

Original Research

## Explaining the empowerment indicators of the Technical and Vocational University based on the characteristics of the Entrepreneurial University (Case Study: Bandar Abbas Technical and Vocational University)

Azadeh Ariana<sup>1\*</sup>, Karamollah Danesh Fard<sup>2</sup>

<sup>1</sup> PhD Student, Department of Governmental Management, Qeshm International Branch, Islamic Azad University, Qeshm, Iran.

<sup>2</sup> Professor, Department of Governmental Management, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

### ARTICLE INFO

**Received:** 10.06.2020  
**Revised:** 12.07.2020  
**Accepted:** 22.09.2020

#### Keyword:

Entrepreneurship  
Organizational  
Entrepreneurship  
Capability  
Technical and Vocational  
University

#### \*Corresponding Author:

Azadeh Aryana

#### Email:

azadeharyana1394@gmail.com

### ABSTRACT

Due to the emergence of the importance and role of entrepreneurs in recent decades, the holding of special training programs in various forms for the education and training of entrepreneurs at universities in different countries, both advanced and underdeveloped, has grown exponentially. This study aimed to evaluate and categorize the level of empowerment indicators of Bandar Abbas Technical and Vocational University to apply the characteristics of the Entrepreneurial University. The present study was applied in terms of purpose. The research method in terms of data collection logic was deductive in the first stage. To build the model, the qualitative method of content analysis was performed with the Corbin and Strauss approach. The statistical population included the qualitative stage of experts in the field of policy makers, researchers, managers and experts in the field of empowerment and entrepreneurship of the technical and professional university. Purposeful judgmental sampling methods were used. 10 experts in the field of university law were interviewed. The characteristics of the entrepreneurial university were divided into 16 main categories which are not included in this section due to the limited number of words. Entrepreneurship culture and students' mental growth played the most important role in empowering technical and professional universities.

## تبیین شاخص‌های توانمندسازی دانشگاه فنی و حرفه‌ای مبتنی بر ویژگی‌های دانشگاه کارآفرین (مورد مطالعه: دانشگاه فنی و حرفه‌ای بندرعباس)

آزاده آریانا\*<sup>۱</sup>، کرم‌اله دانش‌فرد<sup>۲</sup>

۱- دانشجوی دکتری، گروه مدیریت دولتی، واحد قشم، دانشگاه آزاد اسلامی، قشم، ایران.

۲- استاد، گروه مدیریت دولتی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

### چکیده

### اطلاعات مقاله

به دلیل آشکارشدن اهمیت و نقش کارآفرینان در دهه‌های اخیر گذشته، برگزاری برنامه‌های آموزشی ویژه به شکل‌های متنوع برای آموزش و پرورش کارآفرینان در مراکز دانشگاهی کشورهای مختلف، اعم از پیشرفته و در حال توسعه رو به گسترش نهاده است. این پژوهش از نظر نتیجه جزو تحقیقات توسعه‌ای است؛ زیرا به دنبال ارزیابی و سطح‌بندی شاخص‌های توانمندسازی دانشگاه فنی و حرفه‌ای در راستای به‌کارگیری ویژگی‌های دانشگاه کارآفرین؛ دانشگاه فنی و حرفه‌ای بندرعباس می‌باشد. از لحاظ هدف، جزو تحقیقات کاربردی است؛ در واقع رویکرد پژوهشی به لحاظ منطق گردآوری داده‌ها از نوع استقرای قیاسی است. در مرحله اول برای ساخت مدل از روش کیفی تحلیل محتوا با رویکرد کوربین و استروس انجام شد. جامعه آماری در مرحله کیفی را خبرگان حوزه سیاست‌گذاران، مدیران، محققان و خبرگان فعال در زمینه توانمندسازی و کارآفرینی دانشگاه فنی و حرفه‌ای تشکیل می‌دهد. از روش‌های نمونه‌گیری قضاوتی هدفمند استفاده شده است. با ۱۰ نفر از خبرگان حوزه حقوق دانشگاهی مصاحبه شد. فرهنگ کارآفرینی و رشد ذهنی دانشجویان، مهم‌ترین نقش را در توانمندسازی دانشگاه فنی و حرفه‌ای داشته است.

دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۰۷/۱۵

بازنگری مقاله: ۱۳۹۹/۰۹/۱۷

پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۰۹/۱۹

### کلید واژگان:

کارآفرینی

کارآفرینی سازمانی

توانمندی

دانشگاه فنی و حرفه‌ای

دانشجویان

\*نویسنده مسئول: آزاده آریانا

پست الکترونیکی:

azadeharyana1394@gmail.com

## مقدمه

در بازار رقابتی، نیاز مبرمی به توسعه و بهبود انعطاف‌پذیری و نیز پاسخگویی سازمان وجود دارد. امروزه بسیاری از سازمان‌ها و شرکت‌ها با رقابت فزاینده پایدار و نامطمئن روبرو هستند که به واسطه نوآوری‌های تکنولوژیکی، تغییر محیط‌های بازاری و نیازهای درحال تغییر مشتریان، شدت یافته است (تقی‌زاده و همکاران، ۱۳۸۶). این وضعیت بحرانی، موجب اصلاحات عمده‌ای در چشم‌انداز استراتژیک سازمان، اولویت‌های کسب‌وکاری و بازبینی مدل‌های سنتی و حتی مدل‌های نسبتاً معاصر شده است (مونتانا<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۱۴). به عبارتی می‌توان گفت: رویکردها و راه‌حل‌های گذشته دیگر قابلیت و توانایی خود برای رویارویی با معضلات سازمانی و محیط بیرونی را از دست داده‌اند یا بهتر است با رویکردها و دیدگاه‌های جدیدی جایگزین شوند. از این‌رو، یکی از راه‌های پاسخگویی به این عوامل، تغییر و تحول سازمانی، کارآفرینی سازمانی است (وان لوی<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۱۶). برای همراه شدن با تحولات نوین جهانی و نیز رسیدن به جایگاه واقعی، کارآفرینی سازمانی می‌تواند سازمان‌ها را در رسیدن به این جایگاه یاری رساند؛ لذا شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های مناسب برای کارآفرینی سازمانی می‌تواند سازمان‌ها را در راستای اهدافشان قرار دهد (احمدپورداریانی و کرمی، ۱۳۹۷: ۵۰). به دلیل آشکار شدن اهمیت و نقش کارآفرینان در دهه‌های اخیر، برگزاری برنامه‌های آموزشی ویژه به شکل‌های متنوع برای آموزش و پرورش کارآفرینان در مراکز دانشگاهی کشورهای مختلف، اعم از پیشرفته و در حال توسعه، رو به گسترش نهاده است که با بازنگری محتوای این دوره‌ها می‌توان به موضوعات کمابیش مشابه‌ای همانند آشنایی با کارآفرینی و خود اشتغالی، بازاریابی و فرصت‌های بازار، اصول امکان‌سنجی اقتصادی، آشنایی با قوانین تجارت و ایجاد شرکت خصوصی، مقررات مالی و عملیات بانکی، مقررات مالیاتی، مدیریت منابع مالی، اصول سازمان و مدیریت، مدیریت منابع انسانی، آشنایی با کارآفرینان موفق و تجارب آنها و ... اشاره کرد. محتوای برنامه‌های آموزش کارآفرینی باید با مضامین و موضوعات مرتبط با شایستگی‌ها و قابلیت‌های موردانتظار از دانش‌آموختگان کارآفرین هم‌ساز باشد، از این‌رو، مباحثی همانند فنون اندیشه‌ورزی و تصمیم‌گیری، روابط عمومی و روابط انسانی، تبلیغات، سرمایه‌گذاری، مقابله با ورشکستگی، حقوق تجارت و کسب‌وکار، کار با نرم‌افزارها، روابط با مشتری، مدیریت عمومی، بهره‌گیری از مشاوران، امور فنی و دانش فناوری‌های مرتبط با زمینه کاری از جمله مضامین و موضوعات برنامه‌های درسی آموزش کارآفرینی در زمینه کسب‌وکار، مدیریت کارآفرینی و نظایر آن به شمار می‌رود. بسته به زمینه یا حوزه مورد نظر برای کارآفرینی یا گرایش تحصیلی و حرفه‌ای گروه‌های هدف آموزش کارآفرینی، می‌توان به این موارد مباحث دیگری نیز را افزود. بخشی از این سرفصل‌ها موضوعات و مباحث اصلی به شمار می‌آیند: مدیریت، سازمان، فلسفه وجودی و سیر تاریخی؛ کلیات (تعاریف، اهمیت، سیر تاریخی، رویکردها، آموزش)؛ گونه‌شناسی کارآفرینی؛ الگوهای راه‌اندازی و مدیریت شرکت‌ها (برنامه‌ریزی، سازماندهی، هدایت و کنترل)؛ گونه‌شناسی شرکت‌ها و نحوه ثبت آنها؛ مکاتبات اداری (نامه‌نگاری) و گزارش‌نویسی؛ خلاقیت و ایده‌پردازی؛ تدوین طرح کسب‌وکار؛ مدیریت راهبردی بر پایه شناسایی سیستمی و رویارویی مدبرانه با فرصت‌ها و تهدیدها، نقاط قوت و ضعف‌ها، معضلات و محدودیت‌ها، مسایل و راه‌حل‌های مرتبط؛ بازاریابی و مدیریت بازار؛ حسابداری و مدیریت مالی؛ کار تیمی؛ مدیریت زمان؛ کارآفرینی و مسایل حقوقی (بیمه، مالیات، تعرفه‌ها، صادرات و واردات، قوانین کار، مدنی، تجارت و...)؛ آشنایی با بانک‌ها و مؤسسات مالی و اعتباری (برای تأمین مالی طرح‌های کارآفرینی).

