

## اولویت بندی شاخص های نسل سوم دانشگاه ها (دانشگاه های کارآفرین)

مهدی صیرفی نادر<sup>۱</sup>، علیرضا هندی نسب<sup>۲</sup>، پدram بینا<sup>۲</sup>

<sup>۱</sup> گروه مدیریت فن آوری اطلاعات، دانشکده مدیریت، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران [seirafi.mehdi@gmail.com](mailto:seirafi.mehdi@gmail.com)

<sup>۲</sup> کارشناس ارشد رشته کامپیوتر - دانشگاه آزاد اسلامی واحد اراک ، [hendinasab2005@gmail.com](mailto:hendinasab2005@gmail.com)

<sup>۲</sup> گروه مدیریت فن آوری اطلاعات ، دانشکده مدیریت ، واحد تهران شمال ، دانشگاه آزاد اسلامی ، تهران ، ایران [bina@wtiau.ac.ir](mailto:bina@wtiau.ac.ir)

**چکیده** - هدف از این مقاله شناسایی شاخص های مثر بر نسل سوم شدن دانشگاه ها وهمچنین تاثیر هر یک از عوامل بر دانشگاه کارآفرین شدن می باشد. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل اعضای هیات علمی و کارشناسان خبره دانشگاه های ایران به تعداد ۱۲۰ نفررا در بر می گیرد. با توجه به ویژگی ها و شکل خاص پراکندگی اعضای هیات علمی و کارشناسان خبره دانشگاه ها در سطح جامعه آماری، روش نمونه گیری در تحقیق حاضر از نوع تصادفی طبقه بندی شده می باشد. ابتدا از ادبیات موضوع پیشینه ی پژوهش ابعاد دانشگاه های نسل سوم شناسایی سپس با استفاده از مدل تحلیل عاملی و تحلیل مسیره پردازش مدل پیشنهادی پرداختیم. نتایج حاصل از تحلیل عاملی و تحلیل مسیر نشان می دهد که ساختار خدمات بیشترین تاثیر و ساختار دولتی کمترین تاثیر را در دانشگاه نسل سوم ایفاد می نماید. طبق نتایج حاصل از بررسی عملکرد میزان کار آفرین بودن دانشگاه ها: بعد ساختار خدمات رتبه اول و ابعاد: زیر ساخت سازمانی، ساختار مدیریت خروجی و ساختار دولتی، به ترتیب رتبه های دوم تا پنجم را کسب نمودند.

**کلید واژه** - دانشگاه کارآفرین، تکنیک تحلیل مسیر، رتبه بندی.

### مقدمه

کارآفرینی موتور محرکه توسعه کشورهای توسعه یافته و درحال توسعه است که می تواند باعث تولید ثروت، توسعه فناوری و اشتغال مولد شود. کارآفرینی مفهوم جدیدی نیست و از قرن ۱۵ میلادی به بعد مطرح بوده است که البته در قرون مختلف مفاهیم متفاوتی داشته است.

مفهوم کارآفرینی : شناسایی، خلق و استفاده از فرصت ها از طریق ایده های نو و جدید به واقعیت های سود آور و تجاری در قالب کالاها و خدمات مورد نیاز جامعه است.

کارآفرینی فرایندی است که فرد کارآفرین با ایده های نو وخلق و شناسایی فرصت های جدید و با بسیج منابع، مبادرت به ایجاد کسب و کار، شرکت ها و سازمان های جدید و نوآور و رشد یابنده می کند. این کار توأم با پذیرش مخاطره و پیامدهای احتمالی است و منجر به معرفی محصول، فرایند و یا خدمت جدیدی می شود.

- راه اندازی و سازمان دهی کسب و کار ( شرکت های ) جدید.

- ارزش آفرینی و خلق ثروت در هر جنبه از زندگی اجتماعی.

- یک نوع تصمیم گیری اجتماعی است که توسط نوآوران اقتصادی انجام می گیرد.

- کارآفرینی خلق و ایجاد بینشی ارزشمند از هیچ است.

