

## Phenomenography of organizational stars in Amirkabir University of Technology

Mahdi. Alizadeh<sup>1\*</sup>, Behrouz. Dori<sup>2</sup>, Hadi. Firouzgah<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Associate Professor, Department of Human Resource Management, Faculty of Organizational Resource Management, Amin University, Tehran, Iran

<sup>2</sup> Professor, Department of Industrial Management, Faculty of Management, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran

<sup>3</sup> MSc. Department of Human Resource Management, Faculty of Management, Danesh Albourz University, Qazvin, Iran

\* Corresponding author email address: Alizadehmehdi598@gmail.com

### Article Info

#### Article type:

Original Research

#### How to cite this article:

Alizadeh, M., Dori, B., & Firouzgah, H. (2024). Phenomenography of organizational stars in Amirkabir University of Technology. *Quarterly Journal of Research and Planning in Higher Education*, 30(2), 73-90.



© 2024 the authors. Published by Institute for Research and Planning in Higher Education (IRPHE), Tehran, Iran. This is an open access article under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) License.

### ABSTRACT

Star employees are people with the ability to create high credibility, are irreplaceable and enhance organizational value. As the key assets of the organization, stars play a central role in gaining competitive advantage. They are extraordinary human resources whose performance is visible inside and outside the organization and have high social capital. Considering the diversity and changeability of the concept of organizational star, this research seeks to understand the interpretation and meanings of this phenomenon in Amirkabir university of technology through the phenomenography strategy. In this research, the philosophy of interpretive research, the inductive research approach, the phenomenography research strategy, and the data collection method are semi-structured interviews. For this purpose, maximum diversity sampling was done from the research community that included the professors of AmirKabir University of Technology, and in this way, 20 professors from different faculties, scientific groups, scientific ranks, genders and specialties, were interviewed. Research data analysis was done by Dahlgren and Fallsberg method. The results of the research show that there are seven ways to experience the stardom of a professor in the university, which include: being a brand, being a researcher, being an industrialist, being a technologist, being scientific, being a coach and having grit. In addition, the descriptive classes are placed in four levels of personal capacity, educational, research and boundary-breaking authority, professional and technological authority and scientific index, which is a sign of their structural and hierarchical difference in addition to the difference in their meanings.

**Keywords:** Organizational stars, personal capacity, authority, boundary breaking and phenomenography.



## پدیدارنگاری ستاره سازمانی در دانشگاه صنعتی امیرکبیر

مهدی علی زاده<sup>۱\*</sup>، بهروز دری<sup>۲</sup>، هادی فیروزگاہ<sup>۳</sup>

۱. دانشیار، گروه مدیریت منابع انسانی، دانشکده مدیریت منابع سازمانی، دانشگاه امین، تهران، ایران

۲. استاد، گروه مدیریت صنعتی، دانشکده مدیریت، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

۳. کارشناسی ارشد، مدیریت منابع انسانی، دانشکده مدیریت، دانشگاه دانش البرز، البرز، ایران

\*ایمیل نویسنده مسئول: Alizadehmehdi598@gmail.com

### اطلاعات مقاله

### چکیده

### نوع مقاله

پژوهشی اصیل

### نحوه استناد به این مقاله:

علی زاده، مهدی، دری، بهروز، و فیروز گاه، هادی. (۱۴۰۳). پدیدارنگاری ستاره سازمانی در دانشگاه صنعتی امیرکبیر. *فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی*, ۳۰(۲), ۹۰-۷۳.

کارکنان ستاره، افرادی با قابلیت خلق اعتبار بالا، غیرقابل جایگزین و ارتقادهنده ارزش سازمانی هستند. ستارگان به عنوان سرمایه‌های کلیدی سازمان، در کسب مزیت رقابتی نقش محوری را ایفا می‌کنند. آن‌ها به عنوان منابع انسانی خارق العاده هستند که عملکرد شان در داخل و خارج سازمان قابل رویت بوده و سرمایه اجتماعی بالایی دارند. با توجه به تنوع و تغییر پذیری مفهوم ستاره سازمانی، این پژوهش از طریق استراتژی پدیدارنگاری بدنبال درک تفسیر و معانی این پدیده در دانشگاه صنعتی امیر کبیر می‌باشد. در این پژوهش، فلسفه پژوهش تفسیری، رویکرد پژوهش استقرایی، راهبرد پژوهش پدیدارنگاری انتخاب شده و روش گردآوری داده‌ها، مصاحبه نیمه ساختاریافته است. جامعه مشارکت‌کنندگان تحقیق اساتید دانشگاه صنعتی امیرکبیر بودند، با توجه به نوع روش، روش نمونه‌گیری، بیشینه تنوع بوده و از این طریق با ۲۰ نفر از اساتید به گونه‌ای که از دانشکده‌ها، گروه‌های علمی، رتبه‌های علمی، جنسیت‌ها و تخصص‌های مختلف بودند، مصاحبه انجام شد. تحلیل داده‌های تحقیق به روش دالگرن و فالسبرگ انجام شد. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد هفت روش تجربه ستاره شدن استاد در دانشگاه وجود دارد که شامل: برند بودن، پژوهشگر بودن، صنعت گر بودن، فناور بودن، علمی بودن، مربی گری و صلابت داشتن، می‌باشد. علاوه بر آن، طبقات توصیفی در چهار سطح ظرفیت شخصی، مرجعیت آموزشی، پژوهشی و مرزشکنی، مرجعیت حرفه‌ای و تکنولوژیکی و شاخص علمی، قرار می‌گیرد که این نشانه تفاوت ساختاری و سلسله مراتبی آن‌ها در کنار تفاوت معانی شان می‌باشد.

**کلیدواژگان:** ستارگان سازمانی، ظرفیت شخصی، مرجعیت، مرزشکنی و پدیدارنگاری.



© ۱۴۰۳ تمامی حقوق انتشار این مقاله متعلق به نویسنده است. انتشار این مقاله به صورت دسترسی آزاد مطابق با گواهی (CC BY 4.0) صورت گرفته است.

## مقدمه

موفقیت و اعتبار یک شرکت منوط به کیفیت سرمایه انسانی آن است، در نتیجه بسیاری از سازمان‌ها سرمایه‌گذاری ویژه‌ای بر روی حفظ کارکنان ستاره خود می‌کنند، کسانی که قابلیت رویت بالایی در بازار کار خارجی را دارند (Kehoe & Tzabbar, 2015). کارکنان ستاره<sup>۱</sup> از منظر وفاداری، وفاداری کمی نسبت به سازمان و وفاداری بیشتری نسبت به حرفه دارند. آن‌ها از منظر عملکردی بسیار با ارزشمندتر از همکاران کم بازده خود هستند. در نتیجه، این گونه کارکنان در زمان مذاکرات استخدامی، نرخ‌های بالاتری را از منظر ارزش اقتصادی درخواست می‌کنند (Morris et al., 2021).

ارزش کلی شرکت توسط بخش کوچکی از کارکنان نخبه تحقق می‌یابد. برای مثال ۸۰ درصد فروش شرکت‌ها اغلب به ۲۰ درصد از کارکنان نسبت داده می‌شود. در حوزه صنایع خدمات حرفه‌ای، بخش عمده‌ای از کسب و کار را به انجام رسانده و دارایی اصلی سازمان را شکل می‌دهند. این کارکنان نسبت به هم‌تایان خود فرصت کاربایی وسیع‌تری داشته باشند (Kang et al., 2018). همچنین اندیشمندان علوم اجتماعی مدت‌هاست که این وضعیت را درک کرده‌اند که داشتن موقعیت مناسب و پرستیژ اجتماعی می‌تواند به افراد و سازمان‌ها در جذب منابع و فرصت‌های پیشرفت کمک می‌کند (Kim & King, 2014).

