

ارائه الگو در خصوص کارآفرینی دانشگاه و ارتباط صنعت و دانشگاه

*سعید مظفری * محمود ابوالقاسمی * * غلامرضا شریفی‌راد
* گروه مدیریت آموزشی، واحد قم، دانشگاه آزاد اسلامی، قم، ایران mozafari.sd@gmail.com
* گروه مدیریت آموزشی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران mabolghaemi60@gmail.com
* گروه مدیریت آموزشی، واحد قم، دانشگاه آزاد اسلامی، قم، ایران dr.sharifirad@gmail.com

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۵/۲۶

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۱/۰۷

صص: ۳۹-۵۰

چکیده

مقاله حاضر با هدف ارائه الگویی برای توسعه کارآفرینی در دانشگاه و ارتباط بیشتر صنعت و دانشگاه انجام گرفت. این تحقیق از لحاظ هدف، کاربردی- توسعه‌ای و روش انجام آن آمیخته (کیفی- کمی) است. در این پژوهش، در بخش کیفی با پارادایم تفسیری و با روش داده‌بنیاد (گردد تئوری) است. از بین رهیافت‌های مختلف نظریه‌سازی داده بنیاد، بر اساس نیاز و روند پژوهش از رهیافت نظام‌مند اشتراوس و کوربین استفاده شد. در بخش کیفی مراحل کدگذاری به‌صورت سه مرحله انجام گرفت. سپس همه این عناوین در جدولی آورده شدند. در بخش کمی تعداد ۳۸۴ پرسشنامه بین نمونه آماری به‌صورت تصادفی خوشه‌ای، توزیع شد. برای تعیین روایی پرسشنامه در بخش کیفی از تکنیک بازبینی اعضا پژوهشگر نسخه کدها و مدل پژوهش در اختیار تعدادی از اساتید قرار گرفت و پایایی پرسشنامه با استفاده از روش آلفای کرونباخ، عدد ۰/۷۰، به دست آمد. نتایج حاصل به عوامل و شاخص‌های مربوط و توسعه کارآفرینی در دانشگاه مورد نظر سنجی قرار گرفت بدین منظور از روش معادلات ساختاری و نرم‌افزار SPSS و Smar و PLS جهت بررسی برازش مدل تحقیق با داده‌های جمع‌آوری شده استفاده شد. یافته‌های اصلی پژوهش عبارتند از: عوامل مدیریتی، امکانات و منابع انسانی به عنوان شرایط علی، عوامل زیرساختی، محیطی، انگیزشی و اطلاع رسانی به عنوان شرایط زمینه‌ای، عوامل سرمایه گذاری، فرهنگی و پشتیبانی به عنوان شرایط مداخله‌گر، عوامل رقابتی قوانین حمایتی، آموزش و پاداش و ارتقاء به عنوان راهکار و راهبرد و عوامل مهارتی، سبک تولید و دانش، تکنولوژی و نوآوری به عنوان پیامد در نظر گرفته شد.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی، دانشگاه، توسعه، منابع انسانی، مدیریت.

نوع مقاله: علمی

۱- مقدمه

ایجاد بسترهای مناسب در سازمان می‌تواند بر نوآوری و روندهای جدید کارآفرینی بیفزاید و باعث پرورش و تشویق کارکنان به فعالیت کارآفرینانه شوند [۱]. آموزش کارآفرینی اغلب مستلزم صرف هزینه و زمان زیادی است. چرا که دعوت از سخنرانان مهمان، همکاری با کسب و کار خصوصی و کارورزی وقت گیر بوده و این به تأمین انگیزه‌های مالی و غیرمالی مدرسین کارآفرینی با توجه به وقتی که صرف می‌کنند، نیاز دارد. دانشجویان در سطحی وسیع و با منابع با ارزشی جهت پیشبرد

امروزه موفقیت سازمان‌ها تا حد زیادی متکی بر نوآوری و کارآفرینی در کارها هست. هر سازمانی نیاز دارد که فعالیت‌های کارآفرینانه خود را ترویج دهد تا روحیه کارآفرینی در بین کارکنان خود ایجاد کند و در نهایت محیطی کارآفرینانه در سازمان ایجاد کند بنابراین این کار با استفاده از شناخت دقیق و تبیین فرایند و مفاهیم کارآفرینی است [۱۰]. در امر کارآفرینی نقش مدیران و رهبران هر سازمان اهمیت ویژه‌ای دارد؛ مدیران سازمان با

نویسنده عهده‌دار مکاتبات: محمود ابوالقاسمی mabolghaemi60@gmail.com

بیشتر دانشگاه‌ها از فقدان ساختار سازمانی خاصی برای طراحی و اجرای برنامه‌های آموزشی، پژوهشی و تبلیغی برای افزایش انگیزه و همچنین آگاهی نسبت به فعالیت‌های کارآفرینی رنج می‌برند. اکنون، رابطه خوبی بین دانشگاه و صنعت وجود ندارد [۱۹].^۴ به نظر می‌رسد ظرفیت کافی در دانشگاه‌ها وجود دارد و زمینه برای تحقیق فراهم شده است. علاوه بر این، عدم ارتباط با صنعت یک مشکل بزرگ است که باید بیشتر مورد توجه قرار گیرد. امروزه به نظر می‌رسد که صنعت برای جبران عقب‌ماندگی نیاز و ارتباط با دانشگاه را در اولویت کاری خود قرار داده است [۳۰].^۵ در همین راستا فوس و گیسون (۲۰۱۵) اشاره کرده‌اند که برای تأمین نیازهای اقتصادی در فضای رقابتی فزاینده، پویا و محیط دانش‌بنیان، جامعه به بخش آموزش عالی چالاک، متنوع و منعطف نیاز دارد. دانشگاه‌ها می‌توانند چالش‌های تأمین و دسترسی به منابع مالی و مقررات آموزشی و پژوهشی را با رهبری کارآفرینانه که بیش‌ترین فایده را برای جامعه به ارمغان می‌آورد، حل کنند.

از ماموریت‌های دانشگاه در؛ برنامه‌های سوم، چهارم، پنجم و ششم توسعه اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی کشور با توجه به موضوع کارآفرینی؛ تصویب طرح توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌های کشور انجام شده که به فعالیت‌هایی در سطح برخی از دانشگاه‌های کشور منجر شده است. هم‌زمان با سایر کشورهای آسیایی و آمریکایی؛ ایران هم بر اساس برنامه مذکور که با عنوان توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌های کشور از سال ۱۳۷۹ تدوین گردیده و تا سال ۱۴۰۰ را در نظر گرفته قصد کرده است که توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌های خود بپردازد. در این برنامه ورزات علوم تحقیقات و فن‌آوری در دانشگاه‌های کشور به‌منظور ایجاد بستر مناسب برای ترویج کارآفرینی پیگیری‌های لازم انجام شد و بخشنامه‌ای برای کلیه واحدهای دانشگاهی ابلاغ شد که نیاز به برگزاری دوره‌های آموزش کارآفرینی و ارائه واحدی درسی کارآفرینی برای دانشجویان الزامی است [۸].

