشاء کارآفرینی آنان دارد [۲۳]. سرمایه فکری شامل دانش افراد، خلاقیت، ظرفیت‌های سازمانی و روابط با مشتریان و عرضه‌کنندگان، فناوری اطلاعاتی و ... می‌باشد [۱۵]. در واقع کارآفرینان با خلق دانش بدیع و تبدیل آن به نوآوری، در واقع یک زنجیره ارزشی خلق می‌کنند که به ثروت اندوزی و اشتغال نیروی انسانی منتهی می‌شود. از این رو یکی از عواملی که می‌تواند نقش بسیار مهمی در افزایش قابلیت‌های منابع انسانی و گرایش به کارآفرینی داشته باشد، سرمایه فکری است [۲۹]. به عبارتی در زمینه سرمایه فکری و مؤلفه‌های آن امروزه می‌توان شاهد به وجود آمدن اقتصادی بود که در آن دانش به عنوان مهم‌ترین سرمایه، جایگزین سرمایه‌های مالی و فیزیکی شده است [۱۸].

عوامل فردی: یکی از مزیت‌های کارآفرینی برای این زنان که کارکرد منزلتی و هویت بخشی دارد. عواملی همچون میل به نتیجه، ریسک‌پذیری و خودباوری است. زیرا کارآفرینی برای آنان نوعی منزلت اکتسابی و هویت جمعی می‌آورد که در گفتمان عمومی و غالب جامعه دارای جایگاه، منزلت عرفی و سازمانی خاصی بوده و کارآفرینی نیز متجلی می‌شود. مصاحبه‌شونده شماره ۲، «من معتقدم با توجه به اینکه بها ندادن و جدی نگرفتن زنان در جامعه وجود دارد، اما حضور زنان در عرصه کارآفرینی و استارت آپ‌ها می‌تواند خیلی مهم باشد برای این تغییر. اینکه خانم‌ها به خودباوری برسند». مصاحبه‌شونده شماره ۵، «بین کارمندان هم خانم‌ها بهترند، خانم‌ها پشتکارشون بیشتر است و نتیجه کار برایشان اهمیت زیادی دارد که این مورد نیاز استارت‌آپ‌ها و فعالیت‌های کارآفرینی است».

عوامل خانوادگی: تاثیر احساسی و اجرایی خانواده بر کسب و کار، حمایت مستقیم خانواده و همبستگی میان خانواده از دیگر عوامل موثر بود. مصاحبه‌شونده شماره ۷، «حوزه دانش بنیان شرایط مہیاتری دارد. به خصوص اگر کار پروژه‌ای باشد و به ویژه اینکه جنبه‌ی مطالعاتی قوی داشته باشد. چنین فعالیت‌هایی معمولاً نیازی کمتری به حضور مستمر در شرکت دارد و زنان می‌توانند زمان کاری خود را به شکل بهتری با فعالیت‌های منزل تنظیم کنند». مصاحبه‌شونده شماره ۴، «بعضی مواقع شوهر اجازه نمی‌دهد زن از خانه بیرون برود اما اینترنرت که وجود دارد

چالش‌های زنان ایرانی در شرکت‌های دانش‌بنیان:

تحلیل مصاحبه‌ها گویای آن است که مصاحبه‌شوندگان در زمینه چالش‌های زنان ایرانی در شرکت‌های دانش‌بنیان از عوامل فردی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی و کیفیت زمینه خانوادگی و فقدان حمایت رنج می‌برند.

عوامل فردی: برخی از مصاحبه‌شوندگان معتقد بودند که سبک مدیریت در زنان و مردان متفاوت است که همین امر خود می‌تواند نقطه قوت مدیریت زنان و هم گاهی نقطه ضعف آن محسوب شود. اکثر مصاحبه‌شوندگان اشاره کردند که عواملی مانند کمبود جسارت، احساسات زیاد، پایین بودن سطح معلومات تخصصی و فنی مرتبط با کار (به خصوص در شرکت‌های مرتبط با حوزه اطلاعات و فناوری) و کند بودن زنان در مقابل تغییرات می‌تواند به جایگاه آنان به عنوان مدیر لطمه جدی وارد آورد. کم تجربگی اکثر زنان مصاحبه‌شونده و نداشتن معلومات تخصصی بزرگ‌ترین چالش پیش روی از نظر خود آن‌ها بود. تعدادی از مصاحبه‌شوندگان معتقد بودند که مشغله زیاد زنان در منزل و مسئولیت خطیر آنان در برابر فرزندان از جمله عوامل موثر بر عدم تمایل آنان به پذیرش پست‌های حساس و مهم مانند مدیریت می‌باشد. مصاحبه‌شونده شماره ۱۲، «مردا خیلی راحت‌تر این تمرکز رو به دست می‌آورند و وقتی به مشکل می‌خوری و یک پروژه رو باید تو تاریخ مشخص تحویل بدی، اما تحویل داده نمیشه؛ چون با یک مشکلاتی روبرو می‌شوی که زمانش اصلاً مشخص نیست. وقتی زمان تحویل می‌رسه، مردا خیلی خوب می‌تونن این مسئله رو مدیریت کنند، اونا استرس نمی‌گیرند و خیلی پر قدرت‌تر رفتار می‌کنند اما خانم‌ها دچار استرس می‌شوند». مصاحبه‌شونده شماره ۲، «زنان معمولاً در نمایشگاه‌ها در قسمت شو استفاده می‌شوند و برای توضیحات تخصصی در مورد محصولات از مردان استفاده می‌شود. زنان انگیزه مالی کمتری دارند، انگیزه رشد کمتری دارند و دنبال کار جدید نمی‌روند». مصاحبه‌شونده شماره ۴، «زنان خودشان را باور ندارند و گرنه به نظر من در دانش بنیان زنان موفق‌ترند. زنان از بس در کنار و حاشیه بودند کارهای مردم نهاد و خیریه برای زنان جذاب‌تر و زنان در بدنه این‌ها حضور داشته باشند. خانم‌ها رقابت را دوست دارند». مصاحبه‌شونده شماره ۱۵، «راجع به بحث جدی نگرفتن در ایران بیشتر خانم‌ها خودشان، خودشان را جدی نمی‌گیرند و

این بیشتر و مهم‌تر از آن است که مردان زنان را جدی نگیرند، یعنی ما در کوچک‌ترین کارها هم به آقایان مراجعه می‌کنیم، شاید ریشه‌اش در خانواده باشد. خانم‌ها خودشان را قبول ندارند فکر می‌کنند از پس کارشان بر نمی‌آیند؛ نه در بحث استارت‌آپ و کارآفرینی، که در حضور در دیگر سازمان‌ها نیز، زنان خیلی علاقمند به قرار گرفتن در چالش، نوک پیکان بودن و راه انداز بودن نیستند».

عوامل فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی: از دیگر

چالش‌های بزرگ زنان از منظر مصاحبه‌شوندگان عواملی بودند که تحت عنوان عوامل فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی بود. مسائلی هم چون تبعیض در آموزش زنان و مردان (به ویژه در مقاطع تحصیلی بالا و آموزش عالی)، عدم آگاهی زنان نسبت به حقوق مربوط به حوزه زنان، تبعیض در استخدام و پرداخت دستمزد، نگاه منفی مشتریان و نهادهای مالی مانند بانک‌ها جهت ارائه تسهیلات و تصورات و پیش‌داوری‌های منفی کارکنان نسبت به مدیریت زنان، همگی مسائلی بودند که تقریباً تمامی مصاحبه‌شوندگان به آن اشاره کردند. یکی از نکاتی که مدیران عامل و ارشد شرکت‌ها به عنوان مسائل پیش‌روی زنان بیان می‌کردند، کلیشه‌های جنسیتی رایج بود که موجب می‌شود زنان فرصت برابر را در مقابل مردان از دست بدهند. زنان معتقد بودند که در هر جایگاهی هستند، تفکرات مردسالارانه حاکم بر آن‌ها هستند. اکثر مصاحبه‌شوندگان بیان می‌کردند که باورهای مذهبی جامعه و خانواده آن‌ها، مانعی برای حضور آن‌ها در بسیاری از محافل علمی و اقتصادی و دستیابی به جایگاه مطلوب آنان بوده است. مصاحبه‌شونده شماره ۲، «در تجربیات کاری که خودم داشتم زن بودن و سن همیشه در سازمان‌هایی که کارکردم مانع پیشرفت من بود. به من رسماً گفته شد شما خیلی مناسب در این پست هستید اما بخاطر سنتان نمی‌شود. در مورد زن بودن لازم نیست کسی چیزی بگوید، مدیران مرد اگر از زنی دفاع کنند یا ازش حمایت کنند ممکن است باعث سوءبرداشت شود. به دو دلیل یک دلیل فرهنگی و دوم اینکه یک سازمان هنوز آن قدر توانسته درک را ایجاد کند که هر اتفاقی می‌افتد منشاء در شایسته‌سازی دارد و هیچ چیز خاصی پشتش نیست و بتواند دفاع کند از انتخاب یک زن واسه همین من همیشه نتوانستم موقعیت مدیر شدن را پیدا کنم: به



خانواده، جامعه، نهادهای دولتی و قوانین کشوری و ایجاد تشکیلات مدافع حقوق زنان اشاره کردند. در مصاحبه‌ها به این نکته نیز اشاره شد که زنان با توجه به مسئولیت سنگین تربیت فرزندان و مدیریت امور خانواده، برای اینکه بتوانند مسئولیت حساس مدیریت شرکت را به درستی انجام داده و دچار تعارض و تضاد نقش نشوند در اولویت اول به حمایت‌های همسر و خانواده و بعد جامعه، نهادهای دولتی و قوانین کشوری و ایجاد تشکیلات مدافع حقوق زنان نیاز دارند. مصاحبه شونده شماره ۳، «دلیل اینکه خانم‌ها کمتر در این حوزه می‌آیند این است که احساس می‌کنند در این حوزه پشتیبان ندارند، فضای دانش‌بنیان به شدت دارای ابهام است خانم می‌خواهد شروع کند و باید مدام به اطرافیانش اثبات کند که امکان دارد و من از پشش بر می‌آیم اما خودش در واقع هیچ دیدی ندارد که این کار انجام می‌شود یا نه. او باید باید در دو قسمت انرژی بگذارد: هم خانواده و همکاران. بعد از شروع و تاسیس نقاط بحرانی فرا می‌رسد، بطوریکه فرد می‌خواهد کلا کار را رها کند، یا گاهش اوقات اطلاعات کارش به رقیب رسیده، یا آنچه از اول تصور می‌کرده درست نبوده و کل کار را باید زمین بگذارد و کار دیگری را شروع کند. این یک مانع بزرگ برای شروع به کار زنان تلقی می‌شود. زن همزمان با کار خانه باید به فکر کار اقتصادی‌اش هم باشد و هرکس توانسته این کار را با موفقیت جلو ببرد به پشتوانه خانواده و حمایت همسر و تغییر نقش‌ها بوده تا توانسته هر دو کار را پیش ببرد». خانم شماره ۷، «به نظر من زنان به دلیل درگیری‌های خانواده و شرایط فرزندشان مهم‌ترین مسئله‌ای که دارند درگیری ذهنی است. به این معنا که حتی وقتی که در محل کار هستند به شکل ۱۰۰ درصد از نظر ذهنی روی کارشان متمرکز نیستند. از نظر من مهم‌ترین مسئله‌ی او در محیط کار ایجاد تعادل میان کار و زندگی خانوادگی است». خانم شماره ۱۰، «یک سری مسائل به عنوان مسائل و مشکلات عمومی زنان در حوزه‌ی اشتغال شناخته می‌شوند. به طور کلی زندگی زنان به دو دوره‌ی قبل و بعد از ازدواج تقسیم می‌شود. من به شخصه به عنوان یک کارفرما، با ترس و لرز زنان را استخدام می‌کنم. چون اغلب مواردی را به عنوان مسائل و مشکلات‌شان مطرح می‌کنند که من نمی‌توانم با آن مخالفت کنم. ... این شرایط زمانی بغرنج‌تر می‌شود که آنان بچه‌دار هم

دلیل جنس و سن». مصاحبه شونده شماره ۱۷، «زنان فکر می‌کنند طبیعی است که نتوانند کارهای زیادی را انجام ندهند. زنان دوست دارند تبعیض جنسیتی در موردشان اتفاق بیفتد». خانم شماره ۳، «زنان از شبکه اجتماعی دور نیستند آنچه از آن دور هستند نادیده گرفته شدن توسط مردان و یا حتی زنان توسط زنان جدی گرفته نمی‌شوند. یک خانم باید توان ذهنی از خودش نشان بدهد و درس‌خوان باشد تا حرفش شنیده شود. معمولاً در جلسات بستر سازی کارآفرینی تعداد زنان به عنوان تصمیم‌گیرنده خیلی کم هست در حالیکه حضور خانم‌ها در تصمیم‌سازی کارآفرینی می‌تواند برای حضور در حوزه دانش بنیان خیلی تاثیرگذار باشند». مصاحبه شونده شماره ۱۲، «خانم‌ها حقوق کمتری برای کارشون می‌گیرن یه وقتی هست سیاست شرکت اینه که پول کمتر بده چون سرعت کارش اهمیت زیادی نداره، اما اگه سرعت کارشون بالا باشه و نیروی متخصص بخوان، ترجیح می‌دهند نیروی آقا استخدام کنند». خانم شماره ۹، «افرادی هم که با حقوق و مزایای پایین جذب می‌شوند، بسیار سریع دچار نارضایتی می‌شوند و توان تحمل شرایط سخت کار را با حقوق و مزایای پایین ندارند. در حقیقت افراد اغلب بدون حقوق بالا حاضر به کار نیستند و دسته‌ای هم که با حقوق‌های پایین کار را شروع کردند، پس از مدت کوتاهی ناامید و سرخورده می‌شوند و کار را رها می‌کنند. در حقیقت خانم‌ها نسبت به شرایط کار واقع‌بین نیستند. به نظر من زنان بیشتری از روی شکم سیری کار می‌کنند». مصاحبه شونده شماره ۱۶، «در کل سیستم به مردان بیشتر اعتماد دارد و اونها را زرنک تر ارزیابی می‌کند. ما می‌تونیم هم ناظر سر ساختمان باشیم هم مهندس مشاور، اما سر ساختمان معمولاً با خانم‌ها مشکل ایجاد می‌شود چون کارگرا، کارفرما و پیمانکار همه مردن و با مردان راحت‌تر ارتباط می‌گیرند. کلاً تو شغل‌هایی که درآمد پایینی داره، زودتر خانم‌ها رو جذب می‌کنن، اما تو شغل‌هایی مثل مهندسی عمران که پایه حقوق نسبتاً خوبی داره، بیشتر مردها جذب می‌شوند؛ چون تصور میشه که اونا کار بلدتر هستند، اما خانم‌ها رو جاهایی که مردها علاقه ندارند برونند، جذب می‌کنند».

در زمینه کیفیت زمینه خانوادگی و فقدان حمایت بسیاری از افراد به نقش عواملی همچون مسئولیت سنگین تربیت فرزندان و مدیریت امور خانواده، حمایت‌های همسر



خودباوری نگاه کارآفرین نسبت به توانایی خود در کشف و استفاده از فرصت، تفکر خلاقانه و مدیریت بازار سنجیده شده است. در سنجش میل به نتیجه، پشتکار فرد و میزان تلاش او برای حصول نتیجه دلخواه و تسلیم ناپذیری به محک گذارده شده و نتایج نشان می‌دهد به طور کلی افراد اعتقاد دارند که پشتکار و پی‌گیری بالایی برای رسیدن به اهدافشان دارند. در گروه عوامل خانوادگی، در بخش اول هدف آن بوده که تاثیر احساسی خانواده بر غنی‌سازی کسب و کار مورد مطالعه قرار گیرد و مشخص شود تا چه اندازه، احساسی که افراد از خانواده خود دریافت می‌کنند در بهبود چشم‌اندازشان نسبت به موفقیت کسب و کار موثر است. خانواده تاثیر زیادی بر روحیه افراد در کسب و کار می‌گذارند و اغلب خانواده‌ها بدون چشم‌داشت مالی در کسب و کار افراد مشارکت می‌کنند و می‌کوشند تا درگیری‌های کاری آنان را بفهمند و معمولا فراتر از آنچه انتظار می‌رود برای موفقیت کسب و کار ایشان کمک می‌کنند. همان‌طور که نظریه تواناسازی مطرح می‌کند، برآورده ساختن نیازهای اساسی، از حقوق اولیه تمام افراد است و هر فردی باید امکان آن را داشته باشد که از تمام توانایی‌ها و خلاقیت‌های خود استفاده کند. بنابراین زنان باید بیاموزند که با خودباوری و پذیرش مسئولیت، چه در خانواده و چه در جامعه شرکت کنند.

در بخش عوامل سازمانی و محیطی، ظرفیت‌های سازمانی شامل اعتماد، امکان دسترسی به منابع و اطلاعات، توان شبکه‌سازی، قدرت جذب منابع، دانش مالی و استفاده از تکنولوژی و داشتن الگو و منتور مورد سنجش قرار گرفته است. در بخش دسترسی به اطلاعات تبادل اطلاعات فرد با شرکا، استفاده از ارتباطات شخصی برای کسب اطلاعات مفید و نیز شنیدن نقطه نظرات افراد خارج از حوزه کاری سنجیده شده و نتایج نشان می‌دهد در مجموع این افراد در این شاخص میانگین بالایی دارند. در حوزه دسترسی به منابع اکثر پاسخگویان معتقدند به منابع دسترسی دارند و توانایی خود را در جذب منابع بالا می‌دانند. با توجه به نظرات مصاحبه شونده‌گان، چالش‌ها و فرصت‌های زنان در شرکت‌های دانش‌بنیان در عوامل فردی، اجتماعی و فرهنگی، اقتصادی و کیفیت زمینه خانوادگی و فقدان حمایت تقسیم‌بندی شد.

در زمینه عوامل فردی اکثر مصاحبه‌شونده‌گان اشاره کردند که عواملی مانند کمبود جسارت، احساسات زیاد، پایین

می‌شوند. این مسئله به طور کلی به تمام حوزه‌های اشتغال زنان اعم از دانش‌بنیان و غیردانش‌بنیان قابل تعمیم است». مصاحبه شونده شماره ۱۱، «حجم کار در این شرکت‌ها بالاست و ما باید پاسخ‌گوی مشتری‌هایمان باشیم، ولی زنان به دلیل شرایط خانوادگی، ممکن است نتوانند آن‌طور که باید در این شرکت کار کنند و نیاز به مرخصی داشته باشند».

۶- نتیجه‌گیری

تحولات در چهار دهه گذشته همراه با توسعه دسترسی به آموزش عالی، منجر به تغییرات معنادار در بسیاری از شاخص‌های مرتبط با کیفیت زندگی، سلامت و مشارکت اجتماعی زنان شده، اما مساله مشارکت اقتصادی زنان دانش‌آموخته همچنان به عنوان یکی از مسائل مهم و ضرورت‌ها در کشورهای توسعه یافته باقی مانده است. این در حالی است که حیطه‌های نوین از جمله توسعه کارآفرینی بویژه در حوزه علم و فناوری به عنوان یکی از راهبردهای موفق در افزایش مشارکت اقتصادی زنان شناخته می‌شود. براین اساس پژوهش حاضر با هدف بررسی دستاوردها و چالش‌های توانمندسازی زنان در شرکت‌های دانش بنیان صورت گرفت. بر مبنای نتایج در حوزه انگیزه پاسخ‌دهندگان برای شروع کسب و کار خود، سه دلیل میل به ایجاد تعادل میان کار و زندگی، میل به کسب درآمد بیشتر، میل به توسعه مهارت‌های کسب و کار را برشمردند. زنانی که انگیزه اصلی آنان، میل به ریسک کردن، میل به کسب درآمد بیشتر و تمایل به ایجاد تعادل میان کار و زندگی است، احتمال موفقیت بیشتری دارند از طرفی توجه به تفاوت میان آغاز کسب و کار از روی ضرورت یا فرصت، اهمیت دارد. افرادی که به علت پیدا نکردن شغل دیگر و نبود گزینه‌ای دیگر به این کسب و کار روی آورده‌اند، عملا کسب و کار خود را از روی «ضرورت» انتخاب کرده‌اند. در مقابل افرادی که با انتخاب خود و بر اساس برداشتشان از فرصت‌های بازار که هنوز کشف نشده و یا کم به آن‌ها توجه شده کسب و کارشان را انتخاب می‌کنند، در حوزه «فرصت» وارد شده‌اند. در زمینه عاملیت و عوامل موثر بر کارآفرینی زنان در محیط دانش‌بنیان در بخش عوامل فردی ویژگی‌ها و رفتارهای کارآفرینانه مانند میل به نتیجه، ریسک‌پذیری و خودباوری مورد سنجش قرار گرفته است. در حوزه

را از موقعیت‌های قدرت مردان، دور نگاه می‌دارد. سازمان‌ها تردید دارند که زنان بتوانند، شغل خاصی را همانند مردان انجام دهند و به شکل موفقیت‌آمیز، در انجام فعالیت‌های خاص، با مردان، همکاری و اشتراک مساعی داشته باشند. زنان نیز معتقدند با بودن چنین تفکری در سازمان‌ها، احتمال این که بتوانند به موقعیت‌های عالی مدیریتی برسند، بسیار اندک است. زنان، رفتارهای حمایتی و پدرمآبانه در سازمان را، جدایی از حمایت، مانعی برای حقوق مشروع شان می‌دانند که آن‌ها را در وضعیتی نابرابر با مردانی قرار می‌دهد که از موقعیتی مشابه برخوردارند. با این حال، بسیاری از زنان، به ناچار در شرایط و سن خاص، خود را با شرایط سازمان، تطبیق می‌دهند که این رفتار، رفتارهای حمایتی مردان را تقویت می‌کند.

از سوی دیگر زنان با توجه به مسئولیت سنگین تربیت فرزندان و مدیریت امور خانواده، برای اینکه بتوانند مسئولیت حساس مدیریت شرکت را به درستی انجام داده و دچار تعارض و تضاد نقش نشوند به حمایت‌های همسر، خانواده، جامعه، نهادهای دولتی و قوانین کشوری حمایت‌گر نیاز دارند. در نهایت توازن کار و زندگی یکی از مهم‌ترین چالش‌های زنان برای حضور در این عرصه است. اصولاً کار اقتصادی نیازمند تمرکز، وقت، انرژی و برنامه مداوم است که همگی با مسئولیت‌های خانوادگی زنان در تعارض است و زنان برای موفقیت در این عرصه نیازمند برنامه‌ریزی دقیق و حمایت خانواده هستند. کسب و کارهای شخصی بدلیل برخورداری از زمان منعطف، از یک سو فرصت را برای زنان فراهم می‌آورد که مسئولیت‌های خود را راحت‌تر تنظیم نمایند، ولی از سوی دیگر بدلیل بالا بودن سطح مسئولیت اقتصادی و تنش‌های محیطی فشار مضاعفی را به آنان وارد می‌نماید. بعبارتی توسعه این کسب و کارها از نظر زمان برای زنان سودآوری دارد و قدرت مدیریت وقت را دارند ولی از سوی دیگر بدلیل بالا بودن مسئولیت‌های توسعه کسب و کار، سرمایه‌گذاری و توسعه بازار و ... فشار درونی و استرس‌های زیادی را تحمل می‌کنند.

براساس تئوری اقتصاددانان کلاسیک بهره‌مندی کمتر زنان از آموزش، دوری متناوب از کار به دلیل مسائل مربوط به فرزندآوری و پرورش کودک و کم‌تر بودن تجربه و مهارت شغلی آنان به دلیل همین دوری متناوب از

بودن سطح معلومات تخصصی و فنی مرتبط با کار (به خصوص در شرکت‌های مرتبط با حوزه اطلاعات و فناوری) و کند بودن زنان در مقابل تغییرات می‌تواند به جایگاه آنان به عنوان مدیر لطمه جدی وارد آورد. از دیگر چالش‌های بزرگ زنان مسائلی هم چون تبعیض در آموزش، عدم آگاهی زنان نسبت به حقوق مربوط به حوزه زنان، تبعیض در استخدام و پرداخت دستمزد، نگاه منفی مشتریان و نهادهای مالی مانند بانک‌ها جهت ارائه تسهیلات و تصورات و پیش‌داوری‌های منفی کارکنان نسبت به مدیریت زنان، همگی مسائلی بودند که تقریباً تمامی مصاحبه‌شوندگان به آن اشاره کردند. یکی از عوامل، کلیشه‌های جنسیتی رایج است که موجب می‌شود زنان فرصت برابر را در مقابل مردان از دست بدهند. زنان معتقدند که در هر جایگاهی هستند، تفکرات مردسالارانه حاکم بر آن‌ها هستند. باورهای مذهبی جامعه و خانواده، مانعی برای حضور افراد در بسیاری از محافل علمی و اقتصادی و دستیابی به جایگاه مطلوب آنان است.

در مصاحبه‌ها گفته شد به علت گمارده نشدن زنان در پست‌های ارشد و تصمیم‌گیرنده، نوعی حس بی‌قدرتی در زنان ایجاد شده است. سپس زنان برای اثبات توانایی خود، سعی در پذیرفتن مسئولیت‌های سنگین دارند که همین امر موجب مسئله‌ای به نام سنگینی نقش می‌شود که در درازمدت کارایی زنان مدیر را کاهش داده و منجر به ترک آنان به اجبار و یا حتی به اختیار آنان می‌شود. بسیاری از افراد، دشوار بودن نفوذ زنان به موقعیت‌های مردانه را ذکر کردند. باور غلط سایر کارمندان و مدیران ارشد شرکت در مورد توانایی و تجربه‌های مدیران زن، اعتماد به نفس فرد را گرفته و به مرور منجر به تغییر نظر سایر کارکنان نیز می‌شود. در بسیاری از سازمان‌ها، دیدگاه رایج درباره زنان، عدم توانایی در انجام مشاغل خاص، به ویژه در سطوح مدیریت سازمان است و به همین خاطر، از آنان حمایت کافی نمی‌شود. البته با گذشت زمان، نقش‌های زنان و مردان تغییر می‌کند و ترکیب نیروی انسانی سازمان‌ها، تعدیل می‌شود که این، باعث از بین رفتن تفکرهای کلیشه‌ای می‌شود.

در بسیاری از سازمان‌ها، مدل مدیریتی مردانه، مدلی استاندارد و مقبول است و باعث نگرش‌های منفی به زنان، برای حفظ موقعیت یا پیشرفت به سطوح مدیریتی می‌شوند. قضاوت‌های تبعیض‌آمیز استخدام، ارتقای آن‌ها

بنابراین با وجود اهمیتی که اشتغال زنان در رشد فردی و توسعه اقتصادی-اجتماعی جامعه دارد، تحقق آن مستلزم حمایت‌های اجتماعی و فرهنگی جامعه از زنان، بازنگری در هنجارهای سنتی رایج در خانواده و مشارکت بیشتر سایر اعضای خانواده در کارهای خانگی همچنین تناسب فعالیت‌های شغلی با مرحله‌ی زندگی خانوادگی، علایق، ترجیحات و ارتقاء دادن توانمندی‌های زنان است، به گونه‌ای که مردان و زنان بتوانند در کنار یکدیگر و باهمدلی و همکاری هم نقش‌های خانوادگی و هم نقش‌های حرفه‌ای خود را به خوبی ایفا کنند.

محیط کار، عواملی است که موجب شود تا زنان از سرمایه‌ی انسانی کمتری بهره‌مندی شوند و در نتیجه بهره‌وری پایین‌تر و جایگاه نازل‌تری در بازار کار داشته باشند. ارتقاء فرهنگ جامعه در زمینه همراهی و همکاری و حمایت از زنان کارآفرین نقش مهمی در موفقیت آنان دارد. نتایج این مطالعه نشان داد در حالی که این پیش‌فرض در جامعه ما وجود دارد که خانواده نقش حمایتی همه‌جانبه دارد، اکثر زنان در این مطالعه از خانواده خود حمایت احساسی دریافت می‌کنند و حمایت اجرایی کمی دریافت می‌کردند و این به معنای بالا بودن سهم مسئولیت و فعالیت‌های اجرایی آنان است.

منابع

۱. پایتختی اسکویی، سیدعلی؛ بابازاده، محمود؛ طبچی اکبری، لاله (۱۳۹۶) تأثیر اقتصاد دانش بنیان بر اشتغال زنان در کشورهای منتخب در حال توسعه، زن و مطالعات خانواده، دوره ۹ شماره ۳۶، صص ۲۹ تا ۴۴
۲. جوادی مریم، هرندی فاطمه، فلاح محسن‌خانی، زهره (۱۳۹۲). «تحلیل جنسیتی ثبات اشتغال در ایران»، مجله‌ی بررسی‌های آمار رسمی ایران، شماره ۲۴، صص ۸۷-۱۰۷.
۳. چشمه قصابانی، ناهید، ملک الساداتی، سید سعید، ناجی میدانی، علی اکبر (۱۳۹۸). «ابعاد منطقه‌ای شکاف جنسیتی دستمزد شاغلان بخش دولتی و خصوصی در بازار کار شهری ایران: رویکرد تجزیه‌ی نفومارک»، اقتصاد شهری، شماره ۴، صص ۹۰-۷۷.
۴. حسینی فهرجی، حسین، نصیری پور، امیر اشکان، رئیس، پوران (۱۳۹۲). «عوامل محیطی موثر بر توسعه کارآفرینی سازمانی در بیمارستان‌های دولتی ایران»، مدیریت بهداشت و درمان، شماره ۱ و ۲، صص ۷-۲۳.
۵. رفعت جاه، مریم، خیرخواه، فاطمه (۱۳۹۱). «مسائل و چالش‌های اشتغال زنان در ایران از دیدگاه شاغلان پست‌های مدیریتی»، مطالعات توسعه اجتماعی-فرهنگی، شماره ۲، صص ۱۵۶-۱۳۰.
۶. زعفرانچی، لیلا سادات (۱۳۸۸). بررسی وضعیت اشتغال زنان در ایران، مرکز امور زنان و خانواده نهاد ریاست جمهوری.
- ۷- صدیق، گلناز (۱۳۸۴). «اقتصاد دانش محور، نگاهی جدید به اقتصاد»، موسسه تحقیقاتی تدبیر اقتصاد، تهران.
۸. فتحی، سروش، مختارپور، مهدی (۱۳۹۶). «تبیین نگرش زنان به شکاف جنسیتی و کسب پایگاه‌های اجتماعی (مطالعه موردی: زنان ۳۰-۴۰ سال شهر تهران»، پژوهشنامه مددکاری اجتماعی، شماره ۴، صص ۹۴-۷۳.
۹. فلاحتی، لیلا (۱۳۹۷)، عدالت جنسیتی در آموزش عالی ایران، موسسه مطالعات فرهنگی. اجتماعی وزارت علوم، تهران، ۳۳۴ صفحه.
۱۰. کشاورز شگری، عباس و آذرکشب، عاطفه (۱۳۹۵) نقادی و بازسازی نظریه سارا لانگه درباره شاخص‌های توانمندسازی زنان سرپرست خانوار، اسلام و علوم اجتماعی سال هشتم پاییز و زمستان، شماره ۱۶، صص ۵ تا ۳۵.
۱۱. گوگردچیان، احمد، طیبی، سید کمیل، قضاوی، عفت (۱۳۹۳). «اثر اشتغال زنان بر شکاف درآمدی جنسیتی در ایران (۱۳۹۰-۱۳۷۰)»، فصلنامه تحقیقات مدل‌سازی اقتصادی، صص ۱۶۹-۱۴۵.
۱۲. مرکز آمار ایران (۱۳۹۵)، سرشماری عمومی نفوس و مسکن
۱۳. مرکز آمار ایران (۱۴۰۱)، گزارش وضعیت نیروی کار
۱۴. معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری (۱۴۰۲)، گزارش صندوق نوآوری و شکوفایی پیرامون شرکت‌های دانش‌بنیان، قابل دسترسی از لینک <https://www.inif.ir>
- ۱۵- مهدی‌وند، میرمحسن، زالی، محمدرضا (۱۳۹۰). «تأثیر سرمایه‌ی فکری بر گرایش کارآفرینانه و عملکرد

economy as a determining factor of equalization of chances for women and men in education and management and decision-making. *Kwartalnik Naukowy Uczelni Vistula*, 3 (49), 198-211.

26. Macpherson H and Brue. M, (2003); "discrimination", *Contemporary Labor Economics*, "Labor market

27. Mählck, P. (2013, January). Academic women with migrant background in the global knowledge economy: Bodies, hierarchies and resistance. In *Women's Studies International Forum* (Vol. 36, pp. 65-74). Pergamon.

28. Mason, J. (2018). Entrepreneurship in knowledge-based services: opportunity and challenges for new venture, economic, and workforce development. *Journal of Business Venturing Insights*, 10, e00092.

29. Michalski, M. & Javier Vazquez, F. (2008). The Importance of Intellectual Capital for the Entrepreneurial Firm, Master Thesis in Business and Administration, Malardalen University, Vasteras, Sweden.

30. Naman, J.L. and Slevin, D.P. (1993) Entrepreneurship and the Concept of Fit: A Model and Empirical Tests. *Strategic Management Journal*, 14, 137-153. <https://doi.org/10.1002/smj.4250140205>

31. Olivetti, C., & Petrongolo, B. (2016). The evolution of gender gaps in industrialized countries. *Annual review of Economics*, 8, 405-434.

32. Rincon de Munoz. B (2007); Determinants of female labor force participation in Venezuela: A cross-sectional analysis, Theses for the degree of Doctor of Philosophy, Department of Economics, College of Business Administration University of South Florida.

33. Statista (2021). Share of women working in STEM fields in 2021, by country, retrieved from: <https://www.statista.com/statistics/1116527/share-women-stem-country/>

34. Troemel, M. H., & Strait, P. B. (2013). Bedouin rising: How Saudi female entrepreneurs are leading Saudi Arabia

سازمانی در کسب و کارهای نانو»، فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، شماره ۴، صص ۴۶-۴۷.

16. Aswad, N. G., Vidican, G., & Samulewicz, D. (2011). Creating a knowledge-based economy in the United Arab Emirates: realizing the unfulfilled potential of women in the science, technology and engineering fields. *European Journal of Engineering Education*, 36(6), 559-570.

17. Bayo, P. L., & Emmanuel, K. N. (2020). Knowledge-based entrepreneurship: an agent for economic development. *Journal DOI*, 6(8).

18. Chen, J., Zhu, Z., & Xie, Y.H. (2004). Measuring intellectual capital: a new model and empirical study, *Journal of Intellectual capital*, 5(1): 195212-.

19. Falahati, L. (2021). Knowledge-based Economy as an Opportunity to Closing the Gender Gap. *The International Journal of Humanities*, 28(2), 58-68.

20. Forbes (2023), Powerful Tech Stats for International Women's Day. <https://www.forbes.com/sites/shereatcheson/2023/03/07/powerful-tech-stats-for-international-womens-day/?sh=326d1fbb6624>

21. Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2021/2022 Retrieved from: <https://www.gemconsortium.org/>

22. Gustafsson, S., & Meulders, D. (Eds.). (2000). Gender and the labour market: Econometric evidence of obstacles to achieving gender equality. Macmillan.

23. Heermann, F, Manfred, L, Christian, K (2007). The Significance of Personality in Business Start-up Intentions, Start-up Realization and Business Success. *Entrepreneurship and Regional Development*. N: 3. 227-251.

24. Heath, R., & Jayachandran, S. (2016). The causes and consequences of increased female education and labor force participation in developing countries (No. w22766). National Bureau of Economic Research.

25. Kupczyk, T., Kordecki, W., & Kubicka, J. (2016). Knowledge-based

<https://wbl.worldbank.org/en/wbl>
 36- World Economic Forum (2023),
 Global Gender Gap Report, retrieved from
<https://www.weforum.org/reports/global-gender-gap-report-2023>.

into a knowledge-based economy.
 Academic Journal of Interdisciplinary
 Studies, 2(9), 346.
 35. World Bank (2020), Women, Business
 and the Law, retrieved from



شناسایی عناصر مرتبط با ارزیابی خطمشی‌های عمومی در صنعت

گردشگری ایران

***مجتبی کیانی** *محمدحامد دهقان پور** ابوالحسن فقیهی*

* دانشجوی دکتری رشته مدیریت دولتی (تصمیم‌گیری و خطمشی‌گذاری عمومی)، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات،

دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران mh.dehghanpour@gmail.com

*** استاد مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران faghihiabolhassan@gmail.com

*** استادیار مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران mjtkiaei@gmail.com

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۶/۱۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۱/۲۸

صص: ۶۷-۸۲

چکیده

ارزیابی خطمشی ضامن کنترل، جهت دهی و کمال‌بخشی به آنها است؛ اما در صنعت گردشگری کمتر به آن توجه شده است. پژوهش حاضر با هدف شناسایی عناصر اصلی مرتبط با ارزیابی خطمشی‌های گردشگری در ایران گامی برای پوشش نسبی این خلأ دانشی است تا پاسخ‌گوی این سؤال اصلی پژوهش باشد: عناصر اساسی برای ارزیابی خطمشی‌های عمومی گردشگری در ایران کدامند؟ روش انجام این پژوهش ترکیبی است. داده‌های تحقیق شامل اسناد، مدارک، متون مرتبط با موضوع و نتایج حاصل از مصاحبه با هفت نفر از خبرگان مرتبط و ارائه پرسشنامه به ۲۱ نفر از خبرگان حوزه گردشگری و ارزیابی خطمشی بود که به صورت روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. برای جمع‌آوری داده‌های کیفی از بررسی اسناد و ادبیات مرتبط، ابزار مصاحبه و روش دلفی استفاده گردید. در مرحله اولیه پژوهش، ۱۸ مقوله و ۵۹ مفهوم پایه مرتبط با موضوع شناسایی و استخراج شد. مقوله‌های شناسایی شده مرتبط با ۵ بُعد فراگیر ارزیابی خطمشی گردشگری: تشخیص مسئله عمومی، تدوین خطمشی عمومی، مشروعیت بخشی به خطمشی، اجرای خطمشی، ارزیابی خطمشی عمومی قرار گرفت. جهت اعتبار سنجی عوامل استخراج شده اقدام به ارائه آنها به ۲۱ نفر از خبرگان حوزه گردشگری طی سه راند روش دلفی گردید. در مجموع ۴۴ مفهوم پایه مرتبط با ۱۴ مقوله به شرح ذیل برای الگوی ارزیابی خطمشی‌های عمومی در گردشگری ایران شناسایی شد: پرداختن به مسئله محوری، رویکرد جامع‌و‌مانع داشتن، دغدغه بودن برای کارشناسان، عقلانی بودن خطمشی، پویایی خطمشی، انسجام خطمشی، قانونی بودن، پذیرش عمومی، بهره‌وری، تعهد عملی مجریان، برخورداری از ابزارهای لازم، استمرار ارزیابی، برخورداری از شاخص‌های مناسب ارزیابی، توجه به نتایج مثبت خطمشی عمومی.

واژه‌های کلیدی: خطمشی‌گذاری عمومی، ارزیابی خطمشی، گردشگری، روش دلفی.

نوع مقاله: علمی

نویسنده عهده‌دار مکاتبات: ابوالحسن فقیهی Faghihiabolhassan@gmail.com



۱- مقدمه

ارزیابی خطمشی‌ها، می‌تواند با فراهم نمودن شواهد مناسب و ارائه بازخورد، شاخص‌ها و معیارهای مناسبی را برای خطمشی‌گذاری آگاهانه‌تر ارائه دهد. گردشگری همچون یک صنعت راهبردی در دوران مدرن همواره یکی از حوزه‌های پردرآمد برای کشورها محسوب شده و از نظر سیاسی، اجتماعی و اقتصادی مورد توجه دولت‌ها قرار دارد. این صنعت از جمله منابع قدرت‌نرم کشورها به‌شمار می‌آید. کارشناسان و صاحب‌نظران این حوزه پیش‌بینی می‌کنند که این صنعت پس از گذر از دوران کرونا با قدرت و توان بیشتری به صحنه اقتصاد و عرصه فرهنگ در سطح جهان باز خواهد گشت. گردشگری همواره دارای دو بُعد انتقال فرهنگ و درآمدزایی است. یکی از اهداف هر گردشگر آن است که با فرهنگ، آداب و رسوم کشور مقصدش آشنا شده و از مناظر و جلوه‌های طبیعی و یا الگوهای شهرسازی آن کشور لذت ببرد؛ از همین‌رو برای کسب این آشنایی، هزینه پرداخت می‌کند؛ بنابراین می‌توان گفت یکی از اهدافی که کشورها در حوزه گردشگری به‌دنبال آن هستند درآمدزایی است. اهمیت این درآمدزایی به حدی است که در سال ۲۰۱۹ کشورهای توریزم‌پذیر توانستند ۱٫۷ تریلیون دلار از این صنعت درآمد داشته باشند [۲].

مرور پیشینه پژوهش حاکی از آن است که به‌رغم رشد فزاینده تحقیقات ارزیابی از دهه ۱۹۶۰، سنت مطالعاتی توان‌مندی درباره ارزیابی خطمشی در ایران به‌طور کلی و به‌طور مشخص برای ارائه الگوی جامع و مناسب ارزیابی خطمشی گردشگری در ایران انجام نپذیرفته است. مباحث نظری و فنی ارزیابی عمدتاً به یک فصل یا کمتر در میان آثار ترجمه‌ای و تألیفی محدود شده‌اند. این مطالعات به‌طور عمده به معرفی خطمشی‌گذاری عمومی پرداخته و ارزیابی خطمشی را به‌اختصار به‌عنوان یکی از مباحث مربوط، مورد توجه قرار داده‌اند. مسأله‌ی شناسایی اولویت‌بندی الگوهای ارزیابی خطمشی عمومی می‌تواند به ارزیابان کمک کند تا از الگوهای برتر ارزیابی خطمشی بهره بگیرند. واعظی و همکارانش (۱۳۹۴) با انجام پژوهشی در این زمینه به این نتیجه دست یافتند که چهار الگوی مطلوبیت‌گرای پاتون (۲۰۰۵)، تصمیم‌گرای استافل‌بیم (۲۰۱۴)، واقع‌گرای پاورسون و تایللی (۲۰۱۳) و مشارکتی

کوزینز (۱۹۹۶)، الگوهای برتر ارزیابی خطمشی هستند [۱۴].

مسأله‌ی تعیین اهمیت هر یک از مراحل چرخه خطمشی در کیفیت خطمشی‌های عمومی، مؤثر در ارزیابی آنها است. نتایج تحقیق دانایی‌فرد و همکارانش (۱۳۹۵) نشان داده است مهم‌ترین مراحل تأثیرگذار در کیفیت خطمشی عمومی مرحله تدوین خطمشی عمومی و مشروعیت‌بخشی به خطمشی عمومی است [۳].

[۸] در پژوهشی با عنوان: «مروری بر گردشگری و اثرات آن؛ گامی به سوی توسعه پایدار به این نتیجه دست یافتند که برای دستیابی به توسعه پایدار، برنامه‌ریزی گردشگری باید به اندازه کافی متمرکز باشد. از اینرو نیاز است تا گردشگری در ابعاد وسیع، یکپارچه و وابسته به منابع فرهنگی و طبیعی صورت گیرد و سیاست‌های جذب گردشگر از کمیت بسوی کیفیت هدایت شود.

ملتم اویگون (۲۰۲۲) در پژوهشی با عنوان: «ارزیابی سیاست‌های گردشگری سلامت ترکیه با استفاده از رویکرد تحلیل شبکه‌های اجتماعی» که با هدف بررسی روابط بین سهام‌داران در بخش گردشگری سلامت در ترکیه در چارچوب سیاست‌های گردشگری سلامت ترکیه انجام شد؛ نتیجه می‌گیرد از آنجا که ذینفعان سیاست‌های گردشگری سلامت ترکیه در ایجاد روابط مثبت با کمبودها و مسائلی مواجه بودند؛ ذینفعان دولتی به عنوان سیاستگذار باید استراتژی‌های موثری را برای بهبود همکاری ذینفعان و تشویق به فراگیری بیشتر از طریق سیاست‌های هدفمند بهتر گردشگری سلامت ایجاد کنند. در واقع می‌توان گفت نتیجه این پژوهش تأکید بر اهمیت مرحله تدوین سیاست‌ها در چرخه سیاست‌گذاری دارد. این نتیجه با نتیجه تحقیق دانایی‌فرد و همکارانش (۱۳۹۵) همراستایی دارد.

واله-کروزا و همکاران در پژوهشی با عنوان: «ارزیابی چارچوب چرخه سیاست عمومی در عصر هوش مصنوعی: از تعیین دستور کار تا ارزیابی خطمشی»، نتیجه می‌گیرند که در عصر حاضر تبدیل شدن هوش مصنوعی به یک اولویت اصلی ممکن است منجر به کاربردهای متحول‌کننده در حوزه صنعتی، برنامه‌های اجتماعی و ... شود؛ حتی بسیار فراتر از انقلاب‌های صنعتی. اتکا به هوش مصنوعی می‌تواند بر مداخله انسان تأثیر بگذارد. هوش مصنوعی در حوزه ارزیابی خطمشی‌ها با تجزیه و تحلیل



پیش‌گفت، با استفاده از روش ترکیبی (کیفی و کمی) و با هدف شناسایی عناصر مرتبط با ارزیابی خطمشی‌های عمومی در گردشگری ایران در صدد است تا بتواند برای کاستن از دغدغه‌ها و مسائل پیش‌روی صنعت گردشگری ایران، بخشی از این خلأ را پر نماید. پرسش اصلی که این پژوهش عهده‌دار پاسخ‌گویی به آن بوده عبارت است از: عناصر اساسی (ابعاد، مقوله‌ها و مفاهیم) برای ارزیابی خطمشی‌های عمومی گردشگری در ایران کدامند؟

نوآوری این پژوهش در ارائه عواملی مرتبط با یک الگوی جامع ارزیابی است که همزمان کوشیده است به اکثر عوامل موجود مطرح در ارزیابی خط مشی‌های صنعت گردشگری بپردازد و در این مورد خلاء مطالعاتی موجود را پر نماید.

۲- مفاهیم و مبانی نظری پژوهش

۲-۱- خطمشی عمومی^۱

واژه خطمشی یا policy از کلمه polis که شهری در یونان باستان بود، مشتق شده است [۲۳]. برای خطمشی عمومی، تعریف‌های متعددی شده که به چند نمونه اشاره می‌شود:

«خطمشی عمومی، فرایندی است که شامل تمام اقدامات که از زمان احساس مشکل شروع می‌شود و به ارزیابی نتایج حاصل از اجرای خطمشی ختم می‌گردد و در واقع تصمیمی است که در قبال یک مشکل عمومی اتخاذ می‌شود» [۱]. تصمیم‌گیری در سطح کلان جامعه همان خطمشی عمومی است [۴].

خطمشی‌ها، محصول محیط سیاسی، ارزش‌ها و ایدئولوژی، قدرت، اصول نهادینه‌شده و فرایندهای تصمیم‌گیری‌اند [۲۱]. فرآیند خطمشی‌گذاری فرایندی تعاملی است که فاقد نقطه شروع و پایان است [۳۲]. به‌همین جهت پیاده‌سازی خطمشی‌ها، افزایش قاعده-مهندسی سیاست را در پی دارد [۳۰]. به‌طور کلی در یک تعریف مختار می‌توان گفت؛ خطمشی‌های عمومی اصولی هستند که به تصمیم‌ها، اقدام‌ها و فعالیت‌های سازمان‌های عمومی جهت می‌دهند و آن‌ها را در مسیر تحقق اهداف تنظیم می‌نمایند. به بیان دیگر خطمشی، تنظیم سیاست و اجرای آن است که درهم‌تنیده است و دو گام تقریباً تفکیک‌ناپذیر به حساب می‌آید.

داده‌ها و ارائه بازخورد برای اصلاح و تنظیم به صورت دوره‌ای و به‌طور خودکار شرایط را برای تصمیم‌گیری بهتر و استراتژیک فراهم می‌کند. با توجه به نتیجه این پژوهش و سرعت تحولات ناشی از فناوری اطلاعات و ارتباطات و پتانسیلی که استفاده از هوش مصنوعی دارد می‌توان در فرایند سیاست‌گذاری و ارزیابی آن‌ها بسترهای لازم را در این چشم‌انداز ایجاد نمود و حرکت کرد.

گانگمین یانگ و همکاران (۲۰۲۲) در پژوهشی با عنوان: « ساختار شبکه فضایی کارایی گردشگری و عوامل موثر آن در چین: تحلیل شبکه اجتماعی»، از طریق داده‌های پانل از ۳۰ استان در چین به این نتیجه رسیدند که سطح کارایی گردشگری در جنوب غرب چین بالا و با ثبات است. منطقه شمال غرب از سطح بازدهی گردشگری پایین اما روند رشد کندی برخوردار است. بقیه مناطق روندهای نوسانی از کارایی گردشگری را دارند. همبستگی فضایی شبکه بهره‌وری گردشگری استانی به تدریج پیچیده می‌شود. با توجه به عوامل موثر همچون تعداد ثبت اختراعات، سطح ترافیک، توسعه مالی و کنترل کلان دولت همه، تاثیرات مثبتی بر کارایی گردشگری دارند. محققان چند پیشنهاد را برای کارایی و بهبود بهره‌وری توصیه کرده‌اند: ۱- تقویت نقش هدایت دولت برای ارتقای کارایی گردشگری از طریق بهبود قوانین و مقررات حمایتی و نظارت بر ساخت‌وساز زیرساخت‌ها، توجه به تفاوت‌های منطقه‌ای بین استان‌ها و بهینه‌سازی تخصیص منابع ۲- تقویت همکاری‌های بین منطقه‌ای برای بهبود کارایی کلی گردشگری ۳- اولویت دادن به توسعه زیست‌محیطی و تقویت استفاده نوآورانه و منطقی از منابع اکوسیستم‌ها.

در جمع‌بندی می‌توان گفت نتایج برخی از پژوهش‌های پیش‌گفت در خصوص معیارها و شاخص‌های ارزیابی خطمشی عمومی در این پژوهش قابل استفاده خواهد بود ولی همان‌طور که در مرور پیشینه ملاحظه شد، به‌طور مشخص پژوهشی برای ارائه الگوی جامع و مناسب ارزیابی خطمشی گردشگری در ایران انجام نپذیرفته از همین رو ضرورت دارد عناصر اصلی (مقوله‌ها و مفاهیم) مرتبط با ارزیابی خطمشی‌های عمومی در گردشگری ایران شناسایی شود تا بر اساس آن مدلی مطلوب برای ارزیابی خطمشی‌های صنعت گردشگری در ایران طراحی گردد. پژوهش حاضر بر اساس اهمیت، ضرورت و پیشینه‌ی

1 Public Policy



نمودار ۱. چرخه فرایند خطمشی‌گذاری عمومی [۱]

تحقق فرایند خطمشی سالم، نیازمند افزایش پویایی و بهبود فرایند خطمشی است. فرایند خطمشی یک چرخه‌ی کامل از شناسایی مسائل عمومی و اولویت‌گذاری، تدوین خطمشی، مشروعیت‌بخشی به خطمشی، اجرای خطمشی، ارزیابی و اصلاح خطمشی را دربر می‌گیرد [۳۱]. از دیدگاه دیگر چرخه‌ی چندمرحله‌ای خطمشی‌گذاری شامل دستور کارگزاری مسئله عمومی، تنظیم و تصویب خطمشی، اجرای خطمشی و ارزیابی خطمشی است [۲۹].

در فرایند خطمشی سالم و پویا، هر مرحله از این چرخه به‌گونه‌ای عمل می‌کند که ضمن برآورده نمودن ارزش‌ها و انتظارات ذی‌نفعان، از کارآیی و اثربخشی برخوردار است. عموم مردم، احزاب و تشکل‌ها، رسانه‌ها و بخش‌های مختلف حاکمیت، ذی‌نفعان خطمشی عمومی را تشکیل می‌دهند. کارایی با اجرای به‌صرفه‌ی خطمشی برای نظام سیاسی و اثربخشی با تحقق اهداف مورد نظر از اجرای خطمشی در ارتباط است.

۲-۳-۳- ارزیابی خطمشی

اصطلاحات مرتبط با ارزیابی خطمشی تحت عناوین ارزیابی خطمشی عمومی، مبانی فلسفی ارزیابی خطمشی عمومی، انواع ارزیابی خطمشی و مروری بر خطمشی‌گذاری گردشگری در ایران تبیین و توصیف می‌شود:

۱-۲-۳- ارزیابی خطمشی عمومی

ارزیابی را از دیدگاه اهداف، فعالیتی می‌دانند که برای تعیین درجه و اعتبار برنامه‌ها و خطمشی‌های عمومی در نائل شدن به اهداف مورد نظر انجام می‌شود.

۲-۲- چرخه خطمشی عمومی

چرخه یا فرایند خطمشی عمومی متداول‌ترین مفهوم در مطالعات خطمشی‌گذاری عمومی است که در قالب مجموعه‌ای از مراحل نشان داده می‌شود. تقریباً به تعداد نظریه‌پردازان خطمشی‌عمومی الگوی فرایند خطمشی‌گذاری عمومی وجود دارد. الگوی چرخه خطمشی‌گذاری عمومی مربوط به آندرسون دارای پنج مرحله است: تشخیص مسأله و تهیه دستورکار، تنظیم راه‌حل‌ها، پذیرش راه‌حل، اجرا و ارزیابی. استوکی و هاورز نیز از پنج مرحله نام می‌برند که طی آن، تحلیل‌گر باید اقدام به: تشخیص مسأله و اهدافی که می‌بایست تعقیب شوند، تعیین راه‌کارهای ممکن، پیش‌بینی پیامدهای هر یک از آن‌ها، ایجاد معیار برای تحقق هر یک از اهداف و انتخاب روش‌ها و اقداماتی که به سایر اقدامات ترجیح دارد بنماید [۱۷]. از دیدگاه الوانی و شریف‌زاده، فرایند خطمشی‌گذاری عمومی شامل شش مرحله است: ۱- شناخت، درک و بیان مسأله یا مشکل؛ ۲- ارجاع و طرح مسأله در سازمان‌ها و مؤسسات عمومی؛ ۳- شکل‌گیری، تهیه و تدوین خطمشی عمومی؛ ۴- قانونی کردن و مشروعیت‌بخشیدن به خطمشی عمومی؛ ۵- ابلاغ و اجرای خطمشی عمومی و ۶- ارزیابی خطمشی عمومی اجرا شده و کسب اطلاع از بازتاب آن. مراحل یادشده به‌صورت فرایندی پویا و دارای ارتباط چندسویه با هم شکل می‌گیرند. آن‌ها قائلند: «فرایند خطمشی‌گذاری عمومی با گذر از مراحل فوق به‌صورت یک پیوستار مرکب از فعالیت‌ها و عملیات لازم تحقق می‌یابد و به‌صورت جدا از هم و بدون ارتباط با یکدیگر، طی کردن این مراحل با موفقیت عملی نخواهد شد» [۱]. بعد از مرحله ارزیابی به‌عنوان یک چرخه مداوم جهت اجرای خطمشی و جواب‌گویی کامل به مسائل و مشکلات خطمشی عمومی، مسئولان و خطمشی‌گذاران عمومی بخشی از مشکل را که ممکن است حل نشده باشد، در نظر قرار داده و بررسی مسئله عمومی را در قبال این بخش در طی مراحل مذکور به‌عهده خواهند گرفت. همان‌طور که در نمودار ذیل مشاهده می‌شود ارزیابی خطمشی عمومی در تمام مراحل چرخه فرایند خطمشی‌گذاری عمومی قابلیت کاربرد دارد:

۲-۳-۲- مبانی فلسفی ارزیابی خطمشی عمومی

مبانی نظری ارزیابی همانند پژوهش می‌تواند از دیدگاه‌های فلسفی اثبات‌گرایی، پراگماتیسم، تفسیری یا انتقادی سرچشمه بگیرد. مسائل و پرسش‌های ارزیابی را نمی‌توان از طریق روش‌های ارزیابی به‌طور یکسان پاسخ داد. ماهیت سیاسی محتوای برنامه‌های ارزیابی خطمشی با پیش‌فرض‌ها و باورهای ارزیابان آمیخته است بنابراین متدولوژی‌های متفاوتی را در راستای تامین نیازهای اطلاعاتی مخاطبان مختلف می‌طلبد. جدول ذیل دسته‌بندی توصیفی چهار فلسفه عمده ارزیابی خطمشی را نشان می‌دهد:

جدول ۱. مبانی فلسفی ارزیابی خطمشی عمومی [۲۷]

نمونه پرسش ارزیابی	روش پژوهش	مخاطبان اصلی	ارزش‌های اساسی	ارز
آیا نتایج مطلوب حاصل شده و به پیشبرد برنامه کمک کرده است؟ سیاست راه‌حل کارآمد است؟	کمی: تجربی و شبه تجربی، تحلیل سیستمی، مدل‌سازی علی، تحلیل هزینه-منفعت	تصمیم‌گیرندگان و سیاست‌گذاران سطوح بالاتر	تئوری سیستم‌ها، کارایی، پاسخگویی دانش‌آلی، تئوریک	ت
کدام بخش برنامه یا سیاست خوب اجرا شده و کدام بخش مستلزم بهبود است؟ برنامه یا سیاست چگونه اثربخش‌تر می‌شود؟ آیا به نیازهای ذی‌نفعان پاسخ می‌دهد؟	ترکیبی: پیمایش ساختارمند و غیرساختارمند، پرسشنامه، مشاهده، مصاحبه	مدیران - برنامه سطح میانی، مدیران و سایر تصمیم‌گیرندگان	مشارکت مدیریت، برابری، کنترل، سودمندی	ت
برنامه یا سیاست توسط ذی‌نفعان مختلف چگونه درک می‌شود؟	کیفی: مطالعه موردی، مصاحبه، مشاهده، بررسی اسناد	مدیران برنامه، کارکنان، صاحبان منافع	کثرت‌گرایی، درک، تنوع	ت

ناچمیاس (۱۹۳۸)، ارزیابی خطمشی را بررسی عینی، منظم و تجربی آثار جاری خطمشی‌ها و برنامه‌های عمومی بر گروه‌های هدف تا آنجا که به اهداف منظور نظر مربوط می‌شود می‌داند [۱۰]. در این تعریف به‌وضوح بیان شده است که آثار یک خطمشی برای دستیابی به اهداف آن باید به شیوه‌ای عینی، منظم و تجربی مورد بررسی قرار گیرد.

هاولت و رامش (۲۰۰۳) معتقدند ارزیابی خطمشی مرحله‌ای از فرایند خطمشی‌گذاری است که در آن مشخص می‌شود یک خطمشی عمومی چگونه به اجرا درآمده است. این مرحله شامل ارزیابی ابزار مورد استفاده و اهداف مورد نظر خطمشی است [۱۲]. به عبارت دیگر یک خطمشی در عمل و اجرا از چه ابزارهایی استفاده کرده و درصدد تحقق چه اهدافی بوده است؟ [۱۰] بر اساس نظر وولمن (۲۰۰۳)، ارزیابی خطمشی عمومی، به شکل کلی به عنوان ابزاری تحلیلی و رویه‌ای تعریف شده که دو کار انجام می‌دهد؛ نخست تحقق ارزیابی به عنوان ابزاری تحلیلی که شامل بررسی یک خطمشی به منظور کسب همه اطلاعات مرتبط با ارزشیابی عملکرد آن از نظر فرایند مورد استفاده و نتایج حاصل از آن است؛ دوم ارزیابی به عنوان مرحله‌ای از چرخه خطمشی که به گزارش اطلاعات به‌دست آمده به خطمشی‌گذاران درگیر در فرایند خطمشی‌گذاری اشاره دارد [۱۶].

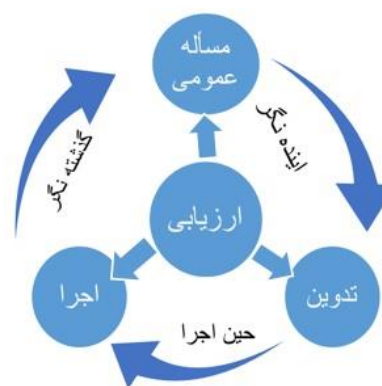
ارزیابی یکی از مهم‌ترین ابزارهای لازم برای تضمین کارایی و اثربخشی خطمشی‌های عمومی است. ارزیابی خطمشی نقشی بی‌بدیل در ارتقای پاسخ‌گویی، بهبود، یادگیری و حتی اطلاع‌رسانی دستاوردهای خطمشی‌های عمومی از سطوح کلان ملی تا سطوح خرد و بخشی را بر عهده دارد [۲۴]. ارزیابی خطمشی بر به‌کارگیری مجموعه‌ای از روش‌های پژوهش برای بررسی قاعده‌مند اثربخشی مداخلات سیاسی، اجرا و فرایندهای آن دلالت دارد که در پی تعیین مطلوبیت و ارزش آن‌ها در راستای بهبود شرایط ذی‌نفعان و گروه‌های هدف برمی‌آید. [۲۲].

به‌طور کلی در تعریف ارزیابی خطمشی عمومی آمده است که: «ارزیابی خطمشی‌های عمومی، مقایسه اهداف پیش‌بینی شده برای خطمشی و نتایج حاصل از آن است که به‌وسیله مراجع دولتی یا غیردولتی صورت می‌گیرد» [۱].

انتقادی	رهایی‌بخش	صاحبان	مشارکتی،	چگونه اهداف یا
	ی، توانمند	منافع و	مشارکت	فعالیت‌های
اجتماعی	سازی،	جوامع	سهامداران و	برنامه یا سیاست
	تغییر	آنان، سایر	ذی‌نفعان در	به ناعادلانه بودن
انتقادی	اجتماعی	گروه‌های	روش‌ها	قدرت و منابع
		فاقد قدرت	وطرح‌های	در جامعه کمک
			ساختارمند و	می‌کند؟
			غیرساختاری	
			کمی و کیفی،	
			انتقاد	
			اجتماعی	

۳-۲-۲- انواع ارزیابی خطمشی

ارزیابی خطمشی را با توجه به مرحله زمانی در چرخه خطمشی به سه دسته عمده می‌توان تقسیم کرد: ۱- ارزیابی آینده‌نگر یا پیش‌بینی: این ارزیابی در زمان تدوین خطمشی انجام می‌شود و طی آن عقلانیت و دلایل توجیهی خطمشی یا برنامه، بررسی می‌شود. در این ارزیابی، روش کار و الگوی منطقی انجام فعالیت‌های خطمشی برای حصول نتایج ترسیم شده و زمان و میزان تحقق نتایج خطمشی برآورده می‌شود [۲۶]؛ ۲- ارزیابی حین اجرا: نظارتی است که در طول اجرای یک خطمشی و به طور مستمر و مرحله‌ای انجام می‌شود تا با اعلام هشدار سریع به مجریان، اصلاحات لازم در حین اجرای خطمشی، انجام پذیرد [۳۳]؛ ۳- ارزیابی گذشته‌نگر یا «پسینی»: این ارزیابی پس از اتمام اجرای خطمشی انجام می‌شود و خروجی‌های بلافصل، پیامدها و اثرات خطمشی را بررسی می‌کند و درخصوص کارآمدی خطمشی در تحقق اهداف، قضاوت می‌کند [۳۳]. نمودار سه نوع ارزیابی نام‌برده به صورت ذیل است:



نمودار ۲. انواع ارزیابی خطمشی از نظر مرحله زمانی (نگارنده)

برخی از پژوهشگران حوزه خطمشی، از ارزیابی تکوینی^۲ و ارزیابی پایانی^۳ نام می‌برند [۱۹] که با توجه به هم‌پوشانی مفاهیم می‌توان ارزیابی تکوینی را جمع میان ارزیابی آینده‌نگر و ارزیابی حین‌اجرا پنداشت و ارزیابی پایانی را مترادف با ارزیابی گذشته‌نگر دانست. آلفین و کریستی معتقدند، به‌طور کلی الگوهای ارزیابی خطمشی را می‌توان با توجه به تمرکز خاص و زاویه دید نظریه‌پرداز به موضوع ارزیابی خطمشی عمومی، به سه دسته تقسیم کرد: نخست «روش‌محور» که به دنبال ارزیابی با تکنیک‌های علمی اثبات‌گرایانه برای سنجش است. دوم «ارزش‌محور» که به دنبال استفاده از روش‌های تعاملی و گفت‌وگویی برای ایجاد ادراک مشترک جمعی هستند. سوم «کاربردی» که به دنبال ترکیب اقتضایی رویکردهای روش‌محور و ارزش‌محور به فراخور مسئله هستند [۱۹]. در تقسیم دیگر ارزیابی‌های خطمشی را می‌توان به سه دسته کلی تقسیم کرد: «ارزیابی اداری»، «ارزیابی سیاسی» و «ارزیابی قضایی» [۱۶]. این سه نوع یاد شده از نظر شیوه و عوامل ارزیابی و آثار آن‌ها با یکدیگر تفاوت دارند. اغلب دستگاه‌های دولتی تلاش‌هایی برای سنجش اثربخشی برنامه‌هایشان می‌کنند. این بررسی‌ها یا بازنگری‌ها معمولاً به صورت یکی از اشکال ذیل صورت می‌گیرد:

۱- «دریافت گزارش مستمر»: این روش متداول‌ترین نوع بازنگری برنامه است. مدیران دولتی از مقامات اجرایی می‌خواهند که به ارائه مدرک (رسمی و غیررسمی) در خصوص اجرای برنامه‌ها، اقدام کنند. گزارشات مکتوب در دوره‌های مشخص به‌طور پیوسته توسط مجریان برنامه ارائه می‌گردد. ۲- «بازدید از محل»: در این روش مدیران دولتی یا مشاوران امین آن‌ها می‌توانند از بخش‌های مورد نظر و مختلف بازدید کنند و نتایج برنامه‌ها را از نزدیک مشاهده و ارزیابی کنند. ۳- «استفاده از معیارهای برنامه»: در این روش کارآیی و اثربخشی برنامه‌ها با معیارهایی که از قبل تعیین شده مقایسه می‌شود. این معیارها می‌توانند همانند یک میزان و ترازو موفقیت برنامه‌ها را مشخص کنند. اطلاعاتی که توسط دستگاه‌های دولتی توسعه یافته است، به طور کلی معیارهای برون‌داد خطمشی را پوشش می‌دهد. ۴- «مقایسه با استانداردهای حرفه‌ای»: در برخی

2 Formative Evaluation
3 Summative Evaluation

گردشگری متناسب با تحولات جهانی به‌عنوان یکی از اشتغال‌زاترین صنایع مورد توجه نبوده و عموماً ذیل امور مربوط به فرهنگ و تابعی از راهبردهای فرهنگی بوده است. رونق گردشگری در قالب حفظ و مرمت ابنیه تاریخی، ایجاد موزه‌های تخصصی با محوریت دفاع مقدس و نیز توسعه زیرساخت‌ها و امکانات برای زائران از جمله اقدامات مطلوب است؛ اما به‌زعم برخی صاحب‌نظران ظرفیت‌های گردشگری کشور چندان موردتوجه قرار نگرفته است [۹].

بررسی سیاست‌های گردشگری جمهوری اسلامی ایران نشان می‌دهد که در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران به‌عنوان اساسنامه و مهم‌ترین سند زیربنایی کشور هیچ‌گونه اشاره‌ای به ساختار نهادی گردشگری و مفاهیم پیرامون آن (ایرانگردی، جهانگردی، میراث فرهنگی و نظایر آن) نکرده است.

در سند چشم‌انداز ایران در افق ۱۴۰۴ به‌عنوان مهم‌ترین سند توسعه ایران در یک دهه اخیر که سایر قوانین باید بر مبنای آن تقنین شود، نیز هیچ‌گونه اشاره‌ای به گردشگری و مفاهیم پیرامون آن نشده است. اگر چه از عبارت کلیدی سند چشم‌انداز: «ایران کشوری است توسعه‌یافته با جایگاه اول اقتصادی، علمی و فناوری در سطح منطقه با هویت اسلامی و انقلابی، الهام‌بخش در جهان اسلام و با تعامل سازنده و مؤثر در روابط بین‌الملل»، می‌توان توسعه صنعت گردشگری را به‌عنوان یکی از مهم‌ترین حوزه‌های اقتصادی و فرهنگی به حساب آورد.

در سند نقشه جامع علمی کشور اولویت‌های علم و فناوری ایران تعیین و به ترتیب در سه سطح الف و ب و ج تنظیم شده‌اند. این دسته‌بندی ناظر بر نحوه و میزان تخصیص منابع، اعم از مالی و انسانی و توجه مدیران و مسئولان است (شورای عالی انقلاب فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۹۰: ۱۱). در این سند راهبردی که بسیاری از رشته‌های دانشگاهی و زمینه‌های تحقیقاتی در سه سطح اولویت‌بندی شده‌اند هیچ نامی از رشته‌های مرتبط با صنعت گردشگری یعنی مدیریت جهانگردی، جغرافیا و صنعت توریسم، اکوتوریسم، هتل‌داری، بازاریابی گردشگری و نظایر آن برده نشده است. به عبارت دیگر آموزش، تربیت، مهارت‌آموزی و متخصص‌سازی نیروی انسانی و تحقیق و پژوهش برای ارتقای حوزه گردشگری در اولویت سند نقشه جامع علمی کشور نیست. درحالی

از عرصه‌های فعالیت دولت، انجمن‌های حرفه‌ای استانداردهای مناسبی را توسعه بخشیده‌اند. این استانداردها معمولاً به‌عنوان سطح مطلوبی از برون‌داد در نظر گرفته می‌شوند. ۵- «ارزیابی شکایات مردم»: روش متداول دیگر برای ارزیابی برنامه، تجزیه و تحلیل شکایات مردم است. اما همه افراد به‌طور داوطلبانه به ارائه شکایات یا اظهارها در خصوص برنامه‌های دولتی، اقدام نمی‌کنند. بر اساس نتیجه یک پژوهش چهار الگوی مطلوبیت‌گرای پاتون (۲۰۰۵) ، تصمیم‌گرای استافل‌بیم (۲۰۱۴) ، واقع‌گرای پاورسون و تایللی (۲۰۱۳) و مشارکتی کوزینز (۱۹۹۶) الگوهای برتر ارزیابی خطمشی هستند [۱۴].

۴-۳-۲- مروری بر خطمشی‌گذاری گردشگری در ایران

صنعت گردشگری در ایران در هشتاد سال پیش با تأسیس «اداره جلب سیاحان خارجی و تبلیغات» شکل رسمی به خود گرفت. در سال‌های بعد، «قانون سازمان جلب سیاحان» و «قانون تأسیس وزارت اطلاعات و گردشگری» به تصویب رسید. در واقع تهیه و تصویب برنامه‌های فرابخشی و ملی رسمی در ایران به سال ۱۳۲۷ برمی‌گردد [۹]. در برنامه‌ی اول عمرانی و برنامه‌ی دوم عمرانی هیچ بخشی برای گردشگری در نظر گرفته نشده بود. برای اولین بار در برنامه‌ی سوم عمرانی ایران سال ۱۳۴۱ بود که به گردشگری پرداخته شد [۱۱]. یکی از مهم‌ترین اقدامات دولت در برنامه‌ریزی گردشگری، انعقاد قرارداد طرح جامع گردشگری با شرکت سوئیسی «توریست کنسولت» بود. به‌جز این طرح جامع، چندین طرح دیگر نیز مطالعه گردید. محورهای اساسی این برنامه‌ها کسب وجهه بین‌المللی، ایجاد ساختار تشکیلاتی و نظام اجرایی جدید، توسعه خدمات گردشگری، شناخت و معرفی گردشگری و ... بود. آمارها نیز رشد تعداد گردشگران ورودی به کشور بین سال‌های ۱۳۳۲ تا ۱۳۵۲ را نشان می‌دهد. پس از پیروزی انقلاب اسلامی نیز با تصویب لایحه قانونی، با ادغام شرکت‌های وابسته «سازمان مراکز ایرانگردی و جهانگردی» تشکیل شد. مهم‌ترین تصمیم سیاست‌گذارانه در این حوزه، تصویب «قانون توسعه صنعت ایرانگردی و جهانگردی» در سال ۱۳۷۰ است. با ادامه توسعه ساختاری این صنعت، سرانجام در سال ۱۳۹۸ «وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع-دستی» ایجاد شد. پس از انقلاب اسلامی ایران موضوع

چهارم توسعه، ماده ۱۱۴) براساس قانون برنامه پنجم توسعه جمهوری اسلامی ایران دولت موظف است به کمک شهرداری‌ها زیرساخت‌های لازم را برای زائران شهرهای مشهد، قم و شیراز فراهم کند.

و فعالیت‌های فرهنگی و خدمات زیارتی را در قطب‌های زیارتی توسعه دهد. همچنین در این سند آمده است که سازمان میراث فرهنگی و گردشگری مجاز به ایجاد مرکزی برای نظارت بر اقامتگاه‌ها و دفاتر خدمات گردشگری، حمایت مالی از راه‌اندازی موزه‌های تخصصی دفاع مقدس و شهدا و ایجاد مراکز حفظ آثار و فرهنگ عشایری و روستایی توسط بخش غیردولتی است (قانون برنامه پنجم توسعه، ماده ۱۱ و ۱۲) در بندهای ۱۲ و ۱۹ سیاست‌های کلی برنامه ششم توسعه (۱۳۹۶ تا ۱۴۰۰) تأکید شده که توسعه گردشگری، دیپلماسی فرهنگی ایجاد کرده و موجب توسعه پیوندهای راهبردی می‌شود، همچنین تامین امنیت منطقه‌ای، توسعه پایدار و معرفی هویت ما را در خود دارد. در بندهای ۱، ۲، ۳، ۵، ۶، ۸ و ۲۱ به‌طور غیرمستقیم و در بند ۵۰ و ۵۱ به‌طور مستقیم به توسعه صنعت ایرانگردی و صنایع دستی اشاره شده است. در بند ۵۰ آمده است: «توسعه پایدار صنعت ایرانگردی به‌گونه‌ای که ایرانگردهای خارجی تا پایان برنامه ششم به حداقل پنج برابر افزایش یابد». در بند ۵۱ حمایت از صنایع دستی و صیانت از میراث فرهنگی کشور مورد تأکید قرار گرفته است.

به‌طور کلی مختصات اسناد فرادستی برنامه ششم توسعه از جمله سیاست‌های کلی برنامه ششم، سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی و سند چشم‌انداز و خطوط راهنمای این اسناد برای توسعه بخش گردشگری شامل این موارد است: ضرورت تقویت قابلیت‌های مردمی اقتصاد؛ ضرورت کاهش وابستگی به درآمدهای ناشی از صادرات نفت خام؛ ضرورت فراهم‌سازی زمینه‌های رشد و توسعه توأم با صیانت از هویت و میراث فرهنگی؛ ضرورت فراهم‌سازی زمینه‌های توسعه بومی و متکی بر مشارکت حداکثری آحاد جامعه. گردشگری فرهنگی به عنوان مدل مورد تأکید سند برنامه ششم توسعه است. طبق سیاست‌های کلی ابلاغی مقام معظم رهبری در برنامه ششم توسعه باید شاهد گسترش صنایع دستی با بهره‌گیری از صنعت گردشگری، افزایش اشتغال ناشی از گردشگری، تبدیل ایران به قطب پزشکی منطقه و جهان اسلام و به تبع آن رشد گردشگری سلامت

که در این سند تأکید شده است که ذکر نام رشته‌های علمی براساس اولویت‌های سه‌گانه، تعیین‌کننده میزان منابع و توجه مدیران و مسئولان کشور است.

برنامه‌های پنج‌ساله توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران یکی دیگر از اسناد فرادستی مهم در ایران است. تاکنون شش برنامه تصویب و اجرا شده است و اکنون با یک سال تمدید در سال پایانی برنامه پنج‌ساله ششم هستیم. برنامه‌ی اول از سال ۱۳۶۸ تا ۱۳۷۲، برنامه‌ی دوم از سال ۱۳۷۴ تا ۱۳۷۸، برنامه‌ی سوم از ۱۳۷۹ تا ۱۳۸۳، برنامه‌ی چهارم از سال ۱۳۸۴ تا ۱۳۸۸، برنامه‌ی پنجم از سال ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۴ و برنامه ششم از ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۰ تدوین شده‌اند.

