



# 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 Hosseini<sup>1</sup>, Ali Badizadeh<sup>2\*</sup> , Seyed Rasoul Hosseini<sup>3</sup> , Ali Akbar Ghahremani<sup>4</sup>

<sup>1</sup>PhD Student, Department of Entrepreneurship, Qazvin Branch, Islamic Azad University, Qazvin, Iran.

<sup>2</sup>Assistant Professor, Department of Industrial Management, Qazvin Branch, Islamic Azad University, Qazvin, Iran.

<sup>3</sup>Assistant Professor, Department of Education Management, Tehran Branch, Farhangian University, Tehran, Iran.

<sup>4</sup>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](mailto: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<sup>۱</sup>، علی بدیع زاده<sup>۲\*</sup>، سید رسول حسینی<sup>۳</sup>، علی اکبر قهرمانی<sup>۴</sup>

- 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 احصاء شده 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 توسعه یافته انجام شده که ممکن است نتایج آن‌ها قابل تعمیم به کشورهای در حال 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<sup>۱</sup> 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،<sup>۲</sup> 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 (نگ و همکاران،<sup>۳</sup> 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 (ندوا و همکاران،<sup>۴</sup> ۲۰۱۳). 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 (کربی و همکاران،<sup>۵</sup> ۲۰۱۱).<sup>۵</sup> 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 رقابت پذیری اقتصادی است و نقش کاتالیزوری مهمی را در توسعه سرمایه انسانی ایفا می‌کند (کامپینو و همکاران،<sup>۶</sup> ۲۰۱۷، به نقل از (نظریور،<sup>۷</sup> ۲۰۲۰)). 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،<sup>۸</sup> ۲۰۱۸) به نقل از (آریانا و دانش فرد،<sup>۹</sup> ۲۰۲۰)). مسئولیت اصلی تولیدات علمی، به عهده اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی- پژوهشی کشورها است (لرتپوتاراک<sup>۷</sup> ۲۰۰۸، به نقل از (شهبازی،<sup>۱۰</sup> ۲۰۲۰)). در این راستا به سه مسئولیت اصلی اعضای هیئت علمی در

<sup>1</sup> Entrepreneurship

<sup>2</sup> Garcia&Rodriguez

<sup>3</sup> Ng

<sup>4</sup> Nedeava

<sup>5</sup> Kirby

<sup>6</sup> Campeanu, Dumitrescu, Costica & Boitan

<sup>7</sup> LotivTarak

دانشگاه‌ها، یعنی تدریس (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<sup>۱</sup>، ۱۹۸۷ به نقل از (شه‌ازی، ۲۰۲۰)). تنها افراد خلاق و کارآفرین<sup>۲</sup> 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)<sup>۳</sup>. 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 (سیریایی<sup>۴</sup>، ۲۰۱۴). به نقل از (رضائی و همکاران، ۲۰۱۸)<sup>۵</sup>. 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<sup>۶</sup> کارآفرینانه دانش‌آموختگان به‌عنوان دستور کار ملی، به‌منظور توسعه کارآفرینی، موردتوجه 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 موردنیاز کارآفرینی، دانش‌بنیان نظیر دسترسی به کتابخانه‌ها، آزمایشگاه‌ها را در اختیار آنان قرار می‌دهد (ندوا و همکاران، ۲۰۱۳). 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 (کربی و همکاران، ۲۰۱۱).

طی مطالعات (دایم و همکاران، ۲۰۱۶)<sup>۶</sup> 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 اصلی مهارت‌آموزی<sup>۷</sup> می‌باشد. بنابراین دانشگاه علمی کاربردی باید افراد توانمندی متناسب با پیشرفت‌های صنعتی

<sup>1</sup> BoicE

<sup>2</sup> Entrepreneur

<sup>3</sup> Guerrero and Urbano

<sup>4</sup> Siriaki and Monsieur

<sup>5</sup> Talent

<sup>6</sup> Daim

<sup>7</sup> Skill training

کشور به جامعه ارائه دهد. حدواسط بین وضعیت فعلی و وضعیت مطلوب دانشگاه‌ها، دانشگاه نسل سوم است. این گونه 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 (هو و همکاران، ۲۰۱۴)<sup>۱</sup>. (بارانی و همکاران، ۲۰۱۰) 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 (ویلا، مولینا و اورتگا، 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، ۲۰۱۷: ۲۹۳). باس و ویریک<sup>۴</sup> (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 نی و هولدن<sup>۵</sup> (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، ۲۰۱۰) 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 از جمله عوامل مؤثر در موفقیت کشورهای توسعه‌یافته تلقی می‌گردد (مورنو و همکاران، 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<sup>۶</sup> 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 (ال-جباری و همکاران، ۲۰۱۹)<sup>۷</sup>. (کردنائیج و همکاران، ۲۰۱۲) نشان دادند که عوامل فردی، رابطه معنی‌داری با ویژگی‌های کارآفرینانه دارند. ساختارها و قوانین مربوط به مدیریت مالکیت فکری<sup>۸</sup> یک عامل کلیدی در تسهیل انتقال فناوری و ایجاد انگیزه برای تجاری‌سازی نتایج تحقیقات است. با مالکیت روشن، سرمایه‌گذاری‌های بسیار مهم، ایمن‌تر می‌شود و ریسک از دست دادن سرمایه، کاهش می‌یابد (ندوا و همکاران، ۲۰۱۳). باید در خصوص حقوق مالکیت فکری و معنوی شرایطی ایجاد