فعالیت‌های کارآفرینی ارتباط دارند. مشارکت دانشجویان در اداره فعالیت‌های آموزش کارآفرینی علاوه بر آنکه به نوعی برنامه‌های کارآفرینی است بلکه این مشارکت موجب ایجاد و تقویت تعهد در دانشجویان نسبت به کارآفرینی می‌گردد. بیشتر دانشگاه‌ها برای آموزش کارآفرینی ارتباط گسترده‌ای با جامعه کسب و کار دارند [۳].

شدت نیاز به کارآفرینی در هر کشوری باعث رونق اقتصادی آن کشور می‌شود و خیلی از افراد به خوداشتغالی تمایل پیدا می‌کنند، کشورهای توسعه‌یافته هم از این قاعده مستثنی نیستند. در این میان نقش مهم دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی نقش بسیار مهمی در آموزش افرادی دارد که بتوانند به راحتی بعد از گذراندن تحصیل خود بر رونق اقتصادی جامعه کمک کنند [۲۵].^۱ آموزش فرایند کسب دانش، مهارت و تجربیات خاص توسط یک نفر که تأثیرگذار است. آموزش کارآفرینی به دنبال فراهم کردن مواردی همچون، دانش، مهارت و انگیزه برای تشویق موفقیت کارآفرینی در شرایط مختلف هست. آموزش کارآفرینی یک فرایند یادگیری مادام‌العمر است، که از اوایل دوره ابتدایی شروع می‌شود و پیشرفت می‌کند و تا دانشگاه انجام می‌شود. آموزش کارآفرینی برای آموزش افراد طراحی شده است و مهارت‌ها و دانش‌هایی که باید قبل از شروع یک تجارت جدید بدانند را یاد می‌گیرند [۲۸].^۲ بنابراین توجه به فعالیت‌های آموزشی در هر کشوری امری ضروری برای سرمایه‌گذاری است که هدف اصلی آن توسعه نیروی انسانی هست. ماموریت اصلی دانشگاه رشد آگاهی و توانایی بالقوه افراد هست. بنابراین آموزش اصولی می‌تواند مانع بیکاری افراد شود. حتی دانشجویانی که فارغ‌التحصیل دانشگاهی هستند علی‌رغم اینکه آموزش علمی زیادی را دیدند باز قادر به یافتن ایجاد شغل مناسب در جامعه نیستند. یکی از راهکارهای اصولی این است که افراد توانایی و نیاز به خوداشتغالی و کارآفرینی را در خود شکوفا کنند و برخی از دانشگاه‌ها با بسترسازی مناسب آموزش‌های لازم به دانشجویان برای خوداشتغالی و کارآفرینی را انجام داده‌اند [۲۹].^۳

4. Igbo & Zubairu
5. Walsh & Huang
6. Foss & Gibson

1 Nabi, Linan
2 Nwekeaku
3 Adejimoja Olufunmilayo



مرتبط با آموزش عالی باشند. عمدتاً پارک‌های علم و فناوری در دنیا در مسیر توسعه نسل‌های نوین سازمان علمی و با فلسفه پر کردن خلا ارتباطی میان بازار و لذا دستاوردهای علمی به وجود آمده‌اند می‌توانند به عنوان پیشران اقتصاد بسیاری از کشورها عمل کنند [۱].

ب) مرور پیشینه‌های پژوهشی: مقوله کارآفرینی جدا از دانشگاه نیست و کاملاً این دو مقوله لازمی یکدیگر می‌باشند. با توجه به مطالعات انجام‌شده در داخل و خارج برای کارآفرینی در دانشگاه، ایجاد یک برنامه‌ریزی بلندمدت و مشخص کردن اهداف دانشگاه با الگوی دانشگاه کارآفرین که نقشه راه و مسیر اصولی برای ایجاد کسب‌وکارهای مختلف برای دانشجویان هست لازم و ضروری است پژوهشگرانی در زمینه کارآفرینی در دانشگاه مطالعه داشته‌اند که می‌توان به کارولینا (۲۰۲۱)، اشاره کرد، کارولینا به این نتیجه رسیده است که دانشگاه‌ها قهرمانان نسل تغییرات هستند که به نفع جوامع خود فعالیت می‌کنند. در این پژوهش اشاره‌شده که کارآفرینان دانشگاهی نه تنها به تولید ثروت فکر می‌کنند بلکه تلاششان بر این است که به رفع نابرابری‌های اجتماعی هم کمک کنند. گازمن نوشته است که ادغام دانش و مهارت‌های شغلی دانشجویان را به ابزارهای کارآفرینی مجهز می‌کند. هوئزو-پونس و همکاران در اثر خود به این نکته رسیده‌اند که در آموزش کارآفرینی در دانشگاه باید به مؤلفه‌ها و شایستگی‌های عاطفی توجه ویژه‌ای شود. وانگ و همکاران عوامل مؤثر بر شکل‌گیری اکوسیستم کارآفرینی دانشگاهی را بررسی کرده‌اند، از دیدگاه آن‌ها فرهنگ، چشم‌انداز روشن و تعهدات بلندمدت و نوع رهبری دانشگاهی از جمله این عوامل هستند. از نظر پوگ و همکاران برنامه‌های آموزش کارآفرینی، اجرای پروژه‌های واقعی با رویکرد کسب‌وکار، مراکز رشد، برگزاری کنفرانس‌های جهانی از عوامل توسعه دانشگاه به سمت کارآفرینی بود. بیکس و همکاران با نظرسنجی از مدیران دانشگاهی و مراکز رشد نشان دادند که کسب‌وکارهای دانشجویی، فعالیت مراکز رشد، ارائه خدمات مشاوره‌ای، آموزش کارآفرینی با روش مربیگری، دفتر انتقال فناوری، مراکز نوآوری و همکاری با ذی‌نفعان بیرونی در توسعه دانشگاه کارآفرین مؤثر می‌باشند. با این وجود، با اتخاذ

در این پژوهش به ارائه الگویی برای توسعه کارآفرینی در دانشگاه پرداخته می‌شود. اجرای این الگو در سطح دانشگاه می‌تواند به فرایند تحقیق و توسعه کمک کند، منجر به انتقال فناوری از دانشگاه به صنعت و تجاری‌سازی تحقیقات شود و مهم‌تر اینکه زمینه‌ساز افزایش استقلال مالی دانشگاه از شهریه‌های دریافتی از دانشجویان گردد. البته برای دانشجویان این دانشگاه نیز می‌تواند خلاقیت، استعداد پروری و خوداشتغالی را به همراه داشته باشد.