دانشگاه کارآفرین مکانی است که مشاغل جدید در آن خلق می شوند. این مرکز از افراد کارآفرین حمایت می کند. این حمایت شامل حمایت های آموزشی مالی و بازاریابی است. در نتیجه کارآفرینان امکان دسترسی به کتابخانه ها، آزمایشگاه ها و... را پیدا می کنند. در چنین دانشگاه هایی برای سرمایه گذاران امکاناتی فراهم می شود تا مراکز جدید کسب و کار را فراهم آورند. با آنها همکاری می شود تا مشکلات آنها پیش بینی شده و از فرصت های به دست آمده استفاده کنند مه خود تجربه ای ارزشمند در حیطه مالی و بازاریابی است.

دانشگاه کارآفرین باید به بازار دسترسی داشته و از تجارب افراد صاحب تجربه در بازار کمال بهره را ببرد همچنین وجود افراد توانا و شایسته، علاقه مند و خلاق در چنین مجموعه هایی ضروری است. [۱]

در این مراکز ارتباطات افراد و گروه ها به صورت باز و افقی است که معمولاً غیر رسمی نیز می باشد وجود جلسات برای تبادل اطلاعات و فعالیت ها ضروری است و از ایده های جدید و خلاق استقبال می شود. هرچند که باید مکانیزم هایی برای ارتباط ایده های نو وجود داشته باشد و کار گروهی با ارزش و سودمند محسوب شود. در این دانشگاه نیروی انسانی و خصوصاً دانشجویان با ارزش ترین منبع به حساب می آیند و از ریسک پذیری و نوآوری آن ها نیز حمایت به عمل خواهد آمد. می توان شعار این دانشگاه ها را آرمان مدون، آینده نگر، مشتری گرا و نوآور نوشت.

در کشور ما با توجهی که برنامه سوم توسعه اقتصادی اجتماعی و فرهنگی کشور به موضوع کارآفرینی داشته است، منجر به تصویب طرح توسعه کارآفرینی در دانشگاه های کشور شده است. البته آموزش به تنهایی زمینه ساز توسعه کارآفرینی و ایجاد کسب و کار موثر نمی تواند باشد، اما به عنوان جزئی از یک سیستم توسعه، بسیار حائز اهمیت است. به دلیل تحولات سریع اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در دهه های اخیر و نیاز کشور به تقویت ساختارهای دانش محور و بستر مناسب جهت تولید علم احساس می شود. [۲]

بحث در باب کارآفرینی و تربیت و آموزش فارغ التحصیلان که دارای صلاحیت و مهارت های لازم برای راه اندازی کسب و کار مناسب، به عنوان یکی از مولفه ای اصلی در اثربخشی دانشگاه ها محسوب می شود. با توجه به نقش و جایگاه ویژه کارآفرینان در روند توسعه و رشد اقتصادی و نیز تحولات اجتماعی، بسیاری از دولت ها در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه تلاش می کنند با حداکثر امکانات و بهره برداری از دستاوردهای تحقیقاتی شمار هرچه بیشتری از جامعه را که دارای ویژگی های کارآفرینی هستند به آموزش در جهت کارآفرینی و فعالیت های کارآفرینانه تشویق و هدایت کنند. کارآفرینی را درک ل می توان ایجاد کسب و کارهای نوآورانه تلقی کرد. فعلاً در کشور ما نظام آموزش دهنده دانشگاه ها، افرادی را پرورش می دهد که فقط می توانند شکاف های شغلی بسیار تعریف شده را پر کنند و بنابراین باید حرکتی عظیم در راستای تولید کارآفرینان در دانشگاه تا به عنوان قطب علمی کشور صورت گیرد که این به معنای اتصال دانشگاه با صنعت و فناوری است [۳].

جامعه کارآفرینی در واقع جامعه ای است که کارآفرینی دانش بنیان در آن ظهور پیدا میکند. و نقش بسیار مهمی در رشد، ایجاد اشتغال و رقابت جهانی دارد، در این زمینه دانشگاه کارآفرینی نقش مهمی در تولید دانش و هم در توسعه موسسات کسب و کار دارد (گروثرو، ۲۰۱۰)

در تحقیق حاضر با هدف ارزیابی و تبیین ویژگی های یک دانشگاه کارآفرین (نسل سوم)، با مطالعه بر روی دانشگاه های ایران پس از مرور مختصر ادبیات موضوعی مربوط به کار آفرینی و سازمان های کارآفرین به صورت عام و دانشگاه کارآفرین به صورت خاص، و با استفاده از مدل مفهومی ارائه خواهد شد.

