

Original Research

Identifying and Explaining the Dimensions of the Entrepreneurial University Affecting Students' Entrepreneurial Behaviour - A Case Study of Alborz Comprehensive University of Applied Sciences

Seyed Ali Hosseini¹, Ali Badizadeh^{2*}, Seyed Rasoul Hosseini³, Ali Akbar Ghahremani⁴

¹ PhD Student, Department of Entrepreneurship, Qazvin Branch, Islamic Azad University, Qazvin, Iran.

² Assistant Professor, Department of Industrial Management, Qazvin Branch, Islamic Azad University, Qazvin, Iran.

³ Assistant Professor, Department of Education Management, Tehran Branch, Farhangian University, Tehran, Iran.

⁴ Assistant Professor, Department of Governmental Management, Qazvin Branch, Islamic Azad University, Qazvin, Iran.

ARTICLE INFO

Received: 01.12.2021

Revised: 01.31.2021

Accepted: 02.17.2021

Keyword:

Entrepreneurial Behaviour
Entrepreneurial University
Comprehensive University of
Applied Sciences
Entrepreneurship Education
Entrepreneurial Culture

***Corresponding Author:**

Ali Badizadeh

Email: abadizadeh@gmail.com

ABSTRACT

Entrepreneurial behaviour is a motivation and action that enables the entrepreneur to create and take advantage of opportunities. An Entrepreneurial University improves students' entrepreneurial behaviour. Therefore, the purpose of this study was to identify and explain the dimensions of the entrepreneurial university affecting the entrepreneurial behaviour of students at the Alborz University of Applied Sciences. This research was applied in terms of purpose and descriptive survey in terms of data collection method. The research method was mixed-exploratory (quantitative-qualitative). For the qualitative part, 28 interviews were carried out with experts selected through snowball sampling method and for the quantitative part, 376 entrepreneurship professors were selected and studied by random sampling. The findings of the qualitative section were analysed through open and axial coding and led to the extraction of 224 primary codes, 29 components in 8 dimensions (including economic and social conditions, in-university context, university environment and value creation, institutionalization of entrepreneurship, structural changes, management optimization, acceptance of entrepreneurial mission and networking). After obtaining the dimensions of the research, a researcher-made questionnaire was designed inspired by related studies. Therefore, the data collection tool was a questionnaire. Data were analysed using SPSS and smartPLS3 software. Findings showed that all the dimensions had a significant effect on students' entrepreneurial behaviour.



شناسایی و تبیین ابعاد دانشگاه کارآفرین مؤثر بر رفتار کارآفرینی دانشجویان (مورد مطالعه دانشگاه جامع علمی کاربردی استان البرز)

سید علی حسینی^۱، علی بدیع زاده^{۲*}، سید رسول حسینی^۳، علی اکبر قهرمانی^۴

- ۱- دانشجوی دکتری، گروه کارآفرینی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران.
- ۲- استادیار، گروه مدیریت صنعتی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران.
- ۳- استادیار، گروه مدیریت آموزشی، واحد تهران، دانشگاه فرهنگیان، تهران، ایران.
- ۴- استادیار، گروه مدیریت دولتی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران.

چکیده

اطلاعات مقاله

رفتار کارآفرینانه، انگیزه و اقدامی است که کارآفرین را قادر به ایجاد و بهره‌برداری از فرصت‌ها می‌کند. دانشگاه کارآفرین، منجر به بهبود رفتار کارآفرینی دانشجویان می‌شود؛ لذا هدف این پژوهش، شناسایی و تبیین ابعاد دانشگاه کارآفرین مؤثر بر رفتار کارآفرینی دانشجویان (مورد مطالعه دانشگاه جامع علمی کاربردی استان البرز) است. این پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی و از حیث روش گردآوری، توصیفی-پیمایشی است. روش تحقیق از نوع آمیخته-اکتشافی (کمی-کیفی) است. در بخش کیفی ۲۸ مصاحبه با خبرگان با روش نمونه‌گیری گلوله برفی و در بخش کمی ۳۷۶ نفر از استادان کارآفرینی با نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شدند و مورد مطالعه قرار گرفتند. یافته‌های بخش کیفی از طریق کدگذاری باز و محوری تحلیل شدند و منجر به استخراج ۲۲۴ کد اولیه، ۲۹ مؤلفه در ۸ بعد (شامل شرایط اقتصادی و اجتماعی، بسترسازی درون‌دانشگاهی، محیط دانشگاهی و ارزش‌آفرینی، نهادینه کردن کارآفرینی، تغییرات ساختاری، بهینه‌سازی مدیریت، پذیرش رسالت کارآفرینی و شبکه‌سازی) شد. بعد از دستیابی به ابعاد پژوهش، پرسشنامه محقق‌ساخته با الهام از مطالعات مرتبط، طراحی شد. لذا ابزار گردآوری داده‌های کمی، پرسشنامه بود. داده‌ها از طریق نرم‌افزارهای SPSS و smartPLS3 تجزیه و تحلیل شدند. یافته‌ها نشان دادند که تمام ابعاد احصاشده بر رفتار کارآفرینی دانشجویان، تأثیر معنی‌داری دارد.

دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۱۰/۲۳

بازنگری مقاله: ۱۳۹۹/۱۱/۱۲

پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۱۱/۲۹

کلید واژگان:

رفتار کارآفرینانه
دانشگاه کارآفرین
دانشگاه جامع علمی کاربردی
آموزش کارآفرینی
فرهنگ کارآفرینانه

*نویسنده مسئول: علی بدیع زاده

پست الکترونیکی:

abadizadeh@gmail.com

مقدمه

مطالعات کارآفرینی، غالباً در کشورهای توسعه‌یافته انجام‌شده که ممکن است نتایج آن‌ها قابل‌تعمیم به کشورهای درحال توسعه نباشد؛ زیرا تحقیقات نشان می‌دهند که فعالیت‌های کارآفرینی و عوامل مؤثر بر آن‌ها به شرایط ویژه اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی، محل مورد مطالعه بستگی دارد که این شرایط، در کشورهای مختلف، متفاوت است. در اقتصاد نوآور امروز، کشورها به کارآفرینی^۱ به عنوان یک عامل مهم در ایجاد اشتغال، نوآوری و توسعه فناوری، رشد اقتصادی و فرایند بازسازی اقتصاد، توجه زیادی نشان داده‌اند. کارآفرینی همچنین سازوکاری است که افراد بسیاری را در جریان اقتصادی و اجتماعی جامعه وارد می‌کند و از این راه، شکل‌گیری فرهنگ، یکپارچگی جمعیت و تحرک اجتماعی را تسهیل می‌کند؛ ولی با این وجود، تحقیقات بسیار کمی در زمینه شناخت عمیق و دقیق این پدیده و عوامل مؤثر بر آن انجام شده و این کمبود به‌ویژه از بُعد روانشناسی، بسیار مشهود است. در دهه‌های قبل، تعریف کارآفرینی با توجه به مشکلات پی‌درپی و فزاینده اقتصادی به‌ویژه بیکاری بسیار حیاتی شده است (رودریگز^۲، ۲۰۱۷). عصر حاضر و ورود به اقتصاد دانش‌بنیان، مبتنی بر دانشگاه‌هایی است که هم‌زمان با تأکید بر تولید علم، گسترش مرزهای دانش نسبت به نیازهای آموزشی، پژوهشی و خدمات مشاوره‌ای تخصصی محیط، حساس باشند و از طریق ایجاد خلاقیت و شیوه‌های تفکر هوشمندانه ضمن پاسخگویی سریع و دقیق به نیازهای افراد، کمک می‌کند تا توانایی تعریف، فرموله ساختن، برطرف کردن مشکلات جامعه به‌صورت مستقل یا گروهی، تحقق یابد و زمینه برای توسعه پایدار کشور آماده گردد. تجربیات کارآفرینی در هنگام تحصیل در دانشگاه می‌تواند بر احتمال انتخاب کارآفرینی به‌عنوان شغل خود بعد از فارغ‌التحصیلی تأثیر بگذارد و دانشگاه، مکانی برای دانشجویان است که بتواند امکانات و فرصت‌ها را کشف کند (بونگ نگ و همکاران^۳، ۲۰۱۶). دانشگاه کارآفرین، مکانی است که مشاغل جدید در آن خلق می‌شوند. این مراکز از افراد کارآفرین حمایت می‌کنند. حمایت، شامل حمایت‌های آموزشی مالی و بازاریابی است و امکانات موردنیاز کارآفرینی دانش‌بنیان نظیر دسترسی به کتابخانه‌ها، آزمایشگاه‌ها را در اختیار آنان قرار می‌دهد (نداوا و همکاران، ۲۰۱۳)^۴. امروزه دانشگاه‌های معتبر جهان، مانند دانشگاه‌های هاروارد، ام‌آی‌تی، استنفورد و برکلی که جزء ده دانشگاه برتر جهان هستند، اقدامات زیادی برای ایجاد شرکت‌های مشتق‌شده دانشگاهی و شرکت‌های دانش‌بنیان انجام داده‌اند (کربی، ۲۰۱۱)^۵. عرضه‌کنندگان آموزش عالی برای پاسخگویی به تقاضای اجتماعی، نیازمند بهبود کیفیت و به‌روزرسانی امکانات و زیرساخت‌های دانشگاه‌ها هستند. آموزش عالی یک بردار مهم از رشد هوشمند، توسعه پایدار و رقابت‌پذیری اقتصادی است و نقش کاتالیزوری مهمی را در توسعه سرمایه انسانی ایفا می‌کند (کامپینو و همکاران، ۲۰۱۷). به نقل از نظریور، (۱۳۹۹)^۶ کارآفرینی در آموزش عالی به یک برنامه درسی متمرکز بر آموزش کارآفرینی یا مدیریت کسب‌وکار جدید محدود نمی‌شود. این امر به همراه آوردن رفتارهای کارآفرینی در کلاس درس است که به مدرسان کمک می‌کند تا فعالانه، با پیشرفت‌های جدید در آموزش عالی و مدیریت خطرات نوآوری‌هایی که به‌دست می‌آورند کمک کند. 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). به نقل از آرینا، (۱۳۹۹). مسئولیت اصلی تولیدات علمی، به عهده اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی- پژوهشی کشورها است (لرتپوتاراک^۷ ۲۰۰۸، به نقل از شهبازی، ۱۳۹۹). در این راستا به سه مسئولیت اصلی اعضای هیئت علمی در دانشگاه‌ها، یعنی تدریس

1 Entrepreneurship

2 Garcia&Rodriguez

3 Johnny as Jung Neg et al

4 NEDEVA et al

5 Kirby, Giorgio Eurobano

6 Campeanu, Dumitrescu, Costica & Boitan

7 LotivTarak

(انتقال دانش). پژوهش (توسعه دانش) و خدمات اجتماعی (کاربرد دانش) اشاره و تأکید می‌کند که اعضای هیئت علمی، زمانی بیشترین موفقیت را در تولیدات علمی کسب می‌کنند که بین آموزش، پژوهش و شبکه‌های دانشکده‌ها تعادل برقرار کنند (بوئیک^۱، ۱۹۸۷ به نقل از شهبازی، ۱۳۹۹). تنها افراد خلاق و کارآفرین^۲ می‌توانند سازمان‌ها و جامعه را برای آینده آماده کنند. جامعه کارآفرین در واقع جامعه‌ای است که کارآفرینی دانش‌بنیان در آن ظهور پیدا می‌کند و نقش بسیار مهمی در رشد ایجاد اشتغال و رقابت جهانی دارد (گوئررو و اوربانو، ۲۰۱۴)^۳. خواست و نیاز جامعه، دولت و صنعت برای مشارکت هرچه بیشتر دانشگاه‌ها به‌عنوان تولیدکنندگان و ارائه‌دهندگان دانش در توسعه اقتصادی و اجتماعی، دانشگاه‌ها را به سوی تغییری اجباری و بزم در راستای نوآوری و کارآفرینی سوق داده است. در عصر حاضر، دانشگاه‌ها به محرک‌های اصلی توسعه تبدیل شده‌اند (سیریاکی^۴، ۲۰۱۴، به نقل از رضایی، ۱۳۹۷). امروزه نیاز به دانش‌آموختگان و دانشجویان کارآفرین، افزایش یافته و هدف بسیاری از دانشگاه‌های معتبر جهان، پرورش دانشجویان و در نتیجه، دانش‌آموختگان کارآفرین می‌باشد. براین اساس، پرورش استعداد^۵ کارآفرینانه دانش‌آموختگان به‌عنوان دستور کار ملی، به‌منظور توسعه کارآفرینی، مورد توجه سیاست‌گذاران و دانشگاه‌های کشورها قرار گرفته است. آمایش سرزمین، ارزیابی نظام‌مند عوامل طبیعی، اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی به‌منظور یافتن راهی برای تشویق و کمک به جامعه بهره‌برداران در انتخاب گزینه‌هایی مناسب برای افزایش و پایداری توان سرزمینی در راستای برآورد نیازهای جامعه است (خنی‌فر، ۱۳۹۴). به بیانی دیگر توزیع متوازن و هماهنگ جغرافیای کلیه فعالیت‌های اقتصادی اجتماعی در پهنه سرزمین نسبت به قابلیت‌ها و منابع طبیعی و انسانی را آمایش سرزمین می‌گویند. از مهم‌ترین خصوصیات برنامه آمایش سرزمین، جامع‌نگری کیفیت و سازماندهی فضایی آن است.