۲- مروری بر مبانی نظری و پیشینه تحقیق

الف) کارآفرینی دانشگاهی: کارآفرینی دانشگاهی به‌عنوان پلی میان کارآفرینی و انتقال فناوری در یک محیط دانشگاهی در نظر گرفته می‌شود [۳۱]. حل مسائل علمی جامعه، دولت و بنگاه‌ها، ایجاد زمینه توسعه نوآوری در اعضای دانشگاه، عرضه نتایج تحقیقات دانشگاهی به بازار، تولید و عرضه فناوری جدید و نوآوری در گسترش مرزهای دانش بشری را کارآفرینی دانشگاهی می‌گویند [۳۲]. [۲۳] کارآفرینی دانشگاهی را پرداختن دانشگاه‌ها و اعضای هیئت‌علمی آن‌ها به فعالیت‌های تجاری مانند همکاری‌های دانشگاه و صنعت، سرمایه‌گذاری در شرکت‌های مبتنی بر دانشگاه، حمایت از شرکت‌های در مرحله رشد مبتنی بر دانشگاه، تأسیس شرکت‌های نوپا به کوشش دانشگاهیان، به کارگیری هم‌زمان اعضای هیئت علمی در دانشگاه و شرکت‌ها می‌داند. در یکی از جدیدترین تعریف‌ها، کارآفرینی دانشگاهی فرایندی در راستای افزایش ارزش اقتصادی دستاوردهای علمی، انتقال و کاربرد بین دانشگاه و کسب‌وکار دانسته شده است [۱۷]. پارک‌های علم و فناوری، عمدتاً افزایش نوآوری فناورانه، توسعه اقتصادی و اشتغالزایی متخصصین را دنبال می‌کنند. بسیاری از سیاستگذاران از این پارک‌ها به عنوان یک راهبرد اندیشمندانه برای توسعه ملی و منطقه‌ای نام می‌برند. پارک‌های علم و فناوری بایستی قادر به برقراری ارتباط مناسب بین دانشگاه‌ها، مراکز پژوهشی و کلیه مراکز

1. Grzybowska & Brzeziński
2. Åstebro
3. Lacetera
4. Hossinger

5. Karolina



عوامل و شاخص‌های مربوط و عملیاتی کردن کارآفرینی در دانشگاه مورد نظرسنجی قرار گرفت بدین منظور از روش معادلات ساختاری و نرم‌افزار SPSS و Smart PLS جهت بررسی برازش مدل تحقیق با داده‌های جمع‌آوری شده استفاده شد. یافته‌های اصلی پژوهش عبارتند از: عوامل مدیریتی، امکانات و منابع انسانی به عنوان شرایط علی، عوامل زیرساختی، محیطی، انگیزشی و اطلاع‌رسانی به عنوان شرایط زمینه‌ای، عوامل سرمایه‌گذاری، فرهنگی و پشتیبانی به عنوان شرایط مداخله‌گر، عوامل رقابتی قوانین حمایتی، آموزش و پاداش و ارتقاء به عنوان راهکار و راهبرد و عوامل مهارتی، سبک تولید و دانش، تکنولوژی و نوآوری به عنوان پیامد در نظر گرفته شد.

۴- یافته‌های پژوهش

در این قسمت با استفاده از عوامل شناسایی شده در مرحله کیفی، پرسشنامه‌ی محقق ساخته‌ای آماده شده و در اختیار جامعه آماری قرار گرفت. نتایج تحلیل آماری در دو بخش یافته‌های توصیفی مربوط به پاسخ‌دهندگان و یافته‌های استنباطی مربوط به نرم‌افزار پی‌ال‌اس ارائه گردیده است.

جدول ۱. توزیع فراوانی متغیرهای توصیفی نمونه‌های

پژوهش			ردیف
متغیر	مشخصات	فراوانی	درصد
۱	جنسیت	مرد	۲۳۷ / ۶۱/۷۲
۲		زن	۱۴۷ / ۳۸/۲۸
۳		۲۰-۲۹	۱۶۷ / ۴۳/۴۹
۴		۳۰-۳۹	۱۱۹ / ۳۰/۹۹
۵	سن	۴۰-۴۹	۶۱ / ۱۵/۸۸
۶		۵۰-۶۰	۲۳ / ۵/۹۹
۷		بالتر از ۶۰	۱۴ / ۳/۶۵
۸		عضو هیأت علمی	۴۷ / ۱۲/۲۴
۹	سمت	کارشناس در حوزه کارآفرینی	۴۴ / ۱۱/۴۶

چنین موضع‌گیری‌های منصفانه‌ای، عایدی دانشگاه از سرمایه‌گذاری اش در کارآفرینی دانشگاهی در معرض تردیدهای بازاری بیشتری در محیط تجاری‌سازی قرار می‌گیرد. به طور خلاصه، بازیگران درگیر در فرآیند کارآفرینی دانشگاهی در معرض سطوح گوناگونی از ریسک‌های اخلاقی، هزینه‌های معاملاتی و ریسک‌های بازاری می‌باشند. بر همین اساس، مکانیزم‌های نظارتی، ملاحظاتی مهم برای بازیگران اقتصادی با انگیزه‌های انتخاب شیوه اجرای فعالیت‌های مربوط به فرآیند کارآفرینی دانشگاهی می‌باشند [۲].