بحث:

نقش اساسی دانشگاه‌ها در تربیت نیروی کار متخصص موجب شده است در کشورهای مختلف به ویژه کشورهای توسعه یافته، به تغییر تحولات اساسی بپردازند. در ابتدا دانشگاه‌ها آموزش محور بودند که آن‌ها را دانشگاه‌های نسل اول می‌نامند، هدف این دانشگاه‌ها، آموزش و تربیت نیروی انسانی و متخصص بود. در اواخر قرن ۱۹ که طی آن دانشگاه‌های پژوهش محور، به عنوان نسل دوم دانشگاه‌ها معرفی شدند و نقش اصلی این دانشگاه‌ها در پژوهش و تولید علم پررنگ تر بود. سپس انقلاب دانشگاهی دوم در نیمه دوم قرن بیستم پس از جنگ جهانی دوم اتفاق افتاد که طی آن دانشگاه‌های کارآفرین به عنوان نسل سوم با هدف تربیت نیروی انسانی کارآفرین و ارتباط با صنعت پا به عرض ظهور گذاشتند [۵] می‌برز (۲۰۱۱) بر این باور است که کارآفرینی دانشگاهی به عنوان یک ارزش در دانشگاه‌ها تلقی می‌شود زیرا به استادان، دانشجویان و ذینفعان خود خدمت می‌کنند. به طور خاص، دلایل مختلفی وجود دارد که چرا موسسات آموزشی باید کارآفرینی را به عنوان یک ارزش تلقی نمایند.

این دلایل عبارتند از:

الف) کمک به نوآوری

ب) درآمدهای تجاری، فناوری‌ها و اختراعات

ج) مزیت رقابتی در جذب هیات علمی بسیار خبره و دانشجویان با استعداد

د) فراهم کردن دانش، مهارت و توانایی‌های متناسب جهت موفقیت دانشجویان

ه) تطابق با نیاز بازار

م) پرورش تفکر خلاق

دانشگاه‌های کشور ما در چه نسلی هستند؟

در کشور ما بیشتر دانشگاه‌ها در نسل اول و تعداد محدودی از آنها در نسل دوم به سر می‌برند و هنوز نسل سوم دانشگاه‌ها در ایران به طور جدی مطرح نشده است. به همین اساس است که بسیاری از دانش‌آموختگان به دلیل نداشتن مهارت‌های کارآفرینی وقتی لازم در بازار کار توفیق نمی‌یابند و بیکار می‌مانند. [۷]

در ایران عدم ارتباط صنعت دانشگاه که هدف اصلی دانشگاه‌های نسل سوم است، باعث شده است که با وجود افراد متخصص و خلاق در کشور بر اساس آمار سال ۱۳۹۰ حدود ۷۰۰ هزار فارغ‌التحصیل بیکار در کشور وجود داشته باشد. [۶] با توجه به مباحث مختصر بیان شده در فوق و نیز مواردی که در ادامه، در خصوص اهمیت و ضرورت توجه به کارآفرینی و نقش آن در جامعه بیان خواهد شد.

در تحقیق حاضر با هدف ارزیابی و تبیین ویژگی‌های یک دانشگاه کارآفرین (نسل سوم)، با مطالعه بر روی دانشگاه‌های ایران پس از مرور مختصر ادبیات موضوعی مربوط به کارآفرینی و سازمان‌های کارآفرین به صورت عام و دانشگاه کارآفرین به صورت خاص، و با استفاده از مدل مفهومی ارائه خواهد شد.

مدل‌های مفهومی بعنوان نقطه آغاز و مبنای انجام مطالعات و پژوهش می‌باشند به صورتی که متغیرهای مورد نظر تحقیق و روابط میان آنها را تعیین و مشخص می‌نماید.