در برنامه اول توسعه در بخش خطمشی‌ها در بند سوم به تقویت و توسعه ایرانگردی و جهانگردی در جهت تبادل تجربه و دانش و شناساندن میراث تمدن و فرهنگ اسلامی و ایران اشاره شده است (بخش خطمشی‌ها، ماده ۳). در برنامه دوم هیچ اشاره مشخصی به گردشگری و مسائل پیرامون آن نشده است. در برنامه سوم، به مطالب نسبتاً مهمی درخصوص گردشگری ذکر شده است. مثلاً در ماده ۱۶۴ برنامه سوم قید شده است که در دوره اجرای این برنامه، بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران مقرراتی به منظور خرید ارز گردشگران در مبادی ورودی و فروش ارز به گردشگران برای مقاصد خارجی ایجاد کند. علاوه بر آن، در ماده ۱۶۶ بیان شده که «در شهرهای دارای بافت تاریخی ارزشمند به منظور انجام امور مربوط به حفاظت از بافت تاریخی، سازوکار مدیریتی مناسب در شهرداری‌ها ایجاد شود و شورای شهر درصدی از درآمدهای شهرداری را در اختیار مدیریت ذی‌ربط قرار دهد» (قانون برنامه سوم توسعه، ماده ۱۶۴ و ۱۶۶). در برنامه چهارم توسعه، مفاد بیشتری درخصوص میراث فرهنگی و گردشگری ذکر شده است که مهم‌ترین آن‌ها ایجاد و توسعه موزه‌های پژوهشی- تخصصی وابسته به دستگاه‌های اجرائی، ایجاد و تجهیز پایگاه‌های میراث فرهنگی در آثار تاریخی مهم کشور، ایجاد صندوق احیا و بهره‌برداری از بناها و اماکن تاریخی فرهنگی کشور، شناسایی و حمایت از میراث فرهنگی حوزه فرهنگی ایران در کشورهای همسایه و ایجاد مراکز حفظ و آثار فرهنگ ایلی در شهرستان‌ها و استان‌های کشور از قبیل دهکده‌های توریستی، موزه و نمایشگاه است (قانون برنامه

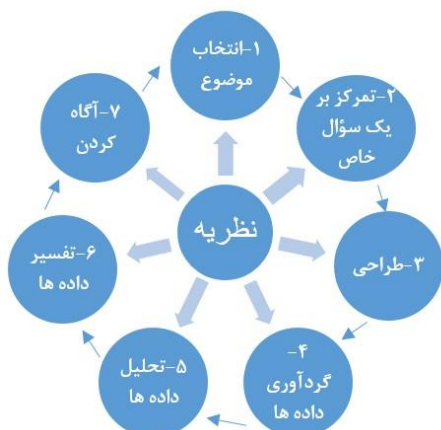
۳- عوامل اساسی مؤثر بر گردشگری

برنامه‌های توسعه و خطمشی‌گذاری‌ها در هر کشور متأثر از ماهیت حکومت و ایدئولوژی سیاسی حاکم است که بر نظام برنامه‌ریزی، اسناد فرادستی، برنامه‌های راهبردی و محتوای آن‌ها تأثیر مستقیم می‌گذارد. به عبارت دقیق‌تر، خطمشی‌گذاری‌ها و تدوین برنامه‌های راهبردی کلان در هر کشور، محصول محیط سیاسی، ارزش‌ها و ایدئولوژی حاکم، خواست قدرت و اصول نهادینه‌شده آن کشور است. بر همین اساس، گردشگری دارای ماهیت، ابعاد، ارزش‌ها و معنای خاصی است که در نظام‌ها و ایدئولوژی‌های سیاسی مختلف نگاه‌های متفاوتی به آن شده است. هدف از توسعه گردشگری برای حفاظت از مناطق طبیعی از طریق ارائه درآمد، حفاظت از محیط زیست می‌باشد [۲۵]. صنعت گردشگری در ذات خود مفهوم جریان آزاد سرمایه، اطلاعات، انسان و اندیشه را داشته و سعی دارد محدودیت‌ها و قید و بندها را کنار بزند و در حقیقت یکی از زوایای مهم جهانی شدن است. این بدان معنا است که جهانی شدن در خدمت گسترش گردشگری و گردشگری پیش‌برنده فرایندهای جهانی شدن است [۱۵]. از این رو، کشورهایی که دارای نظام سیاسی بسته و مبتنی بر ارزش‌های ایدئولوژیک غیرمنعطف و محلی هستند با رونق صنعت گردشگری آزاد و فراگیر بین‌المللی در چالش هستند؛ در نتیجه، رویکرد احتیاطی و حتی تهدیدآمیز بودن گردشگری بین‌المللی را درپیش می‌گیرند و معمولاً در اسناد فرادستی برنامه جدی برای توسعه این صنعت ندارند. این بدان معنا است که رونق گردشگری بین‌المللی در یک کشور بیش از آن که بیانگر جاذبه‌های گردشگری فراوان آن کشور باشد، نشانگر نظام سیاسی باز، در انزوا نبودن، در شبکه بودن و تعامل با نظام بین‌الملل بر مبنای منافع اقتصادی، سیاسی و فرهنگی آن کشور است که در برنامه‌ها و اسناد فرادستی آن کشور خطمشی‌گذاری، هدف‌گذاری و عملیاتی شده است. در مجموع، عوامل اساسی مؤثر بر گردشگری در هر کشور را می‌توان به دو بخش «عوامل زمینه‌ای» و «خطمشی‌گذاری گردشگری» تقسیم کرد. عوامل زمینه‌ای شامل فرهنگ، اقتصاد، امنیت، امکانات رفاهی و زیربنایی و کیفیت جاذبه‌های گردشگری است که در هر کشور برای توسعه گردشگری شرط لازم است اما کافی نیست. علاوه بر آن‌ها، اراده لازم زمامداران کشور برای توسعه گردشگری نیاز است که در

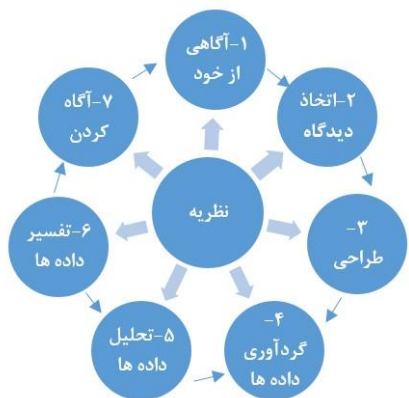
کشور، توسعه صنعت ایرانگردی با جذب پنج برابری افزایش گردشگران ورودی نسبت به زمان شروع برنامه در سال ۱۳۹۶ باشیم.

سند راهبردی توسعه گردشگری مصوب ۱۳۹۹/۶/۱۶ آخرین سندی است که تاکنون در حوزه گردشگری به تصویب رسیده است. این سند بر اساس قانون برنامه ششم توسعه کشور که وزارتخانه میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی موظف بود تا پایان سال اول برنامه (۱۳۹۶) سند راهبردی توسعه گردشگری کشور را تهیه و جهت تصویب به هیات وزیران ارائه کند با تأخیر چهارساله تهیه و در تاریخ ۱۳۹۹/۶/۱۶ تصویب شده است. سند مذکور با چشم‌انداز ایجاد یک چارچوب هماهنگ سیاستی برای اتخاذ رویکردی بین بخشی و یکپارچه برای دستیابی به توسعه پایدار گردشگری و با همکاری دستگاه‌های اجرایی، اساتید دانشگاهی و فعالان بخش خصوصی تهیه و تدوین شده و بر عناصر مؤثر بر بخش گردشگری مانند مدیریت گردشگری، مسائل فضای کسب‌وکار این حوزه، زیرساخت‌های گردشگری، نیروی انسانی و فرهنگ‌سازی، مشکلات مربوط به اتباع خارجی و تبلیغات و بازاریابی تمرکز دارد. در تدوین سند راهبردی توسعه گردشگری، مدل سیاستگذاری فرایندی مورد استفاده قرار گرفته است در سند توسعه گردشگری کشور به‌غیر از نقش و وظیفه وزارت میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی به‌عنوان متولی اصلی صنعت گردشگری برای ۱۲ وزارتخانه و ۵ سازمان همچنین سه تولید (تولیت آستان قدس رضوی، حرم حضرت معصومه (س) و آستان شاهچراغ) و معاونت توسعه روستایی و مناطق محروم کشور احکامی صادر و برای هرکدام وظایفی مشخص شده است که نهایتاً این هم‌افزایی و مشارکت جمعی سبب تحقق سند راهبردی توسعه گردشگری و توسعه این صنعت شود. با صدور این احکام به وزارتخانه‌های امورخارجه، فرهنگ و ارشاد اسلامی، راه و شهرسازی، اطلاعات، کشور، تعاون، کار و رفاه اجتماعی، صنعت، معدن و تجارت، علوم، تحقیقات و فناوری، آموزش و پرورش، بهداشت و درمان، اقتصاد و امور دارایی و جهاد کشاورزی همچنین نیروی انتظامی، مرکز آمار، سازمان حفاظت محیط‌زیست و سازمان صداوسیما راهبردهای کلان سند مذکور وارد فاز عملیاتی و اجرایی خواهد شد.

از دو رویکرد کمی و کیفی دارای گام‌هایی است که در نمودارهای ذیل آمده است:



نمودار ۴ - گام‌های پژوهش کمی [۱۳]

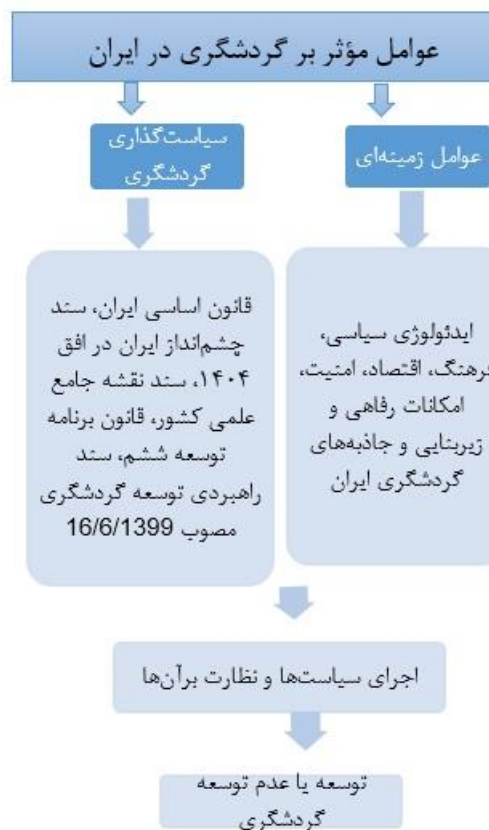


نمودار ۵. گام‌های پژوهش کیفی [۱۳]

برای جمع‌آوری داده‌ها ابتدا از طریق بررسی اسناد و مطالعات آرشیوی با دسترسی به مهم‌ترین اسناد و تألیفات و تحقیقات مرتبط با موضوع اعم از کتاب به زبان فارسی و انگلیسی، پایان‌نامه‌ها، طرح‌ها و مقاله‌های پژوهشی و سایت‌های معتبر اینترنتی که فهرست آنها در بانک‌های اطلاعاتی مأخذ و منبع‌شناسی موجود است، استفاده شد. در مرحله کیفی از ابزار مصاحبه به منظور کسب نظر خبرگان و متخصصان خطمشی‌گذاری عمومی گردشگری و ارزیابی آن و در مرحله کمی از ابزار پرسش‌نامه برای آزمون الگو استفاده شده است.

نمونه آماری شامل ۲۱ نفر بود. معیار انتخاب خبرگان و متخصصان، داشتن تحصیلات دانشگاهی و اعضای هیئت

اسناد و قوانین پایه و فرادستی ملی انعکاس دارد و سپس به صورت عملیاتی و جزئی‌تر در قوانین عادی، تفاهم‌نامه‌ها، آیین‌نامه‌ها و بخشنامه‌ها متبلور می‌شود. وجود خطمشی‌گذاری و اسناد فرادستی با مفاد مشخص گردشگری، بخش دیگر مؤثر بر توسعه گردشگری معنا پیدا می‌کند که آن بخش «اجرا و نظارت بر سیاست‌ها» است. در نمودار ذیل می‌توان عوامل مؤثر بر گردشگری کشور را مشاهده کرد:



نمودار ۳. عوامل مؤثر بر گردشگری در ایران (نگارنده)

۴- روش پژوهش

روش پژوهش حاضر به لحاظ مخاطب، بنیادی است؛ چون سفارشی نیست و مخاطبین مستقیم آن جامعه علمی است که در درازمدت ممکن است از آن استفاده شود؛ از نظر رویکرد، ترکیبی (کیفی و کمی) است که در مرحله کیفی آن از رویکرد استقرائی و در مرحله کمی آن از رویکرد فرضیه‌ای-قیاسی بهره گرفته شده است. هر یک

۴ پژوهش بنیادی برای دانش و شناخت انسان شالوده‌ای فراهم می‌کند که در تبیین خطمشی و حل مسائل اجتماعی قابل استفاده است. پژوهشگرهای بنیادی با دقت زیادی در جستجوی یافتن پاسخ به سؤال‌هایی هستند که بتواند تأثیر بلندمدتی بر تفکرات بگذارد (نیومن، ۱۳۹۷: ۵۱-۵۰).

صورتی که درباره هر مفهوم و مقوله نظری خاص دارند، ذیل آن به‌طور مشروح بیان کنند. پس از جمع‌آوری و تحلیل نظرات دور اول، ۱۱ مفهوم و ۳ مقوله ردّ و ۲۷ مفهوم و ۹ مقوله مورد تأیید قرار گرفت. سپس با کنار گذاشتن مفاهیم و مقوله‌های ردّ شده بر مبنای مفاهیم و مقوله‌های تأیید شده و نشده، پرسشنامه‌ای بسته شامل ۴۸ مفهوم و ۱۵ مقوله بازطراحی شده و به خبرگان ارائه شد. در دور دوم ۳۸ مفهوم و ۱۲ مقوله تأیید و ۴ مفهوم و ۱ مقوله ردّ شد.^۷

با توجه به احتمال تغییر در نظر خبرگان در مورد مفاهیم به اجماع نرسیده، پرسشنامه‌ها دوباره میان خبرگان توزیع شد، ضمن اینکه نتایج دوره‌های قبل نیز به آن‌ها ارائه گردید. با توزیع پرسشنامه بین اعضای خبرگان در دور سوم بر روی ۶ مفهوم و ۲ مقوله دیگر نیز توافق حاصل شد. از آنجا که در این دور، پاسخ خبرگان به اجماع رسید و خبرگان دیگر تمایلی به ایجاد تغییر و یا تعدیل در نظرات خود نداشتند، چنین تشخیص داده شد که نیازی به توزیع پرسشنامه در دور چهارم نیست. بنابر این در مجموع بر روی ۴۴ مفهوم و ۱۴ مقوله اجماع حاصل شد. در نهایت مفاهیم و مقوله‌های تأیید شده خبرگان که نشان دهنده عناصر اساسی ارزیابی خطمشی‌های عمومی گردشگری در ایران است تهیه و در جدول ذیل نشان داده شده است:

جدول ۲. عناصر اصلی ارزیابی خطمشی‌های گردشگری

۶ مقوله‌های ردّ شده عبارتند از: نوآوری خطمشی، مرجعیت خطمشی و تبدیل دو مقوله جداگانه کارایی و اثربخشی به یک مقوله تحت عنوان بهره‌وری. مفاهیم ردّ شده عبارتند از: محصول اشاعه خطمشی عمومی؛ محصول نسخه برداری خطمشی عمومی؛ محصول انتقال خطمشی عمومی؛ محصول تقلید خطمشی عمومی؛ ملاحظه ایدئولوژی و نگرش‌های جامعه؛ انعکاس ارزش‌های اساسی جامعه؛ ملاحظه اخلاقیات حاکم بر جامعه؛ شفافیت اهداف و چشم‌اندازهای خطمشی؛ مشارکت و پشتیبانی سیاسی خطمشی؛ عدم وارونگی خطمشی عمومی.

۷ مقوله ردّ شده عبارت بود از: میزان بهبود و ارتقاء حاصل از اجرای خطمشی. مفاهیم ردّ شده عبارتند از: رفع مسائل و معضلات جامعه هدف خطمشی عمومی؛ برنامه‌ریزی تعالی خطمشی عمومی؛ درس‌آموزی مبتنی بر خطمشی عمومی و رضایت‌مندی جامعه هدف خطمشی عمومی.

علمی آشنا با مباحث علمی خطمشی‌گذاری و ارزیابی خطمشی در حوزه گردشگری و مدیران و کارشناسان وزارت میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری بود. برای تعیین مقوله‌ها و مفاهیم ارزیابی خطمشی گردشگری از روش کیفی با ابزار مصاحبه و جهت تعیین رتبه مقوله‌ها و درجه اهمیت مفاهیم از روش کمی با ابزار پرسشنامه و از روش دلفی استفاده شد. مراحل انجام روش دلفی در این تحقیق در نمودار ذیل نشان داده شده است:



نمودار ۶. مراحل و اجرای روش دلفی در پژوهش حاضر (نگارنده)

به‌منظور نمونه‌گیری، از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته استفاده شده است. نمونه‌گیری به‌صورت نظری انجام شد و تا رسیدن مقوله‌ها به اجماع نظری ادامه یافت. پس از تدوین الگوی مفهومی پژوهش بر مبنای مفاهیم استخراج شده از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته، الگوی طراحی شده مورد آزمون کمی قرار گرفت. برای شناسایی اولیه مفاهیم پایه و مقوله‌های سازمان‌دهنده ارزیابی خطمشی گردشگری ابتدا با استفاده از بازنگری ادبیات پژوهش و انجام مصاحبه با ۷ نفر از خبرگان نمونه، ۵۹ مفهوم پایه در ۱۸ مقوله که از سوی نظریه‌پردازان و محققین عرصه ارزیابی خطمشی با اهمیت دانسته شدند، مورد شناسایی قرار گرفت و در قالب چیدمان اولیه گروه‌بندی شد. برای غربال ابتدایی مفاهیم شناسایی شده از تکنیک دلفی در سه دور استفاده شد. در دور اول دلفی پرسشنامه‌ای مشتمل بر ۵۹ مفهوم در ۱۸ مقوله که نشانگر مفاهیم اصلی حاصل از مصاحبه بودند طراحی شد و از ۲۱ نفر خبرگان در نمونه‌ی تحقیق خواسته شد در طیف لیکرت پنج‌گزینه‌ای (از خیلی زیاد تا خیلی کم) نسبت به ضرورت و اهمیت مفاهیم و مقوله‌ها اظهار نظر کرده و در

مفهوم‌ها	مقوله‌ها	ابعاد
درک صحیح مجریان از اهداف	تهدید عملی مجریان	ابعاد
باورمندی مجریان به درستی خطمشی و اجرای آن		
توانایی به‌کارگیری ابزارهای مناسب	برخورداری از ابزارهای لازم	
انعطاف‌پذیری ابزارها		
مشارکت بیشینه مخاطبان		
انجام مستمر ارزیابی	استمرار ارزیابی	
بازبینی روند ارزیابی		
رفع موانع اجرای ارزیابی		
رعایت استانداردهای علمی	برخورداری از شاخص‌های مناسب ارزیابی	
نمایش وضع واقعی موجود		
تبیین و استاندارد کردن فعالیت‌های خطمشی		
برخوردار از معیار عینی و سنجش‌پذیر	مبذرت خطمشی توجه به نتایج	
تأثیر مثبت بر ذهنیت مخاطبان		
داشتن نتایج مطلوب و ملموس		
داشتن پیامدهای امیدوارکننده		
داشتن پیامدهای امیدوارکننده		

۵- تجزیه و تحلیل داده‌ها

داده‌های حاصل از مصاحبه با خبرگان انتخابی برای نمونه مورد تحلیل قرار گرفت. در تحلیل تماتیک داده‌های حاصل از مصاحبه با خبرگان به صورت پاراگراف به پاراگراف کدگذاری شد؛ سپس مفاهیم اولیه تولید، بعد کدگذاری فرعی (کدگذاری ثانویه) انجام و در پایان کدگذاری کلی صورت پذیرفت. بعد از کدگذاری‌های انجام‌شده، به ۴۴ مفهوم و ۱۴ مقوله که در ۵ بعد طبقه‌بندی شده‌اند، رسیدیم. این ابعاد کلی از لحاظ انتزاعی بودن در سطح بالاتری نسبت به مقوله و مفاهیم مرحله قبل قرار دارند.

مفهوم‌ها	مقوله‌ها	ابعاد
منطبق با نظر کارشناسان مربوط	مخبروری پرداختن به مسئله	تشخیص مسئله عمومی
توجه به اولویت‌های کارشناسان مربوط		
ارتباط راه‌حل‌ها با مسئله		
توجه به پیامدهای احتمالی مسئله	و ملایع داشتن روزکرد جامع	
دور اندیشی در تبیین وضعیت ایده‌آل		
توجه به گرایش‌های طراحان مسئله		
متناسب با توانمندی‌های موجود	دغدغه بودن	
منطبق با نیازها و انتظارات جامعه		
توجه به مسائل و مشکلات عمومی		
ایجاد فرصت‌های برابر	عقلانی بودن خطمشی	تدوین خطمشی عمومی
توجه اقتصادی		
منطبق با سیاست‌ها و اسناد بالادستی		
بهره‌مندی از نظر کارشناسان	پویایی خطمشی	
سازگاری خطمشی متناسب با شرایط زمانی		
سازگاری خطمشی متناسب با شرایط مکانی		
سازگاری خطمشی متناسب با شرایط فرهنگی	انسجام خطمشی	
هم‌سو با خطمشی‌های هم‌عرض		
هم‌سو با خطمشی‌های بالادستی		
هم‌سویی میان مؤلفه‌های مختلف خطمشی	قانونی بودن	مشروعیت‌بخشی به خطمشی
سازگاری با چارچوب‌های قانونی پیشینی		
ضمانت اجرایی در مفاد قانون		
مقبولیت همگانی خطمشی	پذیرش عمومی	اجرای خطمشی
برخورداری از پشتیبانی عمومی		
سازگاری با باورها و هنجارهای عمومی		
کسب بیشترین نتیجه با کمترین هزینه	بهره‌وری	
توجه به نتایج عینی و واقعی		
اختصاص منابع مالی لازم		
دستیابی به اهداف خطمشی		
هماهنگی و مشارکت دستگاه‌های مجری خطمشی		

۱-۵- توصیف آماری ابعاد تحقیق

میانگین و انحراف معیار ابعاد تحقیق به شرح ذیل است:
جدول ۳. میانگین و انحراف معیار طبقه‌ها و مقوله‌های

تحقیق

ردیف	ابعاد	میانگین ابعاد	انحراف معیار ابعاد
۱	تشخیص مسئله عمومی	۴/۲۱۳	۰/۵۶۷
۲	تدوین خطمشی عمومی	۴/۳۲۰	۰/۴۴۶
۳	مشروعیت‌بخشی به خطمشی	۴/۴۶۰	۰/۴۵۳
۴	اجرای خطمشی	۴/۳۹۴	۰/۴۶۶
۵	ارزیابی خطمشی عمومی	۴/۳۸۳	۰/۵۵۱

پس از جمع‌آوری داده‌ها، ضریب پایایی مقوله‌های کلی تحقیق محاسبه گردید. همان‌طور که در جدول (۷) مشاهده می‌شود، مقدار آلفای کرونباخ محاسبه شده برای تمام طبقه‌ها، بالاتر از ۰/۷ بود. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که ابزار تحقیق از پایایی مناسب برخوردار است.

جدول ۴. نتایج بررسی روایی طبقه‌ها تحقیق

ردیف	ابعاد	تعداد مؤلفه‌ها	ضریب آلفای کرونباخ
۱	تشخیص مسئله عمومی	۱۰	۰/۸۲۸
۲	تدوین خطمشی عمومی	۹	۰/۸۰۷
۳	مشروعیت‌بخشی به خطمشی	۵	۰/۷۰۷
۴	اجرای خطمشی	۱۰	۰/۸۱۵
۵	ارزیابی خطمشی عمومی	۱۰	۰/۸۵۵

۲-۵- بررسی فرض نرمال بودن داده‌ها

برای بررسی نرمالیتی داده‌ها از آزمون شاپیرو-ویلک یک بعدی استفاده می‌گردد. همان‌طور که در جدول (۸) مشاهده می‌گردد، میزان sig ابعاد بیشتر از ۰/۰۵ می‌باشد، لذا فرض نرمال بودن داده‌ها پذیرفته می‌شود.

جدول ۵. نتایج بررسی نرمال بودن طبقه‌های تحقیق

ردیف	ابعاد	sig
۱	تشخیص مسئله عمومی	۰/۲۰۰
۲	تدوین خطمشی عمومی	۰/۱۸۳
۳	مشروعیت‌بخشی به خطمشی	۰/۲۰۰
۴	اجرای خطمشی	۰/۲۰۰
۵	ارزیابی خطمشی عمومی	۰/۰۵۶

۶- نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف شناسایی عناصر مرتبط با ارزیابی خطمشی‌های عمومی در گردشگری ایران انجام گرفت. روش پژوهش حاضر به‌لحاظ مخاطب، بنیادی و رویکرد آن، ترکیبی (کیفی و کمی) است. با کمک خروجی‌های حاصل از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته و پرسش‌نامه، عناصر مرتبط با ارزیابی خطمشی‌های عمومی در گردشگری ایران در ۵ بعد و ۴۴ مفهوم مرتبط با ۱۴ مقوله، به‌شرح ذیل شناسایی شد:

ابعاد عبارتند از: تشخیص مسئله عمومی، تدوین خطمشی عمومی، مشروعیت‌بخشی به خطمشی، اجرای خطمشی و ارزیابی خطمشی عمومی.

مقوله‌ها عبارتند از: پرداختن به مسئله محوری، رویکرد جامع و مانع داشتن، دغدغه بودن برای کارشناسان، عقلانی بودن خطمشی، پویایی خطمشی، انسجام خطمشی، قانونی بودن، پذیرش عمومی، بهره‌وری، تعهد عملی مجریان، برخورداری از ابزارهای لازم، استمرار ارزیابی، برخورداری از شاخص‌های مناسب ارزیابی و توجه به نتایج مثبت خطمشی عمومی.

مفاهیم عبارتند از: منطبق با نظر کارشناسان مربوط، توجه به اولویت‌های کارشناسان مربوط، ارتباط راه‌حل‌ها با مسئله، توجه به پیامدهای احتمالی مسئله، دوراندیشی در تبیین وضعیت ایده‌آل، توجه به گرایش‌های طراحان مسئله، متناسب با توانمندی‌های موجود، منطبق با نیازها و انتظارات جامعه، توجه به مسائل و مشکلات عمومی، ایجاد فرصت‌های برابر، توجیه اقتصادی، منطبق با سیاست‌ها و اسناد بالادستی، بهره‌مندی از نظر کارشناسان، سازگاری خطمشی متناسب با شرایط زمانی، سازگاری خطمشی متناسب با شرایط مکانی، سازگاری خطمشی متناسب با شرایط فرهنگی، هم‌سو با خطمشی‌های هم‌عرض، هم‌سو با خطمشی‌های بالادستی، هم‌سویی میان مؤلفه‌های مختلف خطمشی، سازگاری با چارچوب‌های قانونی پیشینی، ضمانت اجرایی در مفاد قانون، مقبولیت همگانی خطمشی، برخورداری از پشتیبانی عمومی، سازگاری با باورها و هنجارهای عمومی، کسب بیشترین نتیجه با کمترین هزینه، توجه به نتایج عینی و واقعی، اختصاص منابع مالی لازم، دستیابی به اهداف خطمشی، هماهنگی و مشارکت دستگاه‌های مجری

مقطع زمانی انجام این پژوهش مصادف با شیوع ویروس کرونا در کشور و اعمال محدودیت‌ها در ارتباطات و تماس‌های مستقیم بود؛ ثانیاً ابزارهای جمع‌آوری اطلاعات این پژوهش مصاحبه و پرسشنامه و مستلزم ارتباطات حضوری بوده است؛ ثالثاً جامعه آماری پژوهش همگی از مدیران و کارشناسان وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی انتخاب شده بودند؛ ممکن است عوامل یاد شده تأثیر مستقیم یا غیر مستقیم در امر مصاحبه‌ها گذاشته باشد. همچنین ملاحظات متأثر از وابستگی سازمانی جامعه آماری سوگیری احتمالی در پاسخگویی به سؤالات پرسشنامه را موجب شده باشد؛ پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های مشابهی در مقطع زمانی مناسب‌تر با ترکیب جامعه آماری غیر شاغل در وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی یا مرکب از شاغلین و غیرشاغلین در وزارت یاد شده به عمل آمده و با نتایج این تحقیق مقایسه شود.

خطمشی، درک صحیح مجریان از اهداف، باورمندی مجریان به درستی خطمشی و اجرای آن، توانایی به‌کارگیری ابزارهای مناسب، انعطاف‌پذیری ابزارها، مشارکت بیشینه مخاطبان، انجام مستمر ارزیابی، بازبینی روند ارزیابی، رفع موانع اجرای ارزیابی، رعایت استانداردهای علمی، نمایش وضع واقعی موجود، تبیین و استاندارد کردن فعالیت‌های خطمشی، برخوردار از معیار عینی و سنجش‌پذیر، تأثیر مثبت بر ذهنیت مخاطبان، داشتن نتایج مطلوب و ملموس و داشتن پیامدهای امیدوارکننده.

مهمترین مزیت پژوهش حاضر در آن است که عوامل ارائه شده در این پژوهش عواملی مرتبط با یک الگوی جامع ارزیابی است که همزمان کوشیده است به اکثر عوامل موجود مطرح در ارزیابی خط مشی‌های صنعت گردشگری بپردازد و در این مورد خلاء مطالعاتی موجود را پر نماید. از محدودیت‌های این پژوهش باید گفت نظر به این که اولاً

منابع

۱. زهرا، ۱۳۹۸، بررسی و تحلیل صنعت گردشگری کشور و نقش آفرینی آن در تحقق گام دوم انقلاب و ارائه مدل برای توسعه این صنعت، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.
۱۰. قلی پور، رحمت الله ۱۳۹۲، تصمیم‌گیری سازمانی و خطمشی‌گذاری عمومی، چاپ چهارم، تهران، انتشارات سمت.
۱۱. معصومی، مسعود، ۱۳۸۵، ماهیت گردشگری، تهران: انتشارات پیک کوثر.
۱۲. منوریان، عیاس ۱۳۹۴، اجرا و ارزیابی خطمشی عمومی، چاپ اول، تهران: مؤسسه کتاب مهربان.
۱۳. نیومن، ویلیام لاورس، ۱۳۹۷، روش‌های پژوهش‌های اجتماعی، رویکردهای کمی و کیفی، ترجمه فقیهی، ابوالحسن، تهران، انتشارات ترمه، چاپ چهارم، جلد دوم.
۱۴. واعظی، رضا، شریف‌زاده، فتاح، محمدی محسن، شناسایی و اولویت‌بندی الگوهای ارزیابی خطمشی عمومی، فصلنامه علوم مدیریت ایران، سال دهم، شماره ۴۰، زمستان ۱۳۹۴، ص ۲۲ - ۱.
۱۵. ویسی، هادی، ۱۳۹۲، بررسی موانع توسعه صنعت توریسم در ایران. طرح پژوهشی. کرمان، دانشگاه پیام نور استان کرمان، ص ۲۱.

۱. الوانی، سیدمهدی، شریف‌زاده، فتاح، ۱۳۹۴، فرایند خطمشی‌گذاری عمومی، چاپ چهاردهم، تهران، دانشگاه علامه طباطبایی.
۲. خلیلی، سعید، کد خبر: ۹۸۹۹۵۱ تاریخ انتشار: ۲۲ تیر، ۱۳۹۹. <https://www.tabnak.ir/fa/news>
۳. دانایی‌فرد، حسن، فانی، علی‌اصغر و فروزنده، لطف‌الله، زمستان ۱۳۹۵، ارائه الگوی عوامل تأثیرگذار بر ارزشیابی کیفیت خطمشی‌های عمومی ایران، فصلنامه، مدیریت نظامی، سال شانزدهم، شماره ۴، ۶۶-۴۲.
۴. رزقی رستمی، علیرضا، ۱۳۸۸، فرایند تصمیم‌گیری و تجزیه و تحلیل مشکل (الگوها و نظریه‌های تصمیم‌گیری و خطمشی‌گذاری)، تهران: یکان.
۵. سند چشم انداز ایران در افق ۱۴۰۴.
۶. سند راهبردی توسعه گردشگری مصوب ۱۶/۰۶/۱۳۹۸
۷. سند نقشه جامع علمی ایران. برنامه‌های پنج ساله توسعه اقتصادی ۱۳۶۸ تا ۱۴۰۰.
۸. شیبانی‌نیا، کفاح، عبداللهی، صدیقه و محمدزاده، مرجان، ۱۴۰۰، مروری بر گردشگری و اثرات آن؛ گامی به سوی توسعه پایدار، فصلنامه انسان و محیط زیست، شماره ۵۸، پاییز ۱۴۰۰، صص ۲۰۱-۲۱۳.
۹. طلائی، شکری، ستاری‌فرد، شهاب و صادق رحمانی،



27. Greene. C. Jennifer. (1994). "Qualitative program evaluation: practice and promise", *Handbook of Qualitative Research*. Edition 2 by Norman. K. Denzine, yvonna. Lincoln.
28. Guangming Yang , Yunrui Yang, Guofang Gong, and Qingqing Gui, 2021, The Spatial Network Structure of Tourism Efficiency and Its Influencing Factors in China: A Social Network Analysis, *Government Information Quarterly*, Volume 37, Issue 4, October 2020, 101509
29. Havelt, Jason G. and Kevin A. Hassett (2018). The Effects of Taxation on Investment: New Evidence From Firm Level Panel Data, *National Tax Journal*, Vol. 45, No.3, pp: 243-51.
30. Ke, Ye. (2007). "Policy Termination: A Conceptual Framework and Application to the Local Public Hospital Context, California", A dissertation.
31. Kraft, M. E., & Furlong, S. R. (2010). *Public policy. Politics, analysis, and alternatives*. Washington, DC: CQ Press. .
32. Lindblom, Charles E. (1968). "The Policy Making process". *Policy Research*, vol 22, no 2, pp221-243.
33. Mayelez, Robert S. and Steven M. Fazzari, and Andrew P. Meyer (2020). How Responsive is Business Capital Formation to its User Cost? An Exploration with Micro Data. *Journal of Public Economics*, 74 (1):53.
34. Meltem Uygun, An evaluation of Turkey's health tourism policies using a social network analysis approach, October 2021. *International Journal of health PLANNING AND MANAGEMENT*, <https://doi.org>.
35. Valle-Cruz a David, J. Ignacio Criado b, Rodrigo Sandoval-Almazán c, Edgar A. Ruvalcaba-Gomez, 2020, Assessing the public policy-cycle framework in the age of artificial intelligence: From agenda-setting to policy evaluation, *Government Information Quarterly*, <https://doi.org/10.1016/j.giq.2020.101509>.
۱۶. هاوالت، مایکل؛ رامش، ام، ۱۳۸۰، مطالعه خطمشی عمومی، ترجمه عباس منوریان و ابراهیم گلشن، مرکز آموزش مدیریت دولتی، چاپ اول.
۱۷. هیوز، آون، مدیریت نوین دولتی، ۱۳۷۷، ترجمه مهدی الوانی و سهراب خلیلی شورینی و غلامرضا معمارزاده طهران، نشر مروارید.
18. Alkin, M. C. & Christie, C. A. (2012). An Evaluation Theory Tree. In M. Alkin (Ed.), *Evaluation roots 'A Wider Perspective of Theorists' Views and Influences* (pp. 11-58). Thousand Oaks: SAGE.
19. Alkin. R. (2020). *Aggregate Investment*. In John B. Taylor and Michael Woodford, editors, *Handbook of Macroeconomics*, volume 1B, pages 813- 862.
20. Anderson, J. E. (2011). *Public Policy making: An Introduction*, Boston, MA: Cengage.
21. Barrett, S., & Fudge, C. (1981). *Examining the policy-action relationship. Policy and Action: Essays on the implementation of public policy*. London: Methuen. pp.3-34.
22. Cabinet Office, *The Magenta Book: Guidance Notes for Policy Evaluation and Analysis*, Government Chief Social Researcher's Office, Prime Minister's Strategy Unit, Cabinet Office, Admiralty Arch, The Mall, London SW1A2WH, 2003, p.3.
23. Colebatch, H. (2009). Governance as a conceptual development in the analysis of policy. *Critical Policy Studies*, 3(1) , pp, 58-67.
24. Coryn, C. & Stufflebeam, D. (2014). *Evaluation Theory, Models, and Applications*. San Francisco: Jossey-Bass. .pp:22-37.
25. Das, M. and Chatterjee, B. (2015), "Ecotourism: a panacea or a predicament?", *Tourism Management Perspectives*, no.14, pp.3-16.
26. Funel, E, and Roger, W, (2019). The Impact of Tax Incentives to Stimulate Investment in South Africa, *International Center for Public Policy Working Paper Series*, 13-06.

شناسایی و تحلیل الزامات به کارگیری چارچوب‌های توسعه پایدار در پروژه‌های زیرساختی بخش حمل و نقل بین شهری (مطالعه موردی: پروژه‌های بخش حمل نقل اداره کل راه و شهرسازی خراسان رضوی)

* ابراهیم علامتیان * فاطمه کاشی‌زاده شعریاف * محمد مهدی رشیدیان * محمد رضا شکبیا * احسان فرشته‌پور
* استادیار گروه عمران، موسسه آموزش عالی خاوران، مشهد، ایران alamatian_e@khavaran.ac.ir
* کارشناس ارشد مدیریت پروژه و ساخت، ایران fkashizadehs@gmail.com
* کارشناس عمران، اداره کل راه و شهرسازی، ایران peygi@khrud.ir
* دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت شهری، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران m.r.shakiba@mail.um.ac.ir
* دانشجوی دکتری عمران سازه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد، مشهد، ایران ehsan11010@gmail.com

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۶/۰۸

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۱/۱۲

صص: ۸۳-۹۴

چکیده

امروزه مسائلی مانند رشد جمعیت و تغییر اقلیم، جوامع را در بهره‌مندی بهینه از منابع طبیعی در کنار حفظ و ارتقا کیفیت زندگی تحت تاثیر زیادی قرار داده است. در این میان زیرساخت‌ها در قلب این چالش قرار دارند. در چنین شرایطی ساخت تسهیلات زیر ساختی و ارتقا کیفیت زیرساخت‌های موجود یک مساله بحرانی است که ایران نیز از این شرایط مستثنی نیست. در این راستا یافتن روش‌هایی برای به حداقل رساندن تاثیرات منفی توسعه بر محیط و جوامع متاثر ضروری است. سیستم‌های رتبه‌بندی و ارزیابی پایداری می‌توانند در حرکت به سمت پایداری نقش مهم داشته باشند. از این رو، پژوهش حاضر با هدف پاسخ به نیاز تداوم بخشیدن به طول عمر و ارتقا کیفیت عملکرد زیرساخت‌ها در کشور ایران به دنبال ارزیابی زیرساخت‌های بخش حمل و نقل بین شهری از منظر پایداری بوده است. ارزیابی انجام شده بر اساس سیستم ارزیابی *Envision* برای پروژه‌های اداره کل راه و شهرسازی خراسان رضوی می‌باشد. داده‌های جمع‌آوری شده، با استفاده از *SPSS* تحلیل گردیدند. طبق نتایج بدست آمده ۵ شاخص کیفیت زندگی، مدیریت پروژه، تخصیص منابع، محیط طبیعی و اقلیم و تاب‌آوری دارای اهمیت می‌باشند. بررسی داده‌های بدست آمده نشان داد که برای پروژه‌های اداره کل راه و شهرسازی خراسان رضوی از بین ۱۴ زیر شاخص سیستم ارزیابی، زیر شاخص‌های اقتصاد و اجتماع بیشترین تاثیر و زیر شاخص آلاینده‌ها کمترین تاثیر را دارند. در نهایت معیارهای هر یک از این زیر شاخص‌ها، اولویت بندی شدند.

واژه‌های کلیدی: توسعه پایدار، سیستم ارزیابی پایداری، حمل‌ونقل پایدار، *Envision*.

نوع مقاله: علمی

۱- مقدمه

اقتصادی و انتظارات سهامداران را لحاظ می‌کنند، بایستی بعدهای پایداری از جمله منافع اجتماعی و زیست محیطی را در پروژه‌های خود مورد توجه قرار دهند و با اجرای پروژه‌های پایدار، به توسعه پایدار دست یابند. ابزارهای

در سال‌های اخیر توجه جهانی بر موضوعاتی مانند توسعه پایدار، تغییرات آب‌وهوایی و مسئولیت اجتماعی افزایش یافته است. امروزه در دنیا شرکت‌ها و سازمان‌ها باهدف افزایش مزیت رقابتی خود، اضافه بر این‌که مزایای

نویسنده عهده‌دار مکاتبات: ابراهیم علامتیان Alamatian_e@khavaran.ac.ir

Greenroads, Envision, STARS, BE2ST in-Highways, GreenPave, and Green Guide for Roads) به تصمیم‌گیرندگان در انجام این کار کمک نمودند. ایشان معیارهای مورد بررسی توسط هشت ابزار رتبه بندی در حمل و نقل را مورد ارزیابی قرار دادند. این تحقیق با هدف شناسایی مهم‌ترین معیارها و شاخص‌ها در حوزه حمل و نقل، با بررسی مهندسی و طراحان مشغول به کار در زمینه حمل‌ونقل پرداخته است. سپس تجزیه و تحلیل آماری مقایسه‌ای چندگانه بر روی داده‌های جمع‌آوری شده انجام شده است. بر اساس این تحقیق برای پایدار کردن پروژه‌های بزرگراهی، کاهش آسیب به اموال عمومی و آسیب‌های جدی و مرگبار و افزایش فضای عمومی مناظر ضروری می‌باشد. هوبارد (۲۰۱۹)، به مرور معیارهای پایداری برای ساخت و بهره‌برداری از زیرساخت‌های فرودگاه و جاده‌ای می‌پردازد. ایشان بررسی کلی از رایج‌ترین ابزارهای مورد استفاده برای این منظور را ارائه می‌دهد که می‌تواند برای ارزیابی پایداری برای ساخت و ساز و عملیات فرودگاه‌ها و راه‌ها مورد استفاده قرار گیرد. در این تحقیق بررسی ابزارهای صدور گواهی برای پایداری و استفاده از این ابزارها در بخش حمل و نقل، شباهت‌ها و تفاوت‌های جالب بین بخش‌های حمل و نقل هوایی و جاده‌ای را برجسته می‌کند. به لحاظ شباهت‌ها، هر دو بخش به طور فزاینده‌ای، شیوه‌های پایدار را در برنامه‌ریزی، طراحی، ساخت و بهره‌برداری ادغام می‌کنند. از نظر تفاوت‌ها، بخش حمل و نقل هوایی با احتمال بیشتری از معیارهای تایید شخص ثالث استفاده می‌کند. علاقه فرودگاه به پایداری نیز ممکن است به دلیل نقش قوی سازمان‌های هوایی در سراسر جهان باشد که از پایداری حمل و نقل هوایی حمایت می‌کنند. اگرچه در بخش جاده‌ای سازمان‌های بین‌المللی برای حمایت از ساخت و بهره‌برداری جاده وجود دارند؛ اما این سازمان‌ها از نظر تاثیر بین‌المللی بر طراحی، ساخت، بهره‌برداری و تعمیر و نگهداری جاده‌ها، نقش مشابهی ندارند. گریفیتس و همکاران (۲۰۱۸)، به تجزیه و تحلیل طرح‌های ارزیابی مورد استفاده توسط صنعت و به‌طور خاص مطالعات موردی منتشر شده در استرالیا، نیوزیلند، بریتانیا و آمریکای شمالی پرداخته است. نتایج نشان می‌دهد تقاضا برای استفاده از سیستم‌های ارزیابی در سراسر دنیا رو به افزایش است و بسیاری از آنها در حال تبدیل شدن به

رتبه‌بندی پایداری، چارچوب‌های عملی را برای صاحبان زیرساخت‌ها و متخصصان طراحی و ساخت‌وساز فراهم می‌کند و کاربرد آن‌ها در پروژه‌های زیرساختی به‌وضوح رو به رشد است. اگر جامعه پیشرفت واقعی به سمت نتایج زیرساخت پایدار بخواند، استفاده آگاهانه و شفاف از ابزارهای رتبه‌بندی بسیار مهم است [۳]. با افزایش آگاهی پایداری، سازمان‌های پروژه محور با افزایش و بهبود کارایی و تحویل پروژه مواجه می‌باشند [۴]. برای اینکه بتوان پروژه‌ها را به سمت پایداری هدایت نمود، می‌بایست شاخص‌های اصلی مؤثر بر پایداری مدیریت پروژه هماهنگ با شرایط بومی کشور و به‌ویژه هر سازمان مشخص گردند و در جهت اصلاح و توسعه آن‌ها اقدام شود [۵]. مافی و داوری نژاد مقدم (۱۳۹۱)، تاریخچه و نحوه شکل‌گیری اندیشه پایداری را ارائه نموده‌اند و محورهای اصلی توسعه پایدار را مردم و اکوسیستم بیان نموده‌اند و این محور دوگانه را، توجه به ارتقاء کیفیت زندگی انسان، حفظ قابلیت زیست و تنوع کره زمین توضیح می‌دهند. بنا به تحقیق ایشان، توسعه پایدار شامل چهار بعد اصلی اقتصادی، اجتماعی، محیطی و سیاسی است به گونه‌ای که این ابعاد را در حالت طبیعی وابسته به یکدیگر و حتی مکمل یکدیگر دانسته است و معتقد است که تصمیم‌گیری یکپارچه و مدیریت چگونگی اجرای هر یک از این بعدها به روشی که بالاترین کیفیت و بازدهی را داشته باشد الزامی است. طاهریان و حسینی نورزاد (۱۴۰۰)، به مرور زیرساخت‌های پایدار و ارزیابی پایداری در زیرساخت‌ها پرداخته‌اند. این پژوهش با هدف معرفی ابزار مناسب ارزیابی پایداری، به بازنگری و بومی‌سازی سیستم رتبه‌بندی پایداری زیرساخت‌ها (Envision) مطابق شرایط ایران پرداخته است. پس از بررسی ساختار چارچوب Envision مطابق نظرات کارشناسان، ضرورت معیارها در آن با طیف لیکرت ارزیابی شد و در نهایت سطوح مختلف با تکنیک مقایسه زوجی، وزن‌دهی و اولویت‌بندی شدند. نتایج این پژوهش و چارچوب بومی‌سازی شده، ضمن ارائه راهکاری مناسب برای توسعه و ارتقای عملکرد پایدار زیرساخت‌ها، می‌تواند در بهبود فرآیندهای تصمیم‌سازی نیز مؤثر باشد. اوزتورک (۲۰۱۹)، با معرفی و مقایسه هشت ابزار مختلف برای ارزیابی کمی زیست‌محیطی پروژه‌های بزرگراه (I-LAST, INVEST, GreenLITES,)



به‌عنوان ابزارهای طراحی با تعیین اولویت‌ها و اهداف طراحی پایدار، توسعه استراتژی‌های طراحی پایدار مناسب و تعیین معیارهای عملکرد برای هدایت طرح‌های پایدار و فرآیندهای تصمیم‌گیری مورد استفاده قرار گیرند. در میان آن‌ها، ابزارهای رتبه‌بندی ساختمان‌ها مانند LEED و CASBEE و BREEAM بیش از دو دهه پیش در بریتانیا و آمریکا پیش از گسترش جهانی ظاهر شدند. استفاده از ابزارهای ارزیابی متمرکز بر زیرساخت‌های اصلی تاکنون چندان رایج نبوده است. چندین سیستم رتبه‌بندی توسط مؤسسات مختلف دولتی و خصوصی برای ارزیابی بزرگراه‌ها و جاده‌ها توسعه یافته است، اما تنها سه مورد از آن‌ها شامل Envision، CEEQUAL و IS قادر به ارزیابی تمام انواع و اندازه‌های زیرساخت‌های عمرانی از جمله بندرها، فرودگاه‌ها، بزرگراه‌ها، سدها، پل‌ها، تأسیسات تصفیه فاضلاب، تونل‌ها و راه‌آهن هستند [۹]. ابزارهای رتبه‌بندی پایدار زیرساخت، به روشی مشابه با هم‌تایان ساختمانی خود عمل می‌کنند و برای ارزیابی و تأیید عملکرد پروژه در برابر طیف وسیعی از معیارهای پایداری، از جمله استفاده از منابع، اکولوژی، مشارکت ذینفعان، اثرات جامعه، تغییر اقلیم و تاب‌آوری، کاربری زمین و طراحی شهری مورد استفاده قرار می‌گیرند [۵]. بسیاری از آن‌ها فقط قابلیت ارزیابی و رتبه‌بندی در یک بخش خاص از زیرساخت‌ها مانند راه، آب، انرژی را دارند و تعداد محدود و اندکی هم به‌طور جامع قابلیت ارزیابی تمام پروژه‌های عمرانی و زیرساخت‌ها در همه ابعاد و زمینه عملکرد را دارند.

هدف سیستم ارزیابی Envision، راهنمایی برای مهندسان، مالکان، برنامه ریزان، جوامع، آژانس‌های حمل‌ونقل، پیمانکاران و سایر ذینفعان زیرساخت برای برنامه‌ریزی و ساخت پروژه‌های زیرساخت پایدار است. سیستم Envision در همکاری بین برنامه Zofnass برای زیرساخت پایدار، دانشکده تحصیلات تکمیلی طراحی دانشگاه هاروارد و موسسه زیرساخت پایدار (ISI) در سال ۲۰۱۲ توسعه داده شد و همکنون نسخه Envision v3 آن در دسترس می‌باشد. Envision یک ابزار ارزیابی دومارحله‌ای است: مرحله اول شامل یک چک لیست خود ارزیابی است که صرفاً به تیم پروژه و مالکان در زمینه تصمیم‌سازی و انتخاب گزینه‌های پایدار برای اجرای پروژه کمک می‌کند و مرحله دوم با تأیید شخص

استاندارد هستند. ایشان نتیجه گرفتند که انتخاب از میان سیستم‌های ارزیابی باید بر مبنای اهداف پروژه و میزان همخوانی اهداف با زمینه اصلی سیستم مورد نظر باشد. پروژه‌های زیربنایی فرصت‌های قابل توجهی را برای ترویج پایداری فراهم می‌کنند؛ زیرا در حوزه‌های وسیع و به‌طور معمول طولانی مدت مورد استفاده قرار می‌گیرند. با توجه به اینکه در ایران متولی ایجاد پروژه‌های زیرساختی حمل و نقلی، بخش دولتی می‌باشد به علت اینکه بتوان پروژه‌ها را به سمت پایداری سوق داد، اقداماتی از قبیل شناسایی میزان دانش سازمان‌ها در خصوص توسعه پایدار و پیاده‌سازی شاخص‌های پایداری در پروژه‌ها و همچنین بومی‌سازی سیستم‌های ارزیابی زیرساخت مورد نیاز می‌باشد. هدف این پژوهش شناسایی و تحلیل الزامات به کارگیری چارچوب‌های توسعه پایدار در پروژه‌های زیرساختی بخش حمل و نقل بین شهری اداره کل راه و شهرسازی خراسان رضوی می‌باشد.

۲- چارچوب‌های ارزیابی پایداری پروژه‌های عمرانی

پایداری بر اساس تعادل سه جنبه کلیدی اقتصاد، محیط‌زیست و مسئولیت اجتماعی می‌باشد. اقتصاد به دنبال تحقق یک تأثیر اقتصادی مثبت و بلند مدت است؛ در حالی که محیط‌زیست، سازمان‌ها را تشویق می‌کند تا از طریق شیوه‌های پایدار، از جمله در نظر گرفتن عوامل منفی برای محیط‌زیست تا حد امکان به کره زمین سود برسانند. هدف مسئولیت اجتماعی بهبود زندگی کسانی است که پروژه‌ها با آن‌ها تعامل دارند. رفاه کاربران، کارگران، اعضای جامعه و سایر منافع ذینفعان باید به‌عنوان متغیرهای وابسته به هم در ارزیابی‌های پایداری در نظر گرفته شود. در نتیجه افزایش مصرف انرژی و انتشار گازهای گلخانه‌ای در قرن گذشته، تغییر آب و هوا، توسعه سیاست‌های بین‌المللی برای حفظ محیط‌زیست و ترویج استفاده از سیستم‌های ارزیابی با هدف بهبود پایداری را شتاب بخشیده است. ارزیابی‌های پایداری به‌عنوان فرآیندهای شناسایی، پیش‌بینی و ارزیابی تأثیر بالقوه ابتکارات و جایگزین‌های مختلف در اقتصاد، محیط‌زیست و جامعه تعریف شده‌اند. علاوه بر این، سیستم‌های رتبه‌بندی یک چارچوب مؤثر برای ارزیابی عملکرد زیست محیطی و یکپارچه‌سازی توسعه پایدار در فرآیندهای ساخت‌وساز فراهم می‌کنند. آن‌ها می‌توانند



زیرشاخص‌هایی که امتیاز کل آن‌ها از متوسط امتیازات بالاتر باشد، حفظ می‌شوند [۱۱].

۴- روش بخش کمی تحقیق

در قسمت بعدی تحقیق، سوالات تعریف شده در استاندارد Envision در رابطه با زیرشاخص‌ها و شاخص‌هایی که در مرحله پیشین معنی‌دار شناسایی شده، در اختیار کارشناسان متشکل از دستگاه کارفرما، مشاوران و پیمانکاران قرار می‌گیرد. با عنایت به قلمرو مکانی و زمانی این پژوهش، جامعه آماری در این بخش ۴۰ نفر شامل تمامی کارشناسان (رسمی، پیمانی، انجام کار معین و شرکتی) معاونت مهندسی و ساخت اداره کل راه و شهرسازی استان خراسان رضوی در آذرماه سال ۱۴۰۰، مدیران شرکت‌های مشاور و پیمانکار این اداره کل می‌باشد. تحلیل پرسشنامه‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS انجام می‌گردد. با توجه به اینکه در این تحقیق از پرسشنامه استاندارد سیستم ارزیابی Envision استفاده شده است روایی آن تایید می‌باشد. همچنین جهت محاسبه و سنجش پایایی پرسشنامه از شاخص ضریب آلفای کرونباخ بهره‌گیری شده است.

۵- نتایج

نتایج مرحله اول تکنیک دلفی

در مرحله اول روش دلفی، پرسشنامه‌ای شامل ۵ شاخص سیستم ارزیابی پایداری Envision برای سنجش میزان اهمیت سیستم رتبه‌بندی پایداری Envision در پروژه‌های راه‌سازی در اداره کل راه و شهرسازی خراسان رضوی، در اختیار اعضای گروه خبرگان قرار گرفت تا نظرات و دیدگاه‌های خود را پیرامون معنی‌داری و اهمیت هر یک از شاخص‌های اصلی سیستم ارزیابی در راه‌سازی در اداره کل راه و شهرسازی خراسان رضوی ارائه دهند. بر اساس نتایج حاصله مرحله اول روش دلفی، تقریباً تمامی شاخص‌ها دارای اهمیت بالایی از نظر اعضای گروه خبرگان می‌باشند. در جدول ۱ نظرات و دیدگاه‌های اعضای گروه خبرگان در رابطه با ابعاد مطروحه گزارش شده است.

ثالث از سوی موسسه زیرساخت، جهت بررسی امتیازات و ارائه مستندات می‌باشد و منجر به اعطای مدال به پروژه می‌گردد. این سیستم ارزیابی پایداری پروژه‌ها را در پنج گروه مختلف با ۶۴ شاخص ارزیابی می‌کند. این پنج دسته عبارت‌اند از کیفیت زندگی (۱۴ اعتبار)، مدیریت پروژه (۱۲ اعتبار)، تخصیص منابع (۱۴ اعتبار)، محیط طبیعی (۱۴ اعتبار) و اقلیم و تاب آوری (۱۰ اعتبار) [۱۰].

۳- روش تحقیق

در این پژوهش ابتدا بر اساس یک رویکرد کیفی و با روش دلفی و مصاحبه با اعضای خبرگان، برای شناسایی عوامل مؤثر بر پایداری پروژه‌های بخش راه‌سازی در سازمان پروژه محور با سیستم ارزیابی Envision، الگوبندی و معیارهای مرتبط با حوزه راه‌سازی شکل می‌گیرد و سپس با استفاده از اطلاعات بدست آمده از تکمیل پرسشنامه، معیارهای انتخابی به‌دست‌آمده از روش دلفی، برای تست و ارزیابی مورد آزمون و تحلیل قرار خواهد گرفت.

روش دلفی به کار گرفته‌شده در این تحقیق در دو مرحله اجرا می‌گردد. در اولین مرحله، مجموعه‌ای از سؤالات در رابطه با معنی‌داری هر یک از شاخص‌های تعریف شده در Envision درباره موضوع تحقیق تهیه و برای تمام اعضای خبرگان ارسال می‌شود و از آنان درخواست می‌گردد معنی‌داری یا عدم معنی‌داری شاخص‌ها را مشخص نمایند. لازم به ذکر است که شاخص‌هایی که در این مرحله، معنی‌دار تشخیص داده نشوند، در ادامه تحقیق حذف خواهند شد. خبرگان شامل ۱۰ مدیر و کارشناس با سابقه بالای ۲۵ سال در اداره کل راه و شهرسازی بوده‌اند. پس از جمع‌آوری داده‌های حاصل از مرحله اول و جمع‌بندی آن‌ها، پرسشنامه‌ای بر مبنای شاخص‌های معنی‌دار مرحله اول تنظیم می‌گردد و از اعضای گروه خبرگان درخواست می‌شود تا میزان اهمیت هر کدام از شاخص‌ها را مشخص کنند. بدین‌صورت می‌توان به یک توافق از نقطه‌نظر تشخیص مسائل یادشده دست‌یافت. در مرحله دوم تکنیک دلفی، یک مقیاس پنج‌درجه‌ای برای الویت بندی زیر شاخص‌ها بکار می‌رود و از پاسخگویان درخواست می‌شود که به فهرست زیرشاخص‌ها در صورت لزوم، مواردی را اضافه کنند. در نهایت و بر اساس داده‌های حاصل از مرحله دوم که بر اساس نظر و دیدگاه گروه خبرگان به‌دست‌آمده است،



جدول ۱. توزیع فراوانی دیدگاه‌های خبرگان در رابطه با میزان اهمیت شاخص‌های سیستم ارزیابی پایداری Envision در اداره کل راه و شهرسازی خراسان رضوی

متغیر	شاخص	بسیار کم	کم	متوسط	زیاد	بسیار زیاد	میانگین	انحراف معیار
میزان اهمیت ۵ گروه سیستم ارزیابی پایداری ENVISION در پروژه‌های زیرساختی بخش حمل‌ونقل بین‌شهری (راه‌سازی) در اداره کل راه و شهرسازی خراسان رضوی	کیفیت زندگی	۰٪	۰٪	۰٪	۴۰٪	۶۰٪	۴/۷۳	۰/۴۹
	مدیریت پروژه	۰٪	۰٪	۴۰٪	۲۰٪	۴۰٪	۴/۳۶	۰/۷۸
	تخصیص منابع	۰٪	۰٪	۴۰٪	۴۰٪	۲۰٪	۴/۱۸	۰/۱۸۵
	محیط طبیعی	۰٪	۰٪	۰٪	۶۰٪	۴۰٪	۴/۶۱	۰/۶۷
	اقلیم تاب‌آوری	۰٪	۰٪	۴۰٪	۲۰٪	۴۰٪	۴/۳۶	۰/۷۸

همان‌طور که نتایج جدول ۱ نشان می‌دهد، در مجموع یافته‌های حاصل از مرحله‌ی اول تکنیک دلفی حاکی از آن بود که میانگین پاسخ‌ها در هر ۵ شاخص نزدیک یکدیگر می‌باشد؛ بنابراین امکان حذف هیچ‌یک از شاخص‌ها نمی‌باشد و همه شاخص‌ها از ارزش تقریباً یکسانی برخوردار هستند؛ بنابراین در این تحقیق هر ۵ شاخص برای ارزیابی پایداری در اداره کل راه و شهرسازی خراسان رضوی در نظر گرفته می‌شود.

۶- نتایج مرحله دوم تکنیک دلفی

پرسشنامه مرحله‌ی دوم روش دلفی بر اساس زیرشاخص‌های زیرمجموعه ۵ شاخص سیستم ارزیابی در اختیار اعضای خبرگان قرار گرفت. در جداول ۲، نتایج تمامی زیرشاخص‌های سیستم ارزیابی پایداری Envision در اداره کل راه و شهرسازی خراسان رضوی به همراه جزئیات آن، گویه‌ها و مؤلفه‌های معنی‌دار و پراهمیت، ارائه می‌گردد. پس از مشخص شدن اهمیت تمامی زیر شاخص‌های سیستم ارزیابی پایداری Envision در اداره کل راه و

شهرسازی خراسان رضوی از نظر خبرگان، در روش دلفی ثانویه میزان اهمیت هر یک از زیرشاخص‌های سیستم ارزیابی از دیدگاه خبرگان بررسی گردیده است. برای اینکار، در قالب پرسشنامه‌ای با طیف پنج گزینه‌ای لیکرت، مجدداً نظر اعضای گروه خبرگان اخذ شد تا میزان اهمیت هر یک از این زیرشاخص‌ها، شناسایی و مشخص گردد. در ادامه نتایج نظرات خبرگان پاسخگو پس از جمع‌بندی و پردازش‌های آماری گزارش شده است. نتایج حاصله از نظرات اعضای گروه خبرگان در مرحله‌ی دوم روش دلفی؛ پس از جمع‌آوری و تحلیل در جدول ۲ ارائه شده است. نتایج این جدول نشان می‌دهد که از بین زیرشاخص‌ها، تعداد ۸ زیرشاخص امتیازی به‌طور متوسط بیشتر از ۴ را توسط اعضای گروه خبرگان کسب نموده‌اند و سایر زیرشاخص‌ها از دیدگاه اعضای گروه خبرگان به‌طور متوسط امتیازی پایین‌تر از ۴ را به دست آورده‌اند. در این مرحله تمامی زیرشاخص‌هایی که به‌طور متوسط امتیازی بالاتر از ۴ را از دیدگاه خبرگان به دست آورده‌اند، به‌عنوان زیرشاخص معنی‌دار و با اهمیت می‌باشند.

جدول ۲. شاخص‌های توصیفی و توزیع درصد فراوانی دیدگاه‌های اعضای گروه خبرگان برای هر یک از زیرشاخص‌های سیستم ارزیابی پایداری Envision اداره کل راه و شهرسازی خراسان رضوی (مرحله دوم روش دلفی)

نتیجه	انحراف معیار	میانگین	کیفی زیاد				زیرشاخص‌ها	شاخص
			زیاد	متوسط	کم	خیلی کم		
	۰/۸۱	۳/۳۴	۰٪	۰٪	۸۰٪	۲۰٪	رفاه	کیفیت زندگی
	۰/۴۹	۴/۷۳	۶۰٪	۴۰٪	۰٪	۰٪	اجتماع	
	۰/۷۲	۳/۶۳	۰٪	۶۰٪	۲۰٪	۲۰٪	پویایی	
	۰/۵۸	۴/۶۴	۶۰٪	۲۰٪	۲۰٪	۰٪	اقتصاد	مدیریت پروژه
	۰/۷۸	۴/۳۶	۴۰٪	۲۰٪	۴۰٪	۰٪	همکاری	
	۰/۷۱	۳/۶۸	۰٪	۴۰٪	۶۰٪	۰٪	برنامه‌ریزی	
	۰/۸۱	۳/۳۴	۰٪	۰٪	۸۰٪	۲۰٪	مصالح	تخصیص منابع
	۰/۴۹	۴/۷۳	۶۰٪	۴۰٪	۰٪	۰٪	انرژی	
	۰/۵۸	۴/۶۴	۶۰٪	۲۰٪	۲۰٪	۰٪	آب	
	۱/۳۵	۳/۲۳	۴۰٪	۴۰٪	۰٪	۲۰٪	استقرار	محیط طبیعی
	۱/۴۹	۳/۱۸	۲۰٪	۲۰٪	۲۰٪	۴۰٪	حفاظت	
	۰/۷۸	۴/۳۶	۴۰٪	۲۰٪	۴۰٪	۰٪	اکولوژی	
	۰/۶۸	۴/۵۸	۶۰٪	۰٪	۴۰٪	۰٪	تاب‌آوری	اقلیم
	۰/۷۸	۴/۳۶	۴۰٪	۲۰٪	۴۰٪	۰٪	آلاینده‌ها	تاب‌آوری

زیرشاخص، ۳۳ معیار و ۱۱۵ گویه بوده که در جدول ۳ و شکل ۱ این شاخص‌ها، زیرشاخص‌ها و معیارها به صورت ذیل ارائه و بیان شده‌اند.

بر اساس نتایج حاصل از این مراحل، پرسشنامه شناسایی میزان اهمیت ارزیابی سیستم پایداری Envision در اداره کل راه و شهرسازی خراسان رضوی شامل ۵ شاخص، ۸

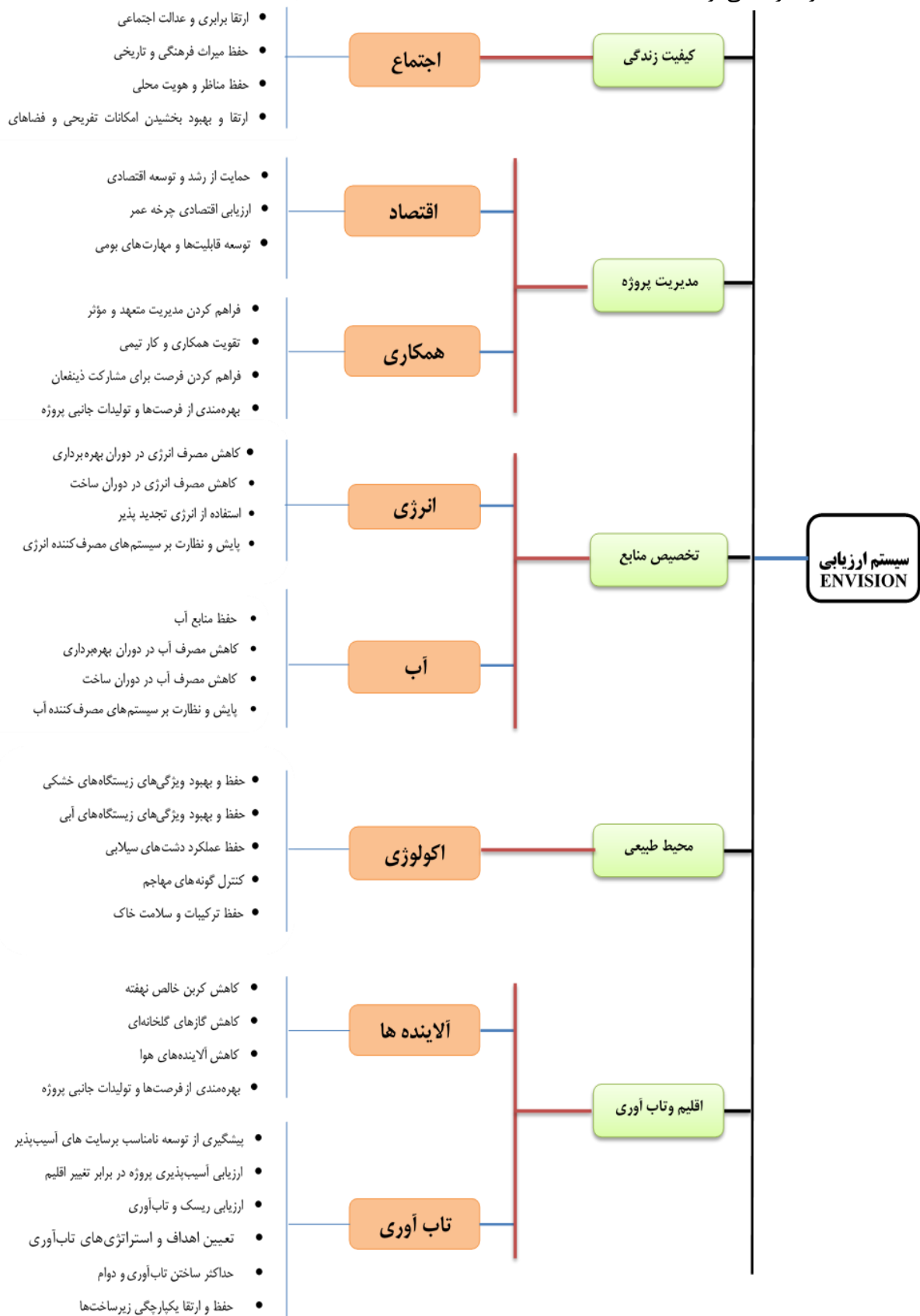
جدول ۳ خلاصه نتایج بدست آمده از مرحله کیفی

مجموع	اقلیم و تاب‌آوری	محیط طبیعی	تخصیص منابع	مدیریت پروژه	کیفیت زندگی	نام شاخص
۸	۲	۱	۲	۲	۱	تعداد زیرشاخص
۳۳	۹	۵	۸	۷	۴	تعداد معیارها
۱۱۵	۲۹	۲۳	۱۶	۲۸	۱۹	تعداد گویه‌ها

۷- نتایج بخش کمی تحقیق
سؤالات پرسشنامه بر اساس استاندارد ارزیابی Envision با گزینه‌های «بلی» و «خیر» پاسخ داده می‌شوند. برای محاسبه مقادیر نمرات شاخص از متوسط امتیاز گویه‌ها در سؤالات مربوط به شاخص (بلی=۱ و خیر=۰) استفاده شده است. در این بخش هر یک از شاخص‌های تحقیق مورد بررسی و آزمون قرار گرفته و در نهایت به تجزیه و تحلیل آن‌ها پرداخته شده است.

حجم نمونه تحقیق بیشتر از ۳۰ است و بنا به قضیه حد مرکزی برای پاسخ به فرضیه موردنظر می‌توان از آزمون‌های پارامتری استفاده کرد [۱۲]. به منظور رتبه‌بندی شاخص‌ها، زیرشاخص‌ها و معیارها از آزمون فریدمن استفاده شده است. اگر مقدار احتمال مربوط به آماره مجذور کای کمتر از ۰،۰۵ باشد، اختلاف بین رتبه‌های زیرشاخص‌ها و یا معیارها معنی‌دار است. ابتدا

نتایج مربوط به مقایسه گروهها و زیر گروهها و سپس مقایسه معیارها ارایه می‌گردد.



شکل ۱. خلاصه نتایج بدست آمده از مرحله کیفی تحقیق

۸- رتبه‌بندی گروه‌ها

نتایج تحلیل رتبه بندی گروه‌ها در جدول ۴ ارائه شده است. ملاحظه می‌شود که در میان مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده شاخص کیفیت زندگی، با متوسط امتیازی ۴/۶۱ دارای بیشترین میانگین در بین شاخص‌ها است. پس از این مؤلفه، شاخص مدیریت پروژه قرار داشته که با میانگین ۳/۸۳ در رتبه‌ی دوم اهمیت می‌باشد. شاخص محیط طبیعی نیز با حدود متوسط امتیاز ۲/۴ در رتبه‌ی سوم این سیستم ارزیابی می‌باشد. در مقابل کم‌ترین میانگین متعلق به شاخص تخصیص منابع با متوسط مقداری حدود ۲ در بین شاخص‌ها بوده که در رتبه‌ی ۵ قرار گرفته است. پیش از آن شاخص اقلیم تاب‌آوری با میانگین ۲/۱۴ می‌باشد که در بین شاخص‌های سیستم ارزیابی پایداری Envision در مرتبه ۴ جای گرفته است. بنابراین اختلاف بین میانگین بالاترین و پایین‌ترین شاخص‌ها حاکی از تفاوت میزان اهمیت و تمرکز بر رعایت شاخص‌ها در پروژه‌های حمل‌ونقلی بین‌شهری (راه‌سازی) در اداره کل راه و شهرسازی استان خراسان رضوی می‌باشد. نتایج نشان می‌دهد که اختلاف بین رتبه‌های شاخص‌ها، معنی‌دار است ($p\text{-value} < 0.05$).

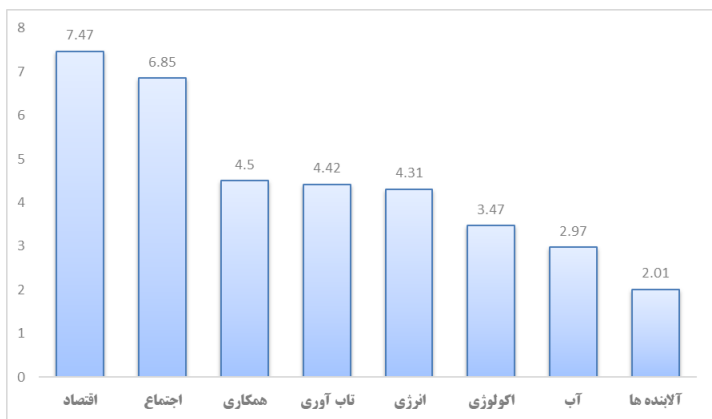
جدول ۴. رتبه‌بندی شاخص‌ها

شاخص	میانگین رتبه‌ها	رتبه	آماره آزمون	مقدار احتمال	نتیجه
کیفیت زندگی	4.61	1			
مدیریت پروژه	3.83	2			
تخصیص منابع	2.04	5	77.227	<0.001	اختلاف معنی‌دار
محیط طبیعی	2.38	3			
اقلیم و تاب‌آوری	2.14	4			

۹- رتبه‌بندی زیرشاخص‌ها

به‌منظور رتبه‌بندی زیرشاخص‌ها از آزمون فریدمن استفاده شده و نتایج در شکل ۲ ارائه گردیده است. اگر مقدار احتمال مربوط به آماره مجذور کای کمتر از ۰,۰۵ باشد، اختلاف بین رتبه‌های زیرشاخص‌ها و یا شاخص‌ها معنی‌دار است. نتایج نشان می‌دهد که اختلاف بین

رتبه‌های زیرشاخص‌ها، معنی‌دار است $p\text{-}$ (value<0.05).



شکل ۳. نمودار ستونی مقایسه میانگین وضع موجود زیرشاخص‌های سیستم ارزیابی پایداری Envision در اداره کل راه و شهرسازی خراسان رضوی

مشاهده می‌گردد مؤلفه‌ی اقتصاد در شاخص مدیریت پروژه با وزن ۷/۴۷ و مؤلفه‌ی اجتماع با وزن ۶/۸۵ دارای بیشترین میانگین وضعیت موجود در بین مؤلفه‌ها می‌باشند. در مقابل پاسخگویان وضعیت موجود زیرشاخص آلاینده‌ها را در بین مؤلفه‌ها با میانگین ۲/۰۱ از همه کمتر ارزیابی نموده‌اند و این مؤلفه در رتبه‌ی هشتم و آخر زیر شاخص‌ها قرار گرفته است.

در ادامه به مقایسه وضع موجود اهمیت زیرشاخص‌های یک شاخص نسبت به یکدیگر پرداخته می‌شود که یادآور می‌شود که در شاخص‌های کیفیت زندگی و محیط طبیعی تنها یک زیرشاخص از نظر گروه خبرگان برگزیده شده است.

۱۰- شاخص کیفیت زندگی

نتایج حاصل از جدول ۵ نشان می‌دهد که در میان مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده زیرشاخص اجتماع معیار ارتقاء و بهبود بخشیدن امکانات تفریحی و فضاهای عمومی با میانگین رتبه‌ای ۳/۱۵ دارای بیشترین میانگین می‌باشد؛ در مقابل پایین‌ترین میانگین به معیار حفظ مناظر و هویت محلی با مقدار متوسط ۱/۷۹ می‌باشد و معیارهای حفظ میراث فرهنگی و تاریخی با میانگین ۲/۹۷ و ارتقا برابری و عدالت اجتماعی با میانگین ۲/۰۸ به ترتیب دارای رتبه‌های دوم، سوم می‌باشند.



جدول ۵. رتبه‌بندی معیارها در شاخص کیفیت زندگی

شاخص	زیرشاخص	شاخص	رتبه	رتبه میانگین	رتبه	آماره آزمون	مقدار احتمال	نتیجه
کیفیت زندگی	اجتماع	ارتقا برابری و عدالت اجتماعی	3	2.08	30.114	0.0001	اختلاف معنی‌دار	
		حفظ میراث فرهنگی و تاریخی	2	2.97				
		حفظ مناظر و هویت محلی	4	1.79				
		ارتقا و بهبود بخشیدن امکانات تفریحی و فضاهای عمومی	1	3.15				

۱۱- شاخص مدیریت پروژه

بالاترین میانگین نظرات پاسخگویان در بین معیارهای این زیرشاخص را داراست. در مقابل کم‌ترین میانگین به معیار فراهم کردن مدیریت متعهد و مؤثر با مقدار متوسط ۱/۸۹ تعلق می‌گیرد و معیارهای بهره‌مندی از فرصت‌ها و تولیدات جانبی پروژه با میانگین ۲/۷۱ و فراهم کردن فرصت برای مشارکت ذینفعان با میانگین ۲/۴۷ به ترتیب دارای رتبه‌های دوم، سوم می‌باشند. بنابراین اختلاف معنادار بین میانگین بالاترین و پایین‌ترین مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده شاخص مدیریت پروژه حاکی از این است که در پروژه‌های راه‌سازی بین‌شهری در اداره کل راه و شهرسازی استان خراسان رضوی شاخص اقتصاد از شاخص همکاری اهمیت بیشتری دارد و در نتیجه در پروژه‌ها بیشتر رعایت می‌شود.

نتایج حاصل از جدول ۶ نشان می‌دهد که در میان مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده شاخص مدیریت پروژه زیرشاخص اقتصاد با متوسط امتیازی حدود ۲ واحد دارای بیشترین میانگین می‌باشد؛ و مؤلفه‌ی همکاری که با میانگین ۱/۰۶ در رتبه‌ی دوم شاخص مدیریت پروژه می‌باشد. همانطور که در جدول ۶ می‌توان دید، در میان معیارهای زیرشاخص اقتصاد اداره کل راه و شهرسازی خراسان رضوی، حمایت از رشد و توسعه اقتصادی با مقدار متوسط ۱/۸۲ دارای بیشترین میانگین و ارزیابی اقتصادی چرخه عمر با مقدار ۱/۱۸ در رتبه آخر قرار گرفته است. همچنین در بین معیارهای زیرشاخص همکاری، مؤلفه‌ی تقویت همکاری و کار تیمی با میانگین ۲/۹۳ دارای

جدول ۶. رتبه‌بندی زیرشاخص‌ها و معیارهای مدیریت پروژه

شاخص	زیرشاخص	رتبه میانگین	آماره آزمون	مقدار احتمال	معیار	رتبه	رتبه میانگین	آماره آزمون	مقدار احتمال	نتیجه
مدیریت پروژه	اقتصاد	1.94	28.444	0.001 >	حمایت از رشد و توسعه اقتصادی	1	1.82	18.241	0.0001	اختلاف معنی‌دار
					ارزیابی اقتصادی چرخه عمر	2	1.18			
	همکاری	1.06			فراهم کردن مدیریت متعهد و مؤثر	4	1.89	14.607	0.002	اختلاف معنی‌دار
					تقویت همکاری و کار تیمی	1	2.93			
فراهم کردن فرصت برای مشارکت ذینفعان	3	2.47								
بهره‌مندی از فرصت‌ها و تولیدات جانبی پروژه	2	2.71								

۱۲- شاخص تخصیص منابع

جدول ۷ آماره‌های توصیفی شاخص و زیر شاخص تخصیص منابع در ارزیابی پایداری در اداره کل راه و شهرسازی خراسان رضوی را نشان می‌دهد. مشاهده می‌شود که در زیرشاخص انرژی، معیار کاهش مصرف انرژی در دوران ساخت با مقدار ۲/۲۶ دارای بیشترین میانگین بوده بنابراین در رتبه اول قرار گرفته است. پس از آن معیار کاهش مصرف انرژی در دوران بهره‌برداری و معیار پایش و نظارت بر سیستم‌های مصرف‌کننده انرژی به ترتیب با میانگین نزدیک به یکدیگر ۱/۸۸ و ۱/۸۶ در

رتبه‌های دوم و سوم قرار دارند. همان‌طور که ملاحظه می‌شود در زیرشاخص آب، معیار حفظ منابع آب با میانگین ۲/۱۴، معیار کاهش مصرف آب در دوران ساخت با مقدار ۲/۰۴ و معیار کاهش مصرف آب در دوران بهره‌برداری با میانگین ۱/۸۲ به ترتیب رتبه‌های اول، دوم و سوم قرار می‌گیرند. نتایج نشان می‌دهد که در میان مؤلفه‌های تخصیص منابع در سیستم ارزیابی Envision منتج شده از روش دلفی، زیر شاخص انرژی با مقدار ۱/۶۷ دارای بزرگ‌ترین میانگین می‌باشد. در مقابل کم‌ترین میانگین متعلق به مؤلفه‌ی آب با مقدار متوسط ۱/۳۳ بوده است.