۳- روش‌شناسی

تحقیق حاضر باهدف ارائه الگویی برای توسعه و کارآفرینی در دانشگاه انجام گرفت. بخش کمی پژوهش از نوع توصیفی-پیمایشی است در این مرحله به‌وسیله پرسشنامه محقق ساخته به رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی و عملیاتی کردن آن در دانشگاه پرداخته شد. در این پژوهش جهت تعیین حجم نمونه از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای استفاده شد با توجه به تعداد دانشگاه‌های آزاد اسلامی محقق به صورت خوشه‌ای دانشگاه‌های مختلفی را انتخاب کرد همچنین با توجه به جدول مورگان که براساس حجم نمونه، حجم جامعه را مشخص می‌کند، تعداد ۳۸۴ نفر حجم نمونه را تشکیل می‌دادند و پرسشنامه ارسال گردید. جامعه پژوهش شامل مسئولین دانشگاه، مدیران کارآفرین، اساتید، مدیران پارک علم و فناوری، متخصصان در حوزه کارآفرینی، مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان، شرکت‌های خصوصی، مسئولین آموزش بازرگانی، ریاست پارک علم و فناوری، مدیرعامل شرکت رباتیک و دانشجویان کارآفرین بودند که پس از مصاحبه با ۱۸ نفر از آن‌ها و با اشباع نظری، مصاحبه‌ها متوقف شد. برای جمع‌آوری داده‌ها در بخش کیفی از مطالعه‌های پژوهش مرتبط و مصاحبه نیمه ساختاریافته با جامعه آماری استفاده شد. روش نمونه‌گیری هدفمند بود. در بخش کمی تعداد ۳۸۴ پرسشنامه بین نمونه آماری به‌صورت تصادفی خوشه‌ای، توزیع شد. برای تعیین روایی پرسشنامه در بخش کیفی از تکنیک بازبینی اعضا پژوهشگر نسخه کدها و مدل پژوهش را در اختیار تعدادی از اساتید قرار گرفت و پایایی پرسشنامه با استفاده از روش آلفای کرونباخ، عدد ۰/۷۰، به دست آمد. نتایج حاصل به

آموزش	۰/۷۴۵	۰/۸۳۹	۰/۵۶۹
ارتقاء	۰/۹۱۶	۰/۹۴۷	۰/۸۵۶
مهارت	۰/۷۴۰	۰/۸۵۶	۰/۶۷۰
تولید	۰/۷۸۹	۰/۸۶۳	۰/۶۱۲
تکنولوژی	۰/۷۵۹	۰/۸۱۳	۰/۵۹۳
نوآوری	۰/۷۴۳	۰/۸۵۵	۰/۶۶۷

دانشجو	۲۲۳	۵۸،۱	۱۰
کارآفرینان صنعت	۲۲	۵/۷۲	۱۱
مسئولین پارک علم و فناوری	۱۳	۳/۳۷	۱۲
مدیران دانش‌بنیان	۳۵	۹/۱۱	۱۳
فوق‌دیپلم	۳۶	۹/۳۷	۱۴
لیسانس	۱۵۴	۴۰/۱۰	۱۵
کارشناسی ارشد	۱۴۱	۳۶/۷۲	۱۶
دکتر	۵۳	۱۳/۸۱	۱۷

همانطور که در جدول ۲ مشاهده می‌شود به منظور آزمون عوامل‌های پژوهش در معادلات ساختاری ابتدا باید کیفیت الگوی ساختاری به دست آمده مورد بررسی قرار گرفته و پس از اطمینان در خصوص مناسب بودن شاخص‌های مرتبط با برازش الگوی ساختاری، آزمون عوامل‌ها انجام شود. در خروجی نرم‌افزار اسمارت پی‌ال‌اس شاخص‌های بسیاری برای بررسی کیفیت الگوی ساختاری پژوهش وجود دارد اما معمولاً سه معیار پایایی، روایی همگرا و روایی واگرا بدین منظور بیشتر استفاده می‌شوند. به منظور بررسی پایایی، شاخص‌های پایایی ترکیبی، میانگین واریانس استخراج شده و بارهای عاملی مورد استفاده قرار می‌گیرد. چنانچه مقدار پایایی مرکب بزرگ‌تر از ۰/۷، میانگین واریانس استخراج شده بزرگ‌تر از ۰/۵ باشد، پایایی مدل‌های اندازه‌گیری مورد تأیید است.

جدول ۳. بررسی شاخص اعتبار اشتراک سازه‌ها

سازه	آماره	SSO	SSE	1-SSE/SSO
۱ امکانات	۱۱۵۲	۶۶۹/۴۱۴	۰/۴۱۹	
۲ مدیریت	۱۵۳۶	۱۰۸۳/۰۴۲	۰/۲۹۵	
۳ منابع انسانی	۱۵۳۶	۹۵۶/۶۶۰	۰/۳۷۷	
۴ سرمایه	۱۵۳۶	۹۶۵/۹۵۵	۰/۳۷۱	
۵ فرهنگ	۱۹۲۰	۱۰۷۰/۰۷۶	۰/۴۴۳	
۶ پشتیبانی	۱۱۵۲	۷۰۱/۴۹۵	۰/۳۹۱	
۷ زیر ساختی	۱۵۳۶	۱۱۲۰/۰۵۵	۰/۲۷۱	
۸ محیطی	۱۵۳۶	۸۲۸/۹۵۲	۰/۴۶۰	
۹ انگیزشی	۱۱۵۲	۶۷۳/۰۹۸	۰/۴۱۶	
۱۰ اطلاع رسانی	۱۵۳۶	۵۹۴/۵۳۷	۰/۶۱۳	
۱۱ رقابت	۱۵۳۶	۸۹۰/۹۵۵	۰/۴۲۰	
۱۲ قوانین	۱۱۵۲	۸۵۵/۲۹۱	۰/۳۵۸	
۱۳ آموزش	۱۵۳۶	۱۰۶۶/۸۲۶	۰/۳۰۵	
۱۴ ارتقاء	۱۱۵۲	۴۳۷/۱۵۱	۰/۶۲۱	
۱۵ مهارت	۱۱۵۲	۷۳۸/۹۱۸	۰/۳۵۹	