دانشگاه کارآفرین: در یک جمله دانشگاهی است که مانند یک سازمان کارآفرین فعالیت کند و مدیریت شود.

واژه دانشگاه کارآفرین توسط اتزکویتز و به عنوان پاختی به افزایش اهمیت دانش در نظام‌های نوآوری ملی و منطقه‌ای و شناخت دانشگاه به عنوان عامل انتقال دانش و فناوری ابداع شده است.

دانشگاه نسل سوم: تکامل یافته دانشگاه های نسل اول (آموزش محور) نسل دوم (پژوهش محور) می باشند که دانشگاه نسل سوم (کارآفرین) می نامند. [۹]  
متغیرهای مستقل:

۱. حوزه خدمات : ایجاد کسب و کار جدید
۲. حوزه زیرساخت : فناوری اطلاعات و ارتباطات
۳. حوزه خروجی : تجاری سازی دانش
۴. حوزه دولت ک سیاست و مقررات حمایتی

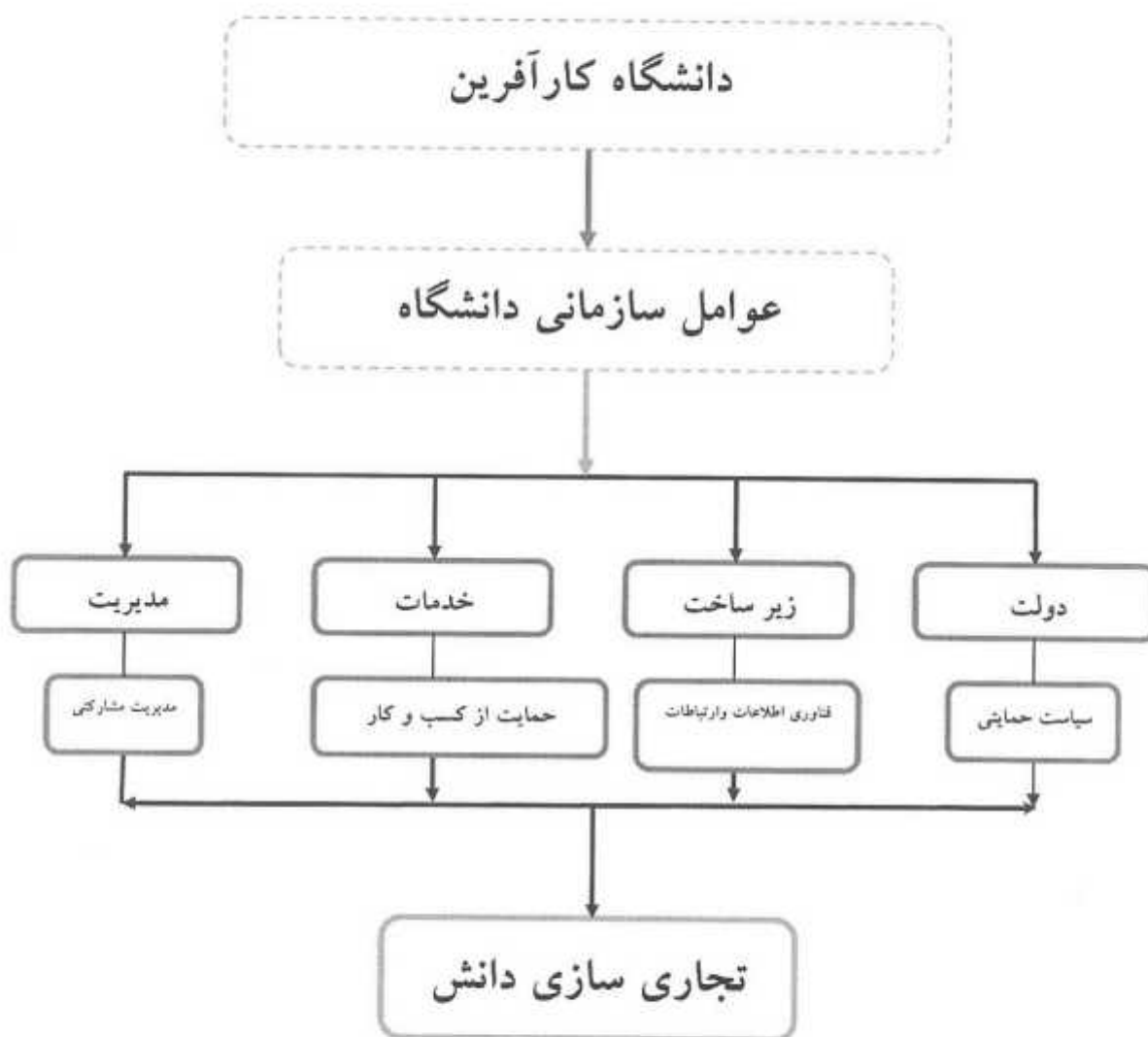
با توجه به اینکه این چنین پژوهشی برای نخستین بار است که در محدوده جامعه آماری (دانشگاه های ایران) انجام می شود. لذا پیش بینی شده است که در تحقیق حاضر، از مدل (الگو) مفهومی زیر استفاده شود که تلفیقی از منابع استنادی مختلف می باشد. جدول (۱-۱)، ابعاد و مولفه های دانشگاه کارآفرین را نشان می دهد.