<sup>1</sup> Ho

<sup>2</sup> Velilla & Molina & Ortega

<sup>3</sup> Lopez

<sup>4</sup> Basu and Virick

<sup>5</sup> Moreno et al

<sup>6</sup> Third Generation University

<sup>7</sup> Al-Jubari

<sup>8</sup> Intellectual property

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<sup>۱</sup>، 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 ورلی، ۲۰۱۱)<sup>۲</sup>. 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)<sup>۳</sup>. کوروش اسفندیار و همکاران (۲۰۱۷) و نیومان 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 (نگ و همکاران، ۲۰۱۶). مؤسسات آموزش عالی همچنین باید به برنامه‌های کارآفرینی برای افراد مسن‌تر توجه بیشتری نشان دهند (نگوین، 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 (زولو و همکاران، ۲۰۱۷)<sup>۴</sup>. کارآفرینی، فرایندی عمدی است که طی آن، افراد به‌صورت شناختی، برنامه‌ریزی می‌کنند تا رفتارهای شناخت فرصت، ایجاد سرمایه‌گذاری و توسعه سرمایه‌گذاری را انجام دهند (لورتی و کاستوجیوانی، ۲۰۱۵)<sup>۵</sup>. اکثر پژوهش‌ها بر سیاست‌های سازمانی، کارآفرینی فردی دانشگاهی و رابطه بین دانشگاه و محیط خارجی تمرکز کرده‌اند (گیب و هاسکینز، ۲۰۱۴)<sup>۶</sup>. با مالکیت روشن، سرمایه‌گذاری‌های بسیار مهم، ایمن‌تر می‌شوند و ریسک از دست دادن سرمایه، کاهش می‌یابد (ندوا و همکاران، 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 و هاسکینز، ۲۰۱۴). بر اساس نتایج برخی تحقیقات هر چه مأموریت سازمان واضح‌تر به اعضای دانشگاه منتقل می‌شود و هر چه ساختار سازمانی دارای سلسله‌مراتب کمتر باشد و هر چه مدیران دانشگاه حرفه‌ای‌تر باشند تأثیر مثبت بیشتری بر دانشگاه‌های کارآفرین می‌گذارد (حورثی<sup>۷</sup>، ۲۰۱۴، (ریهلن و ور، ۲۰۱۲)<sup>۸</sup>، (گیب و هاسکینز، ۲۰۱۴).

<sup>1</sup> Khani far

<sup>2</sup> Nelles & Vorley

<sup>3</sup> Esfandiar

<sup>4</sup> Zollo

<sup>5</sup> Lortie & Castogiovanni

<sup>6</sup> Gibb & Haskins

<sup>7</sup> Horsi

<sup>8</sup> Reihlen & Werr

افزایش توجه و تأکید بر انتقال دانش و فناوری از میان مرزهای نهادهای دانشگاه و صنعت، منجر به ایجاد و به کارگیری 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<sup>۱</sup> و خلاقیت<sup>۲</sup>، پذیرش ریسک، حمایت از ابتکار و رقابت، اعتماد (برونستاین و ریپلن، ۲۰۱۴)<sup>۳</sup>. 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 بقاء، عدم قطعیت محیطی و تهدیدات رقبا، نوآوری و عمل جسورانه در تصرف فرصت‌های بازار، امری ضروری است (مگواپر و همکاران، ۲۰۰۴)<sup>۴</sup>.

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 (یدالهی فارسی و همکاران، ۲۰۱۲) به این مؤلفه اشاره کرده‌اند. به گفته آردیچولی (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. (برونستاین و ریپلن، ۲۰۱۴) ، 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 (موانگ، ۲۰۱۸)<sup>۵</sup>. (برونستاین و ریپلن، 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)<sup>۶</sup>، 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 (۲۰۰۹) 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)<sup>۷</sup>. 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 بهره‌برداری از فرصت‌ها جامعه عمل ببوشاند (نیلیو، ۲۰۱۵)<sup>۸</sup>. 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 کویولا (۲۰۰۵) در تعریفی، دانشگاه کارآفرین را شامل ایجاد ریسک‌های سرمایه‌گذاری جدید کاری توسط استادان دانشگاه، تکنسین‌ها، یا دانشجویان می‌دانند. در حال حاضر،

