

## شناسایی ابعاد کارآفرینی دانشگاهی در واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی استان گلستان

محمد صالحی<sup>۱</sup>، ترانه عنایتی<sup>۲</sup>، فرهاد نورایی<sup>۳</sup>

### چکیده

هدف این پژوهش، شناسایی و بررسی ابعاد کارآفرینی دانشگاهی در واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی استان گلستان است. پژوهش با رویکرد آمیخته، در دو بخش کیفی و کمی صورت پذیرفت. جامعه مورد مطالعه شامل همه اعضای هیأت علمی واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی استان گلستان می‌شود. از بین جامعه مذکور ۱۴ نفر جهت شرکت در بخش کیفی پژوهش شرکت کردند تا ابعاد کارآفرینی دانشگاهی شناسایی گردد. سپس بر اساس جمع‌بندی‌های به عمل آمده، بخش کمی پژوهش به روش پیمایشی صورت پذیرفت. نمونه‌گیری در بخش کیفی به روش هدفمند و در بخش کمی تصادفی طبقه‌ای بود. ابزار گردآوری داده‌ها به ترتیب ابتدا مصاحبه بود و بر اساس ابعاد و مؤلفه‌های شناسایی شده، پرسش‌نامه کارآفرینی دانشگاهی تدوین گردید. روایی پرسشنامه به وسیله متخصصان بررسی و پایایی آن نیز با محاسبه ضریب آلفای کرونباخ ۰/۷۱ به دست آمد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون تحلیل عاملی استفاده شد. یافته‌های این تحقیق حاکی از آن بود که کارآفرینی دانشگاهی دارای سه بعد سازمانی، فردی و گروهی است که متشکل از ۱۰ مؤلفه جوسازمانی، شایستگی سازماندهی و قصد کارآفرینی؛ شایستگی ارتباطی، شایستگی راهبردی و شایستگی حرفه‌ای؛ تمایل به کارآفرینی، شایستگی تعهدی، شایستگی شخصی و شایستگی مفهومی است.

**واژگان کلیدی:** کارآفرینی دانشگاهی، بعد فردی، بعد سازمانی، بعد گروهی

---

۱- دانشیار گروه مدیریت آموزشی، واحد ساری، دانشگاه آزاد اسلامی، ساری، ایران (نویسنده مسئول)

drsalehi@iausari.ac.ir

۲- دانشیار گروه مدیریت آموزشی، واحد ساری، دانشگاه آزاد اسلامی، ساری، ایران tenayati@yahoo.com

۳- دانش آموخته دکتری مدیریت آموزشی، واحد ساری، دانشگاه آزاد اسلامی، ساری، ایران

nooraiefarhad@yahoo.com

## مقدمه

گزافه‌ای بیش نیست، نه سحری در کار است، نه رازی در میان است و نه ربطی به ژن دارد. کارآفرینی یک علم است و همچون علوم دیگر می‌توان آن را فراگرفت. (کوراتکو، هاجتس، ۱۳۸۳). کارآفرینی موضوعی میان‌رشته‌ای است و دربرگیرنده رویکردهای خلاقیت‌شناختی، مدیریتی، روان‌شناختی، جامعه‌شناختی و اقتصادی است. از کارآفرین و کارآفرینی تعاریف مختلفی مطرح شده است که از میان آن‌ها سه تعریف با رویکردی جامعه‌شناختی، روان‌شناختی و مدیریتی مورد تأمل قرار می‌گیرد (گلستان هاشمی، ۱۳۸۲، ۱۰).

امروزه کارآفرینی نیروی محرکه اصلی در توسعه اقتصادی است. کارآفرینی در حال حاضر مؤثرترین روش برقراری ارتباط بین علم و بازار است (فیض بخش، ۱۳۸۷). این مفهوم هم می‌تواند زمانی اتفاق افتد که یک فرد یا گروهی از افراد فعالیت اقتصادی را آغاز می‌کنند و هم در داخل یک سازمان در حال فعالیت رخ دهد که نوع اخیر را کارآفرینی سازمانی می‌گویند (مقیمی، ۱۳۸۴). کارآفرینی سازمانی بر توانایی یک سازمان در یادگیری از طریق کشف دانش جدید و بهره‌گیری از دانش موجود مبتنی است (زهرا و گئورگ<sup>۱</sup>، ۲۰۰۸) و به سرعت در حال تبدیل شدن به یک سلاح انتخابی برای بسیاری از سازمان‌ها به‌ویژه سازمان‌های بزرگ است. کارآفرینی در سازمان همچنین تلاشی است برای ایجاد ذهنیت و مهارت‌های کارآفرینانه و البته وارد ساختن این ویژگی‌ها و ذهنیت‌ها به درون فرهنگ

واژه کارآفرینی از کلمه فرانسوی *Entreprendre* به معنای «متعهد شدن» نشأت گرفته است. بنابر تعریف واژه‌نامه دانشگاهی و بستر، کارآفرین کسی است که متعهد می‌شود مخاطره‌های یک فعالیت اقتصادی را سازمان‌دهی، اداره و تقبل کند. واژه کارآفرینی دیرزمانی پیش از آن‌که مفهوم کلی کارآفرینی به زبان امروزی پدید آید، در زبان فرانسه ابداع شد. در اوایل سده شانزدهم میلادی کسانی را که در امر هدایت مأموریت‌های نظامی بودند، کارآفرین می‌خواندند. از آن پس درباره دیگر انواع مخاطرات نیز همین واژه با محدودیت‌هایی مورد استفاده قرار می‌گرفت. از حدود سال ۱۷۰۰ میلادی به بعد، فرانسویان درباره پیمانکاران دولت که متصدی ساخت جاده، پل، بندر و تأسیسات بودند، به کرات لفظ کارآفرین را به‌کار برده‌اند (کوچران<sup>۱</sup>، ۲۰۰۴). کارآفرینی فرآیندی است که منجر به ایجاد رضایت‌مندی و یا تقاضای جدید می‌شود. کارآفرینی عبارت است از فرآیند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه منحصربه‌فردی از منابع، جهت بهره‌گیری از فرصت‌ها است (سعیدی کیا، ۱۳۸۸، ۲۳). کارآفرینی را می‌توان هنر ترکیب جدید از منابع به‌ظواهرناهمگن قلمداد کرد. این تئوری، کارآفرینی را بخشی پیچیده از چارچوبی منبع‌محور می‌داند (امیر علم بیگی، ۱۳۹۳). پیتز دراکر در خصوص کارآفرینی چنین می‌گوید: اکثر چیزهایی که درباره کارآفرینی می‌شنوید و آمریکا را پیشرو در تفکر مدیریتی قلمداد می‌کنید،

<sup>2</sup>Zahra & George

<sup>1</sup>. Cochran

ایجاد روحیه کسب و کار و تلاش در کسب موفقیت‌های اقتصادی است (نوروزی، ۱۳۸۸). مساله کارآفرینی آموزشی که در آن دانشگاه‌ها بیش از آنکه نقش آموزش‌دهنده داشته باشند، نقش ثروت آفرین، نوآور و تجدیدکننده حیات اقتصادی را بازی می‌کنند، موجب برانگیخته شدن علائق به این سمت شده است. وجود دانشگاه‌هایی که کارآفرینی دانشگاهی را رونق می‌بخشد باعث افزایش سطح تجاری‌سازی تحقیقات دانشگاهی، انتقال فناوری و دستیابی به هدف دوجانبه، افزایش رقابت‌پذیری و کاهش وابستگی به فناوری وارداتی می‌شوند که در سند چشم‌انداز بیست ساله کشورمان بر آن بسیار تاکید است (موغلی، ۱۳۸۹).

دیکسون سه نوع کارآفرین را بر اساس نقش آن‌ها در دانشگاه شناسایی کرد: اول، کارآفرین دانشگاهی، کسی است که با فعالیت‌های کارآفرینانه درگیر می‌شود، اما به آن فقط به‌عنوان یک موضوع فرعی در کارها و فعالیت‌های دانشگاهی می‌نگرد. دوم، کسی که تمام وقت در کسب و کارهای مخاطره‌آمیز بوده و لازم است که به مسائل مهم علمی نیز توجه نماید. سوم، کارآفرین دانشگاهی کسی است که دارای شایستگی و صلاحیت‌های علمی کسب و کار بوده، در شرایط مخاطره‌آمیز عمل کرده و علم را به‌عنوان کسب و کار در نظر می‌گیرد (دیکسون<sup>۲</sup>، ۱۹۹۸ به نقل از طالبی و زارع یکتا، ۱۳۸۷).