جدول ۷. رتبه‌بندی زیرشاخص‌ها و معیارهای تخصیص منابع

شاخص	زیر شاخص	میانگین رتبه‌ها	آماره آزمون	مقدار احتمال	معیار	میانگین رتبه‌ها	رتبه	آماره آزمون	مقدار احتمال	نتیجه
تخصیص منابع	انرژی	۱.۶۷	۴.۵	۰.۰۳۴	کاهش مصرف انرژی در دوران بهره‌برداری	۱.۸۸	۲	۶.۱۵۹	۰.۰۴۶	اختلاف معنی‌دار
					کاهش مصرف انرژی در دوران ساخت	۲.۲۶	۱			
					پایش و نظارت بر سیستم‌های مصرف‌کننده انرژی	۱.۸۶	۳			
	آب	۱.۳۳	۰.۰۱۸۷	۳.۳۴۹	حفظ منابع آب	۲.۱۴	۱	۰.۱۸۷	عدم اختلاف معنی‌دار	
					کاهش مصرف آب در دوران بهره‌برداری	۱.۸۲	۳			
					کاهش مصرف آب در دوران ساخت	۲.۰۴	۲			

۱۳- شاخص محیط طبیعی

بر اساس یافته‌های جدول ۸، در میان معیارهای زیرشاخص اکولوژی، معیار حفظ عملکرد دشت‌های سیلابی با مقدار متوسط ۴/۱۰ دارای بزرگ‌ترین میانگین میان معیارهای مورد مطالعه می‌باشد. در رتبه دوم، معیار حفظ و بهبود ویژگی‌های زیستگاه‌های آبی با مقدار

میانگین ۳/۰۴ می‌باشد. معیار حفظ ترکیبات و سلامت خاک با میانگین ۲/۸۸ در رتبه سوم است و معیار کنترل گونه‌های مهاجم در رتبه چهارم با مقدار ۲/۷۴ می‌باشد. کم‌ترین میانگین به معیار حفظ و بهبود ویژگی‌های زیستگاه‌های خشکی با مقدار ۲/۲۵ در بین معیارهای این زیرگروه است.

جدول ۸. رتبه‌بندی معیارها در شاخص محیط طبیعی

شاخص	زیر شاخص	معیار	میانگین رتبه‌ها	رتبه	آماره آزمون	مقدار احتمال	نتیجه
محیط طبیعی	اکولوژی	حفظ و بهبود ویژگی‌های زیستگاه‌های خشکی	2.25	5	41.236	0	اختلاف معنی‌دار
		حفظ و بهبود ویژگی‌های زیستگاه‌های آبی	3.04	2			
		حفظ عملکرد دشت‌های سیلابی	4.1	1			
		کنترل گونه‌های مهاجم	2.74	4			
		حفظ ترکیبات و سلامت خاک	2.88	3			



۱۴- شاخص اقلیم تاب آوری

مطابق جدول ۹ در میان معیارهای شاخص اقلیم تاب آوری سیستم رتبه بندی Envision در اداره کل راه و شهرسازی خراسان رضوی، زیرشاخص تاب آوری با میانگین رتبه‌ی حدوداً ۲ دارای بیشترین میانگین و در مقابل کم‌ترین میانگین متعلق به زیرشاخص آلاینده‌ها با

مقدار متوسطی حدود ۱ می‌باشد. نتایج همچین نشان می‌دهد میزان اهمیت زیرشاخص تاب آوری نسبت به زیرشاخص آلاینده‌ها دارای اختلاف معناداری می‌باشد که نشان‌دهنده رعایت بیشتر زیرشاخص تاب آوری نسبت به زیرشاخص آلاینده‌ها در پروژه‌های حمل‌ونقل بین‌شهری در اداره کل راه و شهرسازی خراسان رضوی می‌باشد.

جدول ۹. رتبه‌بندی زیرشاخص‌ها و معیارها در شاخص اقلیم و تاب آوری

شاخص	زیر شاخص	میانگین رتبه‌ها	آماره آزمون	مقدار احتمال	معیار	میانگین رتبه‌ها	رتبه	آماره آزمون	مقدار احتمال	نتیجه
اقلیم و تاب آوری	آلاینده‌ها	1.07	29.121	>0.001	کاهش کربن خالص نهفته	2.25	۱	7.176	0.028	اختلاف معنی‌دار
					کاهش گازهای گلخانه‌ای	1.89	۲			
					کاهش آلاینده‌های هوا	1.86	۳			
	تاب آوری	1.93			پیشگیری از توسعه نامناسب برسایت های آسیب‌پذیر	3.31	۳	41.566	0.0001	اختلاف معنی‌دار
					ارزیابی آسیب‌پذیری پروژه در برابر تغییر اقلیم	2.64	۵			
					ارزیابی ریسک و تاب آوری	4.39	۱			
					تعیین اهداف و استراتژی‌های تاب آوری	3.6	۲			
					حداکثر ساختن تاب آوری و دوام	2.68	۴			
					حفظ و ارتقا یکپارچگی زیرساخت‌ها	4.39	۱			

۱۵- نتیجه‌گیری

تغییرات اقلیمی، افزایش جمعیت و محدود بودن منابع باعث شده است نیاز به استفاده بهینه از منابع طبیعی و تلاش برای استفاده بهینه و طولانی مدت از آنها در کنار رفع نیازهای جوامع، اهمیت ویژه‌ای داشته باشد. در این میان، زیرساخت‌هایی مانند راه‌ها، به دلیل تاثیرات زیاد بر محیط زیست و همچنین قابلیت‌های آنها در رفع نیازهای جوامع انسانی، در قلب این چالش قرار دارند. در چنین شرایطی، ساخت و ارتقاء کیفیت راه‌های ارتباطی بین شهری یک مساله بحرانی است. ایران نیز از این شرایط مستثنی نیست و تعادل بخشیدن میان منافع پروژه‌ها و تاثیرات کوتاه مدت و درازمدت آنها بر محیط زیست و یافتن روش‌هایی برای به حداقل رساندن تاثیرات منفی

این توسعه بر محیط و جوامع متاثر، ضروری است. به منظور ارزیابی میزان پایداری و رتبه بندی هر پروژه بایستی از سیستم‌های ارزیابی استاندارد که جوانب مختلف را مدنظر قرار می‌دهند، بهره جست. در این راستا، این تحقیق، به بررسی و شناسایی چارچوب‌های پایداری مختلف موجود در سایر کشورها پرداخته و ضمن انتخاب یک سیستم ارزیابی مناسب، وضعیت پروژه‌های زیر ساختی بخش حمل و نقل بین شهری اداره کل راه و شهرسازی استان خراسان رضوی را بررسی نموده است. تحقیق در دو بخش کمی و کیفی انجام شد. در بخش کیفی، ضمن انتخاب سیستم ارزیابی مناسب، دو مرحله روش دلفی بکار برده شد. در این مراحل، شاخص‌ها و زیر شاخص‌های حائز اهمیت در پروژه‌های زیر ساختی بخش حمل و نقل تعیین گردیدند. سپس در بخش کمی

با توجه به یافته‌ها و نتایج حاصله از این تحقیق، همه این شاخص‌ها شامل کیفیت زندگی، مدیریت پروژه، تخصیص منابع، اقلیم و تاب‌آوری، محیط طبیعی در پروژه‌های حمل‌ونقل بین‌شهری در اداره کل راه و شهرسازی خراسان رضوی دارای اهمیت تشخیص داده شد. با استفاده از گروه خبرگان و تکنیک دلفی، از میان ۱۴ زیر شاخص، ۸ زیرشاخص دارای اهمیت بیشتر در پروژه‌های راه‌سازی در اداره کل راه و شهرسازی خراسان رضوی به ترتیب اقتصاد، اجتماع، همکاری، تاب‌آوری، انرژی، اکولوژی، آب و آلاینده‌ها تعیین شد.

تحقیق، وزن این شاخص‌ها، زیر شاخص‌ها و معیارهای مربوطه تعیین شدند. بر اساس تحقیق انجام شده، سیستم ارزیابی Envision به علت کاربرد در طول عمر پروژه، اهمیت بر جنبه‌های مدیریتی، ارزیابی شفاف تمام ابعاد و به‌کارگیری شاخص‌های ارزیابی در تمام بخش‌های پروژه‌های حمل و نقل مانند پل، انواع راه‌ها (آزادراه، بزرگراه، راه‌های اصلی، ابنیه فنی و...) و متناسب‌تر بودن با شرایط و ماهیت پروژه‌های اداره کل راه و شهرسازی خراسان رضوی، به عنوان سیستم ارزیابی مناسب انتخاب گردید. چارچوب Envision دارای ۵ شاخص می‌باشد که

منابع

۱. مافی، عزت الله و داوری نژاد مقدم، مسعود، ۱۳۹۱، شناخت ابعاد پایداری و ارتقا آن به منظور دستیابی به توسعه پایدار شهری، دومین کنفرانس ملی توسعه پایدار و عمران شهری، اصفهان
۲. طاهریان، گلاره و حسینی نورزاد، حسین، ۱۴۰۰، بومی‌سازی و ارائه چارچوب ارزیابی پایداری پروژه‌های زیرساختی در ایران بر مبنای چارچوب Envision. پژوهش‌های زیرساخت‌های عمران. دوره ۸، شماره ۱.
3. Griffiths K, Bullough S, Shibli S, Wilson J. The impact of engagement in sport on graduate employability: implications for higher education policy and practice. *International journal of sport policy and politics*. 2017 Jul 3;9(3):431-51.
4. Yunus MM, Osman WS, Ishak NM. Teacher-student relationship factor affecting motivation and academic achievement in ESL classroom. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. 2011 Jan 1;15: 2637-41.
5. Griffiths K, Boyle C, Henning TF. Infrastructure sustainability rating tools—exploring opportunities for the engineering profession based on international research. *Australian journal of civil engineering*. 2020 Jan 2;18(1):18-28.
6. Ozturk M. Comparison of Sustainability Assessment Tools for Highway Projects. California State University, Long Beach; 2019.
7. Hubbard SM, Hubbard B. A review of sustainability metrics for the construction and operation of airport and roadway infrastructure. *Frontiers of Engineering Management*. 2019 Sep; 6:433-52.
8. Griffiths KA, Boyle C, Henning TF. Comparison of project performance assessed by infrastructure sustainability rating tools. In *Proceedings of the Institution of Civil Engineers-Engineering Sustainability* 2018 Jul 12 (Vol. 172, No. 5, pp. 232-240). Thomas Telford Ltd.
9. Diaz-Sarachaga JM, Jato-Espino D, Alsulami B, Castro-Fresno D. Evaluation of existing sustainable infrastructure rating systems for their application in developing countries. *Ecological indicators*. 2016 Dec 1;71: 491-502.
10. ISI, Envision Guidance Manual(v3), <https://sustainableinfrastructure.org>
11. Heiko AV. Consensus measurement in Delphi studies: review and implications for future quality assurance. *Technological forecasting and social change*. 2012 Oct 1;79(8):1525-36.
12. Basin M, Rodriguez-Gonzalez J, Fridman L, Acosta P. Integral sliding mode design for robust filtering and control of linear stochastic time-delay systems. *International Journal of Robust and Nonlinear Control: IFAC-Affiliated Journal*. 2005 Jun;15(9):407-21.

رایانش امن در اینترنت همه چیز

* سیدامید آذرکسب ** سیدحسین خواسته

* استاد مدعو و دانشجوی دکترای تخصصی مهندسی کامپیوتر گرایش هوش مصنوعی و رباتیک، دانشگاه صنعتی خواجه نصیرالدین طوسی، تهران،

ایران syedomid.azarkasb@email.kntu.ac.ir

** دکترای تخصصی مهندسی کامپیوتر گرایش هوش مصنوعی، استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه صنعتی خواجه نصیرالدین طوسی، تهران، ایران

khasteh@kntu.ac.ir

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۶/۰۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۱/۲۳

صص: ۹۵-۱۰۸

چکیده

با پیشرفت فناوری و رشد چشمگیر اینترنت همه چیز، نیاز به رایانش امن در این زمینه افزایش یافته است. اینترنت همه چیز امکان اتصال و ارتباط بین اشیاء، داده‌ها، فرایندها و افراد را فراهم می‌کند، از جمله سامانه‌ها، دستگاه‌های خانگی، خودروهای هوشمند، سیستم‌های صنعتی و بسیاری دیگر. با این حجم عظیم از اشیاء متصل، امنیت اطلاعات و حریم خصوصی تبدیل به یک چالش مهم در رایانش اینترنت همه چیز شده است. در این مقاله، به بررسی مفهوم رایانش امن در اینترنت همه چیز پرداخته می‌شود. تأثیر اینترنت همه چیز بر مفهوم امنیت و نیازهای مرتبط با آن بررسی می‌شود. همچنین، روش‌ها و فناوری‌های مورد استفاده برای ایجاد رایانش امن در اینترنت همه چیز مورد بررسی قرار می‌گیرد. از جمله موضوعات مورد اشاره در این مقاله می‌توان به رمزنگاری اطلاعات، شناسایی و احراز هویت، مدیریت دسترسی، حفاظت از حریم خصوصی و تشخیص تهدیدات امنیتی اشاره کرد. علاوه بر این، چالش‌ها و معایب رایانش امن در اینترنت همه چیز نیز مورد بررسی قرار می‌گیرند. مسائلی مانند پیچیدگی محیط متصل شده، تهدیدات امنیتی پویا، نیاز به استانداردها و مسائل مرتبط با امنیت، و تأثیر تغییرات فناوری در رایانش امن مورد بحث قرار می‌گیرند. در نهایت، راهکارها و پیشنهادهایی برای بهبود رایانش امن در اینترنت همه چیز ارائه می‌شوند. این پیشنهادها شامل استفاده از رمزنگاری قوی، مدیریت دسترسی متمرکز، آموزش و آگاهی کاربران، استفاده از سیستم‌های تشخیص تهدیدات و مانیتورینگ پیشرفته است. با توجه به این مقاله، امید است که وضوح بهتری از رایانش امن در اینترنت همه چیز به دست آید و راهکارهای امنیتی مناسب برای این حوزه توسعه یابد.

واژه‌های کلیدی: اینترنت همه چیز، رایانش امن، امنیت اطلاعات، حریم خصوصی، اشیاء متصل، چالش‌های رایانش امن.

نوع مقاله: علمی

۱- مقدمه

دستگاه‌ها، داده‌ها و افراد را فراهم می‌کند [۲]. از دستگاه‌های هوشمند خانگی و تجاری گرفته تا خودروهای هوشمند، سیستم‌های صنعتی و شهرهای هوشمند، همه به اینترنت متصل شده‌اند. با اتصال این چهار عنصر به معماری اینترنت، فضای لایه‌ای و یکپارچه شکل می‌گیرد که در گره‌خوردن با هوش مصنوعی گستره حکمرانی جدیدی را شکل می‌دهد. در مدل

در دنیای امروز، اینترنت همه چیز به عنوان یک پدیده فراگیر و نوآورانه در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات جهانی شناخته می‌شود. اینترنت همه چیز مفهومی هست که شرکت سیسکو به منظور معرفی شکل گسترده تر و رشد یافته اینترنت اشیاء مطرح کرده است [۱].

اینترنت همه چیز امکان ارتباط و اتصال همزمان بین اشیاء،

نویسنده عهده‌دار مکاتبات: سیدامید آذرکسب Syedomid.azarkasb@email.kntu.ac.ir

پوشش سطوح مدیریتی بیشتری نسبت به امنیت اینترنت اشیا دارد. بر همین اساس، حفاظت از حریم خصوصی در اینترنت همه چیز به یک موضوع مهم و حیاتی در حوزه امنیت تبدیل شده است. عدم رعایت مسائل امنیتی و نقض حریم خصوصی می‌تواند منجر به سوء استفاده از اطلاعات حساس، تهدیدات سایبری و خسارات قابل توجهی برای سازمان‌ها و افراد شود.

معماری امنیتی موجود که از منظر ارتباطات انسانی طراحی شده است، ممکن است برای پیاده‌سازی بر روی عملکرد بین اشیا مناسب نباشد. به همین دلیل، نیاز به راهکارها و فناوری‌هایی است که بتوانند امنیت و حفاظت از اطلاعات در اینترنت همه چیز را بهبود بخشند. از رمزنگاری اطلاعات و شناسایی و احراز هویت تا مدیریت دسترسی، حفاظت از حریم خصوصی و تشخیص تهدیدات امنیتی، همه این عوامل مهم در برابر تهدیدات و حملات سایبری مورد نیازند.

فرضیه ما در این مقاله این است که رایانش امن در اینترنت همه چیز نیازمندی‌های امنیتی خاص و پوشش سطوح مدیریتی بیشتری نسبت به امنیت اینترنت اشیا دارد. با توجه به ترکیبی از اشیا، داده‌ها، فرایندها و افراد در اینترنت همه چیز، حفاظت از حریم خصوصی به یک موضوع مهم امنیتی در این حوزه تبدیل شده است. با توجه به فرضیه مطرح شده، سوال اصلی این است که چگونه می‌توان نیازمندی‌های امنیتی در رایانش امن در اینترنت همه چیز را شناسایی کرد و راهکارها و فناوری‌هایی را ارائه داد که بتوانند امنیت و حفاظت از اطلاعات و حریم خصوصی در این حوزه را بهبود بخشند؟ با بررسی مفاهیم، روش‌ها و تکنیک‌های موجود، ما به دنبال پاسخ دادن به این سوال اصلی هستیم تا بتوانیم به رایانش امن و پایدار در اینترنت همه چیز نزدیک‌تر شویم.

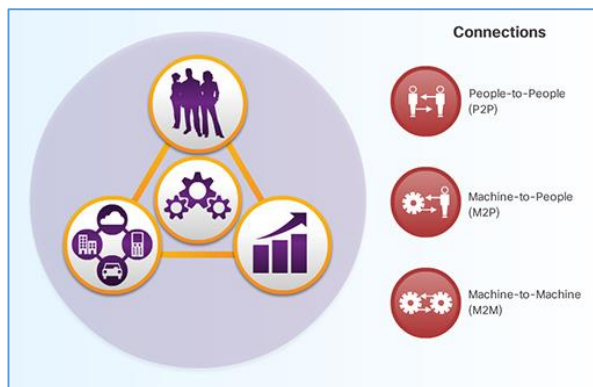
۲- پیش‌رانها و سطوح تاثیر اینترنت همه چیز

پیش‌ران‌های اینترنت همه چیز بر اساس آخرین دستاوردها و تحولات فناوری به شکل پویا تغییر می‌کنند.

این عوامل به طور گسترده شامل موارد زیر می‌شوند:

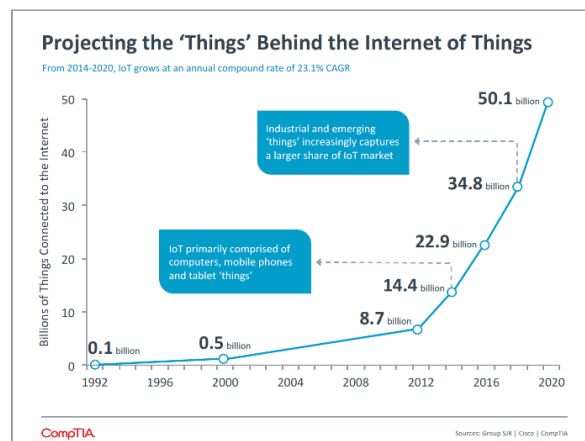
۱. روندهای نیرومند فناوری: افزایش توان پردازش، ذخیره‌سازی و پهنای باند با هزینه کاهش یافته، رشد سریع رایانش ابری، رایانش در حرکت، قابلیت تحلیل حجم عظیمی از داده‌ها و ترکیب فناوری‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری جهت ارزش‌آفرینی بیشتر از رهگذر ارتباطات.

کسب و کار اینترنت همه چیز افراد، جزئی از منابع هستند که در شکل ۲ قابل مشاهده است [۳].



شکل ۱. اجزای اینترنت همه چیز [۳]

آنچه اینترنت همه چیز را متمایز از اینترنت اشیا می‌کند، این است که در اینترنت اشیا این دستگاه‌ها، ماشین یا ابزارها هستند که به یکدیگر متصل می‌شوند اما در اینترنت همه چیز، در سطحی بالاتر، باید این ارتباطات گسترده‌تر شده و مهم‌تر اینکه این ارتباطات درک شوند. در واقع آنچه چالش و شکل دهنده آینده اینترنت همه چیز است نحوه برقرار ارتباط بین دستگاهها و انسان‌هاست که شرکت‌های بسیاری در حال حل این معضل هستند [۴]. رشد سریع سرعت اتصالات در شکل ۲ مشاهده می‌گردد [۵].



شکل ۲- رشد سریع اتصالات و تعداد دستگاه‌ها [۵]

با این حجم عظیم از ارتباطات و اشتراک داده‌ها، نیازمندی‌های امنیتی در اینترنت همه چیز برجسته‌تر و حیاتی‌تر از همیشه شده است. یکی از چالش‌های اساسی در اینترنت همه چیز، مسائل امنیتی و حفاظت از اطلاعات است. با توجه به ترکیبی از اشیا، داده‌ها، فرایندها و افراد، امنیت اینترنت همه چیز نیازمندی‌های امنیتی خاص و



۴. سازمان‌های عمومی نقشی بسیار مهم در هدایت نوآوری در حوزه اینترنت همه چیز دارند.

۵. تجزیه و تحلیل داده‌ها از طریق استفاده از تکنیک‌های مربوط به اینترنت همه چیز، تأثیر چشمگیری در بهبود عملکرد و ارزش ایجاد شده دارد.

۶. اینترنت همه چیز به صورت یک برنامه جهانی و جامع عمل می‌کند.

۷. راه‌حل‌های مرتبط با اینترنت همه چیز باید به صورت جامع و شامل افراد و فرایندها مورد بررسی قرار گیرند و نباید فقط به داده‌ها و اشیا متمرکز شوند.

۸. اینترنت همه چیز کمک می‌کند تا سیلوهای سازمانی را برداشته و ارتباط و همکاری میان سازمان‌ها را تسهیل کند.

۹. شفافیت و داده باز انگیزه‌بخشی برای ذینفعان و بازیگران در حوزه اینترنت همه چیز است.

۱۰. هدایت یکپارچه و در نظر گرفتن منافع عمومی قابل ملاحظه، از عوامل کلیدی موفقیت در حوزه اینترنت همه چیز می‌باشد

اینترنت همه چیز یک اکوسیستم گسترده است که از اتصالات شامل فناوری‌ها، فرایندها و مفاهیم مختلف تشکیل شده است. در دسته‌بندی‌های مختلف، اینترنت انسان‌ها، اینترنت دیجیتال، اینترنت اشیا صنعتی و فناوری‌های ارتباطی و حتی خود اینترنت به عنوان زیرمجموعه‌های اینترنت همه چیز شناخته می‌شوند.

اینترنت دیجیتال به دامنه اول دیجیتال اشاره دارد، به این معنی که در اینترنت سنتی داده‌های دیجیتال به سهولت قابل دسترسی هستند. همچنین، اینترنت اشیا به اتصال دامنه فیزیکی اشیا و دستگاه‌ها مرتبط است، که در آن حسگرها و عملگرها اطلاعات را تولید می‌کنند [۸].

سازمان‌ها که از راه‌حل‌های اینترنت اشیا بهره می‌برند، به منظور نوآوری در یک جهان متصل به یکدیگر، فرایندهای خود را تغییر می‌دهند. اینترنت همه چیز یک زیرساخت فناورانه است که سازمان‌های بخش خصوصی و دولتی را در راستای بهره‌وری، بهینه‌سازی هزینه‌ها، نوآوری، بهبود جامعه، توسعه ملی، امنیت ملی و مدیریت منابع جهانی هدایت می‌کند. اینترنت همه چیز کلیدی است که به فناوری امکان می‌دهد تا توسعه اینترنت اشیا را با استفاده از ابزارهایی مانند متحرک سازی، ابر، داده‌های حجیم و سایر فناوری‌هایی که به ارتباط بین افراد و اشیا

۲. کاهش مداوم موانع ارتباطی: موانع ارتباطی از جمله محدودیت‌های پروتکل اینترنتی IPv4 و جایابی به IPv6، کاهش تعداد آدرس‌های آی‌پی موجود، میانجی‌گرهای شبکه و سطوح اتصال بیشتر را کاهش می‌دهند. برای مثال، آدرس‌دهی IPv6 می‌تواند تعداد بسیار بیشتری (حدود ۳۴۰ میلیارد میلیارد میلیارد) از ارتباطات بین انسان‌ها، فرایندها، داده‌ها یا اشیا را فراهم کند [۶].

۳. توسعه ضریب‌های شکلی: اندازه کوچک و شکل فشرده رایانه‌ها، حافظه‌های نازک، حسگرها و آنتن‌ها امکان اتصال اشیا کوچک‌تر را فراهم می‌کند. امروزه رایانه‌هایی به اندازه دانه نمک قادر به جایگزینی منابع مختلف می‌باشند. این تحولات در آینده ممکن است منجر به وجود اشیاء شود که قابلیت دیدن برای چشم انسان را نداشته و در ابعاد بسیار کوچکتر و بی‌نهایت باریک باشند.

۴. رشد سریع رسانه‌های اجتماعی: رسانه‌های اجتماعی و تحولات آنها، مثل فراهم کردن زیرساخت‌های شبکه‌ای پویا و افزایش تعاملات بین افراد، اشیا و داده‌ها، به عنوان یک پیش‌ران مهم در اینترنت همه چیز عمل می‌کنند.

۵. توانایی تحلیل و استفاده از داده: استفاده از هوش مصنوعی، یادگیری ماشین و تحلیل داده‌های بزرگ، به ما امکان می‌دهد تا از داده‌های به دست آمده از اشیا و دستگاه‌ها برای ارائه تصمیمات هوشمندانه و بهبود عملکرد استفاده کنیم.

این پیش‌ران‌ها در تکامل اینترنت همه چیز و اتصال اشیا به شبکه با توجه به نیازها و تحولات فناوری بهبود می‌یابند و نقش مهمی در شکل‌دهی به آینده این حوزه ایفا می‌کنند. در ادامه ده بینش برتر مطلوب که در این حوزه می‌توانند تأثیر گذار باشد بیان می‌شود [۷]:

۱. سازمان‌های بخش دولتی و نوآوران برجسته دارای نقش بسیار مهمی در توسعه اینترنت همه چیز هستند.

۲. استفاده از استراتژیهای جامع در سطح شهرها به عنوان یک منبع ارزش در اینترنت همه چیز توصیه می‌شود.

۳. ایجاد یک شبکه قدرتمند و پایدار، امکان‌پذیری و قابلیت استفاده از اینترنت همه چیز را بهبود می‌بخشد.

^۱ رقم دقیق ۴۵۶،۲۱۱،۷۶۸،۴۳۱،۰۷۴۶۰،۳۷۴۶۳،۴۶۳،۰۹۳۸،۹۲۰،۳۶۶،۹۲۰،۲۸۲،۳۴۰

رسیدن به عملکرد بهینه و مدیریت صحیح اینترنت همه چیز، نیاز به فناوری‌ها و مفاهیم کلیدی خاصی وجود دارد. این الزامات زیرساختی و مفاهیم کلیدی، عوامل اساسی برای ایجاد ارتباط و هماهنگی بین اشیاء، دستگاه‌ها و فرآیندها در سرتاسر اینترنت همه چیز محسوب می‌شوند. در این بخش از مقاله، ما به بررسی و تبیین این الزامات و مفاهیم کلیدی مورد نیاز در اینترنت همه چیز می‌پردازیم. فناوری‌هایی مانند رایانش‌های نوین ابری و مه، کلان داده، بلاکچین، احراز هویت یکپارچه، نرم‌افزارهای متن باز، فناوری فایوجی و پلتفرم اینترنت اشیاء به عنوان عناصر اصلی این الزامات مورد بررسی قرار می‌گیرند. با آشنایی و درک درست از این فناوری‌ها و مفاهیم کلیدی، می‌توانیم اینترنت همه چیز را به صورت امن، قابلیت‌پذیر و پایدار پیاده‌سازی کنیم. به منظور بررسی و تحلیل عمیق‌تر این الزامات زیرساختی و مفاهیم کلیدی، در ادامه مقاله به هر یک از آنها به صورت جداگانه و با جزئیات بیشتر خواهیم پرداخت.

۱-۳- رایانش‌های نوین

رایانش ابری و تکامل یافته آن رایانش مه، در سطح کلان به معنای ارائه منابع محاسباتی مانند سرورها، ذخیره‌سازی داده، برنامه‌ها و سرویس‌ها از طریق اینترنت به صورت متمرکز یا محلی است [۱۳]. این رویکرد ضمن بهره‌گیری از مجازی‌سازی منابع به سازمان‌ها و کاربران امکان می‌دهد تا به صورت انعطاف‌پذیر و مقیاس‌پذیری به منابع مورد نیاز خود دسترسی داشته باشند. با استفاده از رایانش‌های نوین در اینترنت همه چیز، سازمان‌ها و کاربران قادرند منابع محاسباتی را بر اساس نیازهای خود به سرعت ایجاد و مدیریت کنند. آن‌ها قادرند به راحتی منابع را افزایش داده و کاهش دهند، به صورت پرداخت متناسب با استفاده و تنظیمات سفارشی‌سازی شده به منابع دسترسی داشته باشند. این رایانش‌ها همچنین بهبود امنیت در رایانش اینترنت همه چیز را به ارمغان می‌آورد. با استفاده از خدمات امنیتی ابری، مانند رمزنگاری داده، شناسایی دسترسی، مانیتورینگ و حفاظت از حریم خصوصی، سازمان‌ها می‌توانند از امنیت مطمئنی برخوردار شوند [۱۴].

۲-۳- کلان داده

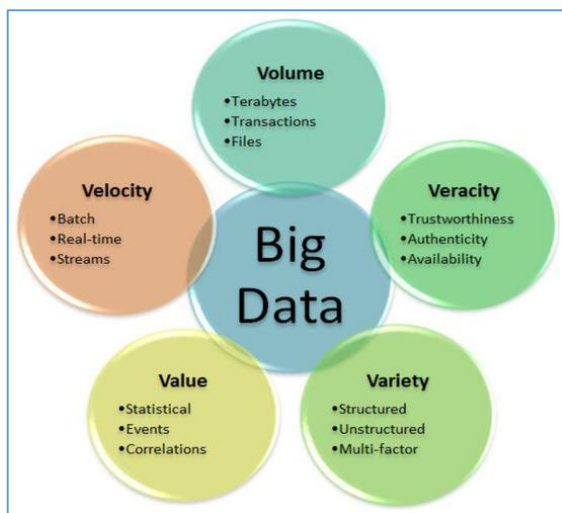
کلان داده به مجموعه‌ای از داده‌های بزرگ و پیچیده اشاره دارد که از منابع متعددی نظیر حسگرها،

کمک می‌کنند، پشتیبانی کند [۹]. سطوح تأثیر اینترنت همه‌چیز در سه سطح فرآیند تجاری، مدل تجاری و زمان تعریف می‌شوند [۱۰]. استفاده از فناوری‌های اینترنت همه چیز باعث ارتقاء محصولات، خدمات، مشتریان و تجربه‌های مرتبط در سازمان‌ها می‌شود. شرکت‌ها در حال دیجیتال شدن محصولات و فرآیندهای خود هستند و با ظهور روش‌های تجارت جدید، صنایع نیز در سطح مدل تجاری تغییر می‌کنند. به عنوان مثال، شرکت نایکی در حوزه سلامت و لباس‌های متصل به اینترنت فعالیت می‌کند و گوگل وارد حوزه خودروهای بدون سرنشین شده است. در ادامه سطح سوم نوآوری دیجیتال به وجود آمده است به دلیل نیاز به رقابت با سایر تجارت‌ها. اینترنت همه‌چیز شامل میلیون‌ها قطعه، سنسور یا حسگر جدید است که داده‌های بزرگ را فراهم می‌کنند. در حال حاضر، داده‌ها ارزشمندترین دارایی هستند و تجارت برای تحلیل و بهره‌برداری از آن‌ها نیاز به فناوری‌های ذخیره و جمع‌آوری داده دارد. همچنین، برای تبدیل داده به سرمایه، رهبران تجارت و فناوری اطلاعات نیاز به تصمیم‌گیری سریع دارند. در این راستا، ابزارهای پردازش داده مورد نیاز هستند. از سوی دیگر، دیو آرون، محقق شرکت گارتنر، تأکید می‌کند که دیجیتال بودن دیگر یک گزینه نیست و به یک واقعیت جدید تبدیل شده است. شرکت‌ها نیاز به استراتژی دیجیتال خود را دارند و رهبری قوی در این حوزه ضروری است. در نهایت، شرکت گارتنر پیش‌بینی می‌کند که شرکت‌ها از فناوری اینترنت همه‌چیز به صورت گسترده استفاده خواهند کرد و محصولات متنوعی در بازارهای مختلف عرضه خواهند کرد. این شامل استفاده از ابزارهای پزشکی پیشرفته، حسگرهای خودکارسازی در کارخانه‌ها، ربات‌ها در صنایع، بهبود محصولات کشاورزی با استفاده از سنسورها، سیستم‌های نظارتی بر زیرساخت‌ها و تعداد بیشماری از محصولات است [۱۱]. البته با اتصال ابزارهای بیشتر به اینترنت، نگرانی در مورد امنیت داده‌ها و حریم خصوصی نیز افزایش خواهد یافت. روشی که شرکت‌ها برای حفظ تعادل این پیشرفت‌ها و حفظ حریم خصوصی مشتریان، اتخاذ می‌کنند نیز خود بسیار مهم خواهد بود [۱۲].

۳- الزامات زیرساختی و پیشرفت‌های کلیدی

در راستای توسعه و پیشرفت اینترنت همه چیز، اصول و الزامات زیرساختی حائز اهمیت بالایی هستند. برای





شکل ۳. ابعاد عمومی کلان داده [۱۶]

۳-۳- بلاکچین

زنجیره بلوکی یا بلاکچین یک فناوری مبتنی بر دیجیتال است که به طور معمول با انتقال اطلاعات بین اعضای شبکه بدون واسطه کار می‌کند. این فناوری از یک سری بلوک‌های متصل به یکدیگر تشکیل شده است، هر بلوک حاوی اطلاعاتی از تراکنش‌ها و رکوردهای قبلی است و با استفاده از توابع رمزنگاری قابل تأیید است [۱۷]. بلاکچین به دلیل خصوصیت‌های امنیتی و شفافیتی که دارد، می‌تواند نقش مهمی در رایانش امن در اینترنت همه چیز ایفا کند. در برخی از حوزه‌ها مانند انتقال و تبادل ارزهای رمزنگاری شده، زنجیره بلوکی به عنوان یک زیرساخت امن و قابل اعتماد استفاده می‌شود. تمامی تراکنش‌ها در بلاکچین ثبت می‌شوند و نمی‌توان آنها را به صورت دلخواه تغییر داد، این امر باعث ایجاد اعتماد و امنیت در معاملات اینترنتی می‌شود. به عنوان مفهوم کلیدی در رایانش امن در اینترنت همه چیز، بلاکچین می‌تواند به حل برخی از چالش‌های امنیتی مرتبط با انتقال و ذخیره داده‌ها کمک کند. برخی از ویژگی‌های بلاکچین که در اینترنت همه چیز می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد عبارتند از:

- امنیت: بلاکچین با استفاده از الگوریتم‌های رمزنگاری قوی و تأیید تراکنش‌ها توسط شبکه از امنیت بالایی برخوردار است. این ویژگی امنیتی بلاکچین را برای انتقال و ذخیره داده‌ها در اینترنت همه چیز مورد استفاده قرار می‌دهد.

دستگاه‌های متصل به اینترنت، سامانه‌های آنلاین، شبکه‌های اجتماعی و دیگر منابع داده‌ای به دست می‌آیند. این داده‌ها به حجم عظیمی نیاز دارند که با استفاده از فناوری‌های پردازش موازی و سیستم‌های توزیع شده، ذخیره و پردازش شوند. یکی از امکانات موجود در حوزه کلان داده، نگاشت است. نگاشت به معنای تبدیل و ترسیم داده‌ها به صورتی که بتوان اطلاعات مفید و قابل فهم را از آنها استخراج کرد. این امر به واسطه استفاده از الگوریتم‌ها و تکنیک‌های مختلفی مانند تکنیک‌های ماشین بینایی ماشین، یادگیری ماشین، پردازش زبان طبیعی، استنتاج و استخراج اطلاعات انجام می‌شود. با نگاشت داده‌ها، می‌توان الگوها، روندها و اطلاعات مهم را شناسایی کرده و از آنها برای تصمیم‌گیری‌های استراتژیک و پیش‌بینی‌های دقیق استفاده کرد. در کنار نگاشت، کاهش نیز یکی دیگر از امکانات مهم در کلان داده است. با کاهش داده‌ها، حجم زیادی از اطلاعات قابل فهم و قابل استفاده حفظ می‌شود. این امر باعث می‌شود تا به جای دسترسی و پردازش همه‌ی داده‌ها، فقط داده‌های مهم و ارزشمند برای تحلیل و استفاده انتخاب شوند، که باعث افزایش سرعت پردازش و کاهش هزینه‌ها می‌شود [۱۵]. استفاده از کلان داده در رایانش امن در اینترنت همه چیز، به سازمان‌ها امکان می‌دهد تا به صورت موثرتر و هوشمندانه‌تر با داده‌ها برخورد کنند. با تحلیل کلان داده‌ها، می‌توان عملکردهای سیستم را بهبود بخشید، تشخیص تهدیدات امنیتی را سریعتر انجام داد و تصمیم‌گیری‌های استراتژیک را بر اساس اطلاعات قابل اعتماد انجام داد همان‌طور که از تعاریف کلان داده نیز برمی‌آید، پنج ویژگی یا بُعد عمومی باید در داده وجود داشته باشد که بتوان آن را کلان داده تلقی کرد. ارزش، حجم داده، نرخ تولید، تنوع و صحت که در شکل ۳ نشان داده شده است [۱۶].

می‌بخشد و اطمینان می‌دهد که فقط افراد مجاز به دسترسی به منابع مورد نیاز خواهند بود. این مسئله به ویژه در محیط‌هایی که حاوی اطلاعات حساس و مهم هستند، از اهمیت بسیاری برخوردار است.

۵-۳- فناوری‌های متن باز

نرم‌افزارهای متن باز و نوآوری‌های متن باز یکی از مفاهیم کلیدی در رایانش امن در اینترنت همه چیز می‌باشند. این نوع نرم‌افزارها و نوآوری‌ها از طریق ارائه کدهای منبع باز و اجازه استفاده، توسعه و تغییر آزاد از سوی جامعه‌ی علاقمندان، توسعه می‌یابند. آن‌ها بر اساس اصول شفافیت، همکاری و به اشتراک گذاری دانش و منابع ساخته شده‌اند. استفاده از نرم‌افزارهای متن باز در رایانش امن در اینترنت همه چیز دارای مزایای فراوانی است. این نرم‌افزارها به جامعه علاقمندان امکان می‌دهند تا در بهبود و توسعه آن‌ها مشارکت کنند و از پتانسیل همکاری جمعی برای رسیدن به امنیت و کارایی بالاتر برخوردار شوند. علاوه بر این، استفاده از نرم‌افزارهای متن باز باعث افزایش شفافیت و اعتماد عمومی در رابطه با امنیت نرم‌افزارها می‌شود. نوآوری‌های متن باز نیز در راستای رایانش امن در اینترنت همه چیز بسیار حائز اهمیت هستند. این نوآوری‌ها شامل تکنیک‌ها، روش‌ها و الگوریتم‌هایی هستند که با توجه به طبیعت پویا و پیچیده اینترنت همه چیز، بهبود امنیت و محافظت از داده‌ها و دستگاه‌ها را بهبود می‌بخشند. برخی از نوآوری‌های متن باز مورد استفاده در رایانش امن شامل رمزنگاری قوی، مدیریت هویت و دسترسی، تشخیص تهدیدات، حفاظت از حریم خصوصی و مدیریت کلید است [۱۹]. از مزایای استفاده از نرم‌افزارهای متن باز می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- انعطاف‌پذیری: این نرم‌افزارها قابلیت تغییر و تنظیم به نیازهای خاص را دارند و به جامعه علاقمندان اجازه می‌دهند تا در بهبود و توسعه آن‌ها مشارکت کنند.

- شفافیت: با عرضه کد منبع، شفافیت بالایی در مورد عملکرد و امنیت نرم‌افزار فراهم می‌شود. همه علاقمندان می‌توانند کد را بررسی و ارزیابی کنند و از نظرات و بازخوردهای آن‌ها برای بهبود کیفیت و امنیت نرم‌افزار استفاده کرد.

- همکاری: نرم‌افزارهای متن باز از توانمندی همکاری جمعی برای توسعه و بهبود استفاده می‌کنند. جامعه‌ی

- شفافیت: بلاکچین با ثبت تمامی تراکنش‌ها و رکوردهای قبلی در بلوک‌ها، امکان بررسی و تأیید صحت تراکنش‌ها را فراهم می‌کند. این شفافیت در انتقال داده‌ها در اینترنت همه چیز می‌تواند اعتماد بیشتری را به وجود آورده و فرآیندهای امنیتی را تقویت کند.

- اعتماد و همکاری: بلاکچین با ایجاد یک شبکه توزیع شده و بدون واسطه، اعتماد و همکاری بین اعضای شبکه را تسهیل می‌کند. در اینترنت همه چیز، امکان ایجاد همکاری بین دستگاه‌ها و اشتراک داده‌ها برای اهداف مختلف را فراهم می‌کند.

۴-۳- احراز هویت یکپارچه

احراز هویت یکپارچه در رایانش امن در اینترنت همه چیز از اهمیت بالایی برخوردار است. در این محیط پیچیده و متنوع، احراز هویت صحیح و قابل اعتماد افراد و دستگاه‌ها از اهمیت بسیاری برخوردار است. احراز هویت یکپارچه به معنای استفاده از یک سیستم واحد و یکپارچه برای تشخیص و اثبات هویت افراد و دستگاه‌ها در سراسر بستر اینترنت همه چیز است. با توجه به اینکه در اینترنت همه چیز همه جا و همیشه به هم متصل است، احراز هویت یکپارچه باعث می‌شود تا هر فرد و دستگاه تنها با یک مجموعه احراز هویت قابل اعتماد، به تمامی منابع و سرویس‌های موجود دسترسی داشته باشد. این باعث ساده‌تر و موثرتر شدن فرآیند احراز هویت و کاهش تکرار آن برای هر منبع و سرویس مختلف می‌شود. یکی از راه‌های احراز هویت یکپارچه در رایانش امن در اینترنت همه چیز استفاده از فناوری‌های شناخت بیومترتری است. این فناوری‌ها، بر اساس خصوصیات منحصر به فرد فردانه‌ای مانند اثر انگشت، شناسایی چهره، اسکن عنبیه و غیره، هویت افراد را تشخیص می‌دهند. با این روش، هویت فرد براساس ویژگی‌های فیزیولوژیکی یا رفتاری مشخص می‌شود و امکان تقلب و سرقت هویت کاهش می‌یابد. همچنین، استفاده از روش‌های رمزنگاری قوی و پروتکل‌های امنیتی مطمئن می‌کند که فرآیند احراز هویت در اینترنت همه چیز به صورت ایمن و غیرقابل تغییر انجام شود. این پروتکل‌ها مانع از هرگونه نفوذ غیرمجاز و سوءاستفاده از اطلاعات هویتی می‌شوند [۱۸]. در نهایت، احراز هویت یکپارچه در رایانش امن در اینترنت همه چیز بهبود امنیت و محرمانگی اطلاعات را بهبود



را جمع‌آوری، ذخیره، تجزیه و تحلیل کند و ارتباطات بین دستگاه‌ها را فراهم کند [۲۱]. این سکوها شامل لایه‌های الزامی و اختیاری است که برای عملکرد و امنیت سیستم‌های ضروری هستند. لایه‌های الزامی شامل موارد زیر است:

- لایه سنسورها و دستگاه‌ها: این لایه شامل سنسورها، دستگاه‌های اشتراکی و دستگاه‌های انتقال داده است که اطلاعات را از محیط فیزیکی به صورت دیجیتال جمع‌آوری می‌کنند و آن‌ها را برای پردازش و ارسال به لایه‌های بالاتر ارسال می‌کنند.

- لایه اتصال و شبکه: در این لایه، داده‌ها به صورت بی‌سیم یا با سیم بین دستگاه‌ها و شبکه‌ها منتقل می‌شوند. پروتکل‌های ارتباطی مانند Wi-Fi، بلوتوث و لوازم جانبی مرتبط با آن‌ها در این لایه قرار می‌گیرند.

- لایه اینترنت: در این لایه، اتصال به اینترنت و انتقال داده‌ها از طریق پروتکل‌های اینترنتی مانند TCP/IP صورت می‌گیرد. این لایه برای ارتباط با سرویس‌های ابری و سرویس‌های مرتبط با اینترنت مهم است.

- لایه سرویس‌های ابری: این لایه شامل سرویس‌های ابری است که برای پردازش داده‌ها، ذخیره‌سازی، تجزیه و تحلیل، ارائه خدمات و امنیت استفاده می‌شود.

سرویس‌های ابری می‌توانند از طریق بسترهای متنوعی ارائه شوند، از جمله پلتفرم‌های ابری معروفی مانند Microsoft Azure و Google Cloud Platform.

در کنار لایه‌های الزامی، لایه‌های اختیاری نیز وجود دارند که بر اساس نیازها و پیشرفت‌های صنعت قابل استفاده هستند این لایه‌ها عبارتند از:

- لایه تشخیص مکان: این لایه به عنوان یک لایه اختیاری می‌تواند اطلاعات مکانی دستگاه‌ها را در اختیار قرار دهد. این اطلاعات می‌تواند برای تعیین موقعیت دقیق دستگاه‌ها و مکان‌یابی آن‌ها استفاده شود.

- لایه امنیت: این لایه شامل مجموعه اقدامات و فناوری‌ها برای حفاظت و امنیت داده‌ها و ارتباطات در سکوی اینترنت اشیا است. امنیت در سطح فیزیکی، ارتباطات، شناسایی و احراز هویت، رمزنگاری و مدیریت دسترسی در این لایه مورد توجه قرار می‌گیرد.

- لایه تحلیل و پردازش داده‌ها: این لایه مسئول تحلیل و پردازش داده‌های جمع‌آوری شده توسط دستگاه‌ها است.

علاقه‌مندان می‌توانند با یکدیگر همکاری کنند و تجربیات و دانش خود را در اختیار هم قرار دهند.

- توسعه سریع: با امکان تغییر و توسعه باز نرم‌افزارها، توسعه‌دهندگان می‌توانند به سرعت به نیازهای جدید پاسخ دهند و نسخه‌های به‌روز و پیشرفته‌تر را منتشر کنند.

۳-۶- فناوری فایوجی

فناوری فناوری شبکه فایوجی یک پیشرفت بزرگ در عرصه ارتباطات بی‌سیم است و قابلیت‌های بسیاری را در اینترنت همه چیز به ارمغان می‌آورد. با عرضه شبکه فایوجی، سرعت، پایداری، ظرفیت بالا و زمان پاسخ کمتری نسبت به نسل‌های قبلی شبکه فراهم می‌شود. این فناوری قادر است به طور همزمان با تعداد بسیار بالای دستگاه‌ها و اشیاء متصل در شبکه ارتباط برقرار کند و عملکرد صحیح و مطمئن را ارائه دهد. فناوری فایوجی اهمیت بسیاری در رایانش امن در اینترنت همه چیز دارد. از طریق ارائه ارتباطات پرسرعت و پایدار، شبکه قابلیت پشتیبانی از برنامه‌ها و سرویس‌های متنوع را فراهم می‌کند. این شبکه قادر است با سرعت فوق‌العاده بالا، حجم زیادی از داده‌ها را به سرورهای ابری منتقل کند و پردازش مورد نیاز را به طور موثر انجام دهد. همچنین، بستر ارتباطی فایوجی قابلیت ارائه خدمات امن و احراز هویت مطمئن را داراست که در حفظ حریم خصوصی و امنیت داده‌ها و اطلاعات حساس اهمیت دارد. به عنوان مثال، در اینترنت همه چیز، اشیاء متصل به شبکه فایوجی می‌توانند به طور مستقیم با سرویس‌های ابری و سرویس‌های مرتبط با رایانش امن ارتباط برقرار کنند. این امکان، به کاربران اجازه می‌دهد تا با سرعت واقعی در زمان واقعی با داده‌ها تعامل کنند و بدون تأخیر درخواست‌ها را پردازش کنند. همچنین، شبکه فایوجی قابلیت پشتیبانی از نرم‌افزارهای امن و نوآوری‌های متن باز را فراهم می‌کند که امکان توسعه و استفاده از برنامه‌های کاربردی مبتنی بر رایانش امن را ارائه می‌دهد [۲۰].

۳-۷- سکوی اینترنت اشیا

سکوی اینترنت اشیا یک مفهوم کلیدی در رایانش امن در اینترنت همه چیز است. یک سکوی اینترنت اشیا عبارت است از یک زیرساخت نرم‌افزاری که امکان اتصال و مدیریت دستگاه‌های مختلف اینترنت اشیا را فراهم می‌کند. این سکوی قادر است اطلاعات حسگرها و دستگاه‌ها

پسماندها، نورپردازی هوشمند و ارائه خدمات شهری بهبود یافته است.

- صنعت متصل هوشمند: در صنعت هوشمند، دستگاه‌ها و تجهیزات مختلف در یک سیستم متصل با یکدیگر هستند تا فرایندهای تولید، کنترل کیفیت، مانیتورینگ و نگهداری را بهبود بخشند. ماشین‌های هوشمند، سنسورها، ربات‌ها و دستگاه‌های دیگر در صنایع مختلف از جمله تولید خودرو، صنعت فولاد، کشاورزی و ساختمان‌های هوشمند استفاده می‌شوند. پروژه‌هایی که به هدف بهبود عملکرد و بهره‌وری در صنایع تولیدی و فرایندهای صنعتی متصل شده‌اند. این پروژه‌ها شامل مواردی مانند مانیتورینگ و کنترل هوشمند، تعمیر و نگهداری پیشگیرانه، بهبود زنجیره تأمین و بهینه‌سازی فرآیندهای تولیدی می‌باشد.

- ساختمان‌های هوشمند: پروژه‌هایی که هدفشان ارائه سیستم‌های مدیریت هوشمند برای ساختمان‌هاست. این پروژه‌ها شامل مواردی مانند مدیریت انرژی، کنترل هوشمند سیستم‌های راهبردی، ایمنی و امنیت، مانیتورینگ و کنترل هوشمند محیط ساختمان و خدمات هوشمند برای ساکنان می‌باشد.

- ناوگان حمل‌ونقل: پروژه‌هایی که بهبود عملکرد و مدیریت ناوگان حمل‌ونقل را هدف قرار داده‌اند. این پروژه‌ها شامل مواردی مانند مدیریت ترافیک، پارکینگ هوشمند، راهبردی هوشمند، راهنمایی و رانندگی هوشمند، مانیتورینگ و ردیابی ناوگان و خدمات حمل‌ونقل هوشمند می‌باشد.

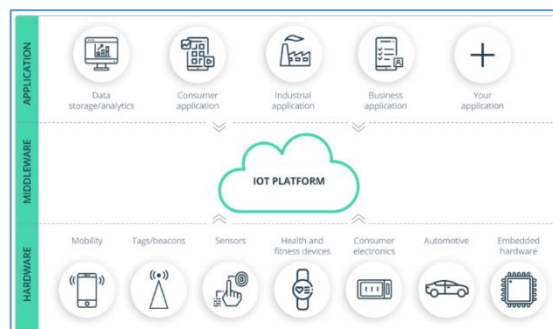
- بهینه‌سازی انرژی: پروژه‌هایی که به بهبود مدیریت و بهره‌برداری از منابع انرژی و بهینه‌سازی مصرف انرژی در سیستم‌ها و شبکه‌های مختلف می‌پردازند.

- سلامت هوشمند: اینترنت اشیا در حوزه سلامت نقش مهمی را ایفا می‌کند. دستگاه‌های پزشکی هوشمند، سنسورهای پوشیدنی، سیستم‌های نظارت بهداشتی و سیستم‌های مدیریت بیمارستانی به ارتباط با یکدیگر و با پزشکان و بیماران متصل هستند. این اتصالات امکان مانیتورینگ سلامت، تشخیص بیماری‌ها، مدیریت بیماران و پیشگیری از بیماری‌ها را فراهم می‌کنند.

- زنجیره‌های تأمین هوشمند: پروژه‌هایی که هدفشان بهبود کارایی و شفافیت در زنجیره‌های تأمین می‌باشد. این پروژه‌ها شامل مواردی مانند ردیابی و اتصال

الگوریتم‌ها و روش‌های تحلیل داده برای استخراج اطلاعات مفید و الگوهای مهم از داده‌ها استفاده می‌شود.

- لایه واسط کاربری: این لایه شامل رابط‌ها و نرم‌افزارهای کاربردی است که به کاربران امکان می‌دهد با دستگاه‌های اینترنت اشیا تعامل کنند و دسترسی به اطلاعات و کنترل برخی عملکردها را داشته باشند. جایگاه سکوی اینترنت اشیا در شکل ۴ به نمایش در آمده است [۲۲].



شکل ۴- جایگاه سکوی اینترنت اشیا [۲۲]

۴- کاربردها

اینترنت اشیا در حال گسترش و پیشرفت روزافزون است و به عنوان یک تکنولوژی کلیدی در بسیاری از صنایع و حوزه‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد. کاربردهای اینترنت همه چیز بسیار گسترده است و شامل اهم موارد زیر می‌شود:

- خانه هوشمند: اینترنت اشیا به اتصال و کنترل دستگاه‌های خانگی از جمله روشنایی، سیستم‌های گرمایش و سرمایش، دستگاه‌های امنیتی، لوازم آشپزخانه و سایر وسایل خانه می‌پردازد. این اتصال به شبکه اینترنت به کاربران امکان کنترل هوشمند دستگاه‌های خانه خود را از راه دور فراهم می‌کند.

- شهر هوشمند: در شهر هوشمند، دستگاه‌ها و سنسورها در سراسر شهر در حال جمع‌آوری اطلاعات مربوط به ترافیک، نورپردازی، مدیریت پسماند، سیستم‌های امنیتی و سایر زیرساخت‌های شهری هستند. این اطلاعات به صورت هوشمند و تحلیل شده، کیفیت زندگی شهروندان را بهبود می‌بخشد و مدیران شهری را در اتخاذ تصمیمات بهتر و هوشمندانه یاری می‌کند و شامل پروژه‌های مرتبط با بهبود مدیریت شهری، ساماندهی ترافیک، پارکینگ هوشمند، مدیریت



شناسایی شده است، در حوزه شهر هوشمند (۳۶۷ پروژه) و پس از آن صنعت متصل (۲۶۵ پروژه) و سپس پروژه‌های مرتبط با ساختمان‌های هوشمند (۱۹۳ پروژه) قرار دارند. دیگر حوزه‌ها عبارت‌اند از: ناوگان حمل‌ونقل، بهینه‌سازی انرژی، سایر، سلامت و تجهیزات پزشکی، زنجیره‌های تأمین هوشمند، کشاورزی هوشمند و در نهایت فروشگاه‌های هوشمند. بیشتر این پروژه‌ها در آمریکا (۴۵ درصد) و پس از آن اروپا (۳۵ درصد) و آسیا (۱۶ درصد) صورت گرفته است. پروژه‌های اجرا شده در مناطق مختلف، تفاوت‌های معناداری با یکدیگر دارند. اکثر پروژه‌های شهر هوشمند در اروپا (۴۵ درصد) واقع شده‌اند، در حالی که آمریکا، به‌ویژه آمریکای شمالی، در بخش سلامت (۵۵ درصد) و بخش اتومبیل (۵۴ درصد) فعالیت بیشتری دارد. منطقه آسیا-اقیانوس آرام از نظر پروژه‌های کشاورزی هوشمند، ۳۱ درصد قوی‌تر از دیگر مناطق است. این گزارش نشان می‌دهد که اینترنت اشیا در حوزه‌های مختلف از شهر هوشمند تا کشاورزی هوشمند و فروشگاه‌های هوشمند بسیاری از کاربردهای متنوع را در بر دارد. همچنین، نسبت پروژه‌ها بین مناطق جغرافیایی نیز نشان می‌دهد که کاربردهای متفاوت در مناطق مختلف جهان اجرا شده‌اند.

۵- چالش‌های امنیتی و حریم خصوصی، راهکارها و

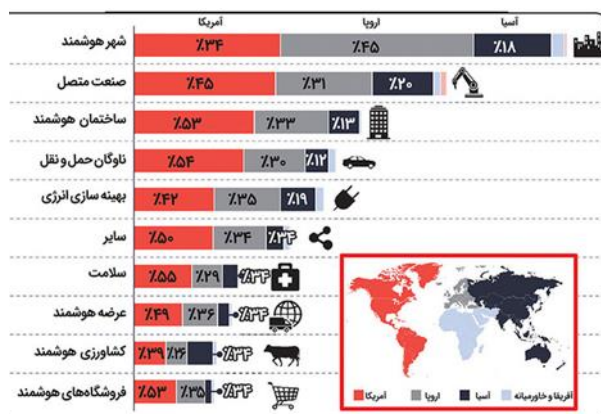
نقاط قوت، پیامدهای روانی، اقتصادی و اجتماعی

در حوزه رایانش امن در اینترنت همه چیز، چالش‌های امنیتی و حریم خصوصی یک نقطه کلیدی است که نیازمند توجه و بررسی دقیق است. با اتصال میلیون‌ها دستگاه و اشیا به شبکه و تبادل داده‌ها بین آنها، حفظ امنیت داده‌ها و حریم خصوصی افراد اهمیت بحرانی دارد. از رمزنگاری داده‌ها و مکانیزم‌های تشخیص تهدیدات تا مدیریت دسترسی و حفظ حریم خصوصی، تمامی این عوامل به طور جدی بررسی و مدیریت باید شوند. در این بخش از مقاله، به بررسی چالش‌های امنیت و حریم خصوصی در اینترنت همه چیز می‌پردازیم و راهکارهایی را برای بهبود این وضعیت معرفی می‌کنیم. با همراهی در ادامه مطالعه، این راهکارها و نقاط قوت در حوزه رایانش امن در اینترنت همه چیز را بیشتر خواهیم شناخت و به ارتقای امنیت و حریم خصوصی در این حوزه نزدیک خواهیم شد. در ادامه اهم چالش‌های امنیتی در اینترنت همه چیز عنوان می‌شود:

فرآیندها، بهبود مدیریت موجودی و کنترل هوشمند و حلقه بسته زنجیره تأمین می‌باشد.

- کشاورزی هوشمند: اینترنت اشیا در کشاورزی نقش مهمی در بهبود کارایی و بهره‌وری محصولات دارد. سنسورها، دستگاه‌های خودکار، سیستم‌های آبیاری هوشمند و سیستم‌های کنترل محیطی در کشاورزی هوشمند استفاده می‌شوند تا نیازهای گیاهان، آبیاری، محیط رشد و کنترل آفات را بهینه کنند. پروژه‌هایی که هدفشان بهبود عملکرد و بهره‌وری در صنعت کشاورزی است. این پروژه‌ها شامل مواردی مانند مانیتورینگ محیطی، مدیریت آب و منابع، کشت و برداشت هوشمند. - فروشگاه‌های هوشمند: بهبود تجربه خرید و خدمات هوشمند در فروشگاه‌ها.

اینها تنها برخی از کاربردهای اینترنت اشیا هستند و بسیاری از صنایع و حوزه‌های دیگر نیز استفاده از این تکنولوژی را دارند. در هر صنعت و حوزه‌ای، می‌توان از اینترنت اشیا برای بهبود فرآیندها، افزایش بهره‌وری، کاهش هزینه‌ها و ارائه خدمات بهتر استفاده کرد. با رشد روزافزون تعداد دستگاه‌های متصل به اینترنت و توسعه فناوری‌ها، کاربردهای اینترنت اشیا به طور مداوم در حال افزایش است و آینده‌ای روشن و چشمگیر دارد. در شکل ۵ یک گزارش از ۱۰ مورد از محبوبترین پروژه‌های اینترنت اشیا در سال ۲۰۱۸ را مشاهده می‌نمایید که توسط IoT Analytics ارائه شده است [۲۳].



شکل ۵. محبوبیت انواع کاربردها و سرویس‌های اینترنت اشیا در جهان [۲۳]

این گزارش برگرفته از ۱۶۰۰ پروژه مبتنی بر اینترنت اشیا انجام گرفته در سال ۲۰۱۸ در سرتاسر جهان است، بیشتر پروژه‌های اینترنت اشیا که در این گزارش

۶. امنیت انتها به انتها: امنیت در نقاط انتهایی ارتباط بین دستگاه‌ها و میزبانهای اینترنتی بسیار حائز اهمیت است. باید از روش‌های رمزنگاری قوی، مکانیزم‌های تشخیص و پیشگیری از حملات، مانیتورینگ و نظارت بر رفتار دستگاه‌ها و مکانیزم‌های امنیتی مطمئن استفاده شود تا ارتباطات میان دستگاه‌ها به صورت امن انجام شود [۲۹].

۷. راهکارهای امنیتی مقاوم در برابر حملات: با توجه به ارتباط و اتصال دستگاه‌ها در اینترنت همه چیز، حملات امنیتی نیز افزایش یافته‌اند. لذا، راهکارهای امنیتی قوی و مقاوم در برابر حملات، از جمله استفاده از سیستم‌های تشخیص نفوذ، آنالیز هوشمند داده‌ها، استفاده از الگوریتم‌های یادگیری ماشینی و راهکارهای مبتنی بر امنیت، ضروری است [۳۰].

با مدیریت این چالش‌ها و ارائه راهکارهای امنیتی مؤثر، می‌توان به ارتقای امنیت و حریم خصوصی در رایانش امن در اینترنت همه چیز کمک کرد و از پتانسیل‌های این فناوری به صورت کامل بهره‌برداری کرد. در ادامه بر اساس مطالعات انجام گرفته به برخی از این راهکارها و نقاط قوت مورد توجه در این حوزه اشاره می‌کنیم:

۱. رمزنگاری قوی: استفاده از رمزنگاری قوی در اینترنت همه چیز برای حفظ امنیت داده‌ها بسیار اهمیت دارد. رمزنگاری مبتنی بر الگوریتم‌های پیچیده و قوی می‌تواند از دسترسی غیرمجاز به داده‌ها جلوگیری کند و امنیت اطلاعات را تضمین کند.

۲. مکانیزم‌های تشخیص تهدیدات: استفاده از مکانیزم‌های تشخیص تهدیدات و نفوذ می‌تواند به مراتب امنیت سیستم را افزایش دهد. این مکانیزم‌ها مبتنی بر الگوریتم‌های هوش مصنوعی و تحلیل داده‌های بزرگ می‌توانند به شناسایی و پیشگیری از تهدیدات امنیتی کمک کنند.

۳. مدیریت دسترسی و احراز هویت: سیستم‌های مدیریت دسترسی و احراز هویت قوی و یکپارچه می‌توانند به امنیت و حفظ حریم خصوصی کاربران کمک کنند. با تعیین سطوح دسترسی، احراز هویت صحیح و مدیریت دقیق دسترسی به منابع، دسترسی غیرمجاز به داده‌ها و اشیا جلوگیری می‌شود.

۴. آموزش و آگاهی کاربران: آموزش و آگاهی کاربران در مورد مسائل امنیتی و حریم خصوصی در اینترنت همه

۱. حفظ حریم خصوصی کاربران و محافظت از داده‌ها: یکی از چالش‌های اساسی در اینترنت همه چیز، حفظ حریم خصوصی کاربران و محافظت از داده‌ها است. با ارتباط بین میلیون‌ها دستگاه و انتقال داده‌ها، اینترنت همه چیز به مقوله امنیت و حفظ حریم خصوصی تبدیل شده است. از طریق رمزنگاری داده‌ها، استفاده از پروتکل‌های امن، مدیریت دسترسی و نظارت بر داده‌ها، می‌توان در این زمینه چالش‌ها را مدیریت کرد [۲۴].

۲. احراز هویت و مدیریت دسترسی: در اینترنت همه چیز، احراز هویت صحیح و مدیریت دسترسی متصل شدن دستگاه‌ها و کاربران بسیار اهمیت دارد. باید روش‌های قوی احراز هویت، مکانیزم‌های دسترسی مبتنی بر نقش و سیاست‌های مدیریت دسترسی را پیاده‌سازی کرد تا فقط افراد مجاز به داده‌ها دسترسی داشته باشند [۲۵].

۳. حفظ حریم خصوصی و اعتماد: با ارتباط بین دستگاه‌ها و جمع‌آوری اطلاعات شخصی، حفظ حریم خصوصی از اهمیت فراوان برخوردار است. باید سیاست‌ها و مکانیزم‌های حفظ حریم خصوصی مناسبی در نظر گرفته شود تا اطلاعات شخصی محافظت شده و اعتماد کاربران حفظ شود [۲۶].

۴. مدیریت اعتماد و ادغام سیاست‌ها: در اینترنت همه چیز، اعتماد نقش کلیدی در برقراری ارتباطات امن بین دستگاه‌ها ایفا می‌کند. راهکارهایی برای جلب اعتماد کاربران و اطمینان از امنیت ارائه وجود دارد که شامل استانداردها، تکنولوژی‌های امنیتی و سیاست‌های مناسب است [۲۷].

۵. مدیریت مجوزها و کنترل دسترسی‌ها: مدیریت مجوزها و کنترل دسترسی به داده‌ها و منابع نقش بسیار مهمی در اینترنت همه چیز دارد. اینترنت همه چیز بسیار پویا و پیچیده است و دسترسی به داده‌ها و منابع باید با مجوزهای مشخص و کنترل دقیق صورت گیرد. برای این منظور، نیاز است تا سیستم‌های مدیریت مجوزها و کنترل دسترسی ایجاد شود تا فقط کاربران و دستگاه‌های مجاز به منابع دسترسی داشته باشند. این شامل استفاده از سیاست‌های دسترسی مبتنی بر نقش، سیاست‌های دسترسی محدود به اطلاعات حساس، تشخیص و پیشگیری از دسترسی‌های غیرمجاز و مکانیزم‌های ارائه مجوزها است [۲۸].



افزایش کارایی فراهم می‌شود. به عنوان مثال، در حوزه صنعت، استفاده از سنسورها و دستگاه‌های هوشمند می‌تواند به کاهش هزینه‌های نگهداری و تعمیرات و بهبود زمانبندی تعمیرات منجر شود. همچنین، تجارت الکترونیک، بازاریابی هدفمندتر و خدمات مالی آنلاین نیز برای توسعه اقتصادی موثر هستند [۳۲]. با این حال، پیاده‌سازی و مدیریت امنیت در اینترنت همه چیز نیز هزینه‌هایی را به همراه دارد که ممکن است بر عملکرد کسب و کار و سرمایه‌گذاری‌ها تأثیرگذار باشد.

۳. پیامدهای اجتماعی: رایانش امن در اینترنت همه چیز می‌تواند تأثیرات مهمی بر جوامع و ارتباطات آنها داشته باشد. با ارتباط و همکاری بین دستگاه‌ها و سازمان‌ها، می‌توان به بهبود ارتباطات و تعاملات اجتماعی پیشرفت کرد [۳۳]. به عنوان مثال، در حوزه شهر هوشمند، ارتباط بین دستگاه‌ها و سازمان‌های شهری می‌تواند بهبودی در مدیریت ترافیک، پارکینگ هوشمند و مصرف انرژی منجر شود. همچنین، در حوزه بهداشت و سلامت، اینترنت اشیاء می‌تواند بهبودی در ارائه خدمات بهداشتی و پزشکی، پیشگیری از بیماری‌ها و پایش بهداشتی داشته باشد. با این حال، باید توجه داشت که این تغییرات نیز نیازمند تأمین امنیت و حریم خصوصی افراد است تا از سوءاستفاده و خطرات احتمالی جلوگیری شود.

از اینرو با توجه به موضوعات برشمرده شده برای موفقیت رایانش امن در اینترنت همه چیز لازم است تا پیامدهای روانی، اقتصادی و اجتماعی مرتبط با آن نیز به درستی مدیریت شوند.

۶- نیازها و الزامات امنیتی اینترنت همه چیز

در حوزه رایانش امن در اینترنت همه چیز، الزامات امنیتی یک نقش حیاتی در حفظ امنیت و حریم خصوصی اطلاعات و دستگاه‌ها دارند. با رشد روزافزون اینترنت اشیاء و اتصال همه‌چیز به هم، این الزامات بیش از پیش اهمیت یافته‌اند. اما برای ایجاد یک سیستم رایانش امن در اینترنت همه چیز، ضروری است که نیازهای کلیدی و الزامات مرتبط با امنیت مورد توجه قرار گیرند. در این بخش از مقاله، به تفکیک نیازها و الزامات امنیتی در اینترنت همه چیز پرداخته می‌شود. نیازها شامل حفاظت از حریم خصوصی، تشخیص و پیشگیری از تهدیدات، احراز هویت و مدیریت دسترسی است. از سوی دیگر، الزامات شامل رمزنگاری، مانیتورینگ و تشخیص تهدیدات

چیز بسیار اهمیت دارد. کاربران باید آگاهی کافی در مورد راهکارها و مراقبت‌های امنیتی داشته باشند تا بتوانند خود را در برابر تهدیدات امنیتی محافظت کنند.

۵. استفاده از تکنولوژی‌های جدید: استفاده از تکنولوژی‌های جدید مانند هوش مصنوعی، اینترنت اشیاء و بلاکچین می‌تواند در بهبود امنیت و حفظ حریم خصوصی در اینترنت همه چیز تأثیرگذار باشد. این تکنولوژی‌ها قابلیت‌های بسیاری را در جلب اعتماد و افزایش امنیت به همراه دارند.

نقاط قوت و راهکارهای فوق تنها بخشی از مجموعه‌ای از راهکارها و نقاط قوت در حوزه رایانش امن در اینترنت همه چیز هستند. با توجه به پیشرفت فناوری و تحولات مرتبط با اینترنت اشیاء، همواره نیاز به تحقیق و توسعه بیشتر در زمینه امنیت و حریم خصوصی وجود دارد. همکاری بین صنعت، دولت، و تحقیقات علمی برای شناسایی چالش‌های جدید، ارائه راهکارهای نوین، و ایجاد استانداردهای امنیتی مناسب می‌تواند بهبود قابل توجهی در این حوزه به همراه داشته باشد.

رایانش امن در اینترنت همه چیز، علاوه بر چالش‌های امنیتی، پیامدهای روانی، اقتصادی و اجتماعی متعددی نیز دارد. در ادامه به مرور برخی از این پیامدها خواهیم پرداخت:

۱. پیامدهای روانی: اینترنت همه چیز و افزایش تعامل بین دستگاه‌ها و سنسورها می‌تواند به تغییر روانشناختی کاربران و افراد مرتبط با آن منجر شود. نگرانی‌های مربوط به حریم خصوصی و امنیت می‌تواند باعث ایجاد استرس و نگرانی در بین کاربران شوند. افزایش داده‌های شخصی که جمع‌آوری می‌شوند و احتمال نفوذ و دسترسی غیرمجاز به این اطلاعات می‌تواند از جمله دلایل این نگرانی‌ها باشد [۳۱]. از طرفی، اعتماد کاربران به اینترنت همه چیز وابسته به امنیت و حفاظت از اطلاعات شخصی آنان است. بنابراین، تضمین حریم خصوصی و امنیت اطلاعات می‌تواند نقش مهمی در کسب اعتماد کاربران به رایانش امن در اینترنت همه چیز ایفا کند.

۲. پیامدهای اقتصادی: پیاده‌سازی رایانش امن در اینترنت همه چیز، امکان بهبود فرایندها، کاهش هزینه‌ها و افزایش بهره‌وری در بخش‌های مختلف وجود دارد. با اتصال دستگاه‌ها و داده‌ها به یکدیگر، امکان اشتراک گذاری داده‌ها و هماهنگی بین آنها برای بهبود فرایندها و



۷- بحث و نتیجه گیری

در این مقاله، به بررسی مفهوم و اهمیت رایانش امن در اینترنت همه چیز پرداختیم. با رشد چشمگیر اینترنت همه چیز و ارتباط بین اشیاء، داده‌ها، افراد و فرایندها، امنیت اطلاعات به یک چالش بزرگ تبدیل شده است. از اطلاعات حساس کاربران گرفته تا دسترسی غیرمجاز و تهدیدات امنیتی متعدد، اینترنت همه چیز نیازمند راهکارهای امنیتی قوی است. سپس به بررسی چالش‌های امنیتی و حریم خصوصی در اینترنت همه چیز پرداخته شد. حفظ امنیت داده‌ها، احراز هویت و مدیریت دسترسی، حفظ حریم خصوصی و تشخیص تهدیدات امنیتی، بخش‌های کلیدی در رایانش امن در اینترنت همه چیز هستند. ما درک کردیم که با پیچیدگی و حجم زیاد دستگاه‌ها و داده‌ها، راهکارهای قوی و مکانیزم‌های مدیریتی مورد نیاز هستند. علاوه بر این، در این مقاله به بررسی نیازها و الزامات امنیتی اینترنت همه چیز پرداختیم. از احراز هویت و مدیریت دسترسی تا رمزنگاری اطلاعات و مدیریت اعتماد، این الزامات برای ایجاد یک محیط امن و مطمئن در اینترنت همه چیز بسیار حیاتی هستند. در نهایت، راهبردها و راهکارهایی برای بهبود رایانش امن در اینترنت همه چیز ارائه شد. استفاده از رمزنگاری قوی، مدیریت دسترسی متمرکز، آموزش و آگاهی کاربران، استفاده از سیستم‌های تشخیص تهدیدات و مانیتورینگ پیشرفته، راهکارهایی هستند که می‌توانند بهبود قابل توجهی در امنیت و حریم خصوصی در رایانش امن در اینترنت همه چیز ایجاد کنند. با توجه به این مقاله، امیدواریم که خوانندگان توانایی تشخیص و پیاده‌سازی راهکارهای امنیتی مناسب را در رایانش امن در اینترنت همه چیز به دست آورند. با رعایت این راهکارها و گذر از موانع پیاده‌سازی، امکان بهره‌برداری کامل از پتانسیل‌های این فناوری را در زمینه امنیت و حریم خصوصی به وجود خواهیم آورد.

و حفظ امنیت فیزیکی است. با رعایت این الزامات و نیازها، می‌توان به ایجاد یک بستر امن و قابل اعتماد برای اینترنت همه چیز پیشرفت کرده و از پتانسیل‌های این فناوری بهره‌برداری کامل و امنیتی مطلوب داشت.

۱. نیازها:

- حفاظت از حریم خصوصی: اینترنت همه چیز حاوی اطلاعات حساسی است که باید محافظت شوند. نیازمندیم که امنیتی فراهم شود که از دسترسی غیرمجاز به اطلاعات حساس جلوگیری کند.

- تشخیص و پیشگیری از تهدیدات: با افزایش تعداد دستگاه‌ها و اشیاء متصل به اینترنت، تهدیدات امنیتی نیز افزایش می‌یابند. بنابراین، نیازمندیم به راهکارهایی که قادر به تشخیص و پیشگیری از تهدیدات امنیتی باشند.

- مدیریت دسترسی: برای حفظ امنیت در اینترنت همه چیز، نیازمندیم تا دسترسی به دستگاه‌ها و اطلاعات محدود و کنترل شده شود. مدیریت دسترسی کاربران و اشیاء باید به صورت دقیق و امن انجام شود.

- احراز هویت: احراز هویت افراد و دستگاه‌ها می‌تواند به عنوان یکی از نیازهای امنیتی مهم در اینترنت همه چیز مطرح شود. تعیین هویت صحیح و قابل اعتماد باعث می‌شود تا تهدیدات امنیتی کاهش یابند و دسترسی غیرمجاز به داده‌ها جلوگیری شود.

۲. الزامات امنیتی:

- رمزنگاری: یکی از الزامات امنیتی مهم در اینترنت همه چیز است. داده‌ها باید به صورت رمزنگاری شده انتقال یابند تا از دسترسی غیرمجاز جلوگیری شود.

- مانیتورینگ و تشخیص تهدیدات: نیازمندیم تا مکانیزم‌هایی در نظر بگیریم که قادر به مانیتورینگ و تشخیص تهدیدات امنیتی در شبکه و دستگاه‌ها باشند. این مکانیزم‌ها باید بتوانند به صورت زمان‌بندی شده، بهبود پیشگیری و پاسخگویی به تهدیدات را فراهم کنند.

- حفظ امنیت فیزیکی: علاوه بر امنیت داده‌ها و شبکه، حفظ امنیت فیزیکی دستگاه‌ها و سخت‌افزار ضروری می‌باشد.