<sup>1</sup> Innovation

<sup>2</sup> Creativity

<sup>3</sup> Bronstein & Reihlen

<sup>4</sup> Maguire

<sup>5</sup> Mwanje

<sup>6</sup> NCEE

<sup>7</sup> Gorilla et al

<sup>8</sup> Nilo



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). رفتار کارآفرینی مبتنی بر اصول فرهنگی و اجتماعی است. مطالعه موريسون<sup>۱</sup> 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 عدم اطمینان و رقابت قرار خواهد داد (ال-جباری و همکاران، ۲۰۱۹). 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 (ال-جباری و همکاران، ۲۰۱۹). هر دو نوع انگیزه (ذاتی و بیرونی) ممکن است تحت شرایط خاص تأثیر مثبتی بر قصد کارآفرینی داشته باشد (آنتونولی و همکاران، ۲۰۱۶).<sup>۲</sup> امین پژوهش جهرمی 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<sup>۳</sup> و خلاقیت<sup>۴</sup>، پذیرش ریسک، حمایت از ابتکار و رقابت، اعتماد (برونستاین و ریپلن، 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).<sup>۵</sup>

## 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

<sup>1</sup> Hoosri

<sup>2</sup> Morrison

<sup>3</sup> Antonioli

<sup>4</sup> Innovation

<sup>5</sup> Creativity

<sup>6</sup> Melo Alloy Musketeers et al



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 به صورت 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، به منظور 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 به کارگیری 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 نقشه راه برای تحقق تأثیر دانشگاه کارآفرین بر رفتار کارآفرینان دانشجویان کمک شود؛ می‌توان این پژوهش را از لحاظ هدف پژوهش از نوع تحقیقات کاربردی به شمار 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 و اگر آ 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
کاردانی	۲	۰.۷	۰.۷
کارشناسی	۱۵	۵.۴	۶.۱
کارشناسی ارشد	۲۱۸	۷۸.۷	۸۴.۸
دانشجوی دکتری	۷	۲.۵	۸۷.۴
دکتری	۳۲	۱۱.۶	۹۸.۹
حوزوی	۳	۱.۱	۱۰۰
جمع کل	۲۷۷	۱۰۰	

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		فرهنگ کارآفرینانه	
شرایط سیاسی و عوامل محیطی		قصد و رفتار کارآفرینی	
آمایش سرزمین	شرایط اقتصادی و اجتماعی	تشخیص و بهره‌برداری از فرصت	نهاده‌ی نه‌کردن کارآفرینی
قوانین و مقررات		ترویج و اشاعه کارآفرینی	
منابع و امکانات		توسعه ابعاد شخصیتی	
عوامل انگیزشی	بسترسازی درون دانشگاهی	اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی	

مؤلفه	بعد	مؤلفه	بعد
انگیزه کارآفرینانه و آینده‌سازی	طراحی مجدد فرایندها و ساختارها	تغییرات ساختاری	بعد
دانشگاه کارآفرین	بازارسازی	تغییرات ساختاری	بعد
آموزش و برنامه درسی	ریسک	تغییرات ساختاری	بعد
کارگاه و کارورزی	الزامات مدیریتی	تغییرات ساختاری	بعد
ایده، پژوهش و استارت‌آپ	اصلاح سیستم نظارت و ارزیابی	بهبودسازی مدیریت	بعد
طرح کسب‌وکار	طراحی چشم‌انداز کارآفرینانه	تغییرات ساختاری	بعد
شرکت‌های دانش‌بنیان	ارتقای آموزش	تغییرات ساختاری	بعد
تکنولوژی	تصمیم‌گیری	تغییرات ساختاری	بعد
	تیم‌سازی	تغییرات ساختاری	بعد

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 فریدمن رتبه‌بندی شاخص‌ها انجام شد. سپس راهکارهایی برای ارتقای شاخص‌های با اهمیت بیشتر ارائه شد. در نهایت، شرایط علی، با بعدها: 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 درون‌دانشگاهی با مؤلفه‌های انگیزه کارآفرینانه و آینده‌سازی، عوامل انگیزشی با مهم‌ترین شاخص نگرش‌های کارآفرینانه و ایجاد انگیزش در دانشجویان برای کارآفرین شدن، شرایط مداخله‌گر با بعدها: 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- بهبودسازی 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 به‌ترتیب 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 کرونباخ آمده است.

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

نام تأثیرگذارترین شاخص	میانگین شاخص	انحراف معیار شاخص	نام مؤلفه	آلفای کرونباخ مؤلفه	شاخص کلی (بعد)
داشتن برنامه بلندمدت منطقه	۴.۳۷	۰.۶۱۱	آمایش سرزمین	۰/۸۶۶	شرایط زمینه‌ای و اقتصادی و اجتماعی (شرایط اقتصادی و اجتماعی)
رقابتی شدن بازار	۳.۲۶	۱.۱۹۹	چابکی اقتصادی	۰/۸۴۸	
شرایط سیاسی و اجتماعی	۴.۱۹	۰.۸۴۱	شرایط سیاسی و عوامل محیطی	۰/۸۶۱	
ایجاد حقوق مالکیت معنوی	۴.۳۴	۰.۵۲۳	قوانین و مقررات	۰/۸۷۲	
ثبات اقتصادی	۴.۳۹	۰.۸۱۸	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	
به کارگیری 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	شرایط علی
تغییر در مأموریت و رسالت دانشگاه	۴.۱۹	۰.۶۲۴	طراحی چشم‌انداز کارآفرینانه	۰/۷۳۸	