بخش دیگری از موضوعات نیز از مباحث تکمیلی به شمار می‌روند که می‌توان آنها را در برنامه درسی آموزش کارآفرینی گنجانید. از جمله این موضوعات می‌توان به این موارد اشاره کرد: آشنایی با کارآفرینان موفق در سطوح مختلف محلی، ملی و بین‌المللی؛ مدیریت کیفیت در بنگاه‌ها و شرکت‌های کارآفرین؛ دستاوردها و پیامدهای کارآفرینی؛ نقش کارآفرینی در توسعه اقتصادی و اجتماعی؛ کارآفرینی سازمانی؛ کارآفرینی شرکتی؛ انواع کسب‌وکارهای خانگی، خانوادگی،

<sup>1</sup> Montana<sup>2</sup> Van Looy

تعاونی و ...؛ کارآفرینی در بخش‌های مختلف اقتصادی نظیر صنعت، کشاورزی و ...؛ مزیت‌ها و فرصت‌های موجود و آتی برای کارآفرینی در سطوح مختلف محلی، منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی (فرصت‌شناسی)؛ مسائل و معضلات پیش روی کارآفرینی و راهکارهای رویارویی و گذر از آنها؛ پرورش ویژگی‌های کارآفرینی از طریق آموزش؛ سازوکارهای ارتقای قابلیت‌های کارآفرینی. ساده‌ترین توجیه برای اهمیت و ضرورت توجه به مسئولیت اجتماعی از سوی مدیران می‌توان به این امر اشاره کرد که نتیجه تصمیمات داخلی گرفته‌شده در بنگاه آموزشی، تأثیر شگرفی بر محیط کلان بیرونی در سطح ملی و بین‌المللی خواهد داشت. در واقع در اهمیت و ضرورت توجه سازمان‌ها به مسئولیت‌های اجتماعی‌شان فاکتورهای خارجی و داخلی وجود دارد، جهانی‌سازی و جریان آزاد اطلاعات منجر به حرکت سریع اخبار و اطلاعات می‌شود. این موضوع یک پیشرفت بزرگ است؛ زیرا اکنون کوچک‌ترین نقض تعهد رفتاری به سرعت مورد بررسی و اطلاع‌رسانی قرار می‌گیرد و می‌تواند زیان‌های فراوانی را به شرکت مربوطه وارد کند. از طرفی، تغییر انتظارات جامعه منجر به این شده است که امروزه مشتریان بیشتر از یک کالای ساده بخواهند، آنها علاقه‌مند به خرید از شرکت‌هایی هستند که ارزش‌های هم‌خوان و مطابق با ارزش‌های خودشان داشته باشند. در این میان، دانشگاه‌ها به عنوان حلقه واسط در تأمین نیروی انسانی متخصص نقش محوری در حمایت از طرح‌های هم‌سو با منافع عمومی اجتماعی و محیطی برای جامعه برخوردار می‌باشند که هم اکنون این مسئولیت خیلی شفاف نیست.

### کارآفرینی

کارآفرینی را فرایند پویایی از تغییر بینش و بصیرت با ابتکار و نوآوری می‌داند. هیسریچ و پیترس (۲۰۰۲) کارآفرینی را فرایند خلق هر چیز نو و با ارزش، با صرف وقت و تلاش با فرض همراه داشتن خطرات مالی، روحی و اجتماعی و به‌دست آوردن پاداش‌های مالی و رضایت فردی و استقلالی که از آن ناشی می‌شود، تعریف کرده‌اند. پیتر دراکر (۱۹۸۵) کارآفرینی را به مفهوم جستجوی دائمی برای تغییر، واکنشی در برابر آن و بهره‌برداری از آن به عنوان یک فرصت بیان می‌کند؛ از طرف دیگر شومپیتر، به عنوان کسی که برای نخستین بار این مقوله را در نظریات خود به صورت علمی بیان کرد، کارآفرینی را فرایند تخریب خلاق می‌داند (هزار جریبی، ۱۳۸۴: ۲۳۷-۲۶۸). تامپسون<sup>۱</sup> (۲۰۰۰) کارآفرینی را فرایندی می‌داند که در آن بتوان با استفاده از خلاقیت، عضو جدید را همراه با ارزش جدید با استفاده از زمان، منابع، ریسک و به‌کارگیری دیگر عوامل به وجود آورد. چرچیل<sup>۲</sup> درباره کارآفرینی با نگاه متفاوتی معتقد است کارآفرینان باید بر حرکت‌ها و بهبودهای مستمری، متمرکز شوند که به صورت مداوم در پی بهره‌برداری از ریسک‌ها و فرصت‌های قابل کنترل باشد (ناهد، ۱۳۸۸: ۴۲). رضائیان کارآفرینی را فراگرد شکار فرصت‌ها به وسیله افراد، بدون در نظر گرفتن منابع موجود در اختیار تعریف می‌کند و در اصل بر این مهم استوار است که کارآفرینان به هنگام تصور فرصت‌های جدید، محدودیت‌های منابع جاری را نادیده می‌گیرند (رضائیان، ۱۳۹۰: ۴۱). فرای<sup>۳</sup> (۱۹۹۳) معتقد است کارآفرینی یعنی در هم آمیختن ویژگی‌های شخصی، ابزار مالی و منابع موجود در محیط کار که از راه فرایندی انجام می‌پذیرد و بقا می‌یابد (ناهد، ۱۳۸۸: ۴۲). کارآفرینی عبارت است از فرایند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه منحصر به فردی از منابع به‌منظور بهره‌گیری از فرصت‌ها و فرایندی است که منجر به ایجاد رضایتمندی یا تقاضای جدید می‌گردد (احمدپور داریانی، ۱۳۸۴: ۲۸).

### دانشگاه کارآفرین

طی سده اخیر، با گسترش فناوری و تحولات شگرفی که در روند زندگی انسان در جوامع مختلف ایجاد شد، دانشگاه‌ها نیز مأموریت‌های نوینی را برای خود به‌منظور کمک به توسعه جوامع تبیین کردند که از آن جمله می‌توان به توسعه

<sup>1</sup> Thompson

<sup>2</sup> N.Churcil

<sup>3</sup> F.Fry

پژوهش و پاسخ به سؤالات ذهن بشر در حیطه‌های مختلف اشاره کرد. بین مؤلفه‌های سبک رهبری مدیران با بهره‌وری کارکنان، در مجموع ارتباط معنی‌داری وجود دارد، رابطه بین ادراک کارکنان از سبک رهبری مدیران با بهره‌وری، در مجموع معنی‌دار است؛ این به آن معنی است که ادراک آنان از رفتار مدیران خود بر رفتار خود آنان اثر دارد (صحت و همکاران، ۱۳۹۱). لیکن تمرکز بر این مأموریت با واقعیت‌های موجود در هزاره سوم چندان منطبق نیست و این امر مهم، دانشگاه‌ها را بر آن داشت تا از گذار پژوهش نیز عبور کند و برای حیات خود در هزاره سوم، مأموریت ویژه‌ای را متصور شوند که آن مأموریت، کارآفرینی و خلق ثروت دانش‌بنیان است. دانشگاه‌های نسل سوم، علاوه بر این که همچنان عرصه تربیت منابع انسانی برای رفع نیازهای جوامع هستند و همچنین مهم اصلی پژوهش در عرصه‌های مختلف نیز به حساب می‌آیند ولیکن به این امور بسنده نکردند و افق‌های تازه‌ای را در حوزه کارآفرینی، تعریف حیطه‌های نوین شغلی، خلق ثروت و ... برای خود گشوده‌اند. از این مجرا دانشگاه‌های هزاره سوم، نه تنها سربار دولت‌ها برای تأمین هزینه‌های خود نیستند بلکه به عنوان یک مغز متفکر و بازوی توانمند، در کنار دولت‌ها سعی در تأمین بخشی از سرمایه جوامع دارند. در هر دوره‌ای از تاریخ، گونه‌ای از دانشگاه تجلی کرده و آرام‌آرام جای خود را در یک جابه‌جایی پارادایمی به دانشگاهی دیگر می‌دهد (هواسی و همکاران، ۱۳۹۷). در قرون وسطی که دانشگاه پاریس مدل آن محسوب می‌گردد، دانشگاه یک نهاد اسکولاستیک بود که جستجوی راستی، صداقت و کشف حقیقت جهان و آموزش رهبران آینده جامعه را هدف خود قرار داده بود. اما در دوران خردگرایی، خلق دانش به دومین هدف دانشگاه تبدیل شد و خلق دانش بر پایه پژوهش استوار گردید و دانشمندان پژوهشگر، در دانشگاه نسل دوم، بسان طبقه جدیدی از نخبان ظهور یافتند. دانشگاه همبولتی برلین، مدل دانشگاه نسل دوم است. در دانشگاه نسل دوم، استقرارگرای، راستی‌طلبی ملکوتی را به تجربه‌گرایی و تصدیق منطقی تئوری‌های ویژه و فرضیه‌ها تقلیل داد. در دانشگاه نسل سوم که نقش برجسته‌های آن هنوز در حال توسعه هستند، مأموریت سومی برای دانشگاه در فراتر از آموزش و پژوهش تعریف گردید که همانا انتقال توانمندی‌ها به جامعه است. بر اساس این تعریف، دانشگاه مجبور است که با دانشی که زایش می‌کند، برای جامعه نیز خلق ارزش کند. از این‌رو، دانشگاه نسل سوم، یک دانشگاه کارآفرین است. دانشگاه کمبریج مدل دانشگاه نسل سوم است. نخستین بار پروفیسور وایسما، استاد نوآوری و کارآفرینی در دانشگاه دلفت هلند، با تحلیل تاریخی، شکل‌گیری و دینامیسم دانشگاه‌های نسل سوم را در یک گذار پارادایمی توصیف کرد و کتاب پر مغز خود را با عنوان «به سوی دانشگاه نسل سوم» در سال ۲۰۰۹ به چاپ رساند (نبی‌پور، ۱۳۹۶).

### اهمیت و نقش توانمندسازی نیروی انسانی در سازمان‌های امروزه

توانمند کردن افراد موجب می‌شود تا مدیران سریع‌تر و بدون اتلاف منابع به اهداف خود نائل شوند. توانمندسازی باعث می‌شود کارکنان، سازمان و شغل را از خود بدانند و از کار کردن در آن به خود ببالند. بدون توانمندسازی نه سازمان‌ها و نه مدیران نمی‌توانند در درازمدت کامیاب باشند. مدیر سازمان، مهم‌ترین عامل در توانمندسازی کارکنان می‌باشند؛ زیرا مدیر به‌طور مستقیم و غیرمستقیم تمام عوامل محیط سازمانی را تحت تأثیر قرار می‌دهند. مدیر با تفویض اختیار و قدرت بیشتر به کارکنان، دادن استقلال و عمل به آنان، فراهم کردن جو مشارکتی ایجاد فرهنگ کارگروهی و با حذف شرایطی که موجب بی‌قدرتی کارکنان شده است، بستر لازم را برای توانمندی افراد فراهم می‌کند (نادری و همکاران، ۱۳۸۶).

