

Antecedents and Consequences of Entrepreneurial Culture in Higher Education: A Study of Selected Iraqi Universities

Hazem Abdali¹, Saeed Sharifi², Entezar Ahmad Jasim³, Mehrdad Sadeghi⁴

Received: 22/08/2025

Accepted: 18/11/2025

Abstract

Introduction: Entrepreneurial culture has emerged as a critical factor in transforming higher education institutions into engines of innovation and economic growth, particularly in developing countries seeking economic diversification. This study explores the complex ecosystem of antecedents and consequences of entrepreneurial culture in Iraqi higher education institutions, aiming to develop a comprehensive framework for understanding and enhancing entrepreneurial initiatives within this unique context. The research addresses significant gaps in knowledge regarding entrepreneurship development in Middle Eastern higher education systems, with specific focus on Iraq's distinctive academic environment

Literature Review: While entrepreneurship in higher education has been extensively studied in Western contexts, research focusing on Middle Eastern countries, particularly Iraq, remains limited. Existing literature highlights the importance of institutional support, leadership commitment, and educational policies in fostering entrepreneurial culture, but lacks integrated models that capture both antecedents and consequences specific to the Iraqi context. This study addresses this gap by examining how cognitive, emotional, behavioral, and organizational factors interact to create an entrepreneurial ecosystem within Iraqi universities, contributing to both theoretical understanding and practical application.

1. PhD Candidate, Department of Public Administration, Is.C., Islamic Azad University, Isfahan, Iran.

2. Associate Professor, Department of Management, Is.C., Islamic Azad University, Isfahan, Iran (Corresponding Author). sa.sharifi@khuisf.ac.ir

3. Assistant Professor, Al-Mustansiriya University, Baghdad, Iraq.

4. Assistant Professor, Department of Cultural Management and Planning, Is.C., Islamic Azad University, Isfahan, Iran.

How to cite this article: Abdali, H., Sharifi, S., Ahmad Jasim, E., & Sadeghi, M. (2025). Antecedents and Consequences of Entrepreneurial Culture in Higher Education: A Study of Selected Iraqi Universities. *Modern Management Engineering*, 11(3), 220-252. [In Persian]

 10.71652/jmem.2025.1129772

Research Methodology: This study employed a mixed-methods approach. The qualitative phase utilized inductive content analysis through semi-structured interviews with 20 subject matter experts selected through purposive criterion-based sampling until theoretical saturation was achieved. Data validation was ensured through dual-coder review, expert validation, and member checking. The quantitative phase employed a descriptive-survey approach with a population of approximately 1,200 experts in public administration, higher education, and entrepreneurship, from which 290 participants were selected through convenience sampling. Data were collected using a researcher-developed questionnaire with confirmed content validity and analyzed using SPSS and AMOS software to test the proposed structural model.

Results The qualitative: findings revealed a complex network of factors organized into 190 general categories, 158 sub-components, 27 main components, and 6 dimensions: cognitive antecedents, emotional antecedents, behavioral antecedents, administrative and organizational antecedents, entrepreneurial culture, and consequences of entrepreneurial culture. The quantitative results confirmed the model's goodness of fit, validating the relationships between the identified dimensions and components within Iraqi higher education institutions. The findings demonstrate the interconnected nature of various factors contributing to entrepreneurial culture development and its subsequent outcomes in academic settings.

Discussion and Conclusion: This study contributes to the understanding of entrepreneurial culture development in Iraqi higher education by providing a comprehensive model that identifies both contributing factors and resulting outcomes. The findings suggest that fostering entrepreneurial culture requires a multifaceted approach addressing cognitive, emotional, behavioral, and organizational factors simultaneously. University administrators and policymakers can utilize this model to strategically enhance entrepreneurial activities within Iraqi universities by focusing on key antecedents identified in this research. The study also highlights the importance of cultural and contextual factors in shaping entrepreneurship initiatives in higher education, suggesting that models developed in Western contexts may require significant adaptation for effective implementation in Middle Eastern academic environments.

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneurial Culture, Higher Education, Iraq.
JEL Classification: I23, L26, M14, O15

مهندسی مدیریت نوین

سال یازدهم، شماره سوم، پاییز ۱۴۰۴

تعداد صفحات: ۲۲۰-۲۵۲

نوع مقاله: پژوهشی

پیشایندها و پسایندهای فرهنگ کارآفرینی در آموزش عالی عراق

حازم عبد علی^۱، سعید شریفی^۲، انتذار احمد جاسم^۳، مهرداد صادقی^۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۸/۲۷

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۵/۳۱

چکیده

هدف: واکاوی پیشایندها و پسایندهای فرهنگ کارآفرینی در آموزش عالی عراق و طراحی مدل مفهومی جامع. **روش شناسی پژوهش:** پژوهش با رویکرد آمیخته (کیفی-کمی) انجام شد. در بخش کیفی از تحلیل محتوای کیفی با رویکرد استقرایی استفاده گردید و با ۲۰ نفر از صاحب‌نظران مطلع به روش نمونه‌گیری هدفمند مصاحبه نیمه‌ساختاریافته انجام شد. در بخش کمی، پژوهش توصیفی-پیمایشی بود و از میان جامعه آماری ۱۲۰۰ نفری کارشناسان و متخصصان مدیریت دولتی، آموزش عالی و کارآفرینی، ۲۹۰ نفر به روش نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شدند. ابزار پژوهش پرسشنامه محقق ساخته با اعتبار محتوایی تأیید شده بود. داده‌ها با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS و AMOS تحلیل شدند.

یافته‌ها: نتایج بخش کیفی به شناسایی ۱۹۰ مقوله کلی در قالب ۱۵۸ خرده‌مؤلفه، ۲۷ مؤلفه اصلی و ۶ بعد شامل پیشایندهای شناختی، عاطفی، رفتاری، اداری و سازمانی، فرهنگ کارآفرینی و پسایندهای فرهنگ کارآفرینی منجر شد. نتایج بخش کمی نشان داد مدل فرهنگ کارآفرینی در آموزش عالی عراق از برازش مناسب برخوردار است.

کلیدواژه‌ها: کارآفرینی، فرهنگ کارآفرینی، آموزش عالی، عراق.

طبقه‌بندی موضوعی: I23, L26, M14, O15

^۱ دانشجوی دکتری مدیریت دولتی، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران.

^۲ دانشیار گروه مدیریت، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران (نویسنده مسئول). sa.sharifi@khuisf.ac.ir

^۳ استادیار دانشگاه المستنصریه، بغداد، عراق.

^۴ استادیار گروه مدیریت و برنامه‌ریزی فرهنگی، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران.

نحوه استناد به مقاله: عبد علی، ح.، شریفی، س.، احمد جاسم، ا. و صادقی، م. (۱۴۰۴). پیشایندها و پسایندهای فرهنگ کارآفرینی در آموزش عالی عراق. مهندسی مدیریت نوین.

۲۵۲-۲۲۰، (۳)۱۱

مقدمه

اگر امروزه دانشگاه ها و موسسات آموزش عالی را از یک سو، محل پرورش نیروی انسانی متخصص مورد نیاز توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی ([Kioupi & Voulvoulis, 2011](#))؛ و از سوی دیگر، محل تولید و توزیع اندیشه در نظر می گیرند، به این دلیل است که دانشگاه ها باید به عنوان یک نهاد اجتماعی به نیازها، ضروریات و الزامات توسعه ی جامع پاسخگو باشند؛ زیرا ماموریت اصلی آموزش عالی برآورده کردن نیازهای خاص آموزشی و آموزش حرفه ای افراد و همین طور نیازهای جامعه و توسعه اقتصادی جامعه است.

نگاه به تحولات نسلی دانشگاه نشان می دهد در فرازوی از آموزش در نسل اوّل و نیز به تولید علم در نسل دوم اتصال آن به جامعه و صنعت و به نسل های بعدی یک مطالبه جدی از دانشگاه است. حال آنکه ضعف هر یک از نسل ها سبب شده است نسل دیگری در راستای تکمیل آن ظهور یابد. چنین بازتفکری نسبت به آموزش عالی امکانی برای رویارویی دانشگاه ها با تمام قوا در سطح جهان برای برتری نسبت به هم بر اساس شاخص های جدید ایجاد می کند ([Barron, 2022](#)).

ارتباط میان کارآفرینی و فرهنگ، از دو جنبه قابل بحث است. از یک سو، نتایج کارآفرینی بر جامعه تأثیر می گذارد و از سوی دیگر، فرایند کارآفرینی و فرهنگ حاکم بر آن، علاوه بر اینکه متأثر از مبانی فرهنگ جامعه است، می تواند تحولات اساسی نیز در آن ایجاد کند. کارآفرینی با ایجاد فرصت های شغلی، تولید ثروت و بهبود شرایط اقتصادی، پیش زمینه ای اساسی برای ارتقای فرهنگ جامعه است. با رفع نیازهای اولیه معیشتی، زمینه برای بروز نیازهای عالی تر انسانی فراهم می شود و اگر این کار در مسیری درست هدایت شود، به شکوفایی و تعالی انسان ها و جامعه می انجامد. علاوه بر این، نوآوری که از مشخصه های اساسی کارآفرینی است، موجب تولید محصولات و خدمات جدیدتر و متنوع تر می گردد و بدین ترتیب، قدرت انتخاب مردم افزایش می یابد. با افزایش میزان رفاه، آسایش و اوقات فراغت افراد، فرصت های بیشتری برای فعالیت های فرهنگی ایجاد می شود.