تعداد مراکز دانشگاه جامع علمی - کاربردی ۶۰۰ مرکز در سطح کشور و ۲۴ مرکز فعال در استان البرز می‌باشد. تعداد دانشجویان در حال تحصیل دانشگاه حدود ۳۰۰ هزار نفر در سطح کشور و در استان البرز ۱۸ هزار نفر در ۴ گروه صنعت، مدیریت و خدمات اجتماعی، فرهنگ و هنر و کشاورزی می‌باشد.

در این راستا پژوهش حاضر درصدد بررسی مؤلفه‌های تأثیرگذار دانشگاه کارآفرین بر رفتار کارآفرینی دانشجویان براساس اهمیت و ارائه راهکارهایی برای ارتقای آموزش‌های کارآفرینانه در میان دانشجویان می‌باشد.

مبانی نظری

دانشگاه کارآفرین، مکانی است که مشاغل جدید در آن خلق می‌شوند. این مراکز از افراد کارآفرین حمایت می‌کند. این حمایت شامل حمایت‌های آموزشی مالی و بازاریابی است و امکانات مورد نیاز کارآفرینی، دانش‌بنیان نظیر دسترسی به کتابخانه‌ها، آزمایشگاه‌ها را در اختیار آنان قرار می‌دهد (نداوا و همکاران، ۲۰۱۳)^۶. امروزه دانشگاه‌های معتبر جهان، مانند دانشگاه‌های هاروارد، ام‌آی‌تی، استنفورد و برکلی که جزء ده دانشگاه برتر جهان هستند، اقدامات زیادی برای ایجاد شرکت‌های مشتق شده دانشگاهی و شرکت‌های دانش‌بنیان انجام داده‌اند (کری، ۲۰۱۱).

طی مطالعات دایم^۷ در سال ۲۰۱۶ مشارکت در برنامه‌های کارآفرینی دانشگاه، به‌ویژه برنامه یادگیری تجربی، تأثیر مثبتی بر آن دارد. در هدف‌گذاری اولیه مراکز علمی - کاربردی، ملاک، مدرک‌گرایی و آموزش‌های تئوری نبود و محور

1 BoicE
2 Entrepreneur
3 Guerrero and Urbano
4 Siriaki and Monsieur
5 -Talent
6 NEDEVAet al
7 Daim

اصلی مهارت‌آموزی^۱ می‌باشد. بنابراین دانشگاه علمی کاربردی باید افراد توانمندی متناسب با پیشرفت‌های صنعتی کشور به جامعه ارائه دهد. حدواسط بین وضعیت فعلی و وضعیت مطلوب دانشگاه‌ها، دانشگاه نسل سوم است. این‌گونه آموزش از نقش و تأثیرگذاری اقتصادی-اجتماعی مهمی برخوردار است؛ زیرا معرف نوع مهمی از سرمایه‌گذاری در منابع انسانی است و با فراهم کردن زمینه‌های ارتقای دانش، نگرش‌ها و مهارت‌های موردنیاز بازار کار و اشتغال در زمینه‌های مختلف، به توسعه اقتصادی کمک می‌کند (پینگ هو^۲ و همکاران، ۲۰۱۴). بارانی و همکاران (۱۳۹۰) بیان می‌کنند که یکی از مکانیزم‌های توسعه کارآفرینی، آموزش مبتنی بر عمل است. کارآفرینی، فعالیتی است که به‌طور سنتی با رشد اقتصادی و توسعه همراه است و در نتیجه، سیاست‌ها و نهادهای عمومی زیادی برای ترویج این فعالیت‌ها اختصاص یافته است (ویللا، مولینا و اورتگا^۳، ۲۰۱۸). آموزش کارآفرینی به‌عنوان وسیله‌ای برای ترویج تبدیل افراد عادی به کارآفرینی‌هایی است که از فرصت‌های آینده برای ایجاد حرفه‌ای با ایجاد کمپانی حرفه‌ای آگاهی دارند (لوپز^۴، ۲۰۱۷: ۲۹۳). باس و ویریک^۵ (۲۰۰۸) دریافتند که آشنایی قبلی با آموزش کارآفرینی، تأثیر مثبتی بر نگرش دانشجویان نسبت به شغل کارآفرینی دارد. اگرچه چنین به نظر می‌رسد اما جای تعجب نیست که ارتباط فردی با کارآفرینی بر اساس سوابق خانوادگی به‌طور قابل‌توجهی با آن مرتبط باشد. به گفته نبی و هولدن (۲۰۰۸) هدف از آموزش کارآفرینی، تولید کارآفرینی فارغ‌التحصیل است که تعامل بین فارغ‌التحصیل را به‌عنوان محصول یک مؤسسه آموزش عالی و آمادگی وی برای ادامه کار خود به‌عنوان یک کارآفرین تعریف می‌کند. به نظر بارانی و همکاران (۱۳۹۰) یکی از مکانیزم‌های توسعه کارآفرینی، آموزش مبتنی بر عمل است. چنین آموزش‌هایی در مراکز آموزشی‌ای یافت می‌شود که تمرکز بر اصول آموزش کاربردی است. آموزش‌های مهارتی به‌عنوان یکی از عناصر کلیدی برای تحقق پیشرفت‌های اقتصادی محسوب می‌شود و ازجمله عوامل مؤثر در موفقیت کشورهای توسعه‌یافته تلقی می‌گردد (مورنو و همکاران^۶، ۲۰۱۴). برنامه‌ریزی و گسترش آموزش عالی بر اساس چارچوب‌های نظری و پارادایم‌های توسعه و همچنین مبتنی بر یافته‌ها و طرح‌های کلان آمایش سرزمین و اصول آن به‌ویژه برقراری ارتباط آن با برنامه‌های توسعه آموزش عالی، ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است (عامری، ۱۳۹۱). دانشگاه نسل سوم^۷ بر مبنای فناوری، کارآفرینی، تولید و اشتغال و بر اساس آن علاوه بر آموزش، انجام تحقیقات کاربردی و پیشرفت فناوری حرکت می‌کند و دانشگاه نسل چهارم، بر پایه رفاه ملی و اجتماعی و توسعه همه‌جانبه عمل و حرکت می‌کند. این دانشگاه‌ها باید چهار ویژگی و مشخصه مهم داشته باشند: ۱- تحول‌گرا بودن ۲- تعالی‌گرا بودن ۳- تقاضامحور بودن ۴- توسعه منطقه‌ای بودن؛ یعنی وقتی راجع به این چهار ویژگی صحبت می‌کنیم، زمانی که قرار باشد ما ریل‌گذاری کنیم و دانشگاه را به سمت دانشگاه حل مسئله و دانشگاه نسل چهارم حرکت دهیم، دو ویژگی مهم را نیز باید مدنظر داشته باشیم. دانشگاه‌ها می‌توانند با افزایش انگیزه و مهارت دانش‌آموختگان خود جهت کارآفرین شدن، این نیاز را برطرف کنند. دانشگاه‌ها باید به‌منظور ایفای نقش در راستای توسعه اقتصادی، کارآفرینی را به‌طور عمومی و کاربردی و تجاری کردن تحقیقات را به‌طور خاص در دستور کار قرار دهند (الجوباری^۸ و همکاران، ۲۰۱۸). احمدی^۹ و همکاران (۱۳۹۱) نشان دادند که عوامل فردی، رابطه معنی‌داری با ویژگی‌های کارآفرینانه دارند. ساختارها و قوانین مربوط به مدیریت مالکیت فکری^{۱۰} یک عامل کلیدی در تسهیل انتقال فناوری و ایجاد انگیزه برای

