



## توسعه کار آفرینی در آموزش عالی در افق ۱۴۴۰ با رویکرد پاسخگویی اجتماعی و آینده‌پژوهی

محبوبه پرگو

دانشجوی دکتری کار آفرینی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران

وحید رضا میرابی (مسئول مکاتبات)

دانشیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرکز، تهران، ایران

vrmirabi@yahoo.com

حمیده رشادت جو

دانشیار گروه مدیریت آموزش عالی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران

حسین وظیفه دوست

استاد گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰-۱۰-۰۷ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲-۰۷-۱۵

### چکیده

مهارت های کارآفرینی به عنوان سازوکار مهم توسعه کارآفرینی تلقی می‌شود. یکی از پیش شرط‌های توسعه ملی، توسعه علمی و پژوهشی است که در این میان آموزش عالی نقش اصلی در این توسعه را دارد و بدون آن نمیتوان از نشو و نمای علمی صحبت کرد. از این رو دانشگاه‌ها به عنوان برج فرماندهی علمی و فکری جامعه نقش و کارکردی اساسی و بی‌بدیل دارند. این پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی و از لحاظ شیوه گردآوری داده‌ها، کمی می‌باشد. جامعه آماری ۷۵ نفر از اساتید، متخصصان و خبرگان حوزه کارآفرینی در دانشگاه‌های آزاد اسلامی می‌باشد که ۶۳ نفر به عنوان نمونه به روش تصادفی ساده انتخاب شدند. برای انجام تجزیه و تحلیل از نرم افزار PLS و SPSS استفاده شد. براین اساس به منظور بررسی پایایی مدل اندازه‌گیری پژوهش، به بررسی ضرایب بارهای عاملی، ضرایب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی، روایی همگرا و روایی واگرا استفاده شد. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که روابط همخطی بین متغیرها مورد تایید قرار گرفته است و با توجه به افزایش نرخ تغییر و ظهور عصر دانش، موج آینده‌پژوهی در نهادهای سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فناوری، گسترش یافته و همسو با تحولات جامعه و به منظور خلق آینده مطلوب و سیاستگذاری و برنامه‌ریزی بلندمدت نظام دانشگاهی، آینده‌پژوهی در آموزش عالی، ضرورت پیدا کرده است.

**کلمات کلیدی:** توسعه کارآفرینی، آموزش عالی، آینده‌پژوهی، پاسخگویی اجتماعی

## ۱-مقدمه

انجام فعالیت‌های کارآفرینانه برای سازمانها در محیط پویای رقابت جهانی امروز که تغییرات سریعی را در خود میبندد، ضروری است (علیزاده‌مجد و همکاران، ۱۳۹۹). طی طریق به روش‌های مرسوم سهم مناسبی از بازار را در اختیار صاحبان کسب و کار نخواهد گذاشت و نیاز به روشهای نوآورانه و کارآفرینانه در بازار به شدت احساس میشود (ناظم و همکاران، ۱۴۰۰). کارآفرینی بنا به دلایل گوناگون از جمله کمک به توسعه اقتصادی کشورها، ایجاد نوآوری در بازار و ارائه فرصت‌های شغلی جدید به شکل ویژه‌ای مورد توجه برنامه ریزان و سیاست‌گذاران قرار گرفته است (آلسو و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۱۶). کارآفرینی موجب خلق و بازآفرینی ارزش برای مالکان و ذینفعان شده و فرصت، قلب این فرآیند است. ساختار گرایش کارآفرینی، توانایی شرکت‌ها را در تبدیل فرصت‌های کارآفرینی به مسیر رشد و توسعه تحلیل می‌کند. شور و اشتیاق کارآفرینان شامل: تجربه و احساسات مثبت برای فعالیت‌هایی است که به هويت فردی متکی هستند. شور و اشتیاق در قلب کارآفرینی می‌تواند یکی از عوامل اصلی در شناسایی فرصت‌های کارآفرینی باشد (دانپی<sup>۲</sup>، ۲۰۱۷). از آنجا که فعالیت‌های کارآفرینی پیش زمینه مهمی در رقابت اقتصادی و ظرفیت نوآوری است (گالیندو و مندز<sup>۳</sup>، ۲۰۱۴، پاگانو و همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۱۹). هدف از کارآفرینی کسب سود است، اما سود فقط در جنبه‌های اقتصادی خلاصه نشده است و ابعاد مختلفی نظیر ارزش‌های اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و ... نیز خواسته یا ناخواسته دربردارد. (علیزاده‌مجد و همکاران، ۱۳۹۷). بسیاری از اقتصادهای توسعه یافته سرمایه‌گذاری زیادی در آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها انجام داده‌اند. چین به عنوان یک اقتصاد با رشد سریع، از اهمیت آموزش کارآفرینی استقبال کرده و در واقع آن را تبدیل به یک اولویت ملی از سال ۲۰۱۴ کرده است. (محمدیان، ۱۳۹۵). رابطه بین دولت و شهروندان، سیستم