از منظر آگروال و همکاران (Agrawal et al., 2017) می‌توان تاثیر حضور ستارگان در سازمان را به سه دسته طبقه بندی کرد: اول، ورود ستاره به سازمان با افزایش بهره‌وری در ارتباط است. دوم، افزایش بهره‌وری به دلیل افزایش کیفیت استخدام‌کنندگان بعدی است که بعد از ورود ستارگان به سازمان می‌پیوندند. سوم، حضور ستارگان، بهره‌وری متصدیان فعلی که در حوزه مرتبط با ستارگان کار می‌کنند را افزایش داده و بهره‌وری متصدیان فعلی که در حوزه غیرمرتبط با ستارگان فعالیت می‌کنند را کاهش می‌دهند. تحقیقات زوکر و داربی نشان داد ستارگان تاثیر قابل توجهی بر روی مراحل اولیه سرمایه‌گذاری‌های جدید دارند. با نگاهی به تجاری‌سازی فناوری از دهه ۱۹۸۰ تا ۱۹۹۰، زوکر و داربی نشان دادند که ستارگان تاثیر مستقیم بر روی تعدادی از ویژگی‌های مهم سرمایه‌گذاری همچون: مکان شرکت، زمان عرضه اولیه، مقدار دلار بدست آمده در توسعه محصول خواهند داشت (Fuller & Rothaermel, 2012).

ستاره در ادبیات نظریه به روش‌های مختلف تعریف شده است. برخی از مطالعات به بهره‌وری توجه کرده‌اند، به عنوان جنبه اجتماعی که از ستارگان شناسایی شده است، مطالعات دیگر تمایل دارند ستارگان را به عنوان افرادی معرفی کنند که صاحب ویژگی‌های مشخصی هستند. کال و همکارانش از منظر سه رشته -اقتصاد، جامعه‌شناسی و مدیریت- به بررسی ستاره‌ها پرداختند و یک تعریف منسجم ارائه کردند، ستارگان کارکنانی هستند که با سطح بالا و بلندمدتی از: ۱. عملکرد، ۲. قابل رویت ۳. سرمایه اجتماعی، مشخص می‌شوند. کوهه و همکارانش بر روی تفاوت در سطح عملکرد و موقعیت خارجی تاکید داشته‌اند (Terry, 2017). به علاوه تعریف پدیده ستاره در هر حرفه‌ای متفاوت است به عنوان مثال تعریف یک ستاره ورزشی، ستاره سینمایی و ستاره دانشگاهی متفاوت می‌باشد.

دانشگاه به عنوان یکی از مهمترین بخش‌های نظام علم و فناوری در هر کشوری می‌باشد و کارآمدی ساختار دانشگاه‌ها طبعاً ارتباط مستقیم و تنگاتنگی با تحقق اهداف نظام علم و فناوری هر کشور و پرورش نیروی انسانی کارآمد و شایسته برای پاسخگویی به نیازهای جامعه و خلق مسیر توسعه دارد و کیفیت منابع انسانی شاغل در دانشگاه، از جمله اعضای هیئت علمی آن، تاثیر به‌سزایی بر کیفیت دانشگاه در تمام جهات به ویژه در کیفیت آموزشی و پژوهشی خواهد داشت (Marzban et al., 2023). به علاوه با توجه به اینکه چشم‌انداز دانشگاه صنعتی امیرکبیر در افق ۱۴۰۴ "بهره‌مندی از سیستم‌های آموزشی و پژوهشی نوین و تعهد نسبت به پرورش پیشگامان علوم و فناوری با بالاترین

1. Star Employee

سطوح منطقه‌ای و بین‌المللی در بین ۱۰۰ دانشگاه برتر جهان" بوده و هسته و مرکز اصلی این اتفاق در دانشگاه، اساتید ستاره می‌باشند، ضرورت دارد تا با شناسایی و پرورش اساتید ستاره، مسیر رشد و شکوفایی در کشور تحقق یابد.

با توجه تنوع تعاریف و ادراکات از ستارگان سازمانی، این پژوهش قصد دارد با روش تحقیق پدیدارنگاری بر روی این پدیده در دانشگاه تمرکز کرده و تغییرپذیری معنای تجربیات اساتید را از آن توصیف نماید. سوالات پژوهش شامل موارد زیر است:

۱. چه تفاوت‌هایی در تجربه اساتید از ستاره سازمانی در دانشگاه وجود دارد؟

۲. چه معنایی به تجارب متفاوت اساتید از ستاره شدن در دانشگاه قابل انتساب است؟

۳. روابط ساختاری تمییزدهنده و مرتبط کننده معانی مختلف اساتید از ستاره بودن کدام است؟

مفهوم پردازی ستاره در دانشگاه‌ها، شناخت تعریف؛ ابعاد و سلسله مراتب ستاره شدن در مسیر آموزش عالی، بخش نوآوری این مطالعه می‌باشد.

## پیشینه نظری پژوهش

### مفهوم شناسی کارکنان ستاره

کار علمی بر روی بازیگران ستاره ریشه در دوران غول‌های تولیدی بزرگ پس از جنگ جهانی دوم دارد. یافته اصلی وایت این بود که در صنایع ایستا، کارکنان متوسط اولویت داشته و درحالی‌که ستارگان در محیط‌های پویا مطلوب هستند. از آن مطالعه اولیه، محققان شروع به شناسایی سایر ویژگی‌های ستارگان مانند خلاقیت و اعتبار کردند. در طول دهه‌های بعد، روایتی پدید آمد که ستارگان را به عنوان مشارکت‌کنندگان نادری که در موفقیت شرکت سهیم هستند، مفهوم سازی شد. بهره‌وری ستارگان آن چنان استثنایی است که خروجی آن‌ها را نمی‌توان از طریق سایر کارکنان جایگزین کرد. هانتر، اشمیت و جودیش اهمیت ستارگان را در مشاغل با پیچیدگی بالا نشان دادند و بیان کردند بهره‌وری آن‌ها دوبرابر کارکنان متوسط است. پذیرش گسترده دیدگاه جنگ استعدادها، تمرکز بر روی قدرت ستارگان را افزایش داد (Asgari et al., 2020).

کارکنان ستاره به‌عنوان گونه‌ای از سرمایه انسانی منحصر به فرد اشاره دارد که نه تنها صاحب دانش استثنایی بوده بلکه در عملکرد سازمان نیز تاثیرگذار هستند. ستارگان به عنوان مجریان خارق‌العاده مفهوم‌سازی شده‌اند، عملکرد آن‌ها در داخل و خارج سازمان قابل رویت بوده و همچنین سرمایه اجتماعی بالایی دارند. این ویژگی‌ها باعث شده تا ستارگان را نسبت به سایرین برجسته سازد (Call et al., 2021). ستارگان افرادی هستند که به طور وسیع و پایدار به عنوان افرادی با ویژگی‌های مطلوب و کمیاب که دارای پیامدهای استثنایی هستند (Asgari et al., 2020). اساسی‌ترین پیامد کارکنان ستاره، عملکرد است. تولید سطح بالایی از عملکرد فردی در تعریف ستاره‌ها ضروری است و ستاده سطح فردی آن‌ها به خوبی قابل رویت است (Taylor & Bendickson, 2021). کارکنان ستاره، منابع فنی، با دانش شرکت و صنعت، با سطح بالایی از عملکرد و قابل رویت شدن در بازار کار خارجی را به همراه دارند. به عنوان مثال تیم نرم‌افزاری در اپل با حضور ستارگان سازمانی، چندین برابر از رقبای خود بهره‌ورتر می‌باشند (Tzabbar & Baburaj, 2020).

لی و همکارانش ستارگان خلاق را کسانی می‌دانند که خلاقیت بالایی نسبت به همکاران نشان داده و همچنین شهرت خلاقیت دارند (Li et al., 2019). ستارگان خلاق دارای مهارت‌هایی هستند که آن‌ها را به ویژه در اجرای و هدایت ترکیب خلاقانه، ماهر می‌سازد (Liu et al., 2018). چن و گارج ستارگان را افرادی می‌دانند که سهم فردی بالایی در سازمان خود داشته و از قانون ۸۰-۲۰ تبعیت می‌کنند (Chen & Garg, 2018). ستارگان به عنوان افرادی تعریف می‌شوند که بر حوزه خود از طریق استعداد استثنایی یا محبوبیت فوق‌العاده مسلط می‌شوند.