1 Skill training

2 Ping-ho

3 Velilla & Molina & Ortega

4 Lopez

5 Basu and Virick

6 Moreno et al

7 Third Generation University

8 Al-Jubari

9 Ahmadi

10 Intellectual property

تجاری‌سازی نتایج تحقیقات است. با مالکیت روشن، سرمایه‌گذاری‌های بسیار مهم، ایمن‌تر می‌شود و ریسک از دست دادن سرمایه، کاهش می‌یابد (نداوا^۱، ۲۰۱۳). باید در خصوص حقوق مالکیت فکری و معنوی شرایطی ایجاد شود تا کارآفرینان و مخترعان مخصوصاً در محیط‌های دانشگاهی که منشأ تحولات و ایجاد تغییرات است با آسودگی خاطر بتوانند از دارایی‌های خود حفاظت کنند. مسئله حقوق و مالکیت معنوی و حفاظت از اختراعات و اکتشافات بارها به‌وسیله محققان در بررسی عوامل تعیین‌کننده کارآفرینی بیان شده است (زهو و همکاران، ۲۰۰۷). آمایش سرزمین، ارزیابی نظام‌مند عوامل طبیعی، اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی به‌منظور یافتن راهی برای تشویق و کمک به جامعه بهره‌برداران در انتخاب گزینه‌هایی مناسب برای افزایش و پایداری توان سرزمینی در راستای برآورد نیازهای جامعه است (خنی‌فر^۲، ۱۳۹۴: ۳۲). نوآوری در چارچوب توسعه دانشگاه کارآفرین می‌تواند در شرایطی مشاهده شود: سازمان، مدیریت و رهبری ابتکارات جدید را توسعه دهند؛ مهارت‌آموزی و تجربه‌آموزی؛ توسعه برنامه و دانش سازمانی؛ تعامل با ذی‌نفعان داخلی و خارجی؛ توسعه فعالیت‌های فرارشته‌ای؛ انجام کاوش‌های تحقیقاتی جدید؛ روش‌ها و برنامه‌های جدید برای انجام امور (نلز و وورلی^۳، ۲۰۱۱). تکنیک‌های برنامه‌های آموزشی ممکن است شامل مهارت‌های تفکر خلاقانه، کار گروهی، راه‌اندازی مشاغل، تمرینات حل مسئله، نقش‌آفرینی، دیدار با موفقیت کارآفرینان و به‌طور گسترده‌تر، یادگیری فعال، بازدید از پروژه‌های کارآفرینانه مرفه، کارآفرینی دست و پاگیر باشد (اسفندیار و همکاران، ۲۰۱۷)^۴. کوروش اسفندیار و همکاران (۲۰۱۷) و نیومانا و همکاران (۲۰۱۹) در مطالعات خود به مهارت‌های حل مسئله تأکید داشتند. تجربیات کارآفرینی در هنگام تحصیل در دانشگاه می‌تواند بر احتمال انتخاب کارآفرینی به‌عنوان شغل خود بعد از فارغ‌التحصیلی تأثیر بگذارد. کالج، مکانی برای دانشجویان است که بتوانند امکانات و فرصت‌ها را کشف کنند (جونین چون یونگ‌نگ^۵ و همکاران، ۲۰۱۶). مؤسسات آموزش عالی همچنین باید به برنامه‌های کارآفرینی برای افراد مسن‌تر توجه بیشتری نشان دهند (کونگ‌نگوین^۶، ۲۰۱۸). نتایج نشان می‌دهد اگر سیاست‌های عمومی و مدیریت دانشگاه می‌خواهند تعداد فارغ‌التحصیلانی که تصمیم به شروع کار خود را می‌گیرند، افزایش یابد، ظاهراً بهبود نگرش دانشجویان نسبت به کارآفرینی، یک اهرم مؤثر است (لمبرتو^۷ و همکاران، ۲۰۱۷). کارآفرینی، فرایندی عمدی است که طی آن، افراد به‌صورت شناختی، برنامه‌ریزی می‌کنند تا رفتارهای شناخت فرصت، ایجاد سرمایه‌گذاری و توسعه سرمایه‌گذاری را انجام دهند (جیسون لورتی^۸ و همکاران، ۲۰۱۵). اکثر پژوهش‌ها بر سیاست‌های سازمانی، کارآفرینی فردی دانشگاهی و رابطه بین دانشگاه و محیط خارجی تمرکز کرده‌اند (گیب و هاسکینز، ۲۰۱۳: ۲). با مالکیت روشن، سرمایه‌گذاری‌های بسیار مهم، ایمن‌تر می‌شوند و ریسک از دست دادن سرمایه، کاهش می‌یابد (نداوا، ۲۰۱۳). عدم اطمینان بالا و ماهیت غیرقابل تدوین دانش فنی، منجر به هزینه بالای عملیاتی و شکست سیستماتیک در بازار برای این دانش می‌شود که نشان‌دهنده دشواری سازماندهی روابط صنعت-علم است. یکی از عواملی که به عنوان شرط لازم برای ایجاد یک رابطه مناسب صنعت - علم مورد توجه قرار گرفته است، مسلماً دانشگاه‌هایی که فعالیت‌های خود را صرفاً بر اساس خطوط انضباطی، سازمان‌دهی می‌کنند مقاصد استراتژیک کمی برای درگیر شدن در تجاری‌سازی نتایج پژوهش‌های خود دارند (گیب، کوپل، هاسکینز، ۲۰۱۳: ۳۴). بر اساس نتایج برخی تحقیقات هر چه مأموریت سازمان واضح‌تر به اعضای دانشگاه منتقل می‌شود و هر چه ساختار سازمانی دارای

1 Nevada

2 Khani far

3 NELLES & VORLEY

4 Esfandiar

5 Johnny as Jung Neg

6 Kung Negvin

7 Lamberto

8 Lortie

9 Gibb, Coyle, Haskins

سلسله مراتب کمتر باشد و هر چه مدیران دانشگاه حرفه‌ای تر باشند تأثیر مثبت بیشتری بر دانشگاه‌های کارآفرین می‌گذارد (حورثی^۱، ۲۰۱۴، ریلن^۲، ۲۰۱۲، گیب و هاسکینز^۳، ۲۰۱۳).

افزایش توجه و تأکید بر انتقال دانش و فناوری از میان مرزهای نهادی دانشگاه و صنعت، منجر به ایجاد و به‌کارگیری مکانیزم‌های گوناگون انتقال محور گشته است. ارزش‌هایی نظیر تحسین موفقیت و پذیرش شکست، تغییر و خلاقیت وجود دارند. یک فرهنگ مترقی بر مبنای پنج ارزش است. استقلال با داشتن آزادی عمل برای انجام کار، نوآوری^۴ و خلاقیت^۵، پذیرش ریسک، حمایت از ابتکار و رقابت، اعتماد (برانستین و ریلن^۶، ۲۰۱۴). فرهنگ کارآفرینانه، نظامی مشترک از باورها، ارزش‌ها و هنجارهای اعضای یک سازمان است شامل ارزش نهادن به خلاقیت و نیز تحمل افراد خلاق می‌شود. بر مبنای این نوع فرهنگ، در مواجهه سازمان با مشکلات بقا، عدم قطعیت محیطی و تهدیدات رقبا، نوآوری و عمل جسورانه در تصرف فرصت‌های بازار، امری ضروری است (مک‌گیور^۷، ۲۰۰۳).

از مؤلفه دانشگاه کارآفرین، داشتن و اجرای سیاست‌های آموزشی و پژوهشی مشتری‌گرا و کارآفرینانه است. سرفصل‌های دروس باید بر اساس نیاز جامعه باشد. پایان‌نامه‌ها باید تجاری شوند. در کل، سیاست‌های آموزشی باید به سمت مشتری‌مداری پیش برود. بهزادی و همکاران (۱۳۹۳) و فارسی و همکاران (۲۰۱۴) به این مؤلفه اشاره کرده‌اند. به گفته آردیچویلی (۲۰۰۳)، سه بعد عمده دانش قبلی برای فرایند کشف کارآفرینی مهم است: دانش قبلی در بازارها، دانش قبلی در مورد راه‌های خدمت به بازارها و دانش قبلی در مورد مشکلات مشتری باعث شناخت بهتر بازار است. برانستین و ریلن، ۲۰۱۴^۸، در تحقیقی با عنوان «بررسی الگوی دانشگاه کارآفرین» در یک مطالعه کمی در آلمان دانشگاه لونبرگ، این‌گونه استدلال می‌کنند که هیچ مدل واحد یا بهتری برای دانشگاه کارآفرین وجود ندارد. عملکرد یک کارآفرین نشان داد که با رفتار و مهارت در ارتباط است (آستین میوانگه، 2018)^۹. برانستین و ریلن (۲۰۱۴) دانشگاه کارآفرین مبتنی بر دو مؤلفه است: دانشگاه و محیط که مبتنی بر تعامل دانشگاه با محیط است. مرکز ملی آموزش کارآفرینی در انگلستان (NCEE، ۲۰۱۳)^{۱۰}، با اشتراک گذاشتن تجارب خود مبنی بر توسعه مفهوم و عملکرد دانشگاه کارآفرین، نتایج مطالعات و تجارب خود با عنوان «دانشگاه کارآفرین از مفهوم تا عمل» این‌چنین منتشر می‌کنند که اکتشافات در دانشگاه کارآفرین سهم بالقوه‌ای در دستیابی به اهداف استراتژیک اقتصادی دارد. چنگ و همکاران (2009) نیاز به یک پداگوژی متفاوت تدریس برای آموزش به صورت کارآفرینانه را ضروری دانستند. هدف از دوره‌های آموزش کارآفرینی در برنامه درسی برای دانشجویان توانایی آن‌ها را در مورد چگونگی کار کردن برای خود و نه برای آن‌ها تقویت می‌کند (گورل و همکاران، ۲۰۱۰)^{۱۱}. لیندسی (۲۰۰۹) یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌ها در موفقیت توسعه قابلیت‌های رفتاری کارآفرینانه را فرهنگ حمایت‌کننده و پشتیبان کارآفرینی می‌داند که در دانشگاه نهادینه شده است. رفتار کارآفرینانه به‌عنوان انگیزه و اقدام‌هایی تعریف می‌شود که کارآفرین را قادر می‌سازد تا به تصمیمات خود در خصوص ایجاد سود از فرصت‌ها و

1 Horsi

2 Rilen

3 Haskinz

4 Innovation

5 Creativity

6 Verilian

7 Maguire

8 Branstin and Rilen

9 Austin Mwangi

10 NCEE

11 Gorilla et al

بهره‌برداری از فرصت‌ها جامعه عمل‌پوشاند (نیلیو، ۲۰۱۵)^۱. مطالعه یعقوبی و همکاران (۱۳۹۴) نشان داد که بین متغیرهای دانش کارآفرینی و مهارت کارآفرینی با متغیر قصد کارآفرینی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. سیادت و همکاران (۱۳۹۱) به بررسی مفهوم دانشگاه کارآفرین پرداخته‌اند و معتقدند که دانشگاه باید به مکانی برای آموزش و تمرین فراگیران و جایی برای پرورش و تشویق ایده‌های جدید و کارآفرینانه تبدیل شود. رینه و کوپولا (۲۰۰۵) در تعریفی، دانشگاه کارآفرین را شامل ایجاد ریسک‌های سرمایه‌گذاری جدید کاری توسط استادان دانشگاه، تکنسین‌ها، یا دانشجویان می‌دانند. در حال حاضر، ترویج و گسترش فرهنگ کارآفرینی در فضای اقتصادی کشور، بسیار اهمیت دارد و این وظیفه مهم می‌تواند از طریق ارائه آموزش‌های متنوع و متناسب با بازار کار منطقه توسط مراکز علمی کاربردی انجام پذیرد (حورثی، ۲۰۱۴)^۲. رفتار کارآفرینی مبتنی بر اصول فرهنگی و اجتماعی است. مطالعه موریسون^۳ نشان داد روند کارآفرینی بر تعامل بین فرد، شهود، جامعه و فرهنگ تأکید می‌کند. کارآفرینی، بیشتر از یک فرایند اقتصادی ساده و جامع است و نشان‌دهنده بیان بیرونی ترکیبی از رفتارهای صریح و ضمنی مبتنی بر عمل‌گرایی و ایده‌آلیسم است. ماهیت این فرایند این است که بهره‌برداری از ایده‌ها و نوآوری‌های خلاقانه را در معرض خطر قرار دهد و تغییرات را در یک محیط اجتماعی و اقتصادی آغاز کند. کلیدی برای شروع روند کارآفرینی در درون اعضای فردی جامعه قرار دارد و میزان روحیه کارآفرینی در مجموع به عنوان مطلوب شناخته شده است. بر این اساس، اعتقاد بر این است که منبع روحیه کارآفرینی، نهفته در فرد است و آن را در شرایط عدم‌اطمینان و رقابت قرار خواهد داد (الجوباری^۴ و همکاران، ۲۰۱۸). رفتار کارآفرینی به‌عنوان یک عامل مستقل، خودمراقبتی، اولین عامل پایه‌ای است که رفتار کارآفرینانه آن به‌دست می‌آید. این ادعا بر این فرض استوار است که رفتار کارآفرینی یک نوع رفتار خودمختار است که به‌نوبه خود به‌طور ذاتی انگیزه است؛ زیرا هدف آن دستیابی به نتایج مطلوب برای فرد است. انگیزه می‌تواند نقش اساسی در شکل‌گیری قصد کارآفرینی و سطوح مختلف نگرش داشته باشد (الجباری و همکاران، ۲۰۱۸)^۵. هر دو نوع انگیزه (ذاتی و بیرونی) ممکن است تحت شرایط خاص تأثیر مثبتی بر قصد کارآفرینی داشته باشد (آنتونیولی و همکاران، ۲۰۱۶)^۶. امین پژوهش‌چهرمی و همکاران (۱۳۹۴) در مطالعه‌ای نتیجه می‌گیرند ارتباط عضو هیئت علمی با صنعت، گستره شناختی وی، کیفیت تحقیق و ارتباط با شبکه‌های تحقیقاتی با شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی رابطه مستقیم دارد و با افزایش تجربه کارآفرینی در عضو هیئت علمی، قابلیت تشخیص فرصت افزایش یافته است. همچنین ارزش‌هایی نظیر تحسین موفقیت و پذیرش شکست، تغییر و خلاقیت وجود دارند. یک فرهنگ مترقی بر مبنای پنج ارزش است: استقلال با داشتن آزادی عمل برای انجام کار، نوآوری^۷ و خلاقیت^۸، پذیرش ریسک، حمایت از ابتکار و رقابت، اعتماد (برانستین وریلن^۹، ۲۰۱۴). دانشجویانی که به دنبال اطلاعات و فرصت بودند آموزش / تعلیم کارآفرینی را در نظر گرفتند، اهداف آینده را تعیین کردند، توانایی و مهارت‌ها را توسعه دادند و نگرش مثبت در مورد خلاقیت و حل مسئله نسبت به خوداشتغالی دارند (مسفین ملو آلیو و همکاران، ۲۰۱۸)^{۱۰}.

