

تحلیل مقایسه‌ای وضعیت فرهنگ کارآفرینانه میان دانشگاه سمنان و شرکت شهرک‌های صنعتی استان سمنان

* لاله جمشیدی ** رضا شهریاری پور *** فرشاد مرادی
* استادیار، دانشکده اقتصاد و مدیریت، دانشگاه سمنان، سمنان
** دانشجوی دکتری، مدیریت آموزشی، دانشگاه سمنان، سمنان
*** کارشناس ارشد، مدیریت آموزشی، دانشگاه سمنان، سمنان

r.shahriary@gmail.com

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۱۱/۱۷

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۰۶/۲۵

چکیده

پژوهش حاضر با دیدگاه توصیفی - زمینه‌ای، مؤلفه‌ها و عوامل تأثیرگذار بر ایجاد و توسعه فرهنگ کارآفرینی را برشمرد و ضمن تشریح به تحلیل مقایسه‌ای وضعیت فرهنگ کارآفرینانه میان دو بخش دانشگاه سمنان و شرکت شهرک‌های صنعتی استان سمنان می‌پردازد. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه مدیران و کارشناسان دانشگاه سمنان به تعداد ۳۵۰ نفر و در شرکت شهرک‌های صنعتی شامل ۵۰ مدیر و کارشناس می‌باشد که با استفاده از جدول مورگان و به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای انتخاب شده‌اند. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه‌های استاندارد مک گوایر می‌باشد که روایی آن با روش روایی محتوایی و پایایی آن با روش ضریب آلفای کرونباخ (2=0/86) برآورد گردید. داده‌های گردآوری شده با استفاده از شاخص‌های آمار توصیفی شامل: جداول توزیع فراوانی، شاخص‌های مرکزی و پراکندگی (میانگین و انحراف معیار) و آزمون t تجزیه و تحلیل شد. مهم‌ترین نتایج بدست آمده این پژوهش حاکی از آن است که مدیران و کارشناسان دانشگاه سمنان و شرکت شهرک‌های صنعتی از لحاظ فرهنگ کارآفرینانه در ابعاد همکاری و ارتباطات باز تفاوت معناداری وجود دارد و همچنین نتایج نشان داد که وضعیت ابعاد فرهنگ کارآفرینانه در دانشگاه سمنان و شرکت شهرک‌های صنعتی در حد مطلوب می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: فرهنگ کارآفرینانه، دانشگاه سمنان، شرکت شهرک‌های صنعتی، مدیران

افزایش بهره‌وری، کالا و خدمات جدید محسوب می‌گردد [۱]. "دیوید مک کله لند" که نخستین بار «نظریه روانشناسی توسعه اقتصادی» را مطرح کرد، نیز معتقد است که علت اصلی عقب ماندگی اقتصادی در کشورهای در حال توسعه، ناشناخته ماندن آفرینندگی فردی است. او بر این باور است که با یک برنامه درست در زمینه کارآفرینی می‌توان روحیه کاری لازم را در جوامع تقویت کرد، به گونه‌ای که شرایط لازم برای صنعتی کردن جوامع فراهم گردد [۲].

مقدمه: امروزه در مسیر تحولات جهانی، کارآفرینان را در خط مقدم توسعه فناوری و اقتصادی و دانشگاه‌ها بستر اصلی کارآفرینی هستند. توسعه فرهنگ کارآفرینی در حیطه دانشگاه موجب می‌شود تا مدیران و کارشناسان فعال در عرصه آموزش عالی ضمن تطبیق با شرایط پیچیده بتوانند با تغییرات برخورد منطقی نموده و در جهت موفقیت گام‌های اساسی بردارند. کارآفرینی به عنوان پدیده‌ای که اصلی‌ترین سرمایه مورد نیاز آن داشتن خلاقیت، جسارت، پیشرفت و بهره‌گیری به موقع از فرصت‌هاست، از مهم‌ترین منابع بالقوه اقتصادی،

چیزی متفاوت و باارزش از طریق اختصاص زمان و تلاش لازم برای آن است؛ با فرض همراه بودن ریسک‌های مالی، روانی و اجتماعی و نیز دریافت پاداش‌های مالی و رضایت فردی [۵]. مفهوم کارآفرینی به صورت جمع بندی شده از دیدگاه دانشمندان به شرح زیر است: "پروژه ایجاد ثروت، پروژه تخریب خلاق، پروژه هدایت به خلق سازمان جدید بدون توجه به نوع پتانسیل سازمان، توسعه موقعیت‌ها و اقدام‌های نوآورانه همراه با خطر چه در سازمانی که قبلاً تأسیس شده یا به صورت آزاد و مستقل، روش اداره‌ای است که فرصت‌ها را بدون در نظر گرفتن منابع موجود و قابل کنترل فعلی تعقیب می‌کند، وظایف، فعالیت‌ها و اعمالی که برای تحقق فرصت شناخته شده و ایجاد سازمانی مناسب با آن کمک می‌کند، پروژه‌های فراتر از شغل و حرفه بلکه کارآفرینی یک شیوه زندگی است" [۶].

۲- فرهنگ و کارآفرینی

"تیب" فرهنگ را به صورت زیر تعریف می‌کند: "مجموعه‌ای تاریخی شامل ارزش‌ها، نگرش‌ها و مفاهیم فراگرفته شده مشترک بین اعضاء یک جامعه معین که بر جنبه‌های مادی و غیرمادی زندگی افراد تأثیر می‌گذارد. اعضاء جامعه این خصوصیت‌های مشترک را طی مراحل متفاوت فرآیند جامعه‌پذیری زندگی‌شان در نهادها، نظیر خانواده، مکتب دین، مدارس تعلیم و تربیت و به طور کلی در جامعه فرا می‌گیرند". در اعتقاد "هال" فرهنگ یک الگوی تعهد است درباره اینکه مجموعه‌ای از افراد چگونه باید فکر کنند، چگونه عمل کنند، احساس کنند و غیره [۷]. فرهنگ در بحث کارآفرینی مقوله مهمی است، زیرا نگرش افراد را نسبت به کارآفرینی مشخص می‌کند. در هر دوره‌ای مدل‌های خاص کارآفرینی مطابق با نیازهای خاص آن جامعه شکل می‌گیرد. در سطح بین‌المللی تنوع گسترده‌ای از مفهوم کارآفرینی وجود دارد که هر یک به میزان متفاوتی رفتار کارآفرینانه را تقویت و حمایت می‌کند. بر طبق نظر "جونیت و وارنر" [۴] اگر فرهنگی ارزش‌های طرفدار کارآفرینانه^۵