کارآفرینی یکی از راه حل های بیکاری در بین جوانانی است که ملت های آنها با آن مواجه هستند که بخش های مختلف چالش های اقتصادی را ایجاد می کند. در نتیجه،

گام‌های متعددی توسط دولت‌ها به‌عنوان سیاست‌گذار برای ارتقای بخش کارآفرینی برای افزایش خوداشتغالی و ایجاد شغل از طریق تنوع‌بخشی به اقتصاد ملی به‌جای وابستگی صرفاً به منابع درآمد خاص، برداشته شده است. فرهنگ کارآفرینی برای سال‌ها از زمان رشد سرمایه‌گذاری‌های تجاری مبتنی بر فناوری، حوزه‌ای ارزشمند در تحقیقات مدیریت بوده است. در زمینه کسب‌وکارها، فرهنگ کارآفرینی ممکن است به عنوان نگرش‌ها، ارزش‌ها، مهارت‌ها و قدرت یک گروه یا فردی که در سازمانی کار می‌کند که با ریسک مشخص می‌شود، توصیف شود.

بی‌شک در توسعه فرهنگ کارآفرینی در نظام آموزش عالی عراق، عوامل متعددی دخیل هستند که ضرورت دارد شناسایی شوند و درجه تأثیرگذاری هر یک از آن‌ها مشخص گردد. با توجه به ضرورت تقویت زمینه‌های ایجاد و توسعه خلاقیت و نوآوری و نیز برخی ملاحظات سیاسی و اجتماعی؛ کشور عراق نتوانسته اند انعطاف‌پذیری لازم را در مواجهه با فعل و انفعالات محیطی کسب کنند. از این‌رو، پژوهش حاضر به دنبال پاسخگویی به این سؤال است که عوامل مؤثر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی در نظام آموزش عالی عراق کدام هستند و میزان اهمیت هر یک از آن‌ها چقدر است؟ و در نهایت اینکه راهکارها و راه‌حل‌های عوامل زمینه‌ای و مداخله‌گر در توسعه فرهنگ کارآفرینی در نظام آموزش عالی عراق کدام هستند؟

پژوهش حاضر به این دلایل از حیث نظری و عملی حائز اهمیت است که به دنبال توسعه مفهومی مدل فرهنگ کارآفرینی در آموزش عالی عراق و استخراج مؤلفه‌های مناسب و کارآمد، پیشینه جدیدی فراهم می‌آورد و زمینه تفکیک آن را از سایر سبک‌ها مشخص می‌سازد. با انجام این تحقیق شکاف نظری در حوزه فرهنگ کارآفرینی در آموزش عالی مرتفع می‌شود و مفهوم این فرهنگ کارآفرینی در آموزش عالی، ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌ها و نحوه بهبود و توسعه آن شناسایی و توسعه داده می‌شود.

کارآفرینی یکی از راه‌حل‌های بیکاری یا جویای کار در بین جوانانی است که ملت‌ها با آن مواجه هستند که بخش‌های مختلف اقتصادی را ایجاد می‌کند. در نتیجه، گام‌های متعددی توسط دولت‌ها به‌عنوان سیاست‌گذار برای ارتقای بخش کارآفرینی برای افزایش خوداشتغالی و ایجاد شغل از طریق تنوع‌بخشی به اقتصاد ملی به‌جای وابستگی صرفاً به منابع درآمد خاص، برداشته شده است. تمرکز بر آموزش با اجرا و تقویت آموزش

کارآفرینی بر قصد کارآفرینی دانشجویان تأثیر می‌گذارد که دانش، مهارت‌ها و طرز فکر مورد نیاز را برای دنبال کردن کارآفرینی به عنوان مسیر شغلی ارائه می‌دهد (Al-Lawati, 2022).

با توجه به خلاء علمی و عملی پژوهش و مطالعات تجربی، باور بر این است که مدل جامع و یکپارچه به منظور ایجاد پیشرفت‌های نظری و تجربی در ادبیات مفهومی مدل فرهنگ کارآفرینی مدل فرهنگ کارآفرینی در آموزش عالی عراق با توجه به نیازهای آتی جامعه مورد نیاز است. لذا انجام پژوهشی جامع در سطح پاسخگوبودن الگوی مفهومی آموزش عالی عراق در برابر جامعه‌ای متفاوت از گذشته با خواسته‌ها و انتظارات و آرزوهای متفاوت در عصری پیچیده اما شفاف در قبال نیازهای جامعه حائز اهمیت است.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

اگرچه نظریه‌پردازان برای تعریف کارآفرینی همت کرده‌اند، اما همچنان تعریف واحدی از آن وجود ندارد (Bula, 2012). چراکه کارآفرینی یک اصطلاح چندبعدی^۱ بوده و برای تعریف بسیار دشوار است. اگرچه تا مدت‌ها کارآفرین به مثابه سرمایه‌گذار پنداشته می‌شد اما بعدها، مطالعه‌های نظری و تجربی تمایزی غنی بین آن‌ها به وجود آورد و کارآفرینی با ویژگی‌هایی مانند ریسک‌پذیری، نوآوری و صلاحیت مدیریتی را از سرمایه‌گذار متمایز کرد (Karlsson et al., 2004). در معنای مدرن اقتصاد بازار، یک کارآفرین یک عامل اقتصادی است که نوآورانه رفتار فعال و عمداً مالی را می‌پذیرد (Panda, 2011).

در پژوهش‌های متعدد، برخی از عناصر کارآفرینی دانشگاه مشخص می‌شود، موضوعاتی همچون سازگاری سازمانی با تغییرات محیطی، تمایز مدیریتی و حکومتی، مسئولیت‌های جدید خود اعضاء، فعالیت‌های جدیدی که به توسعه فرهنگ کارآفرینی در تمام سطوح می‌پردازند. به این ترتیب، کارآفرینی در دانشگاه‌ها بازتابی از سازگاری سازمانی با محیط‌های متغیر و ظرفیت دانشگاه‌ها برای تولید نوآوری از طریق پژوهش و ایده‌های جدید است.

نتیجه نهایی فعالیت مؤسسات آموزش عالی، خدمات آموزشی به عنوان فرآیندی برای تأمین نیازهای نامشهود مصرف‌کنندگان به دانش و کالا در قالب کتاب‌های درسی،

^۱ Multidimensional

راهنما، تک نگاری، تحولات روش شناختی و غیره است (Kukharska, 2022). حرکت به سوی الگوی سه گانه هلیکس از مشارکت بین دولت، صنعت و آموزش عالی (Pechter, 2022; Ogunsanya, 2021) است.

پاسخ راهبردی به «تسریع» تقاضا برای آموزش عالی (Klofsten, 2019) بین المللی کردن دانشگاه (Ballantine, 2021) و راهبردهای مقابله با رقابت جهانی (هر دو فرصت و تهدید)؛ ماهیت در حال تغییر جامعه دانش و چالشی که این موضوع در سازمان دهی دانش در آموزش عالی به وجود می آورد. فشار بر روی دانشگاه ها برای پاسخگویی اجتماعی و اقتصادی به مشکلات توسعه منطقه ای در یک زمینه جهانی همه نشان از ناتوانی آموزش عالی در فرهنگ سازی کارآفرینی در گذشته برای پاسخ گویی به نیازها و تحولات جامعه دارند.

از اواسط دهه ۱۹۸۰، نقش سنتی دانشگاه به عنوان یک خالق علمی تا حدی محافظه کارانه بود. کارشناسان در حوزه آموزش عالی نقش تأثیرگذار در ساختن اقتصادهای دانش و جوامع دموکراتیک را تأیید کرده اند. از این رو مجبور به تعدیلات مهم برای پاسخ گویی به خواسته های جامعه شدند.

فرهنگ کارآفرینی اهمیت مجموعه نهادهای غیررسمی مانند ارزش ها، هنجارها و دانش موروثی را که به طور گسترده با فعالیت کارآفرینی در یک زمینه خاص مرتبط است، برجسته می کند (Ferreira & Dinis, 2024; Mustafa et al., 2018; Zhai et al., 2019).

از دیدگاه نهادی، این امر که فعالیت کارآفرینی تا چه حد به فرهنگ کارآفرینی بستگی دارد مستلزم بررسی تأثیر بالقوه و سرریز مثبت نهادهای رسمی، مانند سیاست های دولتی به ویژه دانشگاه ها، بر نهادهای غیررسمی، مانند فرهنگ کارآفرینی است (Chowdhury et al., 2019).

شواهد موجود نشان می دهد که فرهنگ کارآفرینی معمولاً بازخورد مثبتی را برای افرادی فراهم می کند که جرأت می کنند ریسک کنند و راه حل های جدیدی برای روش انجام کسب و کار پیشنهاد کنند (Danish et al., 2019).

در چند سال اخیر، فرهنگ کارآفرینی به عنوان یک مفهوم بسیار قابل توجه در ادبیات مدیریت ظاهر شده است. فرهنگ کارآفرینی به عنوان نگرش، ارزش ها، مهارت ها

و قدرت یک گروه یا افراد شاغل در یک موسسه یا یک سازمان برای ایجاد درآمد تعریف شده است (Danish et al., 2019). باید توجه داشت که با توجه به فرهنگ کارآفرینی در یک سازمان، نوآوری یکی از مهمترین عناصر رشد و موفقیت آن است، بنابراین تحقیق در مورد این موضوع به طور خاص در زمینه کارآفرینی همچنان مورد نیاز است. در عرصه آموزش عالی توسعه عناصر فرهنگ کارآفرینی مستلزم ایجاد یک محیط آموزشی مناسب برای ایجاد ارزش های کارآفرینانه، پروژه های اجتماعی-حرفه ای منحصر به فرد، محصولات مفید و خدمات نوآورانه است.