دانشگاه‌ها به‌عنوان یک سازمان کارآفرین دارای ویژگی‌های زیر هستند:

و فعالیت‌های سازمان و بخش دولتی نیز از این قاعده مستثنی نیست. به‌طور کلی می‌توان گفت ویژگی‌های اصلی سازمان‌های کارآفرین، این سازمان‌ها را مجهز به قابلیت‌هایی می‌کند که ضمن ارتقای کارآمدی، قادر به بهره‌گیری بهتر از فرصت‌های موجود و انطباق‌پذیری بیشتر با محیط پیرامونشان می‌شوند. اصطلاح کارآفرینی غالباً در زمینه بخش خصوصی و تجاری به کار رفته است، اما امروزه در مباحث مدیریت بخش دولتی نیز وارد شده که عمدتاً ناشی از اهمیت نقش دولت در جوامع و تلاش برای ایجاد تحول در سازمان‌های دولتی و بهبود عملکرد آن‌ها بوده است (زامپتاکیس و موستاکیس<sup>۱</sup>، ۲۰۰۷). کارآفرینی در حل تعدادی از مشکلات همچون افزایش سریع رقبای جدید، ایجاد حس بی‌اعتمادی نسبت به شیوه‌های مدیریت سنتی در سازمان‌ها، خروج بهترین نیروی کار از سازمان‌ها و اقدام آن‌ها به کارآفرینی مستقل ایجاد شده است. در واقع ضرورت کارآفرینی سازمانی عمدتاً ناشی از ناسازگاری و واکنش کند سازمان‌های متوسط و بزرگ نسبت به تغییرات روزافزون، سریع و پیچیده و نامطمئن محیط است (یدلهی و همکاران، ۱۳۸۸).

در همین راستا، امروزه در بسیاری از کشورهای دنیا، دوره‌های آموزش کارآفرینی نه تنها جای خود را در بستر دروس دانشگاهی باز نموده، بلکه دوره‌های ابتدایی و متوسط را نیز مورد توجه قرار داده است. محور این آموزش‌ها

<sup>2</sup> Dickson

<sup>1</sup> Zampetekis & Moustakis

می‌فرستند؛ زیرا هرچقدر سازمان پیچیده‌تر باشد سیستم‌های ارتباطی پیچیده‌تر و دشوارتر عمل می‌کنند.

۷- افزایش بهره‌وری از مجرای کارکنان: از ویژگی‌های سازمان کارآفرین، توجه به نقش یک‌یک افراد در کل سیستم و تشویق موفقیت‌ها در هرکجای سازمان است.

۸- اعمال کنترل بر ارزش‌ها و تأمین مالی: سازمان‌های کارآفرین بر این باورند که کارکنان رو در رو با مشتریان، باید از اختیارات لازم در مراحل تصمیم‌گیری برخوردار باشند. در عین حال که سازمان هم باید کنترل دقیقی بر ارزش‌ها و نحوه تأمین مالی منابع اعمال کنند. در واقع مدیران کارآفرین به افراد آزادی عمل می‌دهند تا آنچه را که شایسته می‌دانند به انجام دهند (پارسائیان، ۱۳۸۳).

پیشرفت‌های علمی و فناوری، دگرگونی عظیمی را در همه جوامع به وجود آورده است. به‌طور معمول نهادهای اجتماعی و در این میان دانشگاه‌ها به‌عنوان یکی از این نهادها، همیشه در معرض چنین تغییراتی هستند. دانشگاه‌ها در طول تاریخ، همواره برای پاسخگویی بهتر به نیازهای جامعه آمادگی خود را برای اصلاح اعلام کرده‌اند. از این رو، آن‌ها به شکل‌های گوناگونی از دانشگاه سنتی به دانشگاه مجازی تغییر شکل داده‌اند. به‌طور مثال جهانی شدن، آزادسازی و خصوصی-سازی در عرصه آموزش، تقدس و اعتبار دانشگاه سنتی را دچار تغییر داده است (معصوم زاده وانصاری، ۱۳۸۸). بعضی از صاحب‌نظران معتقد هستند که دانشگاه‌های آینده، سازمانی برای

۱- اصرار در استراتژی تهاجمی: سازمان‌های موفق، نوآور و مبتکر هستند؛ آن‌ها به‌جای نشان دادن واکنش در برابر رویدادها و داشتن حالت انفعالی می‌کوشند که پیش‌فعالانه و تهاجمی عمل کنند.

۲- صمیمیت با مشتریان: سخن گفتن با مشتریان باهدف آگاهی از خواست‌ها، انتظارات و دیدگاه‌های آن‌ها از رموز موفقیت در کسب و کار است.

۳- آزادی عمل و کارآفرینی: در سازمان‌های کارآفرین، مدیران اجرایی افراد را تشویق می‌کنند که در چارچوب چشم‌انداز سازمان، رهنمودها و استراتژی‌های موجود، مسئولیت تصمیمات را متقبل شوند.

۴- تأکید بر ارزش‌های سازمان: در سازمان‌های موفق همه با فلسفه و ارزش‌های سازمان آشنا هستند و وظیفه خود می‌دانند که باورهای سازمان را به آگاهی مشتریان و همکاران، به‌ویژه افراد تازه استخدام‌شده برسانند.

۵- تأکید بر فعالیت‌های تخصصی خویش: سازمان‌های موفق معمولاً بر انجام فعالیت‌هایی تأکید می‌کنند که در آن متخصص و کارآزموده شده‌اند. این بدان معناست که برای ورود به بازار جدید، باید با دقت برنامه‌ریزی کرد و همه بازارها را تجزیه و تحلیل نمود.

۶- ساختار ساده و نیروی کار اندک: از ویژگی‌های سازمان کارآفرین برخورداری از ساختاری ساده است (ساختاری که انجام کار را تسریع و تسهیل نماید). در یک سازمان پیچیده؛ غالباً مشتریان را از واحدی به واحد دیگر

مسئله تجاری‌سازی ایده‌ها در محیط علمی و یا به عبارت دیگر کارآفرینی دانشگاهی، از ۳۰ سال اخیر مورد توجه بسیاری از کشورها قرار گرفته است. این موضوع خصوصاً در کشورهایی چون ژاپن، امریکا و کشورهای عضو اتحادیه اروپا به نحو چشمگیری مطرح شده است. در این کشورها سیاست‌ها و خط‌مشی‌های کلانی در راستای توسعه کارآفرینی دانشگاهی اتخاذ گردیده است (جنوا<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۰۳). کارآفرینی دانشگاهی عبارت است از ایجاد زمینه برای نوآوری و خلاقیت در نظام دانشگاهی، تجاری‌کردنش، استفاده از نتایج پژوهش‌های دانشگاهی و نوآوری در توسعه گسترش مرزهای دانش بشری است. بر این اساس، گسترش رویکرد کارآفرینی، راهی به سوی دانشگاه کارآفرینی است (نیازی و همکاران، ۱۳۸۶، به نقل از کیاکجوری و همکاران، ۱۳۹۱). کارآفرینی دانشگاهی عبارت است از حل مسائل علمی جامعه، دولت و بنگاه‌ها، ایجاد زمینه توسعه نوآوری در اعضای دانشگاه، عرضه نتایج تحقیقات دانشگاهی به بازار، تولید و عرضه فناوری‌های جدید و نوآوری در گسترش مرزهای دانش بشری است (یداللهی، ۱۳۸۴، به نقل از کیاکجوری و همکاران، ۱۳۹۱).