نام تأثیرگذارترین شاخص	میانگین شاخص	انحراف معیار شاخص	نام مؤلفه	آلفای کرونباخ مؤلفه	شاخص کلی (بعد)
بین‌رشته‌ای نمودن دروس	۴.۲۲	۰.۶۱۲	ارتقاء آموزش	۰/۷۱۸	(پذیرش رسالت کارآفرینی)
ایجاد انگیزش در دانشجویان برای کارآفرین شدن	۴.۴۶	۰.۵۷۶	عوامل انگیزشی	۰/۷۵۵	(بسترسازی درون دانشگاهی)
نگرش‌های کارآفرینانه	۴.۵۱	۰.۳۳۸	انگیزه کارآفرینانه و آینده‌سازی	۰/۸۷۱	
تبیین مدل‌های کسب‌وکار برای دانشگاه‌ها	۳.۸۵	۱.۳۰۸	الزامات مدیریتی	۰/۷۵۱	(بهبودسازی مدیریت)
اصلاح نظام ارزیابی عملکرد و پاداش	۳.۹۴	۱.۲۵	اصلاح سیستم نظارت و ارزیابی	۰/۸۱۵	شرایط مداخله‌گر
تدوین فرایندهای مناسب کارآفرینی در دانشگاه	۳.۷۵	۱.۶۹۳	طراحی مجدد فرایندها و ساختارها	۰/۹۴۴	(تغییرات ساختاری)
خطرپذیری (نترسیدن از شکست)	۴.۳۸	۰.۴۹۶	ریسک	۰/۷۸۶	
نیاز بازار کار	۴.۳۸	۰.۶۵	بازار سازی	۰/۹۰۶	
کار تیمی	۴.۴۸	۰.۵۴۷	تیم سازی	۰/۸۹۶	فرایندها و تعاملات
مهارت‌های حل مسئله	۴.۴۳	۰.۵۴۴	تصمیم‌گیری	۰/۹۰۷	
دانشگاه کارآفرین	۴.۴۵	۱.۰۲۴	دانشگاه کارآفرین	۰/۷۵۶	
آموزش مهارتی	۴.۵۱	۰.۵۵۵	آموزش و برنامه‌درسی	۰/۹۲۱	
محیط‌های کارگاهی و آزمایشگاهی	۴.۴۵	۰.۵۸۹	کارگاه و کارورزی	۰/۸۹۶	محیط دانشگاهی و ارزش‌آفرینی
ثبت ایده و اختراع، تجاری‌سازی	۴.۳۹	۰.۴۴۸	ایده، پژوهش و استارت‌آپ	۰/۹۰۶	پدیده مورد مشاهده
شرکت‌های دانش‌بنیان	۴.۱۱	۰.۸۵۳	شرکت‌های دانش‌بنیان	۰/۸۸۸	
ارزش‌گذاری فناوری	۴.۴۴	۰.۴۷۹	تکنولوژی	۰/۹۱۶	
نوآوری - نوآوری باز	۴.۴۴	۰.۴۶۵	طرح کسب‌وکار	۰/۹۴۳	

## بررسی رابطه بین متغیرهای تحقیق

جدول ۴. ضرایب مسیر

مقادیر P	آماره T	انحراف استاندارد (STDEV)	میانگین نمونه (M)	نمونه های اصلی (O)	نتایج نهایی ضرایب مسیر
۰,۰۰۰	۱۸,۹۷۲	۰,۰۳۶	۰,۶۷۵	۰,۶۷۷	شرایط زمینه ای ← فرآیند ها و تعاملات
۰,۰۰۰	۷,۲۳۳	۰,۰۵۵	۰,۳۹۴	۰,۳۹۷	شرایط زمینه ای ← 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<sup>۱</sup>

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)	
شرایط زمینه ای	۰,۵۶۹
شرایط علی	۰,۷۱۱
شرایط مداخله گر	۰,۵۰۸
فرایندها و تعاملات	۰,۵۴۹
پیامدها	۰,۷۷۴
کارآفرینی دانشگاه	۰,۶۰۶

### روایی واگرا<sup>۲</sup> افتراقی HTMT

روایی واگرا سومین معیار سنجش برازش مدل های اندازه گیری در اسمارت پی. ال. اس<sup>۳</sup> 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.

<sup>۱</sup> AVE: Average Variance Extracted

<sup>۲</sup> Discriminant Validity

<sup>۳</sup> Smart pls

جدول ۶ بررسی روایی و اگر با وسیله یک ماتریس صورت می‌گیرد و در صورتی قابل قبول است که مقادیر این معیار کمتر از ۰/۹ باشد.