پژوهش های فراوانی در خصوص کارآفرینی و حتی فرهنگ کارآفرینی در ایران و اکثر کشورهای پیشرو در مقوله کارآفرینی دانشگاهی انجام شده است؛ فعالیت های درون آفرینی در زمینه دانشگاه کارآفرینی (Henry & Lahikainen, 2024) فرهنگ کارآفرینی و آموزش کارآفرینی (Valencia-Arias, 2022) رفتار کارآفرینانه دانشجویان آموزش عالی (Adeel, 2023)، فرهنگ کارآفرینی در مؤسسات آموزشی (Al-Lawati, 2023)، اقتصاد سیاسی فرهنگ کارآفرینی در آموزش عالی و توسعه فرهنگ کارآفرینی، توسعه کارآفرینی آموزشی (Moradian et al., 2019)، ترویج فرهنگ کارآفرینی با رویکرد اسلامی (Ahmadi, 2012) از این نمونه اند. در همین راستا هر چند پژوهش های قابل توجهی نیز در خصوص چالش های محیطی کارآفرینی در دانشگاه های دولتی عراق (Aldawod, 2022)؛ کارآفرینی دانشگاهی دانشکده های خصوصی عراق (AL-TAIE, & ALSIEDE, 2022)؛ الزامات استراتژی کارآفرینی (Hasan, 2021)؛ فرهنگ کارآفرینی در بین دانش آموزان (Al-Mahrouqiya, 2021) ترویج فرهنگ کارآفرینی در بین جوانان دانشگاه (Amy. 2021) در فضای جامعه عربی انجام شده است. با این وجود شکاف نظری قابل توجهی در خصوص فرهنگ کارآفرینی در آموزش عالی عراق با مطالعات مربوط به کارآفرینی وجود دارد.

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از منظر هدف اکتشافی - کاربردی، از نظر روش پژوهش به روش ترکیبی (کیفی و کمی) به انجام گرفت. در فاز کیفی روش از نوع تحلیل محتوای کیفی به شیوه استقرایی انجام گرفت. جامعه پژوهش در تحقیق حاضر کلیه خبرگان و متخصصان

موضوعی در زمینه کارآفرینی شامل اساتید دانشگاه هستند. نمونه‌گیری نظری فرآیندی از جمع‌آوری داده‌ها برای تولید نظریه است که به موجب آن تحلیل‌گر به طور مشترک کدها را جمع‌آوری می‌کند و داده‌ها را تجزیه و تحلیل می‌کند و تصمیم می‌گیرد چه داده‌هایی را در مرحله بعدی جمع‌آوری کند و کجا آنها را پیدا کند تا نظریه‌ای را ایجاد کند. چندین روش مهم وجود دارد که مطالعات نظریه زمینه‌ای با سایر رویکردهای تحقیقات کیفی متفاوت است و یکی از آنها در نحوه انجام نمونه‌گیری است. درست مانند نمونه‌گیری کیفی هدفمند، نمونه‌گیری نظری شامل انتخاب شرکت‌کنندگان بر اساس ویژگی‌های خاص است.

محقق با ۲۰ نفر به سطح اشباع داده‌ها رسید. به منظور تأیید اشباع تا دو نفر دیگر مصاحبه‌ها ادامه یافت و محقق دریافت که داده جدیدی فراتر از آنچه با ۲۰ نفر به آن دست یافته حاصل نمی‌شود؛ برای این منظور از نسبت کدهای استخراج شده به کدهای جدید در هر مصاحبه استفاده شد. ویژگی‌های جمعیت شناختی مشارکت‌کنندگان به شرح جدول (۱) ارائه شده است.

جدول (۱) ویژگی‌های جمعیت شناختی مشارکت‌کنندگان

ردیف	رشته تحصیلی و مقطع تحصیلی	جنسیت	سن
۱	استاد سیستم‌های اطلاعاتی و مدیریت دانش	مرد	۳۰ سال
۲	استاد منابع انسانی و مدیریت دانش	زن	۲۵ سال
۳	استادیار مدیریت کیفیت و استراتژی	مرد	۲۰ سال
۴	استاد در مدیریت تولید و عملیات	مرد	۲۵ سال

۵	استادیار مدیریت استراتژیک و تئوری سازمان	تدریس در دانشگاه المستنصریه، گروه مدیریت بازرگانی	۲۳ مرد سال
۶	استاد تئوری سازمان و مدیریت استراتژیک	رئیس گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه کوفه	۱۹ مرد سال
۷	استاد مدیریت استراتژیک	مدیر مرکز تحقیقات و مطالعات و رئیس گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه دهوک	۲۶ مرد سال
۸	کارشناسی ارشد مدیریت منابع انسانی	یک کارمند در دفتر رئیس اداره اداری	۱۵ زن سال
۹	استادیار مدیریت بازاریابی	رئیس گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه موصل	۲۲ زن سال
۱۰	دکتری علوم اداری	مدیر اداره بهداشت واسط	۲۵ مرد سال
۱۱	استاد بانکداری و مدیریت مالی	رئیس دانشکده اقتصاد بازرگانی دانشگاه النهرین	۲۹ زن سال
۱۲	استادیار، دکترای مدیریت مالی و بانکی	تدریس در گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه کربلا	۱۵ زن سال
۱۳	دکتری ارشد مدیریت سیستم ها	مدیر اداره بانک اطلاعات	۳۰ مرد سال
۱۴	کارشناسی ارشد رفتار سازمانی	کارمند	۲۳ مرد سال
۱۵	کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی	بخش اداری	۲۸ زن سال
۱۶	دکتری سیاست کذاری	مدیر گروه برنامه ریزی منابع	۲۴ مرد سال
۱۷	استاد سیاست عمومی	رئیس گروه مدیریت بازرگانی در کالج دانشگاه الکوئ	۲۳ مرد سال

۱۸	دکتری سیاست عمومی	مدیر بخش اداری وزارت بهداشت	۲۶ زن سال
۱۹	استاد مدیریت تولید و عملیات	تدریس در گروه مدیریت دانشگاه کربلا	۲۱ مرد سال
۲۰	استادیار، دکترای فناوری حسابداری	رئیس بخش حسابداری کالج دانشگاه کوت	۱۵ مرد

در این تحقیق از شیوه کدگذاری باز، محوری استفاده شد. در تجزیه و تحلیل پژوهش حاضر، مراحل مختلف فرایندهای ذکر شده، با دقت انجام شد. در ابتدا کلیه اظهارات حاصل از مصاحبه شرکت کنندگان پیاده و پس از چندین بار بررسی مطالب مهم استخراج و به طور مجزا در مورد هر مصاحبه شونده دسته بندی شد. با توجه به اینکه جامعه آماری در بخش دوم پژوهش شامل کلیه کارشناسان کارآفرینی، متخصصان آموزش عالی، مدیریت آموزشی، کسب و کار و مدیریت دولتی در دانشگاه ها و مراکز تحقیقاتی مرتبط با وزارت علوم عراق فعالیت دارند. از آنجایی که تعداد آنها قابل برآورد نیست با استفاده از یک مطالعه مقدماتی و محاسبه میزان واریانس و همچنین سطح خطای یک درصد حجم نمونه برابر ۲۹۱ نفر برآورد گردید؛ که از این میان ۲۹۰ پرسشنامه قابلیت استفاده در تحلیل های آماری را داشت؛ بنابر این نرخ بازگشت پرسشنامه ۹۹ درصد بدست آمد. با توجه به اینکه امکان دسترسی به صورت یکجا و به شکل تصادفی برای همه اعضای جامعه وجود نداشت و از سویی نمونه آماری به دلیل بهره مندی از نظرات متخصصین دارای پراکندگی بود نمونه گیری در این پژوهش به صورت تصادفی از طریق توزیع الکترونیکی پرسشنامه انجام گرفت.

در این پژوهش به منظور تعیین پایایی ابزار پژوهش از ضریب آلفای کرونباخ^۱ استفاده شده است. بر اساس جدول (۲) ضرایب پایایی به دست آمده حاکی از اعتبار بالای ابزار اندازه گیری است.

جدول (۲) ضرایب پایایی

ضریب آلفا	ابعاد
۰,۸۹	پیشایندهای شناختی

^۱ Coronnachs alpha coefficient

۰,۸۸	پیشایندهای عاطفی
۰,۸۷	پیشایندهای رفتاری
۰,۸۶	پیشایندهای اداری و سازمانی
۰,۸	فرهنگ کارآفرینی
۰,۸۷	پسایندهای فرهنگ کارآفرینی

به منظور سنجش روایی محتوایی از ضریب لاوشه استفاده شد برای تعیین CVR از ۵ نفر متخصص رشته‌های علوم انسانی شامل مدیریت، آموزش عالی و علوم اجتماعی درخواست شد تا هر آیت‌م را بر اساس طیف دو قسمتی «ضروری است» و «ضرورتی ندارد» به شکل موافق و مخالف بررسی نمایند و سپس پاسخ‌ها مطابق فرمول زیر محاسبه گردید. باتوجه به ضریب نسبی روایی محتوا (CVR) تمامی گویه‌های دارای امتیاز بالای ۰,۷۵ می‌باشند و از نظر خبرگان دارای اعتبار کافی برای سنجش در قالب پرسشنامه می‌باشند. در پردازش اطلاعات و آزمودن فرضیات از بسته نرم‌افزاری SPSS و Amos استفاده گردید

اهداف تحقیق

۱. شناسایی مولفه‌های مدل فرهنگ کارآفرینی در آموزش عالی عراق
۲. تعیین برازش مدل تحلیل با استفاده معادلات ساختاری

تجزیه و تحلیل داده‌ها

در بخش یافته‌های پژوهش بر اساس سوالات و اهداف و با توجه به فرآیند تحقیق از طریق کد گذاری باز و محوری مولفه‌های پیشایندهای مدل فرهنگ کارآفرینی در آموزش عالی عراق پیشایندهای شناختی، پیشایندهای عاطفی، پیشایندهای رفتاری، پیشایندهای اداری و سازمانی و پسایندهای فرهنگ کارآفرینی در ادامه همراه با خرده مولفه‌ها و مفاهیم اولیه استخراج شده آورده شده است. به منظور پاسخ به سؤال پژوهش در خصوص مولفه‌های فرهنگ کارآفرینی در آموزش عالی یافته‌های پژوهش در جدول (۳) در قالب مؤلفه‌ها و خرده مؤلفه‌ها و درصد فراوانی بین پاسخ‌دهندگان ارائه شده است.