منابع

- 10.A.A. Hamza, I.T. Abdel-Halim, M.A.Sobh, A.M. Bahaa-Eldin, "A Survey and Taxonomy of Program Analysis for IoT Platforms", ELSEVIER, Ain Shams Engineering Journal, Vol. 12, No. 4, 2021.
- 11.Gartner, "Internet of Things (IoT) - Key Business Insights", <https://www.gartner.com/en/information-technology/insights/internet-of-things>, 2022.
- 12.S. Agarwal, S. Markkar, D-T. Tran, "Privacy Vulnerabilities and Data Security Challenges in the IoT", 1st Edition by CRC Press, 234 pages, 47 B/W Illustrations, 2021.
- 13.S.O. Azarkasb, S.H. Khasteh, "Advancing Intrusion Detection in Fog Computing: Unveiling the Power of Support Vector Machines for Robust Protection of Fog Nodes against XSS and SQL Injection Attacks", Journal of Engineering Research and Reports, Vol. 25, No. 3, pp. 59-84, 2023.
- 14.H. Rajashree R, Sundarakantham K, Sivasankar E, M. Shalinie S, "A Hybrid Deep Learning Framework for Privacy Preservation in Edge Computing", ELSEVIER, Computer & Security, Vol. 129, 2023.
- 15.S.O. Azarkasb, M. Amiri, S.H. Khasteh, "Unsupervised Fuzzy-Multi-Core Aspect Sentiment Analysis for Big Data of Online News Users' Persian Opinions", Asian Journal of Research in Computer Science, Vol. 16, No. 3, pp. 50-64, 2023.
- 16.C.L. Stergiou, E. Bompoli, K.E. Psannis, "Security and Privacy Issues in IoT-Based Big Data Cloud Systems in a Digital Twin Scenario", Applied Sciences, MDPI, Vol. 13, No.2, 2023.
- 17.L. Lantz, D. Cawrey, "Mastering Blockchain: Unlocking the Power of Cryptocurrencies, Smart Contracts, and Decentralized Applications", O'Reilly Media, Book, ISBN: 9781492054702, 281 Pages, 2022.
- 18.E. Osmanoglu, "Identity and Access Management: Business Performance through Connected Intelligence",
- 1.j. Macaulay, L. Buckalew, G. Chung, "Internet of Everything in Logistics", a collaborative report by DHL and Cisco on implications and use cases for the logistics industry, 2015.
- 2.M. Sergey, S. Nikolay, E.sergery, "Cyber Security Concept for Internet of Everything (IoE)", IEEE Systems of Signal Synchronization, Generating and Processing in Telecommunications, Kazan, Russia, 2017.
- 3.OpenLearn, "What is the IoE?", Free learning from The Open University, <https://www.open.edu/openlearn/mod/oucontent/view.php?id=48444&printable=1>, 2023.
- 4.A. Majeed, R. Bhana, A. Ui, M.L. Williams, "Devising a Secure Architecture of Internet of Everything (IoE) to Avoid the Data Exploitation in Cross Culture Communications", International Journal of Advanced Computer Science and Applications, Vol. 7, No. 6, pp. 328- 332, 2016.
- 5.ComptIA, "Sizing Up the Internet of Things", Research Report,<https://connect.comptia.org/content/research/sizing-up-the-internet-of-things>, 2015.
- 6.J. Bradley, J. Barbier, D. Handler, "Embracing the Internet of Everything To Capture Your Share of \$14.4 Trillion", Cisco White Paper, 2013.
- 7.j. Bradley, L. Buckalew, J. Loucks, J. Macaulay, "Internet of Everything in the Public Sector: Generating Value in an Era of Change Top 10 Insights", Cisco report, 2014.
- 8.R. Buyya, A.V. Dastjerdi, "Internet of Things Principles and Paradigms", Morgan Kaufmann is an imprint of Elsevier, ISBN: 9780128053959, 2016.
- 9.D.J. Langleya, J.V. Doorn, I.C.L. Ng, S. Stieglitz, A. Lazovik, A. Boonstra, "The Internet of Everything: Smart Things and Their Impact on Business Models", ELSEVIER, Journal of Business Research, Vol. 122, pp. 853-863, 2021.

- Zuallkernan, "Internet of things (IoT) security: Current Status, Challenges and Prospective Measures", IEEE 10th International Conference for Internet Technology and Secured Transactions, London, UK, 2015.
- 28.A. Khan, K. Salah, "IoT Security: Review, Blockchain Solutions, and Open Challenges", ELSEVIER, Future Generation Computer Systems, Vol. 82, pp. 395411, 2017.
- 29.I. Yaqoob, E. Ahmed, M.H.U. Rehman, A.I.A. Ahmed, "The Rise of Ransomware and Emerging Security Challenges in the Internet of Things", ELSEVIER, Computer Networks, Vol. 129, pp. 444-458, 2017.
- 30.Moganedi, S, J. Mtsweni, "Beyond the Convenience of the Internet of Things: Security and Privacy Concerns", IEEE IST-Africa Week Conference, Windhoek, Namibia, 2017.
- 31.A. Oulasvirta, T. Rattenbury, L. Ma, E. Raita, "Habits Make Smartphone Use More Pervasive", Personal and Ubiquitous Computing, Vol. 16, pp. 105-114, 2012.
- 32.World Economic Forum, "The Global Risks Report 2023", 18th Edition, INSIGHTREPOR, 98 Pages, <https://www.weforum.org/reports/global-risks-report-2023/>, 2023.
- 33.S. Zuboff, "The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power", New York, Public Affairs, ISBN: 9781610395694, 704 Pages, 2019.
- Syngress, Book, ISBN: 9780124104334, 648 Pages, 2013.
- 19.M. Bazzell, "Open Source Intelligence Techniques: Resources for Searching and Analyzing Online Information", CCI Publishing, Book, ISBN: 9781494275358, 402 Pages, 2014.
- 20.A.Gohar, G. Nencioni, "The Role of 5G Technologies in a Smart City: The Case for Intelligent Transportation System", Sustainability, MDPI, 24 Pages, 2021.
- 21.M. Kranz, "Building the Internet of Things: Implement New Business Models, Disrupt Competitors, Transform Your Industry", WILEY, Book, ISBN: 9781119285663, 272 Pages, 2016.
- 22.Pandey, A., "IoT Platforms", Published in BlogsCord, 2020.
- 23.M.H. Miraz, M. Ali, P.S. Excell, R. Picking, "Internet of Nano-Things, Things and Everything: Future Growth Trends", Future Internet, Vol.10, No.8, 2018.
- 24.Farooq, M.U, M. Wassem, A. Khairi, P.S. Mazhar, "A Critical Analysis on the Security Concerns of Internet of Things (IoT)", International Journal of Computer Applications, Vol. 111, No.7, pp.1-6, 2015.
- 25.R. Roman, P. Najera, J. Lopez, "Securing the Internet of Things", IEEE Computer, Vol. 44, No. 9. pp. 51-58, 2011.
- 26.S.O. Azarkasb, S. Sedighian kasha, S.O. Khasteh, "A Network Intrusion Detection Approach at the Edge of Fog", IEEE 26th International Computer Conference, Computer Society of Iran, 2021.
- 27.R. Mahmoud, T. Yousuf, F. Aloul, I.



تأثیر سبک زندگی و سرمایه اجتماعی بر رضایت از زندگی در بین

سالمندان (مورد مطالعه: سالمندان منطقه ۶ در سال ۱۴۰۰)

* سیدعطالله سینایی ** مهناز جلیلی *** فاطمه کمالخانی

* استادیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه پیام نور تهران، ایران sinaee@pnu.ac.ir

** استادیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه پیام نور کرج، ایران mahnazjalili@alumni.ut.ac.ir

*** کارشناس ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه پیام نور، کرج، ایران

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۷/۲۶

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۶/۲۲

صص: ۱۲۴-۱۰۹

چکیده

سالمندی یکی از دوران‌های زندگی هر انسانی است که بی‌شک بررسی رضایتمندی این دوران و مطالعه سرمایه‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی موثر بر آن، برای هر جامعه ضروری است. هدف از این پژوهش، بررسی تأثیر سبک زندگی و سرمایه اجتماعی بر رضایت از زندگی در بین سالمندان منطقه ۶ شهر تهران است که از نظریه انواع سرمایه‌ها و سبک زندگی بوردیو، استفاده شده است. روش پژوهش، پیمایشی و ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه بود. جامعه آماری پژوهش حاضر، سالمندان منطقه ۶ شهر تهران در سال ۱۴۰۰ بودند که براساس فرمول کوکران تعداد ۳۸۴ نفر انتخاب شدند تا بررسی شود که آیا بین سرمایه‌های اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سبک زندگی با رضایتمندی سالمندان شهر تهران، رابطه‌ای وجود دارد. ابزار گردآوری داده‌ها نیز پرسشنامه محقق ساخته بود. روایی ابزار تحقیق توسط روایی صوری و پایایی آن نیز توسط آلفای کرونباخ مطلوب ارزیابی گردید و تجزیه و تحلیل داده‌ها با رگرسیون چندمتغیره و نرم‌افزار SPSS انجام شد. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد، رگرسیون سرمایه اجتماعی با ۰/۶۸۷، اعتماد اجتماعی با ۰/۳۱۲، انسجام اجتماعی با ۰/۲۳۵، سبک زندگی با ۰/۱۶۸، بر رضایت از زندگی در بین سالمندان تأثیر مثبت دارد؛ نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌ها نشان داد؛ سرمایه اجتماعی، اعتماد اجتماعی، انسجام اجتماعی، سبک زندگی بر رضایت از زندگی در بین سالمندان تأثیر مثبت دارد.

واژه‌های کلیدی: رضایت از زندگی، سبک زندگی، سرمایه اجتماعی، اعتماد اجتماعی.

نوع مقاله: علمی

۱- مقدمه و طرح مساله

ایران جامعه‌ای در حال سالمند شدن است. در میان سیاست‌های اجتماعی در سطح خرد و کلان، بایستی متناسب با این سنین از جامعه، مورد تحول و بازبینی قرار گیرد. سالمندان از یکسو به دلیل کهولت سن و کاهش توانایی عملکردی و از سوی دیگر به این دلیل که یکی از آسیب‌پذیرترین قشرهای جامعه هستند، می‌بایست نیازهای آنان در ابعاد جسمی، اجتماعی و روانی ارزیابی و بررسی شود [۱۸]. سالمندی یکی از دوران زندگی هر

انسانی است که از فرایند کودکی، نوجوانی و جوانی عبور کرده و به یک مرحله‌ای دیگر از زندگی قدم گذاشته است [۲۶]. شکل ماشینی زندگی کنونی، آپارتمان‌نشینی و فضای کوچک منازل، کاهش تعداد فرزندان، مهاجرت فرزندان به سایر کشورها و دور شدن آنان به هر شکل از والدین باعث می‌شود که سالمندان دچار معضلات و مشکلات تنهایی، افسردگی، اضطراب و درنهایت بیماری‌های جسمی و روانی شوند و این امر بر رضایت اجتماعی آن‌ها از زندگی و جامعه اثر می‌گذارد [۱۱].

نویسنده عهده‌دار مکاتبات: سیدعطالله سینایی sinaee@pnu.ac.ir

روحي خود اهميت قائل هستند مي تواند رضاييت از زندگي بيشترى را تجربه نمايند [۲].

سبک زندگي را ميتوان در سه قالب زير تعريف کرد:

۱. نوع، روش، سبک اثاثيه (پيشين)، شکل دادن يا طراحي چيزي (مانند مويسر) يا شيء (مانند تکهاي از لباس يا اسباب و وسايل) تا به نظر جالب و جذاب آيد، كيفيت برتر در ظاهر، طراحي يا رفتار. تطابق با معيار شناخته شده [۸].

۲. شيوه و روش انجام چيزي خصوصاً شيوههايي که براي فرد، گروه از مردم، مکان يا دورههاي نوعي باشد. اجرا يا انجام اموري که تمايزدهنده فرد يا گروه يا سطح... خاصي باشد. نوع تصور و فرديتي که در افعال و سلیقههاي شخص ارائه مي شود. شيوه بيان چيزي (در زبان يا هنر يا موسيقي يا...). که مشخصه فرد خاص يا گروه خاص يا مردم خاص يا دوره خاصي است. سلیقه و زيبايي متمايز، سلیقه عمومي در زمان خاص. طرز نگرش خاص فردي و سلیقه که بيانگر و مميز راه زندگي است. شيوه انجام چيزي، خصوصاً راهي که نشاندهنده تاکيد بر طرز نگرش خاص يا مشخصه دوره معيني باشد [۸].

۳. خصوصاً در پوشيدن، مُد روز رايج، برتري مدگونه، سبک، مد زودگذر، هوس و ميل مفرط، عادت و مرسوم تجمل، زيادهروي يا ولخرجي.

در حال حاضر طبق آمار ۱۰ درصد جمعيت جامعه را سالمندان تشکيل مي دهند؛ اما به نظر مي رسد برنامه خاصي براي حضور پويا و مداوم اين قشر در جامعه وجود ندارد. نهادهای متولي بهداشتي يا آموزشي يا نهادهای محلي نظير شهرداري و حتي نهادهای غيردولتي چندان فعاليت لازم براي آموزش سبک زندگي سالم ندارند؛ دولت براي اين قشر بسته هاي حمايتي جنسي، نقدي در نظر ندارد بسياري از اين سالمندان بعد از بازنشستگي هم به دنبال معيشت باشند و اساساً بازنشستگي براي اين گروه معنا ندارد اين موضوع سبب مي شود ارتباطات اين سالمندان هرروز گسيخته تر شده، سبک زندگي آن ها توام با استرس و فشار رواني شده و در نهايت نوعي گم گشتگي و حتي بي هويتي دوران سالمندی در اين سن براي آن روي مي دهد.

اغلب، رضاييت از زندگي سالمندان به طور جامع در اغلب پژوهشها مورد بررسي قرار نگرفته و اساساً پژوهشها

بسياري از مسائل و مشکلات اقتصادي بر سالمندان فضا روي و رواني آورده و موجب مي شود چندان اين سالمندان نتوانند سبک زندگي سالم، ورزش محور و اجتماع مبنا را اختيار نمايند اين موضوع به همراه تنهائي که گريبانگير اين قشر است به همراه کاهش ارتباطات اجتماعي آنان مي تواند موجب کاهش اعتماد اجتماعي و افت سرمايه اجتماعي در بين سالمندان شوند [۱۶]. همچنين به علت تورم افسارگسيخته، بدتر شدن وضعيت معيشتي بسياري از سالمندان و بازنشستگان در ايران بسياري از روابط بين سالمندان با جامعه محلي رنگ مي بازد از يك سو سالمندان به علت مسائل مربوط به احساس امنيت اجتماعي چندان با جامعه محلي ارتباط برقرار نمي نمايند از سوي ديگر هم به علت انباشت مسائل و مشکلات اقتصادي کمتر رغبت به حضور در اجتماع محلي و توسعه تعاملات خود مي شوند بنا بر اين مشاهده مي شود سالمندان به علت فشارهاي اقتصادي مي توانند از دايره ارتباطات اجتماعي روزمره حذف شوند که مي تواند بسيار بر جامعه و خود آن ها صدمات جبران ناپذيري وارد سازند.

رضاييت از زندگي، بيانگر نگرش مثبت فرد نسبت به جهاني است که در آن زندگي مي کند و در واقع همان احساس خشنودي است که در پي دستيابي به آن است. سالمندان در دنياي مدرن، به دليل تراکم جمعيتي کلان شهرها، افزايش اختلال در ساختار خانواده و شکاف نسلي و مهاجرت و تغييرات سريع از گذر از دنياي سنتي به مدرن، سطح رضايتمندی کمتری را تجربه مي کنند. گاهي تنهائي و حسرت و گاهي شرايط اجتماعي زندگي بر اين امر اثرگذار شده است [۶].

رضاييت از زندگي متاثر از شرايط عيني زندگي و انتظارات فردي نيز است (هيدى و موفلز، ۲۰۱۶: ۷۰). در اين ميان سبک زندگي در بين سالمندان مي توان بر سطح رضاييت آن ها تاثيرگذار باشد. اگر سالمندان در سبک زندگي خود بيشتر به سمت ورزش، سبکهاي غذائي سالم، مشارکت اجتماعي پويا و اوقات فراغت مثبت و اثربخش حرکت کنند طبيعي است به علت پيوندهای قوي که با جامعه برقرار مي کنند و به سلامت جسمي و

1. Heady and Muffels



اندیشمندان اجتماعی بوده و سبک زندگی و سرمایه اجتماعی به عنوان یکی از عوامل تاثیرگذار بر آن، مورد تحقیق و پژوهش واقع شده است. در ادامه، نتایج این تحقیقات داخلی و خارجی ارائه شده است.

کوچانی اصفهانی و همکاران (۱۳۹۸) پژوهشی با عنوان «بررسی رضایت از زندگی و سبک زندگی سلامت محور (مورد مطالعه: دانشجویان دختر دانشگاه تهران)» انجام دادند. نتایج این پژوهش نشان داد؛ رضایت از زندگی روزمره، رضایت از سلامت فردی و رضایت از توانایی‌های فردی تأثیر مثبت و معناداری بر سبک زندگی سلامت محور دانشجویان دارد و مؤلفه‌های مذکور در مجموع ۳۵ درصد تغییرات سبک زندگی سلامت محور را تبیین می‌کنند.

محمدی‌مهر و همکاران (۱۳۹۷) پژوهشی با عنوان «تأثیر آموزش مبتنی بر سبک زندگی سالم، بر شادکامی و رضایت از زندگی در سالمندان: کارآزمایی کنترل‌شده تصادفی» انجام دادند. نتایج نشان داد آموزش‌های سبک زندگی سالم بر شادکامی و رضایت از زندگی سالمندان تأثیر مثبت دارد.

رستمی و همکاران (۱۳۹۶) پژوهشی با عنوان «بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و رضایت از زندگی (مطالعه موردی زوجین شهرستان دلفان)» انجام دادند. نتایج نشان داد؛ بین سرمایه اجتماعی و رضایت از زندگی در بین زوجین شهرستان دلفان رابطه مثبت (مستقیم) وجود دارد.

عرب‌زاده و همکاران (۱۳۹۶) پژوهشی با عنوان «پیش‌بینی رضایت از زندگی در دانشجویان براساس سبک زندگی اسلامی و هوش معنوی» انجام دادند. نتایج پژوهش نشان داد که سبک زندگی اسلامی، هوش معنوی با رضایت از زندگی دانشجویان رابطه مثبت و معنادار دارند.

اسمعیلی و همکاران (۱۳۹۶) پژوهشی با عنوان «پیش‌بینی خودکارآمدی و رضایت از زندگی دانش‌آموزان دبیرستانی بر اساس سرمایه‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی» انجام دادند. یافته‌های این مطالعه بیانگر آن است که رفتارهای فرهنگی می‌تواند خودکارآمدی اجتماعی را به طور مثبت و معناداری پیش‌بینی کند و کالای فرهنگی و رفتارهای فرهنگی به طور مثبت و معنادار و اعتماد اجتماعی منفی و معنادار می‌توانند

درک واقعی از رضایت زندگی سالمندان و عوامل مؤثر بر آن ندارند. یکی دیگر از شکاف‌های نظری پژوهش‌ها عدم محور قرار دادن سبک زندگی در سالمندان است و و بررسی دقیقاً ابعاد و کارکردهای سبک زندگی سالم در بین سالمندان است؛ در بسیاری از پژوهش‌ها سبک زندگی سالمندان با سایر سنین یکسان پنداشته شده در حالی که وضعیت خاص سالمندان ایجاب می‌کند که عناصری از سبک زندگی در این قشر کم‌رنگ و عناصری دیگر پررنگ شوند همچنین نحوه استفاده از انواع عناصر سبک زندگی نیز مهم است که برای بسیاری از افراد سالمندان در این دوره بیشتر وقت‌گذرانی می‌کنند در حالی که شواهد نشان می‌دهد به علت داشتن اوقات فراغت بیشتر، برخی از سالمندان توانسته‌اند با ایده‌های جدید فرصت‌ها و توانمندی‌های جدیدی در حوزه کسب و کار را کشف نمایند. همچنین در اغلب پژوهش‌ها، سالمندان در این دوره سنی با جامعه محلی چندان ارتباط ندارند در حالی که اتفاقاً سالمندان می‌تواند سرمایه‌های اجتماعی جدیدی را می‌توانند تشکیل دهند و در بازتولید فرهنگ، ارزش‌های نسل بعدی مؤثر باشند. توجه به شکاف‌های نظری و خلأ-های پژوهشی سبب شد که پژوهش حاضر در پی پاسخ به این سؤال باشد؛ سبک زندگی و سرمایه اجتماعی بر رضایت از زندگی در بین سالمندان چه تاثیری دارد؟ چه نوع سبک زندگی به رضایت یا ناراضی‌تی سالمندان می‌گردد؟ لذا این تحقیق با هدف بررسی رابطه سبک زندگی و سرمایه اجتماعی بر رضایت از زندگی در بین سالمندان منطقه ۶ شهر تهران انجام شده است.

۲- پیشینه تحقیق

رضایت از زندگی به معنی احساس فرد در مورد عملکرد و شرایط زندگی‌اش و یا به عبارت دیگر ارزیابی سلامت و بهزیستی‌اش است. رضایت از زندگی در سالمندان اهمیت زیادی دارد چرا که وجود اوقات فراغت و برخی از ناتوانی‌های ذهنی و جسمی باعث میشود که این گروه اغلب رضایت از زندگی چندان از وضعیت فردی نداشته باشند در کنار آن عوامل اجتماعی مؤثر بر رضایت از زندگی تعیین‌کننده است. در واقع، رضایت از زندگی در بین سالمندان را باید به عوامل متعددی نسبت داد. پدیده‌های اجتماعی، تحت تاثیر عوامل متعددی شکل گرفته و گسترش می‌یابند که رضایت از زندگی در سالمندان نیز به عنوان یک پدیده اجتماعی، مورد توجه



که "عادت‌های الکلی و دخانیات" دارند، از زندگی خود رضایت بیشتری دارند. از عوامل بررسی شده در رگرسیون لجستیک، رضایت از خواب تنها عاملی بود که با رضایت از زندگی ارتباط مثبت داشت.

[۲۱] پژوهشی با عنوان «سرمایه اجتماعی و رضایت از زندگی در گروه‌های قدیمی روستایی چینی: آیا سن اهمیت دارد؟» انجام داد. نتایج نشان داد؛ اعتماد و حمایت از خانواده به طور معنی داری با رضایت از زندگی ارتباط داشتند، در حالی که عضویت اجتماعی به شدت با رضایت از زندگی ارتباط منفی داشت. در نهایت، بین سرمایه اجتماعی و رضایت از زندگی در میان سالمندان چینی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

[۲۲] پژوهشی با عنوان «رضایت از زندگی و سرمایه اجتماعی سالمندان چینی» انجام دادند؛ این مطالعه پیمایشی با هدف بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی سالمندان بر رضایت از زندگی انجام شده است. نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه در مورد رضایت از زندگی سالمندان نشان می‌دهد که تنها وضعیت سلامتی سالمندان از نظر آماری قابل توجه است. برعکس، سرمایه اجتماعی از نظر آماری چندین عامل قابل توجه در رضایت از زندگی آنها دارد. از بین مؤلفه‌های ساختاری سرمایه اجتماعی، مشارکت غیررسمی، مشارکت رسمی و شبکه‌های اجتماعی رسمی از نظر آماری بر رضایت از زندگی سالمندان معنی دار هستند. در میان عوامل شناختی سرمایه اجتماعی، هنجارهای متقابل و اعتماد بین فردی از نظر آماری از عوامل قابل توجه هستند.

وینتوا^۴ و همکاران (۲۰۱۶) پژوهشی با عنوان «سبک زندگی فعال به عنوان تعیین‌کننده رضایت از زندگی در بین دانشجویان دانشگاه» انجام دادند. نتایج نشان داد، دانش‌آموزان با سبک زندگی فعال در مقایسه با دانش‌آموزان با سبک زندگی غیرفعال سطح رضایت کلی زندگی را به طور قابل توجهی بالاتر نشان دادند.

[۲۰] پژوهشی با عنوان «تحلیل رابطه بین سبک زندگی و رضایت از زندگی با استفاده از مدل‌های پارامتری شفاف و غیرخطی» انجام دادند. نتایج بیش از ۱۰۰۰۰ نمونه

خودکارآمدی عاطفی را پیش‌بینی کنند. علاوه بر این، یافته‌های پژوهش نشان داد مشارکت اجتماعی، اعتماد اجتماعی و کالای فرهنگی رابطه منفی و معناداری با رضایت از زندگی دارند.

[۱] پژوهشی با عنوان «بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و رضایت از زندگی (مطالعه موردی: شهروندان ۱۸-۶۵ سال شهر یاسوج)» انجام دادند. یافته‌ها نشان داد بین سرمایه اجتماعی و رضایت از زندگی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. بین مشارکت اجتماعی، اعتماد اجتماعی و شبکه‌های اجتماعی با رضایت از زندگی همبستگی مثبت و معنی داری وجود دارد.

[۲۷] پژوهشی با عنوان «رابطه بین سرمایه اجتماعی و علائم افسردگی سالمندان در چین: نقش واسطه‌ای رضایت از زندگی» انجام دادند. نتایج نشان داد که تأثیر اعتماد بر علائم افسردگی به طور کامل با رضایت از زندگی واسطه بوده است. این مطالعه نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی تأثیر مثبتی بر علائم افسردگی در افراد مسن دارد.

[۲۴] پژوهشی با عنوان «سرمایه اجتماعی خانواده و رضایت از زندگی در میان افراد مسن که تنها در شهرهای چین زندگی می‌کنند: نقش تعدیل‌کننده کارکرد سلامت» انجام دادند. یافته‌ها نشان داد که سلامت عملکرد بر ارتباط بین سرمایه اجتماعی خانواده و رضایت از زندگی مؤثر می‌باشد. تعامل خانواده با رضایت از زندگی در افراد مسن بدون معلولیت که به تنهایی زندگی می‌کنند ارتباط مثبت دارد. سرمایه اجتماعی خانواده با رضایت از زندگی در بین معلولان رابطه مثبت داشت.

ژی^۳ و همکاران (۲۰۱۹) پژوهشی با عنوان «ویژگی‌های سبک زندگی سالمندان و سهم آنها در رضایت از زندگی: مطالعه موردی در جزیره هاینان» انجام دادند. نتایج نشان داد که زنان تمایل به زندگی طولانی‌تر از مردان دارند. بیشتر سبک‌های زندگی سالمندان از این حیث بود که آنها از یک رژیم غذایی سبک پیروی می‌کردند و سیگار نمی‌کشیدند و الکل نمی‌نوشیدند. سالمندان در شرایط جسمی بهتر، با ارزیابی بالاتری از خود و همچنین کسانی

4. Haimin
5. He
6. Kvintova
7. Gu and Wei

1. Sun
2. Lu
3. Zhe



(استونز) ۳۳۵: ۱، ۱۳۷۹، بوریو با کاربرد مفهوم «فضای اجتماعی»

سبک‌های زندگی مختلف رانشان می‌دهد. فضای اجتماعی به این ترتیب ساخته می‌شود که عاملان و گروه‌های اجتماعی براساس حجم و میزان سرمایه اقتصادی و سرمایه فرهنگی با برخی افراد اشتراکاتی می‌یابند و با برخی دیگر فاصله پیدا می‌کنند (شالچی، ۱۳۸۶: ۹۸؛ بنابراین، فضای اجتماعی بر مبنای سرمایه ساخته می‌شود. هر قدر سرمایه فرد بیشتر باشد، در فضای اجتماعی در موقعیت بالاتری قرار می‌گیرد. بوردیو استدلال می‌کند مردمی که به طور نزدیک در یک فضایی اجتماعی قرار دارند، دارای مشابهت‌هایی بسیار هستند؛ حتی اگر هرگز یکدیگر را ندیده باشند؛ به عبارت دیگر، مردمی که در فضای اجتماعی مشابهی قرار دارند، ذائقه‌های مشابه و سبک‌های زندگی مشابه دارند (ربانی، ۱۳۸۷: ۵۸). در واقع به ازای هر سطحی از موقعیت‌ها، سطحی از سبک زندگی‌ها و ذائقه‌ها وجود دارد که بر اثر شرایط اجتماعی مناسب با آن به وجود می‌آیند و به وسیله این سلیقه‌ها و ظرفیت تکثیرکننده آنها، مجموعه انتظام یافته‌های از ثروت‌ها و خصلت‌ها به وجود می‌آید که در درون خود از نوعی وحدت سیره‌ها برخوردارند. امروزه در آثار اندیشمندان علوم اجتماعی مفهوم سبک زندگی با توجه به تحولات نظام سرمایه‌داری غربی تغییرات عمده‌ای یافته است. به طوری که از الگوهای منزلتی که وابستگی تام و تمامی به مؤلفه‌های اقتصادی و ارزش‌های مادی و ثروت دارند و سبک زندگی را در طبقاتی مشخص مورد مطالعه قرار می‌دهند گرفته تا الگوهایی که مبتنی بر مؤلفه‌های مصرف کالاهای فرهنگی، هنری و نحوه گذران اوقات فراغت هستند و در قشرها و گروه‌های متفاوت اجتماعی گونه‌های متنوعی را به خود می‌گیرند سبک‌های زندگی گوناگون خلق می‌شوند که گاه به تعبیر «چنی» فراتر از مرزهای ملی حرکت می‌کند؛ بنابراین سبک‌های زندگی در این تعبیر از مشخصه‌های جوامع مدرن تلقی می‌شوند و کسانی که در این جوامع زندگی می‌کنند برای توصیف کنش و اعمال خود از این مفهوم بهره می‌گیرند. در واقع سبک زندگی الگوهایی برای رفتارهایی هستند که مردم را از هم متمایز می‌کنند.

سالمندی به عمر نزدیک به، یا بالاتر از، میانگین طول عمر بشر اشاره دارد و بنابراین بخش پایانی چرخه حیات انسان

بررسی شده نشان داد که بین سبک زندگی و رضایت از زندگی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

مروری بر تحقیقات صورت گرفته در سطح ملی و بین‌المللی نشان می‌دهد که ارتباط بین سبک زندگی و سرمایه اجتماعی بر رضایت از زندگی در بین سالمندان در ایران و جهان مورد توجه بوده است، اما در تهران چنین مطالعه‌ای انجام نشده است. تحقیقات انجام شده در داخل و خارج از کشور نشان می‌دهد، ارتباط مثبت و معناداری بین سبک زندگی و سرمایه اجتماعی بر رضایت از زندگی در بین سالمندان وجود دارد، با این وجود این تحقیقات تصویری کامل از عوامل موثر بر رضایت‌مندی سالمندان ارائه نمی‌کنند. مطالعه حاضر به شناخت ارتباط بین سبک زندگی و سرمایه اجتماعی بر رضایت از زندگی در بین سالمندان شهر تهران می‌پردازد که به علت تحلیل سطوح جزئی این متغیرها، از ویژگی نوآورانه به ویژه در گستره داخلی بهره‌مند است.

در این راستا، با توجه به روند رو به گسترش سالمندی در ایران و در سراسر جهان و لزوم توجه به سالمندان و کاستی مطالعات اجتماعی در زمینه ارتباط بین سبک زندگی و سرمایه اجتماعی بر رضایت از زندگی در بین سالمندان در شهر تهران، مطالعه کنونی، اهمیت و ضرورت بالایی دارد.

۳- مبانی نظری

در این تحقیق از دیدگاه‌های پیر بوردیو در خصوص انواع سرمایه‌ها (اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی) بهره گرفته شده است.

بوردیو در تفسیر انواع سرمایه برای عوامل اجتماعی (انسان و یا نهاد اجتماعی زمینه قدرت) سیاست را از همه مهمتر می‌بیند، به ترتیبی که سلسله مراتب روابط قدرت و زمینه سیاسی، ساختار همه زمینه‌های دیگر را تعیین می‌کند. بوردیو، همه انواع سرمایه را در شرایطی خاص قابل تبدیل به سرمایه اقتصادی می‌داند. نظام خوی و خصلتی که افراد کسب می‌کنند به موفقیت (موفقیت‌هایی) که در جامعه کسب می‌کنند بستگی دارد، یعنی وابسته به میزان بهره‌مندی از سرمایه است. از نظر بوردیو، سرمایه هر گونه خاستگاه و سرچشمه در عرصه اجتماعی است که در توانایی فرد برای بهره‌مندی از منافع خاصی که در این صحنه حاصل می‌گردد، مؤثر واقع شود



اجتماعی^۸ و عناصر آن است [۱۲]. تعریف رایج سرمایه اجتماعی در جریان اصلی جامعه‌شناسی آمریکایی بویژه در روایت کارکردگرایانه آن عبارت است از روابط دو جانبه تعاملات و شبکه‌هایی که در میان گروه‌های انسانی پدیدار می‌گردند و سطح اعتمادی که در میان گروه و جماعت خاصی به عنوان پیامد تعهدات و هنجارهایی پیوسته با ساختار اجتماعی یافت می‌شود [۲۳].^۹ سرمایه اجتماعی، عبارت است از یک ظرفیت (جوهر اجتماعی) که هماهنگی و همکاری را در جامعه و گروه، تسهیل می‌کند. در واقع، می‌توان سرمایه اجتماعی را یک مفهوم مرکب که دارای سه بعد: ساختار، محتوا و کارکرد است، تلقی نمود که ساختار اجتماعی آن، همان شبکه ارتباطات اجتماعی است و محتوای آن، عبارت از اعتماد و هنجارهای اجتماعی است و کارکرد آن نیز همان عمل متقابل اجتماعی است [۷].

رابرت پاتنام^{۱۰} سرمایه اجتماعی را مجموعه اعتماد، هنجارها، و شبکه‌های پیوند که همکاری را برای سود متقابل سهیل می‌کند می‌داند که نتیجه آن انواع متفاوتی از کنش‌های جمعی است. او سه شاخص برای سرمایه اجتماعی در نظر می‌گیرد: آگاهی، مشارکت و نهادهای مدنی [۲۷].^{۱۱} به نظر کلنن^{۱۲} سرمایه اجتماعی شیئی واحد نیست، بلکه انواع چیزهای گوناگونی است که دو ویژگی مشترک دارد: اول همه آنها شامل جنبه‌ای از یک ساخت اجتماعی هستند، دوم کنش‌های معین افرادی که در درون یک ساختار قرار دارند را تسهیل می‌کنند. شکل معینی از سرمایه اجتماعی در تسهیل کنش معین ارزشمند بوده و ممکن است برای کنش‌های دیگر بی‌فایده یا کم‌فایده باشد [۲۸].^{۱۳} از دید فوکویاما سرمایه اجتماعی وجود مجموعه معینی از هنجارها یا ارزش‌های غیر رسمی است که اعضای گروهی که همکاری و تعاون میانشان مجاز است، در آن سهیم هستند [۱۴]. مشارکت در ارزش‌ها و هنجارها به خودی خود باعث تولید سرمایه اجتماعی نمی‌گردد، چرا که این ارزش‌ها و هنجارها ممکن

است. به عبارت بهتر، سالمندی را آغاز سن ۶۵ سالگی می‌دانند [۱۷]. استن هوپ^۱ و لانکستر^۲ در سال ۲۰۰۰ سالمندی را فرایند زوال کلیه سیستم‌های بدن و یا کلیه تغییراتی می‌دانند که بر اثر گذر زمان در فرد ایجاد می‌شود. همچنین راج^۳ در سال ۲۰۰۰ سالمندی را اینگونه تعریف می‌کند: فرد سالمند فردی است که سن ۶۰ سال و بالاتر داشته باشد، ضمن این که در وی تغییرات فیزیولوژیکی، روانی و اجتماعی ایجاد شده باشد [۲۵].

مفهوم رضایت از زندگی^۵ بعد ذهنی مفهوم کیفیت زندگی^۴ است که بطور کلی مبتنی بر درک فرد از وضعیت جسمی، روانی، اجتماعی و محیطی خود و احساسی رضایت مندی و شادمانی از بودن در این وضعیت می‌باشد. اولین بیان دقیق از کیفیت زندگی را، سازمان بهداشت جهانی ارائه داد. اما این سازه به طور جدی در اواخر دهه ۱۹۷۰ به عنوان بخشی از شاخص‌های زندگی اجتماعی پدیدار شد. سازمان بهداشت جهانی رضایت از زندگی را دریافت هر فرد از وضعیت زندگی‌اش با توجه به فرهنگ و نظام ارزشی که در آن زندگی می‌کند و ارتباط این دریافتها با اهداف و انتظارات، استانداردها و اولویت‌های مورد نظر فرد می‌داند [۵]. رضایت از زندگی یا رضایتمندی ادراک یا احساسی کلی مثبت در مورد کیفیت زندگی است [۱].

رضایت از زندگی بر حسب کارکرد انطباقی و یا از طریق تسلطی که فرد بر محیط دارد نیز تعریف می‌شود. یعنی هرچه تسلط فرد بر زندگی‌اش بیشتر باشد احساسی رضایت از زندگی در وی بیشتر خواهد بود. رضایت از زندگی با توانایی شخص جهت تسلط بر محیط همبستگی مثبت دارد و این الگو بر اساس فرضیه خود شکوفایی مطرح می‌شود. البته باید توجه داشت که محیط در اینجا نقشی حائز اهمیت دارد [۲۱].

اساس و دوام هر جامعه‌ای در زندگی جمعی و اجتماعی است و مبنا و پایه این زندگی جمعی، وجود سرمایه

8. Social Capital

9. Lang , Fink

1. Robert Putnum

1 . Sun, Xiao, Lyu, Zhao

3 Coleman

4. Williams , Huggins , Thompson

1. StenHope

2. Lankster

3. Rach

4. Murphy

5. Life Saatisfaction

2. Quality of Life

7. Haimin



بورديو^۴ با نشان دادن اینکه سبک‌های زندگی محصول منش‌ها و خودمنش‌ها نیز تابعی از انواع تجربه‌ها و از جمله تجربه آموزش رسمی هستند، و بیان این نکته که الگوهای مصرف اصلی‌ترین بروز سبک‌های زندگی‌اند، ارتباط میان آموزش رسمی در ساختار سرمایه‌داری و بازتولید آن را تحلیل کرد [۴].

در نظریه بورديو سبک زندگی که شامل اعمال طبقه‌بندی شده و طبقه‌بندی کننده فرد در عرصه‌هایی چون تقسیم شبانه‌روز، نوع تفریحات و ورزش، شیوه معاشرت، ائائیه و خانه، آداب سخن‌گفتن و راه‌رفتن است، در واقع عینیت‌یافته و تجسم‌یافته ترجیحات افراد است. از یک سو، سبک‌های زندگی شیوه‌های مصرف عاملان اجتماعی‌ای است که دارای رتبه‌بندی‌های مختلفی از جهت‌شان و مشروعیت اجتماعی‌اند. این شیوه‌های مصرفی بازتاب نظام اجتماعی سلسله‌مراتبی است [۹].

از نظر بورديو، سرمایه هر گونه خاستگاه و سرچشمه در عرصه اجتماعی است که در توانایی فرد برای بهره‌مندی از منافع خاصی که در این صحنه حاصل می‌گردد، مؤثر واقع شود. بورديو معتقد سرمایه اجتماعی، حاصل از شبکه‌ای بادوام از روابط کمابیش نهادینه‌شده، آشنایی و شناخت متقابل یا به بیان دیگر عضویت در یک گروه است؛ اما سرمایه اجتماعی در فضای اجتماعی و میدان کنش فرد شکل می‌گیرد؛ هر قدر سرمایه فرد بیشتر باشد، در فضای اجتماعی در موقعیت بالاتری قرار می‌گیرد. در همین رابطه وی معتقد است سبک زندگی نیز اعمال طبقه‌بندی شده کنش اجتماعی فرد است که نشان‌دهنده موقعیت طبقاتی وی است. از نظر بورديو، مردمی که در فضای اجتماعی مشابهی قرار دارند، ذائقه‌های مشابه و سبک‌های زندگی مشابه دارند.

پژوهش حاضر بر مبنای نظریات گفته شده، به دنبال بررسی و آزمون فرضیه‌های رابطه میان سبک زندگی و سرمایه فرهنگی (سرمایه اجتماعی، مشارکت اجتماعی، انسجام اجتماعی و اعتماد اجتماعی) و رضایت‌مندی سالمندان منطقه ۶ شهر تهران است.

است به هنجارها و ارزش‌های منتهی باشد [۳]. فوکویاما؛ سرمایه اجتماعی را «مجموعه هنجارهای سیستم‌های اجتماعی است که موجب ارتقای سطح همکاری اعضای آن سیستم گردیده و موجب پایین آمدن سطح هزینه‌های تبادلات و ارتباطات می‌گردد». سرمایه اجتماعی مجموعه هنجارهای موجود در سیستم اجتماعی است که موجب ارتقای سطح همکاری اعضای آن جامعه گردیده و موجب پایین آمدن سطح هزینه‌های تبادلات و ارتباطات می‌گردد [۱۹]. از نظر بورديو (۱۹۸۵) سرمایه اجتماعی عبارت است از مجموعه‌ای از منابع بالفعل یا بالقوه، که بر اساس مالکیت یک شبکه بادوام از روابط کم و بیش نهادینه شده از آشنایی و شناخت متقابل و دو جانبه، پیوند یافته است. بورديو مفهوم سرمایه اجتماعی را در دهه ۷۰ و ۸۰ گسترش داد. مفهوم سرمایه اجتماعی در نظریه بورديو با تئوری طبقه وی ارتباط دارد [۱۳]. به نظر بورديو سرمایه شکل‌های متنوعی دارد: سرمایه اقتصادی (ثروت)، سرمایه فرهنگی (صلاحیت، دانش)، سرمایه نمادین (افتخار، پرستیژ) و سرمایه اجتماعی (پیوندهای اجتماعی و اعتماد). سرمایه اجتماعی جمع منابع واقعی یا بالقوه‌ای است که حاصل از شبکه‌ای بادوام از روابط کمابیش نهادینه‌شده، آشنایی و شناخت متقابل یا به بیان دیگر عضویت در یک گروه است [۱۵].

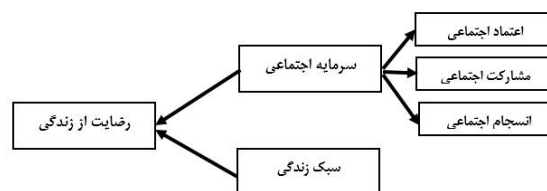
سبک زندگی، نوع، روش، سبک ائائیه، شکل‌دادن یا طراحی چیزی (مانند موی‌سر) یا شیء (مانند تکه‌ای از لباس یا اسباب و وسایل) تا به نظر جالب و جذاب آید، کیفیت برتر در ظاهر، طراحی یا رفتار. تطابق با معیار شناخته شده، شیوه‌های که برازنده و مناسب پنداشته می‌شود، خصوصاً در رفتار اجتماعی، زیبایی، ظرافت یا سهولت: شیوه یا تکنیک. نحوه عرضه، خصوصاً در موسیقی یا یکی از هنرهای زیبا را گویند [۱۰]. از دیدگاه زیمل^۵، سبک زندگی، کل به هم پیوسته صورت‌هایی است که افراد یک جامعه، مطابق انگیزه‌های درونی و سلاقی خودشان و به واسطه تلاشی که برای ایجاد توازن میان شخصیت ذهنی و زیست‌محیط عینی و انسانی‌شان به انجام می‌رسانند، برای زندگی خود بر می‌گزینند [۲۰].

5. Fukuyama
6. Argon-Koara
3. Georg Simmel

4. Pierre Bourdieu

جدول ۱. ضرایب آلفای کرونباخ متغیرها

متغیرها	ضریب آلفا
سرمایه اجتماعی	۰/۷۸۸
سرمایه فرهنگی	۰/۷۵۹
سرمایه اقتصادی	۰/۷۸۹
سبک زندگی	۰/۷۵۸
رضایتمندی	۰/۷۸۸



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

۴- روش تحقیق

در پژوهش حاضر از روش پیمایشی، برای بررسی فرضیه‌های رابطه میان میان سبک زندگی و سرمایه فرهنگی (سرمایه اجتماعی، مشارکت اجتماعی، انسجام اجتماعی و اعتماد اجتماعی) و رضایتمندی سالمندان منطقه ۶ شهر تهران استفاده شد. جامعه آماری، شامل سالمندان منطقه ۶ شهر تهران در سال ۱۴۰۰ بودند. برای انتخاب حجم نمونه نیز در بین افراد جامعه آماری با استفاده از فرمول کوکران، ۳۸۶ نفر به عنوان نمونه اصلی پژوهش تعیین شده است. ابزار پژوهش، پرسشنامه محقق ساخته بوده است که در این تحقیق برای تعیین پایایی ابزار سنجش از آزمون کرونباخ استفاده شد. ضرایب آلفای کرونباخ برای تمامی متغیرها بالای ۰,۷۰ برآورد شد که قابل قبول بود. ابزار اندازه‌گیری با تعریف عملیاتی و آلفای کرونباخ هرکدام در جدول ۱ آمده است، که نشان‌دهنده پایایی پرسشنامه طراحی شده می‌باشد. همچنین برای سنجش میزان اعتبار از پرسشنامه‌های استفاده شده در تحقیقات معتبر و مشابه استفاده شد و به منظور ارتقاء سطح اطمینان، از نظرات ۵ نفر از اساتید در این زمینه بهره‌گیری شده است. بدین ترتیب می‌توان گفت که ابزار سنجش پژوهش حاضر از قابلیت اعتماد یا پایایی لازم برخوردار است. برای بررسی فرضیه‌ها، ابتدا هر یک از سرمایه‌های فرهنگی سنجیده شده و سپس تأثیر آن بر متغیر رضایتمندی سالمندان بررسی می‌گردد. برای سنجش سرمایه فرهنگی از معرف‌های سرمایه اجتماعی، مشارکت اجتماعی، انسجام اجتماعی و اعتماد اجتماعی و برای هر کدام ۵ شاخص استفاده شده است. در پژوهش حاضر بر مبنای روش نمونه‌گیری سهمیه‌ای، پرسشنامه تکمیل شد. در نهایت، داده‌های پرسشنامه به وسیله نرم‌افزار SPSS تجزیه و تحلیل شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها براساس رگرسیون چندمتغیره و با روش اینتر صورت گرفت.

۵- یافته‌ها

ابتدا نتایج توصیفی ارائه شده است و سپس با استفاده از تکنیک‌های آمار استنباطی، فرضیه‌ها مورد بررسی قرار گرفته‌اند. به لحاظ جنسیتی، ۶۰,۷ درصد از پاسخگویان معادل ۲۳۳ نفر زن و ۳۹,۳ درصد معادل ۱۵۱ نفر مرد بودند. از لحاظ سنی، پاسخگویان با محدوده سنی ۶۶-۷۰ سال با ۱۲۱ نفر و ۳۱,۵ درصد بیشترین تعداد را به خود اختصاص داده‌اند و پاسخگویان ۷۱-۷۵ ساله نیز با ۱۰۷ نفر و ۲۷,۹ درصد رد رده دوم قرار دارند. در رده سوم به لحاظ فراوانی، پاسخگویان ۶۱-۶۵ ساله با ۲۰,۶ درصد و ۷۹ نفر قرار دارد و پاسخگویان بالای ۷۶ سال نیز با ۱۳,۵ درصد و ۵۲ نفر و در نهایت پاسخگویان ۶۰-۶۵ ساله با ۶,۵ درصد و ۲۵ نفر قرار دارند. از لحاظ تحصیلی، پاسخگویان دارای مدرک کاردانی با ۲۷,۳ درصد و ۱۰۵ نفر، دارندگان مدرک کارشناسی با ۲۵,۵ درصد و ۹۸ نفر و در نهایت دارندگان مدرک دیپلم با ۲۳,۲ درصد با فراوانی ۸۹ نفر به عنوان سه گروه تحصیلاتی با بیشترین فراوانی بودند. دارندگان مدرک کارشناسی‌ارشد با ۱۱,۲ درصد و ۴۳ نفر، دارندگان مدرک زیردیپلم با ۹,۱ درصد و ۳۵ نفر و دکتری نیز با ۳,۶ درصد و ۱۴ نفر در رده‌های بعدی قرار دارند.



جدول ۲. توصیفی از ویژگی های جمعیت شناختی پاسخگویان

متغیر	رده	فراوانی	درصد	متغیر	رده	فراوانی	درصد				
جنس	مرد	زیر دیپلم	۱/۹	تحصیلات	زن	دیپلم	۳۲/۲				
		فوق دیپلم	۲۷/۳			لیسانس	۲۵/۵				
		فوق لیسانس	۱۱/۲			فوق لیسانس	۴۳				
	درآمد	۲۵۰۰ تا ۳ میلیون تومان	دکتری		۳/۶	سن	۲۰/۳	۷۸	۲۰/۳		
			۶۰		۶/۵		۲۵	۲۰/۳	۷۸	۲۰/۳	
			۶۱ تا ۶۵		۲۰/۶		۷۹	۳۰/۷	۱۱۸	۳۰/۷	
درآمد	۳۱۰۰ تا ۳۵۰۰	۶۶ تا ۷۰	۳۱/۵	درآمد	۴ تا ۳۶۰۰	۷۱ تا ۷۵	۲۷/۹	۲۲/۱	۸۵	۲۲/۱	
		۷۶ بالای	۱۳/۵			۵۲	۱۹	۷۳	۴۵۰۰ تا ۴۱۰۰	۱۹	۷۳
		بیش از ۵ میلیون تومان	۳/۶			۱۴	۷/۸	۳۰	بیش از ۵ میلیون تومان	۷/۸	۳۰

دارند. سرمایه اجتماعی نیز با میانگین ۵۴,۲۵، با سه مؤلفه مشارکت اجتماعی و انسجام اجتماعی و اعتماد اجتماعی دارای وضعیت مطلوب و مساعدی با بیشترین تاثیر بر متغیر رضایتمندی سالمندان می باشد. همچنین سبک زندگی با میانگین ۱۶,۵۸ تاثیرش در سطح متوسط به بالا است. بنابراین می توان گفت، تاثیر سبک زندگی و سرمایه فرهنگی بر رضایتمندی سالمندان در حد بالا قرار دارد.

در این تحقیق، برای دریافت نظرات پاسخگویان از ۲۵ گویه و از طیف لیکرت با پنج گزینه استفاده شده و از ۱ تا ۵ امتیازبندی شده است. بر این اساس، نمره ۵ بیانگر بالاترین میزان تاثیر و نمره ۱ بیانگر کمترین میزان تاثیر می باشد و نمره ۳ به بالا، نشان گر بالاتر از حد متوسط تاثیر است. نتایج آمار نشان می دهد، مشارکت اجتماعی، انسجام اجتماعی و اعتماد اجتماعی به ترتیب با میانگین ۱۶,۰۷۰ و ۱۷,۳۲ و ۱۶,۳۳ بر رضایتمندی سالمندان تاثیر بالاتر از حد متوسط

جدول ۳. توصیف متغیرهای تحقیق

متغیر	تعداد گویه	میانگین نظری	میانگین بدست آمده (نمره کل)	میانگین براساس طیف ۵۱	انحراف معیار
مشارکت اجتماعی	۵	۱۵	۷۰,۵۷۰,۱۶	۳,۳۴	۲,۲۸۸,۴۴
انسجام اجتماعی	۵	۱۵	۳۱۲۵,۱۷	۳,۴۶	۲,۱۵۸,۵۳
اعتماد اجتماعی	۵	۱۵	۱۶,۳۳۰,۲	۳,۲۶	۱,۵۳۶,۹
سرمایه اجتماعی	۱۵	۴۵	۵۴,۲۵۰,۰	۳,۶۱	۱۰,۷۴۰,۵
سبک زندگی	۵	۱۵	۱۶,۵۸۲,۳	۳,۳۱	۲,۲۳۰,۳۳
رضایتمندی	۵	۱۵	۱۵,۸۹۵,۶	۳,۱۷	۲,۳۳۵,۳۴

منظر بورديو، سرمایه اقتصادی یا ثروت مادی، در واقع قدرت پرداخت برای شکلی از سرمایه است که میتواند تبدیل به کالاهای مادی تبدیل شود. افراد با داشتن سرمایه اقتصادی می‌توانند کالاهای فرهنگی بیشتری را در اختیار داشته باشند و از امکانات تحصیلی و آموزشی بیشتری برخوردار شوند و از این طریق سرمایه فرهنگی خود را افزایش دهند. بدین طریق موقعیت افراد بر حسب حجم و نوع سرمایه آنها مشخص میشود و جایگاه آنان را ابتدا در خانواده و سپس در جامعه مشخص می‌سازد. شاید بتوان گفت باتوجه به سطح متوسط و بالای بودن سرمایه اقتصادی سالمندان، این سرمایه اقتصادی برای سالمندان نوعی فراغت بال نیز به ارمغان می‌آورد این موضوع باعث میشود این سالمندان در انجمن‌های محلی یا تعاملات محلی نیز مشارکت کنند و موجب افزایش سرمایه اجتماعی شوند.

بین سبک زندگی سالم، شادکامی و رضایت از زندگی همبستگی زیاد و معنی داری وجود دارد. زیمل در این ارتباط معتقد است؛ سبک زندگی، تجسم تلاش انسان است برای یافتن ارزش‌های بنیادی یا به تعبیری فردیت برتر خود در فرهنگ عینی‌اش و شناساندن آن به دیگران». به عبارت دیگر انسان برای معنای مورد نظر خود (فردیت برتر) شکل (صورت)‌های رفتاری را بر می‌گزیند. از منظر بورديو، سبک‌های زندگی محصول منش‌ها و خودمنش‌ها نیز تابعی از انواع تجربه‌ها و از جمله تجربه آموزش رسمی هستند، و بیان این نکته که الگوهای مصرف اصلیت‌ترین بروز سبک‌های زندگی‌اند، ارتباط میان آموزش رسمی در ساختار سرمایه‌داری و بازتولید آن را تحلیل کرد. از نظریه بورديو سبک زندگی که شامل اعمال طبقه‌بندی شده و طبقه‌بندی‌کننده فرد در عرصه‌هایی چون تقسیم شبانه روز، نوع تفریحات و ورزش، شیوه معاشرت، اثاثیه و خانه، آداب سخن گفتن و راه رفتن است، در واقع عینیت‌یافته و تجسم‌یافته ترجیحات افراد است. از یک سو، سبک‌های زندگی شیوه‌های مصرف عاملان اجتماعی ای است که دارای رتبه‌بندی‌های مختلفی از جهت‌شان و مشروعیت اجتماعی‌اند. این شیوه‌های مصرفی بازتاب نظام اجتماعی سلسله مراتبی است.

نتایج نشان داد؛ ضریب همبستگی بین دو متغیر سرمایه اجتماعی و رضایت از زندگی هم مثبت ۰,۶۸۷ و با شدت تقریباً قوی است؛ بنابراین بین سرمایه اجتماعی و رضایت از زندگی ارتباط معنی‌دار و مثبت برقرار است. در ارتباط با مولفه‌های سرمایه اجتماعی نیز همین وضعیت دیده می‌شود. ارتباط بین اعتماد اجتماعی و رضایت از زندگی نیز معنی‌دار، مثبت و با شدت ضعیف (, sig=0.000 r=0.312) است. همچنین ارتباط بین مشارکت اجتماعی با رضایت از زندگی معنی‌دار، مثبت و با شدت ضعیف (, sig=0.000 r=0.235) است. در نهایت، ارتباط بین انسجام اجتماعی با رضایت از زندگی معنی‌دار، مثبت و با شدت بسیار ضعیف (, sig=0.000 r=0.168) است. در متغیر سبک زندگی نیز مشاهده می‌شود؛ ارتباط بین سبک زندگی با رضایت از زندگی معنی‌دار، مثبت و با شدت متوسط (, sig=0.000 r=0.0574) است. مجموعاً باید گفت هرچقدر سرمایه اجتماعی و سه مولفه آن شامل اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی و انسجام اجتماعی در بین سالمندان افزایش می‌یابد، سطح رضایت‌مندی از زندگی نیز افزایش می‌یابد. همچنین هرچقدر سبک زندگی سالمندان سالم‌تر باشد سطح رضایت از زندگی نیز افزایش می‌یابد. در تبیین نتایج می‌توان گفت، سرمایه اجتماعی محصول نوعی سرمایه گذاری فردی یا جمعی، آگاهانه یا ناآگاهانه است که به دنبال تثبیت یا باز تولید آنگونه روابط اجتماعی است که مستقیماً در کوتاه مدت یا بلند مدت قابل استفاده هستند. بنظر میرسد سرمایه اجتماعی بین سالمندان در ارتباط با دوستان یا آشنایان به خوبی تثبیت شده است که بر سطح رضایت از زندگی آنان تأثیر مثبت دارد. سالمندان مورد تحقیق از دانش، اطلاعات و سواد کافی برخوردار هستند که این موضوع باعث شده که بتوانند با جامعه محلی ارتباط خوبی برقرار نمایند و از رسانه های نوین نیز استفاده کنند در واقع سرمایه فرهنگی این گروه برای آنها در این سن حالت توانمندکننده دارد.

از نظر بورديو، سرمایه اجتماعی به عنوان شبکه‌ای از روابط و دیعه‌ای طبیعی یا اجتماعی نیست، بلکه در طول زمان برای کسب آن باید تلاش کرد. سرمایه اقتصادی جزو سرمایه‌هایی است که قدرت مانور زیادی به گروهی نظیر سالمندان می‌دهند؛ داشتن سرمایه اقتصادی قوی بر بهبود کیفیت زندگی و سطح زندگی تأثیر مثبت دارد. از



جدول ۴. نتایج رگرسیون متغیر وابسته؛ رضایت از زندگی در بین سالمندان

متغیر پیش‌بین	R	R ²	sig	β	t	F	sig
سرمایه اجتماعی	۰,۶۸۷	۰,۴۷۲	۰,۰۰۰	۰,۶۸۷	۸,۲۵۳	۳۴۷۰,۶۶۶	۰,۰۰۰
اعتماد اجتماعی	۰,۳۱۲	۰,۰۹۷	۰,۰۰۰	۰,۳۱۲	۲,۹۹۷	۳۹۹,۹۳۴	۰,۰۰۰
مشارکت اجتماعی	۰,۲۳۵	۰,۰۵۵	۰,۰۰۰	۰,۲۳۵	۲,۵۵۷	۱۳۶,۳۴۳	۰,۰۰۰
انسجام اجتماعی	۰,۱۶۸	۰,۰۲۸	۰,۰۰۰	۰,۱۶۸	۴,۳۵۲	۱۵۶,۲۵۸	۰,۰۰۰
سبک زندگی	۰,۵۷۴	۰,۳۳۰	۰,۰۰۰	۰,۵۷۴	۱۳,۷۱۰	۱۸۷,۹۶۱	۰,۰۰۰

در ارتباط با نتایج مربوط به رگرسیون نیز مشاهده می‌شود تأثیر سرمایه اجتماعی بر رضایت از زندگی معنی‌دار، و مثبت است و مقدار t نیز بزرگتر از ۱,۹۶ بدست آمده است ($t = 8.253$, $\text{sig} = 0.000$, $\beta = 0.687$) بنابراین سرمایه اجتماعی بر رضایت از زندگی در بین سالمندان تأثیر مثبت دارد؛ به ازای یک واحد انحراف استاندارد افزایش در سرمایه اجتماعی سالمندان سطح رضایت از زندگی آن‌ها نیز ۰,۶۸۷ واحد انحراف استاندارد افزایش می‌یابد. در ارتباط با مولفه‌های سرمایه اجتماعی نیز همین وضعیت دیده می‌شود، به طوری که، تأثیر اعتماد اجتماعی بر رضایت از زندگی معنی‌دار، و مثبت است و مقدار t نیز بزرگتر از ۱,۹۶ است ($t = 2.997$, $\text{sig} = 0.000$, $\beta = 0.312$) تأثیر مشارکت اجتماعی بر رضایت از زندگی معنی‌دار، و مثبت است و مقدار t نیز بزرگتر از ۱,۹۶ است ($t = 2.557$, $\text{sig} = 0.000$, $\beta = 0.235$) تأثیر انسجام اجتماعی بر رضایت از زندگی معنی‌دار، و مثبت است و مقدار t نیز بزرگتر از ۱,۹۶ است ($t = 4.352$, $\beta = 0.168$) بنابراین انسجام اجتماعی بر رضایت از زندگی در بین سالمندان تأثیر مثبت دارد؛ به ازای یک واحد انحراف استاندارد افزایش در انسجام اجتماعی سالمندان سطح رضایت از زندگی آن‌ها نیز ۰,۱۶۸ واحد انحراف استاندارد افزایش می‌یابد. در نهایت تأثیر متغیر سبک زندگی بر رضایت از زندگی است. تأثیر سبک زندگی بر رضایت از زندگی معنی‌دار، و مثبت است و مقدار t نیز بزرگتر از ۱,۹۶ است ($t = 13.710$, $\text{sig} = 0.000$, $\beta = 0.574$) بنابراین سبک زندگی بر رضایت از زندگی در بین سالمندان تأثیر مثبت دارد؛ به ازای یک واحد انحراف استاندارد افزایش در سبک زندگی سالمندان

سطح رضایت از زندگی آن‌ها نیز ۰,۵۷۴ واحد انحراف استاندارد افزایش می‌یابد. براساس نتایج بدست آمده مشخص شد که بین سرمایه اجتماعی (اعتماد، مشارکت، انسجام) و رضایتمندی سالمندان ارتباط مثبت وجود دارد. مجموعاً براساس نتایج بدست آمده باید گفت سالمندان مورد تحقیق از سطوح بالایی از سرمایه اجتماعی و فرهنگی برخوردار بودند که این دو نوع سرمایه اجتماعی قابلیت تبدیل به سرمایه اقتصادی را نیز دارد همچنین سطح سرمایه اقتصادی و سبک زندگی سالمندان نیز کمی بیشتر از متوسط بود که نشان می‌دهد این سالمندان تاحدودی فراغت بال از مسائل مادی دارند و سبک زندگی سالمی را دنبال میکنند. در واقع افزایش شایع‌تر اجتماعی بین سالمندان منجر به مشارکت و انسجام اجتماعی می‌شود این مشارکت به ویژه در عرصه‌های فرهنگی قابل توجه است چرا که سرمایه فرهنگی از مشارکت در حوزه فرهنگی پدید می‌آید و تاحدودی نیز بستگی به علم، دانش، و مهارت سالمند دارد. اما مساله این جاست که تعامل و هم‌افزایی بین سرمایه اجتماعی و فرهنگی میتواند همدیگر را تقویت نماید و بر کیفیت زندگی و شادابی سالمندان تأثیرگذار باشد. در همین رابطه نبود دغدغه مالی بین سالمندان نیز در مشارکت اجتماعی و به ویژه اهمیت قائل شدن به اوقات فراغت و ورزش نیز مؤثر است بنابراین بنظر میرسد تمامی سالمندان مورد مطالعه از پیوندهای قوی اجتماعی و همیاری نیز برخوردار بودند. با توجه به این‌که میزان سالمندی در مطالعه حاضر و مطالعات دیگر در ایران و جهان متوسط رو به بالا است، باید تدابیری جهت رضایتمندی این رده سنی صورت گیرد. در این شرایط، باید عوامل مؤثر بر رضایتمندی سالمندان مانند سبک زندگی و سرمایه‌های فرهنگی مؤثر

بر رضایتمندی این رده سنی مشخص شود و برنامه‌ریزی‌های لازم در این زمینه انجام پذیرد.

۶- بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش بر آن بود تا به مطالعه جامعه شناختی رابطه بین سرمایه اجتماعی و سبک زندگی در رضایتمندی سالمندان منطقه ۶ شهر تهران بپردازد. هر چند این تحقیق، در شهرهای دیگر ایران و حتی در جهان انجام شده است، اما بررسی رابطه ی بین سرمایه اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی، سبک زندگی بر رضایتمندی سالمندان شهر تهران، انجام نشده است. لذا انجام این مطالعه که در قالب پرسشنامه از طریق پیمایش انجام شد، بیانگر این مطلب است که بین سرمایه اجتماعی و سه مولفه آن؛ اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی و انسجام اجتماعی و رضایت از زندگی در بین سالمندان ارتباط مستقیم و معناداری با یکدیگر وجود دارد. بدین معنی که با افزایش سرمایه اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی سالمندان رضایتمندی آن‌ها نیز افزایش می‌یابد. بورديو معتقد است سرمایه فرهنگی قابل انتقال است به عنوان نمونه سالمندان مورد تحقیق در قالب دانش و اطلاعات عمومی میتوانند آن را به دیگران انتقال دهند و موجب افزایش آگاهی اجتماعی نیز شوند. همچنین این سرمایه میتواند برای صاحبش سرمایه اجتماعی نیز به ارمغان آورد مثلاً سالمندان دارای مدرک فوق لیسانس یا دکترا میتوانند در باشگاهها یا انجمنهایی با علایق مشترک گرد هم آیند و این تعامل می‌تواند سطوح اعتماد و مشارکت اجتماعی آنها را بالا ببرد. رضایتمندی از جمله مفاهیمی است که دارای ابعاد ذهنی و عینی است و شرایط اجتماعی اقتصادی و انتظارات افراد بر آن تاثیر دارد. همین موضوع در بین اقشار مختلف نیز اهمیت فراوانی دارد اما در بین سالمندان اهمیت مضاعفی دارد چرا که بعد از عمری کار و تلاش در دوره سالمندی نیازمند تامین نیازهای عاطفی اجتماعی خود هستند که در این زمینه شیوه درست زندگی و الگوهای سبک زندگی سلامت محور به همراه مشارکت و سرمایه اجتماعی می‌تواند سطح رضایت در بین سالمندان را تحت تاثیر قرار دهد.

در تبیین نتایج حاصل از این تحقیق، باید گفت، اساساً رضایت زندگی در سالمندان حالت ملموس و عینی دارد و بیشتر رضایتمندی حاصل ارتباطات اجتماعی و کیفیت

زندگی است زمانی که این ارتباطات گسترش یابد و سالمند بتواند در جامعه مشارکت موثری داشته باشد بهتر خواهد توانست رضایت را کسب نماید. در همین رابطه وجود اعتماد اجتماعی در روابط سالمند تعیین‌کننده است، چون منجر به ایجاد سرمایه اجتماعی می‌شود. همانطور که نتایج پژوهش رستمی و همکاران (۱۳۹۶) نشان داد؛ بین سرمایه اجتماعی و رضایت از زندگی زوجین ارتباط مثبتی وجود دارد. و چون سرمایه اجتماعی و اعتماد همانند چسبی عمل می‌کند که سالمند را به جامعه و ارتباطات اجتماعی پیوند می‌دهد بنابراین سطح رضایتمندی زندگی بالا می‌رود.

در همین رابطه، یافته‌های تحقیق آذین و قایدگیوی (۱۳۹۶) را تأیید می‌کند که در پژوهش خود نتیجه گرفتند بین سرمایه اجتماعی و رضایت از زندگی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. از منظر کلمن سرمایه اجتماعی موجب تسهیل کنش‌های اجتماعی بین افراد می‌شود باتوجه به وجود سطح بالای سرمایه اجتماعی در بین سالمندان انتظار رضایت بیشتر از این گروه نیز بیهوده نیست. همچنین از دید فوکویاما سرمایه اجتماعی وجود مجموعه معینی از هنجارها یا ارزش‌های غیر رسمی است که اعضای گروهی که همکاری و تعاون میانشان مجاز است، در آن سهیم هستند. مشارکت در ارزش‌ها و هنجارها به خودی خود باعث تولید سرمایه اجتماعی نمی‌گردد، چرا که این ارزش‌ها و هنجارها ممکن است به هنجارها و ارزش‌های منتهی باشد.

نتایج این پژوهش با یافته پژوهش‌سان و همکاران (۲۰۲۰)، لئو و همکاران (۲۰۲۰)، هایمن و همکاران (۲۰۱۸) و هی و همکاران نیز همسو است که نشان دادند؛ بین سرمایه اجتماعی و رضایت از زندگی در میان سالمندان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. بورديو نیز معتقد است سرمایه اجتماعی محصول محصول سرمایه گذاری فردی اجتماعی برای تثبیت و بازتولید روابط مبتنی بر اعتماد و کارکردی است که به عینه در این پژوهش این مورد دیده شد.

از نتایج دیگر این تحقیق، متوجه شدیم، سبک زندگی بر رضایت از زندگی در بین سالمندان تاثیر مثبت دارد؛ در واقع سالمندانی که اغلب سبک زندگی سلامت محور نظیر ورزش کردن منظم و استفاده از غذاهای سالم، سطح رضایتمندی بیشتری دارند. از منظر بورديو، سرمایه



زیمل در این ارتباط معتقد است؛ سبک زندگی، تجسم تلاش انسان است برای یافتن ارزش‌های بنیادی یا به تعبیری فردیت برتر خود در فرهنگ عینیش و شناساندن آن به دیگران». به عبارت دیگر انسان برای معنای مورد نظر خود (فردیت برتر) شکل (صورت)‌های رفتاری‌ای را بر می‌گزیند.

این پژوهش به مانند سایر تحقیقات، دارای محدودیت‌هایی چون عدم اظهار نظر واقعی پاسخگویان به پرسشنامه‌ها، محدود بودن اجرای تحقیق در منطقه ۶ تهران، بدلیل هزینه زیاد تحقیقات گسترده‌تر بود. در نهایت، به برنامه‌ریزان و سیاستگذاران در حوزه رفاه رده سنی سالمندان، پیشنهاد می‌گردد که با توجه به رابطه مستقیم و معنادار سرمایه فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی و سبک زندگی با رضایتمندی سالمندان، از مؤسسات اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی جهت اجرای برنامه‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی برای رده سنی سالمندان حمایت نمایند، زیرا می‌تواند گامی مؤثر در این راستا تلقی شود. همچنین توصیه می‌شود، آموزش‌های لازم برای سبک زندگی و نیازمندی‌های این رده سنی به افراد جامعه داشته باشند. با توجه به اهمیت موضوع رضایتمندی سالمندان، لازم است در شوراهای سیاست‌گذاری‌های کلان اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، کارگروهی تخصصی با حضور متخصصان جامعه‌شناسی و سایر رشته‌های تخصصی تشکیل شود و تدابیر لازم جهت برنامه ریزی ویژه جهت رضایتمندی این رده سنی صورت بپذیرد.

اقتصادی یا ثروت مادی، در واقع قدرت پرداخت برای شکلی از سرمایه است که می‌تواند تبدیل به کالاهای مادی تبدیل شود. افراد با داشتن سرمایه اقتصادی می‌توانند کالاهای فرهنگی بیشتری را در اختیار داشته باشند و از امکانات تحصیلی و آموزشی بیشتری برخوردار شوند و از این طریق سرمایه فرهنگی خود را افزایش دهند. بدین طریق موقعیت افراد بر حسب حجم و نوع سرمایه آنها مشخص می‌شود و جایگاه آنان را ابتدا در خانواده و سپس در جامعه مشخص می‌سازد. این یافته، نتایج پژوهش کوچانی اصفهانی و همکاران (۱۳۹۸) و محمدی مهر و همکاران (۱۳۹۷) را تایید می‌کند. زیمل در این ارتباط معتقد است؛ سبک زندگی، تجسم تلاش انسان است برای یافتن ارزش‌های بنیادی یا به تعبیری فردیت برتر خود در فرهنگ عینیش و شناساندن آن به دیگران» است؛ در واقع سالمندانی که دارای سبک زندگی سلامت محور و معنی هستند نوعی هویت و عینیت جدید به زندگی خود می‌دهند که پیامد آن سطح رضایت بالاست.

همچنین نتایج این مطالعه، با یافته پژوهش دورقی و همایی (۱۳۹۵) همسو است که نشان دادند: بین متغیرهای سبک زندگی، امید به زندگی و معنای زندگی با رضایت از زندگی رابطه‌ی مثبت و معناداری وجود دارد. در یافته‌های همسوی دیگر نیز این یافته همسو با یافته‌های پژوهش ژوی و همکاران (۲۰۱۹)، وینتوا و همکاران (۲۰۱۶) و گو و وی (۲۰۱۶) است. از منظر بوردیو، سبک‌های زندگی محصول منش‌ها و خودمنش‌ها نیز تابعی از انواع تجربه‌ها و از جمله تجربه آموزش رسمی و الگوهای مصرف هستند.

منابع

- آذین، احمد و قایدگیوی، فرود (۱۳۹۶). بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و رضایت از زندگی (مطالعه موردی: شهروندان ۱۸ تا ۶۵ سال شهر یاسوج)، هشتمین کنفرانس بین‌المللی روانشناسی و علوم اجتماعی، تهران.
- حسینی، فائق (۱۳۷۸)، سبک زندگی، هویت و ارزش، سایت مرکز تحقیقات و مطالعات رسانه‌ای همشهری، فصلنامه پژوهش و سنجش، شماره ۱۴ و ۱۵.
- خالقی عباس آبادی، سمیرا و هاشمی رزینی، هادی (۱۳۹۶). رابطه ویژگی‌های شخصیتی کار آفرینانه با سرمایه اجتماعی و سرمایه روانشناختی مدیران اجرایی،
- دومین کنگره بین‌المللی علوم انسانی، مطالعات فرهنگی، تهران.
- خسروی، مهدیه؛ شیخی، سعید؛ ناظری بافقی، الهه‌السادات (۱۳۹۹). نقش جوانان به عنوان سرمایه‌های انسانی و نیروی کار در پیشرفت و توسعه کشور، سیزدهمین کنگره ملی پیشگامان پیشرفت، تهران، مرکز الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت.
- دهقان، کبری (۱۳۹۴). اثربخشی درمان مرور زندگی بر اضطراب مرگ و رضایت از زندگی زنان سالمند شهر تهران ۱۳۹۳ پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبائی.



با نقش میانجی فعالیت‌های کارآفرینانه، همایش ملی کارآفرینی در بستر فناوری اطلاعات، بابلسر، دانشگاه مازندران.

۱۳. قنادی، نیلوفر (۱۳۹۸). تأثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد مالی از طریق فعالیت‌های کارآفرینی در شرکت‌های شهرک صنعتی مبارکه، کنفرانس بین‌المللی مدیریت، حسابداری، اقتصاد و بانکداری در هزاره سوم، تهران، شرکت همایش آروین البرز.

۱۴. کلهری، شاهپور و مهدی حسین پور (۱۳۹۷). بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر گرایش کارآفرینی با در نظر گرفتن نقش واسطه‌ای قابلیت‌های دینامیک، دومین کنفرانس بین‌المللی تحولات نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری، تهران، موسسه آموزش عالی علامه خویی (ره) شرکت بین‌المللی کوش.

۱۵. گهرکبودی، علی و کیاکجوری، کریم (۱۳۹۶). بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد مالی شرکت‌های کشتیرانی با توجه به نقش تعدیل‌گری فعالیت‌های کارآفرینانه، دومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت و حسابداری، تهران.

۱۶. محمدی، اسفندیار و ملکشاهی نژاد، رائد و منصوری، خالق (۱۳۹۹). تأثیر سرمایه اجتماعی و فرهنگی بر توانمندسازی کارکنان (مورد مطالعه: کارکنان شهرداری ایلام)، همایش ملی بهبود و بازسازی سازمان و کسب و کار، تهران.

۱۷. محمودیان، حسین؛ کوششی، مجید؛ ترکشوند، محمد؛ رشوند، مرجان (۱۳۹۲). مطالعه ی تطبیقی ویژگی‌های اقتصادی اجتماعی و فرهنگی استان‌های کشور با تاکید بر شاخص‌های جمعیتی، تهران: سازمان ثبت احوال ایران.

۱۸. مزارعی، سیده مریم (۱۳۹۳). انسجام خانواده و سپردن سالمند به سرای سالمندان. پایان نامه کارشناسی‌ارشد. رشته علوم اجتماعی. دانشگاه علامه طباطبائی، دانشکده علوم اجتماعی.

19. Argon Koara (2014). The effects of social capital on financial and non financial innovation and performance. The catalyzing effect of corporate entrepreneurship. *Journal of Business Research* 88(20): 234-246.

20. Gu Y. and Wei H. (2016). Analysis of the relationship between lifestyle and life

۶. دورقی، خدیجه و همایی، رضوان (۱۳۹۵). بررسی رابطه‌ی سبک‌های زندگی، امید به زندگی و معنای زندگی با رضایت از زندگی در مددکاران بهزیستی شهرستان آبادان، اولین همایش بین‌المللی افق‌های نوین در علوم انسانی، تهران.

۷. رجیبی فرجاد، حاجیه و معدن کار، رزیتا (۱۳۹۸). تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی با نقش میانجی ظرفیت سازمانی (مورد مطالعه: شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد).

۸. رحمانی فیروزجاه، علی؛ فاطمه باقری جامخانه و سید حسن رسولی (۱۳۹۹). بررسی تاثیر سبک زندگی خانوارها بر میزان مصرف آب شهرستان ساری، چهارمین مجمع توسعه فناوری و کنفرانس بین‌المللی یافته‌های نوین عمران معماری و صنعت ساختمان ایران (Ircivil 2019)، تهران دانشکده فنی سالن شهید چمران، دبیرخانه دائمی کنفرانس.

۹. رویین تن، محبوبه؛ زارعی، آمنه (۱۳۹۸). کندوکاو پنداره‌های ذهنی دانشجویان ساکن در سراهای دانشجویی، از زندگی در سرا: مورد مطالعه دانشجویان دختر سرای فرزندگان دانشگاه بوعلی سینا، اولین همایش زندگی دانشجویی فرصت‌ها و آسیب‌ها با تاکید بر دانشجویان ساکن سراهای (خوابگاه‌های) دانشجویی، همدان، دانشگاه بوعلی سینا.

۱۰. سبحانی، اسرافیل (۱۳۹۹). اخلاق اجتماعی و سبک زندگی، هفتمین همایش ملی مطالعات و تحقیقات نوین در حوزه علوم انسانی، مدیریت و کارآفرینی ایران، بصورت الکترونیکی، مرکز مطالعات و تحقیقات علوم و فنون بنیادین در جامعه موسسه آموزش عالی آل طه.

۱۱. شایگانی، فاطمه؛ هنرور، بهنام (۱۳۹۶). کیفیت زندگی سالمندان مراجعه کننده به مراکز بهداشتی دولتی تحت پوشش نظام مراقبت‌های ادغام یافته سالمندی، شهر شیراز، دومین کنگره ملی روان شناسی و آسیب‌های روانی اجتماعی، چابهار، دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی زاهدان شورای هماهنگی ستاد مبارزه با مواد مخدر استانداری استان سیستان و بلوچستان سازمان منطقه آزاد تجاری صنعتی چابهار و سایر دستگاه‌های علمی و اجرایی استان.

۱۲. غیاث، مجید؛ الهام بیگی و پگاه اسدی اوف (۱۳۹۸). بررسی تأثیر سرمایه‌های اجتماعی بر عملکرد مالی سازمان

the moderating role of functional health, *Aging & Mental Health*.12(4): 132-145.

25. Murphy, Michael(2017). Demographic determinants of population aging in Europe since 1850. *Population and Development Review*, vol. 43, Issue No. 2, pp. 257-283.

26. Peng, Y., & Lin, T.(2018). Social capital and preventive care use among the elderly under Taiwan's National Health Insurance. *Archives of gerontology and geriatrics*, 75, 28-36.

27. Sun J, Xiao T, Lyu S, Zhao R.(2020). The Relationship between Social Capital and Depressive Symptoms among the Elderly in China: The Mediating Role of Life Satisfaction. *Risk Manage Health Policy*.13(3):205-213 .