به عبارتی دیگر کارآفرینی، کانون و مرکز ثقل کار و تلاش و پیشرفت در عصر مدرنیته تلقی می‌شود. بدون توجه کافی به مقوله "توسعه فرهنگ کارآفرینی"، نمی‌توانیم به شاخص‌های رشد و توسعه دست یابیم که از طریق تغییر در روند تولید، بهره‌وری و پیشرفت فنی و صنعتی در عرصه اقتصاد حاصل می‌شود. در گذار از مرحله سنتی به صنعتی، باید به توانمندی‌ها و قابلیت‌های فردی کارآفرینان در بهره‌گیری از منابع طبیعی و بکارگیری تکنولوژی مدرن توجه ویژه‌ای داشته باشیم، زیرا آنها با بکارگیری روش‌های جدید در بازار، خود را برای استفاده بهینه از ابزار و دستیابی به کیفیت مطلوب کالا و خدمات آماده می‌کنند [۳]. در این راستا، پژوهش حاضر نیز با تحلیل مقایسه‌ای وضعیت فرهنگ کارآفرینانه دانشگاه سمنان و شرکت شهرک‌های صنعتی سمنان ضمن شناسایی نقاط قوت و ضعف دو بخش، در خصوص مؤلفه‌های فرهنگ کارآفرینانه به ارائه راهکارها مطلوب جهت برطرف نمودن مشکلات و توسعه بیشتر فرهنگ کارآفرینانه در دانشگاه و شرکت شهرک‌های صنعتی می‌پردازد.

مبانی نظری پژوهش

۱- مفهوم کارآفرینی

نخستین گام جهت شناخت و تبیین درست هر مفهوم یا پدیده، ارائه تعریف روشن از آن است. کارآفرینی یکی از واژه‌هایی است که تعریف واحدی برای آن وجود ندارد و از ابتدای طرح آن در محافل علمی، تعاریف متفاوتی از دیدگاه‌های گوناگون برای آن ارائه شده است. واژه‌ی کارآفرینی از قرن‌ها پیش و قبل از آنکه به زبان امروزی مطرح شود، در زبان فرانسه متداول گردید. این واژه‌ی معادل فرانسوی *Entreprendre* به معنای ((متعهد شدن)) معادل *Undertake* در زبان انگلیسی می‌باشد، که در سال ۱۸۴۸ توسط جان استوارت میل به کارآفرینی (*Entrepreneur*) به زبان انگلیسی ترجمه شد [۴]. در بین تعاریف حاضر "رابرت هیسریچ"^۲ (۲۰۰۲) یکی از بهترین تعاریف‌ها را در زمینه کارآفرینی ارائه کرده است: "کارآفرینی فرایند خلق

3.Tayeb

4 . Joynt and Warner

2.Hisrich

اند. به عنوان مثال «استیونسون» و «گامپرت» معتقدند که یک مدیر ایده‌آل باید در مورد منابع تحت کنترل خود، ساختار روابط بین سازمان و بازار و یافتن فرصت‌های مطلوب و مناسب، سؤالاتی را مطرح نماید. به گفته پیتز دراکر، سازمان‌های بزرگ‌تر و باسابقه‌تر که قصد دارند در مسیر نوآوری گام بردارند، قبل از هر اقدامی باید توجه داشته باشند ادامه کارها به همین صورتی که در حال حاضر انجام می‌شود، بسیار آسان‌تر از ایجاد تغییر در فعالیت‌هاست. چنین سازمان‌هایی باید زیربخش‌هایی را طراحی نمایند تا در هر چند سال یک‌بار با بررسی فعالیت‌های خود بتوانند موجودیت خود را توجیه نموده و در صورتی که واحدهای غیرکارآمد، فرسوده، پراشتباه و ناموفق تشخیص داده شد، طبق یک خط‌مشی مشخص آن را تعطیل نمود. در سازمان‌های کارآفرین، کارآفرینان نقش الگو را بازی می‌کنند. یعنی سازمان‌های کارآفرین دائماً به دنبال افراد و واحدهایی هستند که کارها را بهتر و به صورت متفاوت از دیگر واحدها انجام دهند. این سازمان‌ها، آنها را یافته و با مورد توجه قرار دادن آنها، این پرسش‌ها را مطرح می‌کنند که «شما چه کار انجام داده‌اید که باعث موفقیت شما شده است؟ شما چه کاری انجام می‌دهید که دیگران انجام نمی‌دهند؟ این نحوه برخورد باعث می‌شود تا روح کارآفرینانه در سازمان زنده نگه داشته شود» [۱۰].