جدول (۳) مؤلفه‌ها و خرده مؤلفه‌ها و درصد فراوانی کدهای استخراج شده از مصاحبه‌ها در بعد
پیشایندهای شناختی

مؤلفه	مؤلفه اصلی / درصد	خرده مؤلفه	خلاصه اظهارات بیان شده
پیشایندهای شناختی	سواد فرهنگی	شناخت فرهنگی	درک مفاهیم و مضامین فرهنگی بین کنشگران دانشگاهی
		آگاهی فرهنگی	فهم روزآمد مسائل در حوزه‌های مختلف آموزشی و پژوهشی اعم از آگاهی از باورهای قومی و فرهنگ
		تفکر خلاق	برانگیختن علاقه و انگیزه برای راه‌اندازی کسب‌وکار
		دانش فرهنگی	سطح اطلاعات فرهنگی در زمینه‌های مختلف آموزش عالی
	حساسیت فرهنگی	تعصب فرهنگی	کنترل تعصبات فرهنگی خود برای درک بهتر واقعیت‌های فرهنگی برخاسته از بستر
		توان تحمل ابهام	گشودگی نسبت به تفاوت‌های فرهنگی برای درک تفاوت‌ها
		بومی‌سازی	متناسب‌سازی رویکردهای کارآفرینانه با فرهنگ بومی
		چند مهارتی	توسعه مهارت‌های زبانی برای ارتباطات فرهنگی
	نگرش فرهنگی	مهندسی تغییر	تغییر در انتظارات سیستم‌های آموزشی از یادگیرندگان و فرآیند یادگیری
		نگرش بین نسلی	درک تفاوت در نگرش‌های نسل جدید نسبت به مسائل مختلف در دانشگاه‌ها
	نگرش فرهنگی	نگرش های قومی	توانایی درک تفاوت های قومی و فرهنگی و استفاده از فرصت های کارآفرینانه بین آنها
		فرهنگ دانشگاهی	درک ظرفیت های دانشگاهی در فضای کارآفرینانه
		فرهنگ توسعه	تمایل به توسعه از طریق کارآفرینی در فضای دانشگاهی
		میراث فرهنگی	دانش نسبت به ظرفیت های نظام دانشگاهی بر اساس قابلیت های کارآفرینی
	دانش تخصصی	آگاهی حرفه ای	کارآفرینان توانایی درک مفاهیم و مضامین تخصصی را بیش از عموم دارند.

مؤلفه	مؤلفه اصلی / درصد	خرده مؤلفه	خلاصه اظهارات بیان شده
		دانش کارآفرینی	آنها می توانند فراتر از انتظار دانش تخصصی نسبت به موضوعات داشته باشند
		سواد مالی	قابلیت های درک سرمایه گذاری و سودآوری
		سواد دیجیتالی	ظرفیت یادگیری و کاربست دیجیتالی
		ذهنیت کارآفرینی	توانایی درک فرصت ها و قابلیت های کارآفرینی
		تجربه	تجربه مواجهه با فرصت های مختلف به کارآفرینان قابلیت های تخصصی می دهد
		آگاهی روزمره	دانش نسبت به تحولات و مسایل روزمره
		آگاهی عمومی	داشتن اطلاعات نسبت به موضوعات عمومی و غیر تخصصی مهم است.

همان طور که یافته های جدول (۳) نشان می دهد مؤلفه های کارآفرینی در آموزش عالی در سطح شناختی، در چهار سطح سواد، نگرش و حساسیت فرهنگی و دانش تخصصی دسته بندی می شوند.

جدول (۴) مؤلفه ها و خرده مؤلفه ها و درصد فراوانی کدهای استخراج شده از مصاحبه ها در بعد

پیشایندهای عاطفی

مؤلفه	مؤلفه اصلی / درصد	خرده مؤلفه	خلاصه اظهارات بیان شده
پیشایندهای عاطفی	خودکارآمدی فرهنگی	مهارت های ارتباطی	توسعه مهارت های ارتباطی در بین گروه های کاری
		تجربه فرهنگی	تجربه فردی در فرهنگ های متفاوت
	نگرش کارآفرینانه	چالش انگیزی	توان مواجهه با چالش های پویایی اقتصادی
شناخت فرصت		شناخت فرصت های آموزش عالی	
انسجام دهی		تقویت نگره های همگرا در بین اعضای گروه	
سازگاری فرهنگی	هوش فرهنگی شبکه ای	سطح هوش فرهنگی در فعالیت شبکه ای	
	انطباق پذیری	انطباق در محیط های میان فرهنگی	
	حذف تعصب	کنترل سوی گیری های نامطلوب	
	هوش هیجانی	مدیریت خود	درک قابلیت های عاطفی و فردی در تعاملات میان فردی

مدیریت دیگران	توانایی کنترل دیگران در موقعیت های هیجانی
شناخت ظرفیت	درک ظرفیت های خود و دیگران در تعاملات دانشگاهی
مدیریت نشانه ها	درک صحیح ظرفیت های نشانه های و نمادین در تعاملات بین فردی
قوه هیجانی	توانایی درک هیجانهای منفی در محیط های دانشگاهی
خلق بالا	بالا بودن سطح خلق در مراودات میان فردی و اداری
گشاده رویی	برخورده مناسب و باز با دیگران در مواجهه با چالش های محیطی
ابتکار عمل	حضور به موقع و پیشدستانه برای اقدام
توسعه دادن دیگران	توانایی و ظرفیت توجه به دیگران برای توسعه شخصی
احساسات مثبت	ارایه احساس خوب به دیگران برای انجام کار
خودآگاهی عاطفی	احساس قوی از خودآگاهی
خودراهبری	توانایی خودراهبری در امور
خود تنظیمی	توانایی کنترل و تنظیم رفتارهایی خود در مقابل محیط
حافظه کاری	توانایی به خاطر سپاری مسایل محیط دانشگاهی
خودشکوفایی	توانایی شناخت ظرفیت های درونی و شکوفا کردن آن
دلبستگی عاطفی	احساس دلبستگی و تمایل عاطفی به انجام کار
اخلاق جمعی	خلق اعتماد و انصاف
آگاهی اجتماعی	سطح آگاهی از مسائل اجتماعی در سطوح مختلف سازمانی/شهری/ملی و..

ویژگی های فردی

همان‌طور که یافته‌های جدول (۴) نشان می‌دهد مولفه های کارآفرینی در آموزش عالی در سطح عاطفی، در چند بعد نگرش کارآفرینانه و سازگاری فرهنگی، هوش هیجانی و ویژگی های فردی دسته‌بندی می‌شوند.

جدول (۵) مؤلفه‌ها و خرده مؤلفه‌ها و درصد فراوانی کدهای استخراج‌شده از مصاحبه‌ها در بعد

پیشایندهای رفتاری

مؤلفه	مؤلفه اصلی / درصد	خرده مؤلفه	خلاصه اظهارات بیان‌شده
-------	-------------------	------------	------------------------

پیشایندهای رفتاری	رفتارهای ابتکاری	درک شبکه‌ای	درک بی‌مرز شدن جهان شبکه‌ای و توسعه محیط‌های مجازی
		فرصت‌یابی	کشف و خلق فرصت از بازارهای جدید
		مدیریت استعداد	جذب استعدادهای خلاق فرهنگی
		تنوع‌پذیری فرهنگی	ظرفیت‌سازی و توسعه نهادی در محیط‌های چند فرهنگی
		گروه‌محوری	قابلیت‌های ایجاد و تقویت کار گروهی
		میل به موفقیت طلبی	افزایش نیاز به موفقیت در اقدام به انجام کارهای ریسک‌دار
	شایستگی کارآفرینی	آموزش‌پذیری	قابلیت‌های آموزش بین فرهنگی
		قدرت انتخاب	توانایی انتخاب راهبردهای مؤثر
		فهم نیاز	توانایی تشخیص نیازهای نظام آموزش عالی
		استقلال شخصی	توانایی مستقل بودن در مقابل فشارها و نفوذ دیگران
		فرصت‌سازی	ایجاد بسترهای لازم برای توسعه کسب و کارهای دانشگاهی
		میل به پیشرفت	میل به توسعه و پیشرفت در خود و دیگران

همان‌طور که یافته‌های جدول (۵) نشان می‌دهد مولفه‌های کارآفرینی در آموزش عالی در سطح رفتاری، در دو بعد شایستگی کارآفرینی و رفتارهای ابتکاری دسته‌بندی می‌شوند.