پاسخگویی را شکل می‌دهد که به موجب آن، سازمان‌های دولتی وظایف مربوط را انجام می‌دهند و شهروندان اجازه می‌دهند که این وظایف انجام شوند، مشروط بر اینکه وکیل از حد خود تجاوز نکند و پاسخگو باشد. پاسخگویی مبنای هر جامعه‌ای است که ادعا می‌کند دموکراتیک است. امروزه دستگاه‌های دولتی با نوعی تعارض و دوگانگی مواجه‌اند: از یک سو، در مقابل مردمان و سازمان‌های ملی خود احساس مسئولیت می‌کنند و باید در برابر نیازهای آنان پاسخگو باشند و از سوی دیگر، الزامات بین‌المللی و نیروهای جهانی آنان را وادار به اعمال روش‌ها و شیوه‌هایی می‌کند که در عمل مغایر خواست و انتظارات شهروندان آنهاست. (الوانی، ۱۳۹۶) پاسخ‌گویی اجتماعی آموزش کارآفرینی به منزله جهت‌دهی تمامی فعالیت‌های آموزش کارآفرینی به سمت تربیت کارآفرینانی است که قادر به مرتفع نمودن نیازهای جامعه هدف باشند. پیامد توجه به پاسخگویی و تعهد بیشتر از سوی دانشگاه‌ها شفافیت و مسئولیت‌پذیری بیشتر است. اخیراً مفهوم مسئولیت‌پذیری اجتماعی به پاسخگویی اجتماعی تغییر یافته که اشاره به قدرت پاسخگویی سازمان در برابر فشارهای جامعه دارد. (گل محمدی و همکاران، ۱۳۹۵) پاسخگویی ابزاری است برای دادن توضیح متعهدانه اعمال و تصمیمات نهاد به فرد یا نهاد دیگر. احساس پاسخگویی در مقابل جامعه، می‌تواند سازمانها را از ورود به کژراهه و غلتیدن در نگرش‌های آمرانه و یک‌سونگرانه باز دارد. پاسخگویی اجتماعی مفهوم جدیدتری نسبت به مسئولیت اجتماعی است. سازمانها به عنوان حلقه‌های واسط بین فرد و جامعه، یکی از اجزای بنیادین پیکره اجتماعی بشر امروزی به شمار می‌آیند که به منظور بقا و ادامه فعالیت خود به جامعه نیازمندند، در این ارتباط سازمانهای پیشرو توجه به ارائه خدمات نوین اجتماعی را در راس فعالیت‌های مربوط به تحقیق و توسعه خود قرار

<sup>3</sup> Galindo & Mendez<sup>4</sup> Pagano et al<sup>1</sup>Alonso&etal<sup>2</sup> Dunphy

