



## عوامل مؤثر در توسعه دانشگاه کارآفرین در دانشگاه آزاد اسلامی

فرناز امیرپور<sup>۱</sup>

اسماعیل کاوسی<sup>۲</sup>

مجتبی معظمی<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت مقاله: ۹۹/۰۲/۲۹ تاریخ پذیرش مقاله: ۹۹/۱۰/۱۶

### چکیده

هدف اصلی این تحقیق بررسی عوامل مؤثر در توسعه دانشگاه کارآفرین در دانشگاه آزاد اسلامی بود. تحقیق از نوع گردآوری داده‌ها تحقیقات توصیفی-همبستگی می‌باشد. جامعه آماری پژوهش کارکنان ستادی دانشگاه آزاد اسلامی به تعداد ۸۰ نفر بود که به روش سرشماری نمونه‌گیری شدند. جهت گردآوری اطلاعات از پرسشنامه‌های محقق ساخته استفاده شد. تحلیل داده‌ها با استفاده روش‌های آمار توصیفی (فراوانی، درصد فراوانی، میانگین، انحراف معیار) و آمار استنباطی (آزمون کالموگراف-اسمیرنوف و آزمون پیرسون) انجام شد. نتایج نشان داد: مولفه‌های (رهبری کارآفرینانه در دانشگاه، آموزش کارآفرینی، فرهنگ کارآفرینی و شایستگی‌های کارآفرینانه) بر توسعه دانشگاه کارآفرین در دانشگاه آزاد اسلامی تأثیر دارد. مقدار ضریب همبستگی پیرسون برای رابطه دو متغیر مولفه‌های (رهبری کارآفرینانه در دانشگاه، آموزش کارآفرینی، فرهنگ کارآفرینی و شایستگی‌های کارآفرینانه) و مولفه‌های توسعه دانشگاه کارآفرین در دانشگاه آزاد اسلامی به ترتیب برابر مولفه توسعه آموزشی و پژوهشی (۰/۴۲۲)، مولفه توسعه ساختاری و تشکیلاتی (۰/۵۸۶)، مولفه توسعه فرهنگی و اجتماعی (۰/۵۱۱)، مولفه توسعه اقتصادی و مالی (۰/۶۳۵) می‌باشد.

### کلمات کلیدی

دانشگاه کارآفرین، رهبری کارآفرینانه در دانشگاه، آموزش کارآفرینی، فرهنگ کارآفرینی و شایستگی‌های کارآفرینانه

۱- گروه مدیریت آموزش عالی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. [farnaz.amirpour@gmail.com](mailto:farnaz.amirpour@gmail.com)

۲- گروه امور فرهنگی - برنامه ریزی امور، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول) [ekavousy@gmail.com](mailto:ekavousy@gmail.com)

۳- گروه مدیریت آموزش عالی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. [m\\_moazzamiii@yahoo.com](mailto:m_moazzamiii@yahoo.com)

عصر جدید عرصه رقابت بر سر منابع و سرمایه‌هاست. کشورهای بزرگ صنعتی، که فاتحان این عرصه‌اند، بهره‌وری از منابع و سرمایه‌ها را سرلوحه کار خود قرار داده‌اند و در پرتو وجود افراد تحصیل‌کرده و متخصص، چرخ‌های رشد و توسعه را به حرکت درآورده و به نوآوری‌هایی دست یافته‌اند. دسترسی به این نوآوری‌ها، که اقتصاد کشورهای توسعه‌یافته را احیا کرده است، با اندیشمندان و صاحب‌نظران حوزه فعالیت‌های اقتصادی و کارآفرینی در ارتباط است (Shan et al., 2003). امروزه، کارآفرینی به‌عنوان عامل توسعه‌ی اقتصادی در بسیاری از کشورها مورد توجه قرار گرفته است (هارکیما و اسکات، ۱، ۲۰۰۸؛ آلمیدا کوتو و برگز تیاگو، ۲، ۲۰۰۹: ۳۰۸).

واژه کارآفرینی از کلمه فرانسوی *entreprendre* به معنای "متعهد شدن" نشأت گرفته است. کارآفرینی فرآیندی است که منجر به ایجاد رضایتمندی و یا تقاضای جدید می‌گردد. کارآفرینی عبارت است از فرآیند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه منحصر به فردی از منابع به‌منظور بهره‌گیری از فرصت‌ها (احمدپورداریانی، ۱۳۸۴: ۴).

کارآفرینی سازمانی به معنای اجرای فرایند کارآفرینی در داخل سازمان و با استفاده از خصوصیات همچون روحیه پشتکار، ریسک‌پذیری، خلاقیت و نوآوری می‌باشد که طی آن گروهی از افراد درون سازمان تبدیل به موتور توسعه آن می‌گردند. به عبارت دیگر، کارآفرینی شرکتی به مفهوم تعهد یک سازمان به ایجاد و مصرف محصولات جدید، فرایندهای تازه و نظام سازمانی نوین است (عابدی، ۱۳۸۲). به این نوع کارآفرینی، کارآفرینی در قالب سازمان، کارآفرینی شرکتی، کارآفرینی دولتی و یا سازمان کارآفرین نیز گفته می‌شود (صمد آقایی، ۱۳۸۲).

بررسی وضعیت آموزش‌های دانشگاهی برای ترویج کارآفرینی نشان داده است به عقیده دانشجویان، آموزش‌های فعلی دانشگاه، آموزش‌های ارائه‌شده توسط آموزشگران و محتوای آموزشی فعلی دانشگاه برای ترویج کارآفرینی نامناسب می‌باشند. همچنین به اعتقاد دانشجویان، از مهم‌ترین خصوصیات آموزش‌های فعلی دانشگاه، استفاده از روش‌های نوین تدریس به جای روش‌های سنتی و مهم‌ترین خصوصیات آموزشگران دانشگاه ایجاد انگیزه و علاقه در دانشجویان جهت انجام تحقیق و پژوهش و مهم‌ترین خصوصیات محتوای آموزشی فعلی دانشگاه، تناسب آن با توانایی‌ها و علایق دانشجویان می‌باشد (احمدی و امیدی نجف آبادی، ۱۳۸۸). در پژوهش دیگر، انتقال دانشگاه از نقش اولیه سنتی خود، یعنی آموزش و تحقیق، به الگوی دانشگاه کارآفرین نیازمند ایجاد ساختارهای جدید و اشاعه فرهنگ کارآفرینی است (معصوم زاده و انصاری، ۱۳۸۸).

از سوی دیگر، آموزش عالی می‌تواند از طریق آموزش بر توانایی‌های افراد تأثیر مثبت بگذارد. مهارت‌های افراد جزء ویژگی‌های اکتسابی محسوب می‌شوند که از طریق آموزش می‌توان آن‌ها را توسعه داد. دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی می‌توانند با طراحی دوره‌های کارشناسی ارشد و دکتری کارآفرینی، اقدام به تربیت نیروهای کارآفرین کنند. همچنین طی این دوره‌ها، دانشگاه‌ها با پرورش ویژگی‌های کارآفرینانه و نیز با افزایش توانایی مدیریتی افراد، می‌توانند باعث افزایش عرضه‌ی کارآفرینی شوند. علاوه بر این، آموزش عالی می‌تواند حول محورهای ارزیابی فرصت‌ها، شناسایی بازار و تحلیل ریسک و پاداش متمرکز شده، موجبات ارتقاء سطح فعالیت‌های کارآفرینانه را فراهم کند. مراکز آموزش عالی از طریق دانش‌افزایی می‌توانند باعث افزایش فرصت‌های بازار شده و سطح تقاضای کارآفرینی را ارتقاء ببخشند. تحقیقات بنیادی و کاربردی دانشگاه‌ها و پارک‌های فناوری نیز می‌توانند باعث توسعه و پیشرفت شده و از طریق ایده‌های جدید، فرصت‌هایی را برای فرآیندهای کارآفرینانه خلق کنند (شاه حسینی، ۱۳۸۳: ۱۲۴).