28. Williams, Nick, Robert Huggins, Piers Thompson(2017). Social Capital and Entrepreneurship: Does the Relationship Hold in Deprived Urban Neighborhoods? *48(4)*. 8-28.

satisfaction using transparent and nonlinear parametric models," 2016 22nd International Conference on Automation and Computing(ICAC), Colchester. 7(6): 54-59.

21. Haimin Pan (2018). Social Capital and Life Satisfaction across Older Rural Chinese Groups: Does Age Matter? *Social Work*. 63(1):75-84.

22. HE, Xinyu & LEE, Sungkee & Lee, Sunwoo.(2017). Life Satisfaction and Social Capital of the Chinese Elderly. *Asian Journal of Human Services*. 13(12): 46-62.

23. Lang Richard, Fink Matthias(2019). Rural social entrepreneurship: The role of social capital within and across institutional levels. *Journal of Rural Studies*. 70.

24. Lu Nan., Spencer, Margaret., Sun, Qian., Vivian W. Q. Lou(2020) Family social capital and life satisfaction among older adults living alone in urban China:



تبیین فضای اخلاقی کنشگران دانشگاهی با تاکید بر نظریه

ساخت یابی گیدنز

* احسان رحمانی خلیلی

* گروه جامعه‌شناسی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی تهران، تهران، ایران ehsan5171@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۶/۱۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۸/۰۲

صص: ۱۳۸-۱۲۵

چکیده

فضای اخلاقی دانشگاه در نهادها و سازمان‌ها از دو منبع مهم سرچشمه می‌گیرد که شامل عوامل سازمان‌ها و ساخت سازمانی می‌باشد. گیدنز معتقد است ساختارها هم به دست کنشگران انسانی به وجود می‌آید و هم وسیله‌ای است که چنین کنشی به کمک آن صورت می‌گیرد. ساختارها را انسان ایجاد می‌کند. اما آنها هم کنش انسانی را محدود و امکان‌پذیر می‌سازند در این مقاله با رویکرد نظری گیدنز به تبیین نگرش دانشجویان در ایجاد فضای اخلاقی دانشگاهی پرداخته شد و اینکه ارزیابی از ساختار دانشگاه و عوامل دانشگاهی تا چه میزان در تبیین نگرش دانشجویان برای ایجاد فضای اخلاقی موثر است.

تحقیق حاضر از نوع تبیینی است و از لحاظ روش، یک تحقیق پیمایشی به حساب می‌آید. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی در سال ۱۴۰۰ می‌باشد. ابزار گردآوری داده‌ها در این تحقیق پرسشنامه محقق ساخته می‌باشد که پس از بررسی روایی و پایایی آن با تلفیق نمونه‌گیری خوشه‌ای و طبقه‌بندی نامتناسب و تعیین حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران، در بین ۳۸۱ نفر از دانشجویان مقاطع لیسانس و فوق‌لیسانس اجرا شده است. یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که متغیر ارزیابی از ساختار دانشگاه به طور مستقیم بر ایجاد فضای اخلاقی موثر است و ارزیابی از عوامل دانشگاهی بطور غیر مستقیم از مسیر ارزیابی از ساختار دانشگاه بر ایجاد فضای اخلاقی دانشگاهی در بین دانشجویان اثر می‌گذارد.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی، دانشگاه، توسعه، منابع انسانی، مدیریت.

نوع مقاله: علمی

۱- مقدمه

اخلاق در معنای کلی خود، ما را به در پیش گرفتن رفتار اخلاقی در قبال دیگری‌هایی که با آنها در ارتباط نزدیک و روزمره قرار داریم، یعنی افراد خانواده، خویشاوندان، همسایگان، همکاران و ...، امثالهم به میان می‌آید. اما ما وقتی از اخلاق شهروندی صحبت می‌کنیم منظورمان پابندی به قاعده‌طلابی فقط در مورد ارتباط با نزدیکان و افرادی که با آنها ارتباط واقعی و روزمره داریم نیست؛ بلکه پابندی به قاعده‌اخلاقی در قبال «یک دیگری»

در دنیای معاصر، سازمان‌ها در جوامع به عنوان عاملی در جهت رشد و توسعه تلقی می‌گردند و دانشگاه مهم‌ترین نهاد در مسیر توسعه است. بنابراین رعایت اخلاقیات در نهاد دانشگاهی می‌تواند موجب دسترسی به اهداف این نهاد مهم در جامعه گردد. در دو رویکرد متفاوت شکل‌گیری فضای اخلاقی در سازمانهای اجتماعی به ساختارها و عوامل بستگی دارد که به برخی از نظریه‌های جامعه‌شناختی در این زمینه اشاره می‌شود.



افزایش آن می‌تواند بسیاری از هزینه‌های مربوط به فعالیت‌های ذکر شده را کاهش و علاوه بر آن بهره‌وری سازمانی را افزایش دهد. از این رو، اخلاق‌مداری در بین گروه‌ها و واحدهای مختلف یک سازمان را می‌توان از مهمترین وظایف سازمانی دانست. هر سازمانی نیازمند ایجاد فضای اخلاقی در میان اعضای خویش است چرا که بدون ایجاد فضای اخلاقی تحقق اهداف سازمان بسیار دشوار خواهد بود و این کنش اخلاقی است که اعضای سازمان را مسئولیت‌پذیر می‌نماید.

چنانچه پیداست اخلاقیات در جامعه امروز، نقش پررنگی را بازی می‌کند و حضورش در عرصه‌های عمومی و خصوصی اهمیت ویژه‌ای دارد، بنابراین تحقیق و پژوهش در این باره نیاز اساسی هر جامعه‌ای است تا بنیان‌های اعتماد در آن جامعه تقویت شود و به سوی رشد و ترقی پیش رود. برای داشتن جامعه مدنی، انسجام اجتماعی، مشارکت مردمی و استفاده از ارتباطات گسترده جهانی، اعتماد اجتماعی و اخلاقیات حرف اول را می‌زند. بدون تردید بسیاری از مشکلات خرد و کلان جامعه به بحران‌های اخلاقی باز می‌گردد که در پیدا و پنهان روح و ذهن شهروندان راسخ شده است. به تعبیر دیگر، بسیاری از مشکلات در سطح فردی، خانواده‌ای، اجتماعی و بسیاری از ناهنجاری‌های جامعه ناشی از دور شدن انسان از فضائل انسانی است. امری که توجه موکد نخبگان و مصلحان را می‌طلبد.

از آنجاییکه در مباحث امروزی توسعه، یکی از شاخص‌های مهم مشارکت، اخلاقی رفتار کردن افراد با یکدیگر بوده لذا رعایت اخلاقیات هم به معنای راه توسعه و هم هدف توسعه مطرح می‌شود و خمیر مایه اصلی این توسعه، تعلیم و تربیت افراد جامعه است و دانشگاه به عنوان یکی از مراکز مهم تعلیم و تربیت در این موضوع نقش مهمی را بر عهده دارد. آنچه که موجب شده است این موضوع مورد توجه و انتخاب قرار گیرد اهمیت و جایگاه اخلاقیات در تعاملات علمی جامعه دانشگاهی است زیرا که در فضای دانشگاهی روابط بین افراد بیشتر غیررسمی است و اصل مهم در بسترسازی چنین روابطی رعایت اخلاقیات است. در این مقاله با هدف تبیینی و رویکرد نظری گیدنز به دنبال پاسخگویی به این سوالات می‌باشیم که: میزان نگرش دانشجویان از اخلاقی بودن فضای دانشگاه و ارزیابی‌شان از ساختار دانشگاه و عوامل دانشگاهی به چه میزان می‌باشد؟ و چگونه متغیرهای ارزیابی از ساختار

انتزاعی یافته و برساخته با عنوان شهروندان است، شهروندانی که ما به‌طور لزوما در زندگی روزمره خود با آنها در ارتباط قرار نداشته نمی‌گیریم یا تنها در ارتباطی گذرا و لحظه‌ای با آنها قرار می‌گیریم، اما به‌مثابه یک شهروند، خود را در قبال آنها مسئول احساس می‌کنیم و آن‌ها را از همان حقوقی برخوردار می‌دانیم که تلقی می‌کنیم آن حقوق را برای خودمان قائلیم. از این رو، برای پایبندی به اصول اخلاقی که به همان معنای کلی اخلاقی بودن است در قبال کسانی که با آنها در ارتباط و تعامل هستیم، معنا می‌یابد [۱]

در تبیین فضای اخلاقی دانشگاه می‌توان از نظریه ساخت یابی سود جست که محور اساسی در آن نحوه مشارکت ساختار و فاعلیت در پدیدآوری رویدادهای اجتماعی است. ساخت جهان فعلی، نتیجه مشارکت انسان‌ها از طریق تعامل کنش‌های آنان است که این کنش‌ها حاصل هنجارها و رفتارهای مشترک انسان‌هاست. اجزای این ساخت، مردم، گروه‌ها و خرده فرهنگ‌ها (عامل‌ها) هستند که از طریق نگرش‌ها و تنظیم روابط و کنش‌ها، دائماً شرایط و موقعیت‌های جدید و تصادفی به وجود می‌آورند. راه‌حل پیشنهادی گیدنز برای مسئله کنشگر - ساختار با تمرکز بر شیوه‌های عمل اجتماعی به دست می‌آید. او به سود آن چه «دوگانگی ساختار» می‌نامد استدلال می‌کند؛ به این معنا که ساختارها هم به دست کنشگران انسانی به وجود می‌آید و هم وسیله‌ای است که چنین کنشی به کمک آن صورت می‌گیرد. ساختارها را انسان ایجاد می‌کند. اما آنها هم کنش انسانی را محدود و امکان‌پذیر می‌سازند [۲]. او معتقد است که هر تحقیقی در علوم اجتماعی با کنش و یا ساخت سروکار دارد و هیچ معلوم نیست که ساخت، تعیین کننده کنش باشد یا بالعکس [۳]. بنابراین گیدنز، سعی می‌کند، تصویری از جامعه را حفظ کند، اما در عین حال، تأکید دارد که جامعه از طریق کنش انسانی تولید و بازتولید می‌شود [۴]. به عبارت دیگر ساختار و عاملیت هر دو در ایجاد فضای اخلاقی دانشگاه نقش مهمی را ایفا می‌کنند. با این رویکرد فضای اخلاقی دانشگاه در نهادها و سازمان‌ها از دو منبع مهم سر چشمه می‌گیرد که شامل عاملان سازمان‌ها و ساخت سازمانی می‌باشد. فضای اخلاقی سهم مهمی در فرایندهای سازمانی نظیر عقد قراردادهای، انجام مذاکرات و نظارت مستمر بر عملکرد واحدها دارد و تلاش در جهت

آموزشی، محدودیت زمانی و سنگینی دروس، سیاست‌های پذیرش دانشجو، حرفه‌مندی اساتید، و فشار خانواده، سبب شکل‌گیری مقوله محوری "جهت‌گیری هدف عملکردی" شده است. همچنین ویژگی‌های زمینه‌ای (همچون محیط فیزیکی، جو کلاس و دانشگاه، فناوری، نظارت و برخورد) و شرایط محیطی (محیط فرهنگی- اجتماعی، محیط سیاسی، و محیط سیاست‌گذاری)، زمینه بروز واکنش‌های غیراخلاقی دانشجویان را همچون تقلب در امتحان، بی‌صدافتی در انجام تکالیف، سرقت علمی و بی‌صدافتی در پژوهش فراهم ساخته است که منتج به اخلاق در توسعه فردی، توسعه اجتماعی و توسعه دانشگاهی شده است. در نهایت می‌توان ادعان داشت که پدیده بی‌صدافتی تحصیلی، ریشه در جهت‌گیری هدف فرد دارد عوامل متعدد محیطی و فردی می‌توانند آن را دستخوش تغییر سازند، لذا تلاش جامع و همه‌جانبه در جهت اصلاح آن ضروری به نظر می‌رسد [۷]. زلفی گل در مقاله خود با عنوان "طرح رصد: پویش، پویش و پالایش آموزش پژوهش و فناوری" به این نتیجه می‌رسد که مهمترین عامل پیشران برای هدایت یک جامعه به سمت دانائی، توانائی، فرهیختگی و توسعه همه جانبه، علم و دانش می باشد. کم‌توجهی و بی‌مهری به دانش و دانشمندان، پژوهش و پژوهشگران و فرهیختگی و فرهیختگان هر جامعه‌ای توسط صدا و سیمای آن کشور، نوعی فرصت‌سوزی بوده و برعکس معرفی الگوهای علمی در کنار سایر الگوها به جامعه یک نوع فرصت‌سازی می‌باشد. عمومی‌سازی دانش‌ها و فناوری‌های نوین و آگاه‌سازی شهروندان با آنها، به نوعی فرهنگ‌سازی نیز می‌باشد. زیرا علم و تکنولوژی جدید همراه با خود فرهنگ‌های نوین را به ارمغان می‌آورد. از طرف دیگر نظارت عمومی بر فرآیند تولید علم، فناوری و نوآوری یک ضرورت هست. زیرا تمایز علم از شبه علم و رعایت اصول و اخلاق علمی توسط دانشمندان، دانش‌پژوهان، پژوهشگران و اندیشمندان با نظارت عمومی و همگانی کم‌هزینه‌تر و دقیق‌تر صورت می‌پذیرد. در این راستا طرح رصد، جهت بررسی مستمر وضعیت سیستم و نظام آموزش، پژوهش، علم، نوآوری و فناوری کشور ارائه می‌گردد. بهره‌گیری از پتانسیل و توان انجمن‌های علمی مصوب کشور در راستای آموزش‌های غیر رسمی و مادام‌العمر و اجرای موفق طرح رصد توصیه می‌گردد [۸]. و یافته‌های خلفی و همکاران

دانشگاه و عاملان دانشگاه بر ایجاد فضای اخلاقی دانشجویان موثرند؟

- نتایج مقاله اشتری مهرجردی با عنوان "تبیین عوامل موثر بر اخلاق دانشگاهی جامعه دانشگاهی محقق اردبیلی" نشان می‌دهد که میزان اخلاق کار برحسب وضع تأهل تفاوت معنی‌داری داشته و مقدار آن در میان گروه متأهل (۱،۸) بیش از سایرین سطح اخلاق کار برحسب سطح تحصیلات تفاوت می‌پذیرد و مقدار آن در میان گروه دارای سطح تحصیلات دکتری (۲،۱) نسبت به سایر گروه‌های تحصیلی بیشتر است. سطح اخلاق کار برحسب نوع شغل تفاوت می‌پذیرد و مقدار آن در میان گروه شغلی هیئت‌علمی (۲،۶) و دانشجویان (۲،۲) نسبت به سایر گروه‌های شغلی بیشتر است. سطح اخلاق کار برحسب نوع طبقه تفاوت می‌پذیرد و مقدار آن در میان طبقه بالا (۳،۱) بیشتر از طبقه متوسط و پایین است. نتایج نشان می‌دهد که بین رضایت شغلی (۰،۳۵)؛ استرس شغلی (۰،۳۱)؛ فرسودگی شغلی (۰،۳۴)؛ تعهد سازمانی (۰،۵۶)؛ هویت سازمانی (۰،۳۰) و باورهای مذهبی (۰،۲۸) رابطه معنادار با اخلاق کار وجود دارد. نتایج رگرسیون نشان می‌دهد که ضریب همبستگی چندگانه برابر با ۰،۶۰۱؛ ضریب تبیین برابر با ۰،۵۳۲ و ضریب تبیین تصحیح‌شده برابر با ۰،۴۸۳ است [۵]. همچنین یافته‌های مقاله شقاقی با عنوان "اثرات متقابل کلان ساختارهای اجتماعی در پدیده سرقت علمی (مطالعه موردی ایران)" نشان می‌دهد که سرمایه‌داری دولتی (اقتصاد رانتی، تخصص‌زدودگی و کالایی‌شدن دانش) و رسوبات فرهنگی (گفتمان‌های سنتی و علم ایدئولوژیک) به‌عنوان ورودی‌های سیستم اجتماعی-تکنیکی دانشگاه، منجر به فرایندهایی چون صورت‌گرایی پژوهشی (پژوهش ماشینی و غلبه وجه خطایی) و آموزش غیرانتقادی (نگاه آموزشی به پژوهش) می‌شود، و خروجی آن ورودی‌ها و این فرایندها، بی‌تفاوتی (مبادله فاسد) و دانشگاه دیوان‌سالار (ارزیابی ایستا و ضعف کنترل) است. فرض دو تأیید شد و نشان داده شد که متغیرهای اقتصادی، اثر بیشتری نسبت به بقیه متغیرها دارند. فرض سه نیز رد شد و معلوم گردید که عامل «عادت‌واره مدرسی» (اشرافیت علمی و تک‌افتادگی) متغیر میانجی مهم‌تری است [۶]. نتایج تحقیق اکبری خودلان و همکاران نشان می‌دهد که کاربردی بودن دروس، ویژگی‌های فردی، پیشینه

ساختارهای اخلاقی خاص خود را می‌طلبند و برای حفظ انسجام خود به چنین مفهومی نیازمند است. در اینجا امر اخلاقی با امر مدرن گره می‌خورد، به گونه‌ای که همه منابع فلسفی و دینی اخلاق می‌توانند در بازسازی اخلاق مدرن یا اخلاق مدنی به کار آید. در عین حال باید بگوییم که هیچ کدام به تنهایی منبع تعریف اخلاق مدرن محسوب نمی‌شوند.

دورکیم حیات فکری خود را با تلاش در بنیاد نهادن یک «علم اخلاقی» آغاز کرد. او معتقد بود اخلاق اساس همبستگی اجتماعی است و اخلاق دینی و سنتی را مبنای همبستگی مکانیکی و اخلاق اجتماعی و مدنی، را اساس همبستگی ارگانیکی می‌داند. دورکیم به نسبت میان «امر مدرن» و «امر اخلاقی» توجه کرده است. «در تلقی دورکیمی، امر مدرن در شکل خاص همبستگی اجتماعی مشخص می‌شود.» [۱۲]. دغدغه دورکیم نشان دادن این موضوع بود که در حالی که توسعه تقسیم‌کار، بنیان جدید و قوی‌تری برای همبستگی اجتماعی به وجود می‌آورد، ولی ممکن است که در قالب شکل‌های نابهنجار خود را متجلی سازد؛ به عبارت دیگر، فرسایش اخلاقیات جمعی ناشی از تقسیم‌کار ممکن است در شرایط ویژه‌ای به انسجام ارگانیکی جدیدی بر اساس به هم‌وابستگی منجر نشود و نوعی آشفتگی اخلاقی یا آنومی را پدید آورد. در جایی که آنومی رخ دهد (یعنی در وضعیتی که تقسیم‌کار به اندازه کافی به عنوان پایه زندگی اجتماعی نهادینه نشده)، هم‌بستگی اخلاقی جامعه خود در معرض تهدید قرار می‌گیرد، و به نظر دورکیم همین موضوع تبیین‌کننده مشکل جوامع پیشرفته در زمان اوست.

به نظر زتومکا وجود شرایط ساختاری مداوم که اعتماد را تقویت می‌کند، سنت مستحکمتری از اعتماد را به وجود می‌آورد و فقدان درازمدت بافت مولد اعتماد نیز موجب شکل‌گیری سنت بی‌اعتمادی ریشه‌دار می‌گردد و هر دو سنت دارای ویژگی‌های خاصی هستند که قادر به پشت سر گذاشتن شرایطی که خاستگاه و مولد آنها بوده، هستند و همچنین می‌توانند علی‌رغم تغییر ساختاری زمینه‌ای باقی بمانند [۱۳] و این امر موجب گسترش رعایت نکردن اخلاقیات در فضای سازمانی باشد.

زتومکا عوامل ساختاری موثر در فرهنگ اعتماد که موجب تقویت رعایت اخلاقیات می‌شود را به شرح ذیل معرفی می‌کند:

نشان می‌دهد که بین سطح نظری و رفتاری ارزش‌های اخلاق علمی دانشجویان تعارض وجود دارد، که ۵۴/۵۹ درصد آنان دارای تعارض بیش از ۵۰ درصد و ۴۵/۴۰ درصد، دارای انطباق نسبی بیش از ۵۰ درصد هستند. این تعارض و انطباق نسبی در اخلاق علمی دارای روابط معناداری با عوامل مختلف از جمله: درجه باورهای مذهبی، آگاهی، معرفت و رتبه علمی، نوع رشته تحصیلی، عاقبت‌اندیشی، توجه به نتایج و پیامد رفتاری، احساس مسئولیت در انجام درست وظایف تعیین شده دانشجویی، انتظار کسب رتبه علمی مطابق با تلاش علمی، ارتقای مراحل تحصیلی، پایگاه اقتصادی، مذهبی و علمی پدر و مادر، پایگاه اقتصادی، مذهبی و علمی خود دانشجویان و چگونگی روابط و مناسبات اجتماعی و اجماع آنان با اساتید است [۹]. یافته‌های تحقیق خلفی نشان می‌دهد که رابطه‌های معنی‌داری بین مولفه‌های مختلف اخلاق شهروندی با درآمد، رتبه شغلی، تعلق طبقاتی، سطح تحصیلات، وضعیت اخلاقی و فرهنگی خانواده، میزان اعتقادات مذهبی، نوع دانشگاه و دانشکده، نوع وسایل ارتباط جمعی مورد استفاده، نوع جنسیت، موقعیت اقتصادی، فرهنگی، علمی، سیاسی و اجتماعی خانواده، میزان دسترسی به منابع علمی، فرهنگی و ... وجود دارند [۱۰]. همچنین یافته‌های تحقیق طهماسبی فرد نشان می‌دهد که متغیر تحصیلات به عنوان متغیر زمینه‌ای در تحقیق حاضر بیشترین تأثیرگذاری بر میزان پایبندی به اخلاق شهروندی داشته است و افراد تحصیلکرده که از آموزش عالی نیز برخوردار بوده‌اند نسبت به اخلاق شهروندی پایبندی بالاتری نشان داده‌اند. در رابطه با متغیر منزلت شغلی، هرچه از نظر افراد شغلشان دارای پرستیژ و منزلت بالاتری باشد پایبندی آنها به اخلاق شهروندی بیشتر است و بالعکس. و نهایتاً افرادی که متعلق به طبقه بالا می‌باشند و پایگاه اجتماعی اقتصادی بالایی دارند بیشترین پایبندی را به اخلاق شهروندی دارند [۱۱].

۲- ادبیات نظری

اخلاق، مفهوم عامی است که در مکاتب فلسفی، نظریه‌های مختلف و مذاهب گوناگون به طور مبسوط مطرح شده است. اما اخلاق اجتماعی به معنایی که مدنظر ماست مختص جامعه جدید است. به عبارتی، جامعه مدرن



بنابراین، ارزیابی فرد از ویژگی‌های ساختار و عاملان نهادها بر اعتماد اجتماعی مؤثر است [۱۴]. که ره آورد مهم آن ایجاد فضای اخلاقی برای کنشگران خواهد بود. در سازمان‌ها اخلاقی رفتار کردن کارکنان می‌تواند در برابر انحرافات از کارهای روزمره از فرد محافظت کند و استقلال و توانایی فرد را افزایش دهد. اعتمادسازی از سوی مدیران در جهت نیل به ایجاد همبستگی و در نهایت افزایش تعهد کار، کسب ویژگی‌ها و صفات خاص یا توانمندی‌های مدیریتی و همچنین بینش‌ها و نگرش‌های مدیران است که برخورداری نسبتاً مطلوب از این ویژگی‌ها، فرد را به اعمال مدیریت مؤثر در سازمان و تحقق بهتر و سریعتر اهداف سازمانی یاری می‌دهد، مدیریت مشارکتی، مسئولیت‌پذیری، شناخت کارکنان، اعتماد به کارکنان، دخالت در امر تصمیم‌گیری، پذیرش پیشنهادات و اجرای آنها، ایجاد تعادل، علاقه به کارکنان و مهمتر از همه صداقت از ویژگی‌ها و خصوصیات مهم در امر اعتمادسازی مدیران به شمار می‌آید [۱۵]. بنابراین ویژگی‌های مدیران و کارکنان نهادها و سازمان‌ها بر اخلاقی رفتار کردن کنشگران مؤثر است.

اطاعت از قوانین علاوه بر الزامات ناشی از قوانین و میزان تعارض آن با منافع دیگران، به میزان توانایی مدیران در استفاده صحیح و عادلانه از قدرت خود و مقاومت آنان در برابر وسوسه‌های فرصت‌طلبی نیز بستگی دارد [۱۶]؛ [۱۷]. رهبران و مدیرانی که عملکردی منصفانه و بی‌طرفانه دارند نیز به تعمیم اخلاقی رفتار کردن کمک می‌کنند. برابری در مقابل قانون و مساوات در مشارکت. بی‌طرفی و بی‌تفاوتی در برابر تفاوت‌های افراد برای گسترش اخلاقیات ضروری است. ناتوانی هر نهاد و سازمان در رعایت هر یک از این معیارها دلیل اصلی اخلاق‌مدار نبودن مردم از کل نهاد و یا کارکنان از سازمان است. البته این بی‌اخلاقی‌ها منجر به بدبینی نسبت به نهاد یا سازمان می‌گردد.

اعتماد به مدیران و رهبران و کارکنان بر اساس اعتبار و شهرت اخلاقی آنهاست که از عوامل اعتمادساز برای افراد به شمار می‌آید. آنان از نظر حقیقت‌گویی، وفای به عهد، انصاف و همبستگی؛ سابقه بی‌عیب و نقصی را فراهم می‌کنند که دلایل شک و بی‌اعتمادی را از بین می‌برند و لذا کارکنان به همکاری و مشارکت گرایش پیدا می‌کنند و

الف - قطعیت هنجارین (و نقطه مقابل آن بی‌نظمی و بی‌سامانی هنجارین)؛ ب - شفافیت سازمان اجتماعی (و نقطه مقابل آن ابهام و تیرگی)؛ ج - ثبات نظم اجتماعی؛ د - پاسخگویی قدرت؛ ه - اجرای حقوق و تعهدات (و نقطه مقابل آن ناتوانی و درماندگی)؛ و - اعمال وظایف و مسئولیت‌ها (و نقطه مقابل آن آسان‌گیری)؛ ز - تضمین شأن، اصالت و استقلال تک‌تک اعضای جامعه. همچنین نظریه نهادی رزستین و استول^۱ (۲۰۰۸)، بر عامل نهادها و تأثیر آن بر اعتماد اجتماعی تأکید می‌کند. این نظریه بیان می‌کند که اگر افراد بدانند نهادها مختلف به ویژه نهادهای حقیقی و انتظامی، به طور منصفانه و کارآمد عمل می‌کنند، می‌توانند باور کنند که شانس فرار افراد قانون‌شکن و غیرقابل اعتماد از چنگال قانون کم است. در نتیجه شهروندان به این نتیجه می‌رسند که مردم دلیل خوبی برای اجتناب از اینگونه رفتارها دارند و از این رو قابل اعتماد نیز هستند. وجود فساد، رشوه‌خواری، خودرأیی، سوگیری غیرعادلانه نهادهای بر اعتماد افراد نسبت به کارآمدی نهادها و عدالت آنها تأثیر می‌گذارد. رزستین و استول، چهار مکانیسم علی تبیین ویژگی‌های نهادی و اعتماد تعمیم‌یافته که در تقویت اخلاقیات مؤثر است را به صورت زیر مشخص می‌کنند:

الف) عدالت و کارآمدی نهادی بر احساس امنیت اجتماعی فرد تأثیر می‌گذارد.

ب) عدالت و کارآمدی نهادها، تعیین‌کننده برداشت فرد نسبت به حافظان منافع عمومی است.

ج) عدالت و کارآمدی نهادها، نگرش نسبت به رفتار شهروندان را شکل می‌دهد.

د) نهادها ممکن است موجب تجربه تبعیض و بی‌عدالتی در شهروندان به هنگام تماس مستقیم با آنها شوند. به عنوان مثال نهادهای فاسد و ناعادل، موجب تجربه تبعیض و بی‌عدالتی می‌شوند که این به نوبه خود تأثیر منفی بر اعتماد تعمیم‌یافته و اخلاقیات دارد. مفهوم اصلی این نظریه، عملکرد نهادهاست که دو وجه اصلی دارند: عدالت و کارآمدی. بنابراین مفهوم عملکرد نهادی، در مدل مفهومی از نظریه نهادی اعتماد، اتخاذ شده است. این مفهوم دو وجه دارد: عدالت نهادی و کارآمدی نهادی.

1. Rothstein & stole

دهنده نیز هست. او بر این باور است که تئوریهایی کلان (ساختارگرا) متوجه عینیت اجتماعی و تئوریهایی خرد متوجه ذهنیت هستند؛ در حالی که تئوری ساختاری، محصول دیالکتیک این دو یعنی عاملیت و ساختار است. و از این رو به دنبال تقدم یکی بر دیگری، نیست. او توانایی کنشگر را به رسمیت می‌شناسد و این زمانی، صادق است که آنها را بر پایه ساخت دوگانه، بررسی کنیم. از اینرو ساخت اجتماعی، هم وسیله و هم برآیند اعمالی است که به طور ناخواسته، نظام اجتماعی را می‌سازد [۱۹]. در این مقاله با رویکرد نظری گیدنز به تبیین اخلاق دانشجویان در فضای دانشگاهی پرداخته می‌شود که بر این اساس فرضیه‌های مقاله عبارتند از:

فرضیه اول: به نظر می‌رسد فضای اخلاقی دانشگاه با متغیرهای ارزیابی از ساختار دانشگاه و عاملان دانشگاهی رابطه معناداری دارد.

فرضیه دوم: به نظر می‌رسد متغیر ارزیابی از عاملان دانشگاهی در حضور متغیر ارزیابی از ساختار دانشگاه بر فضای اخلاقی دانشگاه رابطه معناداری دارد.

فرضیه علی تحقیق: به نظر می‌رسد متغیر ارزیابی از عاملان دانشگاهی از طریق متغیر ارزیابی از ساختار دانشگاه بر فضای اخلاقی دانشگاه موثر است.

۳- روش تحقیق

تحقیق حاضر از نوع توصیفی- علی است که به دنبال تبیین فضای اخلاقی دانشگاه از نگاه دانشجویان است و دیگر از لحاظ روش، یک تحقیق پیمایشی به حساب می‌آید و واحد تحلیل آن دانشجویان دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی می‌باشند. از لحاظ معیار زمان یک تحقیق مقطعی است، که در یک زمان صورت گرفته و واقعیت را در یک برهه از زمان در سال ۱۴۰۰ بررسی می‌کند و در نهایت با توجه به این که به دنبال شناخت و کمک به حل یک مسئله اجتماعی است. در دسته تحقیقات کاربردی قرار می‌گیرد.

جامعه آماری تحقیق حاضر شامل کلیه دانشجویان دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی در سال ۱۴۰۰ می‌باشند. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه است. برای محاسبه حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده گردید. محاسبه حجم نمونه با این فرمول نیازمند آماره‌های مختلفی از جمله واریانس متغیر اصلی تحقیق (متغیر وابسته) می‌باشد که

تعلقات آنها به سازمان، میزان وفاداری و در نهایت تعهد کاری افزایش می‌یابد [۱۸].

ماهیت نهادهای مدرن عمیقاً وابسته به مکانیسم‌های اعتماد به نظام‌های انتزاعی، به ویژه نظام‌های تخصصی است. گیدنز اهمیت نظام‌های تخصصی در جوامع مدرن را تا حدی می‌داند که جدایی فرد از آنها جز در دوره‌های کوتاه مدت امکان‌پذیر نیست. اعتماد به نظام‌های انتزاعی از نظر او مستلزم اطمینان به اعتمادپذیری افراد خاصی که نظام را اداره می‌کنند و اعتماد به دانش و مهارت‌های آنها می‌باشد. البته گیدنز معتقد است در اعتماد به نظام‌های تخصصی عملکرد واقعی آنها مهم نیست، بلکه درک افراد از کارکرد شایسته آنها مهم می‌باشد. در جوامع مدرن به دلیل جدایی زمانی و مکانی و عدم امکان ملاقات‌های رو در رو، نقاط تماس و دسترسی افراد برای کسب اطلاعات لازم (خصوصاً در دوران آموزش مجازی) برای اعتماد و رعایت اخلاقیات نقش بسیار مهمی در ایجاد آن بازی می‌کند [۱۹].

گیدنز در نظریه ساختاری، تلاش می‌کند، تا موضوع دوگانگی، بین عاملیت و ساختار را حل کند. وی سعی می‌کند، با نگاهی دیگر، آنها را مورد بررسی قرار دهد. او ابتدا از دو ایده در مورد ساخت و عاملیت که یکی، شیوه اندیشیدن درباره ساخت و دیگری اینکه عاملیت تنها محصور در درون فرد است، فاصله می‌گیرد و سپس به جای آن عاملیت را جریان کنشهای مردم تلقی می‌کند و آنها را به خود آگاهی آنان مرتبط می‌سازد [۲۰]. او در نظریه ساختاری به دنبال غلبه بر معضل پارسونزی کنش و نظام است، منتها وی در این زمینه از دو واژه عاملیت و ساختار استفاده می‌کند. منظور او از عاملیت دقیقاً از همان معنایی که پارسونز در نظر دارد، فراتر می‌رود و بیش از پارسونز، برای آن اختیار عمل قایل است. گیدنز، عاملیت را مساوی با فرایند مداخله در جریان رویدادهای انسانی می‌داند. به عقیده وی، عاملیت با نیت‌های کنشگران، کاری ندارد، بلکه با آن چیزهایی سر و کار دارد که کنشگران در عمل انجام می‌دهند، چیزی که می‌توان، آن را کردارهای اجتماعی نامید [۲۱]. او ضمن قبول الزام در جهان، ادعا دارد که این الزام به آن معنا نیست که کنشگران، قدرت هیچ‌گونه گزینشی را ندارند. از سوی دیگر، ساختار هم این گونه است. به نظر او ساختار اجتماعی، نه فقط محدود کننده نیست، بلکه اختیار

گرفته‌اند که در نهایت با ۱۰ گویه با طیف لیکرت پنج مقوله‌ای بصورت خیلی کم، کم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد سنجش شده است. در این جا نکته مهمی که باید مورد توجه قرار گیرد این است که متغیرهایی که ما درباره آنها بحث می‌کنیم ممکن است با هم تداخل داشته باشند و یا تکیه گاه یکدیگر باشند. با همه این تفاسیر، به نظر می‌رسد که متغیرها (معرف‌ها)ی فوق فضای مفهومی اخلاق دانشگاهی دانشجویان را در بر می‌گیرند و همه آنها بر روی هم چیزی را تشکیل می‌دهند که فضای اخلاقی دانشگاه از نگاه دانشجویان خوانده می‌شود.

این مقدار را حداکثر مقدار آن ۰/۵ انتخاب کرده‌ایم. در این تحقیق جهت اطمینان ۱۰ درصد بیش از حجم نمونه برآورد شده انتخاب شد که پس از حذف پرسشنامه‌های ناقص و داده‌های پرت این تعداد به ۳۸۱ رسید. انتخاب نمونه با تلفیق نمونه‌گیری خوشه‌ای و طبقه‌بندی نامتناسب صورت گرفته است. در نمونه‌گیری حاضر دانشکده‌ها به عنوان طبقه در نظر گرفته شد لذا سهم هر دانشکده در نمونه، نامتناسب با سهم آن در جامعه آماری می‌باشد. تعریف عملیاتی متغیر وابسته تحقیق (فضای اخلاقی دانشگاه): در مقاله حاضر برای سنجش فضای اخلاقی دانشگاه، دو معرف نگرشی و عملی مورد استفاده قرار

جدول ۱. تعریف عملیاتی متغیر فضای اخلاقی دانشگاه (متغیر وابسته)

متغیر	گویه‌ها
فضای اخلاقی دانشگاه	راستگویی در فضای دانشگاهی وجود دارد.
	وفای به عهد در فضای دانشگاهی وجود دارد.
	انصاف در فضای دانشگاهی وجود دارد.
	گذشت و فداکاری در فضای دانشگاهی وجود دارد.
	شجاعت در حقیقت گویی در فضای دانشگاهی وجود دارد.
عملی	اطرافیان خود را در دانشگاه صادق ارزیابی می‌کنم.
	در مواقع ضروری در انجام وظایف دیگران با آنها همکاری می‌کنم.
	مسئولین در گفتار و کردار خود صادق هستند.
	مطرح کردن مشکلات به مسئولین می‌تواند در حل آنها کمک کند.
	در برگزاری همایش‌ها و نمایشگاه‌ها در دانشگاه، بدون چشم داشتی همکاری می‌کنم.

با ۸ گویه با طیف لیکرت پنج مقوله ای بصورت خیلی کم، کم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد سنجش شده است.

تعریف عملیاتی متغیرهای مستقل تحقیق :
ارزیابی از ساختار دانشگاه: از دو بعد ضوابط و قوانین و عدالت نهادی دانشگاه تشکیل شده است که در نهایت

جدول ۲. تعریف عملیاتی متغیر ارزیابی از ساختار دانشگاه (متغیر واسط)

متغیر	گویه‌ها
ضوابط و قوانین	دانشگاه از ضوابط و قوانین مناسبی برخوردار است.
	دستگاه‌های نظارت و بازرسی دانشگاه دقیق است.
	در دانشگاه پاسخگویی به ارباب رجوع در اسرع وقت انجام می‌شود.
عدالت نهادی	دانشگاه در نگهداری پرونده‌های آموزشی و یا کاری، دقت نظر کامل وجود دارد.
	هرگاه در اموری نیاز به مشورت باشد، به راحتی می‌توان با مسئولین صحبت کرد.
	مسئولین دانشگاه در قبال مسئولیت‌های دانشگاهی خود پاسخگو می‌باشند
	در دانشگاه برای ابراز عقاید خود احساس امنیت می‌کنم.
	زمانی که در دانشگاه حضور دارم نگرانی‌های شغلی و یا تحصیلی ندارم.

نهایت با ۷ گویه با طیف لیکرت پنج مقوله ای بصورت خیلی کم، کم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد سنجش شده است.

ارزیابی از عوامل دانشگاهی: از دو بعد کارکنان، مسئولان و مدیران دانشگاه تشکیل شده است که در

جدول ۳. تعریف عملیاتی متغیر ارزیابی از عواملان دانشگاهی (متغیر مستقل)

متغیر	گویه ها
ارزیابی از عواملان دانشگاهی (عملیت)	کارکنان
	کارکنان دانشگاه از مهارت لازم برخوردار می باشند.
	اساتید دانشگاه دارای تجربه و تخصص لازم می باشند.
	کارکنان دانشگاه از احساس وظیفه و دلسوزی در کار برخوردارند.
	مسئولین
	سعی مسئولین دانشگاه، تأمین منافع همه است؛ نه منافع افراد خاص.
و مدیران	انتقادپذیری مسئولین و مدیران دانشگاه بالا است.
	تجربه کاری مسئولین و مدیران بالا است.
	ریاست دانشگاه باید در امور مهم با همکاران و دانشجویان همفکری کند.



مدل نظری تحقیق

است که در راستای پاسخگویی به سوالات و فرضیات تحقیق می‌باشد:

نتایج آمار توصیفی نشان می‌دهد که بیشترین تعداد دانشجویان در بررسی حاضر با ۶۳ درصد زنان می‌باشند و به نوعی می‌تواند اشاره به نسبت جنسیتی دانشجویان در دانشگاه‌های ایران داشته باشد. همچنین بیشتر دانشجویان مجرد و بیکار به ترتیب ۸۰٫۶ و ۷۲٫۲ درصد می‌باشند. در این بررسی بیشتر تمرکز به دانشجویان کارشناسی و ارشد بوده تا سن و تجربه تاثیر کمتری از ذهنیت افراد در ایجاد فضای اخلاقی داشته باشد و با ارزیابی که از ساختار و عواملان دانشگاهی دارند نگرش آنها به چگونگی ایجاد فضای اخلاقی مورد بررسی قرار گیرد.

بررسی فرضیه اول: به نظر می‌رسد فضای اخلاقی دانشگاه با متغیرهای ارزیابی از ساختار دانشگاه و ارزیابی از عواملان دانشگاهی رابطه معنادار دارد.

اعتبار^۱ و قابلیت اعتماد^۲ جهت بررسی اعتبار ازشیوه توافق داوران استفاده شد و ضمن مشورت با اساتید مجرب از پیشنهادات ایشان در جهت رفع ایرادات مربوط به تعاریف مفاهیم اصلی تحقیق و سوالات مربوط به سنجش آنها، استفاده شده است. برای سنجش میزان قابلیت اعتماد از روش آزمون آلفای کرونباخ استفاده شده است. که پرسشنامه در یک تحقیق مقدماتی با حجم نمونه‌ای معادل ۳۰ نفر از دانشجویان دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی که به صورت تصادفی انتخاب شدند، صورت گرفت. نتایج آزمون آلفای کرونباخ گویای این مطلب بود که پرسشنامه سنجش میزان فضای اخلاقی و متغیرهای مستقل از قابلیت اعتماد مطلوبی برخوردار است که میزان آلفای متغیر فضای اخلاقی دانشگاه ۰/۷۸، ارزیابی از عواملان دانشگاهی ۰/۸۴ و متغیر ارزیابی از ساختار دانشگاه ۰/۸۱ می‌باشد. که در مجموع آلفای تمام متغیرها در علوم انسانی مقدار مناسبی می‌باشد.

۴- یافته‌های تحقیق

یافته‌های مقاله در دوبرخش توصیفی و استنباطی آمده

2.Validity

3.Reliability

رابطه ارزیابی از عاملان دانشگاه با فضای اخلاقی دانشگاه در حضور متغیر ارزیابی از ساختار دانشگاه معنادار گردیده بود. بررسی فرضیه دوم به روش رگرسیون چند متغیره گام به گام پیش‌رونده:

جدول شماره ۶. ضرایب رگرسیونی مربوط به مدل‌های

پیش‌بینی شده

Sig.	Beta (بتا)	B ضریب تاثیر	متغیرهای رگرسیونی	ضریب تعیین (R2)
۰,۰۰۰		۱۰,۸۸۳	(Constant) مقدار ثابت	۰,۴۰۹
۰,۰۰۰	۰,۶۴۰	۰,۷۲۲	ارزیابی از ساختار دانشگاه	

همانطور که در رابطه تک تک متغیرها بررسی شد، متغیرهای مستقل بر متغیر فضای اخلاقی دانشگاه رابطه داشته‌اند ولی در رگرسیون چند متغیره اثرات متغیرها در کنار یکدیگر بر فضای اخلاقی دانشگاه نیز بررسی می‌شود. از آنجایی که در روش گام به گام پیش‌رونده فقط متغیر مستقل موثر بر وابسته وارد مدل می‌شود در جدول بالا تنها متغیر اثرگذار ارزیابی از ساختار دانشگاه بوده است. با استفاده از ضرایب استاندارد نشده معادله خطی رگرسیون پیش‌بینی را می‌توان بصورت زیر نوشت:

$$y = 10.883 + 0.64(\text{ارزیابی از ساختار دانشگاه})$$

مقدار ثابت یا عرض از مبدا برابر با ۱۰,۸۸۳ می‌باشد. با توجه به ضرایب تاثیر متغیرهای فوق، به ازای تغییر متغیر ارزیابی از ساختار دانشگاه به میزان ۰/۶۴ انحراف معیار متغیر فضای اخلاقی دانشگاه به میزان یک واحد افزایش می‌یابد.

تحلیل مسیر

جهت بررسی فرضیه علی مقاله که عبارت است از: به نظر می‌رسد متغیر ارزیابی از عاملان دانشگاهی از طریق متغیر ارزیابی از ساختار دانشگاه بر فضای اخلاقی دانشگاه موثر است، از روش تحلیل مسیر استفاده شده است.

در حوزه مطالعات اجتماعی و اقتصادی روش‌های تحلیل چند متغیره زیادی وجود دارند که به بررسی اثرات و روابط بین متغیرهای مورد مطالعه می‌پردازند. این روش‌ها عمدتاً اثرات مستقیم یک متغیر بر متغیر دیگر را مورد بررسی قرار می‌دهند. اما در این میان تحلیل مسیر از جمله تکنیک‌های چند متغیره می‌باشد که علاوه بر بررسی اثرات مستقیم متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته، اثرات غیرمستقیم این متغیرها را مد نظر قرار می‌دهد و

جدول شماره ۴. ضرایب همبستگی پیرسون بین

متغیرهای مستقل و فضای اخلاقی دانشگاه

ارزیابی از ساختار دانشگاه	ارزیابی از عاملان دانشگاه	r	فضای اخلاقی دانشگاه
۰,۶۴۰**	۰,۵۷۵**		
۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	Sig	
۳۸۱	۳۸۱	N	

با توجه به نتایج جدول فوق، دو متغیر ارزیابی از ساختار دانشگاه و عاملان دانشگاهی با فضای اخلاقی دانشگاه رابطه مثبت و معناداری دارند. به عبارت دیگر هرچقدر ارزیابی از ساختار دانشگاه و ارزیابی از عاملان دانشگاه بالاتر باشد فضای اخلاقی دانشگاه دانشجویان نیز تقویت خواهد شد.

بررسی فرضیه دوم: به نظر می‌رسد متغیر ارزیابی از عاملان دانشگاهی در حضور متغیر ارزیابی از ساختار دانشگاه با فضای اخلاقی دانشگاه رابطه معناداری دارد.

همانطور که در نتایج فرضیه اول آمده است، دو متغیر ارزیابی از عاملان دانشگاهی و فضای اخلاقی دانشگاه با هم رابطه معناداری داشته‌اند. علی‌رغم این نتیجه، محقق جهت اطمینان از همبستگی میان دو متغیر، از همبستگی تفکیکی و رگرسیون چند متغیره به روش گام به گام پیش‌رونده استفاده کرده است تا اولین متغیری که در مدل وارد می‌شود آن متغیری باشد که بیشترین همبستگی را با متغیر وابسته دارد و از این طریق تا صادق یا کاذب بودن این رابطه را بررسی شود.

جدول شماره ۵. ضریب همبستگی تفکیکی پیرسون بین

فضای اخلاقی دانشگاه و ارزیابی از عاملان دانشگاه

متغیر کنترل	متغیر وابسته	آماره	ارزیابی از عاملان دانشگاه
ارزیابی از ساختار دانشگاه	فضای اخلاقی دانشگاه	r	۰,۱۰۷
		Sig	۰,۱۲۵
		N	۳۸۱

با توجه به نتایج جدول فوق ضریب همبستگی تفکیکی بین دو متغیر ارزیابی از عاملان دانشگاهی و فضای اخلاقی دانشگاه در شرایطی که متغیر ارزیابی از ساختار دانشگاه کنترل شده است، در فاصله اطمینان ۹۵ درصد با سطح معناداری Sig=0.12، رابطه همبستگی معناداری وجود ندارد. بنابراین همبستگی این دو متغیر که در جدول شماره ۴ آمده بود؛ رابطه ای کاذب بوده است. به عبارت دیگر

جدول شماره ۸. ضرایب رگرسیونی مربوط به مرحله اول

پس از حذف متغیر بی اثر تحلیل مسیر

Sig.	Beta (بتا)	B ضریب تاثیر	متغیرهای رگرسیونی
.000		10.883	(Constant) مقدار ثابت
.000	.640	.722	ارزیابی از ساختار دانشگاه

گام دوم تحلیل مسیر: در این گام، ارزیابی از ساختار دانشگاه به عنوان متغیر وابسته قرار گرفته و تاثیر ارزیابی از عاملان دانشگاه بر آن سنجیده می‌شود. نتایج حاکی از آن است که ارزیابی از عاملان دانشگاهی بر ارزیابی از ساختار دانشگاه موثر است.

جدول شماره ۹. ضرایب رگرسیونی مربوط به مرحله دوم

تحلیل مسیر

Sig.	Beta (بتا)	B ضریب تاثیر	متغیرهای رگرسیونی
.۰۶۸۵		۰,۲۸۱	(Constant) مقدار ثابت
.۰,۰۰۰	۰,۸۲۶	۰,۸۲۷	ارزیابی از عاملان دانشگاهی

گام سوم تحلیل مسیر: ضرایب مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای ارزیابی از عاملان دانشگاهی و ارزیابی از ساختار دانشگاه بر فضای اخلاقی دانشگاه در جدول زیر آمده است.

جدول شماره ۱۰. ضرایب مسیرهای مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای مستقل بر وابسته

متغیر مستقل	مسیرهای غیر مستقیم	ضرایب مسیرهای غیر مستقیم	مجموع ضرایب غیر مستقیم	ضرایب مستقیم	مجموع ضرایب مستقیم و غیر مستقیم
ارزیابی از عاملان دانشگاه	$X_1 \rightarrow X_2 \rightarrow y$	$0.182 * 0.64 = 0.117$	۰/۲۵	-	۰/۵۲
ارزیابی از ساختار دانشگاه	-	-	-	۰/۶۴	۰/۶۴



روابط بین متغیرها را مطابق با واقعیت‌های موجود، در تحلیل وارد می‌کند [۲۲]. تحلیل مسیر در مقاله حاضر در سه گام انجام می‌شود که با توجه به ضرایب Beta استخراج شده از جداول رگرسیونی اثرات مستقیم و غیرمستقیم هر یک از متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته محاسبه شده که بصورت زیر می‌باشد:

گام اول تحلیل مسیر: در این مرحله فضای اخلاقی دانشگاه به عنوان متغیر وابسته و ارزیابی از ساختار دانشگاه و عاملان دانشگاهی به عنوان متغیرهای مستقل می‌باشند.

جدول شماره ۷. ضرایب رگرسیونی مربوط به مرحله اول

تحلیل مسیر

Sig.	Beta (بتا)	B ضریب تاثیر	متغیرهای رگرسیونی
.۰,۰۰۰		۱۰,۰۰۲	(Constant) مقدار ثابت
.۰,۰۰۰	۰,۵۲۰	۰,۵۸۷	ارزیابی از ساختار دانشگاه
.۰,۱۲۵	۰,۱۴۵	۰,۱۶۴	ارزیابی از عاملان دانشگاهی

به علت معنادار نبودن ارزیابی از عاملان دانشگاهی، آن را از مدل خارج می‌کنیم و دوباره رگرسیون می‌گیریم تا بدین ترتیب ضرایب Beta به شکل واقعی وارد مدل علی شود.



معلوم نیست که ساخت، تعیین‌کننده کنش باشد یا بالعکس [۳]. بنابراین گیدنز، سعی می‌کند، تصویری از جامعه را حفظ کند، اما در عین حال، تأکید دارد که جامعه از طریق کنش انسانی تولید و بازتولید می‌شود [۴]. به عبارت دیگر ساختار و عاملیت هر دو در ایجاد فضای اخلاقی دانشگاه نقش مهمی را ایفا می‌کنند.

اعتمادسازی از سوی مدیران در جهت نیل به ایجاد همبستگی و در نهایت افزایش تعهد کار، کسب ویژگی‌ها و صفات خاص یا توانمندی‌های مدیریتی و همچنین بینش‌ها و نگرش‌های مدیران است که برخورداری نسبتاً مطلوب از این ویژگی‌ها، فرد را به اعمال مدیریت مؤثر در سازمان و تحقق بهتر و سریعتر اهداف سازمانی یاری می‌دهد [۱۵]. بنابراین ویژگی‌های مدیران و کارکنان نهادها و سازمان‌ها بر اخلاقی رفتار کردن دانشجویان مؤثر است.

رهبران و مدیرانی که عملکردی منصفانه و بی‌طرفانه دارند نیز به تعمیم رعایت اخلاقیات کمک می‌کنند. برابری در مقابل قانون، مساوات در مشارکت، بی‌طرفی و بی‌تفاوتی در برابر تفاوت‌های افراد برای گسترش اعتماد ضروری است و مدیر باید از نظر حقوقی این تفاوت‌ها را بی‌ارزش بداند. ناتوانی هر نهاد و سازمان در رعایت هر یک از این معیارها دلیل اصلی بی‌اعتمادی یا سلب اعتماد مردم از کل نهاد و یا کارکنان از سازمان است البته این بی‌اعتمادی‌ها منجر به بدبینی نسبت به نهاد یا سازمان می‌گردد [۱۸]. در نتیجه فضای بی‌اخلاقی شایع‌تر می‌گردد. اعتماد به مدیران و رهبران بر اساس اعتبار و شهرت اخلاقی آنهاست که از عوامل اخلاقی رفتار کردن برای کارکنان به شمار می‌آید. مدیران از نظر حقیقت‌گویی، وفای به عهد، انصاف و همبستگی سابقه بی‌عیب و نقصی را فراهم می‌کنند که دلایل شک و بی‌اخلاقی را از بین می‌برند.

نظریه نهادی رزستین و استول، بر عامل نهادها و تأثیر آن بر اعتماد اجتماعی تأکید می‌کند. این نظریه بیان می‌کند که اگر شهروندان بدانند نهادهای مختلف به ویژه نهادهای حقیقی و انتظامی، به طور منصفانه و کارآمد عمل می‌کنند، می‌توانند باور کنند که شانس فرار افراد قانون شکن و غیرقابل اعتماد از چنگال قانون کم است. در نتیجه شهروندان به این نتیجه می‌رسند که مردم دلیل خوبی برای اجتناب از اینگونه رفتارها دارند و از این رو

نتایج حاصل شده از تحلیل مسیر حاکی از آنست که: ارزیابی از ساختار دانشگاهی به طور مستقیم و ارزیابی از عاملان دانشگاهی به طور غیر مستقیم بر ایجاد فضای اخلاقی دانشجویان مؤثر بوده‌اند.

۵- بحث و نتیجه گیری:

از جمله نتایج مهم مقاله حاضر این می‌باشد که؛ دو متغیر ارزیابی از ساختار دانشگاه و ارزیابی از عاملان دانشگاه با ایجاد فضای اخلاقی از نگاه دانشجویان رابطه مثبت و معناداری دارند. به عبارت دیگر هرچقدر ارزیابی از ساختار دانشگاه و ارزیابی از عاملان دانشگاهی بالاتر باشد نگرش دانشجویان به اخلاقی بودن فضای دانشگاه نیز بیشتر می‌شود. جهت اطمینان از همبستگی میان دو متغیر ارزیابی از عاملان دانشگاهی و فضای اخلاقی دانشگاه از همبستگی تفکیکی استفاده شد. نتایج این آزمون حاکی از آنست که دو متغیر ارزیابی از عاملان دانشگاهی و فضای اخلاقی در شرایطی که متغیر ارزیابی از ساختار دانشگاه کنترل شده است با هم همبستگی معناداری ندارد. بنابراین همبستگی این دو متغیر رابطه‌ای کاذب بوده است. ولی نتایج تحلیل‌های متعدد نشان داده است که ویژگی‌های عاملان در سازمان‌ها بر ایجاد فضای اخلاقی مؤثر بوده است.

در تبیین فضای اخلاقی دانشگاه می‌توان از نظریه ساخت یابی سود جست که محور اساسی در آن نحوه مشارکت ساختار و فاعلیت در پدیدآوری رویدادهای اجتماعی است. ساخت جهان فعلی، نتیجه مشارکت انسان‌ها از طریق تعامل کنش‌های آنان است که این کنش‌ها حاصل هنجارها و رفتارهای مشترک انسان‌هاست. اجزای این ساخت، مردم، گروه‌ها و خرده فرهنگ‌ها (عامل‌ها) هستند که از طریق نگرش‌ها و تنظیم روابط و کنش‌ها، دائماً شرایط و موقعیت‌های جدید و تصادفی به وجود می‌آورند. راه‌حل پیشنهادی گیدنز برای مسئله کنشگر-ساختار با تمرکز بر شیوه‌های عمل اجتماعی به دست می‌آید. او به سود آن چه «دوگانگی ساختار» می‌نامد استدلال می‌کند؛ به این معنا که ساختارها هم به دست کنشگران انسانی به وجود می‌آید و هم وسیله‌ای است که چنین کنشی به کمک آن صورت می‌گیرد. ساختارها را انسان ایجاد می‌کند. اما آنها هم کنش انسانی را محدود و امکان‌پذیر می‌سازند [۲]. او معتقد است که هر تحقیقی در علوم اجتماعی با کنش و یا ساخت سروکار دارد و هیچ

می‌داند که با وجود فراز و نشیب‌های نوسازی و حتی فرصت‌گرایی تداوم یافته است. نمونه عکس این را زتومکا در جوامع مابعد کمونیستی جستجو می‌کند که علی‌رغم توسعه نویدبخش اقتصادی و تغییرات بنیادین دموکراتیک، سنت بی‌اعتمادی همچنان بقا یافته است [۱۳].

نتایج این مقاله نیز تایید می‌کند که تاثیر ویژگی‌های ساختاری بر ایجاد فضای اخلاقی مقدم بر عاملان دانشگاهی است. اگر چه عاملان به شدت برساختارها و به طور غیرمستقیم بر ایجاد فضای اخلاقی موثرند ولی عاملان درساختار اجتماعی مناسب و مطلوب، می‌توانند در شکل‌گیری فضای اخلاقی موثر باشند.

۹. خلفی، شهلا؛ جوادی یگانه، محمدرضا؛ نوابخش، مهرداد (۱۳۹۶)، تبیین ارزش‌های نظری و رفتاری اخلاق علمی در میان دانشجویان، مجله راهبرد اجتماعی فرهنگی، شماره ۲۴، صص ۱۴۲-۱۰۹.

۱۰. خلفی، شهلا (۱۳۸۳)، «مطالعه عوامل اجتماعی موثر بر میزان پایبندی به اخلاق شهروندی در میان شاغلین مراکز دانشگاهی مورد شهر تهران»، استاد راهنما: سید یعقوب موسوی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه الزهراء.

۱۱. طهماسبی فرد، کبری (۱۳۸۸)، «اخلاق شهروندی و رابطه آن با تحصیلات در شهر رشت»، استاد راهنما: فاروق خرابی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه گیلان.

۱۲. کاظمی، عباس و محمد رضایی (۱۳۸۸)، «شهر بی‌انضباط و محدودیت‌های ظهور شهروندی در ایران»، مجله مطالعات اجتماعی ایران تابستان، (۲) ۳.

۱۳. زتومکا، پیوتر (۱۳۸۴)، اعتماد یک نظریه جامعه‌شناسی، ترجمه فاطمه گلابی، تبریز، ناشر مترجم، چاپ اول پاییز.

14. Rothstein, B. and D. stole (2008), The state and Social Capital: A Theory of Generalized Trust . Comparative Politics, Vol. 40, No 4, July 2008.

15. Misztal, Barbara A. (1996), "Trust in modern Societies", Cambridge: Polity press, Cambridge UK.

قابل اعتماد نیز هستند. وجود فساد، رشوه‌خواری، خودرأیی، سوگیری غیرعادلانه نهادهای قضایی و پلیس بر اعتماد شهروندان نسبت به کارآمدی نهادها و عدالت آنها تأثیر می‌گذارد.

به نظر زتومکا وجود شرایط ساختاری مداوم که اعتماد را تقویت می‌کند، سنت مستحکم‌تری از اعتماد را به وجود می‌آورد و فقدان درازمدت بافت مولد اعتماد نیز موجب شکل‌گیری سنت بی‌اعتمادی ریشه‌دار می‌گردد و هر دو سنت دارای ویژگی‌های خاصی هستند. قادر به پشت سر گذاشتن شرایطی که خاستگاه و مولد آنها بوده، هستند. همچنین می‌توانند علی‌رغم تغییر ساختاری زمینه‌ای باقی بمانند. زتومکا، ژاپن را نمونه‌ای از سنت بقای اعتماد

منابع

۱. رحمانی خلیلی، احسان (۱۳۹۶)، سنجش اخلاق شهروندی، تهران، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.

۲. کیویستو، پیتر (۱۳۸۰)، اندیشه‌های بنیادی در جامعه‌شناسی، ترجمه منوچهر صبوری، نشر نی، تهران.

۳. توسلی، غلامعباس (۱۳۸۰)، نظریه‌های جامعه‌شناسی، تهران، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).

۴. کرایب، یان (۱۳۷۸)، نظریه اجتماعی مدرن: از پارسونز تا هابرماس، ترجمه‌ی عباس نصر، تهران، نشر آگاه.

۵. اشتری مهرجردی، اباذر؛ عشایی، طاها (۱۴۰۰) تبیین عوامل موثر بر اخلاق دانشگاهی جامعه دانشگاهی محقق اردبیلی، نشریه صنعت و دانشگاه، شماره ۵۱، دوره ۱۴، بهار و تابستان ۱۴۰۰، صص ۹۲-۷۹.

۶. شقاقی، مهدی (۱۴۰۰)، اثرات متقابل کلان ساختارهای اجتماعی در پدیده سرقت علمی (مطالعه موردی ایران)، مجله پردازش و مدیریت اطلاعات زمستان ۱۴۰۰، شماره ۱۲۶، صص ۴۳۸-۴۱۱.

۷. اکبری خودلان، زهرا؛ شاکری، محسن؛ رحیمی، مهدی (۱۴۰۰) مطالعه کیفی پدیده بی صداقتی تحصیلی در دانشجویان، مجله علوم تربیتی، بهار و تابستان ۱۴۰۰، شماره ۱۱۲، صص ۱۶۲-۱۴۵.

۸. زلفی گل، محمد علی (۱۳۹۷) طرح رصد: پویش، پویش و پالایش آموزش پژوهش و فناوری، هفتمین کنفرانس الگوی ایرانی اسلامی پیشرفت. ۱۸ و ۱۹ اردیبهشت ماه.

درباره‌ی یکپارچگی جهانی، ترجمه علی اصغر سعیدی و یوسف حاجی عبدالوهاب، تهران، علم و ادب.

۲۰. گیدنز، آنتونی (۱۳۸۰)، پیامدهای مدرنیته، ترجمه محسن ثلاثی، تهران، چاپ دوم، انتشارات مرکز.

۲۱. ریتزر، جورج، (۱۳۷۵)، نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر، ترجمه محسن ثلاثی، انتشارات علمی.

۲۲. رحمانی خلیلی، احسان (۱۳۹۷)، جزوه درس آمار پیشرفته و کاربرد نرم‌افزارهای متناسب با آن، مقطع دکتری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی.

16. Fukuyama, F. (1995), Trust: the social virtues and the creation of prosperity, Penguin, London.

17. North, D. (1990), Institutions, Institutional Change and Economic Performance, Cambridge: Cambridge University Press.

۱۸. تاجبخش، کیان (۱۳۸۴)، سرمایه اجتماعی (اعتماد، دموکراسی و توسعه)، ترجمه افشین خاکباز و حسن پویان، تهران، شیرازه.

۱۹. گیدنز، آنتونی (۱۳۷۹)، جهان رها شده: گفتارهایی

تحلیل مسیر از تجربه برند تا ارتباطات شفاهی: بررسی نقش تعاملات اجتماعی آنلاین مصرف‌کننده (مورد مطالعه: مشتریان برند وایتکس)

* نسترن دباغ‌زاده شیرازی *
** امید بهبودی *
* کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، موسسه آموزش عالی عطار، مشهد، ایران nastarann1366sh@gmail.com
** استادیار، گروه مدیریت موسسه آموزش عالی عطار، مشهد، ایران drbehboodi@attar.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۵/۱۱ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۸/۱۰
صص: ۱۵۰-۱۳۹

چکیده

نقش عمده رسانه‌ها در شکل‌دهی به افکار عمومی باعث شده که اهمیت رسانه‌ها تا حد زیادی مورد توجه قرار گیرد؛ به دلیل افزایش تعاملاتی که افراد از طرق مختلف از جمله از طریق شبکه اجتماعی آنلاین با یکدیگر دارند، این تعاملات موجب می‌شوند افراد از نظر فرهنگی و اجتماعی به هم نزدیک شوند و به تبع آن این اشتراکات زمینه‌ساز علایق و انتخاب‌های مشترک می‌شوند؛ بنابراین بررسی تاثیر این تعاملات بر افکار مشتریان مبنی بر اعتماد به نام تجاری می‌تواند قابل اهمیت باشد. این پژوهش از نظر هدف کاربردی است و از حیث روش در زمره تحقیقات توصیفی - پیمایشی قرار می‌گیرد. جامعه آماری، مشتریان برند وایتکس در شهر مشهد بودند. نمونه‌گیری با استفاده از جدول مورگان و به تعداد ۳۸۴ نفر از مشتریان است که داده‌ها از طریق پرسشنامه پارمیتا و همکاران (۲۰۲۱) جمع‌آوری شد. جهت روایی پرسشنامه از روایی صوری و تایید اساتید و خبرگان و روایی سازه با بارهای عاملی استفاده و جهت تایید پایایی از آلفای کرونباخ استفاده شد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از مدلیابی معادلات ساختاری با نرم افزار pls انجام شد. نتایج نشان داد تجربه برند بر تعاملات اجتماعی مصرف‌کنندگان برند وایتکس اثر معناداری دارد. همچنین گرایش عمومی به تعامل اجتماعی آنلاین بر تعامل اجتماعی مثبت و معناداری داشته است. گرایش عمومی به تعامل اجتماعی آنلاین اثر تجربه برند بر تعامل اجتماعی را تعدیل می‌کند و در نهایت تعاملات اجتماعی مصرف‌کنندگان بر ارتباطات شفاهی آنان تاثیر معنادار نداشت.

واژه‌های کلیدی: ارتباطات شفاهی؛ تجربه برند؛ تعامل اجتماعی؛ گرایش عمومی به تعامل اجتماعی آنلاین.

نوع مقاله: علمی

۱- مقدمه

روابط همکاری با مصرف‌کنندگان دیگر قادر می‌سازد، منتقل کرده‌اند [۲۲].
اهمیت تعامل اجتماعی در محیط‌های تجارت الکترونیک به طور گسترده‌ای به رسمیت شناخته شده است. مصرف‌کنندگان مشتاق هستند به بدست آوردن اطلاعات

به علت رشد محبوبیت رسانه اجتماعی، مدل‌های آنلاین کسب‌وکار از تجارت الکترونیک سنتی که بر خرید با یک کلیک و یک روش جست‌وجو تمرکز دارد به تجارت اجتماعی که مصرف‌کنندگان را به رقمی کردن تصمیم خریدشان به وسیله برقراری دو روش ارتباطات و مفهوم

1. Huang & Benyoucef



دلیل اینکه مصرف‌کنندگان می‌توانند تمامی اطلاعات موجود در زمینه تصمیمات خرید را پردازش کنند، اغلب اقدام به ساده‌سازی فرآیند جست‌وجوی اطلاعات و تصمیم‌گیری می‌کنند. در همین راستا ارتباط دهان به دهان با کاهش مقدار اطلاعاتی که باید جمع‌آوری و پردازش شود به فرآیند تصمیم‌گیری خرید کمک خواهد کرد [۱۱].

اغلب این طور به نظر می‌رسد که افزایش فروش یک محصول یا خدمت تنها به دلیل فعالیت‌های تبلیغاتی موفق شرکت‌ها می‌باشد اما واقعیت این نیست. فقط بخشی از این افزایش فروش، مدیون فعالیت‌های تبلیغاتی است و افزایش فروش محصولات دلیل دیگری علاوه بر موفق بودن این فعالیت‌ها دارد. مردم دوست دارند راجع به تجربیات گوناگون خود با یکدیگر صحبت کنند. این تجربیات، زمینه‌های مختلفی از زندگی افراد از جمله تجارب خرید را در بر می‌گیرد. افراد درباره تجربیات خود از خرید محصولات مختلف صحبت کرده و در قالب ارتباطات دهان به دهان، توصیه‌هایی مثبت یا منفی راجع به کالا یا خدمت خاصی رد و بدل می‌کنند. آن سعی دارند بدین وسیله ریسک خرید خود را به پایین‌ترین حد ممکن برسانند و از بین گزینه‌های مختلف برای خرید، بهترین و مناسب‌ترین گزینه را انتخاب کنند. در شرایط رقابتی شدید امروزی آگاهی از روش‌های مناسب برای اثرگذاری بر نگرش مصرف‌کنندگان حیاتی می‌باشد. در صورتی که شرکت‌ها بتوانند بازاریابی دهان به دهان را به تنهایی و یا به عنوان مکمل در استراتژی بازاریابی خود به کار گیرند، خواهند توانست با صرف هزینه کمتر در مقایسه با شیوه‌های سنتی بازاریابی، به نتیجه دلخواه خود و حتی فراتر از آن دست یابند [۱۲].

براین اساس پژوهش حاضر به دنبال تحلیل مسیر تجربه برند بر ارتباطات شفاهی از طریق نقش تعاملات اجتماعی آنلاین مصرف‌کننده مورد مشتریان برند وایتکس می‌باشد.

۲- ادبیات و پیشینه پژوهش

تجربه برند شامل واکنش‌های احساسی، رفتاری و شناختی تحریک شده به وسیله مولدهای مربوط به برند مثل طرح، هویت، بسته‌بندی، ارتباطات و محیطی که برند در آن عرضه می‌گردد، می‌شود. بسیاری از صاحب‌نظران بازاریابی معتقدند که شناخت و درک چگونگی تجربه برند به وسیله مصرف‌کنندگان، برای توسعه استراتژی‌های

بیش‌تر مربوط به محصول و پیشنهادات حرفه‌ای (برای مثال: قیمت، توضیحات و توصیه‌ها) از تخصص و تجربه دیگران، زیرا محصولات به طور فزاینده‌ای پیچیده و فنی شده‌اند [۱۷]! این نوع از اطلاعات اغلب محتوای ایجاد شده توسط کاربر نامیده می‌شود و به عنوان یک منبع موثق از اطلاعات بیشتر از رسانه سنتی درک شده است. اطلاعات می‌تواند تولید شده و سریعاً میان فعالیت‌های تعامل اجتماعی مختلف پخش شود که به مصرف‌کنندگان در تصمیم‌گیری به موقع و درست کمک خواهد کرد. زمانی که تعامل اجتماعی احتمالاً یک نقش حیاتی در شکل‌دهی رفتارهای تصمیم‌گیری مصرف‌کننده به انجام برساند، مهم است فهمیدن چگونگی تعاملات اجتماعی که در محیط‌های تجارت اجتماعی اتفاق می‌افتد و به پتانسیل بازاریابی کمک می‌کند [۲۲]!

ارتباطات شفاهی، ارتباطات داوطلبانه پس از خرید مصرف‌کننده می‌باشد [۱۸]! تبلیغات شفاهی فرآیند اثرات شخصی می‌باشد به طوری که روابط میان فردی بین یک فرستنده و گیرنده در نتیجه آن می‌تواند رفتار و یا نگرش دریافت‌کننده پیام را تغییر دهد. تبلیغات شفاهی، تجربیات واضح و روشنی را منتقل می‌کند وقتی که این تبلیغات شفاهی مثبت باشد افراد راضی هستند و احساس رضایت می‌کنند ولی زمانی که منفی باشد، افراد شکایت می‌کنند. این تبلیغات بر روی افراد اثر احساسی و عقلانی دارد. ارتباط دهان به دهان در بازاریابی اغلب برای توصیف توصیه‌ها و پیشنهادهای مصرف‌کنندگان به یکدیگر استفاده می‌شود. سرعت و فقدان تعصب تجاری به مارک محصول یا خدمت خاص، آن را به منبع اثربخش اطلاعاتی برای انتخاب‌های تجاری مصرف‌کنندگان تبدیل کرده است، به خصوص در مواردی که تجربه قبلی خرید محدود باشد. با وجود اهمیت و نفوذ ارتباط دهان به دهان در انتخاب‌های تجاری مصرف‌کنندگان، درصد کمی از این ارتباط دهان به دهان توسط کوشش‌های ترفیعی شرکت تحریک و ترغیب می‌شود. در حالی که پژوهشگران معتقدند تأثیر ارتباط دهان به دهان بر رفتار خرید مصرف‌کنندگان از منابع تحت کنترل آن‌ها بیشتر است. به

1. Godey
2. Huang & Li
3. González-Viralta

ارزش‌ها و هنجارها یا فرهنگ می‌شود؛ و از سوی دیگر فرهنگ، شرایط و نحوه‌ی شکل‌گیری روابط اجتماعی را تعیین می‌کند [۱۰]. به تعاملات اجتماعی به عنوان یک پیش‌نیاز برای یک تجارت اجتماعی موفق توجه می‌شود؛ زیرا مصرف‌کنندگان انتظار دارند در هنگام تصمیم‌گیری در مورد خرید، یک تجربه تعاملی و اجتماعی را با دیگر مصرف‌کنندگان در مورد انتخاب کالاهای محسوس یا نامحسوس داشته باشند. انسان‌ها در اجتماع با یکدیگر کنش متقابل دارند. این کنش متقابل رفتار اجتماعی نامیده می‌شود. یکی از مولفه‌های مهم در جهت‌گیری مثبت رفتاری یک جامعه در مفهوم تعامل اجتماعی نهفته است. این مفهوم، در ارتباط نزدیک با مفاهیمی چون دوستی و برادری، حس یگانگی، پذیرش جمعی، همکاری و تعاون است. تعامل اجتماعی افراد یک جامعه را در تحقق زندگی بهتر و جامعه‌ای توسعه یافته کمک می‌کند [۶].

امروزه ارتباطات شفاهی در حال رشد بسیار سریعی است. ارتباطات شفاهی فعالیتی که در آن مصرف‌کننده اطلاعات بازاریابی مربوط به محصولات و خدمات را به مصرف‌کننده دیگری منتقل می‌کند و یا تلاش سازمان در جهت تشویق، تسهیل و گسترش ارتباطات بازاریابی در میان مصرف‌کنندگان. به عبارت دیگر تبلیغات شفاهی فعالیتی است که از طریق دادن اطلاعات یک مشتری به دیگر مشتریان آن‌ها را راهنمایی اطلاعاتی می‌کند [۲۶]. ارتباطات شفاهی به معنای معرفی نام یک محصول یا یک برند از زبان افراد جامعه می‌باشد [۲]. این نوع بازاریابی از طریق مشتریان وفادار صورت می‌پذیرد، لذا تلاش سازمان را در جهت وفادار ساختن مشتریان می‌طلبد. بازاریابی دهان به دهان نوعی از بازاریابی است که مردم را به بازگو کردن پیام بازاریابی سازمان به دیگران بر می‌انگیزاند. این موضوع پدیده‌ای تازه نیست و از قبل هم وجود داشته است و بازاریابان امروزی فقط یاد می‌گیرند که چگونه از این تکنیک استفاده کنند، آن را وسعت ببخشند و در بهبود آن بکوشند [۸]. تنها نوع بازاریابی که بر پایه تفکر واقعی مشتری نسبت به برند شرکت می‌باشد، بازاریابی دهان به دهان است. این بازاریابی صادقانه‌تر و شریف‌تر از انواع دیگر بازاریابی است؛ در حقیقت تلاش برای راضی

بازاریابی محصولات و خدمات امری حیاتی است؛ زیرا تجربه برند می‌تواند در پیش‌بینی رفتار مصرف‌کننده مورد استفاده قرار گیرد [۱۶]. تجربه برند را به عنوان دیدگاه مشتریان نسبت به برند در هر نقطه از تعامل با آن بیان کرد. این تعامل را می‌توان از طریق تصاویر برند پیش‌بینی شده در تبلیغات، تعامل مستقیم با برند یا ماهیت توجه شخصی که مشتریان دریافت می‌کنند، ایجاد کرد [۲۴]. تجربه یک برند می‌تواند به دو صورت مستقیم یا غیرمستقیم اتفاق بیفتد. تجربه مستقیم مصرف‌کننده از تماس فیزیکی با یک محصول به وجود می‌آید و تجربه غیرمستقیم ناشی از تبلیغات یا ارتباطات بازاریابی است. تجربه برند می‌تواند کوتاه‌مدت یا بلند مدت و مثبت یا منفی باشد [۱۹]. [۱۴] نیز بیان می‌کند که تصاویری از برند که در طی تبلیغات و یا اولی برخورد با پرسنل به وجود می‌آید و یا سطحی از کیفیت رفتار کارکنان که مشتریان دریافت می‌کنند. اما برخی دیگر در دیدی کلی‌تر هر نوع تماس مستقیم یا غیر مستقیم با شرکت را نوعی از تجربه قلمداد می‌کنند [۱۴]. اهمیت نقاط تماس در شکل‌گیری تجربه مشتری انکارناپذیر است چراکه بدون وجود تعاملات هیچ تجربه ای هم به وجود نخواهد آمد. به همین جهت، با ثبت و تجزیه و تحلیل نقاط تماس می‌توان به درک لازم برای ارزیابی تجربه مشتری دست یافت [۷]. تحقیقات نشان داده اند تجربه برند در ایجاد ارزش ویژه برند از طریق تجربه برند شکل می‌گیرد که بر ارزش ویژه برند تاثیر می‌گذارد [۱۵].

افراد به برقراری رابطه اجتماعی نیاز ذاتی دارند و به همین دلیل موقعیت‌هایی فراهم می‌آورند تا بتوانند آن را تجربه کنند. رابطه اجتماعی با اهداف خاص صورت می‌گیرد؛ یا عاطفی است که شامل دوستی، خویشاوندی و روابط همسایگی، یا عقلانی است که در جستجوی به حداکثر رساندن شانس افراد در رسیدن به هدف است. نظام فرهنگی و روابط اجتماعی به هم پیوسته‌اند؛ بدین معنی که برقراری و تداوم روابط اجتماعی سبب تقویت

1. Brakus & Buller
2. Pabla & Soch
3. Ha & Perks
4. Aloza
5. Zadon et al
6. Bapat

7. Rafiq & Ahmed

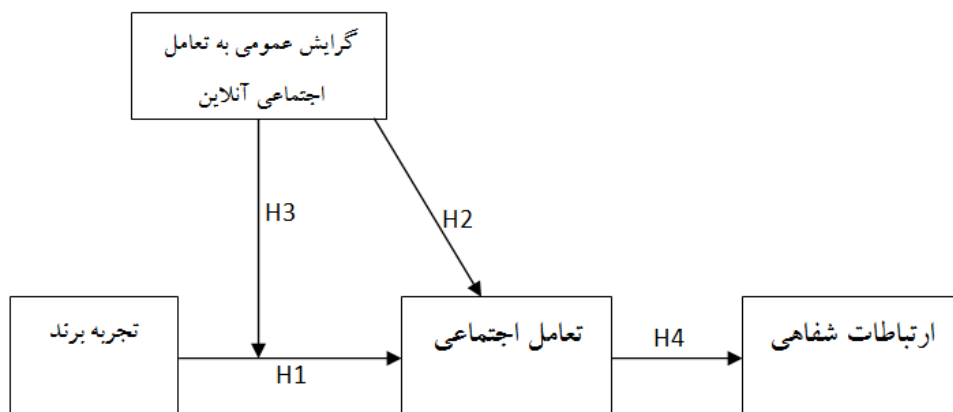
کردن مردم از طریق برآوردن نیازهایشان به منظور اینکه تجربه‌هایشان را با خانواده، دوستان و جامعه در میان بگذارند، فلسفه وجودی این نوع بازاریابی است. شرکت‌ها باید در جهت خشنود ساختن مردم تلاش کنند تا افراد تجربه خشنودی خود را با دیگران در میان بگذارند. سازمان می‌تواند به صحبت مشتریان گوش کند و موقعیتی را برای آنان بوجود آورد تا با دوستان، آشنایان و خانواده خود در مورد کیفیت کالاها و خدمات به گفتگو بپردازند. بازاریابی دهان به دهان تنفیذ قدرت به مردم است تا آن‌ها در مورد کالای شرکت به قضاوت بپردازند و دیگران را در تجربیاتشان شریک کنند. این نوع از بازاریابی تنها برای کالاهایی مناسب است که تولیدکنندگان نسبت به تولیداتشان اطمینان کامل دارند [۲۱].