داده اند. (شیخ و بیزا، ۲۰۱۱) پس سازمان ها باید حس مسئولیت پذیری، پاسخگویی و توجه به حقوق اعضای جامعه را در قالب برنامه های راهبردی خود، مورد توجه قرار دهند و در عین حال که از سرمایه های زیستی- اجتماعی و علمی محیط پیرامون خود تغذیه می کنند در برنامه های راهبردی خود توجه ویژه ای به مقوله مسئولیت اجتماعی سازمانی و رعایت حقوق شهروندان داشته باشند. (پتر و همکاران، ۲۰۰۱) پاسخگویی اجتماعی گرایش مدیریتی دارد و معطوف به اقدامات عملی در سازمان برای پاسخگویی به مسائل اجتماعی است. عملیاتی بودن پاسخگویی اجتماعی موجب می شود تا بتوان به سادگی متوجه شد که تا چه حدی پاسخگویی اجتماعی در رفع مسائل اجتماعی موفق بوده است و الگوی پاسخگویی موفق چیست. (لی و همکاران، ۲۰۱۳) پاسخگویی هم چون اهرمی عمل می کند که ایفاگران نقش در عرصه اجتماعی را ملزم می کند تا در قبال عملکرد خود مسئول باشند. سازمان ها و نهادهای اجتماعی با پاسخگویی در قبال مردم قدم در مسیر شفاف سازی و بهبود عملکرد خود می گذارند و در مقابل مردم هم موظف به پاسخگویی در قبال جامعه می باشند. از این رو پاسخگویی می تواند پیونددهنده ی ساختارهای کلان جامعه همچون دولت و نهادهای اجتماعی با مردم و بدنه ی اجتماع محسوب شود. (توکیدو، ۱۳۹۲). خبرگان و متخصصان کسب و کار بر این باور هستند که ساختن و حفظ یک برند قدرتمند کارآفرینانه جهت رشد، دوام و ماندگاری یک کسب و کار در محیط های رقابتی و پیچیده امروزی از اهمیتی فوق العاده حیاتی برخوردار است (موسوی و همکاران، ۱۳۹۹). در سازمانهای بزرگ، این موضوع حیاتی است که برای رشد عملکرد و کسب مزیت رقابتی، از رفتارهای کارآفرینانه در همه سطوح سلسله مراتبی حمایت کنند (علیزاده مجد و همکاران، ۱۳۹۸). کارآفرینان با داشتن اشتیاق می توانند فرصت ها را شناسایی و بهره برداری کنند. بنابراین چنان به نظر می رسد که، لازمه بروز رفتارهای کارآفرینانه، توانایی

کشف فرصت هایی است که تاکنون شناخته نشده اند. تصمیم های کارآفرینانه نه تنها تحت تأثیر خطاهای شناختی قرار دارد، بلکه تجارب احساسی کوتاه مدت نیز اثرگذار است (دیانتی و همکاران، ۱۳۹۷، ۶۳). در سال های اخیر تقویت و توسعه کارآفرینی از مهم ترین مسائلی است که در سیاست های کلان یک کشور به آن پرداخته می شود. این مسئله به دلیل نقش و اهمیت قابل توجه کارآفرینان در رشد و پیشرفت اقتصادی کشور می باشد. در وضعیتی که نقش کارآفرینی در اشتغالزایی و رشد اقتصادی، اجتماعی تمام کشورها بالأخص کشورهای توسعه یافته در دهه های اخیر ثابت شده است، آموزش و تعلیم کارآفرینی بین افراد جامعه به مسئله روز کشورهای فرا صنعتی تبدیل شده است. کارآفرینی علاوه بر ایجاد اشتغال موجب بالا رفتن کیفیت زندگی، توزیع مناسب درآمد، کاهش اضطراب های اجتماعی و بهره وری از منابع ملی می شود (عباس زاده، ۱۳۹۴، ۴). امروزه دانشگاه ها به انجام فعالیت های کارآفرینانه روی آورده اند. توزیع آموزش، محدودیت و کاهش بودجه دولتی، رقابت جهانی و تقاضاهای متغیر اقتصاد دانش محور موجب شده است، مؤسسات آموزش عالی بیشتر به توسعه اقتصادی و انجام فعالیت های کارآفرینانه توجه داشته باشند. اما انجام فعالیت های کارآفرینانه به صورت خودجوش، دانشگاه را تبدیل به دانشگاه کارآفرین نمی کند. تنها زمانی می توان گفت دانشگاه کارآفرین است که فعالیت های کارآفرینی، ارزشی را به آموزش و تحقیقات و برعکس آن بیفزاید (سام و ساجد، ۲۰۱۴، ۴). گودرزی و همکاران، ۱۳۹۷). بهره گیری از روش آینده پژوهی و نتایج آن در برنامه ریزی های بلندمدت و استراتژیک و حتی برنامه ریزی های میان مدت و کوتاه مدت باعث می شود که منفعلانه به سمت آینده پیشروی نشود و با آگاهی نسبی از اوضاع و شرایط آینده، تصمیم گیری شود. یکی از پیش نیازهای مهم آینده نگاری، احصای پیشران های کلیدی مؤثر بر پدیده های مورد نظر است که می تواند به کنشگری در تحولات آینده آن پدیده ها