امروزه، دانشگاه‌هایی که دارای مأموریت توسعه‌ی اقتصادی نیز هستند، دانشگاه‌ها کارآفرین نامیده می‌شوند. در فرآیند انقلاب دوم، دانشگاه‌ها نه تنها عهده‌دار مأموریت نوآوری تکنولوژیک و در نتیجه توسعه‌ی اجتماعی و اقتصادی شدند، بلکه آموزش فردی به آموزش سازمانی و پژوهش فردی به پژوهش سازمانی تبدیل شد. علاوه بر این، در این فرآیند، دانشگاه‌های پژوهشی اروپا و آمریکا ویژگی‌های جدیدی در خود به وجود آوردند که در قرن ۱۹ سابقه نداشته است. از جمله مهم‌ترین این تغییرات، ادغام گروه پژوهش‌های علمی با شرکت‌های صنعتی بوده است (Etzkowitz, 2004: 75). در کشور ما بیشتر دانشگاه‌ها در نسل اول و تعداد محدودی از آن‌ها در نسل دوم به سر می‌برند و هنوز نسل سوم دانشگاه‌ها در ایران به‌طور جدی مطرح نشده است. به همین اساس است که بسیاری از دانش‌آموختگان به دلیل نداشتن مهارت‌های کارآفرینی وقتی لازم در بازار کار توفیق نمی‌یابند و بیکار می‌مانند. در ایران عدم ارتباط صنعت و دانشگاه که هدف اصلی دانشگاه‌های نسل سوم است، باعث شده است که باوجود افراد متخصص و خلاق در کشور بر اساس آمار سال ۱۳۹۰ حدود ۷۰۰ هزار فارغ‌التحصیل بیکار در کشور وجود داشته باشد (خدادشهری، ۱۳۹۰).

در همین راستا پژوهش حاضر در پی آن است تا عوامل مؤثر در توسعه دانشگاه کارآفرین در دانشگاه آزاد اسلامی را بررسی نماید.

#### پیشینه تحقیق

از جمله پژوهش‌های انجام‌شده در این حوزه می‌توان به پژوهشی که ریحانه ابراهیم‌آبادی و علی

## عوامل موثر در توسعه دانشگاه کارآفرین در دانشگاه آزاد اسلامی/امیرپور، کاوسی و معظمی

عسگری با عنوان « فرهنگ دانشگاهی و دانشگاه کارآفرین » انجام داده‌اند اشاره کرد. نتایج پژوهش نشان داد که هنگامی که دانشگاهی می‌خواهد به سمت کارآفرینی حرکت کند، باید فرهنگ کل دانشگاه به فضای کارآفرینانه تبدیل شود. (ابراهیم‌آبادی و عسگری، ۱۳۹۸). بعلاوه، پژوهشی با عنوان « شناسایی و تبیین ابعاد راهبردی دانشگاه کارآفرین » توسط محمد صالحی، علی‌اصغر الیاسی و رضا یوسفی سعیدآبادی انجام گرفت، نتایج نشان می‌دهد که ابعاد راهبردی دانشگاه کارآفرین شامل پنج بعد می‌باشد که عبارت‌اند از ابعاد راهبردی: آموزشی و پژوهشی، ساختاری و تشکیلاتی، منابع انسانی، فرهنگی و اجتماعی، اقتصادی و مالی می‌باشد. (صالحی، الیاسی و یوسفی سعیدآبادی، ۱۳۹۸). علی‌اکبر قلی‌زاده و زهرا بیات نیز پژوهشی با عنوان « حرکت دانشگاه بوعلی سینا به سمت دانشگاه کارآفرین » انجام داده‌اند. نتایج بیانگر این بود که مأموریت جدید دانشگاه بایستی ایجاد و تقویت قابلیت‌های کارآفرینی در دانش‌آموختگان و دانشجویان خود باشد. (قلی‌زاده و بیات، ۱۳۹۷) بهمین خسروی پور و نسیم روشنی نیز پژوهشی با عنوان « دانشگاه نسل سوم: کارآفرین و ثروت آفرین چرا و چگونه » انجام داده‌اند. نتایج پژوهش نشان داد که نقش دانشگاه‌ها با توجه به مسئولیت‌های جدید در قبال جامعه در حال تغییر مانند اقتصاد ملی، توسعه اجتماعی، کاهش منابع مالی عمومی و بازار آموزشی دگرگون شده است بدیهی است دانشگاه‌ها و نظام آموزشی عالی به‌منظور همسویی هر چه بیشتر با فرایند توسعه‌ی اقتصادی بومی، منطقه‌ای و بین‌المللی به تغییر نقش سنتی خود که صرفاً تولید دانش می‌باشد به‌سوی دانشگاه‌های کارآفرین که افزون بر تولید دانش و خلق ایده‌ها، آن‌ها را به عمل هم تبدیل می‌کنند، حرکت کنند. (خسروی پور و روشنی، ۱۳۹۶) همچنین علی‌رضا بزرگزاده و حمیدرضا محرابی پژوهشی با عنوان « بررسی شناسایی عوامل مؤثر در شکل‌گیری دانشگاه کارآفرین در ایران » انجام داده‌اند. نتایج پژوهش بیانگر این بود که انتقال دانشگاه کارآفرین نیازمند ایجاد ساختارهای جدید و اشاعه فرهنگ کارآفرینی است. در همین راستا می‌باید اذعان نمود که یکی از دلایل ضعف مراکز آموزش عالی کشور عدم وجود روحیه‌ی کارآفرینی در میان دانشجویان می‌باشد. (بزرگزاده و محرابی، ۱۳۹۶) بهاره عابدی پژوهشی با عنوان « ساختار، وظایف و ویژگی‌های دانشگاه کارآفرین » انجام داده است. نتایج پژوهش نشان داد که توسعه مهارت‌های کسب‌وکار دانشجویان در کنار بهبود و تقویت دانش تئوری آن‌ها که تاکنون در دانشگاه‌ها انجام می‌شده از جمله مسئولیت‌های دانشگاه‌های کارآفرین می‌باشد. (عابدی، ۱۳۹۶) سمیه براری پایین لموکی، مجید فتاحی و عبدالله شه‌میرشورمستی نیز پژوهشی با عنوان « بررسی اثربخشی مداخله شناختی-رفتاری بر کیفیت زندگی جانبازان شیمیایی شهر اصفهان » انجام داده‌اند. نتایج پژوهش نشان داد که مأموریت سوم دانشگاه که به انقلاب علمی