1 Nilo

2 Hoosri

3 Morrison

4 Aljobbari

5 Lajbari et al

6 Antonioli et al

7 Innovation

8 Creativity

9 Verilian

10 Melo Alloy Musketeers et al

روش‌شناسی

این پژوهش از لحاظ رویکرد پژوهشی، پژوهش آمیخته از نوع اکتشافی است؛ بنابراین رویکرد تحقیق، ترکیبی از رویکردهای کیفی و کمی (آمیخته) است که در آن، از روش‌های کیفی مقتضی از جمله داده‌بنیاد جهت استخراج مؤلفه‌ها و نیز سنجه‌های پژوهش و از روش‌های کمی برای تأیید الگوهای اندازه‌گیری و آزمون الگوی مفهومی استفاده شده است. از آنجا که روش‌های پژوهش کمی و کیفی به‌تنهایی نمی‌توانند قابلیت‌های رفتاری دانشجویان را به‌صورت جامع مورد مطالعه قرار دهند، ترکیب این روش‌ها مورد استفاده قرار گرفته است. از سوی دیگر، رویکرد پژوهش حاضر، آمیخته اکتشافی است. در طرح‌های پژوهش آمیخته اکتشافی، پژوهشگر بر آن است که درباره یک پدیده یا موقعیت نامعین، اطلاعات اساسی و دقیقی کشف کند. در این پژوهش در ابتدا به روش کیفی، نسبت به شناسایی شاخص‌های مؤثر در ایجاد رفتار کارآفرینانه با توجه به منابع ملی و بین‌المللی اقدام شد و پس از این مرحله، برای غربالگری و تعیین وزن مؤثر در ایجاد رفتار کارآفرینانه در اختیار جامعه آماری قرار گرفت. جامعه آماری شامل استادان و کارآفرینان دانشگاه جامع علمی- کاربردی بود و برای نمونه‌گیری برای یافتن خبرگان از روش نمونه‌گیری هدفمند و گلوله برفی استفاده شد. همچنین برای تعیین حجم نمونه این پژوهش از قاعده اقناع استفاده شد و نمونه‌گیری تا رسیدن به کفایت داده و اشباع نظری داده‌ها به تعداد ۲۸ نفر از خبرگان فعال در حوزه دانشگاه کارآفرین، در دانشگاه علمی- کاربردی می‌باشد. شیوه پاسخ‌دهی به سؤالات نیز به‌صورت باز پاسخ طراحی گردید تا پاسخ‌ها داخل مقولات از پیش طراحی شده جای گیرند. مصاحبه در ۵ سؤال کلی تدوین شد. در این پژوهش در مرحله طراحی الگو با استفاده از راهبرد پژوهش کیفی و روش داده‌بنیاد، پدیده مؤلفه‌های تأثیرگذار دانشگاه کارآفرین بر رفتار کارآفرینی دانشجویان مورد موشکافی دقیق قرار گرفت و الگوی تأثیر دانشگاه بر رفتار کارآفرینان در قالب تبیین شرایط علی، مقوله یا پدیده اصلی، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و در نهایت پیامدهای تأثیر دانشگاه بر رفتار کارآفرینان تعیین می‌شوند. در روش تحلیل داده‌های کیفی از روش کدگذاری باز، تولید مفاهیم اولیه، تولید مقوله‌های عمده، کدگذاری محوری و ارتباط علی بین مقوله‌ها، تعیین مقوله‌های فرایندی، زمینه‌ای و فرایند کدگذاری گزینشی و تعیین مقوله هسته محوری استفاده گردید. پس از این مرحله، به‌منظور آزمون الگوی تدوین شده، با استفاده از روش‌های پژوهش کمی یعنی تحلیل مسیر، داده‌های حاصل از مرحله کیفی آزمایش شدند و اعتبار الگوی مفهومی پژوهش سنجیده شدند. دلیل به‌کارگیری روش‌های کیفی، وجود ضعف در پیشینه نظری و تجربی پژوهش و نیز نبود اجماع پژوهشگران نسبت به معیارهای توسعه قابلیت‌های رفتاری کارآفرینان است.

از آنجایی که در پژوهش حاضر سعی شد که به بررسی و توسعه دانش کاربردی در حیطه شناسایی الگوی تأثیر دانشگاه بر رفتار کارآفرینان جهت یافتن نقشه‌راه برای تحقق تأثیر دانشگاه کارآفرین بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان کمک شود؛ می‌توان این پژوهش را از لحاظ هدف پژوهش از نوع تحقیقات کاربردی به‌شمار برد. در گام بعدی شاخص‌ها در پرسشنامه‌هایی در اختیار جامعه آماری (نمونه مورد مطالعه) قرار گرفت. گویه‌های این پرسشنامه براساس طیف ۵ درجه‌ای لیکرت، از خیلی زیاد (۵) تا خیلی کم (۱) طراحی گردید. پرسشنامه از دو بخش اصلی تشکیل شده است که بخش اول شامل متغیرهای جمعیت‌شناختی (جنسیت، میزان تحصیلات، میزان سابقه کار، وضعیت استخدامی) و بخش دوم دربرگیرنده گویه‌های مربوط به موضوع اصلی پژوهش است. برای استفاده از تکنیک‌های آماری مناسب در راستای آزمون‌های آماری و اطمینان از قابلیت تعمیم داده‌های حاصل از نمونه به جامعه مورد مطالعه از آزمون کولموگروف- اسمیرنوف و آزمون شاپیرو ویلک استفاده شد تا در صورت نرمال بودن توزیع از آزمون‌های پارامتریک و در غیر این صورت از آزمون‌های ناپارامتریک استفاده شود. برای توصیف داده‌های جمع‌آوری شده در بخش جمعیت‌شناسی در آمار توصیفی از شاخص‌های پراکندگی و شاخص‌های مرکزی از جمله میانگین متغیرهای اصلی و واریانس بهره گرفته شده است. برای سنجش برازش مدل اندازه‌گیری و ساختاری، از روایی واگرا که میزان همبستگی بین یک سازه و شاخص‌هایش در مقایسه میزان همبستگی بین شاخص‌های آن سازه با سازه‌های دیگر را نشان می‌دهد و روایی همگرا که همبستگی

شاخص‌های یک متغیر پنهان (سازه) با هم را می‌سنجد استفاده شده است از معیار ضریب تعیین (R^2) برای متصل کردن بخش اندازه‌گیری و بخش ساختاری مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شده که نشان می‌دهد میزان تأثیر متغیرهای برون‌زا بر متغیرهای درون‌زا چقدر است و ملاک ارزیابی برازش مدل اعداد ۱۹ درصد، ۳۳ درصد، ۶۷ درصد به ترتیب ضعیف، متوسط و قوی بودند برازش بخش‌های ساختاری را نشان می‌دهد برای سنجش رابطه بین سازه‌ها در مدل (بخش ساختاری) اعداد معنادار T به کار گرفته شده است. در صورتی که این مقدار این اعداد از ۱/۹۶ بیشتر باشد، نشان از صحت رابطه بین سازه‌ها را نشان می‌دهد و مدل، تأیید می‌شود. بار عاملی، مقدار عددی است که میزان شدت رابطه میان یک متغیر پنهان و متغیر آشکار است. مربوطه را طی فرایند تحلیل مسیر نشان می‌دهد و در این تحقیق به عنوان ضرایب مسیر استفاده می‌شود.

یافته‌ها

در این پژوهش به شیوه قضاوتی ۲۸ نفر از خبرگان انتخاب و پس از جلب موافقت آنها برای مشارکت، اول مصاحبه صورت پذیرفت. پس از انجام مصاحبه و ادغام ادبیات تحقیق با نظرات خبرگان، پرسشنامه به صورت حضوری و اینترنتی به آنها ارائه گردید. خبرگان شامل مدیران و مدرسان خبره و نظری دانشگاه جامع علمی- کاربردی هستند که در جدول ۱ سطح تحصیلات آنان بیان شده است.

جدول ۱. سطح تحصیلات خبرگان

سطح تحصیلات	فراوانی	درصد فراوانی	درصد فراوانی تجمعی
اعتبار	2	0.7	0.7
کارشناسی	15	5.4	6.1
کارشناسی ارشد	218	78.7	84.8
دانشجوی دکتری	7	2.5	87.4
دکتری	32	11.6	98.9
حوزوی	3	1.1	100
جمع کل	277	100	

در دور اول فهرست مؤلفه‌ها، شرایط علی، شرایط مداخله‌گر، شرایط زمینه‌ای، راهبردها و پیامدهای قابلیت‌های رفتاری دانشجویان در اختیار اعضای گروه قرار گرفت تا در مورد آنها در قالب طیف لیکرت اظهار نظر کنند. همچنین از آنها خواسته شد که نظرات خود را در قالب پیشنهاد یا اصلاح، به مجموعه اضافه کنند. در پایان این مرحله، پژوهشگر اصلاحات پیشنهادی لازم را بر مؤلفه‌ها انجام داد و همراه با میانگین نتایج در اختیار اعضای قرار داده شد. در مرحله دوم خبرگان به اتفاق نظر مناسب رسیدند. در گام نخست پژوهش ابتدا شاخص‌های مؤثر در ایجاد رفتار کارآفرینانه در منابع مختلف شناسایی شد و در گروه‌هایی قرار گرفت. این مؤلفه‌ها ۲۹ گروه اصلی و در ۸ بعد قرار گرفتند و در مجموع ۲۲۴ کد اولیه مورد شناسایی قرار گرفت.

جدول ۲. خلاصه نحوه شکل‌گیری مقولات عمده از مصاحبه

مؤلفه	بعد	مؤلفه	بعد
چابکی اقتصادی	شرایط اقتصادی و اجتماعی	فرهنگ کارآفرینانه	نهادینه کردن کارآفرینی
شرایط سیاسی و عوامل محیطی		قصد و رفتار کارآفرینی	
آمایش سرزمین		تشخیص و بهره‌برداری از فرصت	
قوانین و مقررات		ترویج و اشاعه کارآفرینی	
منابع و امکانات		توسعه ابعاد شخصیتی	
عوامل انگیزشی	بسترسازی درون دانشگاهی	اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی	
انگیزه کارآفرینانه و آینده‌سازی		طراحی مجدد فرایندها و ساختارها	تغییرات ساختاری
دانشگاه کارآفرین	محیط دانشگاهی و ارزش آفرینی	بازارسازی	
آموزش و برنامه درسی		ریسک	
کارگاه و کارورزی		الزامات مدیریتی	بهینه‌سازی مدیریت
ایده، پژوهش و استارت‌آپ		اصلاح سیستم نظارت و ارزیابی	
طرح کسب‌وکار		طراحی چشم‌انداز کارآفرینانه	پذیرش رسالت کارآفرینی
شرکت‌های دانش‌بنیان		ارتقای آموزش	
تکنولوژی		تصمیم‌گیری	شبک سازی
		تیم‌سازی	

پس از شناسایی کدهای اولیه پرسشنامه‌ای برای تعیین اهمیت شاخص‌ها در ایجاد رفتار کارآفرینانه در میان استادان دانشگاه تهیه شد. با توجه به حجم جامعه (۱۵۰۰ مدرس مهارتی) و رابطه کوکران، حجم نمونه ۳۰۶ محاسبه شد. به‌منظور افزایش دقت ۳۷۶ پرسشنامه توزیع شد و در نهایت ۳۵۲ پرسشنامه قابل تحلیل از مدرسان مهارتی جمع‌آوری و تحلیل شد. برای ورود داده‌ها به نرم‌افزار SPSS بر اساس اهمیت به ترتیب از اهمیت خیلی زیاد به خیلی کم اعداد ۵-۱ اختصاص یافت. برای اطمینان از پایایی پاسخ‌ها آلفای کرونباخ محاسبه شد. میزان آلفای کرونباخ ۰.۷۶۳ بیانگر پایایی پاسخ‌ها بود.