## جدول (۱-۱)

(cano, ۲۰۰۶) - (Cliatt, ۲۰۰۱) - (Philpott, ۲۰۱۱) - ۲۰۰۳)Etzkowitz, ۲۰۰۴) - ((UNESCO, ۱۹۹۸)clark, (۱۳۸۸, نجاری, (۱۳۸۴, پیوندی, (	مدیریت مشارکتی	۱	مدیریت
۲۰۰۰)Trachtenberg, ۲۰۰۴) - ((UNESCO, (نجاری, (۱۳۸۸)	فرهنگ کارآفرینی	۲	
۲۰۰۶) (cano, ۲۰۰۰) - Trachtenberg, - ( (پیوندی, (۱۳۸۴) - (نجاری, (۱۳۸۸)	ساختار منعطف	۳	
۲۰۰۱) (Cliatt, (۱۳۸۸, نجاری, (	تدوین استراتژی و اهداف	۴	
۱۹۹۸) clark, (-۲۰۰۳)Etzkowitz, - (Cliatt, (۲۰۰۱) - (پیوندی, (۱۳۸۴)	حمایت از کسب و کار	۵	خدمات
۲۰۰۳) (Etzkowitz, ۲۰۰۶) - cano, (۱۳۸۴, پیوندی, (	ایجاد کسب و کار جدید	۶	
۲۰۰۰) Trachtenberg, ۲۰۰۰) - (boldwin, (پیوندی, (۱۳۸۴) - (نجاری, (۱۳۸۸)	بستر فناوری اطلاعات و ارتباطات	۷	زیرساخت
۲۰۰۰)Trachtenberg, ۲۰۰۴) - ((UNESCO, (۱۳۸۴, پیوندی, (۱۳۸۸) - (claitt ۲۰۰۱) - (Shultel, ۲۰۰۴)	تدوین دورس کاربردی و آموزش کارآفرینی	۸	
۲۰۰۳) (Etzkowitz, ۲۰۰۶) - cano, ۲۰۰۴) - ((UNESCO, ۲۰۰۰)Trachtenberg, - ( ۲۰۱۱) philpott, ۲۰۰۶) - (cano, ۲۰۰۵) - (Etzkowitz, ۲۰۰۳) jacobet et al, (	فعالیت های کارآفرانه اعضا	۹	خروجی
۲۰۰۶) (cano, ۲۰۰۰) (Trachtenberg, (۱۳۸۸, نجاری, -	تجاری سازی دانش	۱۰	
۲۰۰۶) (cano, ۲۰۰۰) (Trachtenberg, (۱۳۸۸, نجاری, -	سیاست و مقررات حمایتی	۱۱	دولت
۱۹۹۸) clark, ۲۰۰۵) - (Etzkowitz, ۲۰۰۶) (cano, ۲۰۰۴) shultel, ۲۰۰۴) - (UNESCO, (۱۳۸۸, نجاری, (	تنوع مالی درآمدی	۱۲	