شناخته شده با ایجاد شایستگی فرهنگ‌سازمانی متناسب و انتقال دانش به جامعه و توانمندسازی افراد و افزایش توسعه منطقه جهت رفاه حال افراد جهت اهمیت و تأثیر روزافزون دانشگاه امکان‌پذیر است. (براری پایین لموکی، فتاحی و شه‌میرشورمستی، ۱۳۹۶) پارشاکو و دیگران (۲۰۱۸) پژوهشی با عنوان «مقایسه کارایی رویکردهای پژوهشی در دانشگاه‌های روسی و اروپایی با یکدیگر» انجام داده‌اند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان می‌دهد که مشوق‌های بیشتر در بخش صنایع اروپایی، به‌منظور توسعه رویکردهای پژوهشی در دانشگاه‌ها و تقاضای بیشتر برای خروجی پژوهشی دانشگاه‌ها، ارتباط اثربخش‌تری بین این دو ایجاد کرده است. (پارشاکو و دیگران، ۲۰۱۸) لیل فیلهو و دیگران نیز پژوهشی با عنوان «ارزیابی جهت‌گیری مناسب در فعالیت‌های واحدهای پژوهشی دانشگاه‌ها» انجام داده‌اند. آن‌ها ضمن تأکید بر اهمیت جهت‌گیری مناسب در فعالیت‌های واحدهای پژوهشی دانشگاه‌ها این نتیجه رسیده‌اند که بایستی سیاست‌گذاری پژوهشی در قالب ارتباط موفق صنعت با دانشگاه، باهدف تسهیل ارتباطات و انتشار آن، خصوصاً از طریق جریان پژوهشی در بین نهادهای مختلف، صورت گیرد. (لیل فیلهو و دیگران، ۲۰۱۸) ونگ و سینگ در پژوهشی با عنوان "بررسی اولیه ارتباط میان هم‌انتشاری با صنعت و برونداد تجاری‌سازی فناوری دانشگاهیان: مطالعه موردی دانشگاه ملی سنگاپور" با استفاده از شاخص هم‌انتشاری صنعت و دانشگاه، ارتباط همکاری دانشگاه و صنعت را روی تجاری‌سازی فناوری موردبررسی قرار دادند. نتایج بررسی اولیه روی اعضای هیئت علمی رشته‌های مهندسی و دانشگاه ملی سنگاپور، ارتباط مثبتی را میان همان‌طوری صنعت و دانشگاه و پروانه‌های ثبت اختراع نشان داد. (ونگ و سینگ، ۲۰۱۴) پرکمن و دیگران در پژوهشی با عنوان «ارائه مدل انتقال دانش از دانشگاه‌ها به صنعت» بر اهمیت انتقال دانش از دانشگاه‌ها به صنعت از طریق تحقیقات مشترک، تحقیقات قراردادی، مشاوره و روابط غیررسمی تأکید کرده‌اند. (پرکمن و دیگران، ۲۰۱۳)

### چارچوب نظری تحقیق

#### دانشگاه کارآفرین

امروزه در اکثر کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه، مقوله کارآفرینی به‌عنوان اصلی‌ترین مبنای توسعه مدنظر قرار گرفته است. به‌طوری‌که دو دهه اخیر در غرب و برخی کشورها به‌عنوان دهه‌های طلایی کارآفرینی نیز مورد اشاره قرار می‌گیرد. از همین رو بسیاری از متخصصین و نظریه‌پردازان مدیریت نیز از اوایل دهه هفتاد میلادی به تشریح کارآفرینی سازمان‌ها پرداختند. اما تا اوایل دهه هشتاد به‌طور جدی مورد تأیید محققین قرار نگرفت. اندیشمندان مدیریت ضمن رویکردی فرآیندی به

## عوامل موثر در توسعه دانشگاه کارآفرین در دانشگاه آزاد اسلامی/امیرپور، کاوسی و معظمی

تشریح مدیریت کارآفرینی و جو و محیط کارآفرینانه در سازمان‌های موجود پرداختند (نعمت الله، ۱۳۹۲).

در دو دهه‌ی اخیر، بسیاری از محققان تعاریف خاص خود را از دانشگاه کارآفرین ارائه کرده‌اند. کلارک (۱۹۸۸)، دانشگاه کارآفرین را توانایی جهت‌گیری‌های استراتژیک و متمرکز در تدوین اهداف دانشگاهی و نیز در تبدیل دانش تولید شده در دانشگاه به منافع اجتماعی و اقتصادی تعریف کرده است. (Röpke, 1998: 9) در واقع، دانشگاه کارآفرین سعی می‌کند به بعد اقتصادی نتایج تحقیقاتی خود توجه کند. دانشگاهی که در آن، نتایج تحقیقات صورت گرفته از نظر قابلیت‌های اقتصادی و تجاری مورد توجه قرار گیرد، مدلی از دانشگاه کارآفرین است. این دانشگاه‌ها به‌طور چشمگیری از توانایی‌ها و قابلیت‌های درونی برای تبدیل نتایج تحقیقاتی خود به سرمایه‌های فکری و فعالیت‌های اقتصادی با در نظر گرفتن استانداردهای قابل قبول برخوردار هستند. به همین دلیل است که دانشگاه‌های کارآفرین از مکانیزم‌های مستقیم و غیر مستقیم برای ارتباط دانشگاه با فعالیت‌های تجاری برخوردار هستند و مراکز انتقال فناوری از قبیل انکوباتورها و پارک‌های تحقیقاتی به‌منظور ایجاد شرکت‌های جدید راه‌اندازی می‌شوند. دوتریاکس (۱۹۸۷) کارآفرینی دانشگاهی را به گونه‌ای تعریف کرد که مستلزم خلق کسب‌وکار جدید از طرف اساتید دانشگاه، تکنسین‌ها و دانشجویان از طریق مراکز نوآوری دانشگاه یا دفاتر کسب‌وکار می‌باشد. (Teh & Yong, 2008: 26)

بنابراین 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. در نتیجه کارآفرینان امکان دسترسی به کتابخانه‌ها، آزمایشگاه‌ها و ... را پیدا می‌کنند. در چنین دانشگاه‌هایی برای سرمایه‌گذاران امکاناتی فراهم می‌شود تا مراکز جدید کسب‌وکار را فراهم آورند. با آن‌ها همکاری می‌شود تا مشکلات آن‌ها پیش‌بینی شده و از فرصت‌های به‌دست‌آمده استفاده کنند که خود تجربه‌ای ارزشمند در حیطه مالی و بازاریابی است.

### **ویژگی دانشگاه‌های کارآفرین**

در دنیای امروز با توجه به فرآیند جهانی شدن و دانش‌مدار بودن اقتصاد، کشورهای قادر خواهند بود در اقتصاد خود تحول ایجاد نموده و جایگاه جهانی برای خود پیدا و حفظ نمایند که با توجه به نهادهای علمی و تحقیقاتی، بتوانند در تولید علم و افراد فرهیخته و کارآفرین و مدیریت آن نسبت به رقبا پیشی بگیرند. بنابراین دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی، به‌عنوان رکن اساسی در تولید علم و افراد

## فصلنامه مدیریت کسب و کار - شماره چهل و نهم - بهار ۱۴۰۰

فره‌یخته و به‌عنوان محور اصلی در تبدیل ایده به محصول و یا تبدیل دانش به صنعت، باید مورد توجه قرار گیرند.