در گام بعدی پژوهش، برای تعیین اهمیت شاخص‌ها در ایجاد رفتار کارآفرینانه دانشجویان مهارتی با استفاده از آزمون داده‌ها ناپرامتریک فرید من رتبه‌بندی شاخص‌ها انجام شد. سپس راهکارهایی برای ارتقای شاخص‌های با اهمیت بیشتر ارائه شد. در نهایت، شرایط علی، با بعدهای: ۱- پذیرش رسالت کارآفرینی دارای مؤلفه‌های طراحی چشم‌انداز کارآفرینانه، ارتقای آموزش است و مهم‌ترین شاخص‌های آن به‌ترتیب تغییر در مأموریت و رسالت دانشگاه و بین‌رشته‌ای کردن دروس ۲- بسترسازی درون دانشگاهی با مؤلفه‌های انگیزه کارآفرینانه و آینده‌سازی، عوامل انگیزشی با مهم‌ترین شاخص نگرش‌های کارآفرینانه و ایجاد انگیزش در دانشجویان برای کارآفرین شدن، شرایط مداخله‌گر با بعدهای: ۱-

تغییرات ساختاری با مؤلفه‌های طراحی مجدد فرایندها و ساختارها، ریسک، بازسازی مهم‌ترین شاخص‌های آن تدوین فرایندهای مناسب کارآفرینی در دانشگاه، خطرپذیری، نیاز بازار کار ۲- بهینه‌سازی مدیریتی با مؤلفه‌های الزامات مدیریتی، اصلاح سیستم نظارت و ارزیابی و مهم‌ترین شاخص تبیین مدل‌های کسب‌وکار برای دانشگاه‌ها، اصلاح نظام ارزیابی عملکرد و پاداش و شرایط زمینه‌ای با بعد: ۱- شرایط محیطی اقتصادی، اجتماعی و مؤلفه‌های آمایش سرزمین، چابکی اقتصادی، شرایط سیاسی و عوامل محیطی، قوانین مقررات، منابع و امکانات که به ترتیب شاخص‌های داشتن برنامه بلندمدت منطقه، رقابتی شدن بازار، شرایط سیاسی و اجتماعی، ایجاد حقوق مالکیت معنوی، ثبات اقتصادی و پدیده موردمشاهده با بعد ۲- محیط دانشگاهی و ارزش‌آفرینی شامل مؤلفه‌های دانشگاه کارآفرین، آموزش و برنامه درسی، کارگاه و کارورزی، ایده، پژوهش و استارت‌آپ، شرکت‌های دانش‌بنیان، تکنولوژی، طرح کسب‌وکار به ترتیب با شاخص دانشگاه کارآفرین، آموزش مهارتی، محیط‌های کارگاهی و آزمایشگاهی، ثبت ایده و اختراع، تجاری‌سازی، شرکت‌های دانش‌بنیان، ارزش‌گذاری فناوری، نوآوری- نوآوری باز و فرایندها و تعاملات با بعد شبکه‌سازی و مؤلفه‌های تیم‌سازی و تصمیم‌گیری به ترتیب با شاخص، کار تیمی، مهارت‌های حل مسئله پیامد با بعد نهادینه کردن کارآفرینی و مؤلفه‌های اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی، ترویج و اشاعه کارآفرینی، تشخیص و بهره‌برداری از فرصت، توسعه ابعاد شخصیتی، فرهنگ کارآفرینانه، قصد رفتار کارآفرینی، به ترتیب با شاخص آماده‌سازی نیروی انسانی برای کارآفرینی، متعهد کردن دانشجو به استفاده از برند دانشگاه برای راه‌اندازی کسب‌وکار، به کارگیری فرصت‌ها، مسئولیت‌پذیری و پاسخگو بودن، خلق فرهنگ کارآفرینی، ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی، بیشترین تأثیر را در اجرای ابعاد دارند. سپس راهکارهایی برای ارتقای شاخص‌های با اهمیت بیشتر ارائه شد که در جدول ۳ مهم‌ترین شاخص و مؤلفه‌ها به همراه انحراف معیار و آلفای کرومباخ آمده است.

جدول ۳. شاخص و مؤلفه‌ها به همراه انحراف معیار و آلفای کرومباخ

نام تأثیرگذارترین شاخص	میانگین شاخص	انحراف معیار شاخص	نام مؤلفه	آلفای کرومباخ مؤلفه	شاخص کلی (بعد)
داشتن برنامه بلندمدت منطقه	4.37	0.611	آمایش سرزمین	۰/۸۶۶	شرایط زمین‌های اقتصادی و اجتماعی)
رقابتی شدن بازار	3.26	1.199	چابکی اقتصادی	۰/۸۴۸	
شرایط سیاسی و اجتماعی	4.19	0.841	شرایط سیاسی و عوامل محیطی	۰/۸۶۱	
ایجاد حقوق مالکیت معنوی	4.34	0.523	قوانین و مقررات	۰/۸۷۲	
ثبات اقتصادی	4.39	0.818	منابع و امکانات	۰/۸۰۰	
آماده‌سازی نیروی انسانی برای کارآفرینی	۳/۵۱	۲/۲۵۸	اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی	۰/۹۷۸	پیامدها نهادینه کردن کار آفرینی)
متعهد کردن دانشجو به استفاده از برند دانشگاه برای راه‌اندازی کسب‌وکار	۲/۸۱	۱/۵۰۸	ترویج و اشاعه کارآفرینی	۰/۸۹۲	آفرینی)

نام تأثیرگذارترین شاخص	میانگین شاخص	انحراف معیار شاخص	نام مؤلفه	آلفای کرونباخ مؤلفه	شاخص کلی (بعد)
به‌کارگیری فرصت‌ها	۴/۲۳	۰/۵۴۸	تشخیص و بهره‌برداری از فرصت	۰/۹۲۹	
مسئولیت‌پذیری و پاسخگو بودن	۴/۶۹	۰/۳۳۷	توسعه ابعاد شخصیتی	۰/۹۳۷	
خلق فرهنگ کارآفرینی	۴/۱۴	۰/۶۲۴	فرهنگ کارآفرینانه	۰/۸۲۲	
ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی	۴/۴۴	۰/۴۲۱	قصد و رفتار کارآفرینی	۰/۸۷۴	
تغییر در مأموریت و رسالت دانشگاه	4.19	0.624	طراحی چشم‌انداز کارآفرینانه	۰/۷۳۸	(پذیرش رسالت کارآفرینی) شرایط علی
بین‌رشته‌ای نمودن دروس	4.22	0.612	ارتقاء آموزش	۰/۷۱۸	
ایجاد انگیزش در دانشجویان برای کارآفرین شدن	4.46	0.576	عوامل انگیزشی	۰/۷۵۵	(بسترسازی درون دانشگاهی)
نگرش‌های کارآفرینانه	4.51	0.338	انگیزه کارآفرینانه و آینده‌سازی	۰/۸۷۱	
تبیین مدل‌های کسب‌وکار برای دانشگاه‌ها	3.85	1.308	الزامات مدیریتی	۰/۷۵۱	(بهینه‌سازی مدیریت) شرایط مداخله‌گر
اصلاح نظام ارزیابی عملکرد و پاداش	3.94	1.25	اصلاح سیستم نظارت و ارزیابی	۰/۸۱۵	
تدوین فرایندهای مناسب کارآفرینی در دانشگاه	3.75	1.693	طراحی مجدد فرایندها و ساختارها	۰/۹۴۴	(تغییرات ساختاری)
خطرپذیری (نترسیدن از شکست)	4.38	0.496	ریسک	۰/۷۸۶	
نیاز بازار کار	4.38	0.65	بازار سازی	۰/۹۰۶	
کار تیمی	4.48	0.547	تیم سازی	۰/۸۹۶	

نام تأثیرگذارترین شاخص	میانگین شاخص	انحراف معیار شاخص	نام مؤلفه	آلفای کرونباخ مولفه	شاخص کلی (بعد)
مهارت‌های حل مسئله	4.43	0.544	تصمیم‌گیری	۰/۹۰۷	شبکه فرایندها و تعاملات
دانشگاه کارآفرین	4.45	1.024	دانشگاه کارآفرین	۰/۷۵۶	محیط پدیده مورد مشاهده
آموزش مهارتی	4.51	0.555	آموزش و برنامه درسی	۰/۹۲۱	دانشگاهی و ارزش‌آفرین
محیط‌های کارگاهی و آزمایشگاهی	4.45	0.589	کارگاه و کارورزی	۰/۸۹۶	ی
ثبت ایده و اختراع، تجاری‌سازی	4.39	0.448	ایده، پژوهش و استارت‌آپ	۰/۹۰۶	
شرکت‌های دانش‌بنیان	4.11	0.853	شرکت‌های دانش‌بنیان	۰/۸۸۸	
ارزش‌گذاری فناوری	4.44	0.479	تکنولوژی	۰/۹۱۶	
نوآوری-نوآوری باز	4.44	0.465	طرح کسب‌وکار	۰/۹۴۳	

بررسی رابطه بین متغیرهای تحقیق

جدول ۴. ضرایب مسیر

مقادیر P	آماره T	انحراف استاندارد (STDEV)	میانگین نمونه (M)	نمونه‌های اصلی (O)	نتایج نهایی ضرایب مسیر
۰.۰۰۰	۱۸.۹۷۲	۰.۰۳۶	۰.۶۷۵	۰.۶۷۷	شرایط زمینه‌ای ← فرآیند ها و تعاملات
۰.۰۰۰	۷.۲۳۳	۰.۰۵۵	۰.۳۹۴	۰.۳۹۷	شرایط زمینه‌ای ← کارآفرینی دانشگاه
۰.۰۰۰	۱۹.۴۴۶	۰.۰۳۱	۰.۶۰۶	۰.۶۰۷	شرایط علی ← پیامد ها
۰.۰۱۴	۲.۴۵۹	۰.۰۵۲	۰.۱۳۶	۰.۱۲۹	شرایط علی ← کارآفرینی دانشگاه
۰.۰۰۳	۳.۰۰۰	۰.۰۴۷	۰.۱۴۶	۰.۱۴۲	شرایط مداخله گر ← فرآیند ها و تعاملات
۰.۰۴۱	۲.۰۵۴	۰.۰۴۳	۰.۰۸۶	۰.۰۸۹	شرایط مداخله گر ← کارآفرینی دانشگاه
۰.۰۰۰	۱۳.۱۱۵	۰.۰۲۷	۰.۳۶۱	۰.۳۶۰	فرآیند ها و تعاملات ← پیامد ها
۰.۰۰۰	۱۱.۹۳۴	۰.۰۳۴	۰.۴۰۸	۰.۴۱۰	فرآیند ها و تعاملات ← کارآفرینی دانشگاه (محیط دانشگاه و ارزش آفرینی)

روایی همگرا^۱

روایی همگرا (میانگین واریانس استخراج شده) نشان دهنده میزان همبستگی یک سازه با شاخص های خود را نشان می دهد که هر چه این همبستگی بیشتر باشد برازش نیز بیشتر است. برای مقدار بالاتر از ۰/۵ روایی همگرا قابل قبول است (داوری، ۱۳۹۳). مطابق جدول ۵ مقادیر روایی همگرا بیشتر از ۰/۵ و قابل قبول است.