جدول ۶: ماتریس روایی و اگر با روش HTMT

شرایط زمینهای	شرایط علی	شرایط مداخله‌گر	شرایط فرایندها و تعاملات	پیامدها	کارآفرینی دانشگاه
شرایط زمینهای					
شرایط علی	۰,۲۷۳				
شرایط مداخله‌گر	۰,۱۱۷	۰,۲۷۷			
فرایندها و تعاملات	۰,۱۵۷	۰,۱۱۰	۰,۲۹۰		
پیامدها	۰,۱۳۹	۰,۰۳۳	۰,۰۲۸	۰,۱۲۴	
کارآفرینی دانشگاه	۰,۰۱۸	۰,۶۷۰	۰,۰۰۹	۰,۱۹۷	۰,۱۵۰

مطابق جدول ۶ اعداد مندرج در ماتریس از ۰/۹ کمتر است؛ پس مدل اندازه‌گیری دارای روایی و اگر است.

### بحث و نتیجه‌گیری

نحوه آموزش، نگرش، مدرسان و کارکنان دانشگاه به مقوله آموزش کارآفرینی می‌تواند به‌عنوان ابزاری قدرتمند در ایجاد یک محیط کارآفرینانه در دانشگاه عمل کند. دانشگاه می‌تواند به‌عنوان نهادی قوی، جسارت و روحیه کارآفرینی را در جامعه و در قشر جوان ایجاد و تقویت کند. ارائه دروس مرتبط با کارآفرینی و فعالیت‌های اقتصادی و نیز روش تدریس در کشورهای توسعه‌یافته وضعیت مطلوب‌تری دارد که تأثیر غیرمستقیم بر کارآفرینی دانشگاهی و رشد اقتصادی می‌گذارد. لازم است که آموزش‌های کارآفرینی، به‌صورت گسترده و فراگیرتر و نه فقط برای یافتن تنها یک فرصت شغلی باشد (کوتیم و همکاران، ۲۰۱۴). به نقل از (حسینی و همکاران، ۲۰۱۸). بر اساس نتایج تحقیقات صورت گرفته، سه مورد از مهم‌ترین معضلات آموزش مهارتی در کشور عبارت است از: فقدان مدل توسعه آموزش عالی، مشخص نبودن میزان سهم آموزش‌های مهارتی در نظام آموزش عالی کشور و فقدان مهارت‌های لازم در دانش‌آموختگان مراکز مهارت‌آموزی. در بعد رفتاری و محتوایی هم مهم‌ترین آسیب عوامل «عدم دسترسی کافی به اطلاعات بازار کار و عدم بهره‌مندی نظام آموزش مهارت از منابع انسانی مناسب این نظام» شناخته شدند. در بعد محیطی و زمینهای، عوامل «داخلت قدرت سیاسیون در توسعه کمی آموزش‌های مهارتی و تقاضامحور نبودن آموزش‌های مهارتی، معضل اصلی آموزش‌های مهارتی است» که جزو مهم‌ترین آسیب‌های نظام آموزش مهارتی کشور قرار گرفتند. دانشگاه کارآفرین یک سیستم اجتماعی است که در آن، واحدهای سازمانی درونی، از جمله گروه‌های آموزشی مراکز پژوهشی اعضای هیئت‌علمی و دانشکده‌ها تلاش می‌کنند 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 به‌طور مستمر اقدام کنند اما منظور از کارآفرینی دانشگاهی، توسعه نوآوری در فعالیت‌ها 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 می‌توان و تحول در مدیریت دارایی‌های معنوی دانشگاه آزاد (اختراعات، مالکیت فکری، مجوزها، انتشارات و ...) ویژگی دانش‌آموختگان انتقال فناوری از طریق ایجاد شرکت‌های فناورمحور و همکاری نزدیک بین دانشگاه و صنعت اشاره کرد (باقرصاد، ۲۰۱۵). یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد



شاخص‌های های اثرگذار دانشگاه کارآفرین بر رفتار کارآفرینی دانشجویان، اهمیت یکسانی ندارند و می‌توان آن‌ها را بر مبنای اهمیت تقسیم‌بندی کرد که به تفسیر آنان پرداخته می‌شود.

۱- **شرایط علی:** با بدهای پذیرش رسالت کارآفرینی؛ شامل مؤلفه‌های طراحی چشم‌انداز کارآفرینانه، ارتقای