۴- مؤلفه‌های توسعه فرهنگ کارآفرینی

با توجه به عوامل و مؤلفه‌های مؤثر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی در دیدگاه‌ها و مکاتب نظری مختلف می‌توان مهم‌ترین عوامل و مؤلفه‌هایی که به طور کلی بر توسعه فرهنگ کارآفرینی، اثر می‌گذارند، در شکل (۱) زیر بیان شده است:

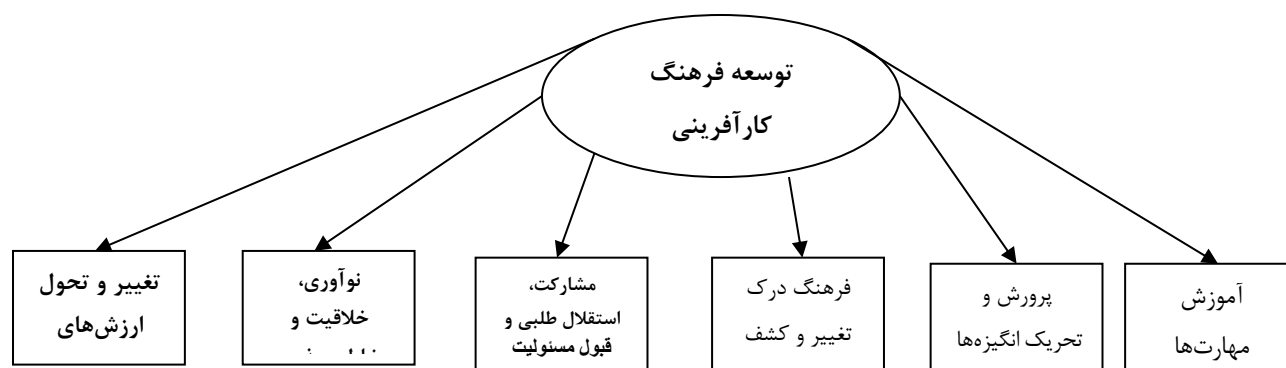
(۱) **آموزش مهارت‌ها:** آموزش مهارت‌های کارآفرینی به سه بعد تقسیم می‌شوند: قبل از کسب و کار، در حین و بعد از راه‌اندازی کسب و کار، توانایی مدیریت توسعه و رشد، یافتن شیوه‌های جدید، رقابت و حفظ موقعیت در بازار و یافتن بازارهای جدید نیز از جمله مهارت‌های مورد نیاز کارآفرین بعد از راه‌اندازی کسب و کار است [۱۲].

کارآفرینانه^۵ داشته باشد، انکوباتوری برای کارآفرینی خواهد بود. معکوس آن نیز درست است. گرچه ممکن است که بسیاری از صاحب‌نظران همچون "بتمن"^۶ این منفی بودن را مرحله‌ای غیرقابل اجتناب از توسعه انتقالی تلقی کنند، اما ممکن است که یک ارزش ضد کارآفرینانه را ترویج و تثبیت نماید [۷]. به اعتقاد "هاف استد"^۷ در کشورهایی که فردگرایی و فاصله قدرت کم است، رشد اقتصادی بالایی دارند و به نوآوری تمایل دارند. کشورهای با فاصله قدرت بالا اغلب ساختار سلسله مراتبی متمرکزی دارند که سدی در مقابل نوآوری هستند. در حالی که کشورهای با فاصله قدرت کم ساختاری مسطح دارند و منشأ اطمینان پایین و فاصله قدرت کم به احتمال بیشتر کارآفرینی و نوآوری را می‌پذیرند. به طور مثال استرالیا دارای فرهنگی با فاصله قدرت کم و اجتناب از عدم اطمینان پایینی است، بر این اساس در استرالیا کارآفرینی و نوآوری ارزشمند بوده و تشویق و ترغیب می‌گردد [۸].

۳- اهمیت فرهنگ کارآفرینانه

از نظر "موریسون"^۸، فرهنگ در کارآفرینی از اهمیت زیادی برخوردار است. چرا که این مفهوم تعیین‌کننده نگرش‌های افراد در جهت بنیان‌گذاری فعالیت جدید کارآفرینانه است [۹]. "ورنون"^۹ و "ورتزل"^{۱۰} بر این باورند که فرهنگ در توسعه کارآفرینی از جایگاه والایی برخوردار است، زیرا فرهنگ تعیین‌کننده نگرش‌های افراد در جهت آغاز فعالیت‌های کارآفرینی است [۷]. ظهور فرهنگ کارآفرینی باعث شکل‌گیری سازمان‌های جدید شده و شرکت‌های مستقل و کوچک با امید به رشد اقتصادی سر برآورده‌اند. از آنجایی که سازمان‌ها ممکن است دارای واحدهای کارآفرین و واحدهای معمولی باشند، لذا باید دارای دو فرهنگ سازمانی متفاوت و یا حتی متضاد نیز باشند. «هوارد استیونسون»^{۱۱} و «دیوید گامپرت»^{۱۱} (۱۹۹۸)، این دو فرهنگ را به نام «فرهنگ کارآفرینانه» و «فرهنگ اداری» نام‌گذاری کرده-

5. Pro-entrepreneurship
6. Bateman
7. Morrison
8. Vernon
9. wortzel
10. Stevenson, H.
11. Gumpert, D.



شکل (۱) طرح کلی عوامل و مؤلفه‌های مؤثر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی [۷].

درازمدت موجب رشد و توسعه شرکت‌ها می‌شود، بلکه زمینه مناسبی را برای رشد و شکوفایی استعدادها و ظرفیت‌های انسانی فراهم می‌کند و این شکوفایی، بستر مناسبی برای رشد فضایل اخلاقی و معنوی در انسان‌ها است [۱۶].

۶) فرهنگ استقلال طلبی و قبول مسئولیت: کارکنان و مدیران خلاق و کارآفرین، خود تصمیم‌گیرنده هستند و کمتر تحت تأثیر القائات دیگران قرار می‌گیرند. آنها متکی به نفس و برخوردار از روحیه‌ای کاملاً مستقل هستند. به عبارت دیگر در چنین شرکتی کارکنان، خودگردان، خطرپذیر و مسئولیت‌پذیر هستند و همگی خود را در برابر منافعی، شرکت و جلب رضایت مشتری، مسئول و پاسخگو می‌دانند. افراد در حیطه کاری خود تصمیم می‌گیرند و مسئولیت تصمیمات خود را بر دوش مدیران خود نمی‌گذارند [۱۵].