<sup>3</sup>Lee et al  
<sup>4</sup> Sam & Sijde

<sup>1</sup> Sheikh & Beise  
<sup>2</sup> Peter et al

یاری رساند. بنابراین شناسایی راهبردهای توسعه کارآفرینی با رویکرد آینده‌پژوهی در آموزش عالی در افق ۱۴۴۰ می‌تواند امکان مداخله و دست‌کاری مثبت در روند آینده آن را فراهم آورد. بر همین اساس پژوهش حاضر با استفاده از روش تحلیل ساختاری به دنبال شناسایی توسعه کارآفرینی در آموزش عالی در افق ۱۴۴۰ با رویکرد آینده‌پژوهی در دانشگاه آزاد اسلامی می‌باشد. لذا آموزش عالی علی‌الخصوص دانشگاه آزاد اسلامی با توجه به برخورداری از توانایی‌های بالا برای کشف و شناسایی فرصت‌ها، می‌تواند شرایطی را فراهم آورد تا با ایجاد موقعیت‌های مختلفی زمینه را برای کشف و تشخیص این فرصت‌ها مهیا شود.

## ۲- ادبیات و پیشینه پژوهش

### پاسخگویی اجتماعی

پاسخگویی اجتماعی سازمانی را می‌توان ظرفیت بالفعل سازمان در جهت برآورده سازی عملی و واقعی توقعات و انتظارات اجتماعی از سازمان تعریف نمود (احمدی و همکاران، ۱۳۹۱). پاسخگویی اجتماعی یعنی درجه اثربخشی و بازدهی یک سازمان در نشان دادن پیگیری برای ایفای مسئولیت‌های اجتماعی اش. در دیدگاه پاسخگویی اجتماعی، سازمانها به مثابه شرکایی در کنار نهادهای جامعه اند و تلاش دارند تا به حل مشکلات جامعه بپردازند و در نهایت سطح رفاه و کیفیت زندگی اجتماعی مردم را با رعایت برآورده شدن نیازهای تمامی طرفهای ذی نفع بالا ببرند. (یعقوبی، ۱۳۸۹)

### توسعه کارآفرینی

در زمینه توسعه کارآفرینی نیز تعاریف متعددی بیان شده است. توسعه کارآفرینی را «اقدام‌های انجام‌شده برای تحریک کارآفرینی، قبل از آغاز هدف، راه‌اندازی و پس از راه‌اندازی فرایند کارآفرینی، در سه حوزه انگیزش، کشف فرصت‌ها و آموزش مهارت‌ها، باهدف اصلی تشویق بیشتر مردم برای شروع کسب‌وکار» تعریف کرده‌اند. سیاست‌های توسعه کارآفرینی به دو بخش خرد

و کلان تقسیم‌شده که سیاست‌های خرد در سطوح پایین و سیاست‌های کلان در سطوح عالی دولت انجام می‌شود که محیط کسب‌وکار را بهبود می‌بخشند و به‌طورکلی اثرگذارتر از سیاست‌های خرد هستند (داوری و همکاران، ۱۳۹۴). ظهور و توسعه کارآفرینی یک پدیده تصادفی نیست، بلکه این پدیده وابسته به فاکتورهای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی است که غالباً به‌عنوان شرایط توسعه کارآفرینی فهرست می‌گردند. فاکتورهایی نظیر منابع مالی، روش‌های مدیریت کسب‌وکار و شناخت فرصت‌ها و تهدیدات بازار از مهم‌ترین پیش‌نیازهای تأسیس کسب‌وکار هستند. نقش دولت‌ها به‌ویژه در کشورهای درحال‌توسعه در حمایت از کارآفرینان در ایجاد تسهیلات و خدمات اولیه و فراهم آوردن انگیزه‌ها و اعطای امتیازات لازم است که می‌تواند فعالیت‌های کارآفرینی را تسهیل نمایند (اجاقی و همکاران، ۱۳۹۵، ۴۱).