جدول ۵. میانگین واریانس استخراج شده

میانگین واریانس استخراج شده (AVE)	
0,569	شرایط زمینه‌ای
0,711	شرایط علی
0,508	شرایط مداخله‌گر
0,549	فرایندها و تعاملات
0,774	پیامدها
0,606	کارآفرینی دانشگاه

روایی واگرا^۲ افتراقی HTMT

روایی واگرا سومین معیار سنجش برازش مدل های اندازه گیری در اسمارت پی. ال. اس^۳ است. در این پژوهش از روش که HTMT میزان رابطه یک سازه با شاخص هایشان در مقایسه رابطه آن سازه با سایر سازه ها است استفاده گردید. جدول ۶ بررسی روایی واگرا به وسیله یک ماتریس صورت می گیرد و در صورتی قابل قبول است که مقادیر این معیار کمتر از ۰/۹ باشد.

جدول ۶. ماتریس روایی واگرا به روش HTMT

شرایط زمینه‌ای	شرایط علی	شرایط مداخله‌گر	فرایندها و تعاملات	پیامدها	کارآفرینی دانشگاه
شرایط زمینه‌ای					
شرایط علی	0,273				
شرایط مداخله‌گر	0,117	0,277			
فرایندها و تعاملات	0,157	0,110	0,290		
پیامدها	0,139	0,033	0,028	0,124	
کارآفرینی دانشگاه	0,018	0,670	0,009	0,197	0,150

مطابق جدول ۶ اعداد مندرج در ماتریس از ۰/۹ کمتر است؛ پس مدل اندازه گیری دارای روایی واگرا است.

بحث و نتیجه گیری

نحوه آموزش، نگرش، مدرسان و کارکنان دانشگاه به مقوله آموزش کارآفرینی می تواند به عنوان ابزاری قدرتمند در ایجاد یک محیط کارآفرینانه در دانشگاه عمل کند. دانشگاه می تواند به عنوان نهادی قوی، جسارت و روحیه کار آفرینی را در جامعه و در قشر جوان ایجاد و تقویت کند. ارائه دروس مرتبط با کارآفرینی و فعالیت های اقتصادی و نیز روش

1 AVE: Average Variance Extracted

2 Discriminant Validity

3 Smart pls

تدریس در کشورهای توسعه یافته وضعیت مطلوب تری دارد که تأثیر غیرمستقیم بر کارآفرینی دانشگاهی و رشد اقتصادی می گذارد. لازم است که آموزش های کارآفرینی، به صورت گسترده و فراگیرتر و نه فقط برای یافتن تنها یک فرصت شغلی باشد (کوئیم و همکاران، ۲۰۱۴ به نقل از حسنی و همکاران، ۱۳۹۷). بر اساس نتایج تحقیقات صورت گرفته، سه مورد از مهم ترین معضلات آموزش مهارتی در کشور عبارت است از: فقدان مدل توسعه آموزش عالی، مشخص نبودن میزان سهم آموزش های مهارتی در نظام آموزش عالی کشور و فقدان مهارت های لازم در دانش آموختگان مراکز مهارت آموزی. در بعد رفتاری و محتوایی هم مهم ترین آسیب عوامل «عدم دسترسی کافی به اطلاعات بازار کار و عدم بهره مندی نظام آموزش مهارت از منابع انسانی مناسب این نظام» شناخته شدند. در بعد محیطی و زمینه ای، عوامل «خالت قدرت سیاسیون در توسعه کمی آموزش های مهارتی و تقاضا محور نبودن آموزش های مهارتی، معضل اصلی آموزش های مهارتی است» که جزو مهم ترین آسیب های نظام آموزش مهارتی کشور قرار گرفتند. دانشگاه کارآفرین یک سیستم اجتماعی است که در آن، واحدهای سازمانی درونی، از جمله گروه های آموزشی مراکز پژوهشی اعضای هیئت علمی و دانشکده ها تلاش می کنند تا با نیازهای واقعی بازار و محیط (اقتصادی اجتماعی و فرهنگی) پاسخ دهند و تنها به نوآوری بپردازند بلکه با ایجاد تغییرات اساسی در عملکرد خودشان به طور مستمر اقدام کنند اما منظور از کارآفرینی دانشگاهی، توسعه نوآوری در فعالیت ها و تعامل عناصر دانشگاهی است؛ به نحوی که در راستای نیل به دانشگاه کارآفرین منجر به بازتعریف کارکردهای آموزش و عرضه خدمات شود. از این جمله می توان و تحول در مدیریت دارایی های معنوی دانشگاه آزاد (اختراعات، مالکیت فکری، مجوزها، انتشارات و ...) ویژگی دانش آموختگان انتقال فناوری از طریق ایجاد شرکت های فناور محور و همکاری نزدیک بین دانشگاه و صنعت اشاره کرد (باقرصاد، ۱۳۹۲). یافته های این پژوهش نشان می دهد شاخص های های اثرگذار دانشگاه کارآفرین بر رفتار کارآفرینی دانشجویان، اهمیت یکسانی ندارند و می توان آن ها را بر مبنای اهمیت تقسیم بندی کرد که به تفسیر آنان پرداخته می شود.

۱. **شرایط علی:** با بعدهای پذیرش رسالت کارآفرینی؛ شامل مؤلفه های طراحی چشم انداز کارآفرینانه، ارتقای آموزش است و بعد بسترسازی درون دانشگاهی؛ شامل مؤلفه های انگیزه کارآفرینانه و آینده سازی، عوامل انگیزشی می باشد نشان داد که شاخص ها به ترتیب: تغییر در مأموریت و رسالت دانشگاه، بین رشت های کردن دروس، نگرش های کارآفرینانه و ایجاد انگیزش در دانشجویان برای کارآفرین شدن، بیشترین تأثیر را در اجرای آن دارند. با استناد به اسناد آمایش آموزش عالی، اهداف اساسی آمایش آموزش عالی عبارتند از: ۱- متناسب سازی توسعه آموزش عالی با نیازهای جامعه در مقیاس استانی، ملی، منطقه ای و بین المللی ۲- مأموریت گرایی در توسعه مؤسسات رشته ها، مقاطع و زیرنظام های آموزش عالی ۳- بازنگری در برنامه های آموزشی (به روزرسانی، بازنگری، کاربردی کردن، توسعه میان رشته ای ها) ۴- تبیین و بازنگری و تفکیک مأموریت های زیرنظام های آموزشی متناسب با توانمندی و اهداف کلان آموزش عالی ۵- نهادینه کردن کیفیت در نظام آموزش عالی (ساختار سازی، تدوین شاخص ها و استانداردها اعتبارسنجی درجه بندی و رتبه بندی) ۶- تعیین جایگاه و نقش آموزش عالی فراملی (دوره مشترک بین المللی، ایجاد شعب دانشگاه های داخل در خارج و پذیرش دانشجوی خارجی) ۷- حمایت از توانمندسازی مشارکت فعال و تأثیرگذار بخش غیردولتی در توسعه آموزش عالی ۸- تقویت و توسعه دوره های مهارتی آموزش عالی ۹- کارآمدسازی دانش آموختگان در راستای کارآفرینی ورود به بازار کار ۱۰- حمایت از تولید علم و فناوری بومی در تمام حوزه ها، به ویژه در حوزه علوم انسانی ۱۱- ارتقای شاخص های کمی و کیفی آموزش عالی ۱۲- دانش افزایی و توانمندسازی اعضای هیئت علمی ۱۳- اصلاح ساختار مدیریتی و تصمیم گیری نظام آموزش عالی در راستای پویایی آموزش عالی (پیش نویس سند آمایش آموزش عالی، ۱۳۹۱، به نقل از دانشگاه نیشابور، ۱۷۰۷- آمایش- آموزش عالی^۱. همچنین

تحقیقات ما با محققان: نبی و هولدن^۱ (۲۰۰۸) احمدی و همکاران (۱۳۸۸)، بارانی و همکاران (۱۳۹۰)، طهماسبی و همکاران (۱۳۹۶)، سیادت و همکاران (۱۳۹۱)، سازمان همکاری اقتصادی و توسعه (OECD، ۲۰۱۲) و در خصوص تکنیک‌های آموزشی با اسفندیار و همکاران (۲۰۱۷) و در خصوص دانش با محققان: گیب و همکارانش ۲۰۰۹، هم راستا بود.

۲. **شرایط مداخله‌گر:** با بعدهای تغییرات ساختاری شامل مؤلفه‌هایی طراحی مجدد فرایندها و ساختارها، ریسک، بازاریابی است و بعد بهینه‌سازی مدیریتی شامل مؤلفه‌هایی الزامات مدیریتی، اصلاح سیستم نظارت و ارزیابی می‌باشد و به ترتیب برای هرکدام یک شاخص: تدوین فرایندهای مناسب کارآفرینی در دانشگاه، خطرپذیری (نترسیدن از شکست)، نیاز بازار کار، تبیین مدل‌های کسب‌وکار برای دانشگاه‌ها، اصلاح نظام ارزیابی عملکرد و پاداش بیشترین تأثیر را در اجرای آن دارند. طبق نظر سانچز (۲۰۱۳)، تمایل به ریسک‌پذیری یک ویژگی شخصیتی است که تمایل و تمایل فرد به خطر را تنظیم می‌کند.

این ویژگی مربوط به کارآفرینی است؛ زیرا فعالیت کارآفرینی بر اساس تعریف شامل نوعی خطر است. او تمایل به ریسک‌پذیری را به همراه پیشگویی و نوآور، یکی از سه بعد اصطلاحاً جهت‌گیری کارآفرینی می‌داند و گرایش به ریسک، به تمایل یک فرد برای تعهد به منابع فرصت در صورت وجود احتمال خرابی اشاره دارد. مهم‌ترین موانع شامل مشکلات کمک مالی، کمبود امکانات زیرساختی، کمبود امکانات تکنولوژیکی، نداشتن آگاهی در زمینه کارآفرینی، نگرش منفی افراد نسبت به کارآفرین به‌عنوان شغلی، عدم خلاقیت و نداشتن توان ریسک‌پذیری است. (آچوتان و نیمالاتاسان، ۲۰۱۲؛ سیواراجا و آچوتان، ۲۰۱۳)^۳. مدیران دانشگاه‌ها باید بستر تفکر را برای کل سازمان فراهم سازند. مدیران میانی، برنامه‌ریزی‌های میان‌مدت را انجام می‌دهند و برای اظهارنظر مدیریت عالی، برنامه‌های بلندمدت و جامع‌تر را آماده می‌کنند، عملکرد مدیران رده پایین را تحلیل و توانایی و آمادگی آنان را برای ارتقای تعیین می‌کنند و در مسائل مختلف به آن‌ها خدمات مشاوره‌ای می‌دهند. امروزه دانشگاه‌ها به‌عنوان محور عقلانیت جامعه، نقشی مؤثر در تحولات آن پیدا کرده‌اند (مورنو و همکاران، ۲۰۱۴). همچنین دانشگاه‌ها باید بتوانند از مدیران سیاستگذار اجرایی که هم در زمینه سیاستگذاری و هم در زمینه کارهای اجرایی تخصص خاص دارند برای بهبود سیستم استفاده کنند. از جمله اقدامات دیگری که زیرمجموعه تغییرات مدیریتی می‌باشد می‌توان اصلاح نظام ارزیابی عملکرد و پاداش را ذکر کرد که تحقیقات ما در خصوص ریسک با محققان (برانستین وریلن، ۲۰۱۴)، اعتمادبه‌نفس بیش‌ازحد، خوش‌بینی، سرسختی و اشتیاق (آچوتان و نیمالاتاسان، ۲۰۱۲؛ سیواراجا و آچوتان، ۲۰۱۳) و در خصوص مدیریت با محققان (محمد احمدی و همکاران، ۱۳۸۸)؛ حورثی^۴ (۲۰۱۴)، الکساندر نیومن و همکاران (۲۰۱۹) و در خصوص نظارت با یداللهی فارسی و همکاران (۱۳۹۰) هم‌راستا است.