آموزش است و بعد بسترسازی درون‌دانشگاهی؛ شامل مؤلفه‌های انگیزه کارآفرینانه و آینده‌سازی، عوامل انگیزشی می‌باشد نشان داد که شاخص‌ها به ترتیب: تغییر در مأموریت و رسالت دانشگاه، بین‌رشته‌ای کردن دروس، نگرش‌های 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- متناسب‌سازی توسعه آموزش عالی با نیازهای جامعه در مقیاس استانی، ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی ۲- مأموریت‌گرایی در توسعه مؤسسات رشته‌ها، مقاطع و زیرنظام‌های آموزش عالی ۳- بازنگری در برنامه‌های آموزشی (به‌روزرسانی، بازنگری، کاربردی کردن، توسعه میان‌رشته‌ای‌ها) ۴- تبیین و بازنگری و تفکیک مأموریت‌های زیرنظام‌های آموزشی متناسب با توانمندی و اهداف کلان آموزش عالی ۵- نهادینه کردن کیفیت در نظام آموزش عالی (ساختارسازی، تدوین شاخص‌ها و استانداردها اعتبارسنجی درجه‌بندی و رتبه‌بندی) ۶- تعیین جایگاه و نقش آموزش عالی فراملی (دوره مشترک بین‌المللی، ایجاد شعب دانشگاه‌های 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 دوره‌های مهارتی آموزش عالی ۹- کارآمدسازی دانش‌آموختگان در راستای کارآفرینی ورود به بازار کار ۱۰- حمایت از تولید علم و فناوری بومی در تمام حوزه‌ها، به‌ویژه در حوزه علوم انسانی ۱۱- ارتقای شاخص‌های کمی و کیفی آموزش عالی ۱۲- دانش‌افزایی و توانمندسازی اعضای هیئت‌علمی ۱۳- اصلاح ساختار مدیریتی و تصمیم‌گیری نظام آموزش عالی در راستای پویایی آموزش عالی (پیش‌نویس سند آمایش آموزش عالی، ۱۳۹۱، به نقل از دانشگاه نیشابور، ۱۷۰۷-آمایش-آموزش-عالی<sup>۱</sup>. همچنین تحقیقات ما با محققان: نبی و هولدن<sup>۲</sup> (۲۰۰۸) احمدی و همکاران (۱۳۸۸)، (بارانی و همکاران، ۲۰۱۰)، طهماسبی و همکاران (۱۳۹۶)، سیداد و همکاران (۱۳۹۱)، سازمان همکاری اقتصادی و توسعه (OECD، ۲۰۱۲)<sup>۳</sup> و در خصوص تکنیک‌های آموزشی (اسفندیار و همکاران، ۲۰۱۷) و در خصوص دانش با محققان: گیب و همکارانش ۲۰۰۹، هم راستا بود.

۲- **شرایط مداخله‌گر:** با بدهای تغییرات ساختاری شامل مؤلفه‌هایی طراحی مجدد فرایندها و ساختارها، ریسک، بازارسازی 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.

۳- 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 نوآوری، 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

<sup>1</sup> <http://fa.neyshabur.ac.ir/fa>

<sup>2</sup> Nabi Vhvdny

<sup>3</sup> OECD

ریسک‌پذیری است (آچوتان و نیمالاتاسان، ۲۰۱۲؛ سیواراجا و آچوتان، ۲۰۱۳)<sup>۱</sup>. مدیران دانشگاه‌ها باید بستر تفکر را برای کل سازمان فراهم سازند. مدیران میانی، برنامه‌ریزی‌های میان‌مدت را انجام می‌دهند و برای اظهار نظر 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 دیگیری که زیرمجموعه تغییرات مدیریتی می‌باشد می‌توان اصلاح نظام ارزیابی عملکرد و پاداش را ذکر کرد که تحقیقات ما در خصوص ریسک با محققان (برونستاین و ریپهلن، 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)<sup>۲</sup>، حورثی<sup>۳</sup> (۲۰۱۴)، الکساندر نیومن و همکاران (۲۰۱۹) و در خصوص نظارت با (یدالهی فارسی و همکاران، ۲۰۱۲) هم‌راستا است.

۴- **شرایط زمینه‌ای:** با بعد شرایط محیطی، اقتصادی و اجتماعی؛ شامل مؤلفه‌های آمیزش سرزمین، چابکی اقتصادی، شرایط سیاسی و عوامل محیطی، قوانین و مقررات، منابع و امکانات است که به‌ترتیب 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 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<sup>۴</sup> 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<sup>۵</sup> و همکاران، ۲۰۰۶). تحقیقات ما در خصوص رقابتی شدن بازار، با محققان: احمدی و همکاران (۱۳۸۸) و بازارایی (بارانی و همکاران، ۲۰۱۰)، (نگ و همکاران، ۲۰۱۶)، (ندوا 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، (ندوا و همکاران، ۲۰۱۳) و در خصوص برنامه درسی با عمری (۱۳۹۱) هم‌راستا است.