از کارآفرینی دانشگاهی سه معنی قابل استنباط است: ۱) دانشگاه به‌عنوان یک سازمان کارآفرین باشد. ۲) اعضای دانشگاه مانند استادان، دانشجویان و کارکنان رفتار کارآفرینانه داشته باشند. ۳) از تعامل دانشگاه با محیط جریانی از الگوهای

پرورش خلاقیت و نوآوری هستند، آنها معتقدند که دانشگاه‌ها در آینده، ساختارها و قالب‌هایی دارند که خلاقیت و نوآوری را بیشینه می‌نمایند و ممکن است بسیار متفاوت از دانشگاه‌هایی باشند که ما امروزه می‌شناسیم. چنین خلاقیت و نوآوری که از آن به‌عنوان خصیصه دانشگاه‌های آینده یاد می‌شود، امروزه در قالب تربیت دانشجوی کارآفرین و دانشگاه کارآفرین دنبال می‌شود (قلی پورسلیمانی و طالبی کلیدبری، ۱۳۹۰). کارآفرینی، فرایندی پویا از بصیرت، تغییر و آفرینش است و به انرژی و علاقه شدید برای خلق و اجرای ایده‌ها و ایجاد راه‌حل‌های جدید نیاز دارد (کوراتکو، ۲۰۰۳، به نقل از صمدی میارکلایی و همکاران، ۱۳۹۴). دانشگاه مبتنی بر کارآفرینی به دنبال تجاری‌سازی نتایج حاصل از تحقیقات کاربردی و تبدیل آن به کالا و ارزش‌افزوده (مانند پتنت‌ها، شرکت‌های جدید به دانشجویان و هیأت علمی) است. مفهوم کارآفرینی دانشگاهی، بیانگر شیوه‌های متنوعی است که یک دانشگاه می‌تواند به سوی تجاری‌سازی دانشی که تولید کرده، حرکت کند (معصوم زاده وانصاری، ۱۳۸۸). باوجود ظرفیت علمی دانشگاه‌ها و پیش‌بینی‌های قانونی، دانشگاه‌های ایران وضعیت مناسبی در تجاری‌سازی نتایج تحقیقات و کارآفرینی دانشگاهی ندارند و باوجود فعالیت مراکز کارآفرینی دانشگاهی و برنامه‌های ذریبط دیگر در چند سال اخیر، نرخ ایجاد فعالیت‌های کارآفرینانه و تعداد کسب وکارهای نوآورانه در ایران، از میزان متوسط جهانی کمتر است (فزونی اردکانی و زمانی، ۱۳۹۳).

<sup>1</sup>Geuna

کارآفرینی ایجاد شود. کارآفرینی دانشگاهی، شکل خاصی از انتقال فناوری است و این پدیده زمانی رخ می‌دهد که پژوهشگران در دانشگاه‌ها و نهادهای پژوهشی تصمیم به تجاری‌سازی فناوری تولیدشده در موسسه خود می‌گیرند (تولی<sup>۱</sup> و زرانیتزکی<sup>۲</sup>، ۲۰۰۷).

کارآفرینی دانشگاهی حوزه‌ای از کارآفرینی تعریف شده است که به دنبال درک و شرح نوآوری‌ها و محصولات جدیدی است که از دارایی‌های فکری دانشگاه حاصل شده‌اند (لانو<sup>۳</sup>، ۲۰۰۶).

از دلایل گرایش دانشگاه‌ها به کارآفرینی دانشگاهی می‌توان به این موارد اشاره داشت: کارآفرینی موتور توسعه اقتصادی است؛ نفوذ کارآفرینی در تمام عرصه‌های اجتماعی و اقتصادی؛ نفوذ کارآفرینی در تمام شرکت‌ها؛ تبدیل جوامع صنعتی به اطلاعاتی؛ مطرح شدن دانشگاه به‌عنوان نهاد تولید دانش (سخدری، ۱۳۹۲).

در جدول ۱ مقایسه دانشگاه کارآفرین و کارآفرینی دانشگاهی مورد بررسی قرار می‌گیرد.

---

<sup>1</sup>Toole

<sup>2</sup>Czarnitzki

<sup>3</sup>Llano

جدول ۱- مقایسه کارآفرینی دانشگاهی با دانشگاه کارآفرین (برگرفته از شاتوک، ۱۳۹۲)

معیار	کارآفرینی دانشگاهی	دانشگاه کارآفرین
پیش ران	کارکنان	ساختار دانشگاه
سیستم	فرآیند محور	ستاده محور
روابط علی	علت محور	معلول محور
پیامد	چابکی و نوآوری فرآیند	توسعه دانشگاهی
رویکرد	انسان محور	ساختار محور
عامل تغییر	فرآیند - شیوه ها - برنامه ها	رویکرد - اهداف - سیاست ها
تأکید	بهبود فرایند	ماهیت اهداف و مأموریت و سیاست ها
هدف	ایجاد و تشخیص فرایندهای کارآفرینانه توسط کارکنان	ایجاد اتمسفر(نسل)جدید حاکم بر کل سازمان دانشگاه

### پیشینه تحقیق:

تحقیقاتی در زمینه‌های مشابه انجام شده است. نوروزی و همکاران (۱۳۹۴) به شناسایی و شبکه بندی مولفه های ساختاری دانشگاه کارآفرین با رویکردی میان رشته ای پرداختند. یافته های پژوهش آنان نشان داد که ابعاد ساختاری شناسایی شده به ترتیب عبارت بودند از: استقلال، ترکیب، حرفه ای گرایی، پیچیدگی، تمرکز و رسمیت. نتیجه این که برای تحقق دانشگاه کارآفرین، می باید تغییرات ساختاری گسترده در نظام آموزش عالی به ویژه در ابعاد استقلال، ترکیب و حرفه ای گرایی صورت گیرد؛ زیرا محیط ساختاری دانشگاه کارآفرین باید مشوق فضای خلاقیت و هم افزایی باشد.

شریف زاده و عبدالله زاده (۱۳۹۳) پژوهشی با عنوان «تدوین نشانگرهای کارآفرینی دانشگاهی در آموزش عالی کشاورزی» انجام دادند. برای دستیابی به هدف پژوهش از روش دلفی در سه

دوره استفاده شد از ۱۸ نفر خبره برای مشارکت در انجام مطالعه دلفی کمک گرفته شد و سرانجام با بهره گیری از فرآیند تحلیل سلسله مراتبی و تاپسیس ۶۳ نشانگر به دست آمد. نتایج پژوهش آنان نشان داد که مؤلفه های توسعه کارآفرینی دانشگاهی در قالب پنج مولفه سرمایه گذاری در کارآفرینی دانشگاهی، فعالیت کارآفرینی دانشگاهی، عملکرد فعالیت های کارآفرینی دانشگاهی، بهره وری کارآفرینی دانشگاهی و نتایج و پیامدهای کارآفرینی دانشگاهی به دست آمد.

صیف و همکاران (۱۳۹۳) پژوهشی با عنوان «عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینی دانشگاهی» در بین دانشجویان انجام دادند. پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر نحوه گردآوری و تحلیل اطلاعات و داده ها از نوع توصیفی - همبستگی بود و جامعه آماری پژوهش آنان شامل همه دانشجویان دانشکده مدیریت و اطلاع رسانی دانشگاه علوم پزشکی شیراز بود و حجم نمونه با

## روش شناسی

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی است که با رویکرد آمیخته با طرح اکتشافی انجام شد. در بخش کیفی از روش دلفی و در بخش کمی از روش توصیفی از نوع زمینه‌یابی استفاده شد که در دو مرحله انجام پذیرفت: مرحله اول کیفی: پژوهشگران با مطالعه عمیق منابع (شامل کتب علمی و مقالات مرتبط) و مصاحبه با صاحب‌نظران، ابعاد اساسی کارآفرینی دانشگاهی را گردآوری نمودند. در مرحله دوم، ابعاد اساسی که در مرحله کیفی به دست آمدند، در معرض قضاوت جامعه آماری قرار داده شد و اهمیت آن‌ها به صورت کمی و با استفاده از پرسشنامه بررسی شد. به این ترتیب در مرحله دوم از روش تحقیق توصیفی، از نوع زمینه‌یابی استفاده شد. جامعه آماری مورد مطالعه از دو گروه تشکیل شده است. گروه اول در بخش کیفی پژوهش مشارکت داشتند. شرط ورود به پژوهش شامل آن دسته از اعضای هیأت علمی دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان گلستان می‌شدند که حائز این شرایط بودند: داشتن حداقل مدرک دکترای تخصصی با مرتبه استادیاری؛ حداقل دو مقاله در زمینه کارآفرینی؛ راهنمایی رساله و یا پایان‌نامه در زمینه کارآفرینی و تدریس دروس مربوطه در بخش کمی، اعضای هیأت علمی واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی استان گلستان در سال تحصیلی ۹۶-۱۳۹۵ بودند که تعداد آنها ۶۳۸ نفر بود. آمار آنها از دفتر طرح و برنامه دانشگاه آزاد اسلامی استان گلستان اخذ گردید. واحدهای دانشگاهی مشارکت‌کننده در بخش کمی شامل