(۲۰۰۶) (cano et al, ۲۰۱۱) (Kevin et al, ۲۰۰۴) Zhou & Etzkowite, ۲۰۰۶ Etzkowite (صمد آقایی, ۱۳۸۲)

مدل مفهومی پژوهش



نمودار ۱-۱: مدل مفهومی پژوهش (Etzkowitz, ۲۰۰۶; Zhou & Etzkowitz, ۲۰۰۴) (Philpott et al, ۲۰۰۴) (۲۰۱۱)

(Cano et al, (صمداقایی، ۱۳۸۲)

در این بخش با استفاده از آمار توصیفی و تکنیک های آماری تحلیل مسیر به تجزیه و تحلیل محاسبه ی داده های حاصل از پرسش نامه تحقیق می پردازیم. آمار توصیفی برای بررسی و تحلیل پاسخ دهندگان از حیث: جنسیت، سن، میزان تحصیلات و سابقه خدمت. همچنین جهت ارزیابی دانشگاه ها در خصوص دانشگاه نسل سوم شدن و بررسی همبستگی بین متغیرهای تحقیق از روش تحلیل عاملی و همبستگی و تحلیل مسیر بهره می بریم. [۱۴]

نتایج از بررسی ویژگی های جمعیت شناختی

از بین نمونه آماری مورد بررسی کارکنان، (۷۳٪) مرد و (۲۷٪) زن بودند. بیشتر کارکنان مورد بررسی در گروه سنی (۳۵-۳۰) سال قرار دارند به طوری که (۴۴٪) کارکنان در این گروه قرار داشتند. از نظر سابقه خدمت کارکنان، بیشتر کارکنان در گروه سنی (۳-۵) سال قرار دارند به طوری که (۴۹٪) جامعه کارکنان را به خود اختصاص می دهند. از نظر سطح تحصیلات، بیشتر کارکنان دارای تحصیلات کارشناسی با (۶۹٪) از نمونه می باشند.

فرضیه های تحقیق

پس از مطالعه ی ادبیات موضوع و پیشینه ی پژوهش فرضیات در پنج بعد در ارتباط با دانشگاه نسل سوم به صورت ذیل تدوین شدند:

فرضیه اصلی اول: ساختار مدیریت بر کارآفرین شدن دانشگاه ها تاثیر معنی داری دارد.

فرضیه اصلی دوم: ساختار خدمات بر کارآفرین شدن دانشگاه ها تاثیر معنی داری دارد.

فرضیه اصلی سوم: زیر ساخت های سازمانی بر کارآفرین شدن دانشگاه ها تاثیر معنی داری دارد.

فرضیه اصلی چهارم: خروجی بر کارآفرین شدن دانشگاه ها تاثیر معنی داری دارد.

فرضیه اصلی پنجم: ساختار دولتی بر کارآفرین شدن دانشگاه ها تاثیر معنی داری دارد.

همچنین جهت بررسی عملکرد دانشگاه هایدر خصوص دانشگاه کار آفرین فرضیاتی به صورت ذیل مطرح می گردد:

فرضیه فرعی اول: مدیریت دانشگاه های ایران دانشگاه نسل کارآفرین (نسل سوم) است.

فرضیه فرعی دوم: خدمات دانشگاه های ایران دانشگاه نسل کارآفرین (نسل سوم) است.

فرضیه فرعی سوم: زیر ساخت سازمانی دانشگاه های ایران دانشگاه نسل کارآفرین (نسل سوم) است.