۷) فرهنگ مخاطره‌پذیری: کارکنان و مدیران خلاق و کارآفرین، ریسک‌پذیر هستند. آنها از شکست خوردن هراس ندارند و با قبول ریسک، فضای کسب و کار و رقابت جدید را جستجو می‌کنند. در این جامعه، سرمایه یا زمین منشأ تولید ثروت نیست و افراد هوشمند، خلاق، صاحب اندیشه، پرتلاش و مصمم، شانس بیشتری برای موفقیت دارند و صاحبان، سرمایه‌های کلان نمی‌توانند ثروت را در انحصار خود نگه دارند [۱۷].

۸) تغییر و تحول ارزش‌های سازمانی: یکی از ویژگی‌های افراد خلاق و کارآفرین این است که به تغییر و

۲) تحریک و پرورش انگیزه‌ها: ایجاد انگیزه و پرورش ویژگی‌های کارآفرینانه از طریق برنامه‌های آموزشی و پژوهشی نوآور و خلاق برای آنها لازم است. این ویژگی‌ها مواردی مانند آموزش تفکر خلاق، افزایش ریسک‌پذیری، بالا بردن قدرت تحمل، دادن اعتماد به نفس، فرصت‌شناسی، دادن اطلاعات آموزشی درباره خصوصیات روانی شخصی از قبیل مرکز کنترل را شامل می‌شود [۱۳].

۳) فرهنگ درک تغییر و کشف فرصت: برای ترقی و پیشرفت باید همواره تغییر و تحولات جدید را درک کرد و از فرصت‌های مناسب بهره گرفت. بنابراین کارآفرینان و شرکت‌های کارآفرین، همگام با تغییرات، گام بر می‌دارند و تلاش می‌کنند فرصت‌های ایجاد شده در جریان این تغییرات را کشف کنند و از آنها بهره‌برند [۱۴].

۴) فرهنگ مشارکت: در مسیر کارآفرینی، افراد باید بتوانند با مشارکت و در قالب کار گروهی، فعالیت‌ها را انجام دهند تا شرکت استوار شود. در شرکت‌های کوچک کارآفرین، کارکنان به تدریج می‌آموزند که چگونه در مواضع برابر با یکدیگر همکاری و مشارکت کنند و این همکاری را به سوی یک موقعیت برد-برد سوق دهند [۱۵].

۵) فرهنگ خلاقیت: برای موفقیت در کار و حرفه، به طرح‌ها و اندیشه‌های نو و جدید نیاز است. مدیران خلاق و کارآفرین از این ویژگی، به نحو مطلوب و صحیح استفاده می‌کنند. در شرکت‌های مذکور، افراد به خلاقیت و ابتکار عمل تشویق می‌شوند. بها دادن به خلاقیت نه تنها در

نیز توسط دانشگاه‌ها و به هزینه صنعت صورت می‌گیرد [۱۹].

۶- مروری بر پژوهش‌های پیشین:

در ارتباط با فرهنگ کارآفرینی تحقیقات تجربی زیادی انجام پذیرفته است. احمدپور داریانی نیز مطالعه‌ای با عنوان "طراحی و تبیین الگوی پرورش مدیران کارآفرین صنعت" در سال ۱۳۷۷ انجام داده است. وی در این پژوهش، ۱۲۰ مدیر موفق کارآفرین که با بهره‌گیری از دیدگاه‌ها و نظرات مسئولین وزارتخانه‌های ذی‌ربط و خبرگان صنعت، شناسایی و معرفی شده بودند را مورد مطالعه قرار داد و با تدوین دو پرسشنامه، اطلاعات لازم را به منظور اندازه‌گیری میزان موفقیت و تعیین ویژگی‌های شخصی جمع‌آوری کرد. آزمون همبستگی با معیار ۹۵ درصد اطمینان، تعدادی از ارتباطات را تأیید کرده است. سید حسینی نیز در مطالعه خود با عنوان "شناسایی عوامل و شاخص‌های اولویت دار به منظور دستیابی به سازمان‌های کارآفرین در کشور"، عوامل و شاخص‌هایی را مورد بررسی قرار داده است که در صورت وجود در سازمان‌ها، موجب تقویت فضای نوآوری و رشد فعالیت‌های کارآفرینانه در سازمان می‌شود. عوامل مذکور به پنج دسته تقسیم شده‌اند که عبارت‌اند از: (حمایت مدیریت، فرهنگ، ساختار، سیستم‌ها، اهداف و استراتژی‌ها). اکبری مطالعه‌ای با عنوان "بررسی موانع کارآفرینی سازمانی در صنعت چوب شمال کشور" در سال ۱۳۸۴ انجام داده است. در این پژوهش چهار مؤلفه اصلی یعنی کنترل شدید، فرهنگ سازمانی محافظه‌کارانه، سیستم پاداش نامناسب و توجه به سود کوتاه مدت در شرکت مذکور مورد بررسی قرار گرفته که در نتیجه سه عامل فرهنگ سازمانی محافظه‌کارانه، سیستم پاداش نامناسب و توجه به سود کوتاه مدت، به ترتیب به عنوان موانع اصلی کارآفرینی شناخته شده‌اند.

"ماتلی" (۲۰۰۵) معتقد است تردیدی وجود ندارد که کارآفرینی در اشکال مختلف نقش مهمی را در انقلاب صنعتی و تغییرات سیاسی، اقتصادی و اجتماعی مرتبط با

تحول ارزش‌ها و هنجارهای نامناسب و نامساعد در کار و تولید کمک می‌کنند. بنابراین، کارآفرین را می‌توان فردی دانست که به خوبی توانایی سازماندهی مدیریت کار را دارد و از فرصت‌ها و موقعیت‌ها به طور مطلوب استفاده می‌کند و با اعمال طرح‌های ابتکاری و نوآورانه به رشد افراد و تغییرات جدید یاری می‌رساند [۱۸] و [۷].