استفاده از فرمول کوکران ۱۷۰ دانشجو تعیین و با روش تصادفی طبقه‌ای نمونه‌گیری شده بود و گردآوری اطلاعات به روش میدانی و ترکیبی از پرسش‌نامه بسته صورت گرفت. مقیاس اندازه‌گیری برای تمامی متغیرها بر اساس طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت صورت گرفته بود. اطلاعات به دست آمده به روش تحلیل مسیر مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت در مجموع ۹ متغیر مختلف شامل ۵ متغیر پیش‌بین (هنجارهای ذهنی، هنجارهای اجتماعی، تجربه کارآفرینانه، خودکارآمدی کارآفرینانه، تمایل به خطرپذیری) و سه متغیر واسطه‌ای (مطلوبیت ادراک شده، امکان‌پذیری ادراک شده، نگرش) مطرح شد و تأثیر هر کدام به قصد کارآفرینی مورد بررسی قرار گرفت. نتایج پژوهش آنان نشان داد که متغیرهای هنجارهای ذهنی، هنجارهای اجتماعی، تجربه کارآفرینانه، خودکارآمدی کارآفرینانه و تمایل به خطرپذیری به طور غیرمستقیم از طریق متغیرهای واسطه‌ای بر متغیر قصد کارآفرینانه دانشگاهی اثر معنادار دارند متغیرهای هنجارهای ذهنی، هنجارهای اجتماعی، تجربه کارآفرینانه، خودکارآمدی کارآفرینانه، تمایل به خطرپذیری از عوامل اصلی مؤثر بر قصد کارآفرینی دانشگاهی هستند.

با توجه به موارد مطرح شده، این پژوهش درصدد شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های کارآفرینی دانشگاهی در دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان گلستان است.



۹۵٪ و خطای اندازه‌گیری  $\alpha=0,05$ ، تعداد ۲۴۰ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. روش انتخاب نمونه‌های آماری در این پژوهش، باتوجه به ماهیت موضوع و درجه‌بندی واحدهای دانشگاه‌های آزاد، نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای براساس درجه واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی به شرح جدول ۲ است.

جدول ۲- توزیع فراوانی نمونه آماری در بخش کمی پژوهش

واحد دانشگاهی	گرگان	علی‌آباد کتول	گنبد	آزادشهر	بندرگز	مینودشت	جمع کل
نمونه آماری	۸۳	۷۰	۲۶	۴۲	۱۰	۹	۲۴۰
درصد نمونه	۳۵	۲۹	۱۱	۱۷	۴	۴	۱۰۰

ابزارهای موجود و تعدیلات بخش کیفی پژوهش مدون شد. با کسب مجوزهای لازم و مراجعه به دانشگاه‌های فوق و پس از انتخاب نمونه تصادفی، پرسشنامه‌ها بین اعضای هیأت علمی به صورت حضوری توزیع گردید. در قسمت تحلیل مصاحبه‌ها از تکنیک مؤلفه‌های اصلی بهره گرفته شد و مؤلفه‌های اصلی از مصاحبه‌ها استخراج شد. برای نتیجه‌گیری اطلاعاتی که از طریق پرسشنامه جمع‌آوری شده است، از تحلیل عاملی استفاده شد و در بخش کمی با توجه به سؤال‌های این پژوهش از روش‌های آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد. در سطح استنباطی از آزمون‌های تحلیل عاملی استفاده شد. برای متغیرهای جمعیت شناختی که داده‌های آن از پرسشنامه به دست آمد میانگین، انحراف معیار، جداول توزیع فراوانی و نمودار برای هر یک

واحدهای دانشگاه آزاد گرگان، علی‌آباد کتول، گنبد، آزادشهر، بندرگز و مینودشت بودند.

نمونه‌گیری در دو بخش کیفی و کمی به این شرح انجام شد. در بخش کیفی با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند و با در نظر گرفتن قانون اشباع به تعداد ۱۲ نفر و جهت کفایت نمونه ۲ نفر دیگر اضافه گردید و نهایتاً ۱۴ نفر به عنوان نمونه آماری در پژوهش شرکت کردند. در بخش کمی براساس فرمول کوکران در سطح اطمینان

در این پژوهش برای جمع‌آوری داده‌ها به دو روش کتابخانه‌ای و میدانی اقدام شد. در روش کتابخانه‌ای با مراجعه به اسناد، کتب، مقالات علمی و پژوهشی و منابع اینترنتی معتبر؛ مبانی نظری و پیشینه‌های پژوهشی به دست آمد. همچنین در بخش کیفی برای گردآوری داده‌ها به صورت میدانی از ابزار مصاحبه نیمه ساختاریافته استفاده شد. در مرحله اول جهت انجام مصاحبه با ۱۲ نفر مصاحبه انجام شد و به مرحله اشباع نظری رسید. جهت اطمینان از کفایت داده‌ها با دو نفر دیگر نیز مصاحبه انجام شد و مجموعاً ۱۴ نفر مورد مصاحبه قرار گرفتند. سپس با استفاده از مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته با افراد صاحب نظر، شاخص‌های شناسایی شده تعیین شدند. مدت زمان انجام مصاحبه بین ۳۰ تا ۵۰ دقیقه بود. در ادامه، ابزار اندازه‌گیری برای بخش کمی براساس

از متغیرها ارائه گردید که این فرآیند به وسیله نرم‌افزار SPSS22 صورت گرفت.

در جدول ۳، ویژگی‌های جمعیت شناختی افراد مشارکت‌کننده در بخش کیفی پژوهش ارائه شده است.

### یافته‌های تحقیق:

جدول ۳- اطلاعات دموگرافیک اعضای هیأت علمی مشارکت‌کننده در بخش کیفی

مرتبۀ	جنسیت	تحصیلات	سابقه کاری	سطح حرفه‌ای
استادیار	زن	دکتری تخصصی	کمتر از ۵ سال	هیأت علمی
استادیار	مرد	دکتری تخصصی	بین ۶ تا ۱۰ سال	مدیرگروه
استادیار	مرد	دکتری تخصصی	بیشتر از ۱۵ سال	مدیرگروه
دانشیار	مرد	دکتری تخصصی	بیشتر از ۱۵ سال	هیأت علمی
استادیار	مرد	دکتری تخصصی	بیشتر از ۱۵ سال	هیأت علمی
استادیار	مرد	دکتری تخصصی	بین ۶ تا ۱۰ سال	هیأت علمی
استادیار	زن	دکتری تخصصی	بین ۶ تا ۱۰ سال	هیأت علمی
استادیار	مرد	دکتری تخصصی	بین ۶ تا ۱۰ سال	هیأت علمی
استادیار	مرد	دکتری تخصصی	بین ۶ تا ۱۰ سال	هیأت علمی
استادیار	زن	دکتری تخصصی	بین ۶ تا ۱۰ سال	هیأت علمی
استادیار	مرد	دکتری تخصصی	بیشتر از ۱۵ سال	هیأت علمی
استادیار	مرد	دکتری تخصصی	بیشتر از ۱۵ سال	هیأت علمی
دانشیار	مرد	دکتری تخصصی	بیشتر از ۱۵ سال	هیأت علمی
استادیار	مرد	دکتری تخصصی	بیشتر از ۱۵ سال	مدیرگروه

در بخش کیفی جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها براساس تحلیل محتوا اقدام شد. ابتدا نکات کلیدی مربوط به هر مصاحبه نیمه ساختاریافته، از طریق گوش دادن به مصاحبه‌های ضبط‌شده و مطالعه یادداشت برداری‌های حین مصاحبه به صورت مکتوب علامت‌گذاری شد، سپس نکته‌های کلیدی و اساسی از داخل هر مصاحبه استخراج گردید. در ادامه با استفاده از دسته‌بندی نکات کلیدی در قالب اصطلاحات حرفه‌ای، برچسب‌گذاری لازم انجام گرفت. سپس اصطلاحات برچسب‌گذاری شده هر مصاحبه