«باون ولاولر» (۱۹۹۲) مزایای توانمندسازی کارکنان در سازمان‌های خدماتی را به شرح زیر توصیف می‌کنند:

(الف) کارکنان توانمند به نیازهای مشتریان در حین ارائه خدمات پاسخ‌های سریع و به‌موقع می‌دهند.

(ب) افراد توانا به مشتریان ناراضی در حین عودت خدمات پاسخ‌های سریع و به‌موقع می‌دهند.

(پ) کارکنان توانمند احساس بهتری نسبت به خود و شغلشان دارند.

(ت) کارکنان توانا با مشتریان به گرمی و آغوش باز ارتباط برقرار می‌کنند.

ث) کارکنان توانمند می‌توانند منبع بزرگی از اندیشه‌های خدماتی باشند (اسلامیه: ۱۳۸۸).

در دنیای کسب‌وکار امروزه هر سازمانی که نتواند سریع‌تر، ارزان‌تر، با کیفیت بالاتر از رقبای جهانی خود تولید کند از صحنه بازار حذف خواهد شد. در این میدان پرقابلیت، سازمان‌هایی می‌توانند موفق عمل کنند که از تمامی ظرفیت‌های خود بهره بگیرند. سازمان‌هایی که همچنان از استفاده از الگوهای سنتی مدیریت که مبتنی بر سیستم‌های سلسله‌مراتبی و دستوری است اصرار می‌ورزند راه به جایی نخواهند برد (قنبری، ۱۳۸۶: ۷). به واسطه تغییر محیط کسب‌وکار، مدیریت منابع انسانی (HRM) نیز لزوماً باید تغییر کند. نظر به ضرورت پاسخگویی به تغییرات، پیش‌بینی محیط، تغییرات و اتخاذ تصمیمات اثرگذار در خصوص آینده، مدیریت منابع انسانی باید تغییر کند. آینده غیرقابل پیش‌بینی است و مشکل است تعیین کنیم که چه پیش خواهد آمد. از این‌رو انعطاف‌پذیری و کسب دانش کافی در جهت پاسخگویی به این عدم قطعیت‌ها مهم است (خیراندیش، ۱۳۸۳: ۳۳). شاید در میان صاحب‌نظران، کارشناسان و دست‌اندرکاران صنعت کسی پیدا نشود که معتقد باشد انسان‌ها شالوده و بنیاد ثروت ملی هستند. سرمایه انسانی به معنای دانش، مهارت‌ها، انگیزش‌ها در سازمان است. برخلاف تصویری که سال‌ها پیش وجود داشت، تأسیسات گسترده، ماشین‌آلات زیاد و نوین، هیچ‌یک بدون داشتن نیروی انسانی کارآمد و توانا، سود چندانی برای شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی نخواهد داشت و مدیران این گونه واحدها به‌زعم هزینه بسیار، سودی اندک خواهد داشت؛ سودی که پس از گذشت مدتی، تبدیل به زیان می‌شود (بابایی، ۱۳۸۱: ۸۶).

پرنسیپ و همکاران (۲۰۲۰) به بررسی تأثیر اکوسیستم کارآفرینی منطقه‌ای و گسترش دانش در توسعه چرخه‌های موفق دانشگاه پرداخته‌اند. یافته‌ها نشان می‌دهد که زمینه‌های منطقه‌ای، بر رشد بنگاه اقتصادی فقط برای USOهای اسپانیایی تأثیر می‌گذارد، در حالی که برای USOهای ایتالیا شواهد به نظر می‌رسد که تأثیر تعیین‌کننده قابل توجهی ندارد. در این پژوهش شواهدی وجود دارد که نشان می‌دهد منطقه یک بعد زمینه‌ای مهم و یک عامل تأثیرگذار در ایجاد یک برنامه تحقیقاتی اکتشاف‌پذیرتر در مورد دانشگاه‌های کارآفرینی است. مسن و همکاران (۲۰۲۰)، به بررسی داده‌های مربوط به عوامل شخصی و زمینه‌ای دانشجویان دانشگاه در مورد اهداف کارآفرینی آنها در برخی از دانشگاه‌های ترکیه پرداخته‌اند، نتایج نشان می‌دهد که عوامل شخصی مؤثرتر از عوامل زمینه‌ساز هستند. بونکن و همکاران (۲۰۲۰)، به بررسی فضاهای همکار: توانمندسازی برای کارآفرینی و نوآوری در اقتصاد دیجیتال و اشتراکی پرداخته‌اند، رضایت بالای کار می‌تواند در سه بخش مختلف مربوط به: الف) مهارت تهیه مکان، ب) دانش مکانی و ج) مکان اجتماعی اتفاق بیفتد. یافته‌های پژوهش به چگونگی تأثیر شرکت‌های فعلی و CWS در رضایت شغلی و توانمندسازی نوآوری و عملکرد کارآفرینی کمک می‌کند (واکی و همکاران، ۲۰۱۹: ۱۹۵-۲۰۵)، در پژوهشی به بررسی نقش دانشگاه در توسعه پایدار: فعال کردن دانشمندان کارآفرینی به عنوان عوامل تغییر پرداخته است، این مطالعه به معرفی دانشگاه‌های کارآفرینی کمک می‌کند تا ابتدا با معرفی دانشگاه‌ها به عنوان محرک‌های تغییر پایدار از طریق آموزش و دسترسی، به جای فعالیت‌های تجاری‌سازی سنتی و به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه و دوم، خطرات و ارزش ایجاد فضای جداگانه‌ای برای مفاهیم جدید جهت توسعه پایدار را قبل از بازگشت این مفاهیم به محل اصلی نشان دهد (دالمارکو و همکاران، ۲۰۱۸). پژوهشی با عنوان ایجاد دانشگاه‌های کارآفرینی در یک اقتصاد نوظهور: شواهدی از برزیل انجام داده‌اند، مفهوم دانشگاه کارآفرینی با هدف ترویج انتقال دانش آکادمیک به شرکت‌ها و تقویت رشد اقتصادی و اجتماعی است. نتیجه اصلی تحقیق این است که بیشتر مبتدی‌های دانشگاهی بر پایه فناوری‌های خود کارآفرین هستند نه براساس اختراعات دانشگاه. کیفیت آموزش کارآفرینی علاوه بر ارتباط نزدیک با تحقیقات کاربردی، دانشگاهیان را ترغیب می‌کند تا برنامه‌های تجاری خود را به سرمایه‌گذاری‌های نوپا تبدیل کنند. در نتیجه، اگرچه سرمایه‌گذاری‌های جدید مبتنی بر ثبت اختراعات دانشگاهی نیست اما وقتی صحبت از تحولات اجتماعی و اقتصادی می‌شود، نقش فعال و پویا ایفا می‌کنند.

توسین و همکاران (۲۰۱۸)، پژوهشی با عنوان نقشه‌راه به دانشگاه کارآفرینی (مطالعه موردی) انجام داده‌اند، مطالعه موردی دانشگاه با توجه به تجزیه و تحلیل نتایج نظرسنجی در نظر گرفته شده است. همچنین، پیشنهادی برای یک نقشه‌راه نیز ارائه شده است که روش تبدیل شدن به یک دانشگاه کارآفرینی را نشان می‌دهد. آریانا و همکاران (۲۰۱۷)، به بررسی تعیین‌کننده‌های نهادی کارآفرینان کارفرمای دانشجویی در دانشگاه‌های کاتالونیا پرداخته‌اند، یافته‌های اصلی نشان می‌دهد که عوامل رسمی (برانگیخته‌نشده) انگیزه در دانشگاه برای ایجاد مشاغل جدید، دانش کارآفرینی، آموزش و مهارت و آموزش کارآفرینی) با کارآفرینان دانشجویی نسبت به مؤسسات غیر رسمی (الگوهای نقش، الگوهای اجتماعی کارآفرین و ترس از شکست) ارتباط دارد. با وجود این به نظر نمی‌رسد چهره اجتماعی کارآفرین تأثیری در تصمیم کارآفرینی دانشجویان داشته باشد، سایر متغیرهای مورد بررسی از نظر آماری دارای اهمیت هستند و با کارآفرینی به عنوان یک انتخاب مرتبط هستند. گور و همکاران (۲۰۱۷)، در پژوهشی به ارزیابی انتقادی از شاخص‌های دانشگاه‌های کارآفرینانه و نوآورانه در ترکیه: (جهت‌گیری آینده) پرداخته‌اند، با توجه به دیدگاه‌های موجود در مؤسسات آموزش عالی ارزیابی شده است و حوزه‌هایی برای پیشرفت مورد بحث قرار گرفته است، علاوه بر این، ارزیابی استاندارد دانشگاه‌ها با روش رتبه‌بندی و با ارائه یک چارچوب مفهومی مبتنی بر پویایی غیرخطی تفکر سیستم‌ها استدلال شده و در نتیجه، جهت‌های بعدی در زمینه تحقیق، سیاست و مدیریت دانشگاه ارائه شده است و این نظریه را ارائه داده است که اکوسیستم دانشگاه کارآفرینی نیاز به یک رویکرد نوآورانه در همه ابعاد دارد. (اکتوویتس (۲۰۱۷)، به نوآوری راهنما: دانشگاه کارآفرینی در یک دانش پایه‌ای و راهنما پرداخته است دانشگاه‌های MIT و استفورد داده‌های تجربی را برای برون‌یابی از یک مدل توسعه منطقه‌ای مبتنی بر دانش ارائه می‌دهند که به‌طور فزاینده‌ای در ایالات متحده و جهان گسترش یافته است؛ لذا، مفاهیم اجتماعی دیالکتیکی بین سرمایه‌گذاری دانش و سرمایه‌گذاری بررسی شده است.

پژوهشگران بر نقش شایستگی‌های کارآفرینانه در بروز رفتار کارآفرینانه و آغاز یک کسب‌وکار تأکید دارند و شایستگی‌های کارآفرینانه را جزء مهمی از فرایند رویداد کارآفرینی می‌دانند (حسینی و همکاران، ۱۳۹۸). اهمیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه به‌عنوان یکی از عناصر حیاتی رفتار کارآفرینانه و همچنین یکی از مفاهیم محوری تعریف کارآفرینی، در بسیاری از تحقیقات حوزه کارآفرینی ذکر شده است و از آن به‌عنوان قلب کارآفرینی نام می‌برند (جمایران و همکاران، ۱۳۹۶).