۵- **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؛ به‌ترتیب 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

<sup>1</sup> Achutan and Nimalatasan; Sivaraja and Achutan

<sup>2</sup> Ahmadi Mohammad et al

<sup>3</sup> Hoosri

<sup>4</sup> Intellectual property

<sup>5</sup> Bleaker

دانشته‌های 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).<sup>۱</sup> 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 سختی 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: (برونستاین و ریهلن، ۲۰۱۴)، OECD (۲۰۱۲)، (ندوا و همکاران، ۲۰۱۳)، (کربی و همکاران، ۲۰۱۱)، (برونستاین و ریهلن، ۲۰۱۴) و در خصوص آموزش کارآفرینی با محققان: آقاجانی و همکاران (۱۳۹۵) و در خصوص آموزش با محققان: (بارانی و همکاران، ۲۰۱۰)، مرکز ملی کارآفرینی در انگلستان (NCEE، ۲۰۱۳) همچنین در خصوص استارت‌آپ با بهزادی و همکاران (۱۳۹۲)، (برونستاین و ریهلن، ۲۰۱۴) و در خصوص ایده، با سیادت و همکاران (۱۳۹۱) هم‌راستا است.

۶- **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 (نگ و همکاران، ۲۰۱۶). از دیگر مزایا می‌توان به تنوع بیشتر ایده‌ها، افزایش چشم‌اندازهای نوآوری و احتمالاً تصمیم‌گیری سریع‌تر اشاره کرد (موانگ، ۲۰۱۸) که تحقیقات ما در خصوص ایجاد شبکه با محققان: امین

<sup>۱</sup> Gorilla et al

پژوهش جهرمی و همکاران (۱۳۹۴)<sup>۱</sup>، مسفین ملو آلیو و همکاران (۲۰۱۸)<sup>۲</sup>، (زولو و همکاران، ۲۰۱۷) و در خصوص حل مسئله با محققان: نیومانا و همکاران (۲۰۱۹)، (لورتی و کاستوجیوانی، ۲۰۱۵)، (زولو و همکاران، ۲۰۱۷)، (اسفندیار و همکاران، ۲۰۱۷) همراستا بود.

۷- **پيامد:** 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 به ترتیب یک شاخص شامل: آماده‌سازی نیروی انسانی برای کارآفرینی، متعهد کردن دانشجویان 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 (کاستائو و همکاران، 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 (ال-جباری و همکاران، ۲۰۱۹). 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 (موانگ، 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 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 به‌دست آورند یا در نهایت، فرصت شغلی ایجاد کنند (هو و همکاران، ۲۰۱۴). تحقیقات ما در خصوص فرهنگ، با محققان: یعقوبی و همکاران (۱۳۹۴) و حورثی (۲۰۱۴)<sup>۴</sup> حسنقلی‌پور و همکاران (۱۳۹۰)، (برونستاین و ریپلن، ۲۰۱۴)، (ال-جباری و همکاران، ۲۰۱۹) 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 کاربردی 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،

<sup>1</sup> Pazhohesh Jahromi Amin et al

<sup>2</sup> Melo Alio et al

<sup>3</sup> Castao & al

<sup>4</sup> Hoosri

- 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.

### References

- Al-Jubari, I., Hassan, A., & Liñán, F. (2019). Entrepreneurial intention among University students in Malaysia: integrating self-determination theory and the theory of planned behavior. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15(4), 1323-1342. <https://doi.org/10.1007/s11365-018-0529-0>
- Antonioli, D., Nicolli, F., Ramaciotti, L., & Rizzo, U. (2016). The Effect of Intrinsic and Extrinsic Motivations on Academics' Entrepreneurial Intention. *Administrative Sciences*, 6(4), 1-18. <https://doi.org/10.3390/admsci6040015>
- Aryana, A., & Daneshfard, K. (2020). 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). *Karafan Quarterly Scientific Journal*, 17(3), 41-59. <https://doi.org/10.48301/kssa.2020.124678>
- Baghersad, V. (2015). Entrepreneurship education and its impact on entrepreneurial intention. *Karafan Quarterly Scientific Journal*, 13(38), 20-32. <http://www.magiran.com/paper/1649451>
- Barani, S., Zarafshani, K., Del Angizan, S., Hosseini Lorgani, S. M (2010). The effect of entrepreneurship education on students' entrepreneurial behavior of Payame Noor University of Kermanshah: A structural equation modeling approach. *Research and planning in higher education*, 16(3), 85-105. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=127662>
- Bronstein, J., & Reihlen, M. (2014). Entrepreneurial University Archetypes: A Meta-Synthesis of Case Study Literature. *Industry and Higher Education*, 28(4), 245-262. <https://doi.org/10.5367/ihe.2014.0210>
- Daim, T., Dabic, M., & Bayraktaroglu, E. (2016). Students' entrepreneurial behavior: international and gender differences. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 5(1), 1-22. <https://doi.org/10.1186/s13731-016-0046-8>
- Esfandiari, A., Radha, B., Wang, F. C., Yang, Q., Hu, S., Garaj, S., Nair, R. R., Geim, A. K., & Gopinadhan, K. (2017). Size effect in ion transport through angstrom-scale slits. *Science*, 358(6362), 511-513. <https://doi.org/10.1126/science.aan5275>
- Gibb, A. A., & Haskins, G. (2014). The university of the future: an entrepreneurial stakeholder learning organization? In *Handbook on the entrepreneurial university*. Edward Elgar Publishing. <https://www.elgaronline.com/view/edcoll/9781781007013/9781781007013.00008.xml>