### آموزش عالی

نظام آموزش عالی نهادی اجتماعی است که از دیرباز برای انجام سه رسالت آموزش، پژوهش و خدمات پدید آمده و در سال‌های اخیر رسالت‌های جدیدی از جمله کارآفرینی نیز به آن افزوده شده است. در بین تمامی عناصر و خرده نظام‌های آموزش عالی، از برنامه‌های درسی به عنوان مهم‌ترین عنصر و به منزله قلب این نظام یاد می‌شود زیرا بنیادی‌ترین ابزار فراهم آورنده دانش، تجربه و مهارت‌های دانشجویان برای عرضه خدمات به جامعه است. برنامه درسی که بتواند آرمان‌ها و رسالت‌های دانشگاه‌ها و سایر موسسات آموزش عالی را برای رفع نیازهای فردی (دانشجویان)، سازمانی (دانشگاه) و اجتماعی (کارفرمایان و جامعه) تحقق بخشد برنامه درسی پاسخگو نامیده می‌شود. (نیلی و همکاران، ۱۳۸۹)

### آینده‌پژوهی

آینده‌پژوهی فرآیند معرفی مجموعه‌ای از چشم‌اندازها و راه‌های ممکن است که آینده می‌تواند از طریق آن‌ها ساخته شود و درک مناسب این چشم‌اندازها، تصمیم‌گیری درباره

اجتماعی به خصوص فعالیت های کارآفرینی، عامل مهمی در انگیزش بیشتر این نیروی عظیم در چرخه های تولیدی اجتماعی است.

حقیقت دوستی سیار و همکاران (۱۳۹۷) در تحقیقی با عنوان "ارائه مدل آموزش توسعه کارآفرینی در مراکز رشد دانشگاه های آزاد اسلامی استان مازندران" به این نتیجه رسیدند که دانشگاه کارآفرین دانشگاه نوآوری است که دانش را تجاری سازی می کند و با جامعه، دولت و صنعت ارتباط دارد به سمت استقلال داخلی و تامین مالی پیش می رود و ویژگی آن جنبه های اقتصادی، کارایی و رقابت پذیری آن نسبت به سایر مدل های آموزشی دانشگاهی است.

گودرزی و همکاران (۱۳۹۷) پژوهشی با عنوان "چارچوبی برای توسعه کارآفرینی دانشگاهی در رشته های علوم انسانی در ایران" انجام داده اند. در نهایت، ۷ بعد فرهنگ کارآفرینی شامل نقش دولت، ساختار دانشگاه ها، شیوه آموزشی دانشگاه، تحقیق و تجاری سازی، ارتباطات بیرونی و زیرساخت مالی برای توسعه دانشگاه کارآفرین در حوزه علوم انسانی شناسایی شده اند.

شهباززادگان (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان "پاسخگویی اجتماعی در آموزش پزشکی" تحول آکادمیک در محورهای اجتماعی، علمی و اقتصادی و در حوزه های آموزش، پژوهش، بهداشت، درمان و نوآوری باید مورد توجه قرار گیرد. همراستا کردن پیامدهای نظام آموزشی با نیازهای جامعه از طریق نیازسنجی اجتماعی و مفهوم مسئولیت پذیری در نظام آموزشی باید مورد توجه قرار گیرد. همچنین اشکال مختلف تعامل بین سازمانی و استاندارد های تعامل در فرآیند های بین حوزه ای لازم است.

مخبر دزفولی و همکاران (۱۳۹۶) تحقیقی با عنوان "طراحی مدل توسعه کارآفرینی در مراکز آموزش کشاورزی و تحلیل استراتژیک وضعیت کارآفرینی" انجام داده اند. نتایج تحقیق در دو قسمت مدل پیشنهادی توسعه کارآفرینی