## روش پژوهش

این پژوهش از نظر نتیجه، جزو تحقیقات توسعه‌ای قلمداد می‌گردد؛ زیرا به دنبال طراحی مدل تحلیل تفسیری-ساختاری توانمندسازی براساس ابعاد دانشگاه کارآفرین می‌باشد. از لحاظ هدف انجام، این تحقیق جزء تحقیقات کاربردی است. در واقع رویکرد پژوهشی این مطالعه به لحاظ منطق گردآوری داده‌ها از نوع استقرا-قیاسی است؛ بدین منظور ابتدا با بررسی مبانی نظری و تئوریک تحقیق مولفه‌های اصلی و فرعی و شاخص‌های مؤثر بر توانمندی شناسایی و در قالب چک‌لیست امتیازی تهیه و تدوین گردید و بر مبنای رویکرد قیاسی تلاش شد از طریق روش تحلیل محتوا شاخص‌ها و مؤلفه‌های تحقیق تأیید گردید، سپس براساس روش مدل‌سازی ساختاری-تفسیری عوامل مؤثر طراحی گردید. در این پژوهش از روش قیاسی برای تحلیل محتوای پرسش‌های با پاسخ باز و مصاحبه‌های ساختار یافته تکمیلی استفاده شده است. ابزار گردآوری اطلاعات در بخش کیفی، براساس روش ارزیابی انتقادی و بررسی مقالات و تحقیقات مشابه بود که با استفاده از امتیازبندی مولفه‌ها و علل کارآفرینی، توانمندسازی از طریق چک لیست امتیازی طراحی شده و روش تحلیل محتوا انجام پذیرفت. برای این کار طبق هماهنگی‌های قبلی، چک لیست‌های امتیازی طراحی شده، در اختیار اعضای پانل (خبرگان) شامل ۱۵ نفر از خبرگان دانشگاهی به دلیل تسلط بر مبحث کارآفرینی و کارآفرینی دانشگاهی قرار داده شد. در بخش کمی تحقیق پس از تأیید مؤلفه‌های تحقیق در بخش کیفی، از طریق پرسش‌نامه محقق ساخته، تأثیر شاخص‌های تأیید شد، مؤلفه‌های فرعی شناسایی شده بر توانمندی، بررسی و آزمون شد. جامعه آماری این پژوهش

در مرحله کیفی خبرگان حوزه سیاستگذاران، مدیران، محققان و خبرگان فعال در زمینه توانمندسازی و کارآفرینی دانشگاه فنی و حرفه‌ای تشکیل می‌دهد. در این پژوهش از روش‌های نمونه‌گیری قضاوتی هدفمند استفاده شده است. پس از تعیین متغیرهای تحقیق، واحدهای تحلیل محتوا (مضمون، مقوله و نشانگرها) مشخص شد. بدین ترتیب، در این پژوهش ۱۶ مقوله اصلی تعریف شده است. با توجه به سؤالات مطرح شده، مضمون‌ها و مقوله‌های تعریف شده، پاسخ‌های هر یک از پاسخگویان در زیرمجموعه یکی از مقولات قرار گرفت و در نهایت پس از جمع‌بندی پاسخ‌های مربوط به هر یک از خبرگان، گزینه‌های مربوط به کارآفرینی اجتماعی، تعیین شد. به همین ترتیب، سایر پاسخ‌های باز و پاسخ‌های به‌دست آمده از مصاحبه‌های تکمیلی، مقوله‌بندی و تحلیل شدند و در نهایت مجموع پاسخ‌های تحلیل شده، برای تعیین عوامل مورد استفاده قرار گرفتند. در جدول ۱، مضمون‌ها، مقولات و نشانگرهای آن، ارائه شده است. لازم به توضیح است در جدول، تنها به نشانگرهایی اشاره شده است که بیش‌ترین فراوانی و تکرار را داشته و از اهمیت بیشتری در شناسایی مقوله‌های تحقیق برخوردار بوده‌اند. در عمل، محقق نشانگرهای بیشتری را برای شناسایی محتوای پاسخ‌های پاسخگویان به کار برده است.

### جدول ۱. مفاهیم اصلی و مقوله‌های فرعی

مفاهیم اصلی	مقوله‌های فرعی
<ul style="list-style-type: none"> <li>- دانشجویان به‌وسیله احساس تحریک می‌شوند.</li> <li>- دانشجویان می‌توانند یک تجربه منطقی داشته باشند.</li> <li>- برانگیخته شدن احساسات و به دنبال آن تجربه ادراکی.</li> <li>- تلاش برای توسعه ارزش‌های رفتاری، عاطفی و شناختی.</li> <li>- پیوند بین ویژگی‌های فردی و اجتماعی.</li> <li>- تجربه ارزشمند دانشجویان.</li> </ul>	توسعه ارزش‌های کارآفرینی
<ul style="list-style-type: none"> <li>- افزایش بصیرت دانشجویان به دلیل ارتباط با استادان</li> <li>- آموزش‌های دانشجویان و آگاهی آنها از ارتباط با استادان</li> <li>- داشتن برنامه آموزشی</li> <li>- وظیفه شناسی در مقابل دانشجویان</li> <li>- آگاهی استادان و پرسنل دانشگاه از مسؤلیت‌های دوطرفه با دانشجویان</li> <li>- اصلاح ارتباطات داخلی برای خدمات‌دهی بیشتر به دانشجویان.</li> </ul>	ذهن‌گرایی خلاق
<ul style="list-style-type: none"> <li>- فعال کردن دانشجویان</li> <li>- فراهم کردن ارزش‌های اضافی برای دانشجویان</li> <li>- ایجاد رابطه مؤثر با دانشجویان</li> <li>- رابطه عمیق با دانشجویان کارآفرین</li> <li>- راهبرد قوی جهت حفظ دانشجویان کارآفرین</li> <li>- تداوم ارائه خدمات دانشگاهی به کارآفرینان</li> <li>- فرهنگ کارآفرین‌گرایی در دانشگاه</li> </ul>	فرهنگ کارآفرینی
<ul style="list-style-type: none"> <li>- توانایی دوراندیشی دانشجویان</li> <li>- شناخت ذهنی دانشجویان</li> <li>- تداعی توانمندسازی</li> <li>- پویایی ذهن دانشجویان</li> <li>- حساسیت دانشجویان در درک واقعیت‌ها</li> <li>- نگاه دوراندیشی و بلندمدت دانشجویان</li> </ul>	توسعه ذهنی دانشجویان
<ul style="list-style-type: none"> <li>- آموزش دانشجویان در زمینه‌های تخصص نقش مشاوره برای دانشجویان</li> <li>- ایجاد باشگاه دانشجویان</li> <li>- اطلاع‌رسانی و فرهنگ‌سازی آگاهی دانشجویان از مسؤلیت‌ها و قوانین</li> </ul>	توانمندسازی دانشجویان



- آگاهی دانشجویان از اهداف سازمانی و خدمت‌رسانی	
- دانش و تجربه صنعتی	
- دانشجویان دانشی	قابلیت‌های دانشجویان
- وضعیت ساختاری دانشگاه‌ها	
- تجهیزات نرم‌افزاری و سخت‌افزاری	
- افزایش رقابت در بین دانشجویان	
- تمایز میان دانشجویان به لحاظ نیازها	
- انتظار دانشجویان از ارائه‌دهنده امکانات	
- شناخت روحیات، رفتار و عواطف دانشجویان	
- تعامل با دانشجویان و ارتباط با وی و توسعه این ارتباطات	
- پاسخگویی به نیازهای دانشجویان	درک و انتظارات
- فهم و درک دانشجویان از امکانات تحصیلی و رفاهی که دانشگاه به آنها ارائه می‌کند.	دانشجویان از امکانات
- درک بینش دانشجویان	دانشگاه
- نگرش عمیق دانشجویان درباره هزینه‌ای که پرداخت می‌کند.	
- شناخت تصاویر ذهنی دانشجویان نسبت به امکانات دانشگاه.	
- ایجاد رضایتمندی دانشجویان	
- اهمیت دادن و احترام به دانشجویان به لحاظ وقت و هزینه	
- ارائه امکانات بهتر با هزینه کمتر به دانشجویان	
- ایجاد تجربه‌ای متمایز برای دانشجویان	ارزش‌آفرینی چندگانه برای
- ایجاد ارزش اضافی برای دانشجویان	دانشجویان
- ویژه‌سازی امکانات	
- پاسخگویی سریع و به‌موقع به دانشجویان	
- ارتباط با دانشجویان	
- رابطه، دیدگاه و نگرش مثبت دانشجویان	تعاملات سازنده
- پذیرش دانشجو	
- رضایتمندی از کیفیت امکانات دانشگاه	
- دفاع از کارکردهای دانشگاه	
- حساسیت دانشجو به روش تدریس	حمایت‌گرایی
- افزایش اعتماد و اطمینان به دانشجو	
- بهبود عملکرد آموزشی	
- بهبود سرمایه‌گذاری در بخش بازار کار	ایجاد سودآوری
- کاهش نیروهای مازاد و غیرفعال	
- تشکیل باشگاه دانشجویان	
- ایجاد زنجیره ارزش با دانشجویان	بهبود قابلیت‌های ارتباطی
- حفظ و گسترش روابط بلندمدت با دانشجویان	با دانشجویان
- صرفه‌جویی در زمان	
- طراحی یک برنامه سودآوری برای آینده	افزایش قدرت پیش‌بینی
- طراحی برنامه بلندمدت و هدفمند	در آینده
- ایجاد استاندارد	
- ارائه امکانات یکپارچه به دانشجویان	ارتقای کیفیت امکانات
- امکانات جدید و باکیفیت	آموزشی
- تداوم کیفیت و دقت در ارائه امکانات به دانشجویان	
- رفع نیازهای عمومی	
- اعتماد عمومی نسبت به ارتقا	پیشرفت کاری

- 
- ایجاد یک فرایند مبتنی بر ارزش در سطح دانشگاه
  - سرمایه‌گذاری در دانشگاه
  - ایجاد سرمایه اقتصادی و اجتماعی
  - ایجاد درآمد برای استادان
  - تغییرات مثبت در حوزه‌های اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی دانشگاه
- 

به منظور تأیید روایی پرسش‌نامه‌های محقق‌ساخته، از روش روایی محتوای (CVR) استفاده گردید که بر این اساس از ۱۵ نفر از اعضای پانل خواسته شد، براساس جدول ۱، امتیاز لازم به هر مؤلفه داده شود. نتیجه به‌دست آمده مشخص کرد با توجه به اینکه مقدار CVR مقیاس بزرگ‌تری از ۰/۴۹ است، اعتبار محتوایی مؤلفه‌های تحقیق تأیید گردید.

$$CVR = \frac{n_E - \frac{N}{2}}{\frac{N}{2}}$$

فرمول ۱. روش روایی محتوایی

در این رابطه  $n_E$  تعداد متخصصانی است که به گزینه ضروری پاسخ داده‌اند و  $N$  تعداد کل متخصصان است. اگر مقدار محاسبه‌شده از مقدار جدول، بزرگ‌تر باشد اعتبار محتوای آن آیت‌م پذیرفته می‌شود. به‌منظور تعیین پایایی پرسشنامه‌ها، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که مقدار ضریب کرونباخ ۰/۷۵۹ می‌باشد که بالاتر از ۰/۷ است.