۳. **شرایط زمینه‌ای:** با بعد شرایط محیطی، اقتصادی و اجتماعی؛ شامل مؤلفه‌های آمایش سرزمین، چابکی اقتصادی، شرایط سیاسی و عوامل محیطی، قوانین و مقررات، منابع و امکانات است که به ترتیب برای هر کدام از مؤلفه‌ها این شاخص‌ها بیشترین تأثیر را در آن با توجه به بررسی داشتند: داشتن برنامه بلندمدت منطقه، رقابتی شدن بازار، شرایط سیاسی و اجتماعی، ایجاد حقوق مالکیت معنوی، ثبات اقتصادی بیشترین تأثیر را در اجرای آن دارند. از آنجایی که چارچوب اصلی اقتصاد کشور به صورت دولتی است و کمتر در آن رقابت برای در اختیار گرفتن منابع و بازار در بین سازمان‌ها وجود دارد کارآفرینی در این محیط کم‌رنگ جلوه‌گر می‌شود، همچنین فقدان قوانین حمایت

1 Nabi Vhvdny

2 OECD

3 Achutan and Nimalatasan; Sivaraja and Achutan

4 Ahmadi Mohammad et al

5 Hoosri

از ثبت اختراعات و قانون مالکیت معنوی قوی در بافت جامعه باعث می‌شود افراد، درگیر در دانشگاه‌ها دلسرد شوند. ساختارها و قوانین مربوط به مدیریت مالکیت فکری^۱ عاملی کلیدی در تسهیل انتقال فناوری و ایجاد انگیزه برای تجاری‌سازی نتایج تحقیقات است. کشورها برای ارتقای رفاه اقتصادی و اجتماعی انگیزه دارند تا میزان کارآفرینی را افزایش دهند (پنگ و همکاران، ۲۰۱۲). کارآفرینی و نوآوری، در اولویت برنامه‌های سیاسی بسیاری از کشورها قرار دارد (بلیکر^۲ و همکاران، ۲۰۰۶). تحقیقات ما در خصوص رقابتی شدن بازار، با محققان: احمدی و همکاران (۱۳۸۸) و بازاریابی بارانی و همکاران (۱۳۹۰)، یونگ نگ و همکاران (۲۰۱۶)، نداوا و همکاران (۲۰۱۳) و در خصوص دانش بازار با محققان: امین پژوهش جهرمی و همکاران (۱۳۹۴)، بازار کار سیادت و همکاران (۱۳۹۱) و در خصوص قوانین و مقررات، نداوا (۲۰۱۳) و در خصوص برنامه درسی با عامری (۱۳۹۱) هم‌راستا است.

۴. **پدیده موردمشاهده:** با بعد محیط دانشگاهی و ارزش‌آفرینی شامل مؤلفه‌های دانشگاه کارآفرین، آموزش و برنامه درسی، کارگاه و کارورزی، ایده، پژوهش و استارت‌آپ، شرکت‌های دانش‌بنیان، تکنولوژی، طرح کسب‌وکار می‌شود؛ به ترتیب برای هر کدام یک شاخص شامل: دانشگاه کارآفرین، آموزش مهارتی، محیط‌های کارگاهی و آزمایشگاهی، ثبت ایده و اختراع، تجاری‌سازی، شرکت‌های دانش‌بنیان، ارزش‌گذاری فناوری، نوآوری- نوآوری باز بیشترین تأثیر را در اجرای آن دارند. فارغ‌التحصیل دانشگاه کارآفرین، دیگر صرفاً یک فرد با مجموعه‌ای از دانسته‌های علمی و کاربردی نیست؛ فارغ‌التحصیل دانشگاه کارآفرین، فردی نیست که پس از پایان تحصیلات در یک بنگاه تولیدی یا خدماتی جذب شود و به انجام وظیفه بپردازد. وی را باید فردی (حقیقی یا حقوقی) دانست که در هر مقام و جایگاهی که باشد در محیط کارش نوآوری می‌کند، افق‌های نوین را می‌بیند، گام به درون عرصه‌هایی می‌گذارد که یا دیگران ندیده‌اند یا اگر هم دیده باشند جرأت ورود بدان‌ها را نداشته‌اند. دانشگاه کارآفرین، فارغ‌التحصیلانی را به جامعه ارائه می‌دهد که دانش را در کنار پژوهش‌های کاربردی به خدمت می‌گیرند و با نوآوری، کار می‌آفرینند. هدف از دوره‌های آموزش کارآفرینی در برنامه درسی برای دانشجویان، توانایی آن‌ها را در مورد چگونگی کار کردن برای خود و نه برای آن‌ها تقویت می‌کند (گورل و همکاران، ۲۰۱۰)^۳. مرکز ملی کارآفرینی در انگلستان (NCEE، ۲۰۱۳) ابعاد تأثیرگذار بر دانشگاه کارآفرین را «آموزش کارآفرینی، بین‌المللی شدن دانشگاه، انتقال و تغییر دانش، چشم‌انداز و تعامل ذی‌نفعان و اهرم‌های مالی» معرفی می‌کند. سیادت و همکاران (۱۳۹۱) به بررسی مفهوم دانشگاه کارآفرین پرداخته‌اند و معتقدند که دانشگاه باید به مکانی برای آموزش و تمرین فراگیران و جایی برای پرورش و تشویق ایده‌های جدید و کارآفرینانه تبدیل شود و فاصله عمیق بین دانشگاه و صنعت کمتر گردد و بین واحدهای درسی و نیازهای بازار کار سنخیت وجود داشته باشد. توانایی تعیین مسیر استراتژیک، تعهد به خدمت گرفتن دانش، به ویژه در منطقه محلی، توسعه قابلیت‌های داخلی برای انتقال فناوری و تجاری‌سازی تحقیقات و ایفای نقش مشترک با دولت و جامعه مدنی در ایجاد و اجرای یک استراتژی برای توسعه منطقه مبنی بر دانش، از چشم‌اندازهای دانشگاه کارآفرین است (اتز کویتز، ۲۰۱۷). تحقیقات ما در خصوص دانشگاه کارآفرین با محققان: برانستین و ریلن (۲۰۱۴)، OECD (۲۰۱۲)، نداوا (۲۰۱۰ و ۲۰۱۳)، کربی و همکاران (۲۰۱۱)، برانستین و ریلن (۲۰۱۴) و در خصوص آموزش کارآفرینی با محققان: آقاجانی و همکاران (۱۳۹۵) و در خصوص آموزش با محققان: بارانی و همکاران (۱۳۸۹)، بارانی و همکاران (۱۳۹۰)، مرکز ملی کارآفرینی در انگلستان (NCEE، ۲۰۱۳) همچنین در خصوص استارت‌آپ با بهزادی و همکاران (۱۳۹۲)، ریلن و برانستین (۲۰۱۴) و در خصوص ایده، با سیادت و همکاران (۱۳۹۱) هم‌راستا است.

1 Intellectual property

2 Bleaker

3 Gorilla et al

۵. **فرایندها و تعاملات:** با بعد شبکه‌سازی شامل مؤلفه‌هایی تیم‌سازی و تصمیم‌گیری می‌شود. به ترتیب برای هر کدام یک شاخص شامل: کار تیمی، مهارت‌های حل مسئله، بیشترین تأثیر را در اجرای آن دارند. شبکه‌سازی در بین سازمان‌های مختلف از جمله اقداماتی است که آنها می‌توانند برای بالا بردن کارایی خود از طریق استفاده از تجربیات یکدیگر انجام دهند. برای ایجاد و انجام توسعه قابلیت‌های رفتاری کارآفرینانه نیز یکی از کارهایی که دانشگاه‌ها می‌توانند انجام دهند شبکه‌سازی با سازمان‌ها و صنایع می‌باشد تا به این صورت هم زمینه‌های همکاری را ایجاد و هم به تجاری‌سازی و تولید ثروت برای خود اقدام کنند. در این راه، دانشگاه و صنایع با تعریف منافع مشترک و برگزاری نشست‌های مشترکی که بین دانشگاه و صنعت انجام می‌شود می‌توانند زمینه‌های همکاری را شناسایی و تقویت کنند. همچنین از طریق این شبکه‌سازی‌ها است که زمینه سرمایه‌گذاری صنعت در دانشگاه و خروج شرکت‌های زایشی از دانشگاه فراهم می‌شود. در خلال این شبکه‌سازی‌ها زمینه حضور استادان دانشگاه، دانشجویان و کارکنان دانشگاه در صنعت فراهم و فرایند همکاری دانشگاه با صنعت تسهیل خواهد شد و نتیجه کلی این فعل و انفعالات تولید ثروت و توسعه قابلیت‌های رفتاری، کارآفرینانه خواهد بود. تحقیقات در زمینه‌های تجارت و مدیریت در چارچوب چین، اغلب روابط شخصی و شبکه‌های اجتماعی را به‌عنوان متغیرهای کلیدی در سطح موفقیت بیان کرده است (چن، نگ و همکاران، ۲۰۱۶)^۱. از دیگر مزایا می‌توان به تنوع بیشتر ایده‌ها، افزایش چشم‌اندازهای نوآوری و احتمالاً تصمیم‌گیری سریع‌تر اشاره کرد (یوانگ^۲، ۲۰۱۸) که تحقیقات ما در خصوص ایجاد شبکه با محققان: امین پژوهش جهرمی و همکاران (۱۳۹۴)^۳، مسفین ملو آلیو و همکاران (۲۰۱۸)^۴، لمبرتو (۲۰۱۷) و در خصوص حل مسئله با محققان: نیومانا و همکاران (۲۰۱۹)، جیسون لورتی و همکاران (۲۰۱۵)، لمبرتو (۲۰۱۷)، کوروش اسفندیار و همکاران (۲۰۱۷) هم‌راستا بود.