اینکه امروزه چه تصمیماتی را می توان برای ساختن فردایی بهتر اتخاذ کرد تسهیل می کند. آینده پژوهی یک روش ساختاریافته تفکر درباره آینده و برنامه ریزی برای آن است (رستمی، ۱۳۹۰: ۹). آینده پژوهان با بهره گیری از این مفهوم، یک حکم نظری کلی صادر می کنند مبنی بر اینکه تصاویر آینده به اقدامات فردی و گروهی شکل می دهند. از نظر آینده پژوهان اگرچه ممکن است گذشته، حال را به نوعی مشروط و مقید نماید، اما تصورات جامعه از آینده خود نیز می تواند سبب شکل گرفتن حال باشد؛ زیرا این تصاویرهای آینده به ما در زمان حال جهت می دهد و متقابلاً وضع موجود و اقدامات کنونی، دوره آینده را پدید می آورند. زمانی که افراد جامعه توانایی به تصویر کشیدن نقش اجتماعی خویش در آینده را داشته باشند، آراء عقاید، ارزش ها و رفتارهایی که چنین تصویری را ساخته، بر زمان حال تأثیر می گذارد و به آن جهت می دهد (کورنیش<sup>۱</sup>، ۱۹۹۷)، آینده پژوهی به معرفی آینده های بدیل (سناریوها) به کمک داده ها، مدل های توأم با لحاظ کردن عدم قطعیت و نیز ترسیم چشم انداز آینده مبتنی بر آینده مطلوب و شدنی پرداخته که نتایج تصویرسازی معمولاً به صورت گزارش چشم انداز یا سناریوها ارائه می شود (بزولد<sup>۲</sup>، ۲۰۱۰). راهبرک و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۱۸) معتقدند که متغیر آینده پژوهی به عنوان یک وسیله ای قدرتمند و تأثیرگذار منجر به توسعه کارآفرینی، بازار سرمایه، سودآوری در سازمان می گردد. ریسارت و همکاران<sup>۴</sup> (۲۰۱۶) دریافتند که شاخص آینده نگاری بر توسعه خط مشی های کارآفرینی و رشد عملکردهای آن تأثیر مثبت و معنادار دارد.

#### پیشینه تحقیق

ورکیانی پور و همکاران (۱۳۹۸) در تحقیقی تحت عنوان "ارایه مدل توسعه کارآفرینی زنان با رویکرد توسعه پایداری روستایی" بیان داشتند زنان نقش مهمی در ارتقای اشتغال و بهبود وضعیت اقتصادی جامعه ایفا می کنند؛ بنابراین، هویت دادن و استقلال بخشیدن به آنان و فراهم کردن زمینه مشارکت فعال آن ها در امور مختلف اقتصادی

<sup>3</sup> Rohr beck&etal

<sup>4</sup>Rosário&etal

<sup>1</sup>Cornish

<sup>2</sup>Bezold

کارآفرینی آزمون شده است و مورد تایید قرار گرفته است

مکی آل آقا (۱۳۸۶) در تحقیقی با عنوان "نقش دانشگاه در توسعه کارآفرینی" به دنبال یافتن پاسخ این سوال بودند که عوامل گسترش و ترویج کارآفرینی در دانشگاه چیست در این راستا شناسایی موانع و عوامل توسعه و گسترش کارآفرینی در دانشگاه مد نظر بود و در نهایت راهکارهای عملی به منظور ارتقاء و توسعه کارآفرینی در بین دانش آموختگان دانشگاه ارائه گردید. این پژوهش نشان داد که معرفی فرصت های کارآفرینی در دانشگاه در ایجاد تسهیلات برای توسعه قابلیت های حرفه ای و کارآفرینی بسیار موثر است.

گرچی و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۲۱) در پژوهشی تحت عنوان ارزیابی پاسخگویی اجتماعی در مدیران بیمارستان به این نتیجه رسیدند که وضعیت پاسخگویی اجتماعی مدیران در بیمارستان های خصوصی بهتر از بیمارستان های دولتی بود. عدم توجه مدیران به مسئولیت پذیری اجتماعی بر کیفیت سایر خدمات آموزشی، بهداشتی و درمانی تأثیر می گذارد. این واقعیت لزوم توجه بیشتر مدیران به مقوله پاسخگویی اجتماعی را افزایش می دهد.

پریهاتینینگ و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۲۰) مفهوم پاسخگویی اجتماعی که از سال ۱۹۹۵ توسط WHO تأیید شده است، توسط مؤسسات آموزشی حرفه های پزشکی و بهداشتی پذیرفته نشده است و هنوز توسط سیاست گذاران کلیدی و مدیران بهداشت در بسیاری از مناطق و کشورها حمایت نشده است. چند مطالعه موردی ثابت کرده اند که مفهوم پاسخگویی اجتماعی امکان پذیر و قابل مدیریت است. و در نهایت تأثیر مفیدی برای جامعه در ارتقای وضعیت سلامت به همراه دارد. تا زمانی که بازیگران کلیدی از سطوح بین المللی، ملی، نهادها و جامعه هماهنگ باشند، می توان از دستورالعمل ها و رویکردهای موجود برای تسریع پذیرش پاسخگویی اجتماعی استفاده کرد. بویدل و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۱۹) در تحقیقی تحت عنوان " بررسی

در مراکز آموزش عالی و همچنین استراتژی های توسعه کارآفرینی مبتنی بر مدل SWOT ارائه گردید.