۵- ارتباط دانشگاه و صنعت

رابطه‌ی دو سویه دانشگاه و صنعت می‌تواند منافع متقابلی برای هر دو در بر داشته باشد. از یک سو توان پاسخگویی دانشگاه‌ها را به نیازهای اقتصادی و گاه اجتماعی جامعه برطرف کرده و از این راه جامعه را در دستیابی به توسعه اقتصادی یاری می‌کند و نیز دانشگاه از تجربه‌های صنعت در آموزش‌های خود بهره می‌گیرد و علم و عمل را در هم می‌آمیزد تا نتیجه بهتری حاصل آید و از سوی دیگر صنعت نیز با توجه به ارتباط مستمر با دانشگاه، می‌تواند نیازهای تخصصی خود را به نحوی مطلوب تأمین کرده و نیروهای متخصص مورد نیاز خود را به گونه‌ای مناسب به دست آورد و نیز با انجام طرح‌های پژوهشی خود در قالب همکاری با دانشگاه، قادر به روزآمد کردن علم و تخصص و تکنولوژی خود باشد. دو نهاد دانشگاه و صنعت می‌توانند از طریق ایجاد رابطه‌ای مناسب بین خود، موجب اعتلای یکدیگر شوند. دانشگاه با کسب اطلاعات از صنعت و از طریق این ارتباط، به تربیت نیروهای متخصصی همت گمارد که مورد نیاز صنعت بوده و آن را قادر به رقابت در دنیای پرتلاطم امروز کند و بدین ترتیب رشد و توسعه و گسترش روزافزون صنعت را موجب شود و صنعت نیز با به دست آوردن دانش و اطلاعات علمی نوین از دانشگاه‌ها، علاوه بر رشد و توسعه خود، در به روزآمد کردن و ارتقای سطح دانش در دانشگاه‌ها از طریق ایجاد نیازهای جدیدی که مطرح می‌کند، یاری رساند. می‌توان بیان نمود که اساس و شالوده نوآوری، تحقیق و توسعه (R&D) می‌باشد به گونه‌ای که تحقیق و توسعه وجود آورنده راهی است که در آن فعالیت‌های پژوهشی به منظور اهداف توسعه، برنامه‌ریزی و اجرا می‌گردند. بنابراین تحقیقات پایه‌ای و بنیادی توسط دانشگاه‌ها به علت دارا بودن محققان و پژوهشگران و همین طور با مشارکت صنعت ایجاد می‌شود و تحقیقات کاربردی

داد نمره‌های کسب شده توسط دانشجویان در مؤلفه‌های نوآوری، توفیق طلبی، مرکز کنترل درونی و مخاطره پذیری، بیش از حد میانگین بوده است [۲۵].

روش پژوهش:

با توجه به هدف پژوهش حاضر مبنی بر تحلیل مقایسه‌ای فرهنگ کارآفرینانه دانشگاه سمنان و شرکت شهرک‌های صنعتی در این پژوهش با استفاده از پرسشنامه استاندارد شده مک گوایر شامل ۳۰ گویه برای سنجش فرهنگ کارآفرینانه کارشناسان و مدیران مورد استفاده قرار گرفت. ۳۰ گویه آن با نمراتی از ۱ تا ۵ مورد سنجش قرار می‌گیرند. روایی ابزار پژوهش حاضر با استفاده از نقطه نظرات اساتید و متخصصان و کارشناسان اهل فن مورد تأیید قرار گرفت. ضمناً پایایی ابزار پژوهش مورد نظر نیز با ضریب آلفای کرونباخ با نمره ۰/۰۸۵ مورد تأیید قرار گرفت و اطلاعات بدست آمده با استفاده از آزمون مقایسه میانگین یک جامعه و دو جامعه و چند جامعه با استفاده از جدول شماره ۱ مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته شد.

آن داشته است [۲۰]. "کوراتکو"^{۱۳} (۲۰۰۵) در مقاله‌ای تحت عنوان ظهور آموزش کارآفرینی بیان کرده است که انقلاب کارآفرینی سراسر کره زمین را در بر گرفته است و به طور غیرقابل انکاری دنیای کسب و کار را تحت تأثیر قرار داده است [۲۱]. "هی نونن و پویکیجوکی"^{۱۴} (۲۰۰۶) هم معتقدند کارآفرینی به علت اثرات قابل ملاحظه‌ای که بر روی سطح خرد و کلان اقتصاد دارد مورد توجه قرار گرفته است. کارآفرینی عامل حیاتی در زایش ایده‌های جدید، خلق شرکت‌ها و کسب و کارهای جدید و به طور کلی پرورش اقتصاد است [۲۲]. "جانسون و همکارانش"^{۱۵} (۲۰۰۶) معتقدند کارآفرینی یک مفهوم چند وجهی پیچیده‌ای است که امروزه توجه زیادی را به خود جلب کرده است و بیشتر صاحب‌نظران توافق دارند که کارآفرینی و کارآفرینان سهم به سزایی در توسعه اقتصادی دارند [۲۳] و [۲۴]. "گورول و آستن"^{۱۶} (۲۰۰۶) در بررسی قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه ترکیه که به منظور تدوین برنامه‌های آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها صورت گرفت، نتایج نشان

جدول شماره ۱: جامعه و نمونه آماری

سازمان	سمت	جامعه آماری	نمونه	درصد فراوانی
دانشگاه سمنان	مدیر	۱۵۰	۵۰	۲۷/۲
	کارشناس	۲۵۰	۹۹	۵۳/۸
شرکت شهرک‌های صنعتی	مدیر	۲۰	۱۵	۸/۲
	کارشناس	۳۰	۲۰	۱۰/۹
مجموع		۵۰۰	۱۸۴	۱۰۰

13. Kuratko

14. Heinonen & Poikkijoki

15. Johnson et.al

جدول شماره ۲: آزمون t تک نمونه‌ای برای وضعیت فرهنگ کارآفرینانه در دانشگاه سمنان

فاصله اطمینان برای تفاوت‌ها =		Test value=۳						
۰/۰۹۵								
فرهنگ کارآفرینانه	تعداد	میانگین	تفاوت میانگین	t	df	سطح معنی‌داری	حد پایین	حد بالا
کارآفرینانه	۱۸۴	۳/۲۶	۰/۲۶	۳/۷۳۵	۱۸۳	۰/۰۰۰	۰/۱۲۵	۰/۴۰۵