مدیران اجرایی و سایر مدیران می‌توانند به موقعیت افراد مشهور دست یافته و تصویر آن‌ها به عنوان "آئینه منعکس کننده واقعیت اقدامات شرکت‌ها" عمل کند (Hoegel et al., 2014). این نکته در شناسایی و تعریف ستارگان سازمانی مهم است که ستاره مقوله‌ای پیوستاری است و براساس وضعیت، به گونه‌ای است که یک فرد می‌تواند ستاره‌تر از فرد دیگری باشد، یا به عبارت دیگر در مقام مقایسه، از جایگاه بالاتری از دیگر ستارگان برخوردار باشد. از نگاه (Woolley, 2019) ولی تفاوت کارکنان ستاره با سایر کارکنان در داشتن پتانسیل بالا، عملکرد خارق العاده و تخصص شان می‌باشد. کول کویت و همکارانش ستارگان سازمانی را افرادی با تعهد و عملکرد بالای سازمانی معرفی می‌کنند (Colquitt et al., 2015). تعاریف مختلف کارکنان ستاره به صورت جدول زیر می‌باشد (Asgari et al., 2020):

## جدول ۱

تعاریف مختلف ستاره (Asgari et al., 2020)

تعریف ستاره	ویژگی‌های کلیدی	منبع
تعداد کمی از افراد هستند که نسبت به فعالیت هایشان تسلط داشته و درآمد زیادی دارند	داشتن عملکرد برتر و دستیابی به ثروت بیشتر	(Rosen, ۱۹۸۱)
فردی است که در یک زمینه تحقیقاتی خاص، نسبت به سایر افراد، سازنده‌تر و تاثیرگذارتر باشد	داشتن عملکرد برتر	(Rot haemel & Hess, ۲۰۰۷)
فردی است که ایده و مهارت منحصر به فرد جهت سرمایه گذاری جدید داشته باشد	داشتن مهارت منحصر به فرد	(de Bett ignes & Chen a, ۲۰۰۸)
افرادی هستند که بهره وری بالایی داشته و در بازار کار خارجی قابل رویت و شناسایی باشند	دستیابی به عملکرد برتر و دستیابی به موقعیت اجتماعی بالاتر	(Groysberg et al., ۲۰۰۸)
فردی است که برنده جایزه نوبل باشد	دستیابی به عملکرد برتر	(Hi ggi ns et al., ۲۰۱۱)
فردی است که شرکت هایش از سطح عملکردی بالا و پایداری برخوردار باشد	دستیابی به عملکرد برتر	(Graff in et al., ۲۰۱۳)
افرادی هستند که سهم به سزایی در ستاده‌های سازمانی دارند	دستیابی به بهره وری برتر	(Agui ni s & O'Boyle, ۲۰۱۴)
افرادی با عملکرد برتر طولانی مدت و زیاد، قابلیت رویت شدن و سرمایه اجتماعی هستند	دستیابی به عملکرد برتر و موقعیت اجتماعی بالاتر	(Cal l et al., ۲۰۱۵)
افرادی با عملکرد برتر و سرعت بالا در مسیر سازمانی هستند	دستیابی به عملکرد برتر	(Long et al., ۲۰۱۵)
فردی است که سهم به سزایی در سازمانش داشته و از قانون ۸۰-۲۰ تبعیت می‌کند	دستیابی به عملکرد برتر	(Chen & Garg, ۲۰۱۸)
افرادی هستند که نسبت به سایر کارکنان خلاقیت بالایی از خود نشان داده و دارای شهرت خلاقیت باشند	دستیابی به خلاقیت برتر	(Li et al., ۲۰۲۰)

## ستاره شدن در دانشگاه‌ها

در وضعیت کنونی دانشگاه‌ها، محورهای اصلی و مورد تاکید جهت رشد و توسعه اساتید دانشگاه، آیین نامه ارتقای مرتبه اعضای هیات علمی می‌باشد. این آیین نامه بر چهار محور اصلی فعالیت‌های آموزشی، فعالیت‌های پژوهشی و فناوری، فعالیت‌های فرهنگی و فعالیت‌های اجرایی تاکید دارد. هر کدام از این محورها دارای زیرمجموعه‌های متنوعی است که در واقع تداعی کننده انتظارات سیاستگذار از اعضای هیات علمی در قالب آیین نامه ارتقاء هستند. این نظام، به دلیل ماهیت ویژه یکی از ابزارهای برجسته سیاستگذاری در حوزه آموزش عالی شناخته شده و جدول حداقل امتیازهای لازم برای ارتقاء مرتبه علمی اعضای هیات علمی به شرح جدول ۲ می‌باشد (Marzban et al., 2023):

## جدول ۲

امتیازهای لازم جهت ارتقای مرتبه اعضای هیات علمی براساس آیین نامه سال ۱۴۰۰

ردیف	گروه	عنوان	زیرشاخص‌های اصلی	حداقل امتیاز	حداکثر امتیاز
۱	شاخص‌های گروه اول	شاخص‌های فرهنگی	فعالیت‌های فرهنگی ارزشی	۱۰	۳۰
۲	شاخص‌های گروه دوم	شاخص‌های آموزشی	نظم، کیفیت، کمیت تدریس	۲۰	۴۰
۳	شاخص‌های گروه سوم	شاخص‌های پژوهشی	مقالات پژوهشی، راهنمایی و مشاوره پایان نامه‌ها و افتخارات علمی	۶۵	-
۴	شاخص‌های گروه چهارم	شاخص‌های اجرایی	حضور و مشارکت اجرایی	۱۰ ۱۲۰ ۱۳۰	۳۵
					حداقل امتیاز برای دانشجویی حداقل امتیاز برای استادی

## پیشینه تجربی پژوهش

اصغری و همکارانش (Asgari et al., 2020) در سال ۲۰۲۱ به تحقیقی تحت عنوان: غول سرخ یا سیاه چاله؟ شرایط پیشایندها و اثرات چندسطحی کارکنان ستاره پرداختند. محققان در این پژوهش به بررسی اثرات مطلوب و نامطلوب ستارگان پرداختند. در این تحقیق از روش مرور سیستماتیک ادبیات نظری طی مراحل زیر استفاده شد: جستجوی مقالات در منبع EBSCO با عبارت ستاره در عنوان، چکیده و یا واژگان کلیدی، شناسایی و حذف مقالات خارج از دامنه تحقیق (مانند هتل چند ستاره، شبکه‌های ستاره‌ای شکل و...)، شناسایی و حذف مقالاتی که در وب اطلاعات مجلات علمی نبوده‌اند، شناسایی و حذف مقالاتی که پیامدهای سازمانی و مدیریتی نداشتند و جستجو و بررسی مقالاتی که در زمینه تحقیق به خوبی نقل شده‌اند. در انتها در این مقاله به بررسی تعریف ستارگان، معیارهای کارکنان ستاره، اثرات عملکرد ستارگان بر همکاران، بر سازمان، نگرش‌ها و فاکتورهای زمینه‌ای ستارگان از منظر پژوهشگران مختلف پرداخته شد و چهار بعد کارمند ستاره به صورت زیر شناسایی کرد: قابل رویت بودن، سرمایه اجتماعی، عملکرد و موقعیت.

تری (Terry, 2017) در تحقیق خود در سال ۲۰۱۷ به بررسی بهره‌وری، جبران خدمات و شهرت کارکنان ستاره پرداخت. مشارکت‌کنندگان این تحقیق ۱۸۴ نفر از دانشجویان مقطع کارشناسی بازرگانی از یک دانشگاه بزرگ و کلان شهر در جنوب ایالات متحده بودند که در حال گذراندن دوره‌های سطوح پایین و ارشد مدیریت بودند. میانگین سنی آن‌ها ۲۶٫۲ سال و ۴۳ درصد زن بودند. این طرح به صورت نظرسنجی ستارگان و حقوق دریافتی متوسط و بالا و نحوه نگهداشت آن‌ها بود. متغیرهای وابسته تحقیق شامل جذابیت سازمانی و احتمال ترغیب فرایند استخدام بود. متغیرهای موثر غیرمستقیم شامل: انتظارات توسعه سرمایه انسانی، انتظارات توسعه سرمایه اجتماعی و شهرت سازمانی بود. نتایج نشان داد حضور یک کارمند ستاره در سازمان و سیاست جبران خدمات در سازمان به طور غیرمستقیم با جذابیت سازمان در ارتباط بوده و احتمال پیگیری فرایند استخدام از طریق سیگنال دهی زیر در ارتباط است: توسعه سرمایه انسانی مورد انتظار، توسعه سرمایه اجتماعی مورد انتظار و شهرت سازمانی ادراک شده و همچنین نتایج نشان داد شهرت سازمانی ادراک شده بر روی حضور کارمند ستاره در سازمان تاثیر غیرمستقیم دارد.