[۱] در پژوهشی نشان داد که بازاریابی شبکه‌های اجتماعی بر آگاهی از برند و تصویر برند تاثیر مثبت دارد. آگاهی از برند و تصویر برند بر بازاریابی توصیه‌ای الکترونیکی تاثیر مثبت دارند اما همین متغیرها بر تعهد تاثیر مثبت ندارند. همچنین حضور اجتماعی و هویت اجتماعی بر بازاریابی توصیه‌ای الکترونیکی تاثیر مثبت دارند. [۵] در پژوهشی نشان داد که ۵۳ درصد واریانس مدیریت ارتباط با مشتری، ۵۳ درصد مدیریت دانش مشتریان، ۲۸ درصد تخصص‌گرایی، ۳۳ درصد قیمت‌گذاری، ۳۶ درصد حفظ پویایی، ۲۸ درصد مدیریت دانش سازمانی، ۲۹ درصد چندرسانه‌ای بودن و ۵۶ درصد واریانس عملکرد ارتباط با مشتری توسط متغیرهای مدل پژوهش تبیین می‌شود.

[۹] در پژوهشی نشان داد هویت فردی و هویت اجتماعی بر جوامع برند در شبکه‌های اجتماعی تاثیر مثبت و معناداری دارد؛ همچنین جوامع برند در شبکه‌های اجتماعی بر اشتراکات جامعه برند تاثیر مثبت و معناداری داشته است. درباره تاثیر مشترکات جامعه برند بر تعامل اجتماعی و استفاده از برند تنها رابطه میان تعهد اجتماعی

و تعامل اجتماعی معنادار نبوده است. تعامل اجتماعی و استفاده از برند نیز بر اعتماد برند تاثیر دارد. در نهایت تاثیر مثبت رسانه‌های اجتماعی بر وفاداری به برند تأیید شده است. [۴] در پژوهشی نتایج نشان داد تجربه فضای فروش، تجربه مکان عرضه، تجربه مزایا و فواید، تجربه ترکیب خدمات، تجربه بسته‌بندی و برجسته‌گذاری تعیین کننده تبلیغات دهان به دهان هستند و تجربه تبلیغات آنلاین، تجربه مشتری، تجربه نام تجاری، تجربه قیمت، تجربه مدیریت زنجیره عرضه، تجربه تبلیغات بر بازاریابی دهان به دهان تاثیر نداشتند. [۲۵] در پژوهشی نشان داد که تجربه برند، انگیزه مصرف‌کنندگان را برای مشارکت، اجتماعی شدن، و درک مزایای دیگران در صفحه برند بدون توجه به تمایل فردی به اجتماعی شدن آنلاین، افزایش می‌دهد. علاوه بر این، از آنجایی که مصرف‌کنندگان در یک صفحه برند درگیر تعامل اجتماعی هستند، احتمال بیشتری دارد که در ارتباطات شفاهی مثبت در مورد نام تجاری شرکت کنند. مشارکت‌های نظری و عملی مطالعه ما به همراه پیشنهاداتی برای تحقیقات آینده در این زمینه مهم و رو به رشد بیشتر مورد بحث قرار می‌گیرد. [۱۳] در پژوهشی نشان داد که تصویب رسانه‌های اجتماعی هیچ تاثیری بر عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط نداشت. [۲۳] در پژوهشی نشان دادند که عملکرد زیرساخت‌ها یک عملکرد غیر مستقیم و فرایندی دارد که عملکرد مستقیم و مشتری را با عملکرد سازمانی ارتباط نمی‌دهد. مدل عملکرد مدیریت ارتباط با مشتری اجتماعی، بینش عمیق‌تری را در رابطه بین عملکرد عملکرد شرکت ایجاد می‌کند و سیستم کنترل را برای ارزیابی فعالیت‌های مدیریت ارتباط با مشتری اجتماعی و افزایش عملکرد سازمانی فراهم می‌کند. در ادامه مدل مفهومی پژوهش در شکل ۱ ارائه شده است. بنابراین طبق مبانی نظری و پیشینه پژوهش مدل ذیل به همراه فرضیه‌ها مفروض شده است:





شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش [۲۵]

ولی با وجود این برای تعیین روایی پرسشنامه پژوهش، مجدداً از روش اعتبار محتوای صورتی استفاده شد. برای این منظور پرسشنامه در اختیار خبرگان و اساتید و متخصصین مرتبط با حوزه پژوهش قرار گرفت و نظرات اصلاحی اعمال شد. برای سنجش پایایی پرسشنامه پژوهش از روش متداول ارزیابی پایایی یعنی ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. این ضریب برای تمام متغیرها بالاتر از ۰/۷ بوده و نشان می‌دهد که پایایی ابزار پژوهش در حد مطلوبی قرار دارد. از آنجایی که معیار آلفای کرونباخ یک معیار سنتی است، در روش PLS معیار جدیدتری با عنوان پایایی ترکیبی CR ارائه شده که برای هر سازه بالای ۰/۷ بوده و نشان‌دهنده پایداری قابل قبول است. دومین گام در برازش مدل، برآورد روایی با دو معیار همگرا و واگرا است. روایی همگرا AVE نشان‌دهنده میانگین واریانس به اشتراک گذاشته شده بین هر سازه با شاخص‌های خود است. بارکلی و همکاران (۱۹۹۵) مقدار ۰/۴ را برای این شاخص معرفی کردند. در جدول ۱ نتایج پایایی‌ها و روایی AVE مشاهده شده و برای تمام سازه‌ها مورد تایید است.

جدول ۱. متغیرهای پژوهش و نتایج پایایی و روایی ابزار

پژوهش

متغیر	روایی همگرا (AVE)	آلفای کرونباخ	پایایی مرکب (CR)
گرایش عمومی به تعامل اجتماعی آنلاین	۰/۸۹۳	۰/۹۸۳	۰/۹۸۵
تعامل اجتماعی	۰/۶۷۳	۰/۹۳۹	۰/۹۴۹
تجربه برند	۰/۷۳۷	۰/۹۶۷	۰/۹۷۱
ارتباطات شفاهی	۰/۹۷۶	۰/۹۸۸	۰/۹۹۲

فرضیه ۱. به نظر می‌رسد تجربه برند بر تعاملات اجتماعی مصرف‌کنندگان وایتکس تأثیر معناداری دارد.

فرضیه ۲. به نظر می‌رسد گرایش عمومی به تعامل اجتماعی آنلاین بر تعامل اجتماعی مصرف‌کنندگان وایتکس تأثیر معناداری دارد.

فرضیه ۳. به نظر می‌رسد گرایش عمومی به تعامل اجتماعی آنلاین اثر تجربه برند بر تعامل اجتماعی مصرف‌کنندگان وایتکس را تعدیل می‌کند.

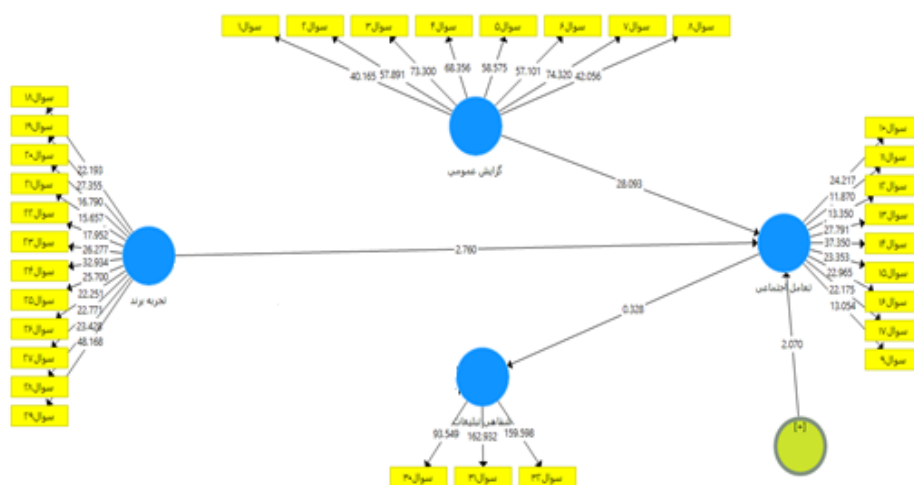
فرضیه ۴. به نظر می‌رسد تعامل اجتماعی مصرف‌کنندگان وایتکس بر ارتباطات شفاهی آنان تأثیر معناداری دارد.

۲- روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نوع هدف کاربردی و از نظر ماهیت توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش حاضر تمامی مصرف‌کنندگان برند وایتکس در شهر مشهد می‌باشند. با توجه به اینکه حجم جامعه پژوهش نامشخص است و هر یک از مشتریان می‌تواند به عنوان عضوی از نمونه انتخاب شوند بنابراین از روش نمونه‌گیری دردسترس استفاده می‌شود. براساس جدول مورگان حجم نمونه تحقیق برابر با ۳۸۴ نفر بوده است. در این پژوهش از پرسشنامه ۳۲ سوالی [۲۵] استفاده گردیده است. ۸ سوال برای گرایش به تعامل اجتماعی آنلاین، ۹ سوال برای تعامل اجتماعی، ۱۲ سوال برای تجربه برند و ۳ سوال برای ارتباطات شفاهی وجود دارد. با توجه به استاندارد بودن پرسشنامه و اینکه روایی آن قبلاً سنجیده شده بود، می‌توان بیان کرد از روایی لازم برخوردار است.

اسمیرنوف برای بررسی فرض نرمال بودن داده‌های پژوهش استفاده شده است. با توجه به آزمون کولموگروف اگر سطح معناداری برای کلیه متغیرهای مستقل و وابسته بزرگتر از سطح خطای ۵ درصد باشد توزیع داده‌ها نرمال می‌باشند [۳]. سطح معناداری آزمون برای تمامی متغیرهای پژوهش کمتر از میزان ۵ درصد بوده و توزیع متغیرها نرمال نیست؛ لذا برای بررسی روابط متغیرهای پژوهش و از روش‌های ناپارامتری و نرم‌افزار پی‌ال‌اس ۳ برای آزمون فرضیه‌ها استفاده شد. علاوه بر این به دلیل وجود متغیر تعدیلگر، استفاده از نرم‌افزار پی‌ال‌اس برای تحلیل داده‌ها منطقی است. پس از سنجش روایی و پایایی مدل اندازه‌گیری، مدل ساختاری از طریق روابط بین متغیرها ارزیابی شد. از سه معیار ضریب معناداری، ضریب تعیین R^2 و ضریب قدرت پیش‌بینی در این پژوهش برای ارزیابی مدل ساختاری استفاده شده است. اولین معیار برازش مدل ساختاری ضرایب معناداری است. با توجه به اینکه در نرم‌افزار Smart PLS از مقدار آماره تی برای بررسی معنادار بودن ضرایب استفاده می‌شود و این مقدار برای خطای ۵ درصد عدد ۱/۹۶ می‌باشد برای بررسی معنی‌داری از مقایسه مقدار آماره تی روابط با عدد مفروض فوق استفاده می‌گردد، به طوری که اگر مقدار آماره تی از مقدار ۱/۹۶ بیشتر باشد، رابطه نشان داده شده معنی‌دار است. ملاک تایید فرضیه‌های پژوهش، مدل ساختاری است که در نرم‌افزار PLS طراحی و اجرا شده است.

۴- مدل‌سازی معادلات کلی ساختاری پژوهش



شکل ۲. معناداری ضرایب مسیر T-value

با توجه به اینکه در این پژوهش شاخص میانگین واریانس استخراج‌شده برای تمامی متغیرهای پژوهش بالاتر از ۰/۵ است، نشان از روایی همگرایی مطلوب مدل پژوهشی دارد. برای آزمون فرضیات و مدل مفهومی پژوهش، از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری به کمک نرم‌افزار smart-pls استفاده شده است.

۳- یافته‌های پژوهش

در این بخش، نتایج تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش در دو بخش توصیفی و تحلیل استنباطی گزارش شده است.

یافته‌های توصیفی

طبق یافته‌های جمعیت شناختی حدود ۶۰ درصد مصرف‌کنندگان را خانم‌ها تشکیل داده‌اند. بیش از ۶۲ درصد دارای مدرک تحصیلی فوق دیپلم و کمتر بوده و حدود ۶۵ درصد بالای ۳۰ سال سن داشته‌اند. ۷۸ درصد مصرف‌کنندگان از شبکه‌های اجتماعی تلگرام، واتساپ و اینستاگرام استفاده می‌کرده‌اند. بیش از ۷۶ درصد مصرف‌کنندگان بیشتر از ۵ سال با محصولات وایتکس آشنایی داشته‌اند.

تحلیل استنباطی

آزمون مدل مفهومی پژوهش

برای اجرای روش‌های آماری و استنتاج منطقی درباره فرضیه‌های پژوهش مهمترین عمل قبل از هر اقدامی، انتخاب روش آماری مناسب برای پژوهش است برای این منظور آگاهی از توزیع داده‌ها از اولویت اساسی برخوردار است. برای این منظور از آزمون معتبر کولموگروف



شکل ۳. ضرایب استاندارد مدل پژوهش

جدول ۳. نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌ها

فرضیه‌ها	معناداری	ضریب مسیر	سطح اطمینان	نتایج
تجربه برند ← تعاملات اجتماعی	۲/۷۶۰	۰/۱۵۲	۹۵٪	تأیید
گرایش عمومی به تعامل اجتماعی آنلاین ← تعاملات اجتماعی	۲۸/۰۹۳	۰/۱۸۸۰	۹۵٪	تأیید
تجربه برند ← تعاملات اجتماعی (تعديلگر گرایش عمومی به تعامل اجتماعی آنلاین)	۲/۰۷۰	-۰/۰۹۷	۹۵٪	تأیید
تعاملات اجتماعی ← ارتباطات شفاهی	۰/۳۲۸	-۰/۰۱۵	۹۵٪	رد

شود. سه مقدار 0.02 ، 0.15 و 0.35 را به عنوان قدرت پیش‌بینی کم، متوسط و قوی تعیین نموده‌اند. مقادیر Q^2 در جدول ۲ ارائه شده است.

جدول ۲. معیار استون-گایسر (Q^2)

متغیرهای درونزا	معیار استون-گایسر (Q^2)	قدرت پیش‌بینی
تعامل اجتماعی	۰/۵۶۴	قوی
ارتباطات شفاهی	۰/۸۴۹	قوی
گرایش عمومی به تعامل اجتماعی آنلاین	۰/۰۹۲	کم

۶- بحث و نتیجه‌گیری

در پژوهش حاضر به تحلیل مسیر تجربه برند تا ارتباطات شفاهی: بررسی نقش تعاملات اجتماعی آنلاین مشتریان برند وایتکس پرداخته شده است. به همین منظور فرضیه

نتایج معناداری ضرایب براساس مقدار آماره t گزارش شده است. به طوری که اگر مقدار آماره t از $1/96$ بیشتر باشد، با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان نتیجه گرفت که متغیر مستقل بر متغیر وابسته تاثیر دارد.

۵- شاخص‌های برازش مدل

ارتباط پیش‌بین (معیار استون-گایسر (Q^2))

این معیار قدرت پیش‌بینی مدل در متغیرهای وابسته را مشخص می‌کند. به اعتقاد آن‌ها مدل‌هایی که دارای برازش بخش ساختاری قابل قبول هستند، باید قابلیت پیش‌بینی شاخص‌های مربوط به سازه‌های درون‌زای مدل را داشته باشند. بدین معنی که اگر در یک مدل، روابط بین سازه‌ها به درستی تعریف شده باشند، سازه‌ها قادر خواهند بود تا تاثیر کافی بر شاخص‌های یکدیگر گذاشته و از این راه فرضیه‌ها به درستی تأیید شوند. مقدار Q^2 باید در مورد تمامی سازه‌های درون‌زا محاسبه

سازی شده و نتایج آن در ادامه آمده است.

در فرضیه اول اثر تجربه برند بر تعاملات اجتماعی مصرف‌کنندگان وایتکس مورد ارزیابی قرار گرفت. با توجه به نتایج، چون آماره χ^2 برای بررسی اثر ن تجربه برند بر تعاملات اجتماعی مصرف‌کنندگان وایتکس برابر $2/760$ و از $1/96$ بیشتر است، لذا مسیر معنادار است، همچنین ضریب مسیر تجربه برند بر تعاملات اجتماعی مصرف‌کنندگان وایتکس برابر با $0/152$ و مثبت است، بنابراین می‌توان گفت، تجربه برند بر تعاملات اجتماعی مصرف‌کنندگان وایتکس اثر دارد. در اینصورت فرضیه اول با اطمینان 95 درصد تایید می‌شود. در تبیین این یافته می‌توان گفت با توجه به نتایج بدست آمده چنین استنباط می‌گردد که احساس تعلق فرد به شبکه و همپوشانی و مشابهت تصویر و هویت فرد با اعضای شبکه باعث می‌شود تجربه برند بهبود یابد. تمایل فرد به عضویت در شبکه و تعامل با اعضای آن نیز در بهبود ارزش ویژه برند تاثیرگذار است، هنگامی که مشتریان از خدمات ارائه شده احساس راحتی و رضایت داشته باشند یک تجربه مثبت برای آن‌ها فراهم می‌شود که به دنبال آن افراد درباره تجربیات خود از خرید محصولات مختلف صحبت کرده و در قالب تبلیغات شفاهی، توصیه‌هایی مثبت راجع به کالا یا خدمت خاصی رد و بدل می‌کنند. نتایج حاصل از این فرضیه با تحقیقات مهرباری (۱۳۹۷) و سی تو و هو (۲۰۱۵) مطابقت داشته و با تحقیق [۴] مطابقت ندارد. لذا پیشنهاد می‌شود شرکت تولیدکننده واکتیس اطلاعات مناسب را به منظور پاسخگویی هر چه بهتر به سوالات مشتریان و افزایش آگاهی آن‌ها از برند و مشخصات آن و خدمات ارائه شده توسط شرکت را در شبکه اجتماعی خود قرار دهند. همچنین می‌توانند خط مشی‌ها و رویه‌هایی ایجاد کنند که توسط آن‌ها، شکایت و نارضایتی‌های مشتریان را به سرعت بررسی کرده و نارضایتی‌ها و شکایات مشتریان را در اسرع وقت حل کنند.

در فرضیه دوم اثر گرایش عمومی به تعامل اجتماعی آنلاین بر تعامل اجتماعی مصرف‌کنندگان وایتکس آزمون شده است. با توجه به نتایج، چون قدر مطلق آماره χ^2 برابر $28/093$ و از $1/96$ بیشتر است، لذا مسیر معنادار است، با توجه به اینکه ضریب مسیر برابر با $0/880$ و مثبت است، بنابراین می‌توان گفت، گرایش عمومی به تعامل اجتماعی

آنلاین بر تعامل اجتماعی مشتریان تاثیر دارد، با توجه به ضریب مثبت به دست آمده می‌توان با گرایش عمومی به تعامل اجتماعی آنلاین، تعامل اجتماعی مشتریان را افزایش داد و همچنین اگر گرایش عمومی به تعامل اجتماعی آنلاین کاهش یابد، تعامل اجتماعی مشتریان کاهش می‌یابد. بنابراین فرضیه دوم با اطمینان 95 درصد تایید می‌شود. در تبیین این یافته می‌توان گفت با توجه به نتایج بدست آمده که میان دو متغیر گرایش عمومی به تعامل اجتماعی آنلاین و تعامل اجتماعی رابطه معنی‌داری وجود دارد و همچنین متغیر گرایش عمومی به تعامل اجتماعی آنلاین اثر مثبتی بر تعامل اجتماعی می‌گذارد چنین استنباط می‌گردد که هر چه فرد تعداد دفعات بیشتر و مدت زمان بیشتری از شبکه‌های اجتماعی استفاده کند، تمایل وی به استفاده از این شبکه‌ها افزایش خواهد یافت. فاصله فیزیکی افراد شبکه نیز هر چه کمتر باشد، موجب افزایش تمایل فرد به استفاده از شبکه‌های اجتماعی آنلاین خواهد شد. همچنین خدماتی که فرد از شبکه‌های اجتماعی دریافت می‌کند و همچنین کثرت افراد شبکه نیز موجب افزایش تمایل فرد به استفاده از شبکه‌های اجتماعی آنلاین خواهد شد. هر چه شبکه دارای افرادی باشد که با یکدیگر همسن، هم گروه، دوست و نزدیک و خویشاوند باشند، تمایل فرد به استفاده از شبکه افزایش خواهد یافت. نتایج حاصل از این فرضیه با تحقیقات لی و چانگ (۲۰۱۹) مطابقت دارد. می‌توان اینگونه بیان کرد وجود یک احساس تعلق و همبستگی در بین اعضا و کاربران یک شبکه مجازی منجر به افزایش سطح اعتماد کاربران به آن شبکه و به عبارت دیگر منجر به افزایش سطح اعتماد کاربران فضای مجازی به آن برند می‌شود. زمانی که کاربران شبکه مجازی خود را به یک برند خاص متصل کنند و احساس وابستگی داشته باشند، بیشتر می‌توانند به آن برند اعتماد کرده و به عبارت دیگر سطح ریسک کمتری را از خرید آن برند ادراک می‌کنند. پیشنهاد می‌شود جهت افزایش تعاملات اجتماعی و اعتماد و اتصال به برند در شبکه‌سازی و فضای مجازی از مشاوران متخصص زمینه‌ی بازاریابی الکترونیکی و پشتیبانی آنلاین در فضاهای مجازی به منظور سهولت استفاده کاربران و ایجاد محتوی مناسب تعاملی و برقراری رابطه با کاربران به منظور افزایش امکان نزدیکی کاربران با برند و به دنبال آن افزایش اعتماد به برند استفاده گردد.

سعی در افزایش و بهبود ارزش ویژه برند خود و همچنین عملکرد خود در بازار نمایندند. پیشنهاد می‌شود که ارائه خدمات و تجارت سازمان‌ها و شرکت‌ها به صورتی باشد که نقش تعاملات خریداران در نظر گرفته شود و جنبه‌هایی را برای بحث و گفتگوی عمومی در نظر بگیرند. ایجاد صفحات اینترنتی به منظور گفتگوهای گروهی و بحث و گفتگو در این زمینه می‌تواند کمک کننده باشد.

در فرضیه چهارم اثر تعامل اجتماعی مصرف‌کنندگان وایتکس بر ارتباطات شفاهی آنان مورد ارزیابی قرار گرفت. با توجه به نتایج، چون قدر مطلق آماره t برابر $۰/۳۲۸$ و از $۱/۹۶$ کمتر است، لذا مسیر معنادار نمی‌باشد، با توجه به اینکه ضریب مسیر برابر با $۰/۰۱۵$ و منفی است، بنابراین می‌توان گفت، تعامل اجتماعی بر ارتباطات شفاهی تاثیر ندارد، با توجه به ضریب منفی به دست آمده رابطه بین تعامل اجتماعی و ارتباطات شفاهی معکوس می‌باشد. بنابراین فرضیه با اطمینان ۹۵ درصد تایید نمی‌شود. در تبیین این یافته می‌توان گفت با توجه به نتایج بدست آمده این که میان دو متغیر تجربه برند و تعاملات اجتماعی رابطه معنی‌داری وجود دارد و همچنین متغیر تجربه برند اثر مثبتی بر تعاملات اجتماعی می‌گذارد چنین استنباط می‌گردد که با بالا رفتن میزان تعاملات مشتریان با دوستان و همچنین سایر افراد در جریان خرید میزان رضایت آن‌ها نیز تغییر می‌یابد و هرچه تعداد دوستان فرد (کثرت آن‌ها) در شبکه اجتماعی و همچنین نزدیکی آن‌ها به یکدیگر بیشتر باشد در بهبود تجربه برند تاثیر بیشتری خواهد داشت، یعنی هر چه افراد شبکه با فرد همسن، دوست، از یک گروه و خویشاوند باشند، موجب بهبود بیشتر تجربه برند خواهد شد. هر چه فرد از خدمات شبکه‌های اجتماعی و اطلاعات و تجربیات به اشتراک گذاشته شده در شبکه‌ها نیز بیشتر استفاده کند، تجربه برند بهبود خواهد یافت. نتایج حاصل از این فرضیه با نتایج تحقیق [۱]، [۹]، نادری (۱۳۹۶) مطابقت دارد.

در فرضیه سوم تعدیلگری گرایش عمومی به تعامل اجتماعی آنلاین در اثر تجربه برند بر تعامل اجتماعی مصرف‌کنندگان وایتکس ارزیابی شده است. در ارتباط با این فرضیه که در آن به بررسی تعدیلگری گرایش عمومی به تعامل اجتماعی آنلاین رابطه بین تجربه برند و تعامل اجتماعی می‌پردازد، با توجه به نتایج، چون مقدار قدرمطلق آماره t برای بررسی نقش تعدیلگر گرایش عمومی به تعامل اجتماعی آنلاین بر مسیر تجربه برند بر تعامل اجتماعی برابر $۲/۰۷۰$ و از $۱/۹۶$ بیشتر است، در این صورت می‌توان گفت، گرایش عمومی به تعامل اجتماعی آنلاین برای تجربه برند بر تعامل اجتماعی، نقش تعدیلگر دارد. از طرفی چون مقدار ضریب مسیر برابر با $۰/۰۹۷$ و منفی است، می‌توان گفت گرایش عمومی به تعامل اجتماعی آنلاین برای تجربه برند بر تعامل اجتماعی، نقش تعدیلگر منفی دارد بنابراین فرضیه سوم با اطمینان ۹۵ درصد تایید می‌شود. در تبیین این یافته می‌توان گفت با توجه به نتایج بدست آمده که گرایش عمومی به تعامل اجتماعی آنلاین برای تجربه برند بر تعامل اجتماعی، نقش تعدیلگر منفی دارد چنین استنباط می‌گردد که در تبیین نتایج این فرضیه می‌توان گفت که به دلیل اینکه مصرف‌کنندگان نمی‌توانند تمامی اطلاعات موجود در زمینه تصمیمات خرید را پردازش کنند، اغلب اقدام به ساده‌سازی فرآیند جست‌وجوی اطلاعات و تصمیم‌گیری می‌کنند. در همین راستا هر چه تعداد و مدت استفاده از شبکه‌های اجتماعی توسط فرد بیشتر باشد، اطلاعات دریافتی از شبکه بیشتر خواهد بود در نتیجه مقدار اطلاعاتی که باید جمع‌آوری و پردازش شود که به فرآیند تصمیم‌گیری خرید کمک خواهد کرد، در صورتی که اطلاعات کسب شده منفی باشد بر نیت خرید مصرف‌کننده تاثیر خواهد گذاشت. نتایج حاصل از این فرضیه با تحقیقات مهریاری (۱۳۹۷) مطابقت دارد. لذا پیشنهاد می‌شود شرکت تولیدکننده وایتکس با نفوذ در بین گروه‌های مرجع مهم و تبلیغ برند خود از این طریق،

- منابع
۱. بخشی‌زاده برج، کبری و اسماعیل‌زاده، احسان و ارجمند، مونا. (۱۳۹۸). مروری بر تأثیر بازاریابی رسانه‌های اجتماعی بر برند، بازاریابی توصیه‌ای الکترونیکی و تعهد مشتریان، پنجمین کنفرانس بین‌المللی حسابداری، مدیریت و نوآوری در کسب‌وکار، تهران.
۲. پارسا‌نژاد، محمدرضا، خوش لهجه صدق، مجتبی، و گنج‌خانی، میلاد. (۱۳۹۸). بررسی اثرات تبلیغات دهان‌به‌دهان بر میزان رشد تعداد کاربران بازی‌های موبایلی در ایران. تحقیقات بازاریابی نوین، ۹(۴)، ۱۷۰-۱۵۱.
۳. حبیبی، آرش. (۱۳۹۲). آموزش کاربردی نرم‌افزار SPSS. نشر الکترونیک: پایگاه اینترنتی پارس‌مدیر.
۴. حیدری، ساناز، مولایی، محمدعلی و شیخ، رضا. (۱۳۹۰). رابطه بین تجربه مشتری و وفاداری مشتریان و تبلیغات دهان‌به‌دهان توسط مشتریان محصولات شرکت سامسونگ، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شاهرود.
۵. دانش‌مهر، حسین، رادفر، رضا و حیدرزاده هنزائی، کامبیز. (۱۳۹۸). ارائه مدل مدیریت ارتباط با مشتری برای کسب‌وکارهای مبتنی بر رسانه‌های اجتماعی. آینده پژوهی مدیریت، ۱۱۷(۳۰)، ۱۲۰-۱۰۱.
۶. رضاپور، داریوش و کلدی، علیرضا. (۱۳۹۴). تحلیل پدیدار شناختی تأثیر آیین‌های فرهنگی مشترک بر توسعه اجتماعی. مطالعات ملی، ۱۷(۲)، ۱-۵۴.
۷. زادون، هدی، خیری، بهرام، و قاسمی، بهروز. (۱۴۰۲). طراحی الگوی مدیریت تجربه مشتری در صنعت حمل و نقل دریایی ماهیت، پیشایندها و پیامدها. نشریه علمی پژوهشی مدیریت کسب و کارهای بین‌المللی، ۶(۲)، ۴۸-۲۳.
۸. زندحسامی، حسام و محمدنیا، علی (۱۳۹۵). جایگاه استراتژیک مدیریت ارتباط با مشتریان در زنجیره تأمین. فصلنامه مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه، ۲(۵).
۹. شیرخدایی، میثم، شاهی، محبوبه، نجات، سهیل و محمودی نسب، سحر. (۱۳۹۶). بررسی تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر شکل‌گیری اعتماد و وفاداری به برند. تحقیقات بازاریابی نوین، ۳(۷)، ۱۲۴-۱۰۷.
۱۰. فروغمند اعرابی، هوشنگ و کریمی فرد، لیلا. (۱۳۹۴). تعاملات اجتماعی سالمندی با رویکرد سلامت روان. فصلنامه مدیریت شهری، ۷، ۵۹-۳۴.
۱۱. فیض‌آبادی، حمیده و شجاعی، سامره. (۱۳۹۳). تأثیر تبلیغات شفاهی (ارتباط دهان‌به‌دهان) بر رفتار مصرف‌کننده، اولین کنفرانس ملی تحقیق و توسعه در هزاره سوم، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علی‌آباد کتول، ۲۲ آبان‌ماه.
۱۲. ماهری، مهنوش و حسینی، منیره. (۱۳۹۳). بررسی تأثیرات بازاریابی دهان‌به‌دهان الکترونیکی بر نام تجاری در ایران: شبکه‌نگاری یک انجمن اینترنتی. پژوهش‌های مدیریت در ایران، ۱۸(۴)، ۱۵۹-۱۳۹.
13. Ahad, S., Bakar, A. R. A., & Ahmad, N. B. (2020). Social media adoption and its impact on firm performance: the case of the UAE. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
14. Aloza, R., Utpal, M., Dholakia, D., & Andreas, H. (2018). The Social Influence of Brand Community: Evidence from European Car Clubs. *Journal of Marketing*, 69, 19-34.
15. Bapat, D. (2017). Impact of brand familiarity on brands experience dimensions for financial services brands. *International Journal of Bank Marketing*, 35(4), 637-648.
16. Brakus, J., & Buller, C. (2016). Country-of-origin (COO) brand preferences and associated knowledge levels of Japanese wine consumers. *Journal of Product & Brand Management*, 21(5), 307-316
17. Godey, B., Manthiou, A., Pederzoli, /d., /rokka, J., Aiello, G., Donvito, R., & Singh, R. (2016). Social media marketing efforts of luxury brands: influence on brand equity and consumer behavior. *Journal of business research*, 69(12), 5833-5841.
18. González-Viralta, D., Veas-González, I., Egaña-Bruna, F., Vidal-Silva, C., Delgado-Bello, C., & Pezoa-Fuentes, C. (2023). Positive effects of green practices on the consumers' satisfaction, loyalty, word-of-mouth, and willingness to pay. *Heliyon*, 9(10).
19. Ha, Y. H. & Perks, H. (2005). Effects of consumer perceptions of brand



23. Kupper, T., Lehmkuhl, T., Wittkuhn, N., & Wieneke, A. (2016). Social CRM Performance Model: An Empirical Evaluation. Conference: 28th Bled eConference (accepted for publication) At: Bled, Slovenia.
24. Pabla, H., & Soch, H. (2023). Up in the air! Airline passenger's brand experience and its impact on brand satisfaction mediated by brand love. *Journal of Air Transport Management*, 107, 102345
25. Paramita, W., Nhu, H. B. C., Ngo, L. V., & Tran, Q. H. M. (2021). Brand Experience and Consumers' Social Interactive Engagement with Brand Page: An Integrated-Marketing Perspective. *Journal of Retailing and Consumer Services*.
26. Rafiq, M., & Ahmed, P. (2015). Using the 7Ps as a generic marketing mix. experience on the web: Brand familiarity, satisfaction and brand trust. *Journal of Consumer Behavior*, 4(6), 438-452.
20. Hafez, M. (2022). Unpacking the influence of social media marketing activities on brand equity in the banking sector in Bangladesh: A moderated mediation analysis of brand experience and perceived uniqueness. *International Journal of Information Management Data Insights*, 2(2), 100140.
21. Hunt, K. H. (2014). Measuring client satisfaction/dissatisfaction measures, office of the comptroller general evaluation and audit branch, 189–211
22. Huang, J. W. & Li, Y. H. (2015). The mediating effect of knowledge management on social interaction and innovation performance. *International journal of an power*, 30(3), 285-301.



سلامت روان دانشجویان و نقش آموزش عالی: گردآوری تحلیل برنامه‌ها و مداخلات موجود

* آمنه صدیقیان بیدگلی

* استادیار پژوهشگاه مطالعات فرهنگی، اجتماعی و تمدنی، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، تهران، ایران sedighian@iscs.ac.ir

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۷/۲۸

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۵/۰۶

صص: ۱۶۸-۱۵۱

چکیده

از جمله مسائل مهم در جامعه، اختلالات سلامت روان و داغ ننگ پیرامون آن است؛ وجود این مشکل منجر به عدم پیگیری درمان و نیز انزوای بیشتر افراد می‌شود و روابط آن‌ها در جامعه به خطر می‌اندازد. پیامدهای ناگواری از قبیل خشونت، افسردگی، خودکشی، رفتارهای آسیب‌زننده به خود و دیگران و مواردی از این قبیل، نتایج محتمل این مسئله اجتماعی هستند. این مقاله بر اساس پژوهشی است که تلاش کرده تا با بررسی برنامه‌های دانشگاه‌های پیشگام در جهان، سازوکارها و الگوهای مورد استفاده توسط آن‌ها در بحث سلامت روان دانشجویان را گردآوری و تحلیل نماید. نظریات فناوری اجتماعی، پیوند اجتماعی و یادگیری اجتماعی مورد استفاده قرار گرفتند. این مطالعه توصیفی-تحلیلی با روش تحلیل محتوا به بررسی اسناد از پیش موجود می‌پردازد. جامعه آماری، تمامی برنامه‌ها و راهبردهایی است که در دانشگاه‌های کشورهای آمریکا، کانادا، انگلستان و استرالیا در ارتباط با پیشگیری و مواجهه صحیح با داغ ننگ اختلالات سلامت روان بکار بسته شده است. بر این اساس، حدود ۱۲۷ ایده مرتبط یافت شد که بعد از پالایش آن‌ها، نهایتاً ۵۳ برنامه انتخاب شدند. یافته‌ها نشان داد که متغیرهای اصلی در پیشگیری و مواجهه با داغ ننگ اختلالات سلامت روان عبارت‌اند از آگاهی بخشی، تغییر رفتار، شبکه حمایتی، مشارکت دانشجویی، راه‌حل‌های تشخیص سلامت روان و نرم‌افزارها.

واژه‌های کلیدی: سلامت روان، داغ ننگ، افسردگی، دانشگاه، پیشگیری، آموزش عالی.

نوع مقاله: علمی

۱- مقدمه

سرزنش یا کاهش ارزش در فرایند قضاوت منفی در مورد یک فرد یا گروه است [۴۶]. مشخصاً، برچسب یا استیگما وضعیتی و شرایط نامطلوبی در جامعه است که همچون خصیصه منفی به فرد تحمیل می‌شود و او با همان وجه ناخوشایند و ناخواسته شناخته می‌شود؛ برچسب‌ها تنوع گوناگونی را شامل می‌شوند و از خصیصه‌های جسمانی مانند چلاق، کور تا ویژگی‌های روحی-روانی مانند خل‌وچل یا دیوانه و حتی ویژگی‌های اجتماعی و فرهنگی مانند بی‌کلاس، پایین‌شهری و غیره را شامل می‌شوند؛ اما مشخصه تمامی آن‌ها این است که فرد

یکی از مسائل مهم در جامعه دانشجویی همچون سایر خرده جمعیت‌ها، مسئله برچسب‌های پیرامون چالش‌های سلامت روان (بیماری‌ها و اختلال‌های روانی و در حالت حاد آن، خودکشی و رفتارهای آسیب‌زننده به خود و دیگران) است. این برچسب‌ها یا برچسب‌ها، فرایند پذیرش و درمان بیماری را با مشکل مواجه می‌کنند و یکی از علت‌العلل‌های ناکامی در کاهش مسائل مرتبط با سلامت روان و خودکشی محسوب می‌شوند. برچسب مرتبط با سلامت به‌طور مشخص عبارت است از روند اجتماعی، پیش‌بینی یا تجربه‌شده که مشخصه آن محرومیت، طرد،

نویسنده عهده‌دار مکاتبات: آمنه صدیقیان بیدگلی sedighian@iscs.ac.ir



از این روی، این پژوهش در صدد است تا با بررسی برنامه‌ها و کنش‌های دانشگاه‌های پیشگام در جهان در حیطه مداخلات اجتماعی و فرهنگی، سازوکارها و الگوهای مورد استفاده توسط آن‌ها را گردآوری و تحلیل نماید.

در ارتباط با اهمیت مساله، پیش از هر چیز، پرداختن به آمارها و شیوع‌شناسی مشکلات و معضلات پیرامون سلامت روان و تأثیرپذیری‌اش از داغ ننگ موضوع حائز اهمیتی است که در ادامه مورد اشاره قرار گرفته است؛ بر اساس گزارش سازمان بهداشت جهانی، حدود چهارصد و پنجاه میلیون نفر از مردم جهان به طریقی از یک بیماری روانی یا رفتاری رنج می‌برند [۲۳]. طبق آخرین پژوهش‌ها، میزان شیوع اختلالات روان‌پزشکی در کشور ۲۳،۶ درصد است که حدود ۱۲،۵ میلیون نفر از جمعیت گروه سنی ۱۵ تا ۶۴ سال ایران از یکی اختلالات روان‌پزشکی رنج می‌برند که شایع‌ترین آن‌ها افسردگی (با شیوع ۱۲،۷ درصد) و اضطراب (با شیوع ۱۵،۶ درصد) است.^۱

اما در میان دانشجویان، مطالعات پیشین بر برخی مسائل اجتماعی توجه کرده که بعضی از آن‌ها همان ریشه‌های روانی و فیزیولوژیک را داشته و در بحث از سلامت روان مطرح هستند (مشخصاً خودکشی و خشونت/پرخاشگری)؛ از جمله در پژوهش [۱۳]، مرور نظام‌مندی بر مسائل اجتماعی دانشجویان صورت گرفت که در مورد خودکشی آمارهای قابل‌اعتنایی ملاحظه می‌شود:

در مطالعه [۹] در مورد دانشجویان علوم پزشکی رفسنجان، ۱۸،۱۱ درصد از دانشجویان دارای افکار خودکشی بوده‌اند؛ در مطالعه [۲]، میزان شیوع خودکشی در میان دانشجویان علوم پزشکی اصفهان برابر با ۲۹،۷٪ بوده است؛ همچنین، در مطالعه [۱۰] نیز میزان این مسئله در میان دانشجویان دانشگاه سیستان و بلوچستان برابر با ۱۰ درصد بوده است.

در بحث از تفاوت‌های مکانی مربوط به افکار و تمایلات خودکشی در میان دانشجویان در استان‌های گوناگون کشور در نقشه GIS همان‌گونه که در شکل ۱ ملاحظه می‌گردد، همچنان بخش مهمی از استان‌ها یا فاقد پژوهش مرتبط بوده و یا دارای پژوهش بوده ولی آمار آن‌ها قابل‌دسترسی نبوده است. استان کرمان با میانگین حدوداً

را کم‌ارزش و بی‌ارزش کنند و در یک مقایسه معیوب، هویت او را مخدوش نموده و تمایزاتی را بین خودی و غیرخودی ایجاد کنند [۵].

همان‌طور که در ادامه ملاحظه خواهد شد، علیرغم اهمیت و فراوانی آماری قابل‌توجه این پدیده در جهان و در ایران، بخش زیادی از افرادی که از این بیماری‌ها رنج می‌برند، برای درمان به روان‌پزشک و روان‌شناس مراجعه نمی‌کنند. جدا از مسائلی که فرد به لحاظ رفتاری و روانی با آن دست‌به‌گریبان است، بخش مهمی از این موضوع به نوع برخورد جامعه و تجربه زیسته فرد از واکنش اجتماع (اعضای خانواده، بستگان، دوستان، همکاران و غیره) بازمی‌گردد. این برخوردها عموماً با خصیصه کلی طرد (عدم همدلی، غیر پذیرا بودن و مواردی از این قبیل) مشخص می‌شوند و باعث می‌شوند دانشجویان آسیب‌دیده، پیگیری و درمان بیماری را اصطلاحاً پشت گوش انداخته و حتی نسبت به آن واکنش منفی نشان داده و دیگران را در این مورد مقصر بدانند.

پیش‌فرض این پژوهش این است که بخشی از دانشجویان همچون دیگر گروه‌های جمعیت تحت تأثیر چالش‌های مرتبط با سلامت روان (مانند خشونت، افسردگی، خودکشی و غیره) قرار دارند. این‌که بخشی از واقعیت سلامت روان هر فرد وابسته به متغیرهای روانی و فیزیولوژیکی است، امری غیرقابل‌کتمان است و بررسی این متغیرها و روابط مابین آن‌ها قطعاً نیازمند مطالعات حرفه‌ای توسط متخصصان این رشته‌ها (همچون روان‌شناسان، روان‌پزشکان، متخصصان داروسازی، متخصصین مغز و اعصاب و سایر حرفه‌های مرتبط) است؛ اما آنچه در پژوهش‌های این حوزه در علوم اجتماعی حائز اهمیت است، پرداختن به تأثیر و تأثراتی است که متغیرهای اجتماعی و فرهنگی بر متغیرهای مرتبط با سلامت روان دارند.

بنابراین، بخشی از دانشجویان نیز از این معضل و پیامدهای ناگوار آن مستثنا نبوده و به‌نوعی با آن درگیر هستند و برای سیاست‌گذاران فرهنگی و حوزه آموزش عالی بسیار جالب و حائز اهمیت است که بدانند دانشگاه‌های پیشگام در سراسر جهان از چه مداخلات، ابتکار عمل‌ها و برنامه‌هایی برای مهار و کاهش این مسئله اجتماعی استفاده می‌کنند.

۱. مدیرکل دفتر سلامت روانی و اجتماعی وزارت بهداشت به نقل از

<https://www.irna.ir/news/83148256/>

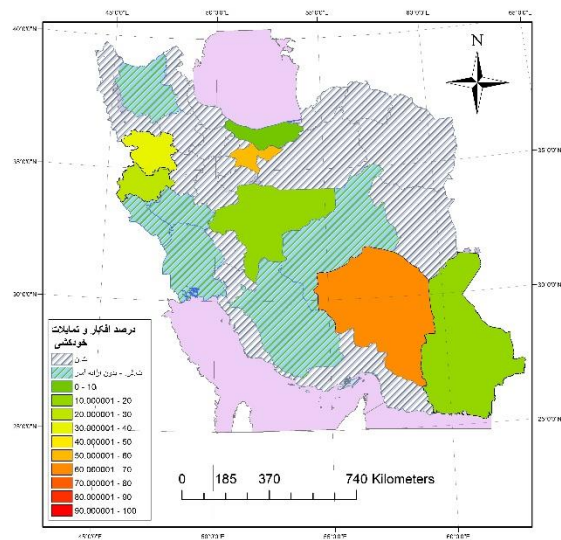
در بحث از خشونت نیز ملاحظه شد که این موضوع در وضعیت آماری قابل توجهی است؛ مثلاً در مطالعه علیوردی‌نیا بر روی دانشجویان دانشگاه مازندران (۱۳۹۲)، وجود رفتارهای خشونت‌آمیز در میان دانشجویان برابر با ۶۱٫۱٪ بوده است؛ همچنین، در مطالعه ملکشاهی (۱۳۸۶) بر روی دانشجویان دانشگاه لرستان، میزان خشونت به تفکیک ابعاد گوناگون ارائه شده است که بر این اساس، خشونت کلامی برابر با ۳۸٫۱٪، خشونت فیزیکی برابر با ۱۴٫۳٪ و تجربه خشم برابر با ۱۷٫۳٪ و نهایتاً تجربه خصومت برابر با ۸٪ بوده‌اند.

بنابراین، همان‌طور که ملاحظه می‌شود وضعیت سلامت روان و چالش‌های مرتبط با آن در کشور مطلوب نبوده و نیازمند توجهات جدی است. بر این اساس، موضوع داغ یا برچسب‌های اجتماعی تا حد بسیاری در ایران در ارتباط با مسائل مرتبط با بهداشت و سلامت روان حائز اهمیت است.

اهمیت این آمارها و شرایط، زمانی بیشتر نمایان می‌شود که گفته شود قریب به اتفاق این اختلالات در صورتی که به موقع تشخیص داده شوند و مداخلات لازم را دریافت کنند قابل کنترل و درمان هستند؛ در حالی که موانع اجتماعی و فرهنگی مانند داغ ننگ این بیماری‌ها، خود مسئله‌ای اجتماعی است که در مجموعه دوره‌های باطلی منجر به مسائل دیگری مانند خودکشی، افزایش خشونت‌ها، کاهش نشاط اجتماعی، افزایش افسردگی و مواردی از این دست می‌شود.

مطالعات بسیاری نشان داده‌اند که نگرش‌های به شدت تبعیض‌آمیزی در مورد بیماران دارای اختلالات مرتبط با سلامت روان وجود دارند [۲۷] و [۲۸]. در بسیاری از موارد، کلیشه‌های قوی پیرامون خطرناک بودن بیماران دارای این اختلالات و تمایل به فاصله اجتماعی از آنها وجود دارد [۳۵]. برچسب ناشی از بیماری‌های روانی باعث درد و رنج‌های بسیاری برای فرد و خانواده او می‌شوند. برچسب‌ها در سه سطح فردی، خانوادگی و اجتماعی، مشکلاتی را برای بیمار ایجاد می‌کنند که به تبعیض و عدم جذب کامل او منجر شده و موجب کاهش

۷۰ درصدی، استان تهران با میانگین حدوداً ۶۰ درصدی و استان کردستان با میانگین حدوداً ۵۰ درصدی، استان‌هایی هستند که بیشترین فراوانی تمایلات و افکار خودکشی در میان دانشجویان در آنها بر اساس مطالعات استانی موجود گزارش شده‌اند. سپس، استان کرمانشاه با میانگین ۳۰ درصدی، استان‌های اصفهان و سیستان و بلوچستان با میانگین ۲۰ درصد و نهایتاً استان مازندران با میانگین ۹٫۶ درصدی در مرتبه بعدی قرار گرفته‌اند.



شکل ۱. نقشه جغرافیایی میزان افکار خودکشی در میان دانشجویان کشور به تفکیک استان

در ادامه، پژوهش [۱۸]، وضعیت این متغیر مربوط به سلامت روان در دانشجویان را با دیگر گروه‌های جمعیت در ایران مقایسه کرده است؛ در مورد تجربه اقدام به خودکشی، میانگین درصدی آن در بین دانش‌آموزان ۱۵٪، در میان دانش‌آموزان دختر برابر با ۳۰٪، در بین دانش‌آموزان پسر برابر با ۲۵٪، در میان نوجوانان و جوانان برابر با ۳۲٪، در میان مردان ۱۶٪ و در میان زنان ۳۶٪ و نهایتاً در میان عامه مردم ۱۲٪ بوده است. در مورد میانگین درصدی نگرش به خودکشی در مجموع تحقیقات ۲۰ سال اخیر نیز ملاحظه می‌شود ۳۰٪ از دانش‌آموزان دختر، ۳۲٪ از دانش‌آموزان پسر، ۳۶٪ از زنان، ۲۸٪ از مردان، ۳۰٪ از نوجوانان و جوانان، ۳۵٪ از بیماران و ۱۹٪ از عامه مردم تجربه فکر کردن و تمایل نسبت به اقدام کردن برای خودکشی را داشته‌اند؛ بنابراین، ملاحظه می‌شود که فارغ از جمعیت دانشجویی و غیر دانشجویی، آمار این مسئله و جدیت آن به حدی است که باید به آن توجه جدی شود.

۱. با توجه به بار منفی کلمه «بیماران روانی»، تصمیم گرفته شد تا در طول پژوهش از عبارت «بیماران دارای اختلالات مرتبط با سلامت روان» استفاده شود.

از این روی، این پژوهش، برنامه‌های اجرا شده و تجربه دانشگاه‌ها و نظام‌های آموزش عالی در کشورها را بررسی می‌کند. بررسی تجربه دانشگاه‌ها و نظام‌های آموزش عالی در این کشورها در مورد پیشگیری از برچسب اجتماعی مرتبط با مشکلات سلامت روان می‌تواند پیشنهادهای در جهت کاربرد این راهبردها در نظام آموزشی عالی و دانشگاهی در ایران به دست دهد؛ بنابراین، پرسش‌های اصلی و فرعی به شرح ذیل مطرح بوده است:

- دانشگاه‌های پیشگام از چه سازوکارهایی برای پیشگیری و مواجهه با داغ ننگ پیرامون مسائل سلامت روان دانشجویان استفاده می‌کنند؟
- از چه رویکردهایی برای تحلیل پیشگیری از داغ ننگ پیرامون سلامت روان می‌توان استفاده نمود؟
- چه متغیرهای پرتکراری در این مدل‌ها وجود دارد؟

۲- مبانی نظری و پیشینه

در ادامه، طیفی از نظریات پیرامون داغ ننگ اختلالات سلامت روان ارائه شده است که از زوایای تئوریک، ابعاد گوناگون این پدیده را مورد مذاقه و بررسی قرار داده‌اند. پیش از آن، تعاریفی از مفاهیم اصلی و مرتبط با این پژوهش نیز ارائه شده است.

داغ ننگ: گافمن، داغ ننگ را احساسی معطوف به بدنام‌شدن یک شخص می‌داند و می‌گوید: «فردی ممکن است در تعامل اجتماعی به سادگی پذیرش شود اما به واسطه خصایصی که دارد ممکن است خودش را تحمیل نموده و نظر هر کسی که او را می‌بیند را نسبت به خودش تغییر دهد. او یک ننگ دارد. ما واژه‌های ویژه ننگ همچون فلج، کودن و غیره را در صحبت‌های روزانه به عنوان نوعی از استعاره و تشبیه بکار می‌بریم و تمایل داریم تا رشته وسیعی از نقص‌ها و عیب‌ها را بر پایه عیب اصلی در شخص ببینیم» [۳۴].

داغ ننگ اختلالات سلامت روان: داغ ننگ انواع گوناگونی دارد و می‌تواند بر صفات گوناگون (جسمانی، روانی، فرهنگی و غیره) ارجاع داشته باشد. گافمن سه طبقه از داغ ننگ ارائه می‌دهد که عبارت‌اند از داغ ننگ جسمانی (مانند افراد فلج، افراد مبتلا به بیماری‌هایی چون

اعتمادبه‌نفس، احساس شرم، انزوای اجتماعی، چالش‌هایی در پیدا کردن شغل و مسکن و بهره‌مندی از امکانات اجتماعی می‌شوند. از این روی، افرادی که دچار این بیماری‌ها هستند به طرق گوناگونی تحت تأثیر نشانه‌های این قبیل بیماری‌ها (مانند اضطراب، توهم، هذیان و غیره) بوده و این مسائل بر شغل، زندگی مستقل و رضایت آن‌ها از زندگی تأثیر منفی می‌گذارد و در چنین شرایطی، برداشت غلط جامعه و ایجاد برچسب اجتماعی منجر به تضعیف و از دست دادن اعتمادبه‌نفس آن‌ها می‌شود [۴۱].

از سوی دیگر، بیماران به این دلایل احساس شرم و ناامیدی می‌کنند و برای جبران این تفاوت‌ها سعی در پنهان نمودن آن می‌کنند و با گوشه‌گیری و کناره‌گیری از اجتماع، خود را محافظت نموده و تمام این‌ها نهایتاً به محروم‌سازی فرد از حقوق فردی، اجتماعی و شهروندی‌اش منجر خواهند شد [۵].

همچنین، لازم به ذکر است که در زمینه مسائل اجتماعی، فارغ از سهم زیاد پژوهش‌های اپیدمیولوژیک [۱۳]، ارائه الگوهای پیشگیرانه، سیاست‌ها و برنامه‌های اتخاذشده در نظام‌های آموزش عالی و دانشگاه‌ها به‌ندرت به چشم می‌آید. حاصل این فرایند، انجام انبوهی از تحقیقات با محوریت توصیف یا علت‌کاوی این مسائل بوده است. گرچه اهمیت آن دست از پژوهش‌ها نیز قابل‌انکار نیست، ولی انجام پژوهش‌های این‌چنینی که در پی تحلیل تجربیات جهانی و الگوهای موجود است می‌تواند منجر به بارش افکارس شود که نهایتاً فرصت‌های مهمی برای سیاست‌گذاری‌های صحیح فراهم آورد.

در این پژوهش، انتخاب کشورها و طبعاً دانشگاه‌ها و نظام‌های آموزش عالی بر اساس تجارب موفق آن‌ها صورت خواهد گرفت. اگرچه به‌صورت گشوده تمام برنامه‌ها در فضای وب جستجو می‌شوند ولی طبق مطالعات قبلی [۲۰] و [۱۳]. به مرور مشخص شده که برنامه‌های پیشگیرانه در برخی از کشورها و دانشگاه‌ها به‌مراتب جدی‌تر و پرنسب‌تر از سایر کشورها بوده است. در واقع، انتظار این‌گونه برنامه‌های پیشگیرانه را می‌توان در کشورهایی مانند ایالات متحده، کانادا، استرالیا و انگلستان به‌مراتب بیش از سایر کشورها داشت.

2. Sigma
3. Mental health stigma

1. Brainstorm



تغییر ظاهر، تغییر نام یا اجتناب از موقعیت‌هایی که ممکن است برچسب او آشکار شود، انجام شود. سپس، توجیه قرار دارد که در این ارتباط، فرد ممکن است سعی کند برچسب خود را توجیه کند. این کار می‌تواند از طریق ارائه توضیحات یا دلایلی برای داشتن برچسب، انجام شود. نهایتاً طی سازوکاری به نام تغییر تعریف، فرد ممکن است سعی کند تعریف برچسب خود را تغییر دهد. این کار می‌تواند از طریق برجسته کردن جنبه‌های مثبت برچسب یا ارائه تعریف جدیدی از آن، انجام شود [۲۶].

- رویکرد فناوری اجتماعی

[۲۹] از عبارت هنر اجتماعی برای اشاره به روش‌هایی استفاده نمود که ارجاع به پیشرفت‌های هر جامعه‌ای دارد؛ او معتقد است دانشمندان علوم اجتماعی افرادی هستند که پیش‌بینی‌هایی را مطرح می‌کنند و هنر اجتماعی آن چیزی است که مسیرهایی را برای رسیدن به آن اهداف و پیش‌بینی‌ها ارائه می‌کند. فناوری اجتماعی معنی دوگانه مهندسی اجتماعی و نرم‌افزارهای اجتماعی را در درون خود دارد.

«فناوری اجتماعی»^۱ به معنی استفاده از تکنولوژی در راستای اهداف اجتماعی یا تسهیل فرایندها و رویه‌های اجتماعی به وسیله نرم‌افزارها و سخت‌افزارهای اجتماعی است [۴۴] و [۲۴]. در این راستا از تئوری‌ها و روش‌های علوم اجتماعی در راستای اهداف خاص (همچون حل مسائل اجتماعی) استفاده می‌شود و راه‌حلی با کمک تکنولوژی برای مسائل اجتماعی یافت می‌شود [۳۳].

تکنولوژی اجتماعی یا «مهندسی اجتماعی» مبتنی بر ایده‌ی «پیشرفت و بهبود اجتماعی» است. [۳۸] با تغییر رادیکال و ایده‌آل‌گرا و حداکثری نهادها و ساختارهای اجتماعی که مبتنی بر یک رویکرد دگماتیک باشد مخالف است و معتقد است باید به ایده‌ی «مهندسی تدریجی» یا مهندسی اجتماعی که به دنبال تغییر مثبت و درعین حال تدریجی عملکرد نهادها و ساختارها در مقیاس کوچک است رجوع نمود؛ او معتقد است این رویکرد می‌تواند به کاربرد نظریات و اصلاح و تعدیل آن‌ها بیانجامد. این نوع

ایدز و غیره)، داغ ننگ شخصیت (شامل افراد مبتلا به مشکلات ذهنی، سوابق جنایی، گرایش‌های جنسی و غیره) و داغ ننگ قبیله‌ای (که اشاره به نژاد، مذهب و ملیت دارد و از طریق دودمان و نسب انتقال داده می‌شوند) [۳۴].

یکی از این عوامل، عامل جسمی است. داغ جسمی، وضعیتی است که در آن فرد در معرض ارزیابی دیگران قرار دارد و باید تلاش کند تا تصویر مطلوبی از خود ارائه دهد. داغ فرهنگی، وضعیتی است که در آن فرد در معرض ارزیابی دیگران قرار دارد و باید تلاش کند تا تصویر مطلوبی از خود ارائه دهد. این ارزیابی ممکن است بر اساس ویژگی‌های فرهنگی فرد باشد. به عنوان مثال، افراد دارای ملیت، مذهب، یا قومیت غیرمتعارف، ممکن است در معرض داغ فرهنگی قرار گیرند [۲۶].

داغ ننگ اختلالات روان را می‌توان بر اساس طبقه دوم، یعنی داغ ننگ شخصیت مورد بررسی قرار داد. داغ روانی، وضعیتی است که در آن فرد در معرض ارزیابی دیگران قرار دارد و باید تلاش کند تا تصویر مطلوبی از خود ارائه دهد. این ارزیابی ممکن است بر اساس ویژگی‌های روانی فرد باشد. این قبیل داغ‌ها اشاره به مشکلات روحی و روانی از قبیل بیماری‌های روانی، اختلالات روانی و مواردی از این دست دارند که روند پذیرش و درمان بیماری را با مشکلات جدی مواجه می‌کنند [۴۶].

همچنین، گافمن استیگما را به عنوان یک فرآیند سه مرحله‌ای می‌بیند؛ بازشناسی، اولین گام در فرآیند استیگما است که می‌تواند توسط دیگران یا حتی توسط خود فرد یا گروه انجام شود. سپس، پذیرش قرار دارد، بدین معنی که پس از بازشناسی، فرد یا گروه ممکن است این برچسب را بپذیرد و خود را با آن تعریف کند. این پذیرش می‌تواند به دلایل مختلفی، مانند احساس ناامیدی، ترس یا عدم توانایی مقابله با تبعیض، رخ دهد. در مرحله بعد نیز، واکنش قرار دارد که طی آن، دیگران نیز ممکن است به فرد یا گروه دارای برچسب منفی واکنش نشان دهند. این واکنش می‌تواند مثبت، منفی یا بی‌تفاوت باشد.

لازم به ذکر است که گافمن معتقد است افراد دارای استیگما ممکن است برای رهایی از برچسب منفی خود تلاش کنند. این تلاش‌ها می‌تواند به شکل‌های مختلفی انجام شود، از جمله این که فرد ممکن است سعی کند برچسب خود را پنهان کند. این کار می‌تواند از طریق

1. social technology
2. social engineering
3. social advancement
4. Piecemeal engineering

اجتماعی که افراد را با یکدیگر مرتبط می‌کنند، ساختار اجتماعی موجود را نمایان می‌سازد. در واقع تأثیر متقابل کنترل‌های اجتماعی رسمی و غیررسمی است که می‌تواند به تولید بازدارندگی منتهی گردد؛ بنابراین، تضعیف نهادهای میانجی و کنترل‌کننده (همچون خانواده، مدارس و دانشگاه‌ها و ...) و در واقع تضعیف ساختار کنترل اجتماعی غیررسمی در نهایت به افزایش سرمایه‌گذاری در کنترل اجتماعی رسمی که غالباً به شکل مجازات رسمی نمایان می‌شود منجر می‌گردد. با فقدان سازوکارهای میانجی معتبر و قابل اتکا، گسترش نامناسب مجازات و اصلاحات قانونی گریزناپذیر خواهد بود [۴۳]؛ بنابراین، این دیدگاه اشاره به برنامه‌هایی در این پژوهش دارند که از جمله مکانیسم‌های عملکردی خود را بر تقویت مشارکت و پیوندها میان افراد و گروه‌ها بنا نهاده‌اند.

- نظریه یادگیری اجتماعی

این نظریه نیز مربوط به پارادایم فرایند اجتماعی است؛ این نظریه «مسئله یا انحراف را محصول آموخته‌هایی می‌داند که افراد در خلال فرآیندهای یکسان یادگیری، در بستر کلی جامعه و به شکلی مشابه با آموزش‌های هم‌نویانه فرامی‌گیرند اما الگوهای متمایز با الگوهای غالب و مسلط در جامعه دارند» [۷]. چراکه نظریه یادگیری اجتماعی نظریه‌ای فرآیندی است؛ چنین نظریه‌هایی به دنبال کشف چگونگی شکل دادن رفتار توسط تأثیرات اجتماعی (خانواده، مذهب، سیاست و صنعت) یا همان جامعه‌پذیری در طول زمان هستند [۴۵].

این نظریه متشکل از چهار مفهوم بنیادین بوده که متأثر از فرهنگ عمومی، ساختار جامعه، گروه‌ها و زمینه‌های تعامل اجتماعی در محیط -حجم و اندازه نمونه- است [۲۲]. این چهار متغیر نظریه یادگیری اجتماعی عبارت‌اند از: پیوند افتراقی، تقویت افتراقی، تقلید و تعاریف.

• پیوند افتراقی^۵: اولین اصل نظریه یادگیری اجتماعی بر مبنای نظریه ساترلند است. مهم‌ترین منابع پیوند افتراقی خانواده و دوستان هستند که فرد ارتباط مستقیم با آن‌ها دارد ولی گروه‌های ثانویه از قبیل رسانه جمعی، اینترنت و گروه‌های مجازی که فرد ارتباط غیرمستقیم با آن‌ها دارد نیز به فرایند یادگیری کمک می‌کنند [۲۲].

تکنولوژی اجتماعی می‌تواند تخصصی جامعه‌شناختی را فراهم آورد که به مدیریت مسائل اجتماعی از طریق کمک به حکومت‌ها و سیاست‌گذاران منجر گردد. نظریات به دست آمده از این فرایند می‌تواند به «تحلیل اندیشه» برای برنامه‌هایی به قصد حکمرانی و حل مسائل از پیش تشخیص داده شده بیانجامد.

برنامه‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری دارای این پیش‌فرض هستند که مسائل دنیای واقعی را می‌توان با برنامه‌نویسی حل نمود و برای اصلاح قواعد، هنجارها و فرایندهای مشکل‌آفرین می‌توان از این قبیل تکنولوژی‌ها استفاده نمود. بیماری‌های هر دولتی می‌تواند با تشخیص، تجویز و درمان از طریق محاسبات و مداخلات تکنولوژیک پیشگیری شود [۴۰].

- نظریه پیوند اجتماعی

این نظریه مربوط به پارادایم فرایند اجتماعی است؛ سرشناس‌ترین نظریه پرداز این حوزه تراویس هیرشی می‌باشد که نظریه کنترل اجتماعی‌اش را در سال ۱۹۶۹ صورت‌بندی کرد. او علت هم‌نویایی افراد با هنجارهای اجتماعی را پیوند اجتماعی آن‌ها دانسته است. وی مدعی است که پیوند میان فرد و جامعه مهم‌ترین علت هم‌نویایی و عامل اصلی کنترل رفتارهای فرد است و ضعف این پیوند یا نبود آن علت اصلی کج‌رفتاری است [۱۲]. وی بر این اعتقاد است که کج‌رفتاری زمانی واقع می‌شود که پیوند میان فرد و جامعه ضعیف باشد یا گسسته شود. او عناصری از قبیل: «دلبستگی فرد به افراد خانواده و نهادهای اجتماعی»، «تعهد نسبت به جامعه»، مشارکت در نقش‌ها و فعالیت‌های اجتماعی» و «باور و وفاداری فرد به ارزش‌ها و هنجارهای اخلاقی و اجتماعی» را پیونددهنده افراد به یکدیگر و جامعه می‌داند [۳۰] و [۱۱].

در صورتی که هزینه‌های مجازات اندک باشد، تأثیر کنترل‌های اجتماعی رسمی و غیررسمی تضعیف خواهد شد؛ بنابراین، هزینه‌های مجازات و انتقادهای اجتماعی مرتبط با آن‌ها مستقیماً بر تأثیرگذاری کنترل‌های اجتماعی تأثیر می‌گذارند. این عوامل و شبکه‌های

1. Attachment
2. Commitment
3. Involvement
4. Belief

5. Differential association



زمینه‌هایی چون سابقه بیماری روانی، گسیختگی خانواده، تجارب دردناک، نابسامانی اقتصادی، رفتارهای نامتعارف و زوال شبکه‌های حمایتی می‌دانند. همراهان در مواجهه با حضور بیمار روانی در خانواده به کنش‌های متفاوتی بر اساس پذیرش یا عدم پذیرش بیماری روانی دست می‌زنند که دامنه آن از کتمان و انکار تا ترحم و پذیرش و درمان بیماری در نوسان است. [۱] در پژوهشی تأثیر برجسب‌ها یا استیگما بر روند اختلالات روانی را در میان متخصصان مورد بررسی قرار دادند. متغیر مرکزی نیز ارتقای آگاهی افراد بود. آن‌ها همچنین اشاره می‌کنند ارتقای دانش و آگاهی مردم از طریق راه‌اندازی کمپین‌های رسانه‌ای می‌تواند تأثیر بسیار مهمی در این زمینه در برداشته باشد. [۲] در پژوهشی کیفی سعی نموده استیگمای مربوط به بیماری‌های روانی را بررسی نماید. استیگما (داغ ننگ) یک برساخته اجتماعی_ فرهنگی سیال و زنده است که افراد و گروه‌های زیادی در جوامع انسانی با آن مواجه‌اند. این پژوهش نشان می‌دهد که داغ ننگ‌سازی افراد درگیر با افسردگی، برساخت‌های اجتماعی فرهنگی بوده و در پزشکی‌شدن افسردگی سهم چشمگیری داشته است. در پژوهش [۴] با عنوان «انگ در نظام سلامت: مقاله مروری» عنوان شده که برجسب‌ها به بیماری‌های اعصاب و روان منجر به تحمیل بار اضافی این بیماری‌ها بر بیماران می‌گردد. یافته‌ها نشان داد که عوامل مؤثر و ایجادکننده استیگما در نظام سلامت با توجه به مرور متون شامل تأثیر فرهنگ، عدم آشنایی ارائه‌دهندگان سلامت با تجربیات این بیماران، دیدگاه نامناسب نسبت به بیماران، عدم درمان مناسب، عدم همدلی، ارتباط نامناسب، عدم نظر گرفتن حقوق بیماران و عدم رعایت حریم خصوصی بیمار می‌باشد.

[۳۹] در پژوهشی با رویکرد ترکیبی مسائل سلامت روان را به عنوان اولویت جهانی توسعه عنوان کرده‌اند و دیدگاه‌های منفی نسبت به این بیماران را حائز اهمیت دانسته‌اند. پنداشت و تجربه دانشجویان نسبت به استیگما توسط مصاحبه‌های عمیق با نمونه ۳۰ نفری بررسی شد. میانگین شاخص کل داغ ننگ سلامت روان برابر با ۳۰٫۷ بود. [۴۲] اشاره می‌کنند که افزایش تعداد دانشجویان بین‌المللی در دانشگاه‌های ژاپن باعث شده است تا آن‌ها حمایت‌های مربوط به سلامت روان را به‌عنوان یکی از مسئولیت‌های اصلی‌شان افزایش دهند ولی مشکل این

• تقویت افتراقی؛ دانیل گلیزر مدعی است که در فرآیند ارتکاب انحرافات و آسیب‌های اجتماعی، ساترلند قابلیت‌های تصمیم‌سازی و پذیرش نقش فرد را نادیده می‌گیرد. او معتقد است ارتباط با کج‌رفتاران یا افراد مبتلابه یک مسئله به‌خودی‌خود ضرری ندارد مگر اینکه به حدی برسد که شخص خود را با آن‌ها یکی بیندارد و از آن‌ها هویت بگیرد [۱۲].

• تقلید؛ تقلید به معنای الگوبرداری از یک رفتار، در مراحل اول یادگیری رفتار نابهنجارانه با اهمیت است اما بعدازآن تأثیر کمتری در آن رفتار دارد. منابع تقلید از طرفی والدین، دوستان و معلمان و از سوی دیگر منابعی همچون رسانه‌ها را شامل می‌شوند [۱۴].

• تعاریف؛ فرآیندی است که طی آن افراد رفتارشان را توجیه، تفسیر، ارزیابی کرده و سپس درست و غلط آن را مشخص می‌کنند. تعاریف نگرش‌هایی مثبت، منفی و خنثی‌کننده درباره رفتارهایی خاص است که به‌وسیله‌ی فرایند پیوند افتراقی، تقلید و کنش متقابل با منابع متنوع یادگیری که در محیط اجتماعی یک شخص واقع شده، یاد گرفته می‌شوند و موقعیتی را به‌عنوان فرصت یا عدم فرصت برای نگرش‌ها و رفتارهای نابهنجارانه فراهم می‌کنند [۱۱].

در واقع، رویکرد یادگیری اجتماعی، معتقد به یادگیری الگوهای هم‌نوا یا غیر هم‌نوا با هنجارها و ارزش‌های اجتماعی است. فرایند یادگیری می‌تواند از طریق دوستان و خانواده یا از طریق گروه‌های ثانویه همچون رسانه‌های جمعی، اینترنت و گروه‌های مجازی اتفاق بیافتد.

همچنین، در ادامه به بررسی پژوهش‌های داخلی و خارجی مرتبط با موضوع پژوهش پرداخته شده است. از آنجایی که پژوهش کاملاً مرتبطی ملاحظه نشده است، تحقیقات نسبتاً در این ارتباط ذکر شده و نسبت آن‌ها با پژوهشی فعلی توضیح داده شده است.

برخی از پژوهش‌ها عمدتاً به مقوله برجسب اختلالات روان توجه کرده‌اند و بر اهمیت آن تأکید کرده‌اند؛ از جمله، [۱۶] در پژوهشی کیفی در مورد دلایل و پیامدهای بیماری روانی، مصاحبه‌شوندگان بیماری روانی را حاصل

1. Differential reinforcement
2. Imitation
3. Definition

ایرانی بررسی کرده‌اند که خارج از تمرکز این پژوهش است.

در یک جمع‌بندی، برخی از پژوهش‌های بررسی‌شده از نوع مروری بوده ولی عمده آن‌ها به بررسی میدانی تأثیر داغ ننگ بر رفتارهای مرتبط با درمان در میان بیماران دارای اختلالات مرتبط با سلامت روان پرداخته‌اند. در برخی از آن‌ها که به‌صورت کیفی انجام شده است، تجربه و درک همراهان بیمار، نوع مواجهه دوستان و اطرافیان، کادر درمان و اطرافیان فرد از لحاظ نگرش‌های غیر همدلانه و برجسب‌زننده نیز بررسی شده‌اند. در این تحقیقات بر سابقه بیماری مرتبط با اختلالات سلامت روان در مورد فرد و اطرافیان و خانواده او، گسیختگی خانواده، تجارب دردناک عاطفی، نابسامانی‌های اقتصادی، زوال شبکه‌های حمایتی، تأثیر فرهنگ، عدم همدلی و عدم در نظر گرفتن حقوق این بیماران تأکید شده است همچنین، بسیاری از پژوهش‌ها نیز صرفاً به بررسی اثربخشی یک مداخله روان‌شناختی یا یک برنامه این‌چنینی بر سلامت روان دانشجویان پرداخته‌اند که عمدتاً در تحقیقات روان‌شناختی و با روش آزمایشی گروه مداخله و گروه کنترل انجام شده‌اند. برخی تحقیقات نیز صرفاً به شیوع‌شناسی اختلالات سلامت روان پرداخته‌اند. اما در پژوهش کنونی، با روشی متفاوت نسبت به تحقیقات پیشین از طریق روش تحلیل محتوا، با بررسی منابع موجود از طریق سایت‌های دانشگاه‌ها به بررسی برنامه‌ها یا ابتکار عمل‌های بکار گرفته شده توسط دانشگاه‌های جهان برای بهبود سلامت روان در مورد دانشجویان دارای اختلالات سلامت روان پرداخته می‌شود تا برای اولین بار در کشور لیست کاملی از اقدامات به کار گرفته شده توسط آن‌ها بر مبنای تنوع ایده‌های بکار گرفته‌شده، استخراج و طبقه‌بندی شود. طبعاً، این دسته‌بندی موضوعی و تشریح اقدامات بر اساس رویکردهای نظری و تحقیقات موجود کمک می‌کند تا تنوعی از ایده‌ها شناسایی و توصیف شوند. در واقع، پژوهش فعلی، نه صرفاً به ارزیابی و توصیف یک مداخله مرتبط، بلکه به گردآوری، تدوین، دسته‌بندی و تحلیل طیفی از برنامه‌ها و مداخلات انجام‌شده توسط دانشگاه‌ها در کشورهای گوناگون اقدام کرده است. در این دسته‌بندی و تحلیل‌ها از طیفی از دیدگاه‌های نظری مانند نظریه گافمن، رویکرد فناوری اجتماعی و غیره نیز استفاده شده است.

است که داغ ننگ مربوط به این بیماری‌ها باعث می‌شود بسیاری از افراد برای درمان مراجعه نکنند.

همچنین، معدود پژوهش‌هایی وجود دارند که برنامه‌های سلامت روان را در برخی دانشگاه‌ها بررسی کرده‌اند؛ از جمله، در پژوهشی [۲۵] وضعیت فرهنگ سلامت روان در پنج دانشگاه کانادا و مهارت‌های مقابله‌ای دانشجویان را بررسی نمودند و در راستای تشخیص نیازهای مربوط به سلامت روان دانشجویان، خدمات سلامت روان را در آموزش‌های دوران دانشگاه بررسی نمودند. آن‌ها نتیجه گرفتند که اگرچه دانشگاه‌های کانادایی، آگاهی در مورد مسائل سلامت روان را افزایش می‌دهند، ولی همچنان زیرساخت‌های حمایتی کافی برای آن‌ها در دانشگاه‌ها از جمله در زمینه منابع موردنیازشان در دسترس نیست. بررسی سیستماتیک منتشر شده [۲۷] نیز نشان داد که برنامه‌های سلامت روان در قالب مداخلات دانشگاه می‌توانند به کاهش علائم اختلالات روانی در دانشجویان کمک کنند. این مطالعه شامل ۲۱۲ مطالعه بود که در مجموع بیش از ۲۵۰۰۰ شرکت‌کننده را بررسی کرد. نتایج نشان داد که این برنامه‌ها می‌توانند به کاهش علائم افسردگی، اضطراب، اختلال خوردن و اختلالات مرتبط با سوء مصرف مواد کمک کنند. این برنامه‌ها همچنین می‌توانند به بهبود عملکرد تحصیلی، کیفیت زندگی و رضایت از زندگی کمک کنند که انواع مختلفی دارند، از جمله آموزش مهارت‌های زندگی، مشاوره و درمان و خدمات پشتیبانی اجتماعی.

همچنین، برخی از تحقیقات موجود صرفاً به بررسی اثربخشی یک مداخله روان‌شناختی در بین دانشجویان پرداخته‌اند که عمدتاً در تحقیقات روان‌شناسان و با روش‌های آزمایشی گروه کنترل و گروه مداخله ملاحظه می‌شود [۳] و [۶] و [۳۶] که طبعاً خارج از اهداف دقیق این پژوهش هستند. برخی مطالعات نیز صرفاً به شیوع‌شناسی اختلالات روان در جامعه دانشجویی توجه کرده‌اند؛ از جمله در پژوهش [۳۲] ملاحظه شد که حدود نیمی از دانشجویان کارشناسی در طول دوران دانشگاه، میزانی از اختلالات سلامت روان را تجربه کرده‌اند و درصد کمی از این دانشجویان نشانه‌ها و علائم بیماری دارای اختلالات مرتبط با سلامت روان را داشته‌اند. در پژوهش‌های داخلی نیز تحقیقات فراوانی همچون پژوهش [۹]، [۲] و غیره، شیوع اختلالات روان را در دانشجویان



۳- روش‌شناسی

نحوه و سازوکار مواجهه کارآمد با چالش‌های سلامت روان دانشجویان، مخصوصاً موانع مرتبط با داغ ننگ ارائه شده است. پیش از ورود به توصیف برنامه‌های انتخاب‌شده، نمایی کلی از فهرست این برنامه‌ها به همراه کشورها و دانشگاه‌هایی که این برنامه‌ها در آنجا ارائه شده‌اند، فراهم شده است. ۵۳ برنامه‌ی انتخاب‌شده در بین چهار کشور آمریکا، کانادا، انگلستان و استرالیا پراکنده شده‌اند. با توجه به تعداد دانشگاه‌های آمریکا، ۱۸ برنامه در این کشور اجرا شده است، در رتبه بعدی کشور کانادا با ۱۴ برنامه قرار دارد، در رتبه سوم کشور استرالیا با ۱۱ برنامه و در رتبه چهارم انگلستان با ۸ برنامه قرار دارند. دانشگاه‌های مشارکت‌کننده در اجرای این برنامه‌ها نیز بعضاً مجری بیش از یک برنامه بوده‌اند، به‌عنوان مثال: دانشگاه کلرادو آمریکا با برنامه‌های «تو» و «جلوگیری از آسیب»، دانشگاه کینگز کانادا با برنامه‌های «هیپفای» و «۷ فنجان»، دانشگاه بریستول انگلستان با برنامه‌های «سامانه پیامکی ۲۴ ساعته» و «پلیکیشن سم»، دانشگاه وسترن سیدنی استرالیا با برنامه‌های «حمایت ۲۴ ساعته در بحران» و «ماه بهزیستی و سلامت روان».