جدول (۶) مؤلفه‌ها و خرده مؤلفه‌های استخراج‌شده از مصاحبه‌ها در بعد پیشایندهای اداری و سازمانی

مؤلفه	مؤلفه اصلی / درصد	خرده مؤلفه	خلاصه اظهارات بیان‌شده
پیشایندهای اداری و سازمانی	مهندسی سرمایه	وجدان کاری و اخلاق‌گرایی	وجدان کاری از الزامات اولیه حفظ سرمایه
		انعطاف‌پذیری و انطباق با محیط	توسعه سرمایه با انعطاف‌پذیری و تطابق با محیط انجام میشود
		انسجام سرمایه‌های سازمانی	توسعه ابعاد مختلف سرمایه‌های سازمانی
		مشارکت ذینفعان کلیدی	تلاش برای مشارکت همه ذینفعان در آموزش عالی
		حقوق مالکیت فکری	توجه به جنبه‌های مختلف مالکیت فکری و معنوی افراد در حوزه آموزشی

مؤلفه	مؤلفه اصلی / درصد	خرده مؤلفه	خلاصه اظهارات بیان‌شده
رفتار سازمانی مثبت گرا		جو مثبت سازمانی	ایجاد جو مثبت سازمانی برای ایجاد رفتارهای مثبت
		مثبت اندیشی	مثبت اندیشی در تقویت فرهنگ کارآفرینی الزام اساسی است
		خود انگاره مثبت کارکنان	کارکنان با خود انگاره مثبت رفتارهای مطلوب دارند
		رهبری استعدادها	استعدادهای افراد به نفع اهداف کارآفرینی در سطح گروه جهت داده شود
		مدارا و رواداری	تساهل و پذیرش خطای دیگران و تفاوت های رفتاری در جهت دهی به رفتار های مثبت
		خوش بینی	نگرش های خوش بینانه باعث توسعه خوش بینی می شود
		تقویت حس امیدواری	توسعه امیدواری در رفتارهای کارآفرینانه آموزشی تاثیر مثبتی دارد
		تقویت احساس امنیت	احساس امنیت باعث توسعه رفتارهای کارآفرینانه خواهد شد
		توسعه شبکه های اجتماعی	شبکه های اجتماعی ابار تاثیرگذار در توسعه ارتباطات کارآفرینی است
		توسعه شبکه های کسب و کار بین المللی	ارتباطات در شبکه های کسب و کار بین المللی فرصت آفرین است.
توسعه شبکه ای		بروکراسی اداری	بروکراسی اداری مانع جدی برای توسعه کارآفرینی در سطح سازمان است
		هوش فرهنگی در فعالیت شبکه ای	توجه به هوش فرهنگی برای توسعه فعالیت شبکه ای حیاتی است

مؤلفه	مؤلفه اصلی / درصد	خرده مؤلفه	خلاصه اظهارات بیان شده
دانش فناوریانه		تعاملات پایدار درون شبکه ای	حفظ تعاملات کارکنان دانشی درون شبکه ای به سمت پایداری برای کارآفرینی آموزشی توصیه می شود
		بازخوردگیری مؤثر	رهبران باید مستمر بازخوردگیری داشته باشند
		فرهنگ توسعه منابع	پذیرش اینکه حوزه آموزش نیاز به توسعه منابع دارد مبنای حرکت به سمت توسعه است.
		ارزش افزوده در فضای شبکه ای	فضای شبکه ای امکانی برا یایجاد ارزش های جدید و توسعه آن فراهم می کند.
		میزان به اشتراک گذاری مسایل	هر چقدر تمایل برای اشتراک گذاری مسایل بیشتر باشد میل به تعامل درون شبکه ای بیشتر خواهد بود
		کشف و خلق فرصت های درون شبکه ای	درون شبکه فرصت های برای توسعه وجود دارند که تقویت و توسعه آن از طریق تعاملات مداوم شکل می گیرد.
		کاهش ترس استفاده از فناوری	ترس استفاده از فناوری برای بهبود استفاده باید کاهش یابد.
		تقویت سطح سواد فناوریانه	سواد فناوریانه به ما برای درک و فهم فرصت های کمک می کند.
		توسعه پذیرش فناوری جدید	هر چقدر فناوری های جدید پذیرش شوند میل به کارآفرینی در محیط های فناور بالاتر خواهد رفت.
		مدیریت دانش زیر ساختی	برای توسعه زیر ساختی کارآفرینی مدیریت دانش باید در نظر گرفته شود.
		ارتقای نگرش و دیدگاه راهبردی به استفاده فناوری	توجه به استفاده از فناوری برای اهداف راهبردی در آموزش

مؤلفه	مؤلفه اصلی / درصد	خرده مؤلفه	خلاصه اظهارات بیان‌شده
شایستگی‌های حرفه‌ای		ایجاد بستر اعتماد درون نهادی	اعتماد درون نهادی به عنوان بستر مهمی برای تعاملات و ایجاد شبکه نقش بنیادی دارد
		توسعه سرمایه‌های حرفه‌ای	سرمایه‌های حرفه‌ای در حوزه حرفه‌ای سازی آموزش باید مد نظر قرار گیرند.
		تقویت نگره‌های همگرا	همگرایی برای رسیدن به اهداف بنیادین در کارآفرینی و آموزش
		توسعه هوش چندگانه	توجه به ابعاد مختلف هوش
		توسعه انسجام درون گروهی	انسجام درون گروهی برای ایجاد کارآفرینی در سطح گروه حیاتی است
انگیزش		تقویت صلاحیت‌های کارکنان	توجه به تقویت سطوح مختلف صلاحیت‌های کارکنان
		تقویت حس موفقیت طلبی گروهی	حس موفقیت طلبی در گروه تقویت شود
		افزایش حمایت سازمانی ادراک شده	افزایش حمایت سازمانی ادراک شده در ارتباطات و تهداف گروهی نیاز به توجه و تقویت انگیزه‌های میان فردی
		انگیزه‌های میان فردی	اهدافی که به صورت انگیزشی تنظیم می‌شوند محرک گروهی هستند
		هدف‌گذاری انگیزشی	سیستم‌های حمایتی می‌توانن گروه‌های کاری را برای دستیابی به اهداف تقویت کنند
آزادی فرهنگی		ایجاد سیستم تشویقی مشارکت‌زا	برای توسعه مشارکت در بین اعضای گروه نیاز به سیستم‌های مشوقی وجود دارد
		باورهای مشترک فرهنگی	باورهای مشترک زیرساخت‌های درک مشترک را برای اعضای گروه‌های کاری فراهم می‌کند.

مؤلفه	مؤلفه اصلی / درصد	خرده مؤلفه	خلاصه اظهارات بیان شده
		تقویت گفتگوی فرهنگی	گفتگوی فرهنگی باعث می شود افراد تعاملات خودشان را بر مبنای اشتراک در فهم جهت دهی کنند.
		احترام به تفاوت های فرهنگی	تفاوت های فرهنگی برای یافتن فرصت ها مناسب است اگر درک آنها توام با احترام باشد
		افزایش شفافیت	وجود و توسعه شفافیت برای ایجاد یک فضای گفتگوی آزاد در تسهیل درک متقابل کمک خواهد کرد.
		ایجاد فضای مناظره و بحث	مناظره و بحث به توسعه فضای آزاد و تسهیل گفتگوهای بین سازمانی و فرصت یابی کمک می کند.
		تشویق آواهای سازمانی	آواهای سازمانی برای چند صدایی شدن و تقویت فرصت یابی کمک کننده است.
		بیان داوطلبانه ایده ها	زمانی که ایده ها به شکل داوطلبانه بیان می شوند شناخت خلاقانه بیشتر شکل می گیرد.
		کنترل ناامنی ادراک شده	ناامنی در سطح همکاران می تواند توسعه ایده های خلاقانه را متوقف کند.

همانطور که یافته های جدول (۶) نشان می دهد فرهنگ کارآفرینی در بعد پیشایندهای اداری و سازمانی در مدیریت آموزش عالی در مولفه هایی شامل مهندسی سرمایه، رفتار سازمانی مثبت گرا، توسعه شبکه ای، دانش فناورانه، شایستگی های حرفه ای، انگیزش و آزادی فرهنگی دسته بندی می شوند.

جدول (۷) مؤلفه ها و خرده مؤلفه های فرهنگ کارآفرینی استخراج شده از مصاحبه ها

مؤلفه	مؤلفه اصلی / درصد	خرده مؤلفه	خلاصه اظهارات بیان‌شده
صفات کارآفرینانه	نگرش کارآفرینانه	نگرش کارآفرینانه	نگرش استقلال طلبانه
			مشارکت داوطلبانه
			نگرش زیبایی شناسانه
			نگرش نقادانه
			نگرش زیبایی شناسانه
			نگرش کاوش گرانه
			نگرش نو گرایانه
	منش کارآفرینانه	منش کارآفرینانه	منش کسب و کاری
			منش اخلاق مدارانه
			ضد بروکراسی
فرهنگ کارآفرینی	مهارت کارآفرینانه	مهارت کارآفرینانه	توانایی ایجاد اعتماد
			تدوین چشم انداز
			گفتگوی همگرا
			توسعه روابط صنعت و دانشگاه
			تعامل چندگانه
	مدیریت آینده	مدیریت آینده	برنامه ریزی برای آینده
			احساس نیاز به تغییر
			توجه به ارزش های آینده
			کشف بازاری
			اشتراک گذاری دانش
کنش کارآفرینانه	مدیریت دانش	مدیریت دانش	مدیریت دانش
			آگاهی بخش
			اکتشاف و توسعه دانش
			حفاظت از حقوق مالکیت معنوی
			توسعه فرهنگ فناوری
			انتقال و تبادل فناوری
			توسعه ایده‌های تجاری

تجاری سازی دانش	مدیریت تیم
توانمند سازی تیمی	
توسعه سبک رهبری مشارکتی	
انگیزه بخشی	
درک الگوهای رفتاری تیم	
جذب سرمایه های انسانی	مدیریت سرمایه
بازار محوری	
فروش حرفه ای	
ایجاد ارزش	
توجه به سرمایه های غیر پولی	
ثروت آفرینی	

همانطور که یافته های جدول (۷) نشان می دهد فرهنگ کارآفرینی در مدیریت آموزش عالی در مولفه هایی شامل صفات کارآفرینانه و کنش کارآفرینانه دسته بندی می شوند. جدول (۸) مؤلفه ها و خرده مؤلفه های پسایندهای فرهنگ کارآفرینی استخراج شده از مصاحبه ها

مؤلفه	مؤلفه اصلی / درصد	خرده مؤلفه	خلاصه اظهارات بیان شده
پسایندهای فرهنگ کارآفرینی	کارآفرینی آموزشی	تحریک رشد اقتصادی	فرهنگ کارآفرینی به تحریک اقتصادی برای رشد در سطح محلی و کلان منجر می شود
		کشف فرصت های بازار	کارآفرینی در آموزش به کشف فرصت های بازار برای فعالان آموزشی می انجامد
		تنوع مدل های کسب و کار جدید آموزشی	مدل های کسب و کار جدید آموزشی برای توسعه نیاز به درک تنوع از طریق کارآفرینی دارند.
		رویکردهای چند رشته ای به آموزش	کارآفرینی به توسعه رویکردهای چند رشته ای و تقویت آموزش کمک می کند
		توسعه تحقیقات کارآفرینی	توسعه تحقیقات کارآفرینی نیازمند تقویت فرهنگ کارآفرینی در سطح دانشگاه است.
		ارزش افزوده شرکت های نوپا	فرهنگ کارآفرینی ارزش افزوده شرکت های نوپا در سطح دانشگاه را تقویت می کند.