آورسا و مارینو در تحقیقی در سال ۲۰۱۶ به بررسی تعارضات بین ستارگان و تعارض بین کارکنان ستاره و سازمان‌های ستاره پرداختند. هدف این تحقیق شناسایی مبانی تعارضات بین کارکنان ستاره و سازمان ستاره بود. و اینکه آیا حضور چندین کارمند ستاره در سازمان، منجر به ارتقا عملکردشان می‌شود یا خیر. این تحقیق به روش استقرایی، کیفی و تحلیل داده بنیاد انجام شد و بین کارکنان ستاره و کارفرمایان ستاره، یک آزمون طولی کمی انجام شد تا تاثیر حضور ستارگان بر عملکرد سازمان بررسی شود. داده‌های بخش کیفی از طریق منابع آرشیوی ثانویه معتبر مانند ویدئوها، مقالات، وب سایت‌ها، رسانه‌ها و وب لاگ‌های تخصصی گردآوری شد. داده‌های واقعی نیز از رانندگان ستاره و تیم‌های ستاره رانندگی گردآوری شد. نتایج تحلیل نشان داد چهار مکانیسم اصلی سازمان وجود دارد که بیانگر تعارض بین کارکنان ستاره و بین کارکنان ستاره و کارفرما وجود دارد: رقابت داخلی (بین کارکنان ستاره)، تخصیص منابع (بین کارکنان ستاره)، تقابل جهت انطباق با فناوری و فشار ناشی از انتظارات عملکردی سازمان (بین کارمند و کارفرما) (Aversa & Marino, 2017).

رضایان، مرزبان و رضایان (Marzban et al., 2023) در تحقیق به بررسی آینده آیین نامه ارتقای مرتبه علمی اعضای هیات علمی در ایران در سال ۱۴۰۲ پرداختند. این تحقیق با روش کیفی و بهره‌گیری از ابزارهای ماتریس تحلیل آثار متقاطع و نرم‌افزار میک‌مک، پیشران‌های اصلی تغییر در این زمینه شناسایی و تحلیل شد. نتایج نشان داد پنج نیروی گفتمان حاکم بر آموزش عالی در ایران، انتظار جامعه (صنعت، بازار و دولت) از آموزش عالی، اقتصاد آموزش عالی، رقابتی و بین‌المللی شدن آموزش عالی و چالش‌های نوظهور و توسعه علوم میان‌رشته‌ای و فرارشته‌ای به‌عنوان پیشران‌های تغییر احصاء شد. همچنین سه سناریوی «اندیشگاه خرد و دانش»، «دانش‌سرای علم و فناوری» و «مکتب‌خانه منطق و ارزش» به‌عنوان آینده‌های بدیل متصور برای نظام ارتقای مرتبه اعضای هیئت علمی تبیین شد.

پژوهش‌های انجام شده در حوزه ستارگان سازمانی بیشتر بر روی پیشایندها، پیامدها، عملکرد و بهره‌وری آن‌ها پرداخته‌اند، در حالیکه پژوهش حاضر با رویکرد کیفی-پدیدارنگاری، بدنبال مفهوم شناسی ستارگان سازمانی بوده که از حیث سهم دانش افزایی، به غنای پژوهش‌های مرتبط با حوزه ستارگان سازمانی کمک کرده و در درک و شناخت پدیده در بستر سازمانی دانشگاه، سهیم می‌باشد.

## روش پژوهش

در این پژوهش، فلسفه پژوهش تفسیری، رویکرد پژوهش استقرایی، راهبرد پژوهش پدیدارنگاری و روش پژوهش کیفی انتخاب شده و روش گردآوری داده‌ها مصاحبه نیمه ساختاریافته می‌باشد. دلیل انتخاب این روش توصیف تفاوت درک و فهم افراد از پدیده مورد مطالعه است. پدیدارنگاری بیانگر مجموعه‌ای از مفاهیم یا طبقه‌های توصیفی متفاوت مرتبط با پدیده مورد مطالعه است (Mojarab et al., 2019). از منظر پدیدارنگاران، افراد گوناگون پدیده‌ای واحد را به گونه‌ای یکسان تجربه نخواهد کرد، بلکه در این باره طیفی از شیوه‌هایی وجود خواهد داشت که افراد متفاوت یک پدیده را درک کرده یا تجربه می‌کنند (Danaeefard & Kazemi, 2011). مشارکت‌کنندگان در این راهبرد پدیدارنگاری، افرادی هستند که پدیده مورد نظر را تجربه و نسبت به آن شناخت کامل داشته باشند. مشارکت‌کنندگان در این پژوهش اساتید دانشگاه صنعتی امیرکبیر بودند. راهبرد نمونه‌گیری با توجه به روش، که اساساً بدنبال تفاوت‌های تجربه افراد نزد یک گروه است، از نوع بیشینه تنوع انتخاب شد تا تغییرپذیری به حداکثر ممکن خود برسد. در این مطالعه پس از ۱۷ مصاحبه اشباع نظری حاصل شد اما بدلیل افزایش تنوع دیدگاه‌ها مصاحبه تا ۲۰ ادامه داشت. سوالات مصاحبه متشکل از مسائلی بود که مشارکت‌کنندگان را به تمرکز و توصیف تجربه‌هایشان از پدیده ستاره بودن ترغیب کند. مصاحبه با سوال معارفه شروع و پس از آن سوالات زیر پرسیده می‌شد: آیا تا به حال در دانشگاه فرد ستاره‌ای داشته‌اید (مثال‌ها و نمونه‌هایی را تشریح کنید)؟ چرا فکر می‌کنید ایشان ستاره بوده‌اند؟ چه چیزی ایشان را ستاره کرده بود؟ به نظر شما در دانشگاه چه شرایطی جهت ستاره شدن وجود دارد؟ برداشت و درک شما از ستاره شدن چیست؟ اساتید شما تحت چه موقعیت‌هایی به ستاره تبدیل





شده‌اند، آیا موقعیت‌های دیگری وجود دارد که شما را به ستاره شدن برساند؟ براساس تجارب خودتان در دانشگاه، یک فرد ستاره چه ظرفیت‌هایی دارد؟ ویژگی‌های جمعیت شناختی مشارکت‌کنندگان به صورت **جدول ۳** است:

### جدول ۳

ویژگی توصیفی مشارکت‌کنندگان

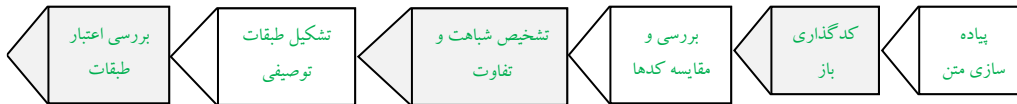
ویژگی	مقدار/رتبه	فراوانی	
رتبه علمی	استادیار	۶	
	دانشیار	۴	
	استاد	۱۰	
	شیمی	۳	
	پلیمر	۳	
	رشته تخصصی	فناوری اطلاعات	۳
		مواد	۳
		مدیریت	۲
		برق	۳
	جنسیت	اکتشاف	۳
زن		۷	
مرد		۱۳	
محل تحصیل	داخل کشور	۸	
	خارج کشور	۱۲	
سن	بین ۴۰-۵۰ سال	۵	
	بین ۵۰-۶۰ سال	۷	
	بالای ۶۰ سال	۸	
تجربه کاری	بین ۱۰-۲۰ سال	۸	
	بین ۲۰-۳۰ سال	۷	
	بالای ۳۰ سال	۵	

در تحلیل داده‌های مصاحبه از روش دالگرن و فالسبرگ استفاده شده (طبق **شکل ۱**) و نمونه‌ای از کد گذاری‌های انجام شده براساس بخشی از مصاحبه در **شکل ۲** ارائه شده است. به منظور بررسی روایی پژوهش، نتایج تحقیق با تعدادی از اساتید از سایر دانشکده‌ها که در جلسات مصاحبه حضور نداشتند مطرح و به تایید رسید (روایی ارتباطی) و همچنین به منظور بررسی پایایی، نتایج تحقیق با یک متخصص

پدیدارنگاری بررسی و مورد توافق قرار گرفت. به علاوه در انتخاب مشارکت‌کنندگان تحقیق با هدف دستیابی به حداکثر تنوع نمونه و دیدگاه، از دانشکده و رشته‌های علمی مختلف نمونه‌گیری انجام شده است.