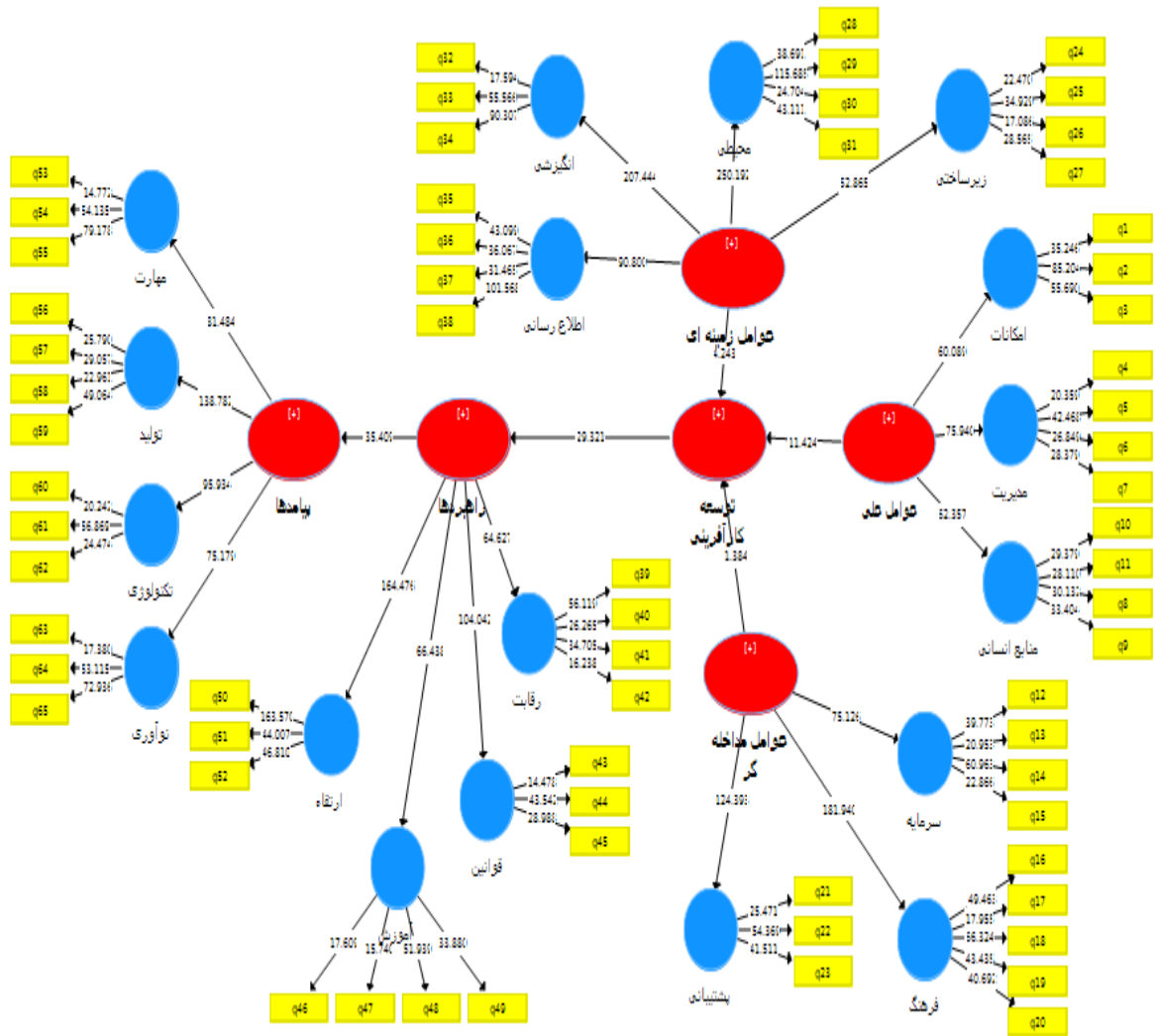
جدول ۱ نشان می‌دهد بیشترین افراد نمونه در بخش کمی دارای جنسیت مرد (۶۱/۷۲ درصد)، در دامنه سنی ۲۰-۲۹ (۴۳/۴۹ درصد)، در بخش سمت؛ دانشجو (۵۸/۰۱ درصد) و در قسمت تحصیلات مقطع لیسانس با (۴۰/۱۰ درصد) بیشترین درصد را به خود اختصاص دادند.

جدول ۲. شاخص‌های مرتبط با پایایی سازه‌ها

آماره	میانگین واریانس استخراج شده	پایایی ترکیبی	آلفای کرونباخ
امکانات	۰/۷۲۱	۰/۸۸۵	۰/۸۰۲
مدیریت	۰/۵۶۹	۰/۸۴۰	۰/۷۴۵
منابع انسانی	۰/۶۲۹	۰/۸۷۲	۰/۸۰۴
سرمایه	۰/۶۱۹	۰/۸۶۶	۰/۷۹۲
فرهنگ	۰/۶۳۴	۰/۸۹۶	۰/۸۵۵
پشتیبانی	۰/۷۰۰	۰/۸۷۴	۰/۷۸۲
زیر ساختی	۰/۵۵۱	۰/۸۳۰	۰/۷۲۸
محیطی	۰/۶۸۵	۰/۸۹۶	۰/۸۴۵
انگیزشی	۰/۷۰۸	۰/۸۷۷	۰/۷۸۵
اطلاع رسانی	۰/۸۰۰	۰/۹۴۱	۰/۹۱۶
رقابت	۰/۶۵۵	۰/۸۸۲	۰/۸۱۹
قوانین	۰/۶۱۱	۰/۸۲۳	۰/۷۷۳

(۰,۸۳۴) دارای نقش معناداری در تبیین عوامل مداخله‌گر بودند. در زمینه راهبردها هر چهار عامل به ترتیب مولفه‌های قوانین (۰,۸۸۹)، ارتقاء (۰,۸۸۹)، آموزش (۰,۸۱۳) و رقابت (۰,۸۰۹) بیشترین نقش را در تبیین راهبردها دارند. در نهایت زمینه پیامدها هر چهار مولفه تولید (۰,۸۷۰)، مهارت (۰,۸۳۳)، تکنولوژی (۰,۸۳۱) و نوآوری (۰,۸۱۴) دارای نقش معناداری در تبیین پیامدها بودند.

همانطور که در شکل ۱ مشاهده می‌شود در شرایط علی مولفه‌های مدیریت (۰,۸۰۹)، منابع انسانی (۰,۷۷۲) و امکانات (۰,۷۳۷) دارای نقش معناداری در تبیین شرایط علی بودند. در مورد پدیده زمینه‌ای مولفه‌های محیطی (۰,۹۲۸)، انگیزشی (۰,۹۲۳)، اطلاع‌رسانی (۰,۸۶۹) و زیرساختی (۰,۷۸۹) دارای نقش معناداری در تبیین عوامل زمینه‌ای بودند. در زمینه عوامل مداخله‌گر هر سه مقوله فرهنگی (۰,۸۸۴)، پشتیبانی (۰,۸۷۳) و سرمایه



شکل ۲. مدل آزمون شده پژوهش در حالت اعداد معنی‌داری

دانشگاه‌ها با مشارکت یک انجمن یک رقابت بین دانشجویی در زمینه طراحی، تولید و یا در هر زمینه‌ای انجام دهند.

یک دانشگاه زمانی می‌تواند کارایی و اثربخشی در حوزه کارآفرینی داشته باشد که شکل درستی از ساختار سازمانی را انتخاب کند. و افرادی که در این حوزه فعالیت می‌کنند بیشتر از قبل فعالیت داشته باشند. نیاز است که ساختار سنتی دانشگاه تغییر یافته و چارچوب‌های نوین در دانشگاه جایگزین شود. یکی از عوامل ترس و خطر در بین دانشجویان و فارغ‌التحصیلان خطر مالی و ترس ناشی از ناتوانی مدیریت مشاغل هست. علاوه بر این ضوابط و قوانین سازمان‌های مختلف از جمله بانک‌ها در زمینه نرخ سود بانکی، اسناد و شرایط لازم برای دریافت تسهیلات بانکی باعث عدم توسعه کارآفرینی شده است. کارآفرینی زمانی توسعه می‌یابد که سیاست دولت باشد که شامل، دانشگاه، شرکت‌ها، سیاست‌های آموزشی، نوآوری و بهره‌وری است.