برحسب بررسی پنج دانشگاه برجسته اروپایی مسیرهای تغییرات سازمانی جهت تبدیل شدن به دانشگاه کارآفرین را این‌گونه می‌توان جمع‌بندی کرد:

- ایجاد هسته رهبری قوی: دانشگاه کارآفرین دارای مدیریتی قوی است که با داشتن چشم‌انداز و تنظیم راهبردها آن را اداره می‌کند. گسترش مرزهای ساختاری مانند ایجاد دفتر انتقال فناوری و ایجاد سازوکارهایی جهت تعامل با محیط خارج از دانشگاه (یعنی صنعت و منطقه) - ایجاد تنوع در منابع مالی دانشگاه کارآفرین کاملاً وابسته به بودجه دولتی نیست، بلکه دارای جریان‌های نوآوری چندگانه و متوازی است. ایجاد پایه دانشگاهی قوی، جهت بهترین بودن در بین سایر دانشگاه‌ها، داشتن تحقیقات چند رشته‌ای و بین‌رشته‌ای ضروری است - ایجاد فرهنگ کارآفرین یکپارچه در کل مؤسسه دانشگاهی (پیکری فر و همکاران، ۱۳۹۱)

به‌طور کلی می‌توان گفت که 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. در نتیجه کارآفرینان امکان دسترسی به کتابخانه‌ها، آزمایشگاه‌ها و ... را پیدا می‌کنند. در چنین دانشگاه‌هایی برای سرمایه‌گذاران امکاناتی فراهم می‌شود تا مراکز جدید کسب‌وکار فراهم آورند. همچنین با آن‌ها همکاری می‌شود تا مشکلات آن‌ها را پیش‌بینی کرده و از فرصت‌های به‌دست‌آمده استفاده کنند و بدین ترتیب تجربه‌ای ارزشمند در حیطه مالی و بازاریابی کسب کنند. (نیازی، ۱۳۸۶)

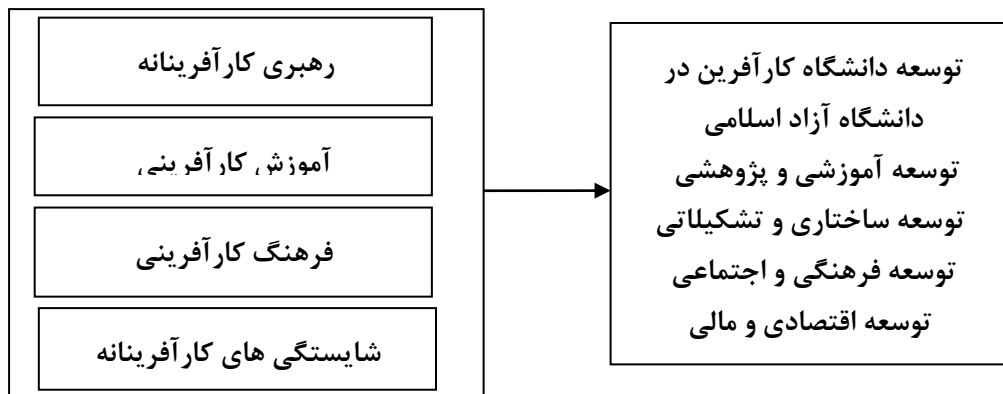
### **مدل مفهومی تحقیق**

متغیرهای مورد بررسی در این تحقیق عبارت‌اند از:

متغیر مستقل: مولفه‌های (رهبری کارآفرینانه در دانشگاه، آموزش کارآفرینی، فرهنگ کارآفرینی و شایستگی‌های کارآفرینانه)

متغیر وابسته: توسعه دانشگاه کارآفرین در دانشگاه آزاد اسلامی (توسعه آموزشی و پژوهشی، توسعه ساختاری و تشکیلاتی، توسعه فرهنگی و اجتماعی، توسعه اقتصادی و مالی)

## عوامل موثر در توسعه دانشگاه کارآفرین در دانشگاه آزاد اسلامی / امیریور، کاوسی و معظمی



نمودار ۱ - مدل اولیه پژوهش برگرفته از تحقیق شهلا اصلانی؛ فرزاد رستمی و بهناز مهاجران با عنوان «نقش دانشگاه در توسعه پایدار» (۱۳۹۵)

### فرضیه های تحقیق

فرضیه اصلی:

بین مولفه های (رهبری کارآفرینانه در دانشگاه، آموزش کارآفرینی، فرهنگ کارآفرینی و شایستگی های کارآفرینانه) و توسعه دانشگاه کارآفرین در دانشگاه آزاد اسلامی رابطه معنادار وجود دارد.

فرضیات فرعی:

بین مولفه رهبری کارآفرینانه و توسعه دانشگاه کارآفرین در دانشگاه آزاد اسلامی رابطه معنادار وجود دارد.

بین مولفه آموزش کارآفرینی و توسعه دانشگاه کارآفرین در دانشگاه آزاد اسلامی رابطه معنادار وجود دارد.

بین مولفه فرهنگ کارآفرینی و توسعه دانشگاه کارآفرین در دانشگاه آزاد اسلامی رابطه معنادار وجود دارد.

بین مولفه شایستگی های کارآفرینانه و توسعه دانشگاه کارآفرین در دانشگاه آزاد اسلامی رابطه معنادار وجود دارد.

### روش تحقیق

تحقیق حاضر از نوع کاربردی می باشد زیرا هدف از انجام این تحقیق توسعه دانش کاربردی در یک زمینه خاص، به قصد کاربرد نتایج یافته ها برای توسعه قابلیت اعتماد می باشد. همچنین در زمینه ی نحوه



### فصلنامه مدیریت کسب و کار - شماره چهل و نهم - بهار ۱۴۰۰

گردآوری داده‌ها نیز مطالعه حاضر مطالعه‌ای توصیفی از نوع پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش حاضر کارکنان ستادی دانشگاه آزاد اسلامی به تعداد حدود ۱۰۰ نفر می‌باشد. در مورد نمونه‌گیری نیز، از آنجایی که تعداد جامعه آماری محدود می‌باشد کل جامعه آماری در پژوهش شرکت داده شد و نمونه‌گیری به صورت تمام شماری می‌باشد. در این مطالعه به منظور تحلیل داده‌ها از دو رویکرد کلی آماری آمار توصیفی و آمار استنباطی استفاده گردید. آمار توصیفی به منظور توصیف ویژگی‌های جمعیت شناختی جامعه آماری در کنار سنجش شاخص‌های پراکندگی داده‌ها مورد استفاده قرار گرفت. همچنین، آمار استنباطی و به کارگیری آزمون همبستگی پیرسون، تحلیل رگرسیون چندگانه و ضریب بارون و کنی برای بررسی معناداری تأثیر مفروض متغیرها بر یکدیگر مورد استفاده قرار گرفت. نرم‌افزار مورد استفاده در آمار توصیفی SPSS و نرم‌افزار مورد استفاده در آمار استنباطی نیز AMOS می‌باشد. مطالعه حاضر در بردارنده یک فرضیه اصلی و ۴ فرضیه فرعی می‌باشد. منطبق با نتایج حاصله، تمام فرضیه‌های بررسی شده در جامعه آماری مورد مطالعه، پذیرفته شدند.

#### آزمون فرضیه‌های تحقیق

##### ۱- فرضیه اصلی

بین مولفه‌های (رهبری کارآفرینانه در دانشگاه، آموزش کارآفرینی، فرهنگ کارآفرینی و شایستگی‌های کارآفرینانه) و توسعه دانشگاه کارآفرین در دانشگاه آزاد اسلامی رابطه معنادار وجود دارد.