- Hassani, Z., Abolghasemi, M., & Moshabaki Esfehani, A. (2018). Designing the Concept Model of the Effect of Academic Entrepreneurship Components. *Social Science Quarterly*, 12(42), 171-202. [http://jss.iau-shoushtar.ac.ir/article\\_544661\\_bdb24cba2b6fbfb84f97686a33a11e03.pdf](http://jss.iau-shoushtar.ac.ir/article_544661_bdb24cba2b6fbfb84f97686a33a11e03.pdf)
- Ho, Y-P., Low, P-C., & Wong, P-K. (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*. Emerald Group Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/S1048-473620140000024003>
- Kirby, D. A., Guerrero, M., & 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. <https://doi.org/10.1002/cjas.220>
- Kordnaji, A., Ahmadi, P., Ghorbani, Z., & Niakan Lahiji, N. (2012). Investigating the characteristics of entrepreneurial university in Tarbiat Modares University. *Journal of Entrepreneurship Development*, 5(3), 64-47. <https://doi.org/10.22059/jed.2012.29470>
- Lortie, J., & Castogiovanni, G. (2015). The theory of planned behavior in entrepreneurship research: what we know and future directions. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4), 935-957. <https://doi.org/10.1007/s11365-015-0358-3>
- Maguire, S., Hardy, C., & Lawrence, T. B. (2004). Institutional Entrepreneurship in Emerging Fields: HIV/AIDS Treatment Advocacy in Canada. *Academy of Management Journal*, 47(5), 657-679. <https://doi.org/10.5465/20159610>
- Mwange, A. (2018). A Critical Review of Antecedents of Entrepreneurship Intention. *Journal Of Business Management*, 4(9), 28-50. <https://www.ijrdo.org/index.php/bm/article/view/2528>
- Nazarpour, M-T. (2020). The administrative strategies and tactics for diversification of funding sources in research and higher education institutes with emphasis on non-public sources. *Quarterly Journal of Research and Planning in Higher Education*, 26(2), 1-25. <http://journal.irphe.ac.ir/article-1-4176-en.html>
- Nedeva, M., Thomas, D., Caswill, C., & Nielsen, K. (2013). Study of Research Funding Trends and Practices of Research Funding Organizations. *Report to the Swiss Science and Technology Council*, 29. [https://scholar.google.com/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=en&user=9x3LLfgAAAAJ&citation\\_for\\_view=9x3LLfgAAAAJ:NMxIIDI6LWMC](https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=9x3LLfgAAAAJ&citation_for_view=9x3LLfgAAAAJ:NMxIIDI6LWMC)
- Nelles, J., & Vorley, T. (2011). Entrepreneurial Architecture: A Blueprint for Entrepreneurial Universities. *Canadian Journal of Administrative Sciences / Revue Canadienne des Sciences de l'Administration*, 28(3), 341-353. <https://doi.org/10.1002/cjas.186>
- 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 Business & Management*, 15(5), 343-369. <https://doi.org/10.1057/s41291-016-0012-0>
- Nguyen, C. (2018). Demographic factors, family background and prior self-employment on entrepreneurial intention - Vietnamese business students are different: why? *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 8(1), 1-17. <https://doi.org/10.1186/s40497-018-0097-3>
- Ramezani, G., Mehni, O., & Azizi, N. (2018). Investigate the Barriers and Factors Influencing Inefficiency of Research at Farhangian University: A Grounded Theory Approach. *Journal of Management and Planning In Educational System*, 11(2), 27-50. [https://mpes.sbu.ac.ir/article\\_98465\\_c93e8f58113b1aeb649f01d81bfe9a26.pdf](https://mpes.sbu.ac.ir/article_98465_c93e8f58113b1aeb649f01d81bfe9a26.pdf)
- Reihlen, M., & Werr, A. (2012). *Handbook of research on entrepreneurship in professional services*. Edward Elgar Publishing. <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id>

[=SIHOPPwxCkEC&oi=fnd&pg=PR1&dq=Handbook+of+research+on+entrepreneurship+in+professional+services&ots=AAaospaMR0&sig=22IbiUxXacN2ZR8272tbkXmmD8M#v=onepage&q=Handbook%20of%20research%20on%20entrepreneurship%20in%20professional%20services&f=false](https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=566429)

- Shahbazi, M. (2020). Investigating the effective factors on the amount of knowledge production of faculty members (Case study of Payame Noor University of Isfahan). *Social and cultural strategy*, 9(34), 5-36. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=566429>
- Yadali Farsi, J., Zare Hadi., & Hejazi, S. R. (2012). Identification of dual power components affecting the commercialization performance of academic research. *Research and planning in higher education*, 18(1), 69-90. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=175787>
- Zollo, L., Laudano, M. C., Ciappei, C., & Zampi, V. (2017). Factors affecting universities' ability to foster students' entrepreneurial behaviour. *Journal of Management Development*, 36(2), 268-285. <https://doi.org/10.1108/JMD-06-2016-0093>