همان‌گونه که از جدول ۳ مشخص است، ۱۱ نفر از مصاحبه‌شونده‌ها مرد و ۳ نفر از آنان زن بودند. هر ۱۴ نفر از افراد مورد مصاحبه دارای مدرک دکتری تخصصی بودند. ۳ نفر از آنان مدیر گروه بودند. بر اساس سابقه کاری، نصف افراد بیشتر از ۱۵ سال سابقه کاری داشتند. ۲ نفر دارای رتبه دانشیاری و بقیه دارای رتبه استادیاری بودند. در ادامه، به بررسی سؤال پژوهش پرداخته می‌شود که مؤلفه‌های کارآفرینی دانشگاهی در دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان گلستان کدام هستند؟

کارآفرینی دانشگاهی از بعد فردی هستند؟ (۳)  
مؤلفه‌های بیان‌کننده کارآفرینی دانشگاهی از بعد  
گروهی کدام هستند؟

بر اساس نتایج حاصل از مصاحبه با خبرگان  
دانشگاهی، شاخص‌های اولیه شناسایی شدند.  
سپس در مراحل بعدی مراجعه به  
خبرگان، شاخص‌های دارای هم‌پوشانی و تکراری  
شناسایی و حذف گردید و شاخص‌ها به ۴۱ مورد  
تقلیل یافت. به دنبال شناسایی عوامل پنهان  
کارآفرینی دانشگاهی تحلیل عاملی انجام گردید.  
چک لیست‌های نهایی مربوط به کدگذاری  
شاخص‌های به‌دست‌آمده از تحلیل پاسخ  
مصاحبه‌شوندگان در جدول ۴ ارائه گردیده است.

شونده در قالب جدول، سازمان‌دهی و بر اساس  
ارتباط و تناسبی که باهم داشتند، در قالب ابعاد و  
مؤلفه‌ها دسته‌بندی شدند. برخی شاخص‌ها که در  
چند طبقه جای می‌گرفتند، بعد از بررسی این  
مفاهیم و نزدیکی آن‌ها با طبقه‌ای خاص، این  
مفاهیم در طبقه مرتبط قرار داده شد. با توجه به  
این‌که برخی شاخص‌ها در چند متغیر مشترک  
بودند و یا دارای اشتراکات زیادی بودند، حذف  
شدند. سپس مفاهیم ثانویه بر اساس نتایج حاصل  
و ادبیات موجود ایجاد شد و نهایتاً مفاهیم  
محوری بر اساس مبانی نظری و سؤالات مصاحبه  
ایجاد شد. در این تحقیق ۳ سؤال بررسی شده است  
(۱) مؤلفه‌های کارآفرینی دانشگاهی از بعد  
سازمانی کدام هستند؟ (۲) کدام مؤلفه‌ها بیان‌کننده

جدول ۴- تحلیل نهائی محتوای مصاحبه‌ها و کدگذاری باز

شماره کد مصاحبه‌شوندگان	ابعاد	کد	خروجی مصاحبه
E1,E4,E3,E5,E6, E10,E9,E11,E12, E14,E13	سازمانی	۱	فرآیند کارآفرینی با دادن مسئولیت و اختیار کامل به کارآفرینان و حذف بوروکراسی در فعالیت‌های کارآفرینانه فراهم می‌شود.
E1,E2,E4,E5,E7 E9,E10,E11,E1,E13 E14, E8	سازمانی	۲	تأکید بر تدوین استراتژی برای بهره‌برداری از فرصت‌های بازار و حفظ پویایی از ضروریات کارآفرینی دانشگاهی است.
E2,E9,E10,E6,E5,E11,E14	سازمانی	۳	برای ترغیب کارآفرینی دانشگاهی باید به دانشگاهیان آزادی و حق ابتکار عمل داد و سیستم پاداش بر مبنای نتایج را طراحی کرد
E3,E9,E13,E14,E12,E4,E10, E15,E8,E6,E9,E2	فردی	۴	از ویژگی‌های کارآفرینان جسور بودن، مخاطره‌پذیری، نوآوری، تصمیم‌گیری و انجام فعالیت‌ها، بدون توجه به نتایج احتمالی است.
E1,E3,E4,E5,E7,E8,E9 E10,E12,E13, E6	گروهی	۵	در فرآیند کارآفرینی دانشگاهی، کارآفرینان به دنبال کشف ارتباط موجود یا احتمالی بین افکار و تجارب گوناگون هستند.
E1,E2,E3,E5,E6,E8,E10 E12,E13,E14, E9	فردی	۶	یکی از شایستگی‌های کارآفرینان در اجرای برنامه تدوین‌شده خود این است که سخت تلاش می‌کنند و تمایل به ارائه خدمت به دیگران را دارند و در تعقیب اهداف به‌رغم موانع و مشکلات پافشاری می‌کنند.
E1,E2,E3,E6,E7,E8,E9 E11,E12,E13	گروهی	۷	گروه کاری به کارآفرین فردی اجازه ظهور قابلیت‌های رهبری را می‌دهد.
E1,E2,E4,E5,E7,E8,E9 E10,E11,E13, E14	فردی	۸	از حل مسائل دشوار لذت می‌برند و توان تصمیم‌گیری به‌موقع را دارند و بدین ترتیب تحمل ابهام آن‌ها مناسب است.
E1,E2,E4,E5,E7,E8,E9 E11,E12, E14	فردی	۹	زندگی پر از تغییر را ترجیح می‌دهند و از نقاط ضعف و قوت خود آگاه هستند. بنابراین انعطاف‌پذیری لازم را دارند.
E1,E2,E4,E6,E7,E8,E9 E10,E12,E14	گروهی	۱۰	کارآفرینان ضمن جامع‌نگری، تصور و دیدگاه مطلوبی از آینده سازمان دارند و سعی می‌کنند با اهداف گروه و سازمان هم سو شوند.

همان‌طور که در جدول ۱ مشخص است، شاخص KMO برای بعد سازمانی دارای مقداری نزدیک به عدد ۱ است که نشان‌دهنده کفایت نمونه و مناسب بودن تحلیل عاملی برای عوامل است. همچنین معنادار شدن آزمون بارتلت نیز نمایانگر روابط معناداری بین متغیرهای تحلیل عاملی و مناسب بودن داده‌ها برای تحلیل عاملی است.

برای ادامه بررسی و شناسایی ابعاد کارآفرینی دانشگاهی، بخش کمی پژوهش انجام شد و از آزمون تحلیل عاملی استفاده شد. بدین منظور و برای سنجش عامل‌های اصلی، لازم است در ابتدا سازگاری داده‌ها و معناداری روابط آن‌ها آزمون شود. جهت این کار از دو آزمون KMO جهت تعیین کفایت حجم نمونه و آزمون بارتلت برای آزمون میزان معناداری روابط بین عوامل مورد نظر در هر بعد استفاده شد.

جدول ۵- نتایج شاخص KMO و آزمون بارتلت

		بعد سازمان	بعد فردی	بعد گروهی
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy. Approx. Chi-Square	Bartlett's Test of Sphericity	۰/۸۸۷	۰/۷۹۱	۰/۷۲۰
	df	۶۶۰۴/۲۳۳	۴۶۲۶/۰۵۰	۱۵۳۶/۴۶۰
	Sig.	۱۲۰	۱۳۶	۲۸
		۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰

یافته‌های جدول ۵ نتایج آزمون بارتلت را در ابعاد سازمانی، فردی و گروهی نشان می‌دهد. سطح معناداری آزمون بارتلت ۰,۰۰۰ است که نشان می‌دهد تحلیل عاملی برای شناسایی ساختار مدل عاملی، مناسب است. شاخص KMO برای ابعاد سازمانی، فردی و گروهی به ترتیب ۰/۸۸۷، ۰/۷۹۱ و ۰/۷۲۰ می‌باشد که حاکی از کفایت تعداد نمونه برای تحلیل عاملی است. سپس نتایج بارعاملی برای گویه‌های استخراج شده در ابعاد سه‌گانه سازمانی، فردی و گروهی به شرح جداول ۶، ۷ و ۸ ارائه شده است.