تغییر رویکرد دانشجویان و دانش‌آموختگان از کارجویی به کارآفرینی به سبب درک این مطلب می‌باشد که در دنیای امروز دانش‌آموخته‌ای نسبت به سایرین دارای مزیت رقابتی است که پا را از حوزه دانش و محفوظات خود فراتر گذاشته و در حل مسائل علمی آن محدوده‌ی تخصصی، مهارت داشته و موفق عمل می‌کند. آموزش عالی با تکیه بر رسالت خود که آموزش و پژوهش هست مسیریابی برای کاربردی نمودن و بهره‌برداری از قابلیت‌های ایجاد شده در دانش‌آموختگان را هموار ساخته و باعث توسعه و شکوفایی کارآفرینی در جامعه گردد. باور دانشجویان درباره توانایی و ظرفیت خود برای انجام یک فعالیت خاص هست. خودباوری کارآفرینانه باور دانشجویان را در مورد توانایی‌های خود برای موفقیت در سرمایه‌گذاری و راه‌اندازی یک کسب‌وکار کارآفرینانه را نشان می‌دهد.

دانشگاه‌ها برای برون‌رفت از معضل اقتصادی نیاز به تولید ثروت دارند. دانشگاه‌های کشور به‌عنوان کانون تفکر و دانش با پرورش دانشجویان خلاق و کارآفرین و با ارتقای فرهنگ کارآفرینی و نهادینه کردن آن در راستای کمک به تولید ثروت و رفاه و اشتغال‌زایی فعالیت و تلاش لازم را انجام می‌دهد. یکی از مکانیسم‌های مهم در دو دهه اخیر به‌منظور پرورش سازمان‌های کوچک و کمک به رشد کارآفرینی در کشورهای توسعه‌یافته به کار گرفته می‌شود،

بر اساس شکل ۲ یافته‌ها نشان داد که شرایط علی به طور مستقیم دارای اثر مثبت و معناداری با پدیده محوری (۱۱/۴۲۴) داشته است. همچنین عوامل زمینه‌ای به طور مستقیم دارای اثر مثبت و معناداری با توسعه کارآفرینی (۲/۲۴۳) داشته است. در بخش دیگر پدیده محوری به طور مستقیم دارای ارتباط مثبت و معناداری با راهبردها (۲۹/۳۲۱) داشته است. در بخش بعدی راهبرد به طور مستقیم دارای ارتباط مثبت و معناداری با پیامدها (۳۵/۴۰۵) داشته است. همچنین عوامل مداخله‌گر به طور مستقیم دارای ارتباط مثبت و معنادار با پدیده محوری (۱/۳۸۴) نداشته است.

۵- بحث و نتیجه‌گیری

کارآفرینی به‌عنوان یک استراتژی مؤثر و یک نقطه عطف در توسعه چندجانبه کشورها در نظر گرفته شده است. آماده‌سازی زمینه‌های توسعه کارآفرینی مستلزم ارائه آموزش‌ها و مهارت‌های کارآفرینی از یک سو، درک رفع موانع و چالش‌های آن و ایجاد زمینه‌های مناسب برای توسعه تجارت کارآفرینی ضروری است. دانشگاه‌ها از اواخر قرن بیستم با معرفی «مأموریت سوم» که برای کمک به توسعه فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی از طریق فعالیت‌های انتقال در زمینه دانش و فناوری نقش خود را گسترش داده است. همچنین کارآفرینی را به‌عنوان یکی از عوامل شایستگی کلیدی برای دانشجویان به رسمیت شناخته شده است تا توسعه فردی و توسعه اجتماعی را ارتقاء ببخشد، ورود آسان به بازار کار و ایجاد سرمایه‌گذاری‌های جدید یا مقیاس بندی سرمایه‌گذاری موجود را به رسمیت بشمارد. حمایت دانشگاه از ابعادی همچون؛ اهداف کارآفرینی، خودکارآمدی و استقلال محوری باعث می‌شود که دانشگاه‌ها به سمت وسوی پرورش دانشجویان خلاق و کارآفرین کشیده شوند.

یکی از شیوه‌های انتقال آسان جمعیت دانش‌آموختگان به بازار کار آموزش کارآفرینی هست. افزایش آموزش‌های درست و اصولی می‌تواند بیکاری فارغ‌التحصیلان را کاهش دهد. آموزش کارآفرینی زمینه‌ای برای ارتقای اشتغال جوانان هست. برگزاری کلاس‌های تجربی و اختصاصی که در آن دانشجویان از عناصر تفکر طراحی و نمونه‌سازی سریع استفاده می‌کنند. این دوره‌ها توسط متخصصان صنعت می‌تواند تدریس شود تا باعث جذب دانشجو و عملیاتی کردن هر چه بیشتر کارآفرینی گردد. همچنین

توسعه کارآفرینی در دانشگاه نیازمند آموزش مهارت‌هایی فارغ از دانش تئوری کلاس درس، مهارت‌های نسبی، ظرفیت‌های سازمانی، حل مسئله و کار تیمی هست که موجب تقویت شخصیت دانشجویان می‌شود.

پژوهشگر با توجه به پژوهشی که انجام داده است معتقد است که تفکر کارآفرینی و گرایش به مهارت آموزی و ایجاد انگیزه به فعالیت‌های عملی در کنار محتوای آموزشی از مقاطع تحصیلی پایین تا پایان دوران تحصیلی در مدارس به فراخور سن و محتواهای آموزشی انجام شود و دانش آموزان با فنون کسب و کار و کارآفرینی آشنا شده و زمانی که دانش آموز به دانشگاه راه پیدا کنند با انگیزه کافی و با هدف از قبل تعیین شده در رشته مورد علاقه خود قدم می‌گذارد هرچه این هماهنگی بین آموزش و پرورش، دانشگاه و صنعت بیشتر باشد مسلماً اتفاق‌های بهتری در نظام‌های آموزشی بخصوص دانشگاه خواهد افتاد.