جدول ۱: آزمون همبستگی پیرسون فرضیه اصلی

متغیر	توسعه دانشگاه کارآفرین	توسعه آموزشی و پژوهشی	توسعه ساختاری و تشکیلاتی	توسعه فرهنگی و اجتماعی	توسعه اقتصادی و مالی
	مقدار ضریب همبستگی سطح معنی‌داری تعداد	**۰/۶۰۹ ۰/۰۰۰ ۸۰	**۰/۴۲۲ ۰/۰۰۰ ۸۰	**۰/۵۸۶ ۰/۰۰۰ ۸۰	**۰/۵۱۱ ۰/۰۰۰ ۸۰

با توجه به نتایج به دست آمده از جدول ۱ مقدار ضریب همبستگی پیرسون برای رابطه دو متغیر مولفه‌های (رهبری کارآفرینانه در دانشگاه، آموزش کارآفرینی، فرهنگ کارآفرینی و شایستگی‌های کارآفرینانه) و توسعه دانشگاه کارآفرین در دانشگاه آزاد اسلامی برابر ۰/۶۰۹ می‌باشد و مقدار معنی‌داری پی-ویلیو که ۰/۰۰۰ به دست آمده است. با توجه به اینکه مقدار معناداری از ۰/۰۱ کمتر است (خطای

### عوامل موثر در توسعه دانشگاه کارآفرین در دانشگاه آزاد اسلامی/امیرپور، کاوسی و معظمی

تحقیق (۰/۰۱) با اطمینان ۹۹٪ فرض صفر رد شده و می‌توان گفت بین مولفه‌های (رهبری کارآفرینانه در دانشگاه، آموزش کارآفرینی، فرهنگ کارآفرینی و شایستگی‌های کارآفرینانه) و توسعه دانشگاه کارآفرین در دانشگاه آزاد اسلامی رابطه معنادار وجود دارد. فرضیه فوق تائید می‌گردد. با توجه به مثبت بودن ضریب همبستگی می‌توان گفت رابطه دو متغیر مثبت و مستقیم است. به عبارتی با افزایش یکی دیگری نیز افزایش می‌یابد.

مقدار ضریب همبستگی پیرسون برای رابطه دو متغیر مولفه‌های (رهبری کارآفرینانه در دانشگاه، آموزش کارآفرینی، فرهنگ کارآفرینی و شایستگی‌های کارآفرینانه) و توسعه دانشگاه کارآفرین در دانشگاه آزاد اسلامی به ترتیب برابر مولفه توسعه آموزشی و پژوهشی در دانشگاه (۰/۴۲۲)، مولفه توسعه ساختاری و تشکیلاتی (۰/۵۸۶)، مولفه توسعه فرهنگی و اجتماعی (۰/۵۱۱)، مولفه توسعه اقتصادی و مالی (۰/۶۳۵) می‌باشد و مقدار معنی‌داری پی-ولیکو که ۰/۰۰۰ به دست آمده است. با توجه به اینکه مقدار معناداری از ۰/۰۱ کمتر است (خطای تحقیق ۰/۰۱) و علامت ضریب همبستگی مثبت است با اطمینان ۹۹٪ می‌توان گفت رابطه معنی‌دار و مستقیم بین مولفه‌های (رهبری کارآفرینانه در دانشگاه، آموزش کارآفرینی، فرهنگ کارآفرینی و شایستگی‌های کارآفرینانه) و توسعه دانشگاه کارآفرین در دانشگاه آزاد اسلامی وجود دارد.

#### ۲- فرضیه اول

بین مولفه رهبری کارآفرینانه در دانشگاه و توسعه دانشگاه کارآفرین در دانشگاه آزاد اسلامی رابطه معنادار وجود دارد.

**جدول ۲: آزمون همبستگی پیرسون فرضیه اول**

متغیر	توسعه دانشگاه کارآفرین	توسعه آموزشی و پژوهشی	توسعه ساختاری و تشکیلاتی	توسعه فرهنگی و اجتماعی	توسعه اقتصادی و مالی
مقدار ضریب همبستگی	۰/۵۶۱**	۰/۴۷۴**	۰/۸۲۱***	۰/۲۳۳*	۰/۲۷۱*
سطح معنی‌داری	۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۰	۰/۰۳۸	۰/۰۱۵
تعداد	۸۰	۸۰	۸۰	۸۰	۸۰

با توجه به نتایج به دست آمده از جدول ۲ مقدار ضریب همبستگی پیرسون برای رابطه دو متغیر رهبری کارآفرینانه در دانشگاه و توسعه دانشگاه کارآفرین برابر ۰/۵۶۱ می‌باشد و مقدار معنی‌داری پی-ولیکو که ۰/۰۰۰ به دست آمده است. با توجه به اینکه مقدار معناداری از ۰/۰۱ کمتر است (خطای تحقیق ۰/۰۱) با اطمینان ۹۹٪ فرض صفر رد شده و می‌توان گفت بین مولفه رهبری کارآفرینانه در دانشگاه و

### فصلنامه مدیریت کسب و کار - شماره چهل و نهم - بهار ۱۴۰۰

توسعه دانشگاه کارآفرین در دانشگاه آزاد اسلامی رابطه معنادار وجود دارد. فرضیه فوق تأیید می‌گردد. با توجه به مثبت بودن ضریب همبستگی می‌توان گفت رابطه دو متغیر مثبت و مستقیم است. به عبارتی با افزایش یکی دیگری نیز افزایش می‌یابد.

مقدار ضریب همبستگی پیرسون برای رابطه دو متغیر مولفه رهبری کارآفرینانه در دانشگاه و مولفه‌های توسعه دانشگاه کارآفرین به ترتیب برابر مولفه توسعه آموزشی و پژوهشی (۰/۴۷۴)، مولفه توسعه ساختاری و تشکیلاتی (۰/۸۲۱) می‌باشد و مقدار معنی‌داری پی-ولیو که ۰/۰۰۰ به‌دست‌آمده است. با توجه به اینکه مقدار معناداری از ۰/۰۱ کمتر است (خطای تحقیق ۰/۰۱) و علامت ضریب همبستگی مثبت است با اطمینان ۹۹٪ می‌توان گفت رابطه معنی‌دار و مستقیم بین مولفه رهبری کارآفرینانه در دانشگاه با مولفه توسعه آموزشی و پژوهشی و مولفه توسعه ساختاری و تشکیلاتی وجود دارد.

مقدار ضریب همبستگی پیرسون برای رابطه دو متغیر رهبری کارآفرینانه در دانشگاه و مولفه توسعه فرهنگی و اجتماعی (۰/۲۳۳)، مولفه توسعه اقتصادی و مالی (۰/۲۷) می‌باشد و مقدار معنی‌داری پی-ولیو که ۰/۰۳۸ و ۰/۰۱۵ به‌دست‌آمده است. با توجه به اینکه مقدار معناداری از ۰/۰۵ کمتر است (خطای تحقیق ۰/۰۵) و علامت ضریب همبستگی مثبت است با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت رابطه معنی‌دار و مستقیم بین رهبری کارآفرینانه در دانشگاه با مولفه توسعه فرهنگی و اجتماعی و مولفه رشد و توسعه اقتصادی و مالی وجود دارد.

#### ۳- فرضیه دوم

بین مولفه آموزش کارآفرینی و توسعه دانشگاه کارآفرین در دانشگاه آزاد اسلامی رابطه معنادار وجود دارد.