جدول ۱. ماتریس نام، کشور و دانشگاه‌های برنامه‌هایی که مورد استناد بوده‌اند

ردیف	نام	کشور	دانشگاه
۱	«دایره شش‌نفره»	آمریکا	لیولا مرلیند
۲	«هر ذهنی مهم است»	آمریکا	کالیفرنیا
۳	«سفیران سلامت روان»	آمریکا	آپالچیان
۴	«بحث گروهی»	آمریکا	کلایتون
۵	«ذهن‌های فعال»	آمریکا	مین
۶	«هزار و صد صندلی خالی»	آمریکا	مینه‌سوتا
۷	«دیوار آگاهی از سلامت روان»	آمریکا	اوهایو
۸	«تو»	آمریکا	کلرادو
۹	«جلوگیری از آسیب»	آمریکا	کلرادو
۱۰	«بازی کاگنتیو»	آمریکا	آیوا
۱۱	«بهتر از بهتر»	کانادا	کینگز
۱۲	«مجله سلامت روان»	آمریکا	میشیگان
۱۳	«هیپفای»	کانادا	کینگز
۱۴	«آن‌جا باش»	کانادا	کوبینز
۱۵	«فیلم‌هایی برای سلامت روان»	کانادا	براندون

این پژوهش از نوع توصیفی-تحلیلی و با استفاده از روش تحلیل محتوا در زمره مطالعات کاربردی قرار دارد. جامعه آماری این پژوهش، تمامی طرح‌ها، برنامه‌ها، مدل‌ها و راهبردهایی است که در دانشگاه‌های کشورهای انگلیسی‌زبان در ارتباط با پیشگیری و مواجهه صحیح با اختلالات سلامت روان تعریف و بکار بسته شده است. محقق برای انتخاب دانشگاه‌ها، طبق تجربیات و بینش‌های پیشین به‌دست‌آمده، کشورهایی که با احتمال بیشتری طرح‌ها و مدل‌های خلاقانه و موفق‌تری را ایجاد کرده‌اند [۲۰] و [۳۲] را انتخاب می‌کند؛ این کشورها عبارت‌اند از آمریکا، کانادا، انگلستان و استرالیا. طبیعتاً این تحدید نمونه به‌صورت هدفمند انجام شده است چرا که انتظار می‌رفته تعداد برنامه‌های مرتبط در این کشورها بیشتر باشد. بر این اساس، حدود ۱۲۷ ایده مرتبط در بررسی مفصل سایت‌های دانشگاه‌ها و منابع موجود در بستر اینترنت یافت شد که به مقوله پیشگیری، درمان و مداخله مؤثر نسبت به چالش‌های سلامت روان پرداخته‌اند. در نهایت، ۵۳ برنامه انتخاب شدند. در بین این کشورها، با کلیدواژه‌های مرتبط برنامه‌های مربوط به سلامت روان از اطلاعات منتشرشده در وبسایت دانشگاه‌ها جستجو می‌شوند و طرح‌ها، مشخصات و انواع به‌دست‌آمده مورد اشاره قرار می‌گیرند و در مرحله بعدی، تلخیص، طبقه‌بندی و تحلیل اطلاعات از متن‌ها آغاز می‌شود. همچنین، سعی شده، ورای تحلیل محتوا، ربط و پیوند اطلاعات بدست آمده با بینش‌های نظری پیش‌گفته مورد بحث قرار گیرد.

۴- یافته‌های پژوهش

در این بخش، یافته‌های تحقیق در دو جدول مفصل ارائه شده‌اند که داده‌های هر یک توصیف خواهد شد. در مجموع می‌توان مشاهده نمود که دانشگاه‌های متعددی از کشورهای گفته‌شده برنامه‌های متنوعی را برای پیشگیری و مواجهه با اختلالات مرتبط با سلامت روان اتخاذ و اجرا کرده‌اند.

در جدول ۱، فهرست برنامه‌های به‌دست‌آمده دانشگاه‌های کشورهای آمریکا، کانادا، انگلستان و استرالیا در ارتباط با

1. Content Analysis

انجمن خدمات دانشجویی کانادا و انجمن ملی سلامت روان	کانادا	«برنامه سلامت روان دانشگاه‌ها»	۴۶
وسترن سیدنی	استرالیا	«پادکست‌های صوتی سلامت و شما»	۴۷
مک‌کوآری	استرالیا	«مایند اسپات-کلینیک دیجیتال سلامت روان استرالیا»	۴۸
کوینز	کانادا	«کلینیک مجازی تائو: همیار آنلاین درمان»	۴۹
ملبورن	استرالیا	«گروه‌های ذی‌نفعان دانشگاه در قالب رویداد علمی»	۵۰
انجمن خدمات دانشجویی کانادا و انجمن ملی سلامت روان	کانادا	«برنامه سلامت روان دانشگاه‌ها»	۵۱
نورث‌ایسترن	آمریکا	«زدودن استیگما»	۵۲
سن‌دیاگو	آمریکا	«مواجهه با داغ ننگ، پیشبرد امید»	۵۳

در ادامه در جدول ۲، ماتریس متغیرهایی که در تحلیل داده‌های حاصل از برنامه‌ها حائز اهمیت بوده‌اند و مورد استفاده واقع شده‌اند ارائه شده است. شماره برنامه‌ها در ماتریس از ۱ تا ۵۳ در محور افقی ارائه شده و در محور عمودی، متغیرها آورده شده است؛ هر متغیر که در مورد یک برنامه صدق کند، به‌صورت ستاره مشخص شده و مواردی که مصداق آن نبوده‌اند به‌صورت خط تیره. همچنین، شماره برنامه‌ها بر اساس برنامه‌هایی است که به ترتیب در متن توصیف برنامه‌ها در جدول ۱ ارائه شده است.

در مجموع، ۸ متغیر استخراج شده از برنامه‌ها عبارت‌اند از: آگاهی‌بخشی، تعدیل رفتار، شبکه حمایتی، مشارکت دانشجویی، فعالیت‌های ورزشی، گیمیفیکیشن، تشخیص سلامت و نرم‌افزارها. لازم به ذکر است که در برخی از برنامه‌ها ممکن است فقط یکی از این متغیرها وجود داشته یا هم‌زمان از چند مورد از آن‌ها استفاده شده باشد. فراوانی کاربرد متغیرها در برنامه‌ها به ترتیب بدین‌صورت

سایمون فریزر	کانادا	«۷۶۴ بادکنک»	۱۶
ماساچوست	آمریکا	«درخت ضد استیگما»	۱۷
ویک فارست	آمریکا	«تنوی نقطه‌ویرگول»	۱۸
کینگز	کانادا	«۷ فنجان»	۱۹
واترلو	کانادا	«اینجا ۲۴ هفت»	۲۰
کمبریج	کانادا	«همه با هم»	۲۱
بريستول	انگلستان	«سامانه پیامکی ۲۴ ساعته»	۲۲
وسترن سیدنی	استرالیا	«حمایت ۲۴ ساعته در بحران»	۲۳
جان مورس	انگلستان	«خود احتمالی من: اپلیکیشن سلامت روان»	۲۴
بريستول	انگلستان	«اپلیکیشن سم»	۲۵
آریزونا	آمریکا	«مودفیت»	۲۶
داندی	انگلستان	«کمپین اختلالات مرتبط با سلامت روان در رسانه‌ها»	۲۷
بیرمنگام	انگلستان	«اولین کمک‌رسان‌ها»	۲۸
ویکتوریا	کانادا	«های‌فایو»	۲۹
میشیگان	آمریکا	«شبکه حمایتی وولورین»	۳۰
لایستر	انگلستان	«روز سلامت روان»	۳۱
وسترن سیدنی	استرالیا	«ماه بهزیستی و سلامت روان»	۳۲
گریفیس	استرالیا	«روز تو خوب هستی؟»	۳۳
کارلتون	کانادا	«توقف داغ ننگ و ماه آگاهی‌بخشی در مورد سلامت روان»	۳۴
مک‌مستر	کانادا	«هفته سلامت روان»	۳۵
پلایموث	انگلستان	«کافه سلامتی»	۳۶
داندی	انگلستان	«جایزه حمایت از خلاقیت- های سلامت روان»	۳۷
وسترن اونتاریو	کانادا	«جایزه سلامت روان لورا اوانس»	۳۸
لا	انگلستان	«مشاوره و حمایت از دانشجویان»	۳۹
آرام‌آی‌تی	استرالیا	«مراکز هداسپیس»	۴۰
مک‌کوآری	استرالیا	«یک جوراب ورزشی، یک هدف»	۴۱
سینت میشل	آمریکا	«امید اینجا اتفاق می‌افتد»	۴۲
موناش	استرالیا	«اپلیکیشن هوشمند موبایل با عنوان موناش بی‌سیف»	۴۳
سی‌کیو	استرالیا	«موتور جستجوی اختصاصی سلامت روان»	۴۴
سی‌کیو	استرالیا	«برنامه جامع سلامت روان: اطلاعاتی برای اساتید و مربیان دانشگاه‌ها»	۴۵



در نمونه بعدی، برنامه شماره ۲۶، از ۵ متغیر استفاده کرده است. برنامه «مودفیت» برای تنظیم سلامت روان، دربردارنده ابزارهایی از قبیل فهمیدن خلق و خوی خود، اهداف روزانه، یادآورها کاربر را طبق برنامه پیش می‌برند، کاربر بداند که خوابیدن و ورزش کردن چگونه روی او تأثیر می‌گذارد، تمرین قردرانی، کاربر می‌تواند با تمرین تنفس به خود آرامش دهد، بحث در مورد افکار ناسالم، تکنیک مدیتیشن آگاهی ذهن، پذیرش دارو و مشاوره، اجرای تجارب فردی می‌باشد.

در نمونه سوم، برنامه ۴۸، از ۴ متغیر استفاده کرده است. در برنامه «مایند اسپات-کلینیک دیجیتال سلامت روان استرالیا» آن‌ها تلاش کرده‌اند هر آنچه در یک کلینیک واقعی سلامت روان وجود دارد را در قالب یک کلینیک مجازی ارائه دهند. آن‌ها آزمون‌ها و درمان‌های آنلاین رایگان و با هدایت درمانگر را برای افراد مبتلا به اختلالات سلامت روان اجرا می‌کنند. این ارزیابی‌ها شامل سؤالاتی در مورد نشانه‌های بیماری و چگونگی تأثیر آن‌ها بر سلامت فرد است و تکمیل آن‌ها حدود ۳۰ دقیقه زمان می‌برد. این ارزیابی‌ها باعث می‌شود متخصصان نقطه شروع درمان را مشخص کنند و پس از آن متناسب با شرایط، سلامت فرد را به صورت آنلاین یا تلفنی انجام می‌دهند

است: آگاه بخشی با ۳۶ بار تکرار، شبکه حمایتی با ۳۳ بار تکرار، مشارکت دانشجویی با ۱۸ بار تکرار، تعدیل رفتار با ۱۳ بار تکرار، تشخیص سلامت روان با ۱۰ بار تکرار، استفاده از نرم‌افزارها با ۹ بار تکرار، فعالیت‌های ورزشی با ۴ بار تکرار و گیمیفیکیشن با ۳ بار تکرار.

با توجه به تعداد زیاد برنامه‌ها، برای نمونه به توضیح برنامه‌های کامل‌تری پرداخته می‌شود که از چند متغیر به‌طور هم‌زمان استفاده کرده‌اند. برای مثال برنامه شماره ۳، از ۶ متغیر استفاده کرده است. در برنامه «سفیران سلامت روان»، گروهی از دانشجویان تلاش می‌کنند تا نسبت به مشکلات سلامت روان از طریق ارائه محتوای آموزشی و تعامل با دانشجویان آگاهی‌بخشی نمایند. سفیران تلاش می‌کنند تا دانشجویان به‌طور آزادانه و راحت در مورد این موضوعات صحبت کنند. آموزش‌های انجمن‌های علمی، اساتید و مسئولین دانشکده‌ها در این گروه حدود ۲۰ تا ۵۰ دقیقه زمان می‌برد و به صورت تعاملی ارائه می‌شوند. این آموزش‌ها عبارت‌اند از مدیریت تضاد، چگونگی کمک به یک دوست، چگونگی ارجاع او به مشاوره، روابط سالم، اختلالات افسردگی و خودکشی. همچنین در هفته سلامت «پیاده‌روی در سکوت» در فضای دانشگاه به صورت نمادین انجام می‌شود. در محوطه دانشگاه، علائمی نصب شده که با اسکن QR می‌توان اطلاعات و منابع مرتبط با سلامت روان و اهمیت آن را ملاحظه نمود.

جدول ۲. ماتریس توزیع متغیرهای تاثیرگذار

متغیر شماره برنامه	آگاهی بخشی	تعدیل رفتار	شبکه حمایتی	دانشجمن	مشارکت	فعالیت های ورزشی	گیمیفیکیشن	تشخیص سلامت	نرم افزارها
۱	*	-	*	-	-	-	-	-	*
۲	*	-	*	-	-	-	-	-	-
۳	*	*	*	*	*	*	-	-	*
۴	-	-	*	*	*	-	-	*	-
۵	*	-	*	*	*	-	-	-	-
۶	*	-	*	-	*	-	-	-	-
۷	-	-	*	*	*	-	-	-	-
۸	*	-	*	*	*	-	-	*	-
۹	-	*	-	-	-	-	-	-	*
۱۰	*	*	-	-	-	-	*	-	-
۱۱	*	-	*	-	-	-	*	-	-
۱۲	*	*	*	*	*	-	-	-	-
۱۳	*	-	*	*	*	-	-	*	-
۱۴	*	*	*	*	*	-	-	*	-
۱۵	*	-	*	*	*	-	-	-	-
۱۶	*	-	*	*	*	-	-	-	-
۱۷	*	-	*	*	*	-	-	-	-
۱۸	*	-	*	*	*	-	-	-	-
۱۹	-	-	*	*	*	-	-	-	-
۲۰	-	-	*	*	*	-	-	-	-
۲۱	-	-	*	*	*	-	-	-	-
۲۲	-	-	*	*	*	-	-	-	-
۲۳	-	-	*	*	*	-	-	-	-
۲۴	*	*	-	-	-	-	-	*	*
۲۵	*	*	-	-	-	-	-	*	*
۲۶	*	*	-	*	-	-	-	*	*
۲۷	*	*	-	*	-	-	-	*	-
۲۸	*	*	-	*	-	-	-	*	-
۲۹	*	*	-	*	-	-	-	*	-
۳۰	-	-	*	*	*	-	-	-	-
۳۱	*	-	-	-	-	-	-	-	-
۳۲	*	-	-	-	-	-	-	-	-
۳۳	-	*	-	-	-	-	-	-	-
۳۴	*	-	*	*	*	-	-	-	-
۳۵	*	-	*	*	*	-	-	-	-
۳۶	-	-	*	*	*	-	-	-	-
۳۷	-	-	*	*	*	-	-	-	-
۳۸	-	-	*	*	*	-	-	-	-
۳۹	-	-	*	*	*	-	-	-	-
مجموع	۳۶	۱۳	۳۳	۱۸	۴	۳	۱۰	۹	

متغیر شماره برنامه	آگاهی بخشی	تعدیل رفتار	شبکه حمایتی	دانشجمن	مشارکت	فعالیت های ورزشی	گیمیفیکیشن	تشخیص سلامت	نرم افزارها
۴۰	*	*	*	-	-	-	-	-	*
۴۱	*	-	*	-	-	-	-	-	-
۴۲	*	-	*	-	-	-	-	-	-
۴۳	-	-	*	-	-	-	-	*	-
۴۴	*	-	*	-	-	-	-	*	*
۴۵	*	-	-	-	-	-	-	-	-
۴۶	*	*	*	-	-	-	-	-	-
۴۷	*	-	*	-	-	-	-	-	*
۴۸	*	*	*	-	-	-	-	*	-
۴۹	*	*	*	-	-	-	-	*	-
۵۰	*	-	-	-	-	-	-	-	-
۵۱	*	-	-	-	-	-	-	-	-
۵۲	*	-	-	*	-	-	-	-	-
۵۳	*	-	-	-	-	-	-	-	-
مجموع	۳۶	۱۳	۳۳	۱۸	۴	۳	۱۰	۹	

فرد را به دوره های آموزشی مرتبط یا متخصصان مرتبط ارجاع می دهند. این دوره ها علاوه بر محتوای آموزشی، به شکل جذابی اقدام به ارائه داستان افرادی کرده اند که به طور موفقیت آمیزی با چالش های سلامت روان سروکار داشته اند. محتوای آموزشی به افراد کمک می کند تا درک کنند چرخه مخرب نشانگان بیماری مانند افسردگی از کجا آغاز می شود و چگونه شکسته می شود، مدیریت نشانگان فیزیکی بیماری های روان چگونه است، نحوه تعامل سازنده با دیگران چگونه است و نهایتاً، نحوه غلبه بر ترس یا واکنش های منفی به درمان چه می باشند. همچنین، در طول این آموزش ها، یک درمانگر حرفه ای سوالات افراد را پاسخ می دهد و وضعیت پیشرفت آن ها را به صورت هفتگی رصد می کند و نحوه انگیزش و کاربرد تکنیک ها و آموزه ها را با آن ها تمرین می کند.

۵- بحث و نتیجه گیری

اگرچه اختلالات مرتبط با سلامت روان، موضوعی عمدتاً پزشکی و روان شناختی محسوب می شوند و بررسی این متغیرها و روابط مابین آن ها قطعاً نیازمند مطالعات حرفه ای توسط متخصصان این رشته ها (همچون روان شناسان، روان پزشکان، متخصصان داروسازی، متخصصین مغز و اعصاب و سایر حرفه های مرتبط) است،

اجتماعی قرار می‌گیرند؛ در واقع، تلاش‌هایی همچون برنامه سفیران، مداخلات کمپین‌های رسانه‌ای و گروه‌های دانشجویی و غیره همگی اشاره بدین مهم دارند که یادگیری اجتماعی از طریق منابع گوناگون می‌تواند منجر به تغییر رفتارها و بهبود سلامت روان دانشجویان گردد. این موضوع در گزاره‌های نظریه یادگیری اجتماعی به عنوان یک نظریه کلی در پیش مورد اشاره قرار گرفت. متغیرهای شبکه حمایتی، مشارکت دانشجویی و فعالیت‌های ورزشی در مجموع با ۵۵ بار تکرار در بین برنامه‌ها زیرمجموعه نظریه پیوند اجتماعی قرار می‌گیرند. نهایتاً، متغیرهای گیمیفیکیشن، تشخیص سلامت روان و نرم‌افزارها با ۲۲ بار تکرار در بین برنامه‌ها زیرمجموعه نظریه فناوری اجتماعی قرار می‌گیرند.

جدول ۳. ماتریس جمع‌بندی کشورها، متغیرها و نظریات

کشور	فراوانی برنامه‌ها	متغیر	فراوانی	نظریه
آمریکا	۱۸	آگاهی بخشی	۳۶	یادگیری اجتماعی
		تعدیل رفتار	۱۳	
	۱۴	مجموع	۴۹	
استرالیا	۱۱	شبکه حمایتی	۳۳	پیوند اجتماعی
		مشارکت دانشجویی	۱۸	
	۸	فعالیت‌های ورزشی	۴	
		مجموع	۵۵	
مجموع	۵۳	گیمیفیکیشن	۳	فناوری اجتماعی
		تشخیص سلامت روان	۱۰	
		نرم‌افزارها	۹	
		مجموع	۲۲	

در بحث پیوند بین متغیرها و نظریات، یکی از سازوکارهای اساسی در پیشگیری از داغ ننگ اختلالات سلامت روان دانشجویان، «پیوند اجتماعی یا انسجام افقی» است. همانطور که در تحقیقات پیشین ملاحظه شد [۱]، [۱۶] بخش بزرگی از تلاش‌های دانشگاه‌ها در کشورهای گوناگون برای افزایش سلامت روان دانشجویان معطوف به اهمیت تقویت شبکه‌های حمایتی است، چرا که زوال این شبکه‌های اجتماعی در سطح خانواده، دوستان و غیره منجر به تنش‌های روانی مانند افسردگی، افکار مرتبط با خودکشی و آسیب‌پذیری فرد نسبت به اختلالات سلامت روان می‌شود. همچنین، زوال این شبکه

اما متغیرهای اجتماعی مخصوصاً برچسب منفی این بیماری‌ها یا واکنش‌های طردکننده اجتماع نسبت به این بیماری‌ها و افراد، موضوعی به‌شدت مهم محسوب می‌شوند که نیازمند مطالعات دقیق و تخصصی در علوم اجتماعی هستند. بر این اساس، بررسی این مهم با عنایت به برنامه‌ها و ابتکار عمل‌های دانشگاه‌ها در این زمینه جزو اهداف اصلی این پژوهش بوده است. در واقع، در این پژوهش بررسی ابتکار عمل دانشگاه‌های خارجی، انتخاب کشورها و طبعاً دانشگاه‌ها و نظام‌های آموزش عالی بر اساس تجارب موفق آن‌ها صورت گرفته است.

بر اساس دلالت‌های به‌دست‌آمده از تحقیقات پیشین ملاحظه می‌شود که یکی از مسائل مهم در جامعه دانشجویی همچون سایر خرده‌جمعیت‌ها، مسئله برچسب‌های پیرامون چالش‌های سلامت روان است. این برچسب‌ها که شدیدتر از واکنش‌ها به بیماری‌های جسمانی هستند، بنا به دیدگاه محققان بسیاری همچون ویس و همکاران (۲۰۰۶)؛ گریفیس و همکاران (۲۰۰۶)؛ حیدری و همکاران (۱۳۹۳)، فرایند پذیرش و درمان بیماری را با مشکل مواجه می‌کنند و یکی از علت‌العلل‌های ناکامی در کاهش مسائل مرتبط با سلامت روان و رفتارهای مقابله‌ای، کاهش کیفیت زندگی، تشدید بیماری، سوءمصرف مواد، عدم مصرف دارو، عدم پیگیری درمان و تنش و نابسامانی در خانواده‌ها را موجب می‌شود. حال، آخرین بخش از این پژوهش به فرآیندی رفت و برگشتی بین ادبیات موجود و برنامه‌های دانشگاه‌ها و بر آن اساس، ارائه توضیحات و استخراج متغیرهای منتج از آن‌ها در راستای دستیابی به سطحی از انتزاع و تحلیل اختصاص یافته است و در نهایت پیشنهاداتی برای محققان آتی و کاربست این ایده‌ها ارائه می‌گردد.

در یک نمای کلی همان‌طور که در جدول ۳ ملاحظه می‌گردد، جمع‌بندی کشورها، متغیرها و نظریات ارائه شده است. در بحث از توزیع فراوانی برنامه‌ها در بین کشورها، کشور آمریکا با ۱۸ برنامه، بیشترین فراوانی را به خود اختصاص داده بود، بعد از آن کانادا با ۱۴ برنامه، سپس استرالیا با ۱۱ برنامه و در آخر انگلستان با ۸ برنامه قرار دارد. توزیع فراوانی متغیرها به تفصیل در بخش یافته‌ها آورده شده است، در اینجا اشاره به این نکته می‌شود که متغیرهای آگاهی بخشی و تعدیل رفتار در مجموع با ۴۹ بار تکرار در بین برنامه‌ها زیرمجموعه نظریه یادگیری

با شش نفر از اطرافیان نزدیک خود در ارتباط باشد و درخواست کمک و گفتگو نماید.

از سوی دیگر، تمام مباحثی که ذیل آگاهی‌بخشی، حساس‌سازی رسانه‌ای، کمپین‌ها، کنشگری گروه‌های داوطلب دانشجویی، رویدادهای علمی، آموزش‌های رسمی در قالب کارگاه‌ها و دروس دانشگاهی و این قبیل مباحث ارائه شده‌اند همگی در کلیت یادگیری اجتماعی جای می‌گیرند. این یادگیری در دو بخش مجزا با عنوان یادگیری نشانگان اختلالات روان، تفاوت‌های آن‌ها با بیماری‌های جسمانی، علائم فیزیکی این بیماری‌ها، راه‌های مقابله و مدیریت علائمی همچون افسردگی، هراس، اضطراب و غیره ارائه شده است. تجمیع داده‌ها نشان داد ۴۹ برنامه به‌طور مستقیم و غیرمستقیم از ایده‌ها و گزاره‌های تئوریک به‌دست‌آمده از نظریه یادگیری اجتماعی و مباحث مرتبط با آگاهی‌بخشی و تعدیل رفتار استفاده کرده‌اند و بر ضرورت تقویت این سازوکار تأکید نموده‌اند. نظریه یادگیری اجتماعی نظریه‌ای فرآیندی است؛ چنین نظریه‌هایی به دنبال کشف چگونگی شکل دادن رفتار توسط تأثیرات اجتماعی یا همان جامعه‌پذیری در طول زمان هستند [۴۵]. مهم‌ترین منابع یادگیری نیز خانواده و دوستان هستند که فرد ارتباط مستقیم با آن‌ها دارد ولی گروه‌های ثانویه از قبیل رسانه جمعی، اینترنت و گروه‌های مجازی که فرد ارتباط غیرمستقیم با آن‌ها دارد نیز به فرایند یادگیری کمک می‌کنند [۲۲]. به‌عنوان نمونه برنامه «آنجا باش» در دانشگاه کوپینز کانادا تلاش می‌کند تا مهارت‌های گفتگوی سالم و مؤثر با دانشجویان آسیب‌پذیر را آموزش دهد.

همچنین، در بحث «فناوری اجتماعی»، ۱۲ برنامه از این فناوری‌ها استفاده کرده‌اند. در قالب فناوری اجتماعی، از ظرفیت‌های فضای مجازی، هوش مصنوعی و شبیه‌سازی‌های چندبعدی، گیمیفیکیشن، اپلیکیشن‌های موبایلی، آزمون‌های آنلاین، درمان و مداخلات شناختی مجازی و مواردی از این دست استفاده می‌شود. مشخصاً در موارد مرتبط ملاحظه می‌شود رصد و پایش سلامت روان از طریق آزمون‌های آنلاین در ۱۰ مورد از برنامه‌ها و ایده گیمیفیکیشن در ۳ برنامه استفاده شده است. به‌عنوان مثال، در «بازی کاگنتیو» در دانشگاه اوهایو است که به شکل خلاقانه‌ای و بر اساس هوش مصنوعی و استفاده از شبیه‌سازی‌ها تلاش می‌کند تا در سناریوهایی

روابط حمایتی همسو با افزایش طرد اجتماعی و برچسب‌ها یا داغ ننگ این بیماری‌ها خواهد بود و در یک چرخه معیوب منجر به شدت یافتن بیماری در این قبیل افراد می‌شود. از این‌روی، تمایل حداکثری دانشگاه‌ها به چنین مداخلاتی را می‌توان همسو با گزاره‌های نظریاتی همچون داغ ننگ گافمن، نظیه پیوند اجتماعی و غیره دانست.

همچنین این‌که انبوهی از تحقیقات لیست شوند و گفته شود «واقعاً و حقیقتاً» انگ اجتماعی و برچسب‌زنی‌های مخرب می‌توانند بر سلامت انسان‌ها و مشخصاً دانشجویان تأثیر منفی بگذارند، نه‌تنها مشکلی را حل نمی‌کند، بلکه تکرار مکررات خواهد بود. نظریه برچسب‌زنی و گزاره‌های تئوریک آن و مباحث بر ساخت‌گرایانه تقریباً سال‌های سال است که در ایران و جهان مورد توجه بوده و توسط دانشجویان و محققان مورد اشاره و بررسی قرار گرفته‌اند [۸]؛ اما در مقام عمل، تجربه و برنامه دانشگاه‌ها، نظام‌های آموزش عالی و سیاست‌هایی که در زمینه سلامت روان و کاهش انگ‌های اجتماعی اتخاذ کرده‌اند مغفول باقی مانده است.

بر این اساس، تقویت پیوندها و مراقبت‌های بین‌فردی می‌تواند سهم مهمی در پیشگیری از این مسئله داشته باشد. ۵۵ برنامه به‌طور مستقیم و غیرمستقیم از ایده‌ها و گزاره‌های تئوریک منبعث از این نظریه استفاده کرده‌اند و بر ضرورت تقویت این سازوکار تأکید نموده‌اند. همچنین، ۳۳ برنامه به شبکه حمایتی پرداخته‌اند که این خود لزوماً همسو و همانند با مقوله پیوند اجتماعی نیست، چراکه بخشی از شبکه‌های حمایتی مربوط به تعامل مشاور-بیمار، کمک‌های اضطراری و مواردی از این دست است که لزوماً نمی‌توانند در قالب گزاره‌های پیوند اجتماعی خلاصه شوند. برنامه‌هایی که از این ایده استفاده کرده بودند عبارت‌اند از: مشارکت دانشجویان در گردهمایی‌ها، رویدادها و برنامه‌های جمعی، گسترش مهارت‌های ارتباطی مؤثر و شبکه‌های اجتماعی سالم، اشتراک تجارب افراد آسیب‌دیده با عموم دانشجویان، پیوند با دیگران و گروه‌های همسالان و افزایش همکاری کنشگران. برای مثال، برنامه دایره شش‌نفره در دانشگاه لیولا مرلند نشان می‌دهد پیوند اجتماعی حتی در حالت مجازی‌اش در قالب یک برنامه پیام‌رسان تا چه حد می‌تواند مهم باشد؛ در قالب این برنامه دانشجوی آسیب‌پذیر می‌تواند به‌طور آنی



اساس نظریات موجود در شکل ۲ خلاصه نمود:



شکل ۲. متغیرهای بدست آمده از تحلیل برنامه‌ها بر حسب نظریات مرتبط

در ارتباط با پیشنهادات، اولین بینش به دست آمده که می‌تواند دلالت‌های مهم و کاربردی‌ای برای محققان و سیاست‌گذاران این حوزه داشته باشد، پرداختن به این واقعیت است که همه‌ی این برنامه‌ها، نهایتاً به مداخله در سطح فردی و نه ساختاری توجه دارند. فارغ از انتقاداتی که می‌توان به این نگرش داشت، اما راه‌حل سریع برای کاهش داغ ننگ این بیماری‌ها، تغییر نگرش عامه دانشجویان از یک‌سوی (پیشگیری سطح اول) و بهبود نگرش افراد در معرض خطر یا مبتلا به اختلالات روان از سوی دیگر (پیشگیری سطح دوم و سوم) است؛ بنابراین، محققان و سیاست‌گذاران باید توجه داشته باشند که نهایتاً، تغییر نگرش و بهبود عملکرد در سه گروه جمعیتی مدنظر خواهد بود (عامه دانشجویان، دانشجویان در معرض خطر و دانشجویان مبتلا به این اختلالات).

عمده فرایند غربالگری و تشخیص جمعیت در خطر در میان دانشجویان از طریق آزمون‌های آنلاین در وبسایت‌ها یا اپلیکیشن‌های موردحمایت دانشگاه‌ها صورت می‌گیرد؛ به نظر می‌رسد مسئولان و محققان باید به این فرایند دقت بیشتری داشته باشند و در گام اول، جمعیت در معرض خطر یا آسیب‌پذیر را در سطح هر دانشگاه، استان و نهایتاً در سطح کل کشور شناسایی نمایند. درواقع، فرایند غربالگری و تشخیص جمعیت در خطر، یکی از اولین گام‌های مداخله‌ای است که به نظر می‌رسد با ابتکار وزارت علوم و وزارت بهداشت می‌تواند از

فرضی، باورداشت‌های دانشجویان نسبت به نوع مواجهه با بیماران مبتلا به اختلالات سلامت روان را تغییر دهد. در ادامه برای درک بهتر به تجمیع و ارائه متغیرهای تأثیرگذار پرداخته شده است. البته لازم به ذکر است که صرفاً بر اساس فراوانی به‌کارگیری این رویکردها و متغیرها نمی‌توان حکم به میزان اهمیت یا تأثیرگذاری آن‌ها داد، اما توجه به میزان اهمیت متغیرها و رویکردهای پرکاربرد می‌تواند برای محققان و سیاست‌گذاران آتی جالب‌توجه باشد.

«آگاهی‌بخشی» قطعاً یکی از متغیرهای کلیدی و تأثیرگذار در برنامه‌های پیشگیری از داغ ننگ سلامت روان دانشجویان است. آگاهی‌بخشی‌ها از طرق گوناگونی از قبیل انتشار محتوای معتبر آموزشی در مورد نشانگان بیماری و نحوه مواجهه صحیح و مدیریت آن تا ارائه دوره‌های آموزشی و تشکیل کمپین‌ها متفاوت هستند. آگاهی‌بخشی‌ها از طریق مراکز مشاوره، متخصصان، دانشجویان داوطلب، انجمن‌ها و کمپین‌ها انجام می‌شوند. همچنین، «استفاده از ظرفیت‌های مرتبط با ورزش» در قالب کمپین‌های پیاده‌روی و مسابقات قهرمانی که با حمایت از دانشجویان مبتلا به اختلالات سلامت روان انجام می‌شوند.

از سوی دیگر، «ارتباط با منابع حمایتی» در قالب تعیین خط تماس ۲۴ ساعته، سامانه پیامکی، چت آنلاین و غیره همگی به دانشجویان امکان می‌دهند در مواقع اضطراری با مشاوران مربوطه یا با دانشجویان داوطلب برای بیان مشکلات روان خود مرتبط شوند. این منابع حمایتی، علاوه بر همدلی و شنیدن مشکلات دانشجویان، ترغیب آن‌ها به مراجعه برای درمان به مراکز مشاوره، کلینیک‌ها و دیگر منابع درون و برون دانشگاه را در اولویت قرار می‌دهند.

همچنین، «ایجاد شبکه اجتماعی دانشجویان آسیب‌پذیر» یکی دیگر از راهکارهای مهم در برنامه‌های پیشگیرانه دانشگاه‌ها است؛ این شبکه حمایتی به صورت مجازی یا در دنیای واقعی در قالب انجمن‌ها و گروه‌هایی شکل می‌گیرد و متشکل از دانشجویان آسیب‌پذیر، عامه دانشجویان و بعضاً متخصصان و مشاوران است. «سفیران دانشجو» نیز چیزی مشابه ایده بسیج دانشجویی است که از ظرفیت دانشجویان داوطلب در راستای حل مسائل گوناگون استفاده می‌کند. می‌توان متغیرهای بدست آمده را بر

برنامه‌ها مدنظر بوده است؛ بدین صورت که دانشگاه‌ها و مشخصاً مراکز مشاوره در دانشگاه و بعضاً دولت، وزارتخانه‌های علوم و بهداشت از ابتکار عمل‌های این زمینه حمایت کرده‌اند و منابعی مالی و تخصصی را در این راستا فراهم کرده‌اند.

همچنین، تعیین خطوط تماس ۲۴ ساعته، ایجاد گروه‌های گفتگوی آنلاین، سامانه پیامکی، امکان درخواست کمک‌های فوری در اپلیکیشن‌های دانشگاه‌ها و مواردی از این دست همگی در قالب حمایت‌های نهادی‌ای می‌گنجد که توسط دانشگاه‌ها، مراکز مشاوره و درمان درون و برون از دانشگاه فراهم شده‌اند و قطعاً از جمله پیش‌شرط‌های اساسی کنش مؤثر (کاهش داغ ننگ اختلالات سلامت روان و ترغیب دانشجویان آسیب‌پذیر به شروع و تداوم درمان) در این زمینه هستند. در واقع، بدون این قبیل حمایت‌های نهادی، بسیاری از ابتکار عمل‌ها مانند سفیران دانشجو، گروه‌های حمایتی و غیره تهی از فایده خواهند شد، چراکه صرف شنیدن تجربیات و مشکلات دانشجویان آسیب‌دیده و همدلی با آن‌ها، تنها بخشی از کارکرد این گروه‌ها است و در وهله بعد، آن‌ها باید بتوانند به نحو مؤثری این قبیل از دانشجویان را به منابع و مراکز مشاوره و درمان ارجاع دهند.

طریق یک سامانه یکپارچه ملی برای تمام دانشجویان کشور به صورت اجباری انجام شود. در ادامه این فرایند، به دلیل احتمال خطا یا پنهان‌کاری در گزارش وضعیت سلامت روان، بهتر است اختیاراتی به نهادهایی مانند مرکز مشاوره دانشگاه و غیره داده شود تا غربالگری‌های اولیه را تدقیق نماید. غربالگری صورت گرفته می‌تواند از طریق داده‌های دیگر که در اختیار ارگان‌های مختلف است بیش از پیش تدقیق شود، برای نمونه می‌توان خانواده‌های نابسامان مانند فرزندان والدین طلاق‌گرفته، فرزندان خانواده‌هایی که یکی از اعضای آن‌ها سابقه خودکشی داشته یا در بیمارستان اعصاب و روان بستری بوده است، فرزندان والدینی که یا در زندان هستند یا سوء سابقه کیفری دارند، فرزندان والدینی که دچار مشکلاتی همچون بدرفتاری، خشونت، سوء مصرف مواد و غیره بوده‌اند مجدداً غربالگری و مورد توجه بیشتر قرار گیرند. این داده‌ها می‌تواند با همکاری نهادهای مختلف مانند سازمان بهزیستی و غیره در یک سامانه ملی گردآوری و جمع‌آوری گردد.

از سوی دیگر بسیار حائز اهمیت است که توجه شود «سلسله فرصت‌ها، حمایت‌های نهادی و بازتاب کنش در محتوای آموزشی» در بخش‌های گوناگون این مدل‌ها و

منابع

۱. ارسیا، تقوا، آتشی، افسانه، فارسی، زهرا، جوانمرد، یاور (۱۳۹۵). ارزیابی موانع و راهکارهای مقابله با انگ بیماری‌های روانی در ایران، مطالعه کیفی. در سی‌وسومین کنگره انجمن علمی روان‌پزشکان، تهران، ایران.
۲. بخشی، سیف اله و جانقریبانی، محسن (۱۳۹۴). شیوع افکار خودکشی و عوامل مرتبط با آن در دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان در سال تحصیلی ۹۳-۹۴. مجله دانشگاه علوم پزشکی شهرکرد، ۱۷(۵): ۱-۱۲.
۳. جباری، مهسا، شهیدی، شهریار، و موتابی، فرشته. (۱۳۹۳). اثربخشی مداخله مثبت نگر گروهی در کاهش نشانه‌های افسردگی و اضطراب و افزایش میزان رضایت از زندگی دختران نوجوان. مجله روانپزشکی و روانشناسی بالینی ایران (اندیشه و رفتار)، ۲۰(۴): ۲۸۷-۲۹۶.
۴. حیدری، عباس (۱۳۹۴). انگ در نظام سلامت: مقاله مروری. نشریه دانشگاه علوم پزشکی ایلام، ۴(۱).
۵. حیدری، عباس، مشکین‌یزد، علی، سودمند، پروانه (۱۳۹۳). تحلیل مفهوم انگ (استیگما) بیماری روانی. مراقبت‌های نوین، ۱۱(۳): ۲۲۷-۲۱۸.
۶. خانجانی، مهدی. (۱۳۹۶). اثربخشی روان‌درمانی مثبت نگر بر رضایت از زندگی، خوش بینی و عواطف مثبت در دانشجویان. مطالعات روانشناسی بالینی، ۷(۲۷): ۱۳۷-۱۵۹.
۷. رابرتسون، یان (۱۳۷۴). درآمدی بر جامعه (با تأکید بر نظریه‌های کارکردگرایی، ستیز و کنش متقابل نمادی)، ترجمه حسین بهروان. مشهد: مؤسسه چاپ و انتشارات آستان قدس-رضوی.
۸. رایبگتون، ارل، واینبرگ، مارتین (۱۳۹۳). رویکردهای نظری هفتگانه در بررسی مسائل اجتماعی. تهران: دانشگاه تهران.
۹. رضائیان، محسن و همکاران (۱۳۹۵). بررسی افکار و برنامه‌ریزی جهت اقدام به خودکشی در دانشجویان پزشکی



۲۱. ودادهیر، ابوعلی، ذلولی، حسین، بنی‌فاطمه، حسین، نبیلی، فریده (۱۳۹۴). داغ‌ننگ‌سازی و پزشکی‌شدن مسائل روانی: مطالعه‌ای برساخت‌گرایانه درباره مسئله افسردگی در شهر تبریز. بررسی مسائل اجتماعی ایران، دوره ۶، شماره ۱: ۵۰-۲۷.

22. Akers, R. L., & Jensen, G. F. (2006). The empirical status of social learning theory of crime and deviance: The past, present, and future. In F. T. Cullen, J. Agnew, & C. S. Wilcox (Eds.), *Crime and justice*. Volume 34: Advances in criminological theory (pp. 377-444). Oxford University Press.

23. Arboleda-Flórez, J., & Sartorius, N. (2008). Understanding the stigma of mental illness: Theory and interventions. Chichester, England; Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.

24. N. Bernoff, J. (2008). Why Social Technology Will Be Universal... Or Not. *Marketing News*, 11(18).

25. N. Giamos, Dimitris, Younf see lee, Alex, Suleiman, Amanda, Stuart, Heather, Chen, Shu-Ping (2017). Understanding Campus Culture and Student Coping Strategies for Mental Health Issues in Five Canadian Colleges and Universities. *Canadian Journal of Higher Education*, Vol. 47 (3): 120-135.

26. Goffman, E. (1963). *Stigma: Notes on the management of spoiled identity*. New York: Simon & Schuster.

27. Griffiths, K. M., Nakane, Y., Christensen, H., Yoshioka, K., Jorm, A. F., & Nakane, H. (2006). Stigma in response to mental disorders: a comparison of Australia and Japan. *BMC Psychiatry*, 6(1), 21.

28. Gureje, O., Lasebikan, V. O., Ephraim-Oluwanuqa, O., Olley, B. O., & Kola, L. (2005). Community study of knowledge of and attitude to mental illness in Nigeria. *British Journal of Psychiatry*, 186(5), 436-441.

29. Henderson, C. R. (1895). Review. *Journal of Political Economy*, 3(2), 236-238.

ورودی سال‌های ۱۳۸۶ تا ۱۳۹۲ دانشگاه علوم پزشکی رفسنجان. *مجله بهداشت و توسعه*، سال پنجم، شماره ۳.

۱۰. سلاجقه، صادق و رقیبی، مهوش (۱۳۹۲). بررسی رابطه بین منبع کنترل و افکار زندگی و مرگ در دانشجویان دانشگاه سیستان و بلوچستان. *فصلنامه روانشناسی تربیتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تنکابن*، سال چهارم، شماره چهارم، پیاپی ۱۶، صص ۷۹-۹۱.

۱۱. سلیمی، علی و داوری، محمد (۱۳۸۶). *جامعه‌شناسی کجروی*. قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.

۱۲. صدیق سروستانی، رحمت‌الله (۱۳۸۹). *آسیب‌شناسی اجتماعی (جامعه‌شناسی انحرافات اجتماعی)*. تهران: انتشارات سمت.

۱۳. صدیقیان بیدگلی، آمنه، لشگری، مجتبی (۱۳۹۶). مرور نظام‌مند مسائل اجتماعی زندگی دانشجویی. تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری.

۱۴. علیوردی نیا و همکاران (۱۳۹۴). بررسی نقش یادگیری اجتماعی در تقلب دانشگاهی. *مسائل اجتماعی ایران*، سال ۶، شماره ۲: ۱۰۳-۷۱.

۱۵. علیوردی نیا، اکبر (۱۳۹۲). مطالعه رفتارهای پرخطر دانشجویان از دیدگاه جامعه‌شناختی. *فصلنامه توسعه اجتماعی (توسعه انسانی سابق)*، دوره ۷، شماره ۳.

۱۶. قادرزاده، امید، درویش‌منش، میدیا (۱۳۹۶). مطالعه کیفی دلایل و پیامدهای بیماری روانی. *مسائل اجتماعی ایران*، سال ۸، شماره ۱: ۴۹-۷۲.

۱۷. گلفمن، اروینگ (۱۳۹۲). *داغ‌ننگ: چاره‌اندیشی برای هویت ضایع‌شده*، ترجمه مسعود کیانپور. تهران: مرکز.

۱۸. لشگری، مجتبی (۱۳۹۶). رفتارهای پرخطر دانشجویان در مقایسه با دیگر گروه‌های جمعیت در ایران: مرور نظام‌مند پژوهش‌های کمی موجود (۱۳۷۰-۱۳۹۶). تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری.

۱۹. ملک‌شاهی، فریده (۱۳۸۶). بررسی میزان پرخاشگری و ارتباط آن با برخی عوامل فردی و خانوادگی در دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی لرستان. *دومین کنگره سراسری رفتارهای پرخطر*، زاهدان: ۸-۱۰ آبان ۱۳۸۶.

۲۰. مهمدی، ارمغان (۱۳۹۶). *شناسایی راهبردها، الگوها و برنامه‌های مرتبط با پیشگیری از ناهنجاری‌های اجتماعی و فرهنگی در دانشگاه‌ها و نظام‌های آموزش عالی*. تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری.

- Spell of Plato. Fifth revised edition, Princeton and New Jersey: Princeton University Press.
39. Rodríguez-Almagro, Julián (2019). Level of Stigma among Spanish Nursing Students toward Mental Illness and Associated Factors: A Mixed-Methods Study. *International journal of environment research and public health*, 16(16), 4870.
40. Rose, N., & Miller, P. (1992). Political Power Beyond the State: Problematics of Government. *The British Journal of Sociology*, 43(2), 173-205.
41. Rüsçh, N., Angermeyer, M. C., & Corrigan, P. W. (2005). Mental illness stigma: Concepts, consequences, and initiatives to reduce stigma. *European Psychiatry*, 20(8), 529-539.
42. Takeuchi, Jiro, Sakagami, Yu (2018). Stigma among international students is associated with knowledge of mental illness. *Nagoya J. Med. Sci.* 80. 367-378.
43. Trittle, Charles, R; Logan, Charles H. (1973). "Sanctions and Deviance: Evidence and Remaining Questions". *Law and Society Review*, 7 (371).
44. Vannoy, S. A., & Palvia, P. (2010). The Social Influence Model of Technology Adoption. *Communication of the ACM*, 53(8), 149-153.
45. Vito, G. F., Maahs, J. R., & Holmes, R. M. (2005). *Criminology: Theory, Research, and Policy*. Jones & Bartlett Learning.
46. Weiss, M. G., Ramakrishna, J., & Somma, D. (2006). Health-related stigma: Rethinking concepts and interventions. *Psychology, Health & Medicine*, 11(3), 277-287.
30. Horton, Paul. B & Hunt, Chester I. (1968). *Sociology and Society*. Published by McGraw- Hill Companies. 635 pages.
31. Kondracki, N. L., & Wellman, N. S. (2002). Content analysis: Review of methods and their applications in nutrition education. *Journal of Nutrition Education and Behavior*, 34(4), 224-230.
32. Krone, Megan (2016). *Campus Mental Health Practices and the Stigma of Mental Illness: A Quantitative Analysis of Student Affairs Professionals*. PhD Dissertation, San Diego University.
33. Leibetseder, Bettina (2011). *A Critical Review on the Concept of Social Technology*. *Socialines Technologijos*, 1(1), 7-24.
34. Lemert, Charles, Branaman, Ann (1997). *The Goffman Reader*. Blackwell Publishing Ltd.
35. Link, B. G., Phelan, J. C., Bresnahan, M., Stueve, A., & Pescosolido, B. A. (1999). Public conceptions of mental illness: Labels, causes, dangerousness, and social distance. *American Journal of Public Health*, 89(9), 1328-1333.
36. Moreno-Gómez, A., Luna, P., García-Diego, C., Rodríguez-Donaire, A., & Cejudo, J. (2023). Exploring the effects of a mindfulness-based intervention in university students: MindKinder adult version program (MK-A). *Evaluation and Program Planning*, 97, 102252.
37. Osborn, T. G., Li, S., Saunders, R., & Fonagy, P. (2022). University students' use of mental health services: A systematic review and meta-analysis. *International Journal of Mental Health Systems*, 16(57).
38. Popper, K. R. (1966). *The Open Society and Its Enemies*. Volume I, The



روشی نوین برای تشخیص بیماری مبتنی بر زیرساخت اینترنت اشیاء با استفاده از الگوریتم ژنتیک و طبقه‌بندی‌کننده‌های مختلف

* سیدابراهیم دشتی * مریم نیک‌پور * * * * * مهدی نیک‌پور * * * * * محبوبه جوهری
* استادیار، دانشکده مهندسی برق و کامپیوتر، واحد جهرم، دانشگاه آزاد اسلامی، جهرم، فارس، ایران sayed.dashty@gmail.com
* * * * * دانشجوی دکتری، دانشکده مهندسی برق و کامپیوتر، دانشگاه آزاد اسلامی، فارس، ایران nikpoor.maryam@yahoo.com
* * * * * مربی، دانشگاه علوم پزشکی بندرعباس، هرمزگان، ایران nikpoor.maryam@gmail.com
* * * * * کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی فسا، فارس، ایران mahbobeh.johari@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۶/۰۶ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۸/۲۷
صص: ۱۶۹-۱۸۲

چکیده

فناوری اطلاعات پزشکی و خدمات بهداشتی و درمانی با رفاه ملی و معیشت مردم ارتباط دارد. ادغام پردازش ابری و اینترنت اشیا یک پیشرفت بزرگ در کاربرد پزشکی مدرن خواهد بود. در این تحقیق تمرکز بر روی بیماری مزمن دیابت می‌باشد که یکی از عوامل اصلی مرگ و میر در سراسر جهان محسوب می‌شود. این تحقیق تکنولوژی اطلاعات پزشکی را در زمینه اینترنت اشیا، به ویژه در زمینه کاربرد نظارت و مدیریت پزشکی بکار گرفته است. این مطالعه یک روش مبتکرانه مبتنی بر اینترنت اشیا را برای تشخیص دیابت معرفی می‌کند. یک معماری برای نظارت از راه دور و مدیریت پلت فرم ابر اطلاعات بهداشتی پیشنهاد و تحلیل می‌شود، اطلاعات بیماران از طریق ابزارهای اینترنت اشیا پوشیدنی و تعبیه شده بر حسب نیاز استفاده و جمع آوری می‌شود و در نهایت از طریق اینترنت شخص ارسال می‌شود. در این مقاله الگوریتم مبتنی بر الگوریتم ژنتیک و طبقه بندی ترکیبی برای تشخیص دیابت در راستای کمک به نظارت پزشکی ارائه شده است. از الگوریتم‌های ژنتیک برای انتخاب ویژگی‌های مرتبط بر اساس همبستگی آنها با وضعیت دیابت و وابستگی‌های بین ویژگی‌ها استفاده می‌کند. متعاقباً، یک مدل یادگیری مجموعه‌ای انباشته، با ادغام طبقه‌بندی‌کننده‌های ANN، KNN، SVM، درختان و GNB برای دقت بیشتر استفاده می‌شود. نتایج نشان‌دهنده عملکرد برتر رویکرد ما است و پتانسیل آن را برای بهبود مدیریت دیابت و نتایج مراقبت‌های بهداشتی برجسته می‌کند. روش پیشنهادی از سه روش ارزیابی شده است و نتایج حاصل نشان می‌دهد روش پیشنهادی از عملکرد بالاتری به میزان ۹ تا ۵۷ درصد نسبت به روشهای پایه برخوردار بوده و به دقت ۹۳ درصد رسیده است.

واژه‌های کلیدی: سلامت هوشمند، یادگیری ماشین، اینترنت اشیا، یادگیری گروهی، بیماری دیابت.

نوع مقاله: علمی

۱- مقدمه

داده‌ها در ابرهایی که معمولاً دور از مرکز مراقبت‌های بهداشتی قرار دارند ذخیره می‌شود. علاوه بر بعد حقوقی و اخلاقی داده‌های پزشکی [۱]، سرویس‌های ابری سنتی ممکن است مقررات مراقبت‌های بهداشتی را نقض کنند،

سیاست‌های درگیر با حوزه سلامت، زیرساخت‌های مجهز به اینترنت اشیا را برای پردازش سوابق پزشکی الکترونیکی که نیازمند محاسبات قابل توجه و منابع ارتباطی ایمن است، اتخاذ کرده اند. در این زیرساخت،

نویسنده عهده‌دار مکاتبات: سیدابراهیم دشتی sayed.dashty@gmail.com



اعتماد بیمار- بیمارستان را نقض کنند، امنیت سایبری را به خطر بیاندازند، رویدادهای غیرقابل پاسخگویی شکست شبکه و موارد دیگر را ایجاد کند. بیماری دیابت یکی از عوامل حیاتی مرگ در سراسر جهان است که در دسترس بودن مقادیر عظیمی از اطلاعات پزشکی نیاز به ابزار یادگیری قدرتمندی را برای کمک به متخصصان پزشکی برای تشخیص بیماری دیابت نشان می‌دهد. روشهای یادگیری ماشین در تشخیص بیماری دیابت بسیار مفید است و سطح کارایی آن را افزایش می‌دهد. هم‌چنین طبق این مرجع، بیماری دیابت یک مسئله حیاتی و درعین‌حال رایج‌ترین بیماری در جهان محسوب می‌شود [۱] که بیماری دیابت را به‌عنوان یک بیماری مزمن و همه‌گیر در نظر گرفته‌اند و هم‌چنین یکی از مهم‌ترین مشکلات سلامتی در ایالات‌متحده محسوب می‌شود و پنجمین علت مرگ‌ومیر، ناشی از این بیماری است [۲]، بنابراین بیماری دیابت یک اختلال مزمن غددی درون‌ریز است که بر متابولیسم بدن اثر می‌گذارد و موجب تغییرات ساختاری آن می‌شود بنابراین بیماری دیابت جزو رایج‌ترین بیماری‌هاست که در بدن انسان عارضه ایجاد می‌کند که از سال ۲۰۱۴ به بعد، گسترش این بیماری از ۱۰۰ میلیون بیمار به ۴۲۲ میلیون بیمار از افزایش یافته است [۳]. این بیماری در حالت معمولی به بیماری دیابت نوع یک و نوع ۲ تقسیم می‌شود که بیماری دیابت نوع ۲ یک بیماری بانفوذ بالا در سراسر جهان است که روند آن هنوز هم در حال افزایش بوده و یکی از علل اصلی مرگ‌ومیر به شمار می‌رود که به پیشرفت روند بیماری قلبی نیز کمک می‌کند [۴]. هم‌چنین از عوارض این بیماری می‌توان به آب‌مروراید، گلوکز و آسیب عروقی خونی داخل چشم اشاره کرد. بنابراین مراقبت‌های بهداشتی در ساده‌ترین شکل یعنی تشخیص و پیشگیری از بیماری یا درمان هرگونه آسیب‌های پزشکی، نقش مهمی در ارائه یک زندگی مفید برای جامعه دارد [۵]. بنابراین تلاش‌هایی برای کاهش تعداد تست‌های تشخیص بیماری مزمن انجام‌گرفته تا هزینه کلی کاهش یابد. یکی از راه‌حل‌های احتمالی استفاده از تکنیک‌های یادگیری ماشین در داده‌های مراقبت بهداشتی است که این تکنیک‌ها برای پیدا کردن الگوهای مکرر در یک پایگاه داده بزرگ استفاده می‌شود

تا از آن اطلاعات مفیدی به دست آید. علاوه براین، شیوع دیابت نوع ۲ در نوجوانان و جوانان به‌طور چشمگیری افزایش می‌یابد. در افراد مبتلابه دیابت نوع ۲، سابقه ابتلا به دیابت نوع ۲، عوامل اصلی خطر ابتلا به چاقی، سابقه خانوادگی و شیوه زندگی بررسی می‌شود.

ادامه مقاله به شرح زیر است: بخش دوم کارهای مرتبط را که در این حوزه انجام‌شده بررسی‌شده در بخش سوم به بررسی سازمان‌بندی اینترنت اشیا در حوزه سلامت هوشمند و در بخش چهار روش پیشنهادی و درنهایت در بخش آخر به نتیجه‌گیری و کارهای آتی می‌پردازیم.

۲- کارهای مرتبط

در این بخش، مراقبت‌های بهداشتی در ساده‌ترین شکل یعنی تشخیص و پیشگیری از بیماری یا درمان هرگونه آسیب‌های پزشکی است که یک نقش مهمی در ارائه زندگی برای جامعه بر عهده دارد که یکی از نگرانی‌ها چگونگی ارائه خدمات بهتر با هزینه کمتر هست که تکنیک‌های یادگیری ماشین در دستیابی به این هدف کمک می‌کند. که پیشرفت‌های قابل‌توجه در بیوتکنولوژی و علوم پزشکی موجب تولید قابل‌توجهی از داده‌ها شده است، مانند داده‌های ژنتیکی و اطلاعات بالینی که از پرونده‌های الکترونیکی سلامت الکترونیکی (EHRs) تولیدشده است. برای این منظور، استفاده از روشهای یادگیری ماشین و داده‌ها در علوم زیستی در حال حاضر، بیشتر از قبل، حیاتی و ضروری در تلاش برای تبدیل هوشمندانه تمام اطلاعات موجود به دانش ارزشمند است که محققان در مرجع [۶] از تکنیک‌های یادگیری ماشین به‌منظور ارائه یک روش هوشمند ترکیبی با استفاده از تجزیه‌وتحلیل مؤلفه‌های اصلی و مدل مخلوط Gaussian، طبقه‌بندی و رگرسیون درختان Cart به‌منظور پیش‌بینی بیماری‌های مزمن استفاده کرده‌اند هم‌چنین در مرجع [۷] یک سیستم هوشمند ترکیبی جدید برای طبقه‌بندی بیماری دیابت با استفاده از تکنیک‌های یادگیری ماشین ارائه‌شده که از الگوریتم‌های خوشه‌بندی برای خوشه‌بندی مجموعه داده‌های بیماران و از ماشین



۳- سازمان‌بندی اینترنت اشیا در سلامت هوشمند

اینترنت اشیا به‌عنوان یک زیرساخت جهانی برای جامعه اطلاعاتی مورد توجه قرار گرفته و خدمات پیشرفته‌ای به‌وسیله اتصالات (فیزیکی و مجازی) بر اساس اطلاعات موجود و در حال توسعه، اطلاعات و ارتباطات در اختیار قرار داده و از آنجایی که بسیاری از فن‌آوری‌ها، خدمات و استانداردهای مختلف را در برمی‌گیرد، که در ده سال آینده به‌عنوان سنگ گوشه‌ای از بازار فناوری اطلاعات در نظر گرفته می‌شود. از دیدگاه منطقی، یک سیستم IoT را می‌توان به‌عنوان مجموعه‌ای از دستگاه‌های هوشمند که بر پایه همکاری تعامل دارند، برای نشان دادن یک هدف مشترک نشان داد که اینترنت اشیا جهان مادی را با جهان اطلاعات ادغام کرده و سرویس‌های معمولی و برنامه‌های کاربردی را برای بهبود زندگی انسانها فراهم می‌کند بی‌تردید، ارتباطات موجودات (اشیاء یا چیزها) در زمینه اینترنت اشیا (IoT)، نقش فعالی در فعالیت‌ها، دستگاه‌ها و پروسه‌های انسانی بازی می‌کند [۱۳، ۱۲، ۱۱].

بنابراین اینترنت اشیا برای وسایل و حس‌گرهای پزشکی متصل شده نقش مهمی در صنعت مراقبت بهداشتی نسل بعدی برای مراقبت از بیماران با کیفیت دارد. با توجه به افزایش تعداد سالمندان و افراد معلول، یک نیاز فوری به زیرساخت‌های مراقبت‌های بهداشتی در زمان واقعی برای تحلیل داده‌های مراقبت‌های بهداشتی بیماران وجود دارد تا از مرگ‌ومیر قابل‌پیشگیری جلوگیری شود [۱۴] زیرا ارائه‌دهندگان مراقبت‌های بهداشتی به‌طور مداوم رفتار و سلامت سالمندان را نظارت می‌کنند که سیستم مورد انتظار باید وظایفی مانند شناسایی و پیشگیری از تصادفات و انتقال پارامترهای بدن از قبیل: ضربان قلب، دمای بدن، فشارخون، سطح قند خون و... به محل کار (بیمارستان) را انجام دهد که در حوزه سلامت هوشمند استفاده از دستگاه‌های پوشیدنی به تدریج قابلیت‌های خود را در دهه‌های گذشته افزایش داده است. [۱۵] که از مزایای مراقبت‌های بهداشتی مبتنی بر IoT در مراقبت از بیماران می‌توان به:

- امکان مشاهده وضعیت بیمار سلامتی بیمار

بردار پشتیبانی برای طبقه‌بندی انواع بیماری و از رویکرد PCA برای کاهش ابعاد استفاده شده که نتایج نشان داده این روش متشکل از خوشه‌بندی، PCA، SVM دقت طبقه‌بندی خوبی به دست آورده است. علاوه بر این در مرجع [۸] محققان به بررسی و مقایسه دقت طبقه‌بندی داده‌های مختلف با استفاده از تکنیک‌های یادگیری ماشین برای پیش‌بینی بیماری مزمن قلب پرداخته‌اند که در این بررسی از الگوریتم‌هایی از قبیل SVM, RF, DT, KNN, NB و درخت تصمیم استفاده شده هم‌چنین از الگوریتم‌های تقویتی نظیر Bagging, Boosting, Satcking نیز استفاده شده است که نتایج نشان داده که استفاده از روش Bagging با روش SVM به دقت بالای ۸۱.۸۴ درصد رسیده است. هم‌چنین در مرجع [۹] محققان به توسعه یک چارچوب نیمه‌خودکار مبتنی بر یادگیری ماشین برای شناسایی دیابت نوع ۲ از طریق پرونده الکترونیک سلامت ارائه کرده‌اند که در این چارچوب به ارزیابی و مقایسه کارایی تکنیک‌ها جهت شناسایی مدل‌های فراوانی از مدل‌های یادگیری ماشین از قبیل: SVM, RF, DT, KNN, NB و رگرسیون منطقی استفاده شده که نتایج تجربی نشان می‌دهد که چارچوب پیشنهادی می‌تواند افراد مبتلابه دیابت نوع ۲ را با میانگین ۹۸ درصد تشخیص دهد. در نهایت در مرجع [۱۰] محققان، مجموعه انواع مختلف تکنیک‌ها و الگوریتم‌های یادگیری ماشین و ابزارهایی که برای تحلیل بیماری و فرآیند تصمیم‌گیری مورد استفاده قرار می‌گیرد را مورد بررسی قرار داده‌اند که به‌منظور تجزیه و تحلیل الگوریتم‌های یادگیری ماشین برای تشخیص بیماری‌های مختلفی از قبیل بیماری قلبی، دیابت، کبد و بیماری هیپاتیت مورد استفاده قرار گرفته است. در نتیجه یادگیری ماشین و داده‌کاوی نقش مهمی برای کشف دانش در پایگاه داده دارد که یک فرایند تکراری از تمیز کردن داده‌ها؛ ادغام داده‌ها، انتخاب داده و تشخیص الگو و شناخت دانش داده دارد که در حوزه پزشکی نیز حضور قابل‌توجهی دارد که برای تشخیص انواع بیماری‌های مزمن مانند: دیابت، سرطان ریه، بیماری قلبی، نارسایی کلیه، سنگ کلیه و اختلالات کبدی استفاده می‌شود.

می‌گیرد. در این راستا سه درخواست اساسی شامل سرویس بهتر؛ هزینه کمتر و سرعت سریعتر می‌باشد. فناوری اطلاعات پزشکی کاربرد گسترده‌ای در برنامه‌های مدرن دارد.

فناوری اطلاعات پزشکی و خدمات بهداشتی و درمانی با رفاه ملی و معیشت مردم ارتباط دارد. ادغام پردازش ابری و اینترنت اشیا یک پیشرفت بزرگ در کاربرد پزشکی مدرن خواهد بود. از آنجا که محاسبات ابری دارای مزایایی در مقیاس وسیع است، قابلیت اطمینان بالا، مجازی‌سازی، راندمان بالا و امکان پذیر ساختن ابر عمومی در بیمارستان‌ها و بیماران می‌توانند به اشتراک‌گذاری منابع، صرفه جویی در هزینه و ایجاد نظارت پزشکی و مدیریت سیستم با راندمان بالا کمک کنند. اینترنت اشیا، به عنوان یک پشتیبان مهم در انجام نظارت و مدیریت ایمن، با کارایی و کیفیت بالاست، تکنیک‌های اصلی آن مانند حسگرهای RFID و حسگرهای الکترومغناطیسی صوتی عکس می‌تواند موفقیت‌های زیادی در انتقال اطلاعات پزشکی، نظارت پزشکی هوشمند و مکان دقیق داشته باشد. اینترنت اشیا راحتی زیادی به ویژه در نظارت و مدیریت ردیابی بیمار را به بیمارستان اختصاص می‌دهد. با توسعه سریع اینترنت و ادغام پردازش ابری و اینترنت اشیا، پلت فرم مراقبت و نظارت پزشکی فرصت جدیدی را برای بیمارستان و حتی تمام جامعه فراهم می‌کند.

این مقاله تکنولوژی اطلاعات پزشکی را در زمینه پردازش ابری و اینترنت اشیا، به ویژه در زمینه کاربرد نظارت و مدیریت پزشکی را بکار گرفته است. یک معماری مدل برای نظارت از راه دور و مدیریت پلت فرم ابر اطلاعات بهداشتی پیشنهاد و تحلیل می‌شود و سپس یک الگوریتم مبتنی بر الگوریتم ژنتیک کارآمد برای نظارت پزشکی و مدیریت کاربرد پردازش ابری ارائه شده است که این مقاله از طریق ایجاد یک زمان‌بندی کارآمد و با الگوریتم ژنتیک این مطالعه را بهبود می‌بخشد.

پلت فرم ابر کنترل از راه دور در اطلاعات بهداشتی شامل حسگرهای بدن، شبکه حسگر، ماژول ارتباطی، درگاه^۱ مربوط به خانه، تجزیه و تحلیل اطلاعات پزشکی و پردازش پلت فرم، وسایل پزشکی و غیره است. شکل ۱ یک معماری کلی پلت فرم نظارت از راه دور اطلاعات

^۱ gateway

(به‌صورت جزئی و دقیق) در هر لحظه

• نظارت بر وضعیت بیماران در بیمارستان و خانه سالمندان

• جلوگیری از هزینه‌های درمانی غیرضروری و ارائه حمایت‌های پزشکی مناسب در زمان مناسب

• ارتقا کیفیت زندگی برای افرادی که نیاز به پشتیبانی یا نظارت دائم دارند.

در نتیجه تکنولوژی اینترنت اشیا در صنعت مراقبت‌های شخصی دارای مزایای بالقوه‌ای بوده، ولی با چالش‌های فراوانی روبرو است [۱۶] پیشرفت‌های بهداشتی اینترنت اشیا و یا سلامت هوشمند، بدون چالش نیست که یکی از چالش‌های اصلی IOT در سلامت هوشمند تشخیص و پیش‌بینی دقیق نتایج بیماری مزمن می‌باشد. که با کمک آن می‌توان به پیشرفت این بیماری و جلوگیری از اثرات منفی آن رسید. برای این منظور داده‌ها از ابزارها و وسایل اینترنت اشیا مثل ساعت و سنسورهای هوشمند که به بدن بیماران متصل می‌باشد استفاده می‌شود و اطلاعات آنها پایش می‌شود.

۴- مدل ساختار نظارت بر سلامت و مراقبت پزشکی

با توسعه سریع فن آوری اطلاعات، حجم داده نیز با سرعت شگفت‌انگیزی افزایش می‌یابد. به تازگی، پردازش ابری و اینترنت اشیا داغ‌ترین موضوع در صنعت فناوری اطلاعات هستند. پردازش ابری مزایایی در مقیاس پذیری عالی و قیمت پایین دارد، در حالی که تکنیک اصلی اینترنت اشیا مانند حسگر و RFID قبلاً در مقیاس وسیع مورد استفاده قرار گرفته است. بسیاری از شرکت‌های فناوری معروف مانند مایکروسافت، آمازون، آی بی ام و گوگل قبلاً ابر خود را به صورت موفقیت‌آمیز ساخته‌اند و خدمات ابری را در مدیریت اطلاعات، ذخیره‌سازی داده‌ها، جستجوی اطلاعات و ... ارائه می‌دهند. با این حال، آشنایی مردم نسبت به ابر رایانه و اینترنت اشیا در برنامه پزشکی مدرن کافی نیست. اینترنت اشیا تولید فناوری اطلاعات است. اینترنت اشیا رشته اطلاعات در فرصت‌های توسعه و تغییر است. کمیته اتحادیه اروپا بر این باور بود که برنامه توسعه اینترنت از طریق حل مسائل مدرن جامعه در آینده حل و فصل خواهد شد و سهم بسیار بزرگی را به همراه خواهد داشت. راهبردهای مدرن با استفاده از تکنولوژی اطلاعات مدرن تحت رفتار ساختار مدیریت مدرن قرار

پردازش سیستم خبره، راهنمایی‌های بهداشتی به بیمار یا بیمارستان ارسال می‌شود.

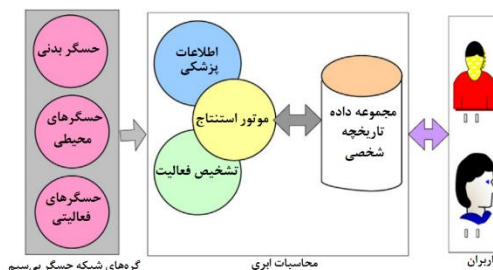
اطلاعات پزشکی جمع‌آوری شده توسط شبکه حسگر متنوع است. داده‌های پرونده سلامت شخصی بسیار زیاد است و به سرعت در حال افزایش است؛ بنابراین مقدار زیادی از اطلاعات نیاز به طبقه‌بندی خودکار، تجزیه و تحلیل و پردازش دارند. اطلاعات برای همه ارائه‌دهندگان خدمات در دسترس است. به عنوان مثال، مرکز خدمات ایمنی ارائه خدمات امنیتی؛ مرکز کنترل اضطراب بیماری در پیشگیری از وضعیت بیماری گروهی را کنترل و مدیریت می‌کند. مرکز خدمات اضطراری با توجه به اطلاعات استخراج شده کمک‌های اولیه ارائه می‌دهد؛ بیمارستان تشخیص از راه دور تحت اطلاعات پزشکی را فراهم می‌آورد؛ مرکز توان‌بخشی راهنمایی‌های توان‌بخشی از راه دور با توجه به انواع اطلاعات بازیابی فراهم می‌کند. مرکز خدمات بهداشتی، از طریق استخراج اطلاعات بهداشتی خود، به کاربر راهنمایی می‌کند. به این ترتیب باید ابزار به اشتراک‌گذاری منابع شبکه مورد نیاز باشد. علاوه بر این، یک روش مؤثر برای استخراج اطلاعات ضروری است. شبکه حسگر بدن باید قابلیت انتقال قابل اعتماد را دارا باشد. مطالعات امروزی نشان می‌دهد که حسگر تعبیه شده در بدن تمایل به استفاده از ۴۰۰ مگاهرتز دارد و حسگر پوشیدنی مایل به استفاده از فرکانس ۲/۴ گیگاهرتز است. بنابراین هر کدام دارای قابلیت‌ها و محدودیت‌های خاص خود می‌باشند، با توجه به محیط و موارد دیگر می‌توان از نوع مناسب استفاده نمود.

۵- روش پیشنهادی برای تشخیص بیماری مبتنی بر

نظارت پزشکی با اینترنت اشیا

معرفی تشخیص بیماری بر اساس شبکه اینترنت اشیا (IoT) نشان دهنده یک پیشرفت پیشگامانه در زمینه مراقبت‌های بهداشتی و سلامت عمومی است. اینترنت اشیا با شبکه به هم پیوسته دستگاه‌ها و حسگرها، نقشی اساسی در ایجاد انقلابی در نظارت، پیشگیری و مدیریت بیماری ایفا می‌کند. در این سیستم نوآورانه، حسگرها و دستگاه‌های IoT به صورت استراتژیک در مکان‌های مختلف، مانند امکانات مراقبت‌های بهداشتی، فضاهای عمومی و حتی داخل خانه‌ها مستقر می‌شوند. این حسگرها برای جمع‌آوری طیف متنوعی از داده‌ها، از جمله علائم حیاتی، عوامل محیطی و اطلاعات سلامتی تولید

مراقبت‌های بهداشتی را نشان می‌دهد که شامل سه ماژول اصلی یعنی حسگرهای شبکه حسگر بی‌سیم، مرکز محاسبات ابری و کاربران است و همچنین می‌تواند به عنوان یک نمونه اولیه از اینترنت اشیا در نظر گرفته شود.



شکل ۱. معماری کلی پلت فرم نظارت از راه دور اطلاعات مراقبت‌های بهداشتی

این سیستم دارای اجزایی به شرح زیر است:

- مرکز محاسباتی در شبکه حسگر بی‌سیم، ماژول محاسبات ابری، موتور استنتاج و غیره
- مرکز برنامه‌ریزی منابع بین کاربر و پایگاه داده.
- مرکز ارتباطی میان محاسبات ابری، شبکه حسگر بی‌سیم و ماژول‌های کاربر.

در این محیط حسگرهای بدن قادر به ثبت و حذف شبکه ناحیه پزشکی بدن می‌باشند. حسگر پزشکی بدن را می‌توان به حسگر تعبیه شده بر روی بدن و حسگر پوشیدنی تقسیم کرد. این حسگر باید مصرف انرژی کم، کوچک و تهاجم کمی به بدن انسان داشته باشد. مزیت حسگر پوشیدنی راحتی استفاده از آن است؛ اما از زمانی که حالت سنجش محدود شده است، کاربرد آن محدود شده است. حسگر تعبیه شده بر روی بدن می‌تواند محدوده آن را گسترش دهد، اما با این حال باید از طریق عمل در بدن کاشت شود و بنابراین دست‌کاری آن دشوار است. علاوه بر این حسگرهای کنترلی سلامت بدن بر روی انسان تمرکز می‌کنند، بنابراین باید احتمال جابجایی و تحرک آن‌ها را در نظر گرفت. حسگرهای معمول در سیستم کنترلی سلامت بدن عبارت از فشارخون، درجه حرارت بدن، موقعیت و غیره می‌باشد. ماژول ارتباطی، اطلاعات پزشکی بدن را به gateway خانه یا تلفن همراه انتقال می‌دهد. این اطلاعات پزشکی به مرکز ذخیره‌سازی داده‌ها و پردازش داده ارسال می‌شود. سپس پس از

یکی از روش‌های کلیدی برای جمع‌آوری اطلاعات مربوط به بیماری دیابت از بیماران، استفاده از سنسورهای نظارت مداوم اطلاعات حیاتی بیمار است. این حسگرهای مینیاتوری در زیر پوست بیمار، معمولاً روی شکم، کاشته می‌شوند و به طور مداوم سطح اطلاعات حیاتی بیمار را اندازه‌گیری می‌کنند. این داده‌ها جمع‌آوری شده و به صورت بی‌سیم به گیرنده یا گوشی هوشمند منتقل می‌شوند، جایی که می‌توان آن‌ها را بیشتر تجزیه و تحلیل و تجسم کرد. حسگرهای اطلاعات حیاتی بیمار داده‌های بی‌درنگ را ارائه می‌دهند و بیماران و ارائه‌دهندگان مراقبت‌های بهداشتی را قادر می‌سازد تا بر روند گلوکز را نظارت کنند و درباره دوز انسولین، انتخاب‌های غذایی و رژیم‌های ورزشی تصمیم‌گیری آگاهانه بگیرند. علاوه بر این، ماهیت مداوم داده‌های اطلاعات حیاتی بیمار به تشخیص زودهنگام خطرات مرتبط با دیابت کمک می‌کند و امکان مداخلات به موقع را برای جلوگیری از نوسانات خطرناک در سطح قند خون فراهم می‌کند. این روش‌ها برای جمع‌آوری اطلاعات مرتبط با دیابت، از فناوری‌های اینترنت اشیا استفاده می‌کنند تا دیدی جامع از مدیریت دیابت به بیماران و ارائه‌دهندگان مراقبت‌های بهداشتی ارائه کنند. این راه‌حل‌ها با نظارت مستمر سطوح گلوکز و تجویز انسولین، افراد مبتلا به دیابت را قادر می‌سازد تا تصمیمات آگاهانه بگیرند و به تیم‌های مراقبت‌های بهداشتی اجازه می‌دهد تا مداخلات مراقبتی شخصی‌تر و به موقع‌تری را ارائه دهند.

استفاده از فناوری یادگیری ماشین در سال‌های اخیر محبوبیت زیادی پیدا کرده است بطوریکه یادگیری ماشین علمی است که کامپیوتر بدون اینکه یکپارچه برنامه‌ریزی شوند با استفاده از داده‌های آموزشی که از قبل به سیستم Train می‌شوند یاد می‌گیرند که در این مقاله از رویکرد یادگیری گروهی که یک الگوریتم تقویتی به‌منظور بهبود دقت پیش‌بینی بیماری دیابت ارائه شده است که قبل از استفاده از این روش، ما از رویکرد انتخاب ویژگی به‌منظور یافتن ویژگی‌هایی که در روند تشخیص سریع دیابت واریانس بیشتری دارند استفاده می‌کنیم تا نتایج دقت پیش‌بینی را با استفاده از نتایج انتخاب ویژگی به دست بیاوریم. انتخاب ویژگی، فرآیند یافتن متغیرهای مرتبط برای یک مدل پیش‌بینی است. این تکنیک‌ها می‌توانند برای

شده توسط کاربر، مجهز هستند. سپس این داده‌ها به صورت بلادرنگ به یک پلتفرم مرکزی منتقل می‌شوند، جایی که می‌توان آن‌ها را با الگوریتم‌های پیشرفته تجزیه و تحلیل و پردازش کرد.