اکرامی و قلمکاری (۱۳۹۵) در تحقیقی تحت عنوان "ارائه مدل توسعه کارآفرینی بر پایه مدیریت دانش" بیان داشتند نتایج همبستگی بنیادی نشان داده است که یافته های پژوهش به عنوان مدل بهینه کارآفرینی بر پایه ابعاد مدیریت دانش و ویژگی های فردی کارکنان به صورت یک مدل اقتضایی معرفی می شود و بین کارآفرینی با سنوات خدمت و سن رابطه معناداری وجود ندارد.

شبیعه و همکاران (۱۳۹۴) در تحقیقی تحت عنوان "تبیین شاخص های پاسخگویی اجتماعی دانشکده های علوم پزشکی" بیان داشتند. هدف این مطالعه ارائه چهارچوبی برای سنجش میزان پیشرفت دانشکده ها در مسیر پاسخگویی و تبیین ابعاد دانشکده های پاسخگو در علوم پزشکی می باشد. در نهایت ۵۸ شاخص در ۴ حیطه تبیین شد.

شریف زاده و عبدالله زاده (۱۳۹۴) تحقیقی با عنوان "مولفه های توسعه ی آموزش کارآفرینی در نظام آموزش عالی کشاورزی" انجام دادند. این پژوهش با هدف شناسایی و اولویت بندی مجموعه ای نمایان از مولفه های آموزش کارآفرینی در حوزه آموزش عالی کشاورزی انجام شد.

سیدی و تقی خانی (۱۳۹۰) در تحقیقی با عنوان "موانع توسعه کارآفرینی و نقش دولت در تسهیل توسعه کارآفرینی" به بررسی موانع کارآفرینی در سه مرحله: آموزش و زمینه سازی، تحرک کارآفرینی و جهش (منابع و فرصت ها) پرداختند.

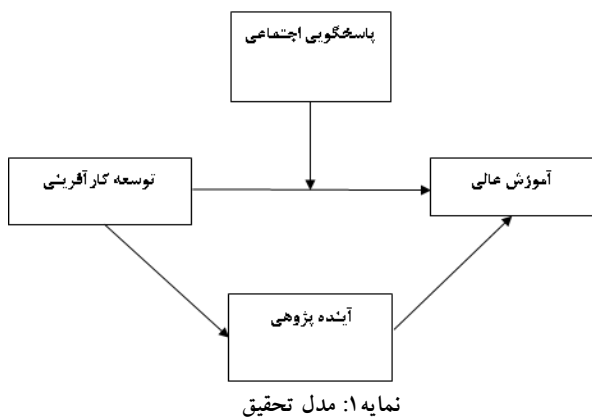
الوانی و رودگرزاد (۱۳۸۹) در تحقیقی با عنوان "مدل توسعه کارآفرینی در سازمانهای کوچک و متوسط" با ارائه یک مدل محقق ساخته برای توجیه تاثیر متغیرهای پرورش ویژگی ها تحریک انگیزه ها و دانش و مهارت های کارآفرینی بر توسعه کارآفرینی به بررسی این عوامل پرداختند. در این پژوهش یک مدل سه بعدی پرورش ویژگی ها تحریک انگیزه ها و دانش و مهارت های