## شکل ۱

گام‌های تحلیل داده‌های مصاحبه

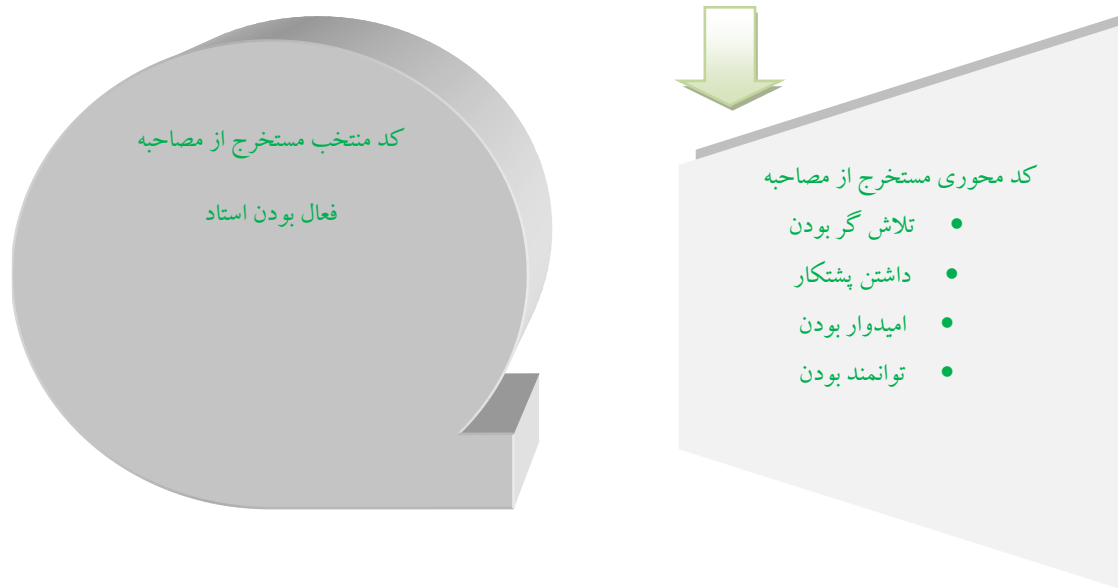


## شکل ۲

نمونه‌ای از کدگذاری باز براساس بخشی از مصاحبه

«... فردی که الان در ذهنم هست دکتر... یک فرد شاخصی است که از نظر اخلاقی شاخص است. بدلیل اینکه سوابق اجرایی‌اش را دیده‌ام، پشتکار و توانمندی‌هایشان را هم دیده‌ام و از نظر اجتماعی و اخلاقی هم که طبیعتاً بعید می‌دانم کسی بتواند انتقادی به اخلاق و رفتار و روابط اجتماعی ایشان وارد کند...» (م-۵)

«... من فکر می‌کنم این که بتوانید در این محیطی که هر روز ناملایمی می‌بینید و بی‌انگیزگی می‌بینید، بتواند خودتان را حفظ کنید و همچنان استوار پیش بروید باعث می‌شود که همین تلاش و پشتکار داشته باشید و ناامید نشوید و امید به آینده واقعاً باعث می‌شود که ادامه داد چون تک تک اساتیدی که در دانشگاه امیرکبیر دست کم هیئت علمی شدند باید از نظر علمی از حداقل‌های جامعه معمول بالاتر باشند پس به هر کدامشان اگر فرصت داده شود شاید بتوانند شکوفا شود. من فکر می‌کنم تنها عامل همان ناامیدی و اولویت‌هایی است که در زندگی دارند...» (م-۹)



## یافته‌ها

### طبقات توصیفی

براساس تحلیل انجام شده، هفت طبقه توصیفی از تجربیات کارکنان از پدیده ستاره سازمانی پدیدار شد که شامل: ستاره سازمانی به مثابه‌های برند بودن، پژوهش گر بودن، صنعت گر بودن، فناور بودن، علمی بودن، مربی گری و صلابت داشتن می‌باشد. هر طبقه توصیفی بیانگر بخشی از ظرفیت ستاره شدن در دانشگاه بوده به گونه‌ای که یک استاد دانشگاه در جوامع علمی در خشیده و دیگران را از ظرفیت‌های خود بهره مند سازد.

الف) ستارگی به مثابه برند بودن: براساس این طبقه توصیفی ستاره بوده عبارت است از شناخته شدن در حوزه تخصصی در جوامع علمی دنیا. افق بیرونی که این مفهوم از ستاره بودن در آن تجربه شده است شاخص بودن علمی استاد است. ستاره بودن استاد در این است که در حوزه تخصصی و رشته خود معرف بوده و دارای شهرت و جایگاه ملی و بین المللی باشد. برند بودن به شیوه‌های مختلف مانند درخشان بودن، تاثیرگذاری در حوزه تخصصی، افتخار آفرینی، جزء دانشمندان برتر دنیا بودن و شاخص و مبنا بودن در سطح ملی و بین المللی، بدست می‌آید که عناصر متغیر افق درونی را شکل می‌دهند. برخی از مصادیق این طبقه عبارتند از:

"دانشگاه امیرکبیر محل ستارگان بوده و هست و اینجا افراد خیلی شاخصی در سطح ملی و بین المللی حضور دارند که حرف برای گفتن در جوامع علمی را دارند"

"برخی از اساتید ما در دانشگاه (دانشکده ریاضی و دانشکده مکانیک)، در عرصه بین الملل شاخص و ستاره بوده و جزء یک درصد برتر دانشمندان جهان هستند"

"دانشگاه امیرکبیر با این سطح از اعضای هیات علمی حتماً ستاره‌هایی داشته و دارد افرادی که در جوامع علمی بسیار تاثیرگذار بوده و در طول دوره خدمت، دانشگاه را توسعه داده و خدمات ارزنده ارائه نمودند"



ب) ستارگی به مثابه پژوهشگر بودن: براساس این طبقه توصیفی ستاره بودن استاد عبارت است از توانمندی و ظرفیت اجرای طرح‌های پژوهشی. افق بیرونی که این مفهوم از ستاره بودن در آن تجربه شده است مرجعیت پژوهشی است. پژوهشگری به شیوه‌های مختلف انجام پروژه‌های ملی و بین‌المللی، قرارداد همکاری با مراکز تحقیقاتی ملی و بین‌المللی، داشتن مقاله‌های ISI، داشتن ارجاعات بالا، توانایی نظریه پردازی، حضور در کنفرانس‌های بین‌المللی و ارایه مقاله‌های Nature Science، بروز می‌کند که عناصر متغیر افق درونی آن را تشکیل می‌دهند. برخی از مصادیق این طبقه به شرح زیر است:

"اساتید دانشگاه امیرکبیر از منظر شاخص‌های پژوهشی سر هستند و افراد شناخته شده در سطح بین‌المللی هستند. آثار پژوهشی شان در قالب مستندات علمی در دنیا شناخته شده است و کارهایشان علاوه بر اینکه تعدادش زیاد است مراجعاتی هم که به آن‌ها می‌شود که ما تحت عنوان سایتیشن می‌گوییم، عدد بالایی است به همین دلیل این افراد جزء ستارگان سازمانی دانشگاه امیرکبیر هستند"

"در دانشگاه افراد ستاره زیادی وجود دارند به عنوان مثال قبل از حضور آن‌ها تعداد مقاله ISI،  $n$  عدد بوده و پس از حضور آن‌ها  $3n$  شده است، که بیانگر ظرفیت و هوشمندی آن‌ها در تدوین و نوشتن مقاله‌های علمی بوده و نشان می‌دهد در دنیا در حوزه خودشان حرف برای گفتن دارند"