مطلب دیگری که می‌توان به آن اشاره کرد این است که به نظر می‌رسد پیش از همه باید انتظارات، اهداف و سیاست‌های دانشگاه را در تربیت کارآفرین مشخص نمود تا بتوان به یک استراتژی منسجم جهت تربیت نیروی انسانی کارآفرین دست یافت. در اصل در دانشگاه باید خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی و ضرورت رشد و شکوفایی آن به مثابه یک ضرورت تلقی شود تا بتوان فعالیت‌ها و برنامه‌های دانشگاه را به آن همسو و هماهنگ نمود. همچنین بایستی به آموزش اصول، روش‌ها و فنون کارآفرینی به‌منزله یکی از جنبه‌های اصلی فناوری به‌طور بایسته و شایسته توجه شود

در ادامه به برخی پیشنهادات تسهیل‌کننده توسعه کارآفرینی در دانشگاه اشاره می‌شود:

- برای ایجاد ابتکار کارآفرینی در سطح دانشگاه نیاز به تحقیقات بین‌رشته‌ای، برنامه درسی و تحصیلی، تعامل صنعت و دانشگاه در زمینه کارآفرینی است.

- پیشنهاد می‌شود تقویت دید کارآفرینانه در بین تمامی افراد دانشگاه به‌طوری‌که آن را به‌عنوان یکی از ارزش‌های بنیادی سازمان در نظر گرفته و ایده‌های خود را در راستای آن شکل دهند افزایش یابد.

- پیشنهاد می‌شود تشکلهای کارگروه تخصصی در دانشگاه و برنامه‌ریزی دانشگاه‌ها بر اساس نیاز جهت

پیاده‌سازی مراکز رشد می‌باشد. این مراکز باهدف تأمین فضای استقرار، تسهیلات و خدمات حمایت در جهت کیفیت کسب‌وکارهای شرکت‌های نوپا و در نتیجه موفقیت شرکت‌های مزبور، برنامه‌ریزی و اقدام می‌نماید.

شرکت‌ها و کارفرمایان دیدگاه‌شان نسبت به دانشجویان تغییر کرده است، شرکت‌ها و سازمان‌ها به دانش‌آموختگانی نیاز دارند که به دانش و مهارت کافی اقدامات کارآفرینانه‌ای را انجام داده و نگرش نوگرایانه داشته باشد. بسیاری از دانشگاه‌ها پارک‌های علمی خود را ایجاد کرده‌اند تا ایجاد استارت آپ‌های مبتنی بر فناوری‌های دانشگاهی را ایجاد کنند. با توجه به ادبیات کارآفرینی دانشگاهی، اثربخشی ایده‌های جدید و تبدیل آن‌ها به ارزش اقتصادی به شرایط خاص فردی، سازمانی و محیطی بستگی دارد. از این نظر شناسایی و ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی چالش‌های قوی برای ارائه ارزش‌های جدید در جامعه ایجاد کرده است. کشور ایران از لحاظ دارا بودن نیروی انسانی جوان، جایگاه ویژه‌ای در جهان دارد که این سرمایه بزرگ می‌تواند پشتوانه‌ای مطمئن برای توسعه کشور به شمار رود، به‌شرطی که امکان استفاده کامل از استعداد و قابلیت‌های آنان وجود داشته باشد. به عبارت بهتر جوانان ایران از شرایط و امکانات لازم برخوردار باشند تا بتوانند آن‌گونه که شایسته است قابلیت و توانایی‌های خود را در اختیار کشور خود قرار دهند.

آموزش کارآفرینی یک دوره و سخنرانی است که حاوی برنامه درسی است که توانایی‌های کارآفرینی، تخصص و درک حرفه‌های کارآفرینی را ارائه می‌دهد، با این روش دانشجویان علاقه‌مند می‌شود که با دانش صحیح کارآفرین شوند. دانشجویان در آموزش کارآفرینی مطالب مختلفی یاد می‌گیرند. بنابراین دانشگاه‌ها می‌توانند برای الگوی گیری دانشجویان یک شخصیت کارآفرین موفق را پیش روی دانشجویان قرار دهند. افزایش تعداد فارغ‌التحصیلان کارآفرین و خلاق برای موفقیت آتی کشور لازم است. بنابراین دانشگاه‌ها و سایر مؤسسات آموزشی باید با شیوه‌های مناسب، دانشجویان را در محیط‌هایی قرار دهند که موجب رشد و پرورش ذهنیت کارآفرینانه در آن‌ها شود. ساختار کارآفرینانه در دانشگاه‌ها نیاز به وضع قوانین ثبت اختراع و مشخص بودن حقوق مالکیت معنوی نوآوری برای توسعه کارآفرینی در دانشگاه هست. برای

که در آن دانشجویان از عناصر تفکر طراحی و نمونه‌سازی سریع استفاده می‌کنند. این دوره‌ها توسط متخصصان صنعت می‌تواند تدریس شود تا باعث جذب دانشجو و کارآفرینی گردد. همچنین دانشگاه‌ها با مشارکت یک انجمن یک رقابت بین دانشجویی در زمینه طراحی، تولید و یا در هر زمینه‌ای انجام دهند.

- نهایتاً اینکه زمانی می‌توان ایده‌های دانشجویان را علمی کرد که دانشگاه شناخت کامل از محیط بیرونی (فضای کسب‌وکار سازمان‌ها و صنایع) داشته باشد اینکه کدام ارگان و سازمانی می‌تواند در این زمینه با دانشگاه همکاری لازم را ایفا کند.

پاسخگویی به نیازهای صنعت بیرون از دانشگاه ایجاد شود.

- پیشنهاد می‌شود با راه‌اندازی صندوق سرمایه‌گذاری در جهت کمک به شرکت‌های تازه تأسیس از طرف دانشجویان و تأمین منابع مالی انجام گیرد.

- پیشنهاد می‌شود ارگان‌های مختلف مثل پارک علم و فناوری، شرکت‌های دانش‌بنیان، شرکت‌های صنعتی، بخش دولتی و همچنین بازار آزاد به دانشجویان مستعد دانشگاه‌های آزاد اسلامی توجه داشته باشند.