جدول شماره ۳: آزمون t تک نمونه‌ای برای وضعیت فرهنگ کارآفرینانه در شرکت شهرک‌های صنعتی

فاصله اطمینان برای تفاوت‌ها =		Test value=۳						
۰/۰۹۵								
فرهنگ کارآفرینانه	تعداد	میانگین	تفاوت میانگین	t	df	سطح معنی‌داری	حد پایین	حد بالا
کارآفرینانه	۱۸۴	۳/۹۵	۰/۹۵	۴/۹۳۸	۱۸۳	۰/۰۰۰	۰/۲۰۴	۰/۲۷۲

یافته‌های پژوهش:

توجه به صنعت به عنوان یکی از بخش‌های عمده در زمینه فعالیت‌های اقتصادی و دانشگاه به عنوان محلی برای نشر یافته‌های علمی برای پیشرفت کشور حائز اهمیت است. به نظر می‌رسد که میزان و چگونگی ارتباط این دو نهاد با یکدیگر موفقیت یا شکست برنامه‌های توسعه را به همراه خواهد داشت. علی‌رغم وجود منافع دو جانبه از برقراری ارتباط بین دانشگاه و صنعت هم در سطح کشور هم در سطح استان با توجه به یافته‌های حاصل از این پژوهش حاکی از آن است که موانع و مشکلاتی نیز بر سر راه این ارتباط وجود دارد.

نتیجه حاصل از جدول ۲ نشان می‌دهد که مقدار t محاسبه شده ۳/۷۳۵ با درجه آزادی ۱۸۳ و در سطح خطا پذیری $\alpha < 0/05$ بزرگ‌تر از t جدول (۱/۹۶) است؛ می‌توان مطرح کرد که بین میانگین تجربی و میانگین نظری در سطح $a=0/05$ تفاوت معناداری وجود دارد؛ در نتیجه فرضیه صفر رد و فرضیه پژوهش تأیید می‌گردد. از این رو با رجوع به حد بالا و حد پایین و با تأکید بر اینکه حد پایین و حد بالا هر دو مثبت است، عنوان می‌شود که وضعیت فرهنگ

کارآفرینانه در دانشگاه سمنان در حد مطلوب ارزیابی می‌شود. نتیجه حاصل از جدول ۳ نشان می‌دهد که مقدار t محاسبه شده ۴/۹۳۸ با درجه آزادی ۱۸۳ و در سطح خطا پذیری $\alpha < 0/05$ بزرگ‌تر از t جدول (۱/۹۶) است؛ می‌توان مطرح کرد که بین میانگین تجربی و میانگین نظری در سطح $a=0/05$ تفاوت معناداری وجود دارد؛ در نتیجه فرضیه صفر رد و فرضیه پژوهش تأیید می‌گردد. از این رو با رجوع به حد بالا و حد پایین و با تأکید بر اینکه حد پایین و حد بالا هر دو مثبت است، عنوان می‌شود که وضعیت فرهنگ کارآفرینانه در شرکت شهرک‌های صنعتی در حد مطلوب ارزیابی می‌شود. همان‌طور که جدول ۴ نشان می‌دهد، سطح معناداری هر سه ابعاد ارتباطات بازرگانی کمتری از ۰/۰۵ محاسبه شده است؛ بنابراین با ۹۵ درصد اطمینان تفاوت میانگین دو جامعه پذیرفته می‌شود و می‌توان گفت که بین دانشگاه سمنان و شرکت شهرک‌های صنعتی در زمینه دو بعد فرهنگ کارآفرینانه (ارتباطات بازرگانی) تفاوت معناداری وجود دارد و با توجه به بررسی میانگین‌ها و حد پایین و حد بالا چون هر دو منفی است، نتیجه‌گیری می‌شود که در هر دو بعد دانشگاه سمنان دارای میانگین بیشتری هستند.

جدول ۴: نتایج آزمون t گروه‌های مستقل برای تحلیل مقایسه‌ای وضعیت فرهنگ کارآفرینانه میان دانشگاه سمنان و شرکت شهرک‌های صنعتی

ابعاد	فرهنگ کارآفرینانه	سطوح	میانگین	درجه آزادی	tمیزان	سطح معنی‌داری	حد پایین	حد بالا
تحمل استعداد	شهرک صنعتی دانشگاه سمنان	۳/۰۴۴	۱۷۲	۵/۶۱۷-	۰/۵۴۲	۰/۴۱۵	-۰/۰۹۴	
		۳/۲۹۹						
ارتباطات باز	شهرک صنعتی دانشگاه سمنان	۲/۷۰۵	۱۷۲	۳/۱۳۰-	۰/۰۰۰	-۱/۱۰۴	-۱/۵۴۵	
		۴/۰۳۰						
همکاری	شهرک صنعتی دانشگاه سمنان	۲/۶۱۹	۱۷۲	۱۱/۸۶۹-	۰/۰۰۰	-۱/۰۰۷	-۰/۴۸۳	
		۳/۳۶۴						
ریسک‌پذیری سازمان	شهرک صنعتی دانشگاه سمنان	۳/۰۴۴	۱۷۲	۰/۵۶۲-	۰/۵۲۷	۰/۲۶۲	-۰/۰۹۴	
		۳/۲۹۹						
نوآوری خلاق	شهرک صنعتی دانشگاه سمنان	۲/۷۰۵	۱۷۲	۱/۷۷۱	۰/۰۷۸	-۰/۰۶۴	۱/۱۵	
		۴/۰۳۰						
انتقادپذیری	شهرک صنعتی دانشگاه سمنان	۲/۶۱۹	۱۷۲	۰/۹۶۲-	۰/۳۳۷	-۰/۹۳۲	۰/۳۲۱	
		۳/۳۶۴						

نتیجه‌گیری و پیشنهاد:

با توجه به محوریت موضوع پژوهش به شش مؤلفه (۱- تحمل استعدادهای خلاق ۲- ارتباطات باز ۳- همکاری ۴- ریسک‌پذیری سازمانی ۵- نوآوری خلاق ۶- انتقادپذیری) و مقایسه دو مؤسسه بر اساس این شش مؤلفه نتیجه بدست آمده حاکیست، در خصوص مؤلفه اول (تحمل استعدادهای خلاق) بین مدیران و کارشناسان دانشگاه با مدیران و

همچنین جدول اطلاعات ۴ مشاهده می‌شود سطح معنی‌داری برای هر چهار بعد تحمل استعداد، ریسک‌پذیری سازمان، نوآوری خلاق و انتقادپذیری بزرگ‌تر از ۰/۰۵ است؛ و با بررسی حد پایین و حد بالا چون اولی منفی و دومی مثبت است می‌توان نتیجه گرفت که تفاوت معناداری بین دانشگاه سمنان و شرکت شهرک‌های صنعتی در زمینه هوش ابعاد فرهنگ کارآفرینانه وجود ندارد.

این امر موجبات همکاری با دانشگاه و بهره‌برداری از تجربه‌های آنها را به ارمغان می‌آورد. رشد اقتصادی پویایی دانشگاه‌ها و پویایی دانشگاه‌ها رشد اقتصادی را به همراه خواهد داشت و این دو نهاد یکدیگر را تقویت خواهند کرد.

۲. تغییر ساختار دانشگاه‌ها: موضوع تغییر ساختار آموزش عالی و دانشگاه‌ها یکی از موضوع‌های مطرح در وزارت علوم، تحقیقات و فناوری بوده است. بررسی منابع و مآخذ و تحلیل محتوای مصاحبه‌ها به خوبی نشان می‌دهد که مانع اصلی بر سر راه ارتباط دانشگاه و صنعت در ایران ساختاری است. البته، به دلیل آنکه ماهیت و توان مراکز آموزش عالی متفاوت است، نمی‌توان به نحوه اداره دانشگاه‌ها، ساختار و به طور کلی، روش انجام یافتن کار و ارتباطات به طور یکسان نگریست. به همین دلیل، امکان دارد که ساختاری خاص و روش‌های اداره در یک دانشگاه نتایج خوبی به همراه داشته باشد و در موارد دیگر اثرهای کم و حتی منفی به جای بگذارد. موفقیت ساختار جدید دانشگاه‌ها به میزان چشمگیری به استقلال بخش‌های مختلف، تعامل آنها با محیط بیرونی و برداشتن موانع اداری بستگی دارد و در این میان، تعریف جایگاه سازمانی، تقویت و حمایت از متولیان ارتباط با صنعت در دانشگاه‌ها از اهمیت بسیاری برخوردار است.

۳. حمایت صنعت از دانشگاه‌ها: همان طور که برنامه‌های آموزشی و پژوهشی در دانشگاه‌ها متفاوت‌اند، حمایت‌های صنعت از دانشگاه نیز متفاوت خواهد بود؛ اما تا زمانی انگیزه‌ای برای رقابت در سطح ملی و بین‌المللی در میان صنایع وجود نداشته باشد، میزان حمایت آنها از دانشگاه‌ها افزایش نخواهد یافت. حمایت صنایع از دانشگاه‌ها نوعی سرمایه‌گذاری است؛ اما اجرای این امر هم اکنون به دلایل مختلف از جمله عدم ثبات اقتصادی، تورم و نبود بسترهای مناسب برای رقابت‌های سالم در سطح ملی و بین‌المللی ضعیف به نظر می‌رسد؛ اما حمایت صنعت از دانشگاه علاوه بر سفارش‌های تحقیقاتی که در نهایت به نظام آموزشی و پژوهشی دانشگاه مدد می‌رساند، می‌تواند در قالب حمایت‌های

کارشناسان شرکت شهرک‌های صنعتی استان تفاوت معناداری مشاهده نشده است؛ اما در خصوص مؤلفه دوم (ارتباطات باز) دو گروه باهم، هم عقیده می‌باشند یعنی با توجه به پژوهش مدیران و کارشناسان شهرک با مقدار ۰/۱۰۷ و مدیران و کارشناسان دانشگاه با مقدار ۰/۵۹۳ به ترتیب با موضوع ارتباطات باز موافق و کاملاً موافق می‌باشند و با توجه به نتایج مدیران دانشگاه دارای ارتباطات باز بهتر نسبت به شرکت‌های شهرک‌های صنعتی می‌باشند. همچنین در مورد مؤلفه سوم (همکاری) دو گروه با هم، هم عقیده می‌باشند، یعنی با توجه به پژوهش مدیران و کارشناسان شهرک با مقدار ۰/۲۰۷ و مدیران و کارشناسان دانشگاه با مقدار ۰/۶۵۸ به ترتیب با موضوع ارتباطات باز موافق و کاملاً موافق می‌باشند و با توجه به نتایج مدیران دانشگاه دارای همکاری بهتر نسبت به شرکت‌های شهرک‌های صنعتی می‌باشند و در مورد ابعاد (ریسک‌پذیری سازمانی، انتقادپذیری و نوآوری خلاق) ارتباط معناداری بین دانشگاه سمنان و شرکت شهرک‌های صنعتی مشاهده نگردید.