#### جدول (۳) : آزمون همبستگی پیرسون فرضیه دوم

متغیر	توسعه دانشگاه کارآفرین	توسعه آموزشی و پژوهشی	توسعه ساختاری و تشکیلاتی	توسعه فرهنگی و اجتماعی	توسعه اقتصادی و مالی
مقدار ضریب همبستگی	**۰/۵۵۷	**۰/۵۴۳	**۰/۶۳۸	**۰/۴۷	**۰/۳۴۲
سطح معنی‌داری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
تعداد	۸۰	۸۰	۸۰	۸۰	۸۰

### عوامل موثر در توسعه دانشگاه کارآفرین در دانشگاه آزاد اسلامی/امیرپور، کاوسی و معظمی

با توجه به نتایج به دست آمده از جدول ۳ مقدار ضریب همبستگی پیرسون برای رابطه دو متغیر آموزش کارآفرینی و توسعه دانشگاه کارآفرین برابر  $0/557$  می باشد و مقدار معنی داری پی-ولیکو که  $0/000$  به دست آمده است. با توجه به اینکه مقدار معناداری از  $0/01$  کمتر است (خطای تحقیق  $0/01$ ) با اطمینان  $99\%$  فرض صفر رد شده و می توان گفت بین مولفه آموزش کارآفرینی و توسعه دانشگاه کارآفرین در دانشگاه آزاد اسلامی رابطه معنادار وجود دارد. فرضیه فوق تائید می گردد. با توجه به مثبت بودن ضریب همبستگی می توان گفت رابطه دو متغیر مثبت و مستقیم است. به عبارتی با افزایش یکی دیگری نیز افزایش می یابد.

مقدار ضریب همبستگی پیرسون برای رابطه دو متغیر آموزش کارآفرینی و مولفه های توسعه دانشگاه کارآفرین به ترتیب برابر مولفه توسعه آموزشی و پژوهشی ( $0/543$ )، مولفه مشتری ( $0/638$ )، مولفه داخلی ( $0/47$ )، مولفه توسعه اقتصادی و مالی ( $0/342$ ) می باشد و مقدار معنی داری پی-ولیکو که  $0/000$  به دست آمده است. با توجه به اینکه مقدار معناداری از  $0/01$  کمتر است (خطای تحقیق  $0/01$ ) و علامت ضریب همبستگی مثبت است با اطمینان  $99\%$  می توان گفت رابطه معنی دار و مستقیم بین آموزش کارآفرینی با مولفه های توسعه دانشگاه کارآفرین وجود دارد.

#### ۴- فرضیه سوم

بین مولفه فرهنگ کارآفرینی و توسعه دانشگاه کارآفرین در دانشگاه آزاد اسلامی رابطه معنادار وجود دارد.

جدول (۳): آزمون همبستگی پیرسون فرضیه سوم

متغیر	توسعه دانشگاه کارآفرین	توسعه آموزشی و پژوهشی	توسعه ساختاری و تشکیلاتی،	توسعه فرهنگی و اجتماعی	توسعه اقتصادی و مالی
مقدار ضریب همبستگی	$0/467$	$0/359$	$0/426$	$0/363$	$0/489$
سطح معنی داری	$0/0000$	$0/0000$	$0/0000$	$0/0000$	$0/0000$
تعداد	۸۰	۸۰	۸۰	۸۰	۸۰

با توجه به نتایج به دست آمده از جدول ۳ مقدار ضریب همبستگی پیرسون برای رابطه دو متغیر فرهنگ کارآفرینی و توسعه دانشگاه کارآفرین برابر  $0/467$  می باشد و مقدار معنی داری پی-ولیکو که  $0/000$  به دست آمده است. با توجه به اینکه مقدار معناداری از  $0/01$  کمتر است (خطای تحقیق  $0/01$ ) با اطمینان  $99\%$  فرض صفر رد شده و می توان گفت بین فرهنگ کارآفرینی و توسعه دانشگاه کارآفرین در دانشگاه آزاد اسلامی رابطه معنادار وجود دارد. فرضیه فوق تائید می گردد. با توجه به مثبت بودن

### فصلنامه مدیریت کسب و کار - شماره چهل و نهم - بهار ۱۴۰۰

ضریب همبستگی می‌توان گفت رابطه دو متغیر مثبت و مستقیم است. به عبارتی با افزایش یکی دیگری نیز افزایش می‌یابد.

مقدار ضریب همبستگی پیرسون برای رابطه دو متغیر فرهنگ کارآفرینی و مولفه‌های توسعه دانشگاه کارآفرین به ترتیب برابر مولفه توسعه آموزشی و پژوهشی (۰/۳۵۹)، مولفه توسعه ساختاری و تشکیلاتی (۰/۴۲۶)، مولفه توسعه فرهنگی و اجتماعی (۰/۳۶۳) و مولفه توسعه اقتصادی و مالی (۰/۴۸۹) می‌باشد و مقدار معنی‌داری پی-ولیو که ۰/۰۰۰ به‌دست‌آمده است. با توجه به اینکه مقدار معناداری از ۰/۰۱ کمتر است (خطای تحقیق ۰/۰۱) و علامت ضریب همبستگی مثبت است با اطمینان ۹۹٪ می‌توان گفت رابطه معنی‌دار و مستقیم بین فرهنگ کارآفرینی با مولفه‌های توسعه دانشگاه کارآفرین وجود دارد.

#### ۵- فرضیه چهارم

بین مولفه شایستگی‌های کارآفرینانه و توسعه دانشگاه کارآفرین در دانشگاه آزاد اسلامی رابطه معنادار وجود دارد.

جدول (۴): آزمون همبستگی پیرسون فرضیه چهارم

متغیر	توسعه دانشگاه کارآفرین	توسعه آموزشی و پژوهشی	توسعه ساختاری و تشکیلاتی	توسعه فرهنگی و اجتماعی	توسعه اقتصادی و مالی
مقدار ضریب همبستگی	۰/۴۸	۰/۵۱۵	۰/۷	۰/۴۲۸	۰/۴۵۳
سطح معنی‌داری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
تعداد	۸۰	۸۰	۸۰	۸۰	۸۰

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده از جدول ۴ مقدار ضریب همبستگی پیرسون برای رابطه دو متغیر شایستگی‌های کارآفرینانه و توسعه دانشگاه کارآفرین برابر ۰/۴۸ می‌باشد و مقدار معنی‌داری پی-ولیو که ۰/۰۰۰ به‌دست‌آمده است. با توجه به اینکه مقدار معناداری از ۰/۰۱ کمتر است (خطای تحقیق ۰/۰۱) با اطمینان ۹۹٪ فرض صفر رد شده و می‌توان گفت بین مولفه شایستگی‌های کارآفرینانه و توسعه دانشگاه کارآفرین در دانشگاه آزاد اسلامی رابطه معنادار وجود دارد. فرضیه فوق تأیید می‌گردد. با توجه به مثبت بودن ضریب همبستگی می‌توان گفت رابطه دو متغیر مثبت و مستقیم است. به عبارتی با افزایش یکی دیگری نیز افزایش می‌یابد.