جدول ۶- توزیع بار عاملی مؤلفه‌های تشکیل دهنده بعد سازمانی

بار عاملی	گویه	عامل سازمانی
۰/۸۷۵	به کارآفرینان مسئولیت و اختیار کامل می دهند	اول: جو سازمانی
۰/۸۷۵	جهت چابکی فرایند کارآفرینی بوروکراسی اضافی حذف شده است	
۰,۹۰۱	ایجاد مراکز رشد و پارک های علمی و فن آوری برای حمایت از دانشجویان و اساتید و کارمندان در راه اندازی کسب و کار جدید انجام می شود	
۰,۹۱۳	فضای حاکم بر دانشگاه شایسته سالاری است	
۰,۹۱۱	در فرایند کارآفرینی، صداقت فضای حاکم بر دانشگاه است	
۰,۹۵۱	فضای صمیمت در دانشگاه حاکم است	
۰,۹۱۰	دانشگاه به دانشگاهیان حق ابتکار عمل میدهد	دوم: شایستگی سازمانی
۰,۹۲۳	دانشگاه تحمل اشتباه و شکست را دارد	
۰,۹۰۱	فرهنگ درک تغییر و کشف فرصت حاکم است	
۰,۹۳۲	فرهنگ خلاقیت حاکم است	
۰,۹۳۶	فرهنگ مخاطره پذیری حاکم است	
۰,۸۴۹	دانشگاه به دنبال نوآوری‌هایی است که از دارایی‌های فکری حاصل شده‌اند	سوم: قصد کارآفرینی
۰,۹۷۲	دوره‌های آموزشی، سمینارها با هدف توسعه فرهنگ کارآفرینی برگزار می شوند	
۰,۹۶۸	پویایی محیط سازمانی نتیجه تدوین استراتژی در دانشگاه است	
۰,۹۸۵	فرایند یادگیری سازمانی بر محور کسب و کار نوپا و بسترشکل گیری آن استوار است	

همان‌گونه که از جدول ۶ مشخص است، بعد سازمانی کارآفرینی از ۱۵ مؤلفه تشکیل شده است. این ۱۵ مؤلفه در سه بعد جو سازمانی، شایستگی سازمانی و قصد کارآفرینی توزیع شده است. کمترین بار عاملی (۰/۸۴۹) مربوط به مؤلفه «دانشگاه به دنبال نوآوری‌هایی که از دارایی‌های فکری حاصل شده‌اند» می‌شوند که در بعد شایستگی سازمانی قرار دارد. مؤلفه «فرایند یادگیری سازمانی بر محور کسب و کار نوپا و بسترشکل گیری آن استوار است» دارای بیشترین بار عاملی (۰/۹۸۵) از بعد قصد کارآفرینی است.

جدول ۷- توزیع بار عاملی مؤلفه‌های تشکیل دهنده بعد فردی

عامل فردی	گویه	بار عاملی
اول: تمایل به کارآفرینی	کارکنان جسور هستند	۰,۸۸۲
	کارکنان مخاطره پذیر هستند	۰,۸۵۵
	رفتار کارکنان تحت تاثیر برانگیزاننده‌های درونی است	۰,۹۰۶
	ارائه راه حل‌های افراد مبتنی بر نوآوری و خلاقیت است	۰,۸۴۸
	کارکنان، تمایل به ارائه خدمت به دیگران را دارند	۰,۸۸۱
دوم: شایستگی تعهدی	کارکنان، در اجرای برنامه تدوین شده خود، سخت تلاش می‌کنند	۰,۹۶۰
	کارکنان، شکست را یک تجربه جدید برای رسیدن به اهداف می‌دانند	۰,۹۶۵
	کارکنان، دارای استقلال فکری هستند (به قیود پای بند نیستند)	۰,۹۴۴
	کارکنان، اعتماد به نفس بالایی دارند	۰,۹۴۹
سوم: شایستگی شخصی	کارکنان، زندگی پر از تغییر را بر زندگی معمولی ترجیح می‌دهند	۰,۹۵۶
	کارکنان، از نقاط قوت و ضعف خود آگاهی دارند	۰,۹۵۹
	کارکنان، با انگیزه و مهارت خود، دست به رقابت می‌زنند	۰,۹۷۰
چهارم: شایستگی مفهومی	کارکنان، واکنش مثبت به کارهای چالشی دارند	۰,۹۱۱
	کارکنان، تحمل ابهام ( نبود قطعیت) را دارند	۰,۹۴۳
	کارکنان، با توجه به شرایط ورودی‌ها واکنش نشان داده و به موقع تصمیم می‌گیرند	۰,۹۵۲

همان‌گونه که از جدول ۷ مشخص است، بعد فردی کارآفرینی از ۱۵ مؤلفه تشکیل شده است. این ۱۵ مؤلفه در چهار بعد تمایل به کارآفرینی، شایستگی تعهدی، شایستگی شخصی و شایستگی مفهومی توزیع شده است. کمترین بار عاملی (۰/۸۴۸) مربوط به مؤلفه «ارائه راه حل‌های افراد مبتنی بر نوآوری و خلاقیت» می‌شود که در بعد تمایل به کارآفرینی قرار دارد. مؤلفه «کارکنان، با انگیزه و مهارت خود دست به رقابت می‌زنند» دارای بیشترین بار عاملی (۰/۹۷۰) از بعد شایستگی شخصی است.

همان‌گونه که از جدول ۷ مشخص است، بعد فردی کارآفرینی از ۱۵ مؤلفه تشکیل شده است. این ۱۵ مؤلفه در چهار بعد تمایل به کارآفرینی، شایستگی تعهدی، شایستگی شخصی و شایستگی مفهومی توزیع شده است. کمترین بار عاملی (۰/۸۴۸) مربوط به مؤلفه «ارائه راه حل‌های افراد

جدول ۸- توزیع بار عاملی مؤلفه‌های تشکیل دهنده بعد گروهی

عامل گروهی	گویه	بار عاملی
اول: شایستگی ارتباطی	توانایی حفظ ارتباطات قوی با بخش کسب و کار فراهم است	۰,۹۴۱
	در تیم‌های کاری روابط و همکاری‌های حرفه‌ای برقرار است	۰,۹۱۵
	افراد و تعاملات آنها با یکدیگر برانگیزاننده رفتار کارآفرینانه است	۰,۹۳۰
دوم: شایستگی راهبردی	کارکنان تصور و دیدگاه مطلوبی از آینده سازمان دارند	۰,۹۳۹
	کارکنان جامع‌نگر هستند	۰,۹۰۴
سوم: شایستگی حرفه‌ای	کارکنان هم سو با اهداف گروه یا سازمان فعالیت می‌کنند	۰,۹۳۰
	گروه، اجازه رهبری در تیم کاری را به افراد می‌دهد	۰,۹۵۳
	کارکنان به تقویت مهارت‌های گروهی می‌پردازند	۰,۹۳۰

متخصصان رسیده بود، افرادی بودند که از نظر آگاهی و اطلاعات در این زمینه برجسته بودند و این که بتوانند با ارائه اطلاعات دقیق نمادی از جامعه باشند. در حین مصاحبه به جمع‌آوری نظرات در مورد شاخص‌های مناسب برای تعیین عوامل کارآفرینی دانشگاهی پرداخته شد و عوامل اصلی و فرعی مورد نظر بررسی و نهایی شد.