### یافته‌های پژوهش

این پژوهش شامل ۱۶ معیار می‌باشد که در جدول ۲ معرفی شده‌اند.

جدول ۲. معیارهای مؤثر توانمندی دانشگاه مبتنی بر دانشگاه کارآفرین

کد	معیار
C1	توسعه ارزش‌های کارآفرینی
C2	ذهن‌گرایی خلاق
C3	فرهنگ کارآفرینی
C4	توسعه ذهنی دانشجویان
C5	توانمندسازی دانشجویان
C6	قابلیت‌های دانشجویان
C7	درک و انتظارات دانشجویان از امکانات دانشگاه
C8	ارزش‌آفرینی چندگانه برای دانشجویان
C9	تعاملات سازنده
C10	حمایت‌گرایی
C11	ایجاد سودآوری
C12	بهبود قابلیت‌های ارتباطی با دانشجویان
C13	افزایش قدرت پیش‌بینی در آینده
C14	ارتقای کیفیت امکانات آموزشی
C15	پیشرفت کاری
C16	ایجاد سرمایه اقتصادی و اجتماعی

## نتایج روش ISM

در گام اول ماتریس خودتعاملی ساختاری پژوهش را با استفاده از نظر پاسخ‌دهندگان تشکیل می‌دهیم که در جدول ۳ آورده شده است. در این گام، خبرگان معیارها را به صورت زوجی با یکدیگر در نظر می‌گیرند و بر اساس زیر به مقایسات زوجی، پاسخ می‌دهند؛ یعنی در هر مقایسه، دو معیار از حروف V, A, X, O را بر اساس تعاریف زیر استفاده می‌کنند.

V: عامل سطر A باعث محقق شدن عامل ستون Z می‌شود.

A: عامل ستون Z باعث محقق شدن عامل سطر A می‌شود.

X: هر دو عامل سطر و ستون باعث محقق شدن یکدیگر می‌شوند (عامل A و Z رابطه دوطرفه دارند).

O: بین عامل سطر و ستون، هیچ ارتباطی وجود ندارد.

در گام دوم باید ماتریس دستیابی اولیه را با تبدیل ماتریس خودتعاملی ساختاری به اعداد صفر و یک (دو ارزشی) تشکیل داد.

در گام سوم باید ماتریس دستیابی اولیه را سازگار کرد. این سازگاری با استفاده از روابط ثانویه که ممکن است وجود نداشته باشند به ماتریس دستیابی اولیه افزوده می‌شوند. در جدول ۵ سلول‌های که با \* 1 نشان داده شد روابطی هستند که در ماتریس سازگار شده ایجاد شده‌اند.

جدول ۳. ماتریس خودتعاملی ساختاری

	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	C 14	C 15	C 16
C1	-	x	x	x	v	v	v	V	v	o	o	o	o	o	o	O
C2	x	-	x	x	v	v	v	O	o	o	o	o	o	o	o	O
C3	x	x	-	x	v	v	v	O	o	v	v	v	v	v	o	O
C4	x	x	x	-	x	v	o	O	o	o	o	o	o	o	v	V
C5	o	o	o	x	-	v	x	X	x	x	x	x	o	o	o	O
C6	o	o	o	o	o	-	x	X	x	x	x	x	o	o	v	V
C7	o	o	o	o	x	x	-	X	x	x	x	x	o	o	v	V
C8	o	o	o	o	x	x	x	-	x	x	x	x	o	o	v	V
C9	o	o	o	o	x	x	x	X	-	x	x	x	o	o	o	O
C10	o	o	o	o	x	x	x	X	x	-	x	x	o	o	o	O
C11	o	o	o	o	x	x	x	X	x	x	-	x	o	o	o	O
C12	o	o	o	o	x	x	x	X	x	x	x	-	o	o	o	O
C13	o	o	o	o	o	o	o	O	o	o	o	o	-	x	x	X
C14	o	o	o	o	o	o	o	O	o	o	o	o	x	-	x	X
C15	o	o	o	o	o	o	o	O	o	o	o	o	x	x	-	X
C16	o	o	o	o	o	o	o	O	o	o	o	o	x	x	x	-

جدول ۴. ماتریس دستیابی اولیه

	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	C 14	C 15	C 16
C1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0
C2	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C3	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	0
C4	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
C5	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0
C6	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1
C7	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1
C8	0	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1
C9	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0	0
C10	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0
C11	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0
C12	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0
C13	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1
C14	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1
C15	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1
C16	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0

جدول ۵. ماتریس دستیابی اولیه سازگار شده

	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	C 14	C 15	C 16	قابلیت نفوذ
C1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1*	1*	1*	1*	1*	1*	1*	16
C2	1	1	1	1	1	1	1	1*	1*	1*	1*	1*	1*	1*	1*	1*	16
C3	1	1	1	1	1	1	1	1*	1*	1	1	1	1	1	1*	1*	16
C4	1	1	1	1	1	1	1*	1*	1*	1*	1*	1*	1*	1*	1	1	16
C5	1*	1*	1*	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1*	1*	14
C6	0	0	0	0	1*	1	1	1	1	1	1	1	1*	1*	1	1	12
C7	0	0	0	1*	1	1	1	1	1	1	1	1	1*	1*	1	1	13
C8	0	0	0	1*	1	1	1	1	1	1	1	1	1*	1*	1	1	13
C9	0	0	0	1*	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1*	1*	11
C10	0	0	0	1*	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1*	1*	11
C11	0	0	0	1*	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1*	1*	11
C12	0	0	0	1*	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1*	1*	11
C13	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	4
C14	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	4
C15	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	4
C16	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	4
میزن ویسنگی	5	5	5	11	12	12	12	12	12	12	12	12	11	11	16	16	

در گام چهارم باید بر اساس ماتریس دستیابی سازگار شده سطوح هر متغیر را به دست آورد. مجموع متغیرهای ورودی و خروجی و اشتراک را محاسبه می‌کنیم. در هر تکرار اگر متغیر خروجی با متغیر اشتراک برابر بود آن تکرار سطح نامی باشد. سپس در تکرار بعد سطر و ستون آن متغیر از ماتریس حذف می‌شود و دوباره محاسبات صورت می‌گیرد. نتایج در جدول ۶ آورده شده است.

جدول ۶. معیارهای سطح ۱

نام معیار	خروجی	ورودی	اشتراک	سطح
C1	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12C13C14C15C16	C1C2C3C4C5	C1C2C3C4C5	
C2	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12C13C14C15C16	C1C2C3C4C5	C1C2C3C4C5	
C3	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12C13C14C15C16	C1C2C3C4C5	C1C2C3C4C5	
C4	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12C13C14C15C16	C1C2C3C4C5C7C8C9C10C11C12	C1C2C3C4C5C7C8C9C10C11C12	
C5	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12C13C14C15C16	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12	
C6	C5C6C7C8C9C10C11C12C13C14C15C16	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12	C5C6C7C8C9C10C11C12	
C7	C4C5C6C7C8C9C10C11C12C13C14C15C16	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12	C4C5C6C7C8C9C10C11C12	
C8	C4C5C6C7C8C9C10C11C12C13C14C15C16	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12	C4C5C6C7C8C9C10C11C12	
C9	C4C5C6C7C8C9C10C11C12C15C16	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12	C4C5C6C7C8C9C10C11C12	
C10	C4C5C6C7C8C9C10C11C12C15C16	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12	C4C5C6C7C8C9C10C11C12	
C11	C4C5C6C7C8C9C10C11C12C15C16	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12	C4C5C6C7C8C9C10C11C12	
C12	C4C5C6C7C8C9C10C11C12C15C16	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12	C4C5C6C7C8C9C10C11C12	
C13	C13C14C15C16	C1C2C3C4C6C7C8C13C14C15C16	C13C14C15C16	1
C14	C13C14C15C16	C1C2C3C4C6C7C8C13C14C15C16	C13C14C15C16	1
C15	C13C14C15C16	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12C13C14C15C16	C13C14C15C16	1
C16	C13C14C15C16	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12C13C14C15C16	C13C14C15C16	1

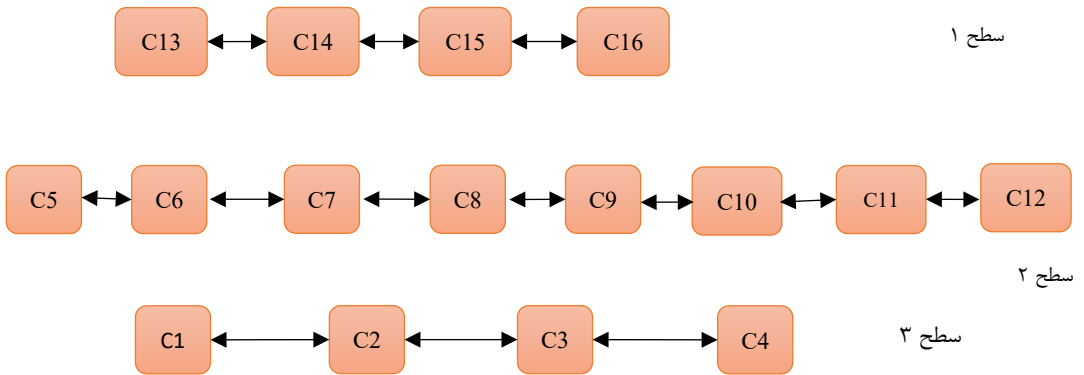
جدول ۷. معیارهای سطح ۲

نام معیار	خروجی	ورودی	اشتراک	سطح
C1	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12	C1C2C3C4C5	C1C2C3C4C5	
C2	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12	C1C2C3C4C5	C1C2C3C4C5	
C3	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12	C1C2C3C4C5	C1C2C3C4C5	
C4	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12	C1C2C3C4C5C7C8C9C10C11C12	C1C2C3C4C5C7C8C9C10C11C12	
C5	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12	2
C6	C5C6C7C8C9C10C11C12	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12	C5C6C7C8C9C10C11C12	2
C7	C4C5C6C7C8C9C10C11C12	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12	C4C5C6C7C8C9C10C11C12	2
C8	C4C5C6C7C8C9C10C11C12	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12	C4C5C6C7C8C9C10C11C12	2
C9	C4C5C6C7C8C9C10C11C12	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12	C4C5C6C7C8C9C10C11C12	2
C10	C4C5C6C7C8C9C10C11C12	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12	C4C5C6C7C8C9C10C11C12	2
C11	C4C5C6C7C8C9C10C11C12	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12	C4C5C6C7C8C9C10C11C12	2
C12	C4C5C6C7C8C9C10C11C12	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12	C4C5C6C7C8C9C10C11C12	2