مؤلفه	مؤلفه اصلی / درصد	خرده مؤلفه	خلاصه اظهارات بیان‌شده
		ایجاد فرصت‌های رشد و توسعه آموزشی	فرصت‌های رشد و توسعه آموزشی در بستر کارآفرینی آموزشی ایجاد می‌شود.
		گسترش فعالیت‌های نوآورانه اجتماعی	نتایج کارآفرینی در سطح دانشگاه و نظام آموزشی گسترش فعالیت‌های نوآورانه اجتماعی است
		تقویت نظام ملی نوآوری	نظام ملی نوآوری با ایجاد بسترهای کارآفرینی در حوزه آموزشی متحول خواهند شد.
		تقویت هوش خلاق جمعی	خلاقیت از طریق تقویت هوش در محیط‌های گروهی از طریق کارآفرینی توسعه می‌یابد.
		توسعه ظرفیت یادگیری سازمانی	با اتکا به قابلیت‌های یادگیری سازمانی که در فضای کارآفرینی توسعه یافته می‌توان خلاقیت را بهبود داد.
یادگیری خلاق		توسعه استراتژی خلاقیت	استراتژی‌های سازمانی که به خلاقیت منجر می‌شوند از طریق کارآفرینی توسعه یافته‌اند
		تقویت تفکر خلاق	تفکر خلاق را می‌توان نتیجه فضای نوآورانه دانست
		افزایش ضریب نوآوری	فضای نوآورانه به توسعه خود نوآوری و تقویت آن کمک می‌کند
		ایجاد خوشه‌های کسب و کار خلاق	خوشه‌های کسب و کار خلاق در دانشگاه و ارتباط با صنعت تقویت می‌شوند
		تقویت رویکرد یادگیری	ضرورت توجه به یادگیری در موقعیت‌های کارآفرینانه
مشارکت دموکراتیک پایدار		پایداری نظام منابع انسانی آموزشی	منابع انسانی در حوزه آموزشی از طریق تقویت کارآفرینی به پایداری می‌رسد
		مشارکت داوطلبانه برون سازمانی	در این فضا بخش قابل توجهی از مشارکت از بیرون داوطلبانه خواهد بود

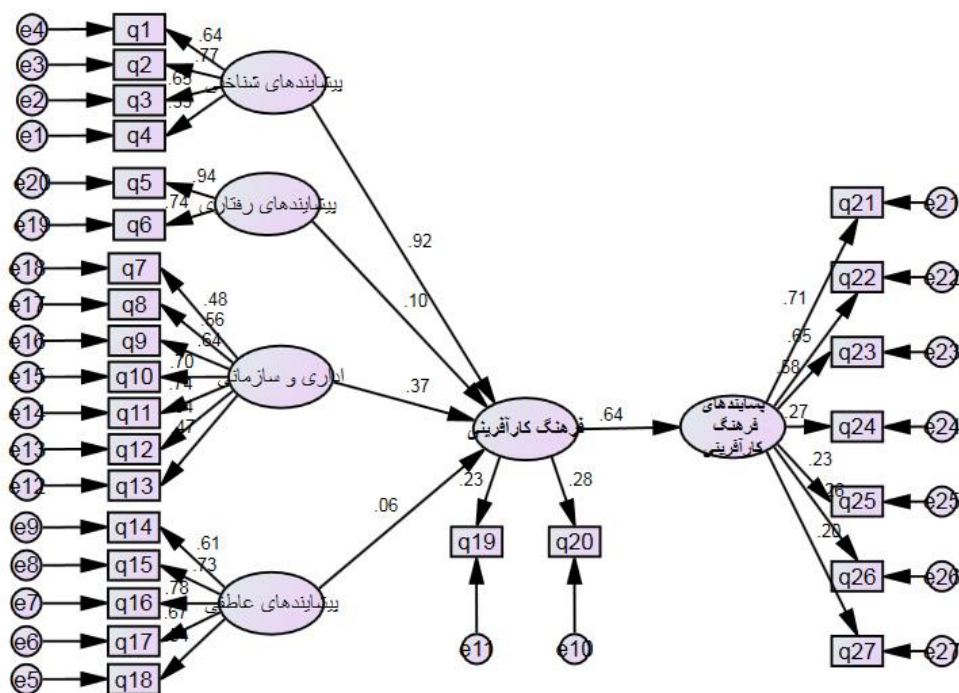
مؤلفه	مؤلفه اصلی / درصد	خرده مؤلفه	خلاصه اظهارات بیان شده
هویت سازمانی پویا	تقویت انعطاف پذیری	انعطاف پذیری زمانی که کارآفرینی نهادینه شود	تقویت خواهد شد
		مسئولیت اجتماعی	نتیجه کارآفرین شدن نظام آموزشی دستیابی به مسئولیت اجتماعی است
		ارزش افزوده نیروی انسانی ماهر	نیروی انسانی ماهر با ایجاد بسترهای کارآفرینانه ارزش افزوده مهمی خواهد یافت.
		توسعه دموکراسی سازمانی	دموکراسی سازمانی در محیط کارآفرینی به تقویت حضور جمعی منجر می شود
		احساس هویت جمعی	گروه در موقعیت کارآفرینانه به اتحاد قابل توجه و احساس هویت جمعی مشترکی می رسد
	تقویت اعتماد اجتماعی	بسترهای اعتماد اجتماعی در دانشگاه تقویت می شود	
		منزلت اجتماعی	فضای منزلت اجتماعی در بین کارکنان دانشی افزایش می یابد.
		بهبود همدلی بین نسلی	همدلی بین نسلی در فضای کار گروهی خلاقانه بهبود می یابد
		بهبود اعتماد به نفس	اعتماد به نفس در فضای خلاقانه ناشی از تمایل به کارآفرینی در موقعیت جمعی دانشگاه است.
		تقویت مشارکت های تیمی	برای بیشتر فعالیت های آموزشی نیز مشارکت های تیمی تقویت خواهد شد
خود مدیریتی	افزایش خودنظارتی	افزایش خوداشتغالی	بدون شک خوداشتغالی نتیجه کارآفرینی است که دانشگاه ایجاد می کند
		افزایش خودنظارتی	کارآفرینان موفق سطح بالایی از خودنظارتی را تجربه می کنند
		افزایش خودکارآمدی نسلی	میل به خودکارآمدی در بین نسل های دانشگاهی نیز افزایش خواهد یافت

مؤلفه	مؤلفه اصلی / درصد	خرده مؤلفه	خلاصه اظهارات بیان‌شده
مؤلفه اجتماعی دانش	برونداد اجتماعی دانش	مدیریت سرمایه‌های اجتماعی	سرمایه‌های اجتماعی در تعاملات بین فردی و نهادی تقویت خواهد شد.
		پاسخگویی به نیازهای واقعی جامعه	نیازهای جامعه در سطحی از انتظارات واقعی پاسخ داده خواهد شد
		توسعه ظرفیت های دانش بنیان	ظرفیت های دانش بنیانی دانشگاه ها از طریق فعالیت های کارآفرینانه تقویت می شود
		بهره‌برداری از دانش	دانش کاربردی از طریق فضای کارآفرینانه بهره‌برداری می شود
	دانشگاه محوری	استقلال دانشگاهی	
		استقلال فکری اعضای دانشگاه	
		مسئولیت پذیری اعضای دانشگاه	
		محدود کردن قدرت سیاسی	
	تحول دانشگاهی	عمومی سازی دانش	
		توسعه گفتمان دانشگاه محور	
مؤلفه		باز اندیشی آموزش عالی	چرخ از الگوهای سنتی اداره
			باز اندیشی در میراث ضمنی آموزش عالی
			ساختار شکنی در فرآیند و محتوای آموزش

همانطور که یافته‌های جدول (۸) نشان می‌دهد پسایندهای فرهنگ کارآفرینی در مدیریت آموزش عالی در مولفه‌هایی کارآفرینی آموزشی، یادگیری خلاق، مشارکت دموکراتیک پایدار، هویت سازمانی پویا، خود مدیریتی و برونداد اجتماعی دانش دسته‌بندی می‌شوند.

معادلات ساختاری فرهنگ کارآفرینی در آموزش عالی

شکل (۱) نشان دهنده مدل برازش شده فرهنگ کارآفرینی در آموزش عالی را نشان می‌دهد. بر این اساس تمام ضرایب مدل نشان دهنده روابط تاثیر گذار بر یکدیگر هستند.