در بررسی این سؤال پژوهش که: مؤلفه‌های کارآفرینی دانشگاهی کدام هستند؟ بر اساس نتایج حاصل از یافته‌های پژوهش، طبق نظر شرکت‌کنندگان مقوله‌ها و عوامل اصلی و فرعی دارای اهمیت در کارآفرینی دانشگاهی را می‌توان در سه بعد اصلی و ۱۰ مؤلفه فرعی نام‌گذاری و طبقه‌بندی نمود. عوامل مؤثر بر کارآفرینی دانشگاهی در بعد سازمانی در سه بعد جو سازمانی، شایستگی سازمانی و قصد کارآفرینی طبقه‌بندی شد. نتایج پژوهش هینونن و کورولا (۲۰۰۵) با مؤلفه نوسازی راهبردی، نتایج پژوهش شریف‌زاده و عبدالله‌زاده (۱۳۹۳) با مؤلفه سرمایه‌گذاری و نتایج پژوهش حیدری و همکاران (۱۳۹۰) با مؤلفه تفویض اختیار و نتایج پژوهش حیدری، پاپزن، کرمی (۱۳۹۰) با مؤلفه آموزش کارآفرینی با عامل سازماندهی و شاخص‌های آن هم‌راستا با یافته‌های پژوهش حاضر است. نتایج پژوهش آنتونیک و هیسریچ (۲۰۰۳) با مؤلفه کسب و کار جدید، ایجاد شرکت‌ها یا واحدهای مستقل و نتایج پژوهش فرای (۱۹۹۹) با مؤلفه راه‌اندازی کسبوکار و نتایج پژوهش کوراتکو و هاجتس (۱۹۹۳) با مؤلفه حمایت مدیریت ارشد سازمان، پاداش‌های مناسب، آماده بودن سازمان برای انجام فعالیت کارآفرینانه و نتایج پژوهش فرای (۱۹۹۹) با مؤلفه بهبود کسبوکار از طریق

همان‌گونه که از جدول ۸ مشخص است، بعد گروهی کارآفرینی از ۸ مؤلفه تشکیل شده است. این ۸ مؤلفه در سه بعدشایستگی ارتباطی، شایستگی راهبردی و شایستگی حرفه‌ای توزیع شده است. کمترین بار عاملی (۰/۹۰۴) مربوط به مؤلفه «کارکنان جامع‌نگر هستند» است که در بعد شایستگی راهبردی قرار دارد. مؤلفه «گروه اجازه رهبری در تیم کاری را به افراد می‌دهد» دارای بیشترین بار عاملی (۰/۹۵۳) از بعد شایستگی حرفه‌ای است.

### بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر به روش آمیخته انجام گرفته است. یافته‌های حاصل از این پژوهش کیفی و بررسی و کاوش مفاهیم و مقوله‌های مرتبط با کارآفرینی دانشگاه منجر به ساخت پرسشنامه برای بخش شد. بنابراین با استفاده از روش تحلیل محتوا و استناد به مقالات علمی پژوهشی، در این مرحله به دنبال دستیابی به توصیف عمیق و غنی از تجارب و ادراک شرکت‌کنندگان نسبت به مؤلفه‌های کارآفرینی دانشگاهی در سه بعد فردی، گروهی و سازمانی مورد توجه قرار گرفت. برای شناسایی عوامل اساسی مؤثر بر آن در وضعیت حاضر، از طریق مصاحبه‌های عمیق و اکتشافی به صورت انفرادی با خبرگان علمی که به صورت هدفمند انتخاب شده بودند، داده‌های کیفی لازم جمع‌آوری گردیده آن‌گاه با استفاده از روش تحلیل محتوا به مثابه تکنیکی پژوهشی، مفاهیم، مقوله‌ها و عوامل اصلی و فرعی شناسایی و مورد تحلیل قرار گرفت. این مفاهیم، عوامل و مقوله‌ها مبنای تدوین ابزار (پرسشنامه) برای دستیابی به الگوی کارآفرینی دانشگاه گردید ویژگی‌های خبرگان پژوهش که به تأیید

مؤلفه‌های راهبرد رهبری شتاب‌گری، راهبردهای کاوشگری و جستجوگری و راهبرد تلفیق‌گری با مؤلفه شایستگی راهبردی و شاخص‌های آن هم‌راستا است. نتایج پژوهش ویلیامز و الیزا (۲۰۰۵) مؤلفه بینش و توانایی رهبری، مهارت‌های مدیریتی و سازمانی و پژوهش نوروژی و همکاران (۱۳۹۴) با مؤلفه حرفه‌ای-گرایی با مؤلفه شایستگی حرفه‌ای و شاخص‌های آن هم‌راستا است. آنها معتقد هستند که دانشگاه کارآفرین، دانشگاهی است که سه وظیفه مهم حفاظت از دانش بشری و انتشار آن، پژوهش و بسترسازی برای نقش‌آفرینی دانشگاه در توسعه اقتصادی و اجتماعی را در محیط متلاطم خود بر عهده دارد. نتایج پژوهش آنتونیک و هیسریچ (۲۰۰۲) با مؤلفه ارتباطات فعال با مؤلفه شایستگی ارتباطی و شاخص‌های آن هم‌راستا است.

بر اساس یافته‌های پژوهش حاضر پیشنهادهایی به این شرح ارائه می‌شود:

- سمینارها و کارگاه‌های آموزشی در خصوص تجاری‌سازی تحقیقات و عوامل دخیل در موفقیت کارآفرینان برگزار گردد و از تجربیات موفق تجلیل به عمل آید.
- پژوهشگران دانشگاهی به‌طور منعطف در تجاری‌سازی تحقیقات، به‌عنوان پژوهشگران، مخترعان، واگذارکنندگان امتیاز یا کارآفرینان درگیر شوند زیرا بدین‌وسیله در آنها دانش و مهارت‌های عمومی در زمینه کارآفرینی تقویت می‌گردد.
- در جهت توسعه و حمایت از کارکنان مستعد کارآفرینی زمینه لازم برای کم کردن بوروکراسی فراهم آید.

روش‌های نوآورانه با عامل جوسازمانی و شاخص‌های آن هم‌راستا است. نتایج پژوهش حیدری و همکاران (۱۳۹۰) با مؤلفه فرهنگ‌سازی و نتایج پژوهش فرهنگی و صفرزاده (۱۳۸۶) با مؤلفه القا و ایجاد فرهنگ کارآفرینانه با عامل قصد کارآفرینی و شاخص‌های آن هم‌راستا است.

یافته‌های دیگر پژوهش حاضر نشان داد که بعد فردی کارآفرینی دانشگاهی دارای چهار بعد تمایل به کارآفرینی، شایستگی تعهدی، شایستگی شخصی و شایستگی مفهومی است. نتایج پژوهش کوراتکو و حاجتس (۱۹۹۳) با مؤلفه تمایل به مخاطره‌پذیری و مرکز کنترل داخلی و با پژوهش احمد (۱۹۸۵) با مؤلفه کنترل درونی، تمایل به ریسک‌پذیری و با مؤلفه خلاقیت، مخاطره‌پذیری و با پژوهش میلر (۱۹۸۳) با مؤلفه نوآوری سریع در محصول، مخاطره‌پذیری و با پژوهش صیف و همکاران (۱۳۹۳) با مؤلفه تمایل به خطرپذیری و با پژوهش هوارد (۲۰۰۴) با مؤلفه ریسک‌پذیری، کنترل درونی و جسارت خلاقیت با عامل تمایل به کارآفرینی و شاخص‌های آن هم‌راستا است. نتایج پژوهش هوارد (۲۰۰۴) با مؤلفه استقلال طلبی و پژوهش کوراتکو و حاجتس با مؤلفه استقلال و آزادی در انجام کار و با پژوهش ویلیامز و الیزا (۲۰۰۵) با مؤلفه تطبیق‌پذیری با مؤلفه شایستگی شخصی و شاخص‌های آن هم‌راستا است. نتایج پژوهش ویلیامز و الیزا (۲۰۰۵) مؤلفه توانایی تصمیم‌گیری سریع و پژوهش سید حسینی (۱۳۸۱) مؤلفه‌های تصمیم‌گیرنده، عدم قطعیت با مؤلفه شایستگی مفهومی و شاخص‌های آن همخوانی دارد.