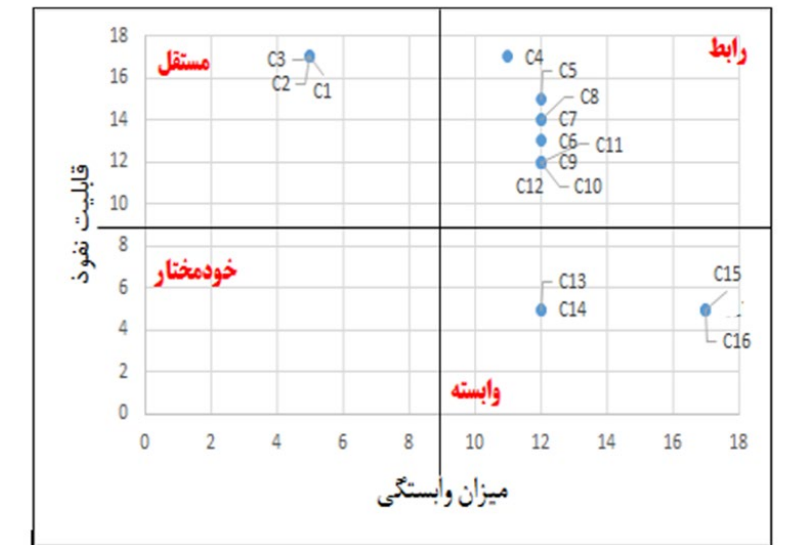
جدول ۸. معیارهای سطح ۳

نام معیار	خروجی	ورودی	اشتراک	سطح
C1	C1C2C3C4	C1C2C3C4	C1C2C3C4	3
C2	C1C2C3C4	C1C2C3C4	C1C2C3C4	3
C3	C1C2C3C4	C1C2C3C4	C1C2C3C4	3
C4	C1C2C3C4	C1C2C3C4	C1C2C3C4	3

در گام پنجم با استفاده از سطوح به دست آمده از معیارها، شبکه تعاملات ISM رسم می‌شود. اگر بین دو متغیر i و j رابطه باشد آن را به وسیله یک پیکان جهت‌دار نشان می‌دهیم. دیاگرام نهایی ایجاد شده که با حذف حالت‌های تعدی و نیز با استفاده از بخش‌بندی سطوح به دست آمده است در نمودار ۱ نشان داده شده است.



شکل ۱. مدل پژوهش ISM



شکل ۲. ماتریس قدرت نفوذ - وابستگی

همچنین مدل پژوهش را می‌توان از لحاظ قدرت نفوذ و وابستگی به صورت شکل ۲ نشان داد. بر این اساس معیارهای توسعه ذهنی دانشجویان (C4)، توانمندسازی دانشجویان (C5)، قابلیت‌های دانشجویان (C6)، درک و انتظارات دانشجویان از امکانات دانشگاه (C7)، ارزش‌آفرینی چندگانه برای دانشجویان (C8)، تعاملات سازنده (C9)، حمایت‌گرایی (C10)، ایجاد سودآوری (C11) و بهبود قابلیت‌های ارتباطی با دانشجویان (C12) متغیرهای رابط هستند. این متغیرها از وابستگی بالا و قدرت هدایت بالا برخوردارند؛ به عبارتی، تأثیرگذاری و تأثیرپذیری این معیارها بسیار بالاست و هر تغییر کوچکی بر روی این متغیرها باعث تغییرات اساسی در سیستم می‌شود. معیارهای توسعه ارزش‌های کارآفرینی (C1)، ذهن‌گرایی خلاق (C2) و فرهنگ کارآفرینی (C3) مستقل هستند. این متغیرها دارای وابستگی کم و هدایت بالا می‌باشند؛ به عبارتی، تأثیرگذاری بالا و تأثیرپذیری کم از ویژگی‌های این متغیرها است. معیارهای افزایش قدرت پیش‌بینی در آینده (C13)، ارتقای کیفیت امکانات آموزشی (C14)، پیشرفت کاری (C15) و ایجاد سرمایه اقتصادی و اجتماعی (C16) نیز از معیارهای وابسته هستند. این متغیر دارای وابستگی قوی و هدایت ضعیف است و اصولاً تأثیرپذیری بالا و تأثیرگذاری کمی روی سیستم دارد.

### بحث و نتیجه‌گیری

سازمان‌ها امروزه در محیطی کاملاً رقابتی که همراه با تحولات شگفت‌انگیز است باید اداره شوند. توانمندسازی، فرایند قدرت بخشیدن به افراد است. در این فرایند، به افراد کمک می‌کنیم تا بر احساس ناتوانی و درماندگی خویش چیره شوند، تواناسازی در این معنی به بسیج انگیزه‌های درونی افراد منجر می‌شود. اکنون اغلب کشورهای درحال توسعه، با توجه به تمامی مشکلات سرمایه‌گذاری در بخش نیروی انسانی، پی برده‌اند که علت عقب‌ماندگی این کشورها تنها کمبود سرمایه فیزیکی نیست بلکه کمبود سرمایه‌های انسانی مانند مهارت‌های فنی و حرفه‌ای و همچنین توجه ناکافی به رشد مداوم نیروهای شاغل مانع بزرگی است که بر سر راه صنعتی شدن و توسعه یافتن این کشورها کار دارد؛ زیرا کمبود یا ضعف نیروهای انسانی منجر به کاهش ظرفیت‌های تولیدی اقتصاد می‌شود و در نتیجه اقتصاد قادر نخواهد بود از سرمایه‌های فیزیکی موجود، استفاده کامل و مناسبی ببرد. به این دلیل به عقیده بسیاری از اقتصاددانان، تمرکز و تقویت بنیه سرمایه‌های انسان، عامل مهم‌تری از تمرکز سرمایه‌های مادی و فیزیکی در جریان توسعه اقتصادی کشورهای در حال توسعه است. در حقیقت، بدون اصلاح و بهبود کیفیت نیروی انسانی، پیشرفت اقتصادی و اجتماعی ناممکن است. فرهنگ، عنصری پیچیده است. عده‌ای فرهنگ سازمان را اساس شکل‌گیری توانمندسازی می‌دانند. سازمان‌هایی موفق به اجرای فرایند توانمندسازی می‌شوند که دارای اصول ارزشی تعریف‌شده (ارزش‌ها تقویت‌کننده فعالیت‌ها هستند) باشند. مدیرانی که از ارتباط میان توانمندسازی با فرهنگ سازمانی آگاهی دارند قادرند کارکنان خود را تشویق به توانمندسازی کنند. فرهنگ توانمندسازی از کارکنان رده پایین و عملیاتی سازمان آغاز و به صورت گام‌به‌گام تا مدیریت عالی سازمان ختم می‌شود. توانمندی کارکنان هیچ‌گاه مترادف با ناتوانی مدیریت نیست بلکه کارکنان توانمند قادرند از دو عامل زمان و انرژی به نحو مؤثر استفاده کنند. هدف پژوهش حاضر، تبیین شاخص‌های توانمندسازی دانشگاه فنی و حرفه‌ای مبتنی بر ویژگی‌های دانشگاه کارآفرین می‌باشد. محققان در قالب ۱۵۲ مفهوم و ۱۶ مقوله را با استفاده از پارادایم استراوس و کوربین دسته‌بندی کردند و با مصاحبه‌ها و تحلیل داده‌ها، درک عمیق‌تری در رابطه با موضوعات مطرح‌شده به‌دست آوردند. سپس بین مقوله‌ها و ویژگی‌های شناخته‌شده در مرحله اول کدگذاری باز، حرکت رفت و برگشتی انجام شد. مصاحبه‌ها تا جایی ادامه یافت که مقوله‌ها به حد اشباع تئوریک رسیدند. نتایج حاصل از تحلیل مصاحبه‌های انجام شده نشان می‌دهد که عوامل تجربی زیادی بر فرایند توانمندسازی دانشگاه فنی و حرفه‌ای مبتنی بر ویژگی‌های کارآفرینی، تأثیرگذار هستند؛ به طوری که نقش دانشجویان و وظایف کارکردی آنها را یک عامل بسیار تأثیرگذار برای توانمندسازی دانشگاه فنی و حرفه‌ای می‌دانند. مصاحبه‌شوندگان بارها در مصاحبه‌ها به عامل‌های فضا و تجهیزات ارائه‌شده توسط دانشگاه، پاسخگویی و همراهی و همدلی دانشگاه با دانشجویان، در دسترس بودن آنها و صبر و متانت و تلاش