یکی از مزایای کلیدی استفاده از اینترنت اشیا در تشخیص بیماری، توانایی آن در ارائه اطلاعات به موقع و دقیق است. با پایش مداوم علائم حیاتی و پارامترهای محیطی، دستگاه‌های اینترنت اشیا می‌توانند علائم هشدار دهنده اولیه بیماری‌های عفونی، شرایط مزمن یا حتی عوامل محیطی را که ممکن است مشکلات سلامتی را تشدید کنند، شناسایی کنند. این رویکرد پیشگیرانه، متخصصان مراقبت‌های بهداشتی را قادر می‌سازد تا به سرعت مداخله کنند، از گسترش بیماری‌ها جلوگیری کرده و شدت بیماری را کاهش دهند. اینترنت اشیا همچنین نظارت از راه دور بیمار را تسهیل می‌کند، که به ویژه در مدیریت بیماری‌های مزمن ارزشمند است. بیماران می‌توانند از دستگاه‌های پوشیدنی متصل به شبکه اینترنت اشیا برای ردیابی وضعیت سلامتی و پایبندی خود به برنامه‌های درمانی استفاده کنند. ارائه دهنده‌گان مراقبت‌های بهداشتی می‌توانند به این داده‌ها در زمان واقعی دسترسی داشته باشند و آنها را قادر می‌سازد تا تصمیمات آگاهانه بگیرند و مراقبت شخصی را بدون نیاز به بازدیدهای مکرر حضوری ارائه دهند. علاوه بر این، اینترنت اشیا می‌تواند در ردیابی شیوع بیماری‌های عفونی در مقیاس بزرگ بسیار مفید باشد. با تجزیه و تحلیل داده‌های حسگرهای مختلف، مقامات بهداشتی می‌توانند نقاط داغ بیماری را شناسایی کنند، روندها را پایش کنند و منابع را به طور مؤثر تخصیص دهند. این رویکرد مبتنی بر داده‌ها می‌تواند به کاهش تأثیر شیوع و همه‌گیری کمک کند و پاسخی چابک‌تر و کارآمدتر را ممکن می‌سازد. اینترنت اشیا ابتکارات بهداشت عمومی را با ترویج اقدامات پیشگیرانه افزایش می‌دهد. دستگاه‌های هوشمند می‌توانند اطلاعات و هشدارهای بهداشتی را در زمان واقعی منتشر کنند، به مردم در مورد خطرات بیماری‌ها آموزش دهند و رفتارهای سالم را تشویق کنند. به عنوان مثال، دماسنج‌های هوشمند می‌توانند دمای بالا را در افراد تشخیص دهند و به آن‌ها اطلاع دهند که به دنبال مراقبت‌های پزشکی باشند یا خود را ایزوله کنند و به مهار زودهنگام بیماری‌ها کمک کنند.

کروموزوم‌های اولیه به صورت تصادفی به عنوان والدین انتخاب می‌گردند که می‌توانند یک نسل جدید را تولید کنند که این امر از طریق اعمال عملگرهای ژنتیک، یعنی انتخاب، جهش و تقاطع در فرآیند تکامل حاصل می‌گردد. عملکرد هر کروموزوم توسط یک تابع برازش و شایستگی مورد بررسی قرار گرفته که نزدیکی هر کروموزوم به راه حل را اندازه‌گیری می‌کند. این تابع شایستگی، تفکیک‌پذیری نمونه‌ها با دسته‌های مختلف را مدنظر قرار داده و معیار تکراری بودن در بین ویژگی‌ها را در برمی‌گیرد. در این حال، می‌توان راه‌حلهایی را پیدا کرد که در بردارنده تعداد کوچک‌تری از ویژگی‌ها باشند. پس از این مرحله ارزیابی، یک گروه از والدین^۵ (منشاء) از جمعیت حاضر با استفاده از انتخاب چرخ رولت و روش تقاطع تک نقطه‌ای^۶ انتخاب می‌شوند. تعدادی از بهترین اعضا مستقیماً به عنوان بخشی از جمعیت جدید بر مبنای یک راهبرد نخبه‌گرایانه^۷ کپی می‌شوند. پس از این، عملیات تقاطع و جهش برای شکل دادن به یک نسل جدید، مورد استفاده قرار می‌گیرند. در هر نسلی، تعداد کروموزوم‌ها در جمعیت با حذف کروموزوم‌هایی که دارنده کمترین مقادیر شایستگی هستند، بدون اصلاح باقی می‌ماند. این فرآیند تا زمانی تکرار می‌شود که یک کیفیت از پیش تعیین شده از شایستگی یا تعداد حداکثر تکرارها به دست آید. بهترین کروموزوم در جمعیت نهایی، راه حل بهینه برای مسئله انتخاب ویژگی می‌باشد.

حال مراحل این الگوریتم را با جزئیات بیشتری مورد بررسی قرار می‌دهیم:

در مرحله اول یک جمعیت تصادفی از ۱۰۰ کروموزوم متفاوت داریم که این کروموزوم‌ها شامل مقادیر صفر و یک هستند. هر کروموزوم به صورت یک بردار ۵۶ بعدی (۱×۵۶) می‌باشد که در اینجا ستون‌های صفر بیانگر عدم انتخاب ویژگی و ستون‌های یک بیانگر انتخاب ویژگی هستند. عدد ۵۶ بیانگر تعداد ویژگی‌های مجموعه داده مورد استفاده است. حال در مرحله دوم بایستی

شناسایی و حذف ویژگی‌های غیرضروری و بی‌معنی که باعث کاهش صحت مدل پیش‌بینی شوند. انتخاب ویژگی و انتخاب نمونه دو مرحله مهم پیش‌پردازش داده‌ها در داده کاوی است، که در آن سابق باهدف حذف برخی از ویژگی‌های نامناسب و یا ازکارافتاده از یک مجموعه داده اختصاص داده شده است و دومی در حذف داده‌های معیوب است. الگوریتم‌های ژنتیکی برای این وظایف در مطالعات مرتبط به‌طور گسترده‌ای مورد استفاده قرار گرفته‌اند. با این حال، این دو وظیفه قبل از پردازش اطلاعات به‌طور کلی در ادبیات جداگانه در نظر گرفته شده است. بنابراین هدف این مطالعه، انتخاب و انتخاب نمونه بر اساس الگوریتم‌های ژنتیکی با استفاده از اولویت‌های مختلف برای بررسی عملکرد طبقه‌بندی بر روی مجموعه داده‌های مختلف است.

که در این مقاله ما از الگوریتم ژنتیک (GA) برای انتخاب ویژگی‌های بهینه استفاده می‌کنیم. این روش فضای زیرمجموعه‌های احتمالی را برای به دست آوردن مجموعه‌ای از ویژگی‌هایی که حداکثر دقت پیش‌بینی شده را به حداقل می‌رساند و ویژگی‌های نامناسب را به حداقل می‌رساند، بررسی می‌کند. ما یک همبستگی چندگانه را در یک تابع تناسب استفاده شده توسط GA برای ارزیابی تناسب هر زیرمجموعه ویژگی در رابطه با دامنه آن معرفی می‌کنیم.

۱-۵- انتخاب ویژگی توسط الگوریتم ژنتیک

به صورت ویژه، یک راه حل بالقوه برای یک مسئله بهینه‌سازی، به عنوان یک دنباله ژن که به عنوان کروموزوم هم شناخته می‌شود، در الگوریتم ژنتیک رمزگذاری شده است. جمعیتی از راه‌حل‌های احتمالی از کروموزوم‌ها، به سوی راه‌حل‌های بهتر، با داشتن تعداد کمتری از ویژگی‌ها تکامل پیدا کرده و در نهایت به راه حل بهینه دست پیدا می‌کند. معمولاً چنین راه‌حلهایی، در یک رشته دو دویی ۰ و ۱ رمزگذاری می‌شوند. در زنجیره دودویی ۰ نشان می‌دهد که ویژگی‌های مرتبط انتخاب نشده و از مجموعه ویژگی حذف شده‌اند، در حالی که ۱ بر این دلالت دارد که ویژگی مورد نظر، انتخاب شده است.

1. Offspring
2. Fitness Function
3. Separability
4. Redundant Measurement
5. Parent
6. Roulette-Wheel
7. Single-point Crossover Method
8. Elitist Strategy



اطلاعات متقابل آ صورت می‌پذیرد تا به‌طور جداگانه میزان همبستگی داده‌ها و افزونگی زیر مجموعه ویژگی‌های انتخابی را اندازه‌گیری کند. این دو معیار هر دو کیفیت اختصاصی ویژگی‌های انتخاب شده و کیفیت زیر مجموعه را اندازه‌گیری می‌کند.

• فرموله‌سازی مسئله

در این بخش ما فرموله‌سازی معیارهای انتخاب ویژگی به عنوان تابع هدف الگوریتم ژنتیک و نحوه محاسبه آن‌ها را ارائه می‌دهیم. اطلاعات متقابل یک شاخص خوب برای مطالعه وابستگی بین یک ویژگی و طبقه‌بندی و افزونگی بین ویژگی‌های تصادفی است. X و Y را به عنوان دو متغیر تصادفی با قوانین احتمال گسسته در نظر بگیرید. اطلاعات متقابل دو متغیر X و Y با $I(X, Y)$ نشان داده شده و از طریق $P(X)$ و $P(Y)$ و $P(X, Y)$ به صورت زیر تعریف می‌شود:

$$I(X; Y) = \sum_{y \in \Omega_Y} \sum_{x \in \Omega_X} P(x, y) \cdot \log \frac{P(x, y)}{P(x) \cdot P(y)} \quad (1)$$

که در آن Ω_X و Ω_Y به ترتیب فضاهای نمونه X و Y به ترتیب هستند. هنگامی که دو متغیر X و Y به یکدیگر وابسته هستند. $I(X, Y)$ زیاد است و در نقطه مقابل هنگامی که X و Y به‌طور کامل از هم مستقل هستند، $I(X, Y)$ برابر با صفر است. بعد از محاسبه اطلاعات متقابل، ما دو هدف کارایی مختلف را برای انتخاب بهترین زیرمجموعه از بین راه‌حل‌های تولیدی توسط الگوریتم ژنتیک را دنبال می‌کنیم. اولین هدف کیفیت مجموعه ویژگی‌های انتخابی در راستای پیش‌بینی هدف داده‌ها که تحت عنوان کلاس بیان می‌گردد، را ارزیابی می‌کند و دومین هدف به بررسی افزونگی و تکراری بودن مجموعه ویژگی‌ها می‌پردازد. این دو هدف در ادامه بیان شده‌اند.

• همبستگی ویژگی‌ها با کلاس

برای هر زیرمجموعه از ویژگی‌ها، ما مفهوم ارتباط را که از طریق وابستگی بیان می‌گردد را تعریف می‌کنیم که در واقع از طریق محاسبه میانگین اطلاعات متقابل بین هر یک از ویژگی‌های موجود در مجموعه ویژگی‌های انتخابی با مجموعه هدف داده‌ها یعنی کلاس داده‌ها که از طریق

ستون‌های صفر حذف شوند و فقط ستون‌های یک باقی بمانند و عمل طبقه‌بندی بر روی ویژگی‌های موجود انجام گردد.

۲-۵- تابع ارزیابی الگوریتم ژنتیک

یک راه‌حل بالقوه برای یک مسئله بهینه‌سازی، به‌عنوان یک دنباله از اعداد باینری که به‌عنوان کلونی هم شناخته می‌شود در الگوریتم ژنتیک رمزگذاری شده است. جمعیتی از راه‌حل‌های احتمالی از کروموزوم‌ها و کشورهای تحت سلطه آن‌ها، به سوی راه‌حل‌های بهتر، با داشتن تعداد کمتری از ویژگی‌ها تکامل پیدا کرده و در نهایت به راه‌حل بهینه دست پیدا می‌کند. معمولاً چنین راه‌حل‌هایی، در یک رشته دو دویی ۰ و ۱ رمزگذاری می‌شوند. در زنجیره دودویی ۰ نشان می‌دهد که ویژگی‌های مرتبط انتخاب نشده و از مجموعه ویژگی حذف شده‌اند، در حالی که ۱ بر این دلالت دارد که ویژگی موردنظر، انتخاب شده است. راه‌حل‌های اولیه به صورت تصادفی به‌عنوان جمعیت کروموزوم‌ها انتخاب می‌گردند که می‌توانند یک نسل جدید را تولید کنند که این امر از طریق ترکیب و تقاطع کروموزوم‌ها و سپس اعمال فرآیند جهش و به‌روز رسانی آن‌ها حاصل می‌گردد. عملکرد هر کروموزوم توسط یک تابع برازش و شایستگی موردبررسی قرار گرفته که نزدیکی هر راه‌حل به راه‌حل را اندازه‌گیری می‌کند. در بسیاری از رویکردهای انتخاب ویژگی قبلی تنها از یک تابع هدف بر اساس بررسی توزیع داده‌ها پشتیبانی می‌گردد که این امر منجر به حذف بسیاری از راه‌حل‌های کارآمدی می‌گردد که ممکن است بر اساس اهداف کارایی دیگری دارای قدرت باشند. در واقع ارزیابی این زیرمجموعه‌ها با یک روش انجام می‌شود که منجر به پس‌زدن زیرمجموعه‌هایی با خواص خوب با توجه به معیار دیگری می‌شود. در این زمینه، راه‌حل با افزونگی بسیار کم یا همبستگی بسیار بالا که دو هدف کارایی بسیار مهم می‌باشند، می‌تواند توسط فرآیند انتخاب رد شود. برای افزایش تنوع زیرمجموعه‌های انتخاب شده، در این مقاله فضای جستجوی بسیار بزرگ مسئله با یک روش چند منظوره مورد بررسی قرار می‌گیرد. ارزیابی کیفیت اهداف کارایی بیان شده براساس

1. Offspring
2. Fitness Function

3. Nutual Information (MI)

رساندن همبستگی بین ویژگی‌های انتخاب شده است، بلکه افزایش همبستگی بین این ویژگی‌های انتخاب شده و متغیر هدف، که وضعیت دیابت در مورد ما است، در اولویت قرار دارد. این تابع دوهدفه نشان دهنده یک رویکرد جدید و ظریف تر برای انتخاب ویژگی است، رویکردی که به طور خاص برای نیازهای تشخیص دیابت طراحی شده است. هدف ما افزایش معیار اول یعنی همبستگی ویژگی‌ها با کلاس و کاهش هدف دوم یعنی افزونگی مابین ویژگی‌هاست. در اینجا از یک تابع هدف به صورت رابطه زیر استفاده می‌گردد:

$$Fitness = \frac{D_S}{R_S} \quad (4)$$

در این تابع هدف همبستگی داده‌ها در صورت کسر و هدف دوم یعنی افزونگی در مخرج کسر قرار می‌گیرد. با بزرگ شدن صورت و کوچک شدن مخرج حاصل کسر بزرگ شده و کیفیت بالاتری را نشان می‌دهد؛ بنابراین یک تعادل و توازن ما بین این دو هدف کارایی برقرار می‌گردد.

۶- طبقه بندی با یادگیری گروهی

یادگیری گروهی یکی از روش‌های یادگیری ماشین بوده که از الگوریتم‌های فرا یادگیری برای دستیابی به نتایج پیش‌بینی کننده بهتر استفاده می‌کنند تا بتوان از هر الگوریتم یادگیری دقت بهتری به دست آورد. بسیاری از الگوریتم‌های محبوب یادگیری ماشین در واقع Ensemble هستند. در این مقاله، از الگوریتم‌های Stack Ensemble که متشکل از الگوریتم‌های مختلفی که در ادامه شرح داده خواهد شد استفاده می‌شود که در واقع این روش یک کلاس از الگوریتم‌های است که شامل آموزش "یادگیرنده‌های قوی" برای پیدا کردن ترکیبی مطلوب از فراگیران پایه استفاده می‌کند که جزئیات این الگوریتم‌ها در زیر شرح داده شده است:

Algorithm Stacking

Input: training data $D = \{X_i, y_i\}^m_{i=1}$

Ouput: ensemble classifier H

Step 1: learn base-level classifiers

for $t = 1$:to T do

learn h_t based on D

end for

Step2: construct new data set of predictions

متغیر C نشان داده می‌شود، به دست می‌آید. نحوه محاسبه این رابطه در زیر نشان داده شده است:

$$D_S = \frac{1}{|S|} \sum_{X_i \in S} I(X_{i,c}) \quad (2)$$

که در آن $I(x_i, c)$ بیان‌کننده مقدار اطلاعات متقابل بین ویژگی i ام در زیرمجموعه ویژگی انتخابی کاندید و کلاس داده‌ها می‌باشد و بیان‌کننده این واقعیت است که این ویژگی با چه کیفیتی کلاس داده‌ها را بیان می‌کند.

• کاهش افزونگی بین ویژگی‌های انتخابی

در یک راه‌حل انتخابی ممکن است، دو یا بیش از دو ویژگی در هدف اول یعنی ارتباط و همبستگی با کلاس بسیار خوب باشند، اما این ویژگی‌ها به نحوی دارای افزونگی بوده و بتوان با داشتن یکی از آن‌ها به مقادیر دیگر ویژگی‌ها دست یافت. در این شرایط می‌بایست ویژگی‌های انتخابی در راستای کاهش افزونگی و حذف ویژگی‌های تکراری بررسی گردند. در اینجا از اطلاعات متقابل برای ارزیابی افزونگی بین ویژگی‌ها استفاده می‌گردد. در اینجا دو متغیر i و j از یک مجموعه ویژگی‌های کاندید توسط الگوریتم ژنتیک به صورت $(X_i; X_j)_{i,j=1,\dots,m_{i \in j}}$ نشان داده شده و از طریق رابطه زیر محاسبه می‌گردد:

$$R_S = \frac{1}{|S|^2} \sum_{X_i, X_j \in S} I(X_i; X_j) \quad (3)$$

بعد از محاسبه دو هدف مورد استفاده و تحقیق در این مقاله یعنی همبستگی داده‌ها با کلاس و همچنین افزونگی ویژگی، تابع هدف و نهایی این تحقیق برای ایجاد توازن مناسب در بین این دو هدف بیان می‌گردد. مدل ما دیدگاهی منحصر به فرد و نوآورانه را برای استفاده از الگوریتم‌های ژنتیک در تشخیص بیماری دیابت معرفی می‌کند. در حالی که الگوریتم‌های ژنتیک واقعاً در مطالعات قبلی مورد استفاده قرار گرفته‌اند، نوآوری ما در استفاده از یک رویکرد مبتنی بر فیلتر برای محاسبه تابع هدف در طول انتخاب ویژگی نهفته است. به طور سنتی، الگوریتم‌های ژنتیک در انتخاب ویژگی عمدتاً بر به حداقل رساندن همبستگی بین ویژگی‌های انتخاب شده برای کاهش افزونگی تمرکز می‌کنند. در مقابل، رویکرد ما فراتر از این پارادایم مرسوم است. هدف ما نه تنها به حداقل



۷-۱- روش‌های ارزیابی

معیارهای ارزیابی	روش‌های ارزیابی
$TP+TN$	دقت طبقه‌بندی ساده‌ترین اندازه‌گیری عملکرد دقت است که به معنای درصد دسته‌های درست پیش‌بینی شده است و از فرمول زیر محاسبه می‌شود.
$TP+FP+TN+FN$	حساسیت: نرخ مثبت واقعی: اگر نتیجه برای شخص مثبت باشد در چند درصد موارد مدل نیز مثبت خواهد بود که از فرمول زیر محاسبه می‌شود.
$\frac{TP}{TP+FN}$	خاصیت: نرخ منفی واقعی: اگر نتیجه برای شخص منفی باشد در چند درصد موارد مدل نیز نتیجه منفی خواهد بود که از فرمول زیر محاسبه می‌شود.
$\frac{TN}{TN+FP}$	خصوصیات گیرنده (ROC): که برای ارزیابی مدلها، یک نموداری می‌کشد که هرکدام از این مدل‌ها، که سطح زیر نمودار بیشتری داشته باشد. آن مدل، مدل بهتری است که از معیارهای زیر برای مقایسه مدل‌های دسته‌بندی به‌طور گرافیکی استفاده می‌شود.
$TPR = \frac{TP}{TP+FN}$ $FPR = \frac{FP}{FP+TN}$	اگر مدل نتیجه مثبت بدهد احتمال اینکه شخص به دیابت دچار شود چقدر است: PPV
$NPV = \frac{TN}{TN+FN}$	اگر مدل نتیجه مثبت بدهد احتمال اینکه شخص به دیابت دچار شود چقدر است: NPV

۷-۲- شبیه‌سازی

در این بخش به شبیه‌سازی مقاله خود پرداخته و ارزیابی می‌کنیم. محیط شبیه‌سازی ما در مازول Jupyter مبتنی بر برنامه‌نویسی پایتون ورژن ۳٫۶ انجام شده است. هم چنین عملکرد دسته‌بندیهای مختلف را می‌توان با به‌کارگیری آن در مورد یک مثال مقایسه کرد که به

for $i = 1$ to m do
 $D_h = \{X_i, y_i\}$, where $X_i = \{h_1(X_i), \dots, h_T(X_i)\}$
 end for
 Step3: learn a meta-classifier
 learn H based on D_h
 return H

شکل ۲. الگوریتم Stacking

یادگیری گروهی فرایندی است که از طریق آن چندین مدل، مانند طبقه‌بندی‌ها و یا متخصصان، به‌طور استراتژیک تولید می‌شوند و برای حل یک مسئله اطلاعات محاسباتی خاص ترکیب می‌شوند. یادگیری گروهی عمدتاً برای بهبود (طبقه‌بندی، پیش‌بینی، تقریب عملکرد، و غیره) عملکرد یک مدل استفاده می‌شود به همین دلیل است که روشهای گروهی در بسیاری از مسابقات معتبر آموزشی، مانند مسابقه Kaggle، Netflix، و KDD ۲۰۰۹ قرار می‌گیرد.

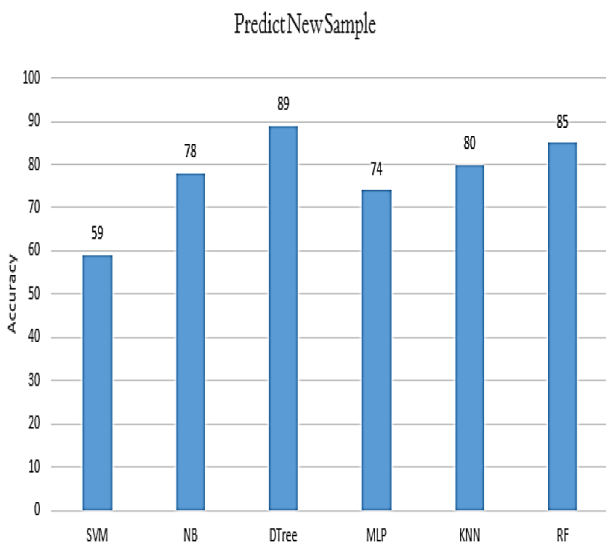
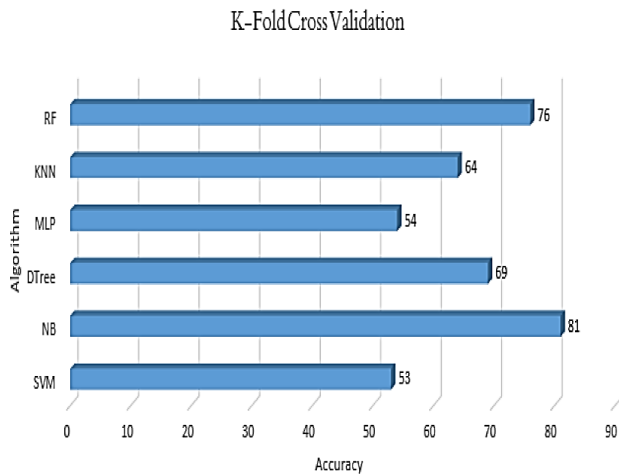
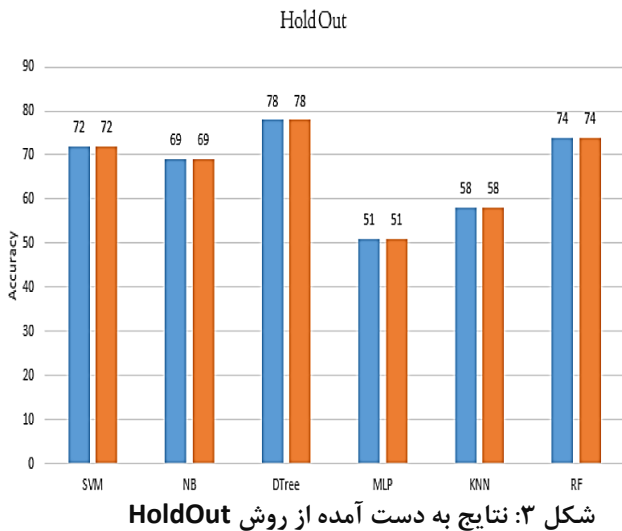
۷-ارزیابی نتایج

ما به‌منظور ارزیابی روشهای مورد استفاده و تعیین اینکه چگونه می‌توان از بین مدل‌های موجود، مدلی را در نظر گرفت که نسبت به بقیه روشها، دارای بیشترین دقت پیش‌بینی داشته باشد که به مقایسه روشهای دسته‌بندی و یافتن روش مناسب و کارا در این مقاله از تجزیه و تحلیل هزینه سود (ماتریس درهم‌ریختگی)، منحنی ROC و سایر مسائل مربوط به انتخاب مدل از قبیل دقت و غیره استفاده کرده‌ایم. اندازه‌گیری عملکرد برای تعیین اثربخشی الگوریتم طبقه‌بندی مورد استفاده قرار می‌گیرد به این صورت که در مسائل دسته‌بندی با دودسته، می‌توان هزینه دسته‌بندی را با یک ماتریس هزینه نشان داد به این ترتیب که برای دو نوع خطای مثبت اشتباه (FP) و منفی اشتباه (FN) و دو نوع دسته‌بندی به سمت مثبت درست (TN) و منفی درست (TN) که هزینه و سودهای متفاوتی قائل می‌شود که در جدول ۱ نمایش داده شده است.

جدول ۱. ماتریس درهم‌ریختگی

Confusion Matrix		Classified As:	
		Negative	Positive
Actual Class	Negative	TN	FP
	Positive	FN	TP





منظور شبیه‌سازی دسته‌بندها از مجموعه داده بیماران پیمای دیابتی از سایت UCI بهره گرفته شده که این مجموعه داده دارای ۹ متغیر و ۷۶۸ رکورد است که این متغیرها و اسامی اختصاری در جدول ۲ آمده است.

جدول ۲. متغیرهای مسئله و اسامی اختصاری

P.NO	Number of times Pregant
PG	Plasma Glucose Concentration
DBP	Diastolic Blood Pressure
TSFT	Triceps Skin Fold Thickness
SI	Two Hour Serum Insulin
BMI	Body Moss Index
DPF	Diabetes Pedigree Function
AGE	Age
C	Class Variable

در نتیجه اشکال زیر، نتایج شبیه‌سازی را برای تک تک الگوریتم‌های مختلف استفاده شده نشان می‌دهد. همان‌طور که اشاره شد ما از الگوریتم ژنتیک به منظور استخراج ویژگی‌های تأثیرگذار در تشخیص سریع دیابت استفاده کرده ایم که نتایج شبیه‌سازی نشان می‌دهد از بین متغیرهای مجموعه داده فیچرهای ۱- تعداد دفعات بارداری، ۲- غلظت گلوکز دوساعته، ۳- میزان فشارخون، ۴- سطح انسولین و ۵- سن به عنوان فیچرهای مؤثر با دقت ۸۶ درصد انتخاب شدند که نتایج طبقه‌بندی را بر اساس همین ویژگی‌های به دست آمده انجام دادیم که جدول زیر پارامترهای انتخابی برای الگوریتم ژنتیک را نشان می‌دهد.

جدول ۳. پارامترهای انتخابی برای الگوریتم ژنتیک

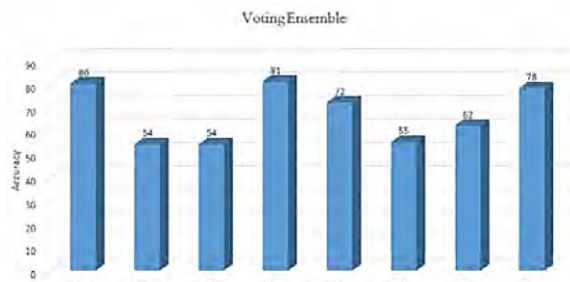
تعداد جمعیت	Gen	نرخ جهش	نرخ آمیزش
۴۰	۵۶	۰,۱	۰,۲

در ادامه به مراتب شرح داده خواهد شد که در ابتدا از روش ارزیابی HoldOut برای ارزیابی الگوریتم‌های پایه استفاده کردیم که نتایج شبیه‌سازی در شکل زیر نشان داده شده است.

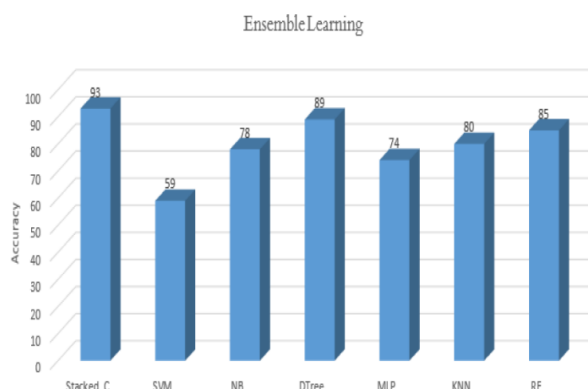


گیت وی آن مکان یا تلفن همراه شخص جهت تحلیل منتقل می‌شوند. در نهایت رویکرد پیشنهادی ما، پس از ارزیابی و مقایسه با الگوریتم‌های پایه نشان داده است که نسبت به روشهای فوق، پیشرفته بوده و دقت به دست آمده با این مدل ۹۳٪ بوده است. بنابراین با توجه به نتایج این شبیه‌سازی می‌توان تصمیم گرفت که رویکرد پیشنهادی ما با توجه به ارزیابی نتایج، عملکرد بهتری نسبت به سایر روش‌ها دارد و با توجه به اینکه الگوریتم‌های پایه به تنهایی در تشخیص و پیش‌بینی بیماری‌ها مؤثر نبوده، در این مقاله از الگوریتم‌های Stack Ensemble با تلفیقی از تکنیک‌های انتخاب ویژگی هیبرید به منظور بهبود دقت پیش‌بینی استفاده و در آخر با الگوریتم‌های پایه مقایسه شده که الگوریتم پیشنهادی ما خطای کمتری نسبت به روش‌های پایه داشته و به دقت ۹۳ درصد رسیده است.

رویکرد پیشنهادی به تجزیه و تحلیل داده‌های مرتبط با دیابت و تشخیص بیماری، جامع و نوآورانه است. استفاده از الگوریتم‌های ژنتیک برای انتخاب ویژگی یک تکنیک قدرتمند است، زیرا انتخاب مرتبط ترین ویژگی‌ها را با در نظر گرفتن همبستگی آنها با کلاس هدف (وضعیت دیابت) و یکدیگر بهینه می‌کند. این تضمین می‌کند که ویژگی‌های انتخاب شده برای طبقه بندی آموزنده ترین هستند و به طور بالقوه دقت مدل را بهبود می‌بخشد و بیش از حد برازش را کاهش می‌دهد. استفاده از یک مدل یادگیری مجموعه‌ای انباشته که طبقه بندی کننده‌های مختلفی مانند ماشین‌های بردار پشتیبان (SVM)، k-نزدیک ترین همسایه‌ها (KNN)، شبکه‌های عصبی مصنوعی (ANN)، درخت‌های تصمیم‌گیری، و گاوسی بیزی (GNB) را ترکیب می‌کند، یک استراتژی قوی است. هر طبقه بندی نقاط قوت و ضعف خود را دارد و با ترکیب آنها در یک مجموعه، مدلی انعطاف پذیرتر و دقیق تر ایجاد می‌کنید. گروه‌های انباشته اغلب با استفاده از دانش متنوع هر طبقه بندی کننده، از مدل‌های فردی بهتر عمل می‌کنند. این واقعیت که نتایج برتری روش پیشنهادی را نشان می‌دهد یک دستاورد قابل توجه است. این نشان می‌دهد که رویکرد پیشنهادی نه تنها انتخاب ویژگی‌ها را افزایش می‌دهد، بلکه نقاط قوت طبقه بندی کننده‌های متعدد را نیز به طور بهینه ترکیب می‌کند، که منجر به یک سیستم تشخیص دقیق تر و



شکل ۶. نتایج به دست آمده از روش رأی گیری اکثریت



شکل ۷. نتایج به دست آمده از روش پیشنهادی

در نهایت معیارهای عملکرد (ماتریس درهم ریختگی) به ازای روش‌های مختلف روی بیماران دیابتی در جدول ۷- معیارهای عملکرد الگوریتم پیشنهادی را نشان می‌دهد.

جدول ۴. معیارهای عملکرد به ازای روش‌های مختلف

	KNN	SVM	GNB	AN N	RFC	TRE E
Accuracy	0.73	0.73	0.70	0.70	85	89
Sensitivity	0.65	0.70	0.83	0.76	85	89
Specificity	0.55	0.75	0.56	0.55	85	89
PPV	0.65	0.87	0.78	0.81	85	89
NPV	0.65	0.55	0.64	1.5	85	89
TPR	0.76	0.70	0.83	0.76	0.99	89
FPR	0.44	0.29	0.43	0.44	0.25	0.42

۸- نتیجه‌گیری و کارهای آتی

در این پژوهش ما مسائل باز سلامت هوشمند را با راهکارهای مختلفی تجزیه و تحلیل کرده و در و چند مورد مشاهده شد که سلامت هوشمند می‌تواند به بهبود مراقبت‌های بهداشتی در نظارت مداوم بر سالمندان کمک کرده و مسیر رسیدن به سلامت هوشمند را هموار سازد. در این مقاله ابزارهای مختلف اینترنت اشیا برای جمع آوری اطلاعات بیماران مورد بررسی قرار گرفت که بر اساس ویژگی و نوع محیط ابزارهای تعبیه شده و پوشیدنی پیشنهاد شدند سپس این اطلاعات از طریق

کارهای آتی از روش پیشنهادی در تشخیص بیماری‌های مختلف مزمن استفاده می‌گردد. با توجه اهمیت تشخیص بیماری قصد داریم در کار آتی سیستم تشخیص بیماری‌های مزمن به صورت زمان واقعی و سیستم‌های توصیه گر و سامانه‌های پیام کوتاه را در کنار روش پیشنهادی پیاده‌سازی کنیم.

قوی‌تر بیماری دیابت می‌شود. این می‌تواند پیامدهای قابل توجهی برای بهبود نتایج مراقبت‌های بهداشتی و مدیریت بیمار در زمینه‌های مرتبط با دیابت داشته باشد. با این حال، انجام اعتبارسنجی و آزمایش دقیق برای اطمینان از تعمیم و قابلیت اطمینان روش خود در مجموعه داده‌های مختلف و سناریوهای دنیای واقعی مهم است. برای

منابع

- Ahmad, M.O., Siddiqui, S.T. (2022). The Internet of Things for Healthcare: Benefits, Applications, Challenges, Use Cases and Future Directions. In: Tiwari, S., Trivedi, M.C., Kolhe, M.L., Mishra, K., Singh, B.K. (eds) *Advances in Data and Information Sciences. Lecture Notes in Networks and Systems*, vol 318. .
- Hameed, G., Singh, Y., Haq, S., Rana, B. (2022). Blockchain-Based Model for Secure IoT Communication in Smart Healthcare. In: Singh, P.K., Kolekar, M.H., Tanwar, S., Wierzchoń, S.T., Bhatnagar, R.K. (eds) *Emerging Technologies for Computing, Communication and Smart Cities. Lecture Notes in Electrical Engineering*, vol 875..
- Li, W., Chai, Y., Khan, F. et al. A Comprehensive Survey on Machine Learning-Based Big Data Analytics for IoT-Enabled Smart Healthcare System. *Mobile Netw Appl* 26, 234–252 (2021)..
- Zheng, T., Xie, W., Xu, L., He, X., Zhang, Y., You, M., ... & Chen, Y. (2017). A machine learning-based framework to identify type 2 diabetes through electronic health records. *International journal of medical informatics*, 97, 120-127.
- Somasundaram, S. K., & Alli, P. (2017). A Machine Learning Ensemble Classifier for Early Prediction of Diabetic Retinopathy. *Journal of Medical Systems*, 41(12), 201.
- Nilashi, M., bin Ibrahim, O., Ahmadi, H., & Shahmoradi, L. (2017). An Analytical Method for Diseases Prediction Using Machine Learning Techniques. *Computers & Chemical Engineering*.
7. Nilashi, M., Bin Ibrahim, O., Mardani, A., Ahani, A., & Jusoh, A. (2016). A soft computing approach for diabetes disease classification. *Health Informatics Journal*, 1460458216675500.
8. Pouriye, S., Vahid, S., Sannino, G., De Pietro, G., Arabnia, H., & Gutierrez, J. (2017, July). A comprehensive investigation and comparison of Machine Learning Techniques in the domain of heart disease. In *Computers and Communications (ISCC), 2017 IEEE Symposium on* (pp. 204-207). IEEE.
9. Zheng, T., Xie, W., Xu, L., He, X., Zhang, Y., You, M., ... & Chen, Y. (2017). A machine learning-based framework to identify type 2 diabetes through electronic health records. *International journal of medical informatics*, 97, 120-127.
10. Yaqoob I (2021) Blockchain for healthcare data management: opportunities, challenges, and future recommendations. *Neural Comput Appl* 0123456789.
11. Shaikh, F. K., Zeadally, S., & Exposito, E. (2017). Enabling technologies for green internet of things. *IEEE Systems Journal*, 11(2), 983-994.
12. Sicari, S., Rizzardi, A., Grieco, L. A., Piro, G., & Coen-Porisini, A. (2017). A Policy Enforcement Framework for Internet of Things Applications in the Smart Health. *Smart Health*.
13. Velliangiri S, Karthikeyan Karunya P (2020) Blockchain technology: challenges and security issues in consensus algorithm. In: *International conference on computer communication and informatics, ICCCI*.
14. Hossain, M. S., & Muhammad, G. (2016). Cloud-assisted industrial internet

16. Philip NY, Rodrigues JJPC, Wang H, Fong SJ, Chen J (2021) Internet of Things for in-home health monitoring systems: current advances, challenges and future directions. *IEEE J Sel Areas Commun* 39(2):300–310.

of things (iiot)-enabled framework for health monitoring. *Computer Networks*, 101, 192-202.

15. Temko, A. (2017). Accurate wearable heart rate monitoring during physical exercises using PPG. *IEEE Transactions on Biomedical Engineering*.



راهنمای نگارش مقاله

می‌تواند شامل روش تحقیق، مدت زمان اجرا، مکان اجرای پژوهش، جامعه مورد مطالعه، رعایت موازین اخلاقی در پژوهش، نحوه جمع‌آوری اطلاعات، ابزارهای اندازه‌گیری و آزمون‌های آماری باشد.

● **یافته‌ها:** در این بخش باید یافته‌های به دست آمده از تحقیق بدون بحث بیان گردد و نباید داده‌های جدول‌ها، شکل‌ها و نمودارها مجدداً در این قسمت تکرار شوند. شماره‌ی جدول‌ها، تصاویر و نمودارها باید با دقت در متن آورده شوند و هر کدام در صفحات جداگانه‌ای آورده و شماره‌گذاری شوند.

● **بحث و نتیجه‌گیری:** در این بخش نویسنده (ها) تفسیری منطقی از یافته‌های به دست آمده ارائه نموده و هم‌چنین یافته‌های به دست آمده را با مطالعات انجام شده مقایسه می‌نمایند. محدودیت‌های مطالعه و هم‌چنین پیشنهادها برای مطالعات آینده از قسمت‌های مهم بحث و نتیجه‌گیری می‌باشد.

● **سپا سگزاری:** از منابع کمک‌های مالی، افراد یا سازمان‌های همکار در انجام این پژوهش

● **منابع:** منابع به ترتیب حروف الفبا شماره‌گذاری شده (منابع فارسی ابتدا و بعد منابع انگلیسی) و به صورت زیر آورده می‌شوند.

منابع فارسی:

مقاله: نام خانوادگی نویسنده (ها)، نام کو چک نویسنده (ها)، عنوان مقاله، نام کامل مجله، شماره‌ی جلد، شماره‌ی صفحه، محل برگزاری، شهر، ماه، سال.

مثال: شفیع، مسعود، ارتباط دانشگاه و صنعت: موانع اساسی و راهکارهای توسعه‌ای، مجموعه مقالات هشتمین کنگره سراسری همکاری‌های دولت، دانشگاه و صنعت برای توسعه ملی، صفحات ۵۰-۴۱، دانشگاه صنعتی امیرکبیر، تهران، آذر، ۱۳۸۳.

کتاب: نام خانوادگی نویسنده (ها)، نام کو چک نویسنده (ها)، نام کتاب، شماره چاپ، نام ناشر، محل انتشار، سال انتشار.

مثال: شفیع، مسعود، ارتباط صنعت و دانشگاه: آینده‌ای تابناک، پیشینه‌ای تاریک، چاپ هشتم، انتشارات دانشگاه صنعتی امیرکبیر، تهران، ۱۳۸۶.

منابع انگلیسی:

مقاله: نام خانوادگی نویسنده (ها)، نام کو چک نویسنده (ها)، عنوان مقاله، نام کامل مجله، شماره‌ی جلد، شماره صفحه، سال انتشار.

مثال:

Antonelli, C, "The evolution of the Industrial organization of the production of Knowledge". Cambridge Journal of Economics, 1999, 23, pp.243-260, 1999.

کتاب: نام خانوادگی نویسنده (ها)، نام کوچک نویسنده (ها)، نام کتاب، شماره چاپ، نام ناشر، محل انتشار کتاب، سال انتشار.

۱. مجله صنعت و دانشگاه به صورت فصلنامه منتشر می‌شود. این فصلنامه حاوی مقالاتی در زمینه‌های گوناگون می‌باشد.

۲. نوع مطالبی که در فصلنامه چاپ می‌شود عبارتند از:

● مقالات مروری که معمولاً توسط سردبیر از صاحب‌نظران درخواست می‌شود.

● مقالات تحقیقاتی

● مقالات کوتاه

۳. مقاله باید در مجلات دیگر به چاپ نرسیده و هم‌زمان برای چاپ به نشریه‌ی دیگری ارسال نشده باشد.

۴. مسئولیت صحت مطالب مندرج در مقاله به عهده‌ی نویسنده (ها) است.

۵. مقاله‌ی ارسال شده، توسط هیأت تحریریه مورد بررسی قرار خواهد گرفت و فصلنامه در ویرایش ادبی و محتوایی و در صورت لزوم حذف بخش یا بخش‌هایی از مقاله مجاز است.

۶. زبان فصلنامه فارسی است، لذا حتماً بایستی یک چکیده انگلیسی هم داشته باشد و حتی المقدور از واژه‌های فارسی برای بیان مطالب علمی استفاده شود. لازم است مقاله فاقد اشکالات املائی یا نکات دستوری باشد.

۷. تمامی مطالب متن و منابع باید با فاصله یک خط در میان با نرم افزار word تایپ شده و دارای حاشیه‌ی ۲ سانتی‌متر از هر طرف باشد. قلم به کار رفته نازنین و اندازه آن ۱۲ باشد.

۸. تمامی مقالات باید مشتمل بر بخش‌های زیر باشد:

● **عنوان مقاله:** عنوان مقاله با قلم سیاه تایپ شود، آنگاه نام نویسنده یا نویسندگان، رتبه‌ی علمی، نشانی (شامل نام دانشگاه یا دانشکده، مؤسسه و واحد تحقیقاتی مرتبط و ...) قید شود.

● **چکیده مقاله:** چکیده‌ی فارسی ساختارمند باید پس از مقدمه‌ای کوتاه هدف از تحقیق، روش تحقیق، یافته‌ها و نتیجه‌گیری را به طور اختصار بیان نماید (حداقل ۱۵۰ کلمه و حداکثر ۲۵۰ کلمه). این نکته برای چکیده‌ی مقاله به زبان انگلیسی نیز صادق است. در پایان چکیده مقاله، کلیدواژه باید شامل تعدادی کلمات کلیدی (حداقل ۳ و حداکثر ۵ کلمه)، در چکیده‌ی فارسی به زبان فارسی و در چکیده‌ی انگلیسی به زبان انگلیسی، باشد.

● **مقدمه:** مقدمه باید ضمن بیان هدف و مسأله‌ی مورد تحقیق، حاوی خلاصه‌ای از مطالعات و مشاهدات مرتبط با تحقیق مورد نظر (داخلی و خارجی) در چند سال اخیر همراه با یادآوری منابع آن‌ها باشد. لازم به یادآوری است که نباید در این قسمت داده‌ها و یا نتیجه‌گیری کار گزارش شود.

● **روش برر سی:** به نحوی باید نوشته شود که هر خواننده‌ای بتواند با استفاده از آن، تجربه‌ی نویسنده مقاله را تکرار نماید و

مثال:

Etzkowitz, H. and Leydesdorff, L. "Universities in the Global Economy: A triple Helix of university-industry-government relations, Cassell Academic, London, 1997.

آوردن اسامی تمامی نویسندگان کتابها یا مقالات الزامی است.

۹. شماره‌گذاری بخش‌ها: تمامی بخش‌های مقاله، به غیر از بخش‌های ستاره خورده بالا به صورت نمونه شماره‌گذاری شود.

۲. مبانی نظری مرتبط با کیفیت در آموزش عالی

۱،۲ جایگاه و نقش آموزش عالی در نظام نوآوری ملی

۱،۱،۲ سیر تکاملی الگوهای نوآوری

▪ نگاره‌ها، نمودارها و جدول‌ها: نسخه‌ی اصلی نگاره‌ها، نمودارها و جدول‌ها هر کدام در صفحات جداگانه و در کاغذ A4 (حتی‌الامکان

گلاسه) از سال گردد. آوردن شماره‌ی هر کدام، نام نویسنده‌ی اول و جهت درج تصویر، در پشت هر صفحه ضروری است. لازم است تعداد نگاره‌ها، نمودارها و جدول‌ها با حجم کلی مقاله متناسب باشد و عکس‌ها به صورت سیاه و سفید تهیه شده باشند.

۱۱. زیرنویس شکل‌ها و نمودارها: در این بخش زیرنویس شکل‌ها و نمودارها در صفحه‌ای جداگانه با آوردن شماره‌ی آنها به دقت شرح داده می‌شود. لازم است اختصارات موجود در نگاره‌ها در زیرنویس فارسی توضیح داده شود.

۱۲. ارسال مقاله: نویسنده‌ی مسئول باید یک نسخه از مقاله کامل را، به آدرس دفتر مجله و یا به صورت فایل ضمیمه با پست الکترونیکی به آدرس پست الکترونیکی مجله ارسال نماید.

معرفی جمعیت ایرانی پیشبرد ارتباط صنعت و دانشگاه

اهداف

- جمعیت ایرانی پیشبرد ارتباط صنعت و دانشگاه در سال ۱۳۸۳ با اهداف زیر تشکیل شد:
- کمک به پیشبرد برنامه‌های توسعه صنعتی کشور از طریق ارتباط دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی با صنعت.
 - حمایت از گسترش فعالیت‌های تحقیق و توسعه صنعتی در بخش‌های دولتی و خصوصی.
 - مشارکت در برنامه‌های توسعه ملی از طریق بازنگری مسائل، طرح موانع و ارائه راهبردها و راهکارها

وظایف

- ایجاد و تقویت زمینه‌های همکاری بین مراکز علمی تحقیقاتی و صنایع کشور
- ارائه خدمات آموزشی، پژوهشی، علمی و مشاوره‌ای به بخش‌های مختلف صنعتی
- تشکیل هسته‌های تخصصی برای بررسی نیازهای صنایع مسئله‌یابی و تلاش در جهت رفع آنها با کمک دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی
- اجرای بازدیدهای علمی و صنعتی در جهت همکاری‌های متقابل
- برگزاری همایش‌های علمی از جمله کنگره سراسری همکاری‌های دولت، دانشگاه و صنعت برای توسعه ملی
- تلاش در جهت انطباق برنامه‌های آموزشی دانشگاه‌ها با نیازهای واقعی صنعت
- تلاش در جهت ایجاد تسهیلات کارآموزی دانشجویان و کارورزی دانش‌آموختگان در بخش‌های اقتصادی و صنعتی و فرصت‌های مطالعاتی اعضای هیأت علمی دانشگاه‌ها در صنایع
- تلاش در جهت ایجاد زمینه‌های مناسب جذب دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها در صنایع
- همکاری مؤثر با دیگر حلقه‌های واسط بین دانشگاه و صنعت نظیر شهرک‌های علمی تحقیقاتی، مراکز رشد فناوری، واحدهای تحقیق و توسعه، صندوق‌های مالی توسعه فناوری و مراکز تجاری‌سازی فناوری
- همکاری با نهادهای سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و اجرایی کشور در جهت حمایت‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی آنها از جمعیت و برنامه‌های توسعه ارتباط دانشگاه و صنعت
- حمایت از انتخاب و اجرای پایان‌نامه‌های دوره‌های تحصیلات تکمیلی در جهت مسائل و مشکلات مبتلا به صنعت
- ایجاد ارتباط مؤثر با انجمن‌ها، تشکلهای و سازمان‌های ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی مشابه
- انجام مطالعات امکان‌سنجی در اجرای پروژه‌های مشترک در حوزه‌های مرتبط با فعالیت‌های جمعیت از جنبه‌های گوناگون اقتصادی، اجتماعی، علمی و فرهنگی
- انتشار فصلنامه و خبرنامه و اشاعه اطلاعات مرتبط در حوزه‌های علمی تحقیقاتی و صنعتی و به ویژه عرضه و تقاضای فناوری

برنامه‌ها

جمعیت به‌منظور تحقق اهداف خود، برنامه‌های زیر را در اولویت فعالیت‌هایش قرار داده است:

- ترویج و توسعه فرهنگ پژوهش و فرهنگ صنعتی در کشور
- افزایش کارایی تحقیقات و وارد کردن نتایج تحقیقات در چرخه برنامه‌های تولیدی و صنعتی کشور
- کمک به ایجاد فضایی مناسب برای بروز ابتکارات، نوآوری و پیشرفت فناوری از طریق تقویت علائق بین دولت، دانشگاه و صنعت و تأمین آن به جامعه‌ی تجاری و عامه مردم
- سازگارسازی آموزش‌ها و پژوهش‌های دانشگاهی با نیازهای صنعت ملی و نیز همگامی با برنامه‌ها و سیاست‌های توسعه صنعتی کشور
- آشنا سازی صنعت و دانشگاه با نیازها و توانایی‌های یکدیگر و ایجاد فضای مناسب گفت و شنود و تبادل نظر بین متخصصین صنعت و دانشگاه در جهت رفع موانع و تنگناها موجود

کمیته‌های اجرایی جمعیت

- کمیته مالی و پشتیبانی
- کمیته عضویت و اطلاع‌رسانی
- کمیته آموزش و پژوهش
- کمیته ارتباط با دانشگاه
- کمیته ارتباط با صنعت
- کمیته ارتباط با دولت و مجلس

از کلیه اندیشمندان، اساتید دانشگاه، پژوهشگران، کارشناسان، دانشجویان و نهادهای دولتی و خصوصی دعوت می‌شود با عضویت در جمعیت، ما را در تحقق اهداف والای آن یاری نمایند.

نشانی دبیرخانه:

تهران - خیابان حافظ - دانشگاه صنعتی امیرکبیر - ساختمان ابوریحان - طبقه ششم - اتاق ۶۱۲.

تلفن: ۰۲۱-۶۶۴۸۵۸۵۶ ، تلفکس: ۰۲۱-۶۶۴۹۵۴۳۳

برگه اشتراک



هزینه اشتراک:

هزینه اشتراک یکساله:	پست عادی: ۱۲,۰۰۰ تومان	پست پیشتاز: ۱۶,۰۰۰ تومان
هزینه اشتراک دوساله:	پست عادی: ۲۰,۰۰۰ تومان	پست پیشتاز: ۲۸,۰۰۰ تومان

اطلاعات متقاضی:

● عضویت حقیقی:	نام و نام خانوادگی:
رشته و مقطع تحصیلی:	سمت:
نام محل تحصیل:	نام محل تحصیل:
● عضویت حقوقی:	نام شرکت / سازمان:
نام متقاضی:	سمت:
تعداد نسخه درخواستی از هر شماره:	
نسخه شروع اشتراک از شماره:	
<input type="checkbox"/> اشتراک جدید	<input type="checkbox"/> تمدید اشتراک
(شماره اشتراک قبلی: ..)	

نشانی:

آدرس:		
استان:	شهر:	کدپستی:
تلفن:	همراه:	پست الکترونیک:

از علاقه‌مندان به اشتراک فصلنامه‌ی «صنعت و دانشگاه» درخواست می‌نماییم برگ اشتراک را به دقت و با خط خوانا تکمیل نموده و وجه اشتراک را براساس تعرفه، به حساب جاری شماره ۵۶۷۶۲۴۱۸ نزد بانک تجارت، شعبه کارگر شمالی، به نام جمعیت ایرانی پیشبرد ارتباط صنعت و دانشگاه واریز کرده و اصل فیش بانکی و فرم اشتراک را به یکی از دو شیوه‌ی زیر برای ما ارسال نمایند.

۱. از طریق دورنگار با شماره ۶۶۴۹۵۴۳۳-۰۲۱

۲. از طریق پست به آدرس: تهران، دانشگاه صنعتی امیرکبیر، ساختمان ابوریحان، طبقه ششم، اتاق ۶۱۲

- اعضای جمعیت از ۲۰ درصد تخفیف برخوردار می‌شوند.
- خواهشمند است، مشترکان محترم در صورت تغییر نشانی، امور مشترکین را مطلع فرمایند.
- باتوجه به اینکه تنها عدم وصول مجلاتی که به صورت پیشتاز ارسال می‌شوند قابل پیگیری است لذا توصیه می‌شود از خدمات پست پیشتاز استفاده شود.

فرم سفارش آگهی

گرامی ارجمند

احتراماً به استحضار می‌رساند مجله علمی - ترویجی «صنعت و دانشگاه» توسط جمعیت ایرانی پیشبرد ارتباط صنعت و دانشگاه بصورت فصلنامه و با تیراژ یک هزار نسخه انتشار می‌یابد.

انتظار می‌رود با سفارش چاپ آگهی ضمن معرفی توانمندی‌های آن سازمان به خبرگان صنعت، نخبگان، دانشگاه‌ها و نیز مدیران اجرائی باعث پیشبرد اهداف این جمعیت گردد.

سمت:

شرکت:

نام سفارش دهنده:

شماره تماس:

نشانی کامل:

ضمن قبول شرایط مندرج در این فرم تقاضای قرار گرفتن در نوبت آگهی به شرح ذیل می‌باشم:

نوع سفارش	تعرفه چاپ سیاه و سفید	تعرفه چاپ رنگی	ابعاد
	-	همت عالی	پشت جلد
	-	۲۵۰۰۰۰	داخل جلد
	۱۰۰۰۰۰۰	۱۵۰۰۰۰۰	یک صفحه کامل
	۵۰۰۰۰۰	۱۰۰۰۰۰۰	نیم صفحه
	۲۵۰۰۰۰	۵۰۰۰۰۰	یک چهارم صفحه
	۱۰۰۰۰۰	-	کادر راهنما ۶×۴ (حداقل برای سه ماه)

دفعات چاپ:

شماره درخواستی:

شرایط:

- طرح آگهی بر عهده سفارش دهنده می‌باشد و می‌بایست همراه فرم ارسال گردد.
- ۲۰٪ تخفیف برای شرکت‌های حقوقی عضو جمعیت.
- ۱۰٪ تخفیف برای ۴ شماره چاپ متوالی.
- ۲۰٪ تخفیف برای ۸ شماره چاپ متوالی.
- جهت تخصیص کادر سفارش حداقل چهار شماره متوالی لازم می‌باشد.

لطفاً جهت هماهنگی بیشتر و رزرو با شماره تلفن ۶۶۴۸۵۸۵۶ تماس حاصل فرمایید و پس از تکمیل فرم آنرا به شماره ۶۶۴۹۵۴۳۳ فاکس نمایید.

مهر و امضاء



«فرم درخواست عضویت حقوقی»

لطفاً در این قسمت چیزی ننویسید

شماره عضویت:

«جمعیت ایرانی پیشبرد ارتباط صنعت و دانشگاهی» در ادامه یک دهه فعالیت‌های کمیته دائمی «کنگره سراسری همکاری‌های دولت، دانشگاه و صنعت برای توسعه ملی» و به منظور ارتقاء سطح همکاری‌های فی مابین صنعت و دانشگاه در سال ۱۳۸۳ تأسیس شده است.

۱- مشخصات مؤسسه:

نام دانشگاه/ شرکت/ سازمان: تعداد کارکنان:
نوع فعالیت: سال تأسیس:
نشانی:
تلفن ثابت: دورنگار:
پست الکترونیکی: وب سایت:

۲- مشخصات رییس/مدیر:

نام خانوادگی: نام:
آخرین مدرک تحصیلی: دانشگاه: کشور:
رشته تحصیلی: تاریخ فارغ التحصیلی: سابقه کار:

۳- مشخصات فرد رابط مؤسسه با جمعیت:

نام خانوادگی: نام: سمت:
تلفن ثابت: تلفن همراه: پست الکترونیکی:
نشانی:

۴- حق عضویت:

حق عضویت سالانه برای عضویت حقوقی حداقل ده میلیون ریال می‌باشد. مؤسسات دارای امکانات مالی مناسب می‌توانند مبلغ بیشتری جهت توسعه جمعیت پرداخت نمایند شماره حساب: ۲۶۶۱۱۱۴۴۴ بانک تجارت، شعبه امیراکرم، بانه دانشگاه امیرکبیر و شماره کارت مجازی ۵۸۵۹۸۳۷۰۰۱۵۴۸۴۵
مبلغ پیشنهادی:
*مؤسسات می‌توانند با تکمیل این فرم و پرداخت حق عضویت، درخواست عضویت حقوقی خود را اعلام نمایند.

مضاء و مهر مدیر مؤسسه:

تاریخ:

نشانی دبیرخانه: تهران- خیابان حافظ- دانشگاه صنعتی امیرکبیر- ساختمان ابوریحان- طبقه ششم- اتاق ۶۱۲. تلفن: ۶۶۴۸۵۸۵۶ - ۰۲۱، تلفکس: ۶۶۴۹۵۴۳۳ - ۰۲۱

An Analysis of the Effectiveness of National Measures Taken in the Field of University-Industry Cooperation; Identify, Prioritize and Provide Solutions for Excellence

Mahdi Majidpour, Seyed Maseood Ghoreishi, Babak Negahdari, Morteza Mousakhani

mmajidpour@aut.ac.ir
b-negahdari@sina.tums.ac.ir

smgh@aut.ac.ir
mousakhani@srbiau.ac.ir

Abstract

In the upstream documents of the country, the issue of responding to scientific and research centers to the demand of industries and organizations has been emphasized; Therefore, the cooperation between the university and industry has become very important. Numerous national measures have been taken in cooperation with the university and industry, which need to be evaluated. Two main goals are pursued; One is to discover the extent to which the goals and functions of the actions taken in the field of university-industry relations have been achieved, and the other is to provide executive solutions to improve the current path and move towards the excellence of university-industry cooperation. In this research, using methods such as library studies, interviews with experts and the focus group, first the measures taken in the field of cooperation between the university and the statistics industry and then by surveying experts, the effectiveness of each measure in terms of each criterion and The rate of fulfillment of each criterion was calculated in terms of measures taken and analyzed using statistical mean method. It can be said that none of the measures that have been taken so far in the field of industry-university relationship have had the desired efficiency and also the efficiency criteria have not been met to an acceptable level in most of the executive measures. At the end, several proposals were presented, including the establishment of the executive headquarters of university-industry cooperation and the privatization of offices related to industry and university entrepreneurship.

Key words: University-industry Cooperation, Science and Technology, Commercialization, Science and Technology Policy, Research and Development.

Social Formulation of Value System for Women Social Entrepreneurs

Mona Emami, Talieh Khademian, Mostafa Karbasioun, Abazar Ashtari Mehrjerdi

Monaemami53@gmail.com
Mostafa.karbasioun@gmail.com

sonia_khademian@yahoo.com
ashtari80@gmail.com

Abstract

Social entrepreneurship is an interdisciplinary concept that has been proposed in the fields of management, economics, psychology, and sociology. It can be an appropriate solution to solve social problems and an impetus for social changes and economic development. Despite the significant research conducted in the field of women's social entrepreneurship, the need was observed to conduct a research in the field of social entrepreneurship literature. Therefore, in this article, we are looking for a social formulation from a framework called the value system of women social entrepreneurs. The method used is content analysis, and the most important results obtained express that the internalized values of ethics of care, benevolence, equality, and self-reliance form part of the prosocial identity of women social entrepreneurs and their organizational/interpersonal relationships. These values create the value system of female social entrepreneurs in the face of the socio-cultural background of the outer space.

Key words: Digital currencies, e-commerce model, intercompany business, data theory.

Presenting a Model Regarding University Entrepreneurship and Communication and University

Said Mozafari, Mahmood Abolghsemi, Gholamreza Sharifirad

Mozafari.sd@gmail.com

Mabolghsemi60@gmail.com

Dr.sharifirad@gmail.com

Abstract

This article was done with the aim of providing a model for the development of entrepreneurship in the university and more communication between the industry and the university. In terms of purpose, this research is applied-development and its method is mixed (qualitative-quantitative). In this research, in the qualitative part, it is based on an interpretive paradigm and a foundational data method (grand theory). Among the different approaches of theorizing the foundation, the systematic approach of Strauss and Corbin was used based on the needs and research process. In the coding steps section, it was done in three steps. Then all these titles were listed in a table. In the quantitative part, 384 questionnaires were randomly distributed among the statistical sample. To determine the validity of the questionnaire in the qualitative part of the review technique of the researcher members, the version of the codes and the research model was provided to a number of professors, and the reliability of the questionnaire using Cronbach's alpha method was 0.70 . Obtained. The results were surveyed on the factors and indicators related to the development of entrepreneurship in the university. For this purpose, structural equation method and SPSS and Smart PLS software were used to check the fit of the research model with the collected data. The main findings of the research are: managerial factors, facilities and human resources as causal conditions, infrastructural, environmental, motivational and informational factors as background conditions, investment, cultural and support factors as intervening conditions, competitive factors of laws Support, training and reward and promotion were considered as solutions and strategies, and skill factors, production style and knowledge, technology and innovation were considered as consequences.

Key words: Entrepreneurship, University, Development, Human resources, Management.

Achievements and Challenges of Women Empowerment in knowledge-based Companies

Leila Falahati
Falahati@iscs.ac.ir

Abstract

The present research was conducted with the aim of investigating the achievements and challenges of women's empowerment in knowledge-based companies. In this research, the opportunities and challenges of graduates women in knowledge-based companies were discussed based on the analysis of twenty interviews with women's board members or directors in this field. Concerning to obtain relative superiority in order to design questions and categorize the content of documents and interviews, empirical literature related to the research was reviewed. Result revealed that three major factors have motivated them to start their own business including: the desire to balance work and life, the desire to earn more money, and the desire to develop business skills. In the field of agency and factors affecting women's entrepreneurship in the knowledge-based environment, entrepreneurial characteristics and behaviors such as results achievement, risk-taking, and self-confidence have been measured. From organizational and environmental aspects, organizational capacities including trust, access to resources and information, networking skills, ability to generate resources, financial knowledge, technology skills and having role models were influential. In terms of challenges, there are Individual factors (lack of courage, high emotions, low level of specialized and technical knowledge related to work and slowness of women), Socio-cultural factors (discrimination, common gender stereotypes, religious norms and beliefs and lack of knowledge and proper socialization) and Economic factors (discrimination in hiring and payment of wages, negative attitude of customers and financial institutions and prejudices) were addressed as obstacles to the effective participation of women in knowledge-based companies.

Key words: Women, Empowerment, Economic Participation, Knowledge-based Companies, Opportunities, Challenges.

Identifying Elements Related to the Evaluation of Public Policies in Iran's Tourism Industry

Identifying Elements of Tourism Policy Evaluation in Iran

Mohammad Hamed Dehghanpour, Abolhasan Faghihi, Mojtaba Kiyaei
Mh.dehghanpour@gmail.com Faghihiabolhassan@gmail.com Mjtkiaei@gmail.com

Abstract

Policy evaluation is the guarantor of their control, direction and perfection. But in the field of tourism industry, less attention has been paid to this important matter. The current research, with the aim of identifying the main elements related to the evaluation of tourism policies in Iran, is a step to partially cover this knowledge gap. To answer this main research question: What are the basic elements (dimensions, categories and concepts) to evaluate the general policies of tourism in Iran? The method of conducting this research is mixed (qualitative and quantitative). The research data included documents, texts related to the subject, the results of interviews with seven experts and the answers to the questionnaires of 21 experts who were selected by purposive sampling. Qualitative data was obtained from the review of related documents and literature, interview tool and Delphi method. In the initial stage, 18 categories and 59 basic concepts related to the evaluation model of public policies in Iranian tourism were identified and extracted and related to these 5 comprehensive dimensions of tourism policy evaluation: Diagnosing the problem, formulating the policy, legitimizing the policy, implementing the policy, evaluating the policy. For validation, the factors extracted during three rounds of the Delphi method were given to 21 experts. Based on the findings of the research, a total of 44 basic concepts related to the following 14 categories were identified for the evaluation model of tourism policies in Iran: Addressing the central issue, Having a comprehensive approach, Concern for experts, Rationality of the policy, Policy dynamics, Policy coherence, Legality, General admission, Efficiency, Executive commitment, Having the necessary tools, Continuity of assessment, Having appropriate evaluation indicators and Attention to the positive results of the policy.

Key words: Public policy, Policy evaluation, Tourism, Delphi method.

Identification and Analysis of the Requirements for the Use of Sustainable Development frameWorks in the Infrastructure Projects of the Intercity Transport Sector (Case Study: Projects of the Transport Sector of the Khorasan Razavi General Road and Urbanization Department)

Ebrahim Alamatian, Fatemeh Kashizadeh sharbaf, Mohamad Mehdi Rashidian
Mohamadreza Shakiba, Ehsan Fereshtepour

E.alamatian@yahoo.com

Fkashizadehs@gmail.com

Peygiri@khrud.ir

M.r.shakiba@mail.um.ac.ir

Ehsan11010@gmail.com

Abstract

Today, issues such as population growth and climate change have greatly affected societies in the optimal use of natural resources while maintaining and improving the quality of life. Meanwhile, infrastructures are at the heart of this challenge. In such conditions, building infrastructure facilities and improving the quality of existing infrastructures is a critical issue, and Iran is not exempt from these conditions. In this regard, it is necessary to find ways to minimize the negative effects of development on the environment and affected communities. Sustainability rating and evaluation systems can play an important role in moving towards sustainability. Therefore, the current research aims to respond to the need to extend the life span and improve the performance quality of the infrastructure in Iran, and has sought to evaluate the infrastructure of the inter-city transportation sector from the perspective of sustainability. The evaluation is based on the Envision evaluation system for the projects of the Khorasan Razavi Department of Roads and Urban Development. The collected data were analyzed using SPSS. According to the results, 5 indicators of quality of life, project management, resource allocation, natural environment and climate and resilience are important. The analysis of the obtained data showed that among the 14 sub-indicators of the evaluation system, for the projects of the General Administration of Roads and Urbanization of Khorasan Razavi, the sub-indicators of economy and society have the most impact and the sub-indicator of pollutants have the least impact. Finally, the criteria of each of these sub-indices were prioritized.

Key words: Sustainable Development, Sustainability Assessment System, Sustainable Transportation, Envision.

Secure Computing on the Internet of Everything

Seyed Omid Azarkasb, Seyed Hossein Khasteh

Azarkasb@ymail.com

Khasteh@kntu.ac.ir

Abstract

With the advancement of technology and the remarkable growth of the Internet of Things (IoT), the need for secure computing in this domain has increased. The Internet of Everything enables the connection and communication among objects, data, processes, and individuals, including systems, smart devices, industrial systems, and many others. With the immense number of connected objects, information security, and privacy have become significant challenges in IoT computing. This article explores the concept of secure computing in the Internet of Everything. It investigates the impact of the Internet of Things on the concept of security and its related needs. Furthermore, the methods and technologies used to establish secure computing in the Internet of Everything are discussed, including topics such as data encryption, identification and authentication, access management, privacy protection, and threat detection. Additionally, the challenges and drawbacks of secure computing in the Internet of Everything are examined, addressing issues such as the complexity of the connected environment, dynamic security threats, the need for standards and security-related concerns, and the influence of technological changes on secure computing. Finally, solutions and recommendations are provided to enhance secure computing in the Internet of Everything, including the use of strong encryption, centralized access management, user education and awareness, and advanced threat detection and monitoring systems. This article aims to provide a better understanding of secure computing in the Internet of Everything and to develop suitable security solutions for this domain.

Key words: Internet of Everything Secure Computing Information Security Privacy Connected Objects Challenges of Secure Computing.

The Effect of Lifestyle and Social Capital on Life Satisfaction Among the Elderly (Case of Study: The Elderly of District 6 of Tehran in 1400)

Sayyed Atollah Sinaee, Mahnaz Malili, Fateme Kamalkhani
Sinaee_sa@yahoo.com Mahnazjalili@alumni.ut.ac.ir

Abstract

Old age is one of the periods in the life of every person who has passed through the process of childhood, adolescence and youth and has stepped into another stage of life. The present study was conducted with the aim of investigating the effect of lifestyle and social capital on life satisfaction among the elderly. This research is a survey in terms of method, in terms of nature and purpose; It is descriptive-applied and the statistical population of the research includes all the elderly people of the 6th district of Tehran, who were selected by random sampling and based on Cochran's formula in an unknown population of 384 people. The data collection tool of this research is a researcher-made questionnaire. The validity of the research tool was evaluated by face validity and reliability by Cronbach's alpha. Data analysis was done with multivariate regression and SPSS software. The results of the hypothesis test show that social capital has a positive effect on life satisfaction among the elderly. Social trust has a positive effect on life satisfaction among the elderly. Social participation has a positive effect on life satisfaction among the elderly. Social cohesion has a positive effect on life satisfaction among the elderly. Lifestyle has a positive effect on life satisfaction among the elderly.

Key words: Life Satisfaction, lifestyle, Social Capital, Social Trust.

Explaining the Moral Atmosphere of Academic Activists with Emphasis on Giddens' theory of Construction

Ehsan Rahmanikhalili
Ehsan5171@gmail.com

Abstract

The moral atmosphere of the university in institutions and organizations originates from two important sources, which include the agents of organizations and organizational construction. Giddens believes that structures are created both by the hands of human actors and are the means by which such action takes place. Structures are created by humans. But they also limit and make human action possible. In this article, with the theoretical approach of Giddens, the explanation of the attitude of students in creating an academic moral environment was discussed, and to what extent the evaluation of the structure of the university and academic agents in explaining the attitude of students to create Moral atmosphere is effective.

The present research is of explanatory type and in terms of method, it is considered as a survey research. The statistical population of the present study includes students of Islamic Azad University, Central Tehran Branch in 2019. The data collection tool in this research is a researcher-made questionnaire which after examining its validity and reliability by combining cluster sampling and disproportionate classification and determining the sample size using Cochran's formula, was administered to 381 B.S, M.A and M.S students are implemented.

Findings indicate that the variable of evaluation of the university structure directly affects the creation of ethical atmosphere and evaluation of academic actors indirectly affects the creation of academic ethical atmosphere among students through the evaluation of the structure of the university.

Key words: Ethical atmosphere, Academic activists, Giddens construction, Islamic Azad University, Central Tehran Branch.

**Path Analysis from Brand Experience to Verbal Communication:
Examining the Role of Consumer Online Social Interactions
(Case of: Vitex Brand Customers)**

Nastaran Dabbaghzadeh Shirazi, Omid Behboodi

Nastarann1366sh@gmail.com

Drbehboodi@attar.ac.ir

Abstract

The major role of the media in shaping public opinion has led to the great importance of the media. In other words, due to the increase in interactions that people have with each other in various ways, including through the online social network, these interactions cause people to be culturally and socially close to each other, and consequently these commonalities create interests and choices. Become subscribers; therefore it can be important to examine the impact of these interactions on customers' perceptions of trust in the brand in question. This research is applied in terms of purpose and in terms of method is among the descriptive-survey research. The research community is Vitex brand customers located in Mashhad. The sampling of this research is using Morgan table and 384 customers that the data were collected through the questionnaire of Parmita et al. (2021). In order to analyze the data, structural equation modeling was done with pls software. The results showed that the brand experience has a great effect on the social interactions of Vitex brand consumers. Also, the general trend towards online social interaction has had a positive and significant effect on social interaction. General tendency towards online social interaction moderates the effect of brand experience on social interaction, and finally, consumers' social interactions did not have a significant effect on their Verbal communication.

Key words: Word of mouth, Brand experience; General tendency to online social interaction; Social interaction; Verbal communication.

The Universities' Approach Regarding the Stigma of Students' Mental Illness

Amene Sedighian
Sedighian@iscs.ac.ir

Abstract

Among the most critical problems in students' community is stigma against mental diseases; this issue will probably cause refusing treatments and more isolation. It threatens the relationships between students and community as a whole. Negative consequences like violence, depression, suicide, harm-related behaviors and so on are related to this social problem. This study has tried to collect and analyze the mechanisms and models used by the world's leading universities by examining their programs. This descriptive-analytical study examines pre-existing documents with a content-analytical method. This practical study focuses on existing documents; these documents are published in the form of texts in websites of universities. The statistical population is all the programs and strategies that have been used in universities in the United States, Canada, the United Kingdom and Australia in relation to the prevention and proper treatment of the stigma of mental health disorders. Based on this, about 127 related ideas were found and after refining them, 53 programs were finally selected. Findings showed that the main variables in the prevention and treatment of stigma of mental health disorders are awareness, behavior change, support network, student participation, mental health diagnosis solutions and software.

Key words: Mental health, Stigma, Depression, University, Prevention.

A New Approach to IoT-Based Disease Diagnosis Using Genetic Algorithms and Various Classifiers

Seyed Ebrahim Dashti, Maryam Nikpor, Mahdi Nikpor, Mahbobeh Johari

sayed.dashty@gmail.com
nikpor.mahdi@gmail.com

nikpor.maryam@yahoo.com
mahbobeh.johari@gmail.com

Abstract

Medical information technology and health services are related to the national welfare and livelihood of the people. The integration of cloud computing and the Internet of Things will be a major breakthrough in modern medical applications. This study focuses on the chronic disease of diabetes, which is one of the leading causes of death worldwide. This research has applied medical information technology in the field of IoT, especially in the field of medical monitoring and management applications. A model architecture for remote monitoring and management of the health information cloud platform is proposed and analyzed, and then an algorithm based on genetic algorithm and hybrid classification for the diagnosis of diabetes is proposed for medical monitoring. The results show that the proposed method has a higher performance than the basic methods and has reached an accuracy of 94%.

Key words: Smart health, Machine learning, Internet of Things (IoT), Ensemble learning, Diabetes.

Contents

<ul style="list-style-type: none"> • An Analysis of the Effectiveness of National Measures Taken in the Field of University-Industry Cooperation; Identify, Prioritize and Provide Solutions for Excellence Mahdi Majidpour, Seyed Maseood Ghoreishi, Babak Negahdari, Morteza Mousakhani 	1
<ul style="list-style-type: none"> • Social Formulation of Value System for Women Social Entrepreneurs Mona Emami, Talieh Khademian, Mostafa Karbasioun, Abazar Ashtari Mehrjerdi 	15
<ul style="list-style-type: none"> • Presenting a Model Regarding University Entrepreneurship and Communication and University Said Mozafari, Mahmood Abolghsemi, Gholamreza Sharifirad 	39
<ul style="list-style-type: none"> • Achievements and Challenges of Women Empowerment in knowledge-based Companies Leila Falahati 	51
<ul style="list-style-type: none"> • Identifying Elements Related to the Evaluation of Public Policies in Iran's Tourism Industry Identifying Elements of Tourism Policy Evaluation in Iran Mohammad Hamed Dehghanpour, Abolhasan Faghihi, Mojtaba Kiyaei 	67
<ul style="list-style-type: none"> • Identification and Analysis of the Requirements for the Use of Sustainable Development frameWorks in the Infrastructure Projects of the Intercity Transport Sector (Case Study: Projects of the Transport Sector of the Khorasan Razavi General Road and Urbanization Department) Ebrahim Alamatian, Fatemeh Kashizadeh sharbaf, Mohamad Mehdi Rashidian, Mohamadreza Shakiba, Ehsan Fereshtepour 	83
<ul style="list-style-type: none"> • Secure Computing on the Internet of Everything Seyed Omid Azarkasb, Seyed Hossein Khasteh 	95
<ul style="list-style-type: none"> • The Effect of Lifestyle and Social Capital on Life Satisfaction Among the Elderly (Case of Study: The Elderly of District 6 of Tehran in 1400) Sayyed Atollah Sinaee, Mahnaz Malili, Fateme Kamalkhani 	109
<ul style="list-style-type: none"> • Explaining the Moral Atmosphere of Academic Activists with Emphasis on Giddens' theory of Construction Ehsan Rahmanikhalili 	125
<ul style="list-style-type: none"> • Path Analysis from Brand Experience to Verbal Communication: Examining the Role of Consumer Online Social Interactions (Case of: Vitex Brand Customers) Nastaran Dabbaghzadeh Shirazi, Omid Behboodi 	139
<ul style="list-style-type: none"> • The Universities' Approach Regarding the Stigma of Students' Mental Illness Amene Sedighian 	151
<ul style="list-style-type: none"> • A New Approach to IoT-Based Disease Diagnosis Using Genetic Algorithms and Various Classifiers Seyed Ebrahim Dashti, Maryam Nikpor, Mahdi Nikpor, Mahbobe 	169