- یکی از شیوه‌های جدید برای جذب دانشجویان به کارآفرینی برگزاری کلاس‌های تجربی و اختصاصی است

منابع

۱. سعیدی، یاسین، و رجایی، رسول (۱۳۹۹). تبیین جایگاه راهبردی پارک فناوری پردیس در توسعه اقتصاد دانش بنیان کشور. فصلنامه صنعت و دانشگاه، ۷۵، ۴۲-۹۲.
۲. نادری، نادر، و پژوهان، ایوب (۱۳۹۷). کارآفرینی دانشگاهی: طراحی و تدوین یک مدل گام به گام. فصلنامه صنعت و دانشگاه، ۴۰، ۳۱-۵۲.
۳. عزیزی، محمد، و عزیزی، اکرم (۱۳۹۵). نسل سوم دانشگاهی: تجربه‌های موفق دانشگاه‌های برتر در آموزش کارآفرینی با اتکا به منابع صنعت. فصلنامه صنعت و دانشگاه، ۳۲، ۱-۱۳.
۴. امیرپور، فرناز؛ کاوسی، اسماعیل؛ معظمی، مجتبی (۱۴۰۰). عوامل موثر در توسعه دانشگاه کارآفرین در دانشگاه آزاد اسلامی. مدیریت کسب و کار، ۱۳(۱)، ۵۰۷-۴۹۰.
۵. جباری، فهیمه؛ عزیزی، محمد؛ صالحی، محمدجواد؛ نوزنی، بهرام (۱۳۹۹). کارآفرینی دانشگاهی بین‌المللی: سنجش شاخص‌ها. آموزش عالی ایران، ۱۲(۲)، ۱۷۰-۱۴۵.
۶. شائمی برزکی، علی و محمدی، مهناز (۱۳۹۳). بررسی تأثیر رهبری تحول‌گرا بر بهره‌وری نیروی انسانی با نقش میانجی کارآفرینی سازمانی. پژوهشنامه مدیریت تحول، ۶(۱۲)، ۱-۲۸.
۷. صفریان ناوخی، معصومه (۱۳۹۸). طراحی و ارزیابی تناسب الگویی برای دانشگاه کارآفرین (مطالعه موردی: دانشگاه پیام نور). رساله دکتری. دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی دانشگاه محقق اردبیلی.
۸. مرادی پردنجانی، حجت‌الله و جعفری، پریش (۱۳۹۲). ارزیابی اثربخشی برنامه درسی کارآفرینی دانشگاه آزاد اسلامی. مطالعات برنامه درسی آموزشی عالی، ۴(۷)، ۱۶۱-۱۳۹.
۹. مرجانی، هادی (۱۳۹۸). دانشگاه کارآفرین و کارآفرینی دانشگاهی؛ بررسی مسائل و الزامات زیرساختی. تهران: مؤسسه پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش عالی.
۱۰. پور حسن، س. & شیخعلی زاده هریس، م. (۱۳۹۴). تأثیر سبک‌های رهبری بر کارآفرینی سازمانی در اداره کل تربیت‌بدنی استان تهران. مطالعات مدیریت ورزشی، دوره ۷، شماره ۲۸، صفحه ۲۳۱-۲۱۹.
11. Blenker P.; P. Dreisler & J. Kjeldsen (2006). Entrepreneurship Education—the New Challenge Facing the Universities, A Framework or Understanding and Development of Entrepreneurial University Communities. Working Paper, Department of Management, Aarhus School of Business and University of Aarhus, Denmark.
12. Bronstein, J., & Reihlen, M (2012). Entrepreneurial university Archetypes: A meta synthesis of case study literature. Journal of Industry and Higher Education, 18(2), 192-211.
13. Davey T, Hannon P, Penaluna A. Entrepreneurship education and the role of universities in entrepreneurship. Journal of Industry and Higher Education. 30(3), 171-182.



- entrepreneurship. *Journal of Foundations and Trends in Entrepreneurship*.14(6), 555-681.
25. Nabi, G., & Linan, F (2011). Graduate entrepreneurship in the developing world: intentions, education and development. *Journal of Education and Training*. 53(5), 325 – 334.
26. Nowiński, W., Haddoud, M. Y., Lančarič, D., Egerová, D., & Czeglédi, C (2019). The impact of entrepreneurship education, entrepreneurial self-efficacy and gender on entrepreneurial intentions of university students in the Visegrad countries. *Journal of Studies in Higher Education*. 44(2), 361-379.
27. Pugh, R., Lamineb, W., Jackd, S & Hamiltond, E. (2018). The entrepreneurial university and the region: what role for entrepreneurship departments? *Journal of European Planning Studies*, 26(9), 1835-1855.
28. Nwekeaku, C. Entrepreneurship education and challenges to Nigerian universities. *Journal of education and practice*, 2013, 4(3), 51-56.
29. Adejimola S, Olufunmilayo T.O. Spinning off an entrepreneurship culture among Nigerian university students: prospects and challenges. *Afr. J. Bus. Manage*, 2009, 3(1), 80-88.
30. Walsh, J. P., Huang, H. Local Context Academiv Entrepreneurship and open Science Publication Secrecy and Commercial Activity among Japanese and US Scirtists. *Reserche Policy*, 2014, 43(2), 245-260.
31. Czemieli-Grzybowska, W., & Brzeziński, S. (2015). Selected barriers management of commercialization in the international university research. *Polish journal of management studies*, 12(2), 59-68.
32. Astebro, T., & Bazzazian, N. (2012). Universities, entrepreneurship and local economic development. *Handbook of Research on Entrepreneurship and Regional Development: National and Regional Perspectives*, 252-333.
14. Feola, R, Parente, R, Cucino, V (2020). The Entrepreneurial University: How to Develop the Entrepreneurial Orientation of Academia. *Journal of the Knowledge Economy*.1-22.
15. Foss, L, Gibson, D, V (2015). The Entrepreneurial University Context and Institutional Change. Routledge.
16. Guzmán, J, N (2021). Development of Entrepreneurship in Universities. *International Journal of E-Entrepreneurship and Innovation*. 11(2),32-48.
17. Hossinger, S. M., Chen, X., & Werner, A (2020). Drivers, barriers and success factors of academic spin-offs: a systematic literature review. *Journal of Management Review Quarterly*. 1-38
18. Huezco-Ponce, L, Fernández-Pérez, V, Rodríguez-Ariza, L (2021). Emotional competencies and entrepreneurship: modeling universities. *International Entrepreneurship and Management Journal*. 17(2),1497-1519.
19. Igbo, L, Zubairu, U (2021). Effectiveness of Entrepreneurship Education in Universities. *Journal of Business and Behavioural Entrepreneurship*. 5(1),42-59.
20. Karolina, M (2021). The University Entrepreneurship. <https://www.researchgate.net/publication/353567377>.
21. Klein, S, B, Pereira, F, C, M (2020). Entrepreneurial university: conceptions and evolution of theoretical models. *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*. 14(4),20-35.
22. Lahikainen, K (2021). The emergence of a university-based entrepreneurship ecosystem. Thesis for: Doctor of Science (Economics and Business Administration. <https://www.researchgate.net/publication/352822947>
23. Lacetera, N (2006). Multiple missions and academic entrepreneurship. *Allied Social Science Associations. AEA Conference Papers*. Boston, 52 pp.
24. Malerba, F., & McKelvey, M (2019). Knowledge-intensive innovative