آزمون نرمال بودن مولفه های الگو

پس از شناسایی مدل مفهومی و متغیرهای پژوهش پرسش نامه شماره یک و دو به منظور جمع آوری نظرات خبرگان پژوهش توزیع و داده های آن با استفاده از آزمون (k-s)، از نظر نرمال بودن یا نبودن مورد بررسی قرار گرفت. فرضیاتی بر همین مبنا طراحی شد که فرض صفر داده های را نرمال و فرض محقق داده ها را غیر نرمال می داند. نتایج حاصل از آزمون کلموگروف-اسمیرنوف مقدار سطح معنی داری در تمامی متغیرها بالاتر از (۰,۰۵) می باشد پس فرض صفر را نتیجه میگیریم یعنی مولفه های پژوهش همگی نرمال می باشند. در نتیجه باید از آزمون های پارامتری جهت تحلیل فرضیات بهره ببریم. در پژوهش حاضر از آزمون همبستگی پیرسون و آزمون t جهت تحلیل متغیرها و فرضیات بهره برده ایم. [۱۱]

فرضیه اصلی اول: ساختار مدیریت بر کارآفرین شدن دانشگاه ها تاثیر معنی داری دارد

نتایج بیانگر این است که میزان اثر محاسبه شده مدیریت بر کارآفرین شدن دانشگاه ها برابر ۰/۶۹۵ می باشد. که با توجه به این که سطح معنی داری ۰/۰۰۰ و کمتر از ۰/۰۵ است (p<۰/۰۵)، با احتمال ۰/۹۵ ادعای محقق براین که "ساختار مدیریت بر کارآفرین شدن دانشگاه ها تاثیر معنی داری دارد" تایید می گردد. [۱۳]

فرضیه اصلی دوم: ساختار خدمات بر کارآفرین شدن دانشگاه ها تاثیر معنی داری دارد.

نتایج بیانگر این است که میزان اثر محاسبه شده بعد ساختار خدمات بر کارآفرین شدن دانشگاه ها برابر ۰/۷۱۸ می باشد. که با توجه به این سطح معنی داری ۰/۰۰۱ و کمتر از ۰/۰۵ است ( $p < ۰/۰۵$ ) ، با احتمال ۰/۹۵ ادعای محقق مبنی بر این که " ساختار خدمات بر کارآفرین شدن دانشگاه ها تاثیر معنی داری دارد" تایید می گردد.

فرضیه اصلی سوم: زیر ساخت سازمانی بر کارآفرین شدن دانشگاه ها تاثیر معنی داری دارد.

نتایج بیانگر این است که میزان اثر محاسبه شده بعد زیرساخت سازمانی بر کارآفرین شدن دانشگاه ها برابر با ۰/۷۸ می باشد. که با توجه به اینکه سطح معنی داری ۰/۰۰۰ و کمتر از ۰/۰۵ است ( $p < ۰/۰۵$ ) با احتمال ۰/۹۵ ادعای محقق مبنی بر این است که " زیر ساخت سازمانی بر کارآفرین شدن دانشگاه ها تاثیر معنی داری دارد" تایید می گردد.

فرضیه اصلی چهارم: خروجی بر کارآفرین شدن دانشگاه علم و صنعت تاثیر معنی داری دارد.

نتایج بیانگر این است که میزان اثر محاسبه شده بعد خروجی بر کارآفرین شدن دانشگاه ها برابر ۰/۶۹۵ می باشد. که با توجه به این که سطح معنی داری ۰/۰۰۳ و کمتر از ۰/۰۵ است ( $p < ۰/۰۵$ ) ، با احتمال ۰/۹۵ ادعای محقق مبنی بر این که " خروجی بر کارآفرین شدن دانشگاه ها تاثیر معنی داری دارد" تایید می گردد. [۱۲]

فرضیه اصلی پنجم: نتایج بیانگر این است که میزان اثر محاسبه شده بعد ساختار دولتی بر کارآفرین شدن دانشگاه ها برابر با ۰/۶۳۱ می باشد. که با توجه به این که سطح معنی داری ۰/۰۰۱ و کمتر از ۰/۰۵ است ( $p < ۰/۰۵$ ) ، با احتمال ۰/۹۵ ادعای محقق مبنی بر این که " ساختار دولتی بر کارآفرین شدن دانشگاه ها تاثیر معنی داری دارد" تایید می گردد.