دانشگاه در راستای خدمت‌رسانی به دانشجویان تأکید می‌کردند. مصاحبه‌شوندگان معتقد بودند که دانشگاه باید با ورود دانشجو به دانشگاه از وی استقبال کند و تا لحظه اتمام تحصیل و حتی پس از آن در راستای کمک به دانشجو بکوشند. محیط و فضای مناسب برای مطالعه و بحث و تبادل نظر بین دانشجویان و استادان، روابط عمومی خوب و همچنین رعایت نظم و انضباط تلاش کنند تا تصویر مناسبی در ذهن دانشجویان برای تحصیل در دانشگاه فراهم شود. اکبری و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی به شناسایی ۲۰ مؤلفه در پنج مقوله اصلی یک استراتژی و مدیریت دو ساختار و فرایند، سه فرهنگ، چهار سیستم آموزشی و پنج شبکه تعاملات به عنوان مؤلفه‌ها و مقوله‌های اصلی شکل‌گیری یک دانشگاه کارآفرین است. زارعی متین (۱۳۹۵) در پژوهشی بیان کردند که یکی از مأموریت‌ها و اهداف مهمی که باید در دانشگاه، تقویت و نهادینه شود و خود را در ساختار شیوه مدیریت و چگونگی انجام پژوهش‌ها و آموزش‌ها به‌طور کلی فرهنگ سازمانی در دانشگاه متبلور سازد کارآفرینی است. رضایی و همکاران (۱۳۹۸) هفت عامل را به عنوان پتانسیل (درونی و بیرونی) و هفده عامل را به عنوان عوامل بازدارنده (درونی و بیرونی)، فراروی دانشگاه رازی در راستای تبدیل شدن به دانشگاه کارآفرین در پژوهش استخراج کردند. امین بیدختی و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی بیان کردند که هفت عامل (رهبری، ساختار، فرهنگ سازمانی کارآفرینانه، منابع مالی، انسانی و زیربنایی، آموزش کارآفرینانه، حمایت از کارآفرینی و تجاری‌سازی، همکاری و مشارکت داخلی، ملی و بین‌المللی، نظام ارزیابی کیفیت عوامل محیطی یا زمین‌های) برای تضمین کیفیت دانشگاه کارآفرین باید مورد توجه قرار بگیرد. خسروی‌پور و همکار (۱۳۹۷) در پژوهشی بیان کردند که کارآفرینی یک راهکار ویژه برای رشد اقتصادی است. بیکاری دانش‌آموختگان دانشگاهی، معضل حادثی برای بسیاری از کشورها می‌باشد حل این مشکلات مستلزم برنامه‌ریزی و به‌کارگیری برنامه‌های خاص است اجرای برنامه‌های کارآفرینی از جمله این راهکار می‌باشد. توسعه کارآفرینی در دانشگاه و ایجاد اشتغال و درآمدزایی برای دانش‌آموختگان دانشگاهی می‌تواند راهگشای این معضل باشد. موسوی و همکاران (۱۳۹۶) ابعاد شش‌گانه شرایط علی (تهدد و گرایش مدیریت و رهبری به کارآفرینی، بین‌المللی شدن، زمینه‌های (انعطاف‌پذیری قوانین و مقررات و حمایت مالی و سرمایه‌گذاری کارآفرینانه)، مداخله‌گر (پیمان متعهدانه دانشگاه و صنعت، حمایت‌های فراسازمانی)، راهبردها (برنامه درسی با رویکرد کارآفرینی، آموزش‌های رسمی و غیررسمی کارآفرینی، هماهنگی کربودهای کارآفرینی) و پیامدها (بهبود و تضمین کیفیت، توسعه اجتماعی و اقتصادی و رضایتمندی دانشجویان) ارائه دادند. نیاز آذری و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی بیان کردند دانشگاه کارآفرین و تکنیک‌های آینده‌نگاری بر نظام آموزش ایران، تأثیر معناداری دارد. دانشگاه کارآفرین بر تولید علم در نظام آموزشی ایران، تأثیر معناداری دارد. سعدی و همکاران (۱۳۹۶)، در پژوهش خود بیان کردند که دانشگاه‌های غرب کشور از نظر تأمین شرایط نرم‌افزاری و سخت‌افزاری برای کارآفرین شدن، در حد مطلوبی نیستند و برای حرکت به سمت دانشگاه کارآفرین باید تغییرات اساسی در ابعاد نرم‌افزاری و سخت‌افزاری خود ایجاد کنند. پرنسیب و همکاران (۲۰۲۰)، در پژوهش خود بیان کردند که منطقه، یک بُعد زمینه‌ای مهم و عاملی تأثیرگذار در ایجاد یک برنامه تحقیقاتی اکتشاف‌پذیرتر در مورد دانشگاه‌های کارآفرینی است. سسن و همکاران (۲۰۲۰) عوامل شخصی را مؤثرتر از عوامل زمینه‌ساز دانستند. بونکن و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهش خود بیان کردند که رضایت شغلی و توانمندسازی نوآوری و عملکرد کارآفرینی می‌تواند به توانمندی دانشگاه کمک کند. کالو و همکاران (۲۰۱۹)، در پژوهش خود بیان کردند که استفاده از زیرساخت‌های گروه‌بندی داده‌ها، اقدامات مختلف را برای نتایج کارآفرینی دانشگاه‌ها بهبود می‌بخشد. به‌طور غیرمنتظره، ابزارهای نهادی برای کار مشترک و داده به‌طور قابل توجهی، تعداد اختراعات ثبت شده را کاهش می‌دهد. باریو لونگو و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهش خود بیان کردند که چهار عنصر تنظیمات ساختاری دانشگاه‌ها (هسته فرمان، فناوری اداری، اتصال داخلی و تمرکز دانشگاهی) در مدل‌های مختلف دانشگاه متمرکز است: دانشگاه کارآفرینی و الگوی دانشگاه درگیر (منطقه‌ای). سنتوبلی و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهش خود بیان کردند که محیط سازمانی داخلی، محیط بیرونی، اکتشاف، بهره‌برداری دانشگاه، کمبود و عملکرد دانشگاه کارآفرینی، زمینه‌های بالقوه تحقیق در زمینه هدایت تحقیقات تجربی در آینده و توسعه بیشتر بدنه دانش در زمینه دانشگاه‌های کارآفرینی را تشکیل می‌دهد. سوتانتو و



همکاران (۲۰۱۹) در پژوهش خود بیان کردند که عواملی از قبیل گرایش به تحقیق، جهت‌گیری کارآفرینی در بازار، فرایند پویایی را برای حفظ نزدیکی به دانشگاه ایجاد می‌کنند. با این حال، فرایند چرخشی شدن، باعث کاهش بازده عملکرد می‌شود؛ زیرا فعالیت‌های تجاری به دلیل نزدیکی بیش‌ازحد آنها کاهش می‌یابد. سیدرات و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهش خود بیان کردند که برای تبدیل شدن به یک دانشگاه کارآفرین باید تحولات داخلی را متحمل شد؛ به این معنا، نقش مدیر و نوع دانشگاه، تأثیر مثبتی در توسعه دانشگاه کارآفرینی دارد. دالمارکو و همکاران (۲۰۱۸)، در پژوهش خود بیان کردند که بیشتر مبتدی‌های دانشگاهی، بر پایه فناوری‌های خود کارآفرین هستند نه براساس اختراعات دانشگاه. کیفیت آموزش کارآفرینی علاوه بر ارتباط نزدیک با تحقیقات کاربردی، دانشگاهیان را ترغیب می‌کند تا برنامه‌های تجاری خود را به سرمایه‌گذاری‌های نوپا تبدیل کنند. در نتیجه، اگرچه سرمایه‌گذاری‌های جدید مبتنی بر ثبت اختراعات دانشگاهی نیستند اما وقتی صحبت از تحولات اجتماعی و اقتصادی می‌شود، نقش فعال و پویا ایفا می‌کنند.

بنابراین می‌توان استنباط کرد که؛ کارآفرینان، نقش مهمی در توسعه اقتصادی، فناوری‌های جدید، کاهش بیکاری و ایجاد تعادل بین منطقه‌ای دارند. در اقتصاد رقابتی مبتنی بر بازار دنیای کنونی که با تحولات و تغییرات سریع و شتابان بین‌المللی همراه است و مشخصه آن گذر از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی و تغییر اقتصاد ملی به اقتصاد جهانی می‌باشد، از کارآفرینی به‌عنوان موتور توسعه اقتصادی، یاد می‌شود. از این‌رو موضوع کارآفرینان و توانمندسازی آن‌ها، یکی از ارکان مهم در توسعه اقتصاد جهانی است. کارآفرینی، کوشش‌هایی تعریف می‌شود که برای شناسایی و کشف فرصت‌های کسب‌وکار و سرمایه‌گذاری در مخاطره‌های جدید، ضروری است. کارآفرینان کسانی هستند که فرصت‌های بهره‌برداری از محصولات جدید، فرایندهای جدید و روش‌های جدید سازمان‌دهی را کشف می‌کنند و گسترش می‌دهند. در بررسی مفهوم کارآفرینی، باید توجه داشت که این مفهوم به دو بخش کارآفرینی زنان و مردان، تمایز پیدا می‌کند. توانمندسازی، ضمن تغییر در نحوه نگرش افراد و قضاوت آنها در رابطه با مسائل مختلف فردی و سازمانی، باعث به وجود آمدن این باور در آنها می‌شود که آزادی و اختیار، منابع مطمئنی برای توانا شدن هستند. از این‌رو، وقتی گروهی از افراد در سازمان‌ها توانمند می‌شوند، روابط آنها با صاحبان قدرت تغییر می‌کند و در اهداف مشترکشان سهیم خواهند شد. افراد توانمند شده در ارتباطات خود با دیگران و صاحبان قدرت مانند شرکت‌ها و دولت، تغییر ایجاد می‌کنند. این افراد در کسب‌وکار و تجارت نیز در روابط خود با دیگر همکاران، مدیریت و فرایند کاری تغییر ایجاد خواهند کرد. در حال حاضر، سازمان‌ها وارد عصر جدیدی شده‌اند. کارکنان، شرکای سازمان و بخشی از گروه هستند؛ بنابراین، نه تنها ضروری است که مدیران دارای خصوصیات رهبری شوند بلکه تمام کارمندان نیز باید در روش‌هایی که به کار می‌گیرند راهبر باشند. این فکر مطلوب، کاملاً دموکراتیک و نشان‌دهنده احترام برای اشخاص و شخصیت آنها و بسیار اخلاقی است. مدیرانی که قول توانمندسازی می‌دهند باید بتوانند روحیه توانمندسازی را در روابط خود به کارکنانشان انتقال دهند. ضعف در انتقال این موضوع می‌تواند باعث بدبینی زیاد کارکنان و بیگانگی، کناره‌گیری و فقدان روح مسئولیت‌پذیری در آنها شود. امروزه شکاف میان ملت‌ها و جوامع، دانایی و نادانی است؛ بنابراین معضل اصلی، مسئله نیروی انسانی دانا و تواناست. نیروی انسانی به عنوان مهم‌ترین، گران‌ترین و باارزش‌ترین سرمایه و منبع سازمانی، محسوب می‌شود. انسان، تنها عنصر ذی‌شعوری است که به عنوان هماهنگ‌کننده سایر عوامل سازمانی، نقش اصلی را در میان کلیه عوامل دارد. می‌توان به‌سادگی بیان کرد که بدون افراد کارآمد، دستیابی به اهداف سازمانی، غیرممکن است. نتایج حاصل از مطالعه حاضر نشان داد بی‌توجهی به افکار دانشجویان و درخواست‌های آنها، فقدان آزادی بیان، زد و بندهای سیاسی، استفاده ابزاری از ارزش‌های اخلاقی و دینی و عدم مشارکت و حمایت جامعه مدنی، بیشترین تأثیر را بر توانمندی دانشگاه فنی و حرفه‌ای داشته‌اند. در این راستا باید توجه داشت که اتاق‌های فکر یا همان کانون‌های تفکر، یکی از زیرساخت‌های مهم توانمندی دانشگاه فنی و حرفه‌ای در راستای علمی کردن کارآفرینی محوری، توجه به افکار دانشجویان، پر رنگ کردن سلاقی مختلف دانشجویان هستند. کانون‌های تفکر، مراکز پژوهشی برای تولید ایده و فکر محسوب می‌شوند که در ارتقای ظرفیت توانمندی دانشگاه فنی و حرفه‌ای، نقش مهمی ایفا می‌کنند. کانون‌های تفکر، تحلیل‌های مربوط به توانمندی،