مقدار ضریب همبستگی پیرسون برای رابطه دو متغیر مولفه شایستگی‌های کارآفرینانه و مولفه‌های توسعه دانشگاه کارآفرین به ترتیب برابر مولفه توسعه آموزشی و پژوهشی (۰/۵۱۵)، مولفه توسعه

## عوامل موثر در توسعه دانشگاه کارآفرین در دانشگاه آزاد اسلامی/امیرپور، کاوسی و معظمی

ساختاری و تشکیلاتی (۰/۷) ، مولفه توسعه فرهنگی و اجتماعی (۰/۴۲۸) و مولفه توسعه اقتصادی و مالی (۰/۴۵۳) می‌باشد و مقدار معنی‌داری پی-ویو که ۰/۰۰۰ به‌دست‌آمده است. با توجه به اینکه مقدار معناداری از ۰/۰۱ کمتر است (خطای تحقیق ۰/۰۱) و علامت ضریب همبستگی مثبت است با اطمینان ۹۹٪ می‌توان گفت رابطه معنی‌دار و مستقیم بین مولفه شایستگی‌های کارآفرینانه با مولفه‌های توسعه دانشگاه کارآفرین وجود دارد.

### نتیجه‌گیری

بدون تردید محور اصلی توسعه اقتصادی ، سیاسی ، اجتماعی و فرهنگی در هر جامعه‌ای، نظام آموزش عالی و به‌طور مشخص دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی هستند و در این زمینه رویکرد کارآفرینی دانشگاهی راهی به‌سوی انطباق دانشگاه با نیازهای کشور است. از این‌سو نظام آموزش دانشگاهی علاوه بر مأموریت آموزشی و تحقیقاتی، مأموریت دیگر خود یعنی مشارکت فزاینده در فرایند نوآوری و توسعه فناوری را نیز عهده‌دار شده‌اند. بنابراین ضرورت تحولی کارآفرینانه در آموزش عالی کشور به دلالتی زیر اجتناب‌ناپذیر است:

تغییرات و تحولات محیطی در سطح ملی و جهانی

تغییر انتظارات عمومی

رقابت فزاینده بر سر منابع عمومی

انتقاد از وضعیت مالی و ساختاری آموزش عالی

وابستگی به بودجه دولتی (نیازی)

در حال حاضر آموزش عالی نمی‌تواند صرفاً ارائه‌دهنده و انتقال‌دهنده دانش باشد و لازم در کنار مسئولیت‌های که به‌طور سنتی برعهده‌دارد یعنی آموزش و پژوهش نقش‌های دیگری را نیز بر عهده بگیرد زیرا در حال حاضر انتظارات افراد از دانشگاه بسیار گسترده‌تر از گذشته شده است دیگر دانشگاه با تعریف محیطی که بودجه آن توسط دولت تأمین می‌گردد باهدف توسعه علمی مهلت اعتبار خود را از دست‌داده است و نیازمند پوست‌اندازی می‌باشد چراکه اولاً مشتریان آموزش عالی انتظار دارند آموزش عالی نیازهای آموزشی موردنیاز آن‌ها در بازار رقابتی و پرتلاطم را تأمین نماید از طرف دیگر خود دانشگاه لازم است جهت تأمین بخشی از نیازهای مالی خود به‌طور فعال در بازار حضورداشته باشد و بخشی از مخارج خود را از منبع درآمدهای خود تأمین نماید. بنابراین ملاحظه می‌شود که نقش دانشگاه در توسعه کارآفرینی از طریق ایجاد قابلیت‌های لازم برای توسعه در ابعاد فردی، سازمانی و اجتماعی و

## فصلنامه مدیریت کسب و کار - شماره چهل و نهم - بهار ۱۴۰۰

الزامات ایفای درست این نقش از عناصر و اجزای اصلی تشکیل دهنده کارآفرینی دانشگاهی می باشد. از این منظر می توان سه بعد و سه معنی برای کارآفرینی دانشگاهی در نظر گرفت:

دانشگاه به عنوان یک سازمان، کارآفرین باشد.

اعضای دانشگاه (استادان، دانشجویان و کارمندان) رفتار کارآفرینانه داشته باشند.

از تعامل دانشگاه با محیط، جریانی از الگوهای کارآفرینی ایجاد شود.

می توان گفت که دانشگاهها در توسعه کارآفرینی در کشور نقش تعیین کننده ای دارد. علاوه بر نقش عمومی تربیت نیروی انسانی متخصص و تولید دانش، در این رابطه، نقش های ویژه ای هم برای دانشگاه تعریف می شود. از جمله مهم ترین نقش های مورد انتظار از دانشگاه در توسعه کارآفرینی می توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱- ایجاد جریان نوآوری در کشور

۲- عرضه دانش آموختگان کارآفرین به جامعه

۳- حل مشکلات جامعه، دولت، بنگاهها

۴- ایجاد نظام یادگیری در طول عمر برای حمایت از دانش آموختگان کارآفرین

۵- تربیت نیروی متخصص برای تدریس، پژوهش، مشاوره و کارشناسی در امور کارآفرینی

۶- پشتیبانی علمی و کارشناسی از اصلاحات اقتصادی - اجتماعی

۷- تولید دانش بومی کارآفرینی برای تأمین نیازهای کشور

۸- حمایت از تشکیل توسعه شبکه های تخصصی کارآفرینی

۹- ایجاد شرکت های مبتنی بر فناوری های پیشرفته

۱۰- تربیت دانش آموختگان کارآفرین آماده تأسیس کسب و کار جدید.

موارد مطرح شده نشان می دهد که دانشگاهها نیازمند تغییر در فرایندهای آموزشی خود می باشند و برای مؤثر بودن در شرایط فعلی و رقابتی باید بتوانند در توسعه آموزش نیروهای خلاق و کارآفرین تلاش کنند و به صورت گسترده با سایر بخش های جامعه در تعامل باشند از این نظر دانشگاهی می تواند مؤثر باشد که بتواند ابعاد مطرح شده را بیشتر مورد توجه قرار دهد و بیشتر به آنها جامع عمل بپوشاند.