## نتیجه

نتیجه گیری، یکی از مهمترین بخش های یک تحقیق می باشد. تمامی تلاش هایی که در روند انجام یک کار پژوهشی صورت می گیرد، در واقع برای دستیابی به نتایج مطلوب و پیشنهاد هایی برای تحقیق است. چرا که هدف از انجام تحقیق، یافتن راه حل برای مشکلاتی است که وجود دارد و دغدغه پژوهشگر بوده و باعث انجام تحقیق شده است. گاهی این مشکلات هرچند در ظاهر کوچک و ناچیز بوده ولی هزینه و انرژی زیادی در جامعه هدر داده و کارایی و اثربخشی را کاهش می دهند و مانع رسیدن به نتایج مورد نظر و ارزشمند می گردند. از طریق تحقیق می توان این مشکلات و راه حل های رفع آن ها را پیش بینی و مهیا کرد و اقدامات مناسب را انجام داد تا در نهایت کارایی و نتایج مثبت افزایش یابد.

در این مقاله بر آن شدیم که مدیریت ، خدمات، زیرساخت، خروجی و دولت از شاخص های ارزیابی دانشگاه های نسل سوم هستند، که در خصوص تاثیر آنها بر کارآفرینی بررسی صورت گرفت و وضعیت فرضیه ها همه به طور مستقیم تأیید گردید.

## مراجع

- ۱- اشتری، حسن؛ پرهیز، فریاد، (۱۳۹۴)، شهر دانش محور، زیر نظر اداره کل مطالعات اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران، انتشارات تیسرا، چاپ اول، تهران.
- ۲- اشتری، حسن؛ مهندزاد، حافظ، (۱۳۹۳)، شهر خلاق، طبقه خلاق (نیمرخ شهر-۱۰)، اداره کل مطالعات اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران، انتشارات تیسرا ، چاپ دوم، تهران.





- ۳- قربانی، رسول؛ حسین آبادی، سعید؛ طورانی، علی، (۱۳۹۲)، شهرهای خلاق، رویکردی فرهنگی در توسعه شهری، مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، سال سوم، شماره یازدهم، صص ۱۸-۱.
- ۴- مشکینی، ابوالفضل؛ حاتمی نژاد، حسین؛ مهدنژاد، حافظ؛ پرهیز، فریاد، (۱۳۹۳)، شهر خلاق الگویی نوین برای توسعه دانش بنیان در حوزه مدیریت شهری، تهران، انتشارات آراد.

- 5- Huber, G. P., (۲۰۱۴), Managerial decision making, scott & Foresman Co., printed in Organizations and management, By Cast & Rosenzweig, McGraw Hill, p. ۴۳۲.
- 6- Matlaty, Harry, (۲۰۱۴), "Researching entrepreneurship and education", Education & Training Vol. ۴۷ No. ۹, ۸, pp. ۶۶۵-۶۷۷
- 7- Garham, James, Long, Wayne, McMullan, ASSESSING ECONOMIC VALUE ADDED BY Leepson, M., (۲۰۱۵), Building a business: A matter of course, Nations Business, (۷۶) (۴), pp. ۴۲-۴۳  
Edwards, M. et al., (۲۰۱۴), NGOs in a global future: Marrying local delivery form, world wide leverage, NGOs Conference.
- 8- Abramovitz M, David PA, (1996), Technological change and the rise of intangible investments. The U.S. economy's growth-path in the twentieth century. In Employment and Growth in the Knowledge-Based Economy, pp. 35-60. Paris: OECD
- 9- BOP Consulting, (2010), Mapping the Creative industries: a toolkit, Creative and Cultural Economy series / 2, British Council 2010 Creative Economy Unit.
- 10- Castells, M, (2000), End of the Millennium: The information age economy, society and culture. Oxford: Blackwell.
- 11- Comunian, Roberta; Faggian, Alessandra, (2011), Higher Education and the Creative City, Learning and Teaching Enhancement Unit, University of Southampton, United Kingdom.
- 12- Correia, Carlos Miguel; Costa, José da Silva, (2014), Measuring Creativity in the EU Member States, estigaciones Regionales, 30 (2014) – Páginas 7 a 26 Sección Artículos.
- 13- David, P. and D. Foray, (1995), "Accessing and Expanding the Science and Technology Knowledge Base", STI Review, No. 16, OECD, Paris.
- 14- Department for Culture, Media and Sport (DCMS), (2016), Creative Industries Economic Estimates, January 2016.