۶. **پیامد:** با بعد نهادینه کردن کارآفرینی شامل مؤلفه‌های اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی، ترویج و اشاعه کارآفرینی، تشخیص و بهره‌برداری از فرصت، توسعه ابعاد شخصیتی، فرهنگ کارآفرینانه، قصد و رفتار کارآفرینی می‌شود برای هر کدام به‌ترتیب یک شاخص شامل: آماده‌سازی نیروی انسانی برای کارآفرینی، متعهد کردن دانشجو به استفاده از برند دانشگاه برای راه‌اندازی کسب‌وکار، به‌کارگیری فرصت‌ها، مسئولیت‌پذیری و پاسخگو بودن، خلق فرهنگ کارآفرینی، ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی بیشترین تأثیر را در اجرای آن دارند. با مطالعه تجربی بر چهار دانشگاه در هلند، نروژ، سوئد و انگلستان، ابعاد موردنظر برای دانشگاه کارآفرین عبارت است از: مدیریت، ساختار، فرهنگ، مأموریت سازمان معرفی می‌کند. در کشورها با سیستم‌های اداری بدون پیچیدگی و پشتیبانی مالی بالاتر برای تحقیق و توسعه، آموزش و شرکت‌های کوچک و متوسط، یک فرهنگ کارآفرینی قوی‌تر وجود دارد (کاستانو و همکاران^۵، ۲۰۱۶). یکی از فاکتورهای بسیار اساسی و بنیادی در یک اقتصاد پویا، ایجاد فضا و فرهنگ کارآفرینی است که از آن به‌عنوان موتور اقتصادی تعبیر می‌شود و بدون ایجاد این فرهنگ، حل مشکل بیکاری، موفقیت‌آمیز نخواهد بود (الجوباری و همکاران، ۲۰۱۸)^۶. اگر کارآفرینی در کلاس‌ها آموزش داده شود می‌توانیم انتظارات کارآفرینی بیشتری داشته باشیم؛ به‌ویژه هنگامی که کلاس درس، بخشی از فرهنگ با جمع‌گرایی درون‌گروهی باشد (آستین میوانگه، ۲۰۱۸). همچنین محققانی چون کلارک (۱۹۹۸)، بریکویتز و فلدمن (۲۰۰۴) به نقش فرهنگ کارآفرینانه بر توسعه قابلیت‌های رفتاری کارآفرینانه تأکید دارند. لیندسی (۲۰۰۹) یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌ها در

1 Chen, Neg et al

2 Austin Mwangi

3 Pazhohesh Jahromi Amin et al

4 Melo Alio et al

5 Castao & al

6 Al-Jubari et al

موفقیت توسعه قابلیت‌های رفتاری کارآفرینانه را فرهنگ حمایت‌کننده و پشتیبان کارآفرینی می‌داند. افراد پس از کسب مهارت و تخصص دانش فنی، قادر خواهند بود که فرصت‌های شغلی مناسبی را به دست آورند یا در نهایت، فرصت شغلی ایجاد کنند (پینگ هو و همکاران، ۲۰۱۴). تحقیقات ما در خصوص فرهنگ، با محققان: یعقوبی و همکاران (۱۳۹۴) و حورثی (۲۰۱۴)^۲ حسنقلی پور و همکاران (۱۳۹۰)، برانستین وریلن (۲۰۱۴)، الجوباری و همکاران (۲۰۱۸) و در خصوص فرهنگ کارآفرینانه با: کاستائو و همکاران (۲۰۱۶)، اترکویت (۲۰۱۲)، هم‌راستا است.

پیشنهادها برای آینده در دو سطح خرد و کلان به شرح ذیل است:

۱. سرفصل دروس مهارتی دانشگاه جامع علمی- کاربردی، حداکثر دو سال و نیم یک‌بار توسط گروه‌های آموزشی مراکز، بررسی و با نیازهای روز جامعه و تکنولوژی روز، تطبیق داده شود و به‌روزرسانی گردد.
۲. معاونت پژوهش دانشگاه به واحدهای استانی ابلاغ کند تا مراکز رشد و مراکز نوآوری در دستور کار دانشگاه قرار گیرد و دانشجویان به‌طور مرتبط دروس کاربردی و کاربرینی خود را با هماهنگی این مراکز انجام دهند.
۳. با توجه به اینکه فارغ‌التحصیلان نهایتاً در دوره‌های کاربردی فارغ‌التحصیل می‌شوند و باید در محیط کار از آن استفاده کنند حتماً دوره‌های کارگاه و کارورزی آنها مرتبط با موضوعات فارغ‌التحصیلی باشد، قرارداد کامل با محیط کارورزی منعقد و سرپرست کارگاه (فردی است که تخصص و مهارت کافی را در آن رشته کاری دارد) نسبت به انتقال تجربه آن شغل توسط مدرس مربوطه توجیه گردد.
۴. برای دروس کاربرینی و کارورزی، حتماً از مدرسان دارای ۵ سال تخصص و تجربه در آن رشته مهارت و تجربه دارند استفاده شود.

پیشنهادها در سطح کلان برای دانشگاه

۱. اعتمادسازی بیشتر در روابط صنعت و دانشگاه
۲. تشکیل کارگروه‌های تخصصی در دانشگاه و برنامه‌ریزی دانشگاهی منطبق بر نیازهای بازار کار برای پاسخ‌گویی به نیازهای صنعت
۳. اصلاح برنامه‌های درسی و هم‌سو کردن محتوای کتاب‌های درسی با نیازهای صنعت.

Reference

1. Asada, K., Ahmadi, P., Ghorbani, Z., Lahiji, N. (1391). "Investigating the characteristics of entrepreneurial university in Tarbiat Modares University" Journal of Entrepreneurship Development, 5 (3), (47-64). doi: 10.22059 / jed.2012.29470. (in persian)
2. Ariana, A., Daneshfard, K. (1399). "Explaining the empowerment indicators of the Technical and Vocational University based on the characteristics of the Entrepreneur University (Case study: Bandar Abbas Technical and Vocational University)" Karafen Journal, 17 (3), 41-59 (in persian).
3. Baqersad, W. (1395), "Entrepreneurship education and its impact on entrepreneurial intention" Karafen Magazine, 13 (38), 20. magiran.com/p1649451 (in persian).
4. Barani, S., ZarAfshani, K., DelAngizan, S. & Hosseini Loregani, S.M. (2010), "The Impact of Entrepreneurship Education on the Entrepreneurial Behavior of Payame Noor University Students in Kermanshah": Structural Equation Modeling Approach, Quarterly Journal of Research and Planning in Higher Education, No. (57), pp. 105-88 (in persian).
5. Cuong Nguyen (2018), " Demographic factors, family background and prior self-employment on entrepreneurial intention – Vietnamese business students are different: why?", Nguyen Journal of Global Entrepreneurship Research (2018) 8:10.

1 Ping Ho et al

2 Hoosri

6. Daim, T., Dabic, M. & Elvan B. (2016) "Students' entrepreneurial behavior: international and gender differences, Daim et al", *Journal of Innovation and Entrepreneurship* (2016) 5:19.
7. Davide Antonioli, Francesco Nicolli, Laura Ramaciotti and Ugo Rizzo, (2016), "The Effect of Intrinsic and Extrinsic Motivations on Academics' Entrepreneurial Intention" *mdpi, Adm. Sci.* 2016, 6, 15; doi:10.3390/admsci6040015.
8. Esfandiari, A., Radha, B., Wang, F. C., Yang, Q., Hu, S., Garaj, S., ... & Gopinadhan, K. (2017). "Size effect in ion transport through angstrom-scale slits". *Science*, 358(6362), 511-513.
9. Etzkowitz, H. (2003). "Research groups as 'quasi-firms': the invention of the entrepreneurial university". *Research Policy*, 32(1): 109-121.
10. G. Ramezani, O. Mehni & N. Azizi 1397 " Investigate the Barriers and Factors Influencing Inefficiency of Research at Farhangian University: A Grounded Theory Approach " *Journal of Management and Planning in Educational Systems* 2018, Vol. 11 (2), 27-50
11. Gibb, A. (2005). "Towards the entrepreneurship university entrepreneurship education as a lever for change. The National Council for Graduate Entrepreneurship (NCGE)", UK, policy paper No 3.
12. Gibb, A.A. and Haskins, G. (2013) "The University of the Future. An Entrepreneurial Stakeholder Learning Organisation", in Fayolle A. and Redford D. Edts". 'Handbook on the Entrepreneurial University', Edward Elgar Publishing (forthcoming, January 2014) – see NCEE website.
13. Hassani, Z., Abolghasemi., Meshbaki Esfahani, A. (1397) "Designing a Conceptual Model of the Impact of University Entrepreneurship Components". *Journal of Social Sciences, Shushtar Azad University* The twelfth autumn of 1397. (in persian)
14. Jason Lortie, Gary Castogiovanni (2015) " The theory of planned behavior in entrepreneurship research: what we know and future directions" *Springer Science+Business Media New York* 2015
15. Kirby, D. A., Guerrero, M., and Urbano, D. (2011), "Making universities more entrepreneurial: Development of a model", *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne des Sciences de l'Administration*, 28(3), 302-316.
16. Lamberto, Z. Carmen, M., Cristiano, L., Vincenzo Z. (2017), " Factors affecting universities' ability to foster students' entrepreneurial behavior an empirical investigation ", *Journal of Management Development*, Vol. 36 Iss 2. 2017.
17. Maguire, S., Hardy, C., Lawrence, T.B. (2003). "Institutional Entrepreneurship in Fields", *HIV/AIDS Treatment Advocacy in Canada*, *Journal*, 47 (5), 657-680.
18. Moreno, J. , Laborda Castillo, L., Triguero, M. (2012), "The effect of business and economics education programs on students' entrepreneurial intention", *European Journal of Training and Development*, Vol. 36 Iss: 4 pp. 409 – 425.
19. Mwangi, A. (2018), "A Critical Review of Antecedents of Entrepreneurship Intention", *IJRDO - Journal of Business Management* 201 Hassan, A (2018), "Entrepreneurial intention among University students in Malaysia: integrating self-determination theory and the theory of planned behavior", *Springer Science+Business Media, LLC*, part of Springer Nature 2018.
20. Nazarpour M. The administrative strategies and tactics for diversification of funding sources in research and higher education institutes with emphasis on non-public sources. *IRPHE*. 2020; 26 (2) :1-25 URL: <http://journal.irphe.ac.ir/article-1-4176-fa.html> (in persian).
21. NEDEVA, M. (2013) " Entrepreneurship is no rocket science!" [Blog] April 27, 2013, Available at: <http://www.maria-nedeva.com/entrepreneurship-is-no-rocket-science/> [Accessed: 4 March 2014].
22. NEDEVA, M., THOMAS, D., Caswill, C. and Nielsen, K. (2013). *Study of Research Funding Trends and Practices of Research Funding Organizations*, Report to the Swiss Science and Technology Council, 29 November 2013.
23. NELLES, J. & VORLEY, T. (2011), "Entrepreneurial architecture: A blueprint for entrepreneurial universities" *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 22(3), pp.341.
24. Ng, J.C.Y., Huang, M.M.D. & Liu, Y. (2016), "The 'feminine' entrepreneurial personality trait", The competitive advantage of female college-student entrepreneurs in Chinese wei-shang businesses?. *Asian Bus Manage* 15, 343–369 (2016). <https://doi.org/10.1057/s41291-016-0012-0>.
25. OECD , (2012) *Journal of the Programme on Institutional Management. Higher Education Management. Special Issue: Education and Skills*, 13(2). Paris: OECD Publishing.
26. Ping Ho, Y., Chin, L., Poh-Kam, W. (2014) "Do University Entrepreneurship Programs Influence Students' Entrepreneurial Behavior? An Empirical Analysis of University Students in Singapore" In *Innovative Pathways for University Entrepreneurship in the 21st Century*. Published online: 07 Oct 2014; 65-87.

27. Reihlen, M.& Bronstein, J. (2014). "Entrepreneurial University Archetypes": A Meta-Synthesis of Case Study Literature, Leuphana University of Lüneburg, Paper submitted to Industry and Higher Education Journal. Special Issue on Entrepreneurial Universities. June, 2013.
28. Reihlen, M., and Werr, A., eds (2012)." Handbook of research on entrepreneurship in professional services". Cheltenham: Edward Elgar.
29. Shahbazi m (1399)," Investigating the effective factors on the amount of knowledge production of members Faculty) Case Study of Payame Noor University of Isfahan Province "(Quarterly Journal of Socio-Cultural Strategy, Year 9, No. 34, Spring 2016, pp. 36. (in persian)
30. Svensson, P., Klofsten, M., and Etzkowitz, H. (2012). "An entrepreneurial university strategy for renewing a declining industrial city: the Norrköping way". European Planning Studies, 20(4), 505-525.
31. Yadolladi Farsi, J., Zare, H. and Hejazi, S.R. (2012). "Identification of ambidexterity components affecting performance of commercialization of academic research", Statistical Center of Iran: <http://www.mizanonline.ir>.
32. Zohreh Hassani, Mohammad Abolghasemi, Asghar Meshbaki Esfahani, Designing a Conceptual Model of the Impact of University Entrepreneurship Components (2015), Quarterly Journal of Social Sciences, Shushtar Azad University, Fall 2012. (in persian)