## عوامل موثر در توسعه دانشگاه کارآفرین در دانشگاه آزاد اسلامی/امیرپور، کاوسی و معظمی

### منابع

- ۱) ابراهیم آبادی، ریحانه و علی عسگری، ۱۳۹۸، فرهنگ دانشگاهی و دانشگاه کارآفرین، دومین همایش ملی فرهنگ دانشگاهی، بیرجند، دانشگاه بیرجند، [https://www.civilica.com/Paper-ACULTURE02-ACULTURE02\\_055.html](https://www.civilica.com/Paper-ACULTURE02-ACULTURE02_055.html)
- ۲) احمدی، ح. و امیدی نجف آبادی، م. (۱۳۸۸). بررسی وضعیت آموزش‌های دانشگاهی برای ترویج کارآفرینی، مطالعه موردی: دانشکده کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران. پژوهش‌های ترویج و آموزش کشاورزی، ۲(۳)، ۶۳-۷۲.
- ۳) اصلانی، شهلا؛ فرزاد رستمی و بهناز مهاجران، ۱۳۹۵، نقش دانشگاه در توسعه پایدار، همایش ملی دانشگاه، محور توسعه، تربت‌حیدریه، دانشگاه پیام نور تربت‌حیدریه، [https://www.civilica.com/Paper-NCUDD01-NCUDD01\\_021.html](https://www.civilica.com/Paper-NCUDD01-NCUDD01_021.html)
- ۴) براری پایین لموکی، سمیه؛ مجید فتاحی و عبدالله شه‌میرشورمستی، ۱۳۹۶، بررسی توانمندسازی کارکنان جهت ارائه دانشگاه کارآفرین، پنجمین کنفرانس بین‌المللی اقتصاد، مدیریت، حسابداری با رویکرد ارزش‌آفرینی، شیراز، موسسه آموزشی مدیران خبره نارون، [https://www.civilica.com/Paper-MAVC05-MAVC05\\_039.html](https://www.civilica.com/Paper-MAVC05-MAVC05_039.html)
- ۵) بزرگزاده، علی‌رضا و حمیدرضا محرابی، ۱۳۹۶، بررسی شناسایی عوامل مؤثر در شکل‌گیری دانشگاه کارآفرین در ایران، چهارمین همایش بین‌المللی نوآوری، توسعه و کسب‌وکار، تهران، موسسه علمی کیان پژوهان، [https://www.civilica.com/Paper-IDBCONF04-IDBCONF04\\_007.html](https://www.civilica.com/Paper-IDBCONF04-IDBCONF04_007.html)
- ۶) پیکری فر، فاطمه. مه نگار، فرشاد(۱۳۹۱). بررسی نقش دانشگاه‌ها در توسعه کارآفرینی . مجموع مقالات ملی کارآفرینی و مدیریت کسب‌وکارهای دانش‌بنیان . دانشگاه مازندران
- ۷) تری‌باندیس، ه.س (۱۳۸۵) فرهنگ و رفتار اجتماعی، ترجمه نصرت فتحی، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، چاپ دوم.
- ۸) خدادشهری ، نیره . (۱۳۹۰). کارآفرینی در کتابداری. گزارش ایرنا از هشتمین نشست علمی تخصصی کتابداری و اطلاع‌رسانی. قم
- ۹) خسروی پور، بهمن و نسیم روشنی، ۱۳۹۶، دانشگاه نسل سوم: کارآفرین و ثروت آفرین چرا و چگونه، دومین کنگره بین‌المللی توانمندسازی جامعه در حوزه مدیریت، اقتصاد، کارآفرینی و مهندسی فرهنگی، تهران، مرکز توانمندسازی مهارت‌های فرهنگی و اجتماعی جامعه، [https://www.civilica.com/Paper-SPCONF02-SPCONF02\\_003.html](https://www.civilica.com/Paper-SPCONF02-SPCONF02_003.html)



### فصلنامه مدیریت کسب و کار - شماره چهل و نهم - بهار ۱۴۰۰

۱۰) خشکاب، ش.ب و رستگار، ع.ع (۱۳۹۲) کارآفرینی آموزشی، فرهنگ کارآفرینی (چالش‌ها و راهکارها)، فصلنامه علمی- تخصصی شورای عالی انقلاب فرهنگی، سال هشتم، شماره ۷۵، بهار، صص ۱۹۲-۱۷۶.

۱۱) شاه حسینی، علی، ۱۳۸۳. کارآفرینی، تهران: نشر آییژ،

۱۲) صمد آقایی، جلیل (۱۳۷۸)، سازمان‌های کارآفرین، مرکز انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی، چاپ اول.

۱۳) عابدی، بهاره، ۱۳۹۶، ساختار، وظایف و ویژگی‌های دانشگاه کارآفرین، اولین همایش ملی نهادینه‌سازی کارآفرینی در توسعه پایدار با رویکرد آموزش عالی، اهواز، دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی رامین خوزستان، [https://www.civilica.com/Paper-EESDHEA01-EESDHEA01\\_024.html](https://www.civilica.com/Paper-EESDHEA01-EESDHEA01_024.html)

۱۴) قلی زاده، علی‌اکبر و زهرا بیات، ۱۳۹۷، حرکت دانشگاه بوعلی سینا به سمت دانشگاه کارآفرین، سومین کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های نوین در مدیریت، اقتصاد و توسعه، تهران، تفلیس - کشور گرجستان، [https://www.civilica.com/Paper-ICMET03-ICMET03\\_056.html](https://www.civilica.com/Paper-ICMET03-ICMET03_056.html)

۱۵) معصوم زاده، س. م. و انصاری، م. ت. (۱۳۸۸). علم پژوهش و فناوری: عوامل مؤثر در شکل‌گیری دانشگاه کارآفرین. نشریه رهیافت، شماره ۴۴، ۴-۱۱.

۱۶) نعمت‌الله، محمدرضا، (۱۳۹۲)، بررسی رابطه بین هوش فرهنگی و کارآفرینی فرهنگی کارکنان در سازمان فرهنگی و هنری شهرداری تهران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم انسانی و مدیریت، دانشگاه پیام نور استان تهران.

۱۷) نیازی، محسن، (۱۳۸۶)، دانشگاه کارآفرین، تهران، انتشارات ثامن الحجج

18) Boyatzis, R.E, (1982), The Competent Manager: A Model for Effective Performance, New York, John Wiley & Sons Publication.

19) Cornwall, J.R & Perlman, B., (2005). Organizational Entrepreneurship, Homewood.

20) Cornwall, J.R. & Perlman, B, (1990), Organizational Entrepreneurship, Boston, Richard D Irwin Publication.

21) Etzkowitz. H (2004), The evolution of the entrepreneurial university. International Journal of Technology and Globalization, Vol. 1 No. 1, pp. 64-77.

- 22) Harkema, S.J.M & Schout, H. (2008). Incorporation Student – centered Learning in Innovation and Entrepreneurship Education, *European Journal of education*, 43 (4), pp.513-525.
- 23) Leal Filho, W., Morgan, E. A., Godoy, E. S., Azeiteiro, U. M., Bacelar-Nicolau, P., Ávila, L. V. & Hugé, J. 2018. “Implementing climate change research at universities: Barriers, potential and actions”. *Journal of Cleaner Production*. Vol. 170. Pp. 269-277.
- 24) Lewis, k & Messey, C., (2003). Delivering Enterprise Education in Newzland, *Education & Training*, 45(4), pp. 197-206.
- 25) Montessori, C., (2006). The entrepreneurship high school challenge, *Northes Kentucky Universitys Fifth Third Bank Entrepreneurship Institute*.
- 26) Parshakov, P., Parshakov, P., Shakina, E. A., & Shakina, E. A. 2018. “With or without CU: a comparative study of efficiency of European and Russian corporate universities”. *Journal of Intellectual Capital*. Vol. 19(1). Pp. 96-111.
- 27) Perkmann, M., Tartari, V. et al. 2013A. “Academic engagement and commercialization: A review of the literature on university–industry relations”. *Research Policy*. Vol. 42. Pp. 423-44.
- 28) Röpke, Jochen (1998), *The Entrepreneurial University Innovation, Academic Knowledge Creation and Regional Development in a Globalized Economy*, Department of Economics, Philipps-Universität Marburg, Germany
- 29) Shan, S., Locke, E., & Collin, C. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review*, 13, 257-279.
- 30) Spencer, L.M. Jr., & Spencer, S.M., (1993), *Competence at Work*, New York: Wiley publication.
- 31) Teh Pei-Lee & Yong Chen-Chen, (2008), Multimedia University’s experience in fostering and supporting undergraduate student technopreneurship programs in a triple helix model, *Journal of Technology Management in China* Vol. 3 No. 1. pp. 94-108
- 32) Wong, P. K., & Singh, A. (2013). Do co-publications with industry lead to higher levels of university technology commercialization activity?. *Scientometrics*, 97(2), 245-265.

یادداشت‌ها :

- 
1. Harkima & Schut
  2. Almeida Couto & Borges Tiago