عامل گروهی سه بعد شایستگی ارتباطی، شایستگی راهبردی و شایستگی حرفه‌ای توزیع شده است. نتایج پژوهش زالی (۱۳۹۰) با



## منابع

۱۰. صمدی میارکلائی، حسین، آقاجانی، حسنعلی و صمدی میارکلائی، حمزه. (۱۳۹۴). بررسی و تبیین ظرفیت کارآفرینانه دانشگاه‌های منتخب استان مازندران. *نشریه مدیریت دولتی*، ۷(۱)، ۱۱۱-۱۳۲.
۱۱. صیف، محمدحسن، ثابت مهارلوئی، عباس، رستگار، احمد و احمدآبادی، خدیجه. (۱۳۹۳). عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینی دانشجویان در بین دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی شیراز. *توسعه آموزش در علوم پزشکی*، ۷(۱۵)، ۷۱-۸۵.
۱۲. علم بیگی، امیر. (۱۳۹۳). بررسی نقش ابعاد کارآفرینی دانش بنیان در عملکرد تحقیق و توسعه کارآفرینانه نظام تحقیقات کشاورزی ایران. *توسعه کارآفرینی*، ۷(۴)، ۷۳۳-۷۵۳.
۱۳. فرهنگ، علی اکبر، و صفرزاده، حسین. (۱۳۸۶). *کارآفرینی (مفاهیم، نظریه ها، مدلها و کاربردها)*. مؤسسه کار و تامین اجتماعی.
۱۴. فزونی اردکانی، زهرا، و زمانی، غلامحسین. (۱۳۹۳). نظام بهینه تجاری سازی ایده‌ها و دستاوردهای تحقیقات دانشگاهی. *کارآفرینی در کشاورزی*، ۱(۱)، ۱۹-۴۱.
۱۵. فیض بخش بازرگان، سیدعلیرضا و عبدی، مجید. (۱۳۸۷). فرآیند شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه. *دومین کنفرانس ملی مهندسی صنایع دانشگاه یزد*.
۱۶. قلی پور سلیمانی، علی و طالبی کلیدبری، سمیه. (۱۳۹۰). *دانشگاه و ویژگی‌های کارآفرینی*. بانک مقالات بازاریابی ایران.
۱۷. کوراتکو، دانلدفو هاجتس، ریچاردام. (۱۳۸۳). *نگرش معاصر بر کارآفرینی (ترجمه ابراهیم محرابی، با همکاری محسن تیرایی)*. تهران: دانشگاه فردوسی مشهد.
۱۸. کیاکجوری، داود، امیری، بهناز و کوزه‌گر، امین. (۱۳۹۱). *کارآفرینی دانشگاهی و دانشگاه کارآفرین، کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان، بابلسر، شرکت پژوهشی طرود شمال*.
۱. پارسائیان، علی. (۱۳۸۳). *سازمان‌های کارآفرین (اثر راجر کارترایت)*. تهران انتشارات ترمه.
۲. حسینی، سیدنبی‌اله، طالبی، فاطمه زهرا و کریمی جشنی، جابر. (۱۳۹۳). بررسی عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی در سازمان امور مالیاتی کشور. *سومین همایش ملی سالیانه علوم مدیریت نوین*.
۳. حیدری، حسین، پاپ زن، عبدالحمید و کریمی دارابخانی، رویا. (۱۳۹۰). بررسی رابطه میان فرهنگ سازمانی و مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: سازمان جهاد کشاورزی شهرستان کرمانشاه). *ایشکار و خلاقیت در علوم انسانی*، ۱(۳)، ۱۴۶-۱۶۶.
۴. زالی، محمدرضا. (۱۳۹۰). به سوی رهبری وضعی کارآفرینانه. *توسعه کارآفرینی*، ۳(۱۲)، ۴۵-۶۴.
۵. سخدری، جواد. (۱۳۹۲). *کارآفرینی دانشگاهی. کارگاه کارآفرینی، معاونت پژوهشی دانشگاه فردوسی مشهد، قابل دسترس در سایت [www.vcr.um.ac.ir](http://www.vcr.um.ac.ir)*
۶. سعیدی کیا، مهدی. (۱۳۸۸). *اصول و مبانی کارآفرینی (چاپ پانزدهم)*. تهران: انتشارات کیا.
۷. سیدحسینی، محمد. (۱۳۸۱). *شناسایی عوامل و شاخصهای اولویت دار جهت دستیابی به سازمانهای کارآفرین در کشور، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه علم و صنعت ایران*.
۸. شاتوک، مایکل. (۱۳۹۲). *کارآفرینی گرائی در دانشگاه‌ها و اقتصاد دانش (مترجم رضوی مصطفی و مصطفی علی میری)*. تهران، دانشگاه تهران، مؤسسه انتشارات.
۹. شریف‌زاده، محمدشریف؛ و عبدالله‌زاده، غلامحسین. (۱۳۹۳). *تدوین نشانگرهای کارآفرینی دانشگاهی در آموزش عالی کشاورزی. توسعه کارآفرینی*، ۷(۴)، ۲۶۷-۲۸۷.

25. Ahmed, S. U. (1985). Risk-Taking Personality, Focus on Control and Entrepreneurship. *Personality and Individual Difference*, 6.
  26. Antonic, B., & Hisrich, R.D. (2003). Clarifying the entrepreneurship concept. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 10(1), 7-24.
  27. Cochran, T. (2004). Entrepreneurship, In D.L. Silles (Ed). *International Encyclopedia of the Social Sciences*. New York: Free Press.
  28. Fry, F. (1999). *Entrepreneurship: A planning approach*. Cornell University.
  29. Geuna, A., Salter, A., & Steinmueller, W.E. (eds.), (2003). *Science and Innovation*, Edward Elgar. Henrekson, M. and Rosenberg. N., 2000: Incentives for Academic Entrepreneurship.
  30. Heinonen, J., & Korvela, K. (2005). *How about measuring entrepreneurship?* Research Report, Small Business Institute, Turku, Finland.
  31. Howard, S. (2004). *Developing entrepreneurial potential in youth, the effects of entrepreneurial education and venture creation*. University of South Florida.
  32. Kuratko, D. F. (2003). *Entrepreneurship education: Emerging trends and challenges for the 21st century*. White Paper, US Association of Small Business Education.
  33. Llano, J. A. (2006). *The university environment and academic entrepreneurship: A behavioral model for measuring environment success*. Work Paper, 1-27.
  34. Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29(7), 770-791.
  35. Toole, A. A., & Czarnitzki, D. (2007). Biomedical academic entrepreneurship through the SBIR program. *Economic Behavior & Organization*, 63(4), 716-738.
  36. Williams C. E., & Tse, E. (2005). The relationship between strategy and entrepreneurship. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 7(1).
  37. Zahra, S. A., & George, G. (2008). Absorptive capacity: A review, reconceptualization, and extension. *Academy of Management Review*, 27, 185-203.
  38. Zampetekis, L. A., & Moustakis, V. (2007). Entrepreneurial behavior in the Greek public sector. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 13(1), 19-38.
۱۹. گلستان هاشمی، سیدمهدی. (۱۳۸۲). مبانی علم کارآفرینی. اصفهان، جهاد دانشگاهی.
  ۲۰. معصوم‌زاده، محسن و انصاری، محمدتقی. (۱۳۸۸). عوامل موثر در شکل‌گیری دانشگاه کارآفرین. *رهیافت*، ۴۴، ۴-۱۱.
  ۲۱. موغلی، علیرضا. (۱۳۸۹). تأثیر عوامل سازمانی بر کارآفرینی دانشگاهی. *علوم مدیریت ایران*، ۱۹، ۱۰۳-۱۱۸.
  ۲۲. نوروزی، خلیل، باقری کنی، مصباح‌الهدی، محمدی، حمیدرضا، پاینده، رضا و نوروزی، محمد. (۱۳۹۳). استخراج ابعاد و شبکه‌بندی مؤلفه‌های ساختاری دانشگاه کارآفرین: رویکردی میان‌رشته‌ای. *مدیریت در دانشگاه اسلامی*، ۳(۸)، ۱۵۵-۱۷۲.
  ۲۳. نوروزی، محمدرضا و سریع‌القلم، نرگس. (۱۳۸۸). کارآفرینی دانشگاهی شناسایی موانع کارآفرینی دانشگاهی و راهکارهای تقویت آن، اولین کنفرانس مدیریت اجرایی، تهران.
  ۲۴. یدالهی فارسی، جهانگیر، عزیزی زیارت، امید و خواستار، ح. مزه. (۱۳۸۸). بررسی رابطه بین ساختار و کارآفرینی سازمانی. *نشریه توسعه کارآفرینی*، ۲(۵)، ۵۵-۸۰.