ج) ستارگی به مثابه صنعتگر بودن: براساس این طبقه توصیفی ستارگی استاد عبارت است از توانایی حل مسایل صنعتی کشور. افق بیرونی که این مفهوم از ستارگی در آن تجربه شده است مرجعیت حرفه‌ای می‌باشد و مفهوم تجربه متمرکز بر حل‌کنندگی مساله صنعت می‌باشد. افق درونی صنعت گر بودن شامل عناصر حجم بالای قراردادهای صنعتی، مشاوره و ارتباط باصنعت، داشتن مسئولیت اجرایی در صنعت و ایجاد تحول و بهبود در چرخه صنعتی کشور می‌باشد. یک استاد ستاره بدنبال شناسایی، تحلیل‌گری، برقراری ارتباط و حل مسایل کشور می‌باشد. برخی مصادیق عبارتند از:

"یک تیپ افراد در دانشگاه هستند که از منظر حل مساله و ارتباط با سازمان‌ها و حل مسایل صنعتی کشور شاخص هستند. بنابراین حجم قراردادهای صنعتی آن‌ها یک عدد و رقم خیلی بالایی است در رشته‌های کامپیوتر، فناوری اطلاعات و متالوژی، چنین مصادیقی وجود دارد"

"یک استاد ستاره باید ارتباط خوبی با صنعت برقرار کند و پروژه‌هایی را به دانشگاه بیاورد و مشکلات صنعت را حل کند، آن جاهایی که لازم است درس‌ها را با نیاز صنعت متناسب سازی کند. ما وقتی معلم هستیم اینجا باید بدانیم که دنیا یا کشور و یا صنعت چه نیازی دارد. یک ستاره در کنار علم باید ظرفیت اجرایی و ارتباطی لازم را داشته باشد"

"من به عنوان استاد دانشگاه امیرکبیر، رئیس مرکز تحقیقات بومد و پروژه‌های زیادی را به دانشگاه آورده‌ام، ارتباطات زیادی با حوزه‌های مختلف مانند شهرداری برقرار کردم و برای دانشگاه چندین پروژه کلان آورده و انجام داده‌ام به نظر من حوزه اجرایی خیلی مهم است و به رشد و توسعه دانشگاه کمک کرده و تحولات عظیمی را در صنعت ایجاد می‌کند"

د) ستارگی به مثابه فناور بودن: براساس این طبقه توصیفی ستارگی استاد عبارت است از توانایی توسعه فناوری کشور. افق بیرونی این طبقه مرجعیت تکنولوژی است. افق درونی فناور بودن متشکل از عناصر اختراعات علمی، اشتغال آفرین، خلق شرکت‌های دانش بنیان و ثروت آفرینی است. یک استاد ستاره باید در حوزه خلق و بکارگیری فناوری‌های نوین اثرگذار باشد. برخی مصادیق عبارتند از:

"در دانشگاه امیرکبیر اساتید فناور هستند که خودشان در یک حوزه تکنولوژی فعال هستند و آن را توسعه می‌دهند. حالا ممکن است که نتوانند آن را خیلی تجاری سازی کنند چون تجاری سازی کار دانشگاه نیست اما شرکت دانش بنیان می‌زنند یا خودشان در آزمایشگاه کارهایی می‌کنند و این افراد استاد فناور شناخته شده‌اند"





"به نظر من یک استاد باید دارای اثر و پیامد در جامعه باشد. شرکت‌های دانش بنیان یا اسپینا‌فی که از دانشگاه مستخرج می‌شود، یک پیامد و خروجی است چون اشتغال آفرینی کرده و ثروت آفرین می‌باشد"

ه) ستارگی به مثابه علمی بودن: براساس این طبقه توصیفی ستارگی استاد عبارت است از فرهیختگی و بلوغ علمی در کشور. استاد ستاره کسی است که با علم و دانش روز دنیا آشنا بوده و آن را توسعه بدهد. افق بیرونی این طبقه مرزسکن دانش است. افق درونی آن متشکل از: کار در مرزهای دانش، توسعه مرزهای دانش، تحصیل در دانشگاه‌های برتر دنیا، همکاری با دانشگاه‌های برتر دنیا، استفاده از فرصت مطالعاتی و تولیدات علمی قوی است. برخی از مصادیق این طبقه شامل:

"در دانشگاه ما مصادیقی بسیاری وجود دارد که از نظر علمی بسیار برجسته بوده و کتاب‌های خوبی نوشته اند. در دانشگاه ما غالب اساتید در دانشگاه برتر دنیا تحصیل کرده و به دانش روز دنیا دسترسی داشته و در بخش آموزش عالی تاثیرگذار هستند"

"از دیدگاه من یک ستاره دانشگاهی فردی است که در مرزهای دانش حرکت کند، زیرا امروزه شاهدیم با توجه به سرعت تغییرات و تحولات در دنیا، دیدگاه و مبانی علمی و تخصصی در حال تغییر و تحول است و یک استاد باید دانش خود را به روز کند تا حرف برای گفتن داشته باشد زیرا مبنای علمی و نظری قدیمی مثلا ۵ سال گذشته، پاسخگو مسایل امروز نمی‌باشد و استاد جایگاه علمی خود را در محافل علمی از دست می‌دهد"

و) ستارگی به مثابه مربی‌گری: براساس این طبقه توصیفی ستارگی استاد عبارت است از توانایی تعلیم و تربیت دانشجویان. افق بیرونی این دریافت از تجربه ستارگی مرجعیت آموزشی است. مربی‌گری به طرق: ایجاد ارتباط مرید-مراد با دانشجو، هدایت کننده دانشجو در مسیر تخصصی و تربیت دانشجوی با سوادتر از خود بروز می‌کند که افق درونی آن را تشکیل می‌دهند. یک استاد ستاره با برقراری ارتباط خوب با دانشجو به توانمندسازی و توسعه قابلیت‌های آن می‌پردازد. برخی از مصادیق آن عبارت اند از:

"یک ستاره دانشگاهی، یک معلم خوب است که ارزش‌های معلمی را رعایت کند و بتواند دانشجوی خوب برای کشور تربیت کند. از این رو من در شاخص‌های معلمی اساتید خودم را معرفی می‌کنم که خودم آن‌ها را تجربه کرده ام در همین دانشگاه و یا دانشگاه صنعتی اصفهان اساتیدی هستند که واقعاً معلم خوبی هستند و اصول معلمی و اخلاق را به دانشجویان آموزش می‌دهند."

"به نظر من یک استاد ستاره یعنی کسی که بتواند دانشجویان و محققینی را تربیت کند که پا را فراتر از استاد بردارند، یک استاد خوب با ایجاد رابطه مرید و مرادی و فضای طلبگی می‌تواند دانشجو را در مسیر خوب هدایت کرده و با ایجاد فضای نقادانه، علم و نظریه را به چالش کشیده و دانشجو همیشه با سوال و تامل از کلاس درس خارج شود"

ی) ستارگی به مثابه صلابت داشتن: براساس این طبقه توصیفی ستارگی استاد عبارت است از توانایی و پشتکار در تحقق اهداف. افق بیرونی این طبقه عبارت است از ظرفیت شخصی. افق درونی آن مشتمل بر: نیت خالصانه، خودباوری، با انگیزه، تعهد بالا، ایثارگری، معنویت کاری، خوش فکری، ریسک پذیری، فعال بودن، بلندپروازی، رقابت طلبی، صداقت، عاشق بودن و توکل می‌باشد. این استاد ستاره باید ابتدا بر روی ظرفیت‌های درونی خود کار کند تا بتواند در جوامع علمی شکوفا باشد. برخی از مصادیق این طبقه شامل:

"من چون رشته ام نفت است فقط در این حوزه صحبت می‌کنم. ما در دانشکده نفت اساتید گرانقدری داریم که علی رغم سن بالا، مغز و توانشان به مراتب از یک جوان ۲۰ ساله بیشتر است. برخی از اساتید ما، مانند خورشیدی در دانشکده می‌درخشند. انسان‌های بسیار وارسته، متخلق به اخلاق و آداب و به عنوان یک استاد همه جانبه می‌توان معرفی کرد"



"ما اساتیدی داریم که هم از لحاظ شخصیت و هم از لحاظ منش جذاب بوده و علاوه بر مباحث درسی، همیشه خاطرات خوبی از ایشان داریم. همین الان هم با آن‌ها در ارتباط هستیم همچنان فعال و متعهد هستند و همراه علم، شخصیت و زندگی و انسانیت را به دانشجو یاد می‌دهند و بسیار تاثیرگذار هستند"