شکل (۱) مدل معادلات ساختاری فرهنگ کارآفرینی در آموزش عالی

جدول ۹ شاخص های ارزیابی مدل عاملی فرهنگ کارآفرینی در آموزش عالی

شاخص	درجه آزادی	کای اسکوئر نسبی	شاخص برازش تطبیقی	شاخص برازش تطبیقی مقصد	شاخص نیکویی	شاخص نیکویی	شاخص برازش	شاخص	شاخص
					برازش	برازش	اصلاح شده	برازش	برازندگی
مقدار	۳۲۱	۲/۹	۰/۸۲	۰/۸۲	۰/۸۷	۰/۸۶	۰/۸۶	۰/۸۷	۰/۸۷

شاخص های ارزیابی کلیت مدل عاملی در مجموع بیانگر این است که برازش داده ها به مدل برقرار است. همه شاخص های ارزیابی کلیت مدل عاملی با مدنظر قراردادن مقادیر مطلوب به این شاخص ها دلالت بر مطلوبیت مدل فرهنگ کارآفرینی در آموزش عالی دارند.

بحث و نتیجه گیری

توسعه فرهنگ کارآفرینی برای دانشجویان به یک موضوع مهم در مطالعه کارآفرینی تبدیل شده است. فرهنگ کارآفرینی به عنوان ارزش ها، رفتارها و مهارت های جوامع یا افراد

تعریف می‌شود که خلاقیت و نوآوری را درگیر می‌کنند. فرهنگ کارآفرینی در مؤسسات آموزشی در ارتقای سطح اعتماد به نفس و خلاقیت دانشجویان نقش دارد، همچنین آگاهی دانش آموزان از فرصت های کارآفرین بودن به جای کارگر بودن در آینده را در بر می گیرد مطالعات قبلی و شواهد تجربی عمدتاً تأیید کرده‌اند که فرهنگ کارآفرینی می‌تواند قصد کارآفرینی را تحریک کند (Fragoso et al., 2020). مجموعه رو به رشد ادبیات استدلال می‌کند که فرهنگ کارآفرینی می‌تواند طرز فکر دانشجویان را در مورد کارآفرینی شکل دهد.

نتایج این پژوهش با تحقیقات (Moradian et al., 2021) ، [Motamedinia et al.2021](#) ، [Hassan , 2021](#) ، [al.,2019](#) هم سویی دارد. معتمدی نیا و همکاران به مؤلفه های حمایتی پشتیبانی، سرمایه انسانی، سیاستگذاری، توسعه بازار، فرهنگی اجتماعی و مالی اقتصادی به ترتیب در رشد اکوسیستم کارآفرینی در بستر نظام آموزش عالی ایران تاکید داشتند (Motamedinia et al.2021). مرادیان و همکاران مولفه های انتشارات، گواهی ثبت اختراع، قرارداد پژوهشی، فرهنگ سازمانی، مدیریت کلان و ساختار سازمانی از عوامل اثرگذار و دانشجو، محتوای درسی، کسب و کار زایشی، منابع مالی، اساتید و مدیریت کلان از عوامل اثرپذیر شناسایی کردند (Moradian et al.,2019). حسن به عواملی همچون سرمایه ساختاری، سرمایه انسانی و سرمایه مشتری، صداقت، خیرخواهی و توانایی، قابلیت های خلاقانه، ریسک پذیری و فرهنگ کارآفرینی دست یافتند (Hasan , 2021).

به نظر می‌رسد عناصر زیادی برای حمایت از توسعه اقدامات کارآفرینانه به ویژه در محیط دانشگاهی ضروری باشد. از جمله، دسترسی به منابع مالی به شیوه ای کارآمد ضروری است. توانایی دسترسی به منابع مالی مختلف به عوامل دیگری بستگی دارد. در سمت عرضه، توانایی جمع‌آوری وجوه در بازارهای کارآمد، یا استقراض پول از واسطه‌ها و بانک‌های کارآمد، به‌ویژه، شرایط اساسی برای جمع‌آوری پول در شرایط مناسب را نشان می‌دهد. به عبارت دیگر، توانایی کل نظام اقتصادی برای به دست آوردن تأمین مالی لازم اغلب عنصری معین در نظر گرفته می‌شود که با ساختار نظام اقتصادی و مالی کشور مرتبط است. این جنبه‌ها بر ریسک و در نتیجه بر قیمت‌گذاری هر معامله تأثیر می‌گذارند.

یافته های مربوط به این پژوهش در بخش پیشایندهای شناختی دانش تخصصی را به عنوان یک عنصر مهم نشان می دهند؛ به نظر می رسد سواد مالی نقش اصلی را در رابطه بین کارآفرین، بازارهای مالی و واسطه ها و به طور کلی وام دهندگان بالقوه ایفا می کند. سواد مالی منبعی است که اجازه می دهد تا رابطه بین عوامل بازار بهبود یابد، زیرا عدم تقارن اطلاعاتی بین وام دهندگان و وام گیرندگان را کاهش می دهد به عبارت دیگر، سواد مالی نباید صرفاً یک عامل تشویقی در نظر گرفته شود. این یک عنصر ضروری برای توسعه یک کارآفرینی است.

در نهایت، توسعه کارآفرینی در آموزش عالی به ایجاد یک فرهنگ کارآفرینی قوی کمک می کند. از طریق برنامه ها و فعالیت هایی که توسعه کسب و کار را تشویق می کنند، دانشگاه ها می توانند محیطی را ایجاد کنند که دانشجویان را به ریسک پذیری، نوآوری و ایجاد فرصت های شغلی ترغیب کند. دانش آموزانی که درگیر فعالیت های کارآفرینی می شوند، الهام بخش هستند و به عنوان الگو برای همسالان خود عمل می کنند. همچنین می تواند روابط نزدیک بین دانشگاه ها و جامعه تجاری ایجاد کند و فرصت های همکاری سودمندی را بین دانشجویان و صنایع ایجاد کند.

در نتیجه، توسعه کارآفرینی در آموزش عالی مزایای قابل توجهی دارد. از طریق توسعه کارآفرینی، دانشجویان می توانند مهارت های تجاری خود را تقویت کنند، تجربه عملی کسب کنند و خود را برای مشاغل کارآفرینی آماده کنند. علاوه بر این، فرصت هایی برای ایجاد اشتغال، تقویت نوآوری و تقویت رابطه بین مؤسسات آموزش عالی و دنیای تجارت ایجاد می کند. دانشگاه ها باید با ارائه منابع، برنامه های مربیگری و محیطی که همکاری و نوآوری را تشویق می کند، به حمایت از توسعه کارآفرینی دانشجویی ادامه دهند. با انجام این کار، ما می توانیم نسلی با استعداد از کارآفرینان را پرورش دهیم که به رشد اقتصادی و توسعه اجتماعی کشور کمک می کنند.

از این رو انتظار می رود در نظام آموزش عالی عراق یک استاد حرفه ای، نقش های تجاری و آکادمیک را ادغام کند و شکاف دانشگاه و صنعت را از بین ببرد و تضاد منافع را به تلاقی منافع تبدیل نماید. در اصل، این مدل برای ادغام نقش های داخلی و خارجی در هر یک از سه مأموریت اصلی دانشگاه - آموزش، پژوهش و کارآفرینی ساخته شده است. دورنمای کرسی استادی که به آنها اجازه می دهد یک گروه تحقیقاتی دانشگاهی بسازند و

کمک مالی دریافت کنند، این پتانسیل را دارد که یک عامل کشتی برای این کارآفرینان علمی باشد تا برخی یا همه فعالیت‌های شرکت خود را در مجاورت دانشگاه جابجا کنند. بنابراین، پژوهش و قابلیت‌های انتقال فناوری دانشگاه هر دو با این نقش جدید استاد تقویت می‌شوند. دانشجویان عراقی عمدتاً ترجیح می‌دهند بلافاصله پس از فارغ التحصیلی در بخش خصوصی یا دولتی کارمند شوند تا اینکه یک تجارت جدید راه اندازی کنند. اکوسیستم تجاری عراق از کارآفرینی و مشاغل خانوادگی با هدف دستیابی به رشد اقتصادی پایدار با تنوع بخشیدن به اقتصاد حمایت می‌کند.

این مقاله به سیاستگذاران کمک می‌کند تا درک جامع‌تری از رفتار کارآفرینانه و انگیزه آنها برای کارآفرین شدن به دست آورند. به همین دلیل است که ما به نقش مؤسسات آموزشی، به عنوان یکی از ذینفعان اصلی، در اکوسیستم تجاری و دانشگاهی در عراق توجه کردیم. از این رو توسعه سیاست‌های کلان کارآفرینی از طریق استقلال دانشگاهی و ورود نخبگان به فضای سیاستگذاری می‌تواند تاثیر قابل توجهی داشته باشد. به مدیران و روسای دانشگاه‌ها پیشنهاد می‌شود به منظور ایجاد و تقویت فرهنگ کارآفرینی در نظام آموزش عالی شبکه‌ها و منابع متنوع و فراگیر را ایجاد نمایند. برای ایجاد یک تیم متنوع و فراگیر، اتخاذ شیوه‌های استخدام و ارتقاء منصفانه و شفاف، فراهم کردن فرصت‌های برابر و حمایت برای توسعه حرفه‌ای و پیشرفت شغلی، پرورش فرهنگ اعتماد، احترام، و تعلق، و تشویق و تشویق مهم است. یک شبکه متنوع و فراگیر گروهی از افراد است که دارای سوابق، تجربیات، مهارت‌ها، دیدگاه‌ها و هویت‌های متفاوتی هستند و می‌توانند پشتیبانی، مشاوره، راهنمایی، ارتباطات و فرصت‌هایی را برای سرمایه‌گذاری کارآفرینی ارائه دهند. یک شبکه متنوع و فراگیر می‌تواند به کارآفرین کمک کند تا به بازارها، مشتریان، سرمایه‌گذاران، شرکا و ذینفعان مختلف دسترسی داشته باشد و از آن بهره‌مند شود، همچنین از سایر کارآفرینان و سازمان‌ها یاد بگیرد و بهترین شیوه‌ها و تجربیات را با آنها تبادل کند. یک شبکه متنوع و فراگیر را می‌توان با حضور و مشارکت در رویدادها، برنامه‌ها و پلتفرم‌هایی که تنوع و شمول کارآفرینی را در نظر گرفته یا ترویج می‌کنند، مانند کنفرانس‌ها، کارگاه‌ها، مسابقات، مراکز رشد، شتاب‌دهنده‌ها و جوامع آنلاین ایجاد و نگهداری کرد. اتصال بخشی از درآمد دانشگاه و همچنین حقوق اعضای هیات علمی به عملکرد کارآفرینانه برحسب مؤلفه‌های مدیریت دانش که توسط این پژوهش نتیجه‌گیری شد