کارآفرینی پژوهش‌ها و مشاوره را انجام می‌دهند و مستقل از دولت و جناح‌های سیاسی، وارد عمل می‌شوند و نقش اولیه این سازمان‌های جامعه مدنی، کمک به سازمان‌ها برای درک و انتخاب درست راه‌حل برای مسائل به دور از زد و بندهای سیاسی است. همچنین در کنار اتاق‌های فکر، انجمن‌های خبرگی یکی دیگر از زیرساخت‌های توانمندی دانشگاه فنی و حرفه‌ای هستند که می‌توانند تحول در دانشگاه را نوید دهند. انجمن‌های خبرگی، شبکه‌های هم‌تا از استادان برتر هستند که ساختارهای رسمی کارآفرینی را میانبر زده تا از همدیگر یاد بگیرند و معضلات جدید را مدیریت کنند. انجمن‌های خبرگی می‌توانند در پیوند بین توانمندی و کارآفرینی، به عنوان راهبردی کمکی فنی عمل نمایند. بر اساس شواهد تجربی مختلف انجمن‌ها از طریق گردهم‌آوردن ذی‌نفعان مختلف می‌توانند ظرفیت سازمان‌های مختلف دانشگاهی را در تدوین و اجرای توانمندی دانشگاه فنی و حرفه‌ای ارتقا می‌دهند. ساختار بندی مسائل پیچیده، تنظیم و استخوان بندی راهبردهای کنشی برای بهبود نتایج از نقش‌های مهم انجمن‌های خبرگی در تغییر یک سیستم قلمداد شده است. این انجمن‌ها با ساخت ظرفیت تشکیلاتی می‌توانند در تمام سطوح توانمندی دانشگاه فنی و حرفه‌ای، نقش‌آفرین باشند.

## Reference

- Ahmadpour Dariani, Mahmood and Karimi, Asef (2018) *Organizational Entrepreneurship from Theory to Practice*, Tehran: University of Tehran Press, Third Edition.
- Akbari, Ali Akbar, Mousavi, Seyed Jalal, Ismaili Givi, Hamidreza, (2016), Identifying and prioritizing the components of Iranian Entrepreneurial University using meta-combination method and group hierarchical analysis of research in educational systems, *Spring 2016 No. 48 of page 161 Up to .182*
- Islamieh, Fatemeh (2009) - Quarterly Special in Market Management.
- Eslami, Sedigheh, Hemmati Moradabadi, Jamshid, (2014), The Relationship between Organizational Entrepreneurship Factors and Psychological Empowerment in Physical Education Professors, *Sports Management Studies*, No. 26, December and December 2014, pp. 165-180.
- Amin Beidakhti, Ali Akbar, Mohammadi, Reza, Rahimi, Mohsen (2015), Designing a Quality Decision Model for an Entrepreneurial University in the Iranian University System
- Babai; Ali Akbar et al. (2002). Empowerment of alternative investment staff; *Tadbir Monthly*; Thirteenth year; 129; P 87
- Taghizadeh, Houshang et al. (2007): Measuring Organizational Entrepreneurship, Case Study, *Quarterly Journal of Management Sciences*, First Year, No. 3, pp. 155-180.
- Hassani Gilvai, Malahat, Mehdizadeh, Hossein (2019): Comparison of entrepreneurial competencies of salaried entrepreneurs with other entrepreneurs and salaried employees, *Quarterly Journal of Entrepreneurship Development*, No. 4, pp. 560-541.
- Khairandish, Mehdi; Afsharnejad; Alireza. (2004). The future of human resource management, *Tadbir Monthly*; Fifteenth year; 152; Pp. 38 - 3.
- Jamayeran, Ali Abdi, Sehat, Azarchehr, Hosseini, Elaheh (2017): A Study of the Process and Exploitation of Entrepreneurial Opportunities; *Karafan Scientific-Extension Quarterly*, No. 41, pp. 85-67.
- Khosravi Pour, Bahman, Zanganeh, Maryam, (2018), Entrepreneur University (Concept, Necessity and Challenges), *Institute of Humanities and Cultural Studies*, Third Year, No. 5, 2016.
- Razghandi, Nahid and Durrani, Kamal (2009), Identifying individual and environmental factors affecting the success of top entrepreneurs in Tehran Province to provide an educational model, *Journal of Entrepreneurship Development*, No. 4, pp. 55-39.
- Rezaei, Bijan, Pajouhan, Ayub, (2009), Capabilities and Obstacles of Razi University to become an Entrepreneurial University, *Science and Technology Policy Quarterly*, Eleventh Year, No. 41, Spring 2009, from pages 15 to 32.
- Zarei Matin, Hassan, (2016), Management at Islamic University, Fall and Winter 2016, Fifth Year, No. 2, Scientific Research, pp. 292-230.
- Saadi, Heshmatollah, Rudsari, Niloufar, Karimi, Saeed, (2017), Evaluation of the components of entrepreneurial university (Case Study: Western Universities) *Educational Sciences Higher Education* , Winter 2017 No. 36 Pages 79-98.

16. Sehat, Azarchehr and Khalaghi, Ali Asghar (2012): The relationship between creativity and leadership style of managers with educational productivity in technical schools, *Journal of Educational Technology*, Summer 2012, No. 4.
17. Ghanbari, Hussein (2007). Investigating the effective factors in human resource empowerment in Golestan Water Exploitation and Distribution Company. Training Center, Public management of Golestan Province. Master's Thesis. Birjand University.
18. Mousavi, Seyed Hossein, Salehi, Imran Ebrahim, Faraskhah, Maghsoud, Tofighi, Jafar, (2017), Presenting the Development Model of the Entrepreneurial University in Iran, *Iranian Engineering Education Quarterly*, Year 19 Issue 76 Winter 2017 Pages 1 to 28.
19. Niaz Azari, Kiomars, Taghvaei, Yazdi, Maryam, Fadaei, Samad, (2017), The study of the relationship between entrepreneurial university with the dimensions and components of foresight and knowledge production, *Educational Management Innovations*, in the thirteenth year of serial number 49, pages 87 to 124.
20. Nadri; Nahid; Rajaipour; Dr. Saeed; Jamshidian; Abdolrasul (2007). Concepts and strategies for staff empowerment; *Tadbir Monthly*, 18th year; pp. 67 - 65.
21. Nahid, Mojtaba (2009), What and why entrepreneurship and organizational entrepreneurship at a glance, *Quarterly Journal of Business Studies*, No. 34, pp. 58-39.
22. Nabipour, Iraj (2017). Third Generation University and Entrepreneur University, by Johann J. Weissma, Henry Etzkowitz, Alan Gabe, Bushehr University of Medical Sciences.
23. Hezar Jaribi, Jafar (2005) Entrepreneurship, Tehran: Publications of the Research Institute of Economic Affairs.
24. Airy, angel; Shima Jaberi; Kobra Panjalizadeh and Ameneh Omid (2017) The Impact of Universities on Education and Improvement of Human Resources, *The Third International Conference on New Research in the Field of Educational Sciences, Psychology and Social Studies of Iran*, Tehran, Soroush Hekmat Mortazavi Center for Islamic Studies and Research.
25. Bouncken, R., Martin, R., Roman, B., Sascha, K., Coworking S: Empowerment for entrepreneurship and innovation in the digital and sharing economy, *Journal of Business Research*, Volume 114 June 2020 Pages 102-110
26. Dalmarco, Gustavo, Willem Hulsink, Guilherme V. Blois, (2018), Creating entrepreneurial universities in an emerging economy: Evidence from Brazil, *Technological Forecasting and Social Change* Volume 135 October 2018 Pages 99-111.
27. Drucker, Peter F., *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles* (1985). University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship.
28. Fry, Fred, *Entrepreneurship: A Planning Approach*, West Publishing Company, 1993 Management ISSN: 1993-5250 Examining Reinventing Government from Opponents Point of View.
29. Etzkowitz, Henry, (2017), Innovation Lodestar: The entrepreneurial university in a stellar knowledge firmament, *Technological Forecasting and Social Change* Volume 123 October 2017 Pages 122-129
30. Gür, ufuk, İkbāl Sinemden Oylumlu, Özlem Kunday, (2017), Critical assessment of entrepreneurial and innovative universities index of Turkey: Future directions, *Technological Forecasting and Social Change* Volume 123 October 2017 Pages 161-168.
31. Prencipe, A., Corsi, C., Rodríguez-Gulías, M., Fernández-López, D., Influence of the regional entrepreneurial ecosystem and its knowledge spillovers in developing successful university spin-offs, *Socio-Economic Planning Sciences* Available online 26 February 2020, 100814
32. Sesen, Harun, Mehmet Ali Ekemen, (2020), Data on personal and contextual factors of university students on their entrepreneurial intentions in some Turkish universities, *Data in Brief* Volume 28 February 2020 Article 105086.
33. Taucean, Ilie Mihai, Ana Gabriela Strauti, Monica Tion, (2018), Roadmap to Entrepreneurial University – Case study, *Procedia - Social and Behavioral Sciences* Volume 238 2018 Pages 582-589
34. Urbano, David, Sebastian Aparicio, Maribel Guerrero, Maria Noguera, Joan Torrent-Sellens, (2017), Institutional determinants of student employer entrepreneurs at Catalan universities, *Technological Forecasting and Social Change* Volume 123 October 2017 Pages 271-282.
35. Wakkee, Ingrid, Sijde, Petervan der, Vaupell, Christiaan, Ghuman, Karmin der, (2019), The university's role in sustainable development: Activating entrepreneurial scholars as agents of change, *Technological Forecasting and Social Change*, Volume 141, April 2019, Pages 195-205