### فضای نتیجه

با توجه به طبقات توصیفی فوق، عنصر ارجاعی و ساختاری فضای نتیجه تحقیق، به صورت زیر ارائه می‌گردد:

### جدول ۴

فضای نتیجه طبقات توصیفی اساتید از ستاره سازمانی

طبقه توصیفی	عنصر ارجاعی	عنصر ساختاری
	افق بیرونی	افق درونی
درخشان بودن		
برند بودن	شناخته شده در حوزه تخصصی در مجامع علمی	تاثیرگذاری در حوزه تخصصی افتخار آفرینی جزء دانشمندان برتر دنیا شاخص در سطح ملی و بین المللی انجام پروژه‌های ملی و بین المللی
پژوهشگر بودن	قابلیت اجرای طرح‌های پژوهشی	قرارداد همکاری با مراکز تحقیقاتی ملی و بین المللی مقاله‌های ISI ارجاعات بالا مقاله‌های Nature Science حضور در کنفرانس‌های بین المللی نظریه پردازی حجم بالای قراردادهای صنعتی
صنعتگر بودن	توانایی شناسایی و حل مسایل مربوط به صنعت کشور	مرجعیت حرفه‌ای مشاوره و ارتباط باصنعت داشتن مسئولیت اجرایی در صنعت ایجاد تحول و بهبود در چرخه صنعتی کشور اختراعات علمی





فناور بودن	توانایی توسعه فناوری کشور	مرجعیت تکنولوژی	اشتغال آفرین خلق شرکت‌های دانش بنیان ثروت آفرینی کار در مرزهای دانش توسعه مرزهای دانش تحصیل در دانشگاه‌های برتر دنیا
علمی بودن	فرهیختگی و بلوغ علمی در کشور	مرز شکن دانش	همکاری با دانشگاه‌های برتر دنیا  استفاده از فرصت مطالعاتی تولیدات علمی قوی ایجاد ارتباط مرید-مراد با دانشجو
مریی گری	توانایی تعلیم و تربیت دانشجویان	مرجعیت آموزشی	هدایت کننده دانشجو در مسیر تخصصی  تربیت دانشجوی با سوادتر از خود
صلابت داشتن	توانایی و پشتکار در تحقق اهداف	ظرفیت شخصی	نیت خالصانه خودباوری با انگیزه تعهد بالا ایثارگری معنویت کاری خوش فکری ریسک پذیری فعال بودن بلندپروازی رقابت طلبی صداقت عاشق بودن توکل

فضای نتیجه در **جدول ۴** مشتمل بر پاسخ‌های تحقیق به سوال‌های زیر است: ستون افق درونی خلاصه‌ای از تجربیات افراد در مورد چرایی ستاره بودن برخی از اساتید دانشگاه است، ستون افق بیرونی بیانگر تفاوت در تجربه ستاره بودن اساتید. ستون ارجاعی بیانگر معنایی است که به تجارب متفاوت افراد قابل انتساب است. فضای نتیجه نه تنها تغییر پذیری مفهوم ستارگان سازمانی نزد افراد است، بلکه نمایانگر یک سلسله مراتب در تشریح افق نگاه افراد به ستاره سازمانی و بسط مفهوم آن است. در سطح ظرفیت شخصی تمرکز بر روی خود فرد است و بدنبال ظرفیت سازی و توسعه استاد می‌باشد. در سطح مرجعیت آموزشی، پژوهشی و مرزشکنی، افق دید، بازتر شده و به قابلیت‌هایی توجه دارد که



## نتیجه‌گیری

براساس نتیجه تحقیق با استراتژی پدیدارنگاری، معانی و تفاسیر ستاره سازمانی در دانشگاه مشخص شد و نشان داد ستاره بودن در دانشگاه با عناوین برند بودن، پژوهشگر بودن، صنعت گر بودن، فناور بودن، علمی بودن، مربی بودن و صلابت داشتن، معرفی می‌شود. از نگاه سلسله مراتب این تفسیرنگاری، ظرفیت شخصی در پایین‌ترین سطح یعنی فردی، سپس مرجعیت آموزشی، مرجعیت پژوهشی و مرزشکنی در سطح علمی و دانشگاهی، مرجعیت حرفه‌ای و تکنولوژیکی در سطح بالاتر یعنی کسب و کار و صنعت، و در نهایت شاخص علمی بودن در بالاترین سطح و در دنیا استاد به عنوان ستاره معرفی می‌شود. کوهه و همکارانش نیز ستارگان سازمانی را در سه سطح موقعیتی، عملکردی و جهانی معرفی می‌کنند.

یکی از دیگر از یافته‌های تحقیق این است که تعریف ستاره شدن در دانشگاه و مجامع علمی با تعریف آن در سایر فضاها کسب و کار متفاوت است. به عنوان مثال طبق تحقیقات انجام شده یک ستاره در سازمان براساس ابعاد عملکرد منحصر به فرد، قابل رویت بودن، موقعیت اجتماعی، سرمایه اجتماعی، خلاقیت و خلق مزیت رقابتی معرفی می‌شود (Call et al., 2021; Kang et al., 2018; Taylor & Bendickson, 2021; Terry, 2017) اما تعریف و تفسیر ستاره در دانشگاه با طبقات دیگری توصیف می‌شود.

یافته دیگر تحقیق، تفسیر سلسله مراتبی از تجربه اساتید از ستاره بودن است. وجود سلسله مراتب به این معنا است که از منظر اساتید، افرادی که واجد ستارگی مرتبه بالاتری هستند نسبت به افرادی که مرتبه پایین‌تر را دارند، اساتید خبره و برجسته‌تری هستند و به علاوه دستیابی به سطوح بالاتر ستارگی مستلزم گذارنیدن سطوح پایین‌تر است. مثلاً یک ستاره ابتدا باید بروی ظرفیت شخصی کار کند تا سپس در سطح دانشگاه و دنیای علم معرفی شده و سپس در سطح صنعت و کسب و کار و در نهایت در دنیا معرفی شود.

براساس یافته‌های این تحقیق مشخص شد، یک استاد ستاره در دانشگاه مستلزم ظرفیت‌ها و صلاحیت‌های مختلفی می‌باشد. با توجه به اینکه ماموریت دانشگاه در سه حوزه آموزشی، پژوهشی و فناوری می‌باشد، یک استاد بایستی دارای قابلیت‌های مختلف علمی، اجرایی و پژوهشی باشد تا بتواند در دانشگاه بدرخشد. ابعاد علمی بودن، مربی‌گری و برند بودن مربوط به حوزه آموزشی، ابعاد پژوهشگر بودن، صنعتگر بودن و صلابت داشتن در حوزه پژوهشی و فناور بودن، مربوط به حوزه فناوری می‌باشد.

در بعد آموزشی، یک استاد دانشگاه باید در ابتدا خود، یادگیرنده و به روز باشد تا بتواند جامعه علمی و دانشگاهی را توانمند سازد. استاد دانشگاه با مطالعه کردن و به روز بودن می‌تواند مرزهای دانش را توسعه و با برقراری همکاری‌های مشترک با دانشگاه‌های مختلف دنیا، جایگاه علمی کشور را ارتقا بخشد. این استاد با داشتن هنر و توان مربی‌گری می‌تواند فضای مباحثه و گفت‌وگو را در کلاس‌های خود به جریان انداخته و با ترغیب و هدایت خوب دانشجویان، شکوفایی آن‌ها را در مسیر علم و دانش رقم بزند.

در بعد پژوهشی، یک استاد دانشگاه باید بتواند از دانش و آموخته‌های خود در مسیر اجرای تحقیقات بنیادی و کاربردی و حل مسایل کشور استفاده کرده و نظریه را به عمل تبدیل کند. این اتفاق زمانی رقم می‌خورد که ارتباط میان صنعت و دانشگاه بهبود یافته و نگرش تحولی و توسعه خواهی در صنعت و انجام پروژه‌های ملی و بین‌المللی در دانشگاه‌ها اولویت داشته باشد.