می‌تواند به توسعه علوم کارآفرین منجر شود. درج آن در به‌عنوان یک امکان برای کسب امتیاز مادی توسط دانشگاه عملی خواهد بود. دانشگاه می‌تواند در چشم اندازه خود به‌صورت مأموریتی عملکرد گروه‌ها و رشته‌های دانشگاهی را مشخص و در قالب برنامه‌های زمان‌بندی‌شده جهت استعدادیابی درون رشته‌ای، شناسایی اولویت‌های راهبردی و تقویت شبکه‌های تخصصی دانش برای دستیابی به این چشم اندازه اقدام کند.

منابع

- Adeel, S., Daniel, A. D., & Botelho, A. (2023). The effect of entrepreneurship education on the determinants of entrepreneurial behaviour among higher education students: A multi-group analysis. *Journal of Innovation & Knowledge*, 8(1), 100324.
- Ahmadi, F, Mafakhrinia, F, Faraji, B.(2012). Promoting entrepreneurship culture with an Islamic approach in universities in Kurdistan province. *Management in Islamic University*, 1(3), 485-502.
- Al-Lawati, E. H., Abdul Kohar, U. H., & Shahrin Suleiman, E. (2022). Entrepreneurial culture in educational institutions: A scoping review. *Cogent Business & Management*, 9(1), 1997237.
- Aldawod, A. (2022). Identifying the entrepreneurial environmental challenges in developing countries context: a study of public universities in Kurdistan Region-Iraq. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*.
- AL-TAIE, A. D. S., & ALSIEDE, Y. A. H. (2022). The Impact of Marketing Culture and Rational Decision on Academic Entrepreneurship and Entrepreneurial Marketing: Field Research for Iraqi Private Colleges. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 9(4), 131-142.
- Amy MS. (2021). Future vision means the way to organize society to promote the culture of entrepreneurship among al-Shabaab al-Jama'i. *General Journal of Social Services for Social Studies and Research*, 22 (22 part IV), 193-230.
- Al-Sayed, M. (2021). Requirements for the development of entrepreneurship culture in Al-Mulk Khalid University from the point of view of the academic leaders. *Al-Mujla Al-Elamiyya Lakliya Al-Hadij University Al-Wadi Al-Jadid University*, 13(38), 76-106.
- Al-Mahrouqiya, b. b. H. b. N., Badria bint Hamoud bin N, Al Balushiya, Basma bint Salem bin J, al-Hadabi, & Dawood Abdul Malik Y. (2021). The reality of entrepreneurship culture and delays among

- the students of the tenth and eleventh grades in the Sultanate of Oman. *Al-Majla al-Arabiya for Al-Uloom al-Tarbuiya and Nafsiya*, 5(22), 133-164.
- Ballantine, J. H., Stuber, J., & Everitt, J. G. (2021). *The sociology of education: A systematic analysis*. Routledge.
- Barron, G. R. (2022). How university rankings are made through globally coordinated action: a transnational institutional ethnography in the sociology of quantification. *Higher Education*, 1-18.
- Bula (2012) Performance of women Entrepreneurs in Small Scale Enterprises (SSEs): Marital and Family Characteristics.iiste publication Vol. 4 No. 7 of 2012.
- Chowdhury, F., Audretsch, D. B., & Belitski, M. (2019). Institutions and entrepreneurship quality. *Entrepreneurship theory and practice*, 43(1), 51-81.
<https://doi.org/10.1177/1042258718780431>.
- Danish, R. Q., Asghar, J., Ahmad, Z., & Ali, H. F. (2019). Factors affecting “entrepreneurial culture”: the mediating role of creativity. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 8(1), 1-12. <https://doi.org/10.1186/s13731-019-0108-9>.
- Etzkowitz, H. 2008. *Triple Helix—University Industry Government Innovation in Action*, New York, Routledge
- Ferreira, N. C., & Dinis, A. R. (2024). Linking national culture and entrepreneurship: a systematic literature review. *Management Decision*.
- Fragoso, R., Rocha-Junior, W., & Xavier, A. (2020). Determinant factors of entrepreneurial intention among university students in Brazil and Portugal. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 32(1), 33-57.
- Hasan, K. K. (2021). The relationship between intellectual capital and organizational trust and its impact on achieving the requirements of entrepreneurship strategy (The case of Korek Telecom Company, Iraq). *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 8(2), 130-146.
- Henry, C., & Lahikainen, K. (2024). Exploring intrapreneurial activities in the context of the entrepreneurial university: an analysis of five EU HEIs. *Technovation*, 129, 102893.
- Hayton, J. C., & Cacciotti, G. (2013). Is there an entrepreneurial culture? A review of empirical research. *Entrepreneurship & Regional Development*, 25(9-10), 708-731.
<https://doi.org/10.1080/08985626.2013.862962>.

- Karlsson C, Friis C, Paulsson T (2004) Relating entrepreneurship to economic growth, CESIS/JIBS Electronic Working Paper Series.
- Kioupi, V., & Voulvoulis, N. (2022). The Contribution of Higher Education to Sustainability: The Development and Assessment of Sustainability Competences in a University Case
- Klofsten, M., Fayolle, A., Guerrero, M., Mian, S., Urbano, D., & Wright, M. (2019). The entrepreneurial university as driver for economic growth and social change-Key strategic challenges. *Technological Forecasting and Social Change*, 141, 149-158.
- Kukharska, L. (2022). QUALITY OF EDUCATIONAL SERVICE IN UKRAINIAN HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS: CHALLENGE-RESULT PARADIGM. Collection of scientific papers «ΛΟΓΟΣ», (August 12, 2022; Zurich, Switzerland), 142-146.
- Mahmoud Basent F. (2021). The reality of publishing the culture of entrepreneurship at the University of Suez and suggestions for activation from the student's point of view: a field study. *Journal of Scientific Research in Education*, 22(1), 115-56.
- Moradian P, Salimi M, Jahaniyan R. (2019). Identifying the factors for the development of educational entrepreneurship in the higher education system. *Marine Science Education*, 7(2), 151-162.
- Motamedinia Z, Movahed Mohammadi, SH, Mehdizadeh, H. (2022). Explaining the entrepreneurship ecosystem model in the context of the agricultural higher education system in Iran. *Entrepreneurship Studies and Sustainable Agricultural Development*, 9(2), 19-36.
- Mustafa, M., Gavin, F., & Hughes, M. (2018). Contextual determinants of employee entrepreneurial behavior in support of corporate entrepreneurship: a systematic review and research agenda. *Journal of Enterprising Culture*, 26(03), 285-326.
- North, D. C. (1990). *Institutions, institutional change and economic performance* (Vol. 4). Cambridge university press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511808678>
- Ogunsanya, O. F. (2021). Monitoring and evaluation mechanisms of community engagement initiatives in Universities of Technology in South Africa (Doctoral dissertation).
- Otache, I., Edopkolor, J. E., Sani, I. A., & Umar, K. (2024). Entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: Do entrepreneurial self-efficacy, alertness and opportunity recognition matter?. *The International Journal of Management Education*, 22(1), 100917.

- Panda NM (2000). What Brings Entrepreneurial Success in a Developing Region? *J. Entrep.*, 9(2): 199-212
- Pechter, K. (2022). A Retrospective on the University–Industry Innovation Nexus in Japan: Empirical Assessment of Coauthorship in the Light of New Data. In *Systems Research II* (pp. 21-51). Springer, Singapore.
- Sami LA. (2017). The vision of Tabuk University students about the culture of entrepreneurship. *Journal of Economic and Administrative and Legal Sciences*, 1(8), 20-41.
- Shattock, M. (Ed) (2008). *Entrepreneurialism in Universities and the Knowledge Economy. Diversification and Organisational Change in European Higher Education*. University of London.
- Subotzky, G. (1999). Alternatives to the Entrepreneurial University: New Modes of Knowledge Production in Community Service Programs. *Higher Education*, 38(4), 401-440.
- Valencia-Arias, A., Arango-Botero, D., & Sánchez-Torres, J. A. (2022). Promoting entrepreneurship based on university students' perceptions of entrepreneurial attitude, university environment, entrepreneurial culture and entrepreneurial training. *Higher Education, Skills and Work-Based Learning*, 12(2), 328-345.
- Zhai, Q., Su, J., Ye, M., & Xu, Y. (2019). How do institutions relate to entrepreneurship: An integrative model. *Entrepreneurship Research Journal*, 9(2), 20170001. <https://doi.org/10.1515/erj-2017-0001>.

COPYRIGHTS

© 2023 by the authors. Licensee Advances in Modern Management Engineering Journal. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