امکان ایجاد و گسترش فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه و شرکت وجود دارد، به شرطی که علاوه بر پرورش و توسعه فرهنگ کارآفرینی در میان پرسنل دانشگاه و شرکت از سیستم تشویق‌های مناسب برای فعالیت‌های کارآفرینانه استفاده شود تا افراد انگیزه بالایی برای ارائه ایده‌ها و اجرای نوآوری‌ها داشته باشند. برای نیل به این هدف پژوهش تغییرات ذیل پیشنهاد می‌گردد:

۱. تقویت صنایع و توسعه اقتصادی: در کشور محدودیت‌ها و مشکلاتی که برای فعالیت‌های صنعتی وجود دارد، صنایع بیشتر به دنبال حل معضلات برای بقای خود هستند. از سوی دیگر، دانشگاه‌ها با مشکلات مالی شدیدی روبرو هستند و حمایت مالی مناسب از دانشگاه‌ها و مؤسسات پژوهشی در سیاست‌های کلان کشور صورت نمی‌پذیرد. به زعم محقق تا زمانی که رشد اقتصادی قابل قبولی در کشور وجود نداشته باشد و صنایع در یک محیط مطمئن و رقابتی فعالیت نکنند، این همکاری‌ها ضعیف خواهد بود. رشد صنایع و سوددهی آنها رشد اقتصادی را به همراه خواهد داشت و

دانشگاه، برگزاری همایش‌ها، کارگاه‌های تخصصی مشترک، دوره‌های کارآموزی، تأسیس آزمایشگاه‌ها در دانشگاه صورت پذیرد

مالی از دانشجویان، مشارکت در اداره امور دانشگاه‌ها، شناسایی استعدادها، شناسایی نقاط قوت و ضعف برنامه های درسی، همکاری متخصصان صنعت با بخش آموزش

منابع

پیام نور استان مازندران، دو فصلنامه برنامه و بودجه، شماره ۱۱۱، ۱۳۸۹.

12.Thompson, J., Geoff, A., & Lees, Ann, 38(5), The worlds of the entrepreneur, 2000.

13.Hurley, A. Incorporating feminist theories in to sociological theories of entrepreneurship, Woman in management Review, 14(2), 1998.

14.Echols, A. & Neck, Ch. The impact of behaviors and structure on corporate entrepreneurial success, journal of managerial psychology, 13(1/2), 1998.

15.Fry, F. Entrepreneurship: A Planinig Approach, Englewood Cliffs Nj: Prentice-Hall, 2001.

16.Duphy, S., Herbig, P., & Golden J. The relationship of entrepreneurial and innovative Success, marketing intelligence & planning, 12(9), 2004.

17.Hurley, A. Incorporating feminist theories in to sociological theories of entrepreneurship, Woman in management Review, 14(2), 1998.

18.Dess, G. & Haas, M. P. The meaning of social entrepreneurship, Kaffman center for entrepreneurial Leadership, 1998.

۱۹.سریرافراز، محمد؛ فهیمی فر، فاطمه، پارک‌های علمی فناوری و مراکز رشد تبلوری عینی از دانشگاه کارآفرین، مقالات همایش ملی آموزش عالی و کارآفرینی دانشگاه سمنان، جلد: اول، ۱۳۸۷.

20.Matlay, H. "Researching entrepreneurship and education", Education & Training, 47(8,9), PP. 665-677, 2005.

۱.رضوان، قنبرعلی و کیومرث زرافشانی، آموزش کارآفرینی راهی به سوی اشتغال‌زایی، مقالات همایش ملی آموزش عالی و کارآفرینی دانشگاه سمنان، جلد: اول، ۱۳۸۷.

۲.ذبیحی، محمدرضا و علیرضا مقدسی. کارآفرینی از تئوری تا عمل. مشهد. جهان فردا، نما، ۱۳۸۵.

۳.احمدپور داریانی، محمود. کارآفرینی؛ تعاریف، نظریات، الگوها انتشارات: شرکت پردیس، ۱۳۸۰.

۴.احمدپور داریانی، محمود، کارآفرینی؛ تعاریف، مفاهیم، الگوها، چاپ ششم، انتشارات شرکت پردیس، ۱۳۸۴.

۵.هیسریچ، رابرت دی و پیترز، مایکل پی. جلد اول، ترجمه: علیرضا فیض بخش، حمیدرضا، تقی یاری. تهران. دانشگاه صنعتی شریف، ۱۳۸۳.

۶.صمد آقایی، جلیل، سازمان‌های کارآفرین، مرکز انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی، چاپ اول، ۱۳۷۸.

7.Morrison, A. "Entrepreneurship: what triggers it?" International Journal of Entrepreneurial Behavior & research, 6(2), pp.59-71, 2000.

8.Zhao, F. "Exploring the synergy between entrepreneurship and innovation", International Journal of Entrepreneurial Behavior & research, 11(1), pp.25-41, 2005.

۹.مقیم، سید محمد، کارآفرینی در سازمان‌های دولتی، تهران، مرکز کارآفرینی دانشگاه تهران، ۱۳۸۴.

۱۰.کاظمی، مصطفی؛ ارجمندی نژاد، افتخارآفاق، بررسی کارآفرینی درون‌سازمانی با استفاده از مدل استیونسون، اولین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، نوآوری و کارآفرینی، شیراز، ۱۳۸۹.

۱۱.ویسی، رضا، کریم زاده، پریرسا، توسعه فرهنگ کارآفرینی؛ عوامل و راهکارها، (مطالعه موردی: دانشگاه

21.Kuratko, D. “The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends, and challenges”, Baylor University, Entrepreneurship theory & Practice, pp. 577-597, 2005.

22.Heinonen, J., & Poikkijoki, S.A. “An entrepreneurial-directed approach to entrepreneurship education: mission impossible”? Journal of Management Development, 25(1), PP. 80-94, 2006.

23.Johnson, D., Craig, J. B.L, & Hildebrand, R. “Entrepreneurship

education: towards a discipline-based framework”, Journal of Management Development, 25(1), pp. 40-54, 2006.

۲۴. کرد نائج، اسدالله و محمدرضا زالی، آموزش کارآفرینی در نظام تعلیم و تربیت کشور، مقالات همایش ملی آموزش عالی و کارآفرینی دانشگاه سمنان، جلد، اول، ۱۳۸۷.

۲۵. میرزاصفی، اعظم، سعید رجایی پور و عبدالرسول جمشیدیان، رابطه بین سواد اطلاعاتی و قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان دوره‌های تحصیلات تکمیلی دانشگاه اصفهان، فصلنامه کتابداری و اطلاع‌رسانی، شماره ۵۳، ۱۳۹۰.