در بعد فناوری، یک استاد دانشگاه باید بتواند بستر و شرایط لازم جهت نوآوری و کارآفرینی را ایجاد کند این اقدام زمانی صورت می‌گیرد که ایده‌های خلاقانه در دانشگاه را از طریق پنجره‌های فرصت به کسب و کار فناورانه تبدیل شده و ارزش آفرینی و خلق ثروت تحقق یابد. یافته دیگر پژوهش نشان می‌دهد یک استاد با توجه به سطح ستاره بودن می‌تواند در سطح دانشگاه، سطح صنعت و کسب و کار و در نهایت در سطح بین‌الملل بدرخشد. این تحقیق در دانشگاه امیر کبیر که یک دانشگاه صنعتی می‌باشد انجام شده و ممکن است در دانشگاه‌های

دیگر کشور با محوریتی متفاوت، تعبیر و تفسیرنگاری دیگری داشته باشد. به علاوه در این تحقیق از ابزار مصاحبه و روش کیفی استفاده شده که می توان در سایر تحقیقات از روش ها و ابزارهای دیگری بهره مند شد. این تحقیق ستاره بودن در دانشگاه را فقط از لنز اساتید دانشگاه بررسی نموده و می توان نگرش سایر ذی نفعان دانشگاه را (دانشجویان، مدیران کسب و کار، بخش دولتی و...) در ستاره بودن بررسی نمود.

## پیشنهادها

### پیشنهادهای پژوهشی

- بکارگیری الگوی ستاره شدن در بخش وزارت علوم جهت ارتقا اعضای هیات علمی
- تدوین نقشه راه و مسیر کارراهه شغلی ستاره شدن جهت اعضای هیات علمی
- ایجاد سیستم انگیزشی و پاداش اعضای هیات علمی براساس سطح ستاره شدن در دنیای علمی و کسب و کار
- تعریف و بکارگیری الگوی ستاره شدن جهت ارزیابی عملکرد اعضای هیات علمی
- اجرای آزمایشی الگو و تعمیم دادن آن در سطح کشور

### پیشنهادهای اجرایی

- توسعه توانایی های شناختی اساتید در جهت علمی شدن، شکستن مرزهای دانش کشور و برندسازی دانشگاه های کشور
  - توسعه توانایی های عاطفی اساتید در جهت رهبری، همدلی و هدایت بهتر دانشجویان کشور
  - تقویت ارتباط بین صنعت و دانشگاه ها در جهت شناخت و حل مسایل صنعت و استفاده بهتر از ظرفیت های علمی دانشگاه ها
- شکل دهی و توسعه همکاری ها و شبکه سازی پارک های علم و فناوری، مراکز رشد و نوآوری در سطح ملی و بین المللی و ایجاد زیرساخت های لازم جهت ایجاد کسب و کارهای دانش بنیان

## تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچ گونه تضاد منافی وجود ندارد.

## References

- Agrawal, A., McHale, J., & Oettl, A. (2017). How stars matter: Recruiting and peer effects in evolutionary biology. *Research Policy*, 46(4), 853-867. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2017.02.007>
- Asgari, E., Hunt, R. A., Lerner, D. A., Townsend, D. M., Hayward, M. L. A., & Kiefer, K. (2020). Red Giants or Black Holes? The Antecedent Conditions and Multilevel Impacts of Star Performers. *Academy of Management Annals*, 15(1), 223-265. <https://doi.org/10.5465/annals.2019.0061>
- Aversa, P., & Marino, A. (2017). Star Wars': Conflict Between Star Employees, and Between Star Employees and Star Organization. *Academy of management*(1), 1-40.
- Call, M. L., Campbell, E. M., Dunford, B. B., Boswell, W. R., & Boss, R. W. (2021). Shining with the Stars? Unearthing how group star proportion shapes non-star performance. *Personnel psychology*, 74(3), 543-572. <https://doi.org/10.1111/peps.12420>
- Chen, J. S., & Garg, P. (2018). Dancing with the stars: Benefits of a star employee's temporary absence for organizational performance. *Strategic management journal*, 39(5), 1239-1267. <https://doi.org/10.1002/smj.2758>
- Colquitt, J. A., Lepine, J. A., & Wesson, M. J. (2015). Organizational behavior: Improving performance and commitment. *Organizational Behaviour*. McGraw-Hill Education. [www.mhhe.com](http://www.mhhe.com). [https://www.zo-nws.nl/sites/default/files/webform/prikkers/\\_sid\\_/pdf-organizational-behavior-improving-performance-and-commitment-in-jason-colquitt-jeffery-lepine-michael-wesson-pdf-download-free-book-32987d1.pdf](https://www.zo-nws.nl/sites/default/files/webform/prikkers/_sid_/pdf-organizational-behavior-improving-performance-and-commitment-in-jason-colquitt-jeffery-lepine-michael-wesson-pdf-download-free-book-32987d1.pdf)
- Danaeefard, H., & Kazemi, S. H. (2011). Interpretive research in the organization: phenomenological and phenomenography strategies. *Emam Sadegh University Press*.
- Fuller, A. W., & Rothaermel, F. T. (2012). When Stars Shine: The Effects of Faculty Founders on New Technology Ventures. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 6(3), 220-235. <https://doi.org/10.1002/sej.1140>



- Hoegele, D., Schmidt, S. L., & Torgler, B. (2014). Superstars as Drivers of Organizational Identification: Empirical Findings from Professional Soccer. *Psychology & Marketing*, 31(9), 736-757. <https://doi.org/10.1002/mar.20731>
- Kang, S.-C., Oldroyd, J. B., Morris, S. S., & Kim, J. (2018). Reading the stars: Determining human capital's value in the hiring process. *Human Resource Management*, 57(1), 55-64. <https://doi.org/10.1002/hrm.21832>
- Kehoe, R. R., & Tzabbar, D. (2015). Lighting the way or stealing the shine? An examination of the duality in star scientists' effects on firm innovative performance. *Strategic management journal*, 36(5), 709-727. <https://doi.org/10.1002/smj.2240>
- Kim, J. W., & King, B. G. (2014). Seeing Stars: Matthew Effects and Status Bias in Major League Baseball Umpiring. *Management Science*, 60(11), 2619-2644. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2014.1967>
- Li, Y., Li, N., Li, C., & Li, J. (2019). The Boon and Bane of Creative "Stars": A Social Network Exploration of How and When Team Creativity Is (and Is Not) Driven by a Star Teammate. *Academy of Management journal*, 63(2), 613-635. <https://doi.org/10.5465/amj.2018.0283>
- Liu, H., Mihm, J., & Sosa, M. E. (2018). Where Do Stars Come From? The Role of Star vs. Nonstar Collaborators in Creative Settings. *Organization Science*, 29(6), 1149-1169. <https://doi.org/10.1287/orsc.2018.1223>
- Marzban, E., Rezayan, A., & Rezayan, A. H. (2023). The Futures of the Faculty Promotion Regulations in Iran: a scenario approach. *Quarterly Journal of Research and Planning in Higher Education*, 29(1), 207-233. <https://doi.org/10.61838/irphe.29.1.9>
- Mojarab, E., Lagzian, M., & Mortazavi, S. (2019). Phenomenography of Citizen Relationship Management. *Management and Development Process*, 31(4), 133-164. <http://jmdp.ir/article-1-3208-en.html>
- Morris, S. S., Alvarez, S. A., & Barney, J. B. (2021). Dancing with the stars: The practical value of theory in managing star employees. *Academy of Management Perspectives*, 35(2), 248-264. <https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/amp.2017.0223>
- Taylor, E. C., & Bendickson, J. S. (2021). Star performers, unit performance and unit turnover: A constructive replication. *Human Resource Management Journal*, 31(4), 977-994. <https://doi.org/10.1111/1748-8583.12336>
- Terry, R. P. (2017). *Stellar Observations: Star Employee Productivity, Compensation, and Reputation* [https://mavmatrix.uta.edu/cgi/viewcontent.cgi?params=/context/management\\_dissertations/article/1019/type/native/&path\\_info=](https://mavmatrix.uta.edu/cgi/viewcontent.cgi?params=/context/management_dissertations/article/1019/type/native/&path_info=)
- Tzabbar, D., & Baburaj, Y. (2020). How to best utilize star employees. *Organizational Dynamics*, 49(2), 100696. <https://doi.org/10.1016/j.orgdyn.2019.01.002>
- Woolley, M. R. (2019). Who is Better and Who is Best? What Differentiates Stars from the Rest. [https://corescholar.libraries.wright.edu/etd\\_all/2239/](https://corescholar.libraries.wright.edu/etd_all/2239/)