<sup>3</sup> Boydel et al

<sup>1</sup> Gorji&etal

<sup>2</sup> Prihatiningsih&etal

پژوهش حاضر بر اساس هدف کاربردی و بر اساس ماهیت و روش توصیفی-همبستگی است، اطلاعات به دست آمده در این تحقیق از طریق پرسشنامه و مطالعات کتابخانه‌ای و جمع‌آوری داده‌های میدانی مربوطه به دست آمده است. به منظور جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات برای تجزیه و تحلیل از پرسشنامه استاندارد استفاده شده است. پرسشنامه این تحقیق شامل ۲۹ سؤال می‌باشد. برای طراحی سؤالات از طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت استفاده گردیده است که یکی از رایج‌ترین مقایسه‌های اندازه‌گیری به شمار می‌رود. جامعه آماری این پژوهش شامل ۷۵ نفر از اساتید، متخصصان و خبرگان حوزه کارآفرینی در دانشگاه‌های آزاد اسلامی می‌باشد. در این تحقیق روش نمونه‌گیری انتخاب شده برای این تحقیق روش نمونه‌گیری تصادفی ساده می‌باشد، انتخاب شده است. برای تعیین نمونه مورد نظر از فرمول آماری استفاده شده است (فرمول کوکران) که در آن سطح اطمینان ۹۵٪ و خطای برآوردی ۵٪ لحاظ گردیده است. حجم نمونه آماری این تحقیق ۶۳ نفر به دست آمده است. هر پژوهش میدانی به مدل تحقیق نیاز دارد که در قالب ابزار تحلیلی مناسب، متغیرها و روابط بین آن‌ها را نشان می‌دهد. در این تحقیق برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش‌های مختلف آمار توصیفی، استنباطی و روش حداقل مربعات جزئی، به وسیله نرم‌افزارهای SPSS ۲۲ و SmartPLS ۲ استفاده شده است. در آمار تحلیلی این تحقیق به منظور آزمون فرضیه‌های تحقیق از مدل معادلات ساختاری استفاده شده است.



پاسخگویی اجتماعی در زمینه تقویت سیستم بهداشت و درمان: نوآوریها و ملاحظات مربوط به کارهای آینده" بیان داشتند تحقیقات در حال رشد در مورد نقش مسئولیت پذیری اجتماعی در دستیابی به مراقبت‌های بهداشتی بیشتر و با کیفیت تر وجود دارد. در اینجا، ما به مسئولیت پذیری اجتماعی به عنوان "تلاش شهروندان در تعامل معنادار مداوم با نهادهای عمومی برای پاسخگویی در تهیه کالاهای عمومی" اشاره می‌کنیم. این فرآیندها دارای چندین مؤلفه و فرایندهای متصل به هم هستند و طیف وسیعی از بازیگران را در اقدامات محور جامعه، غالباً غیرقابل پیش بینی و وابسته به متن قرار می‌دهند، که چالش‌های روش شناختی زیادی را برای محققان به وجود می‌آورد. در ژوئن سال ۲۰۱۷، دانشمندان و مجریانی که در این زمینه کار می‌کنند برای به اشتراک گذاشتن تجربیات، بحث در مورد رویکردها، شناسایی شکافهای تحقیقاتی و در نظر گرفتن جهت گیری برای مطالعات آینده گرد هم آمدند. این مطالعه یادگیریهای این بحث را به اشتراک می‌گذارد. مالسکی<sup>۱</sup> (۲۰۱۸) در تحقیقی تحت عنوان "اکوسیستم‌های توسعه کارآفرینی" بیان داشتند در این مقاله به بررسی ادبیات، مفاهیم و کاربردی بودن مفهوم اکوسیستم‌های کارآفرینی می‌پردازیم. با وجود برخی علاقه‌ها در سطح ملی، درک می‌شود که کارآفرینی در مناطق یا اکثر مناطق، با استفاده از منابع محلی، موسسات و شبکه‌ها صورت می‌گیرد. شواهد کتابخانه‌ای نشان می‌دهد که استفاده از اصطلاح اکوسیستم کارآفرینی بر سایر مفاهیم، مانند محیط‌هایی برای کارآفرینی پیشی گرفته است و سازوکارها، موسسات، شبکه‌ها و فرهنگ‌هایی را که از کارآفرینان پشتیبانی می‌کند، برجسته می‌کند. این بررسی چندین موضوع خاص را مورد بررسی قرار می‌دهد: انتخاب مقیاس، دانشگاه‌ها به عنوان قطب‌های اکوسیستم، و چگونگی تکامل چنین اکوسیستم. این پیشنهادات به دنبال دستورالعمل تحقیق آینده است و توجه ویژه‌ای به روش‌شناسی‌ها دارد.

### ۳- روش‌شناسی

<sup>۱</sup> Malecki

۴- یافته ها:

جدول ۲- میانگین واریانس استخراجی

متغیرها	میانگین واریانس استخراجی	سطح پذیرش
توسعه کارآفرینی (ED)	0.652	۰/۵
آموزش عالی (HE)	0.595	۰/۵
آینده پژوهی (FU)	0.671	۰/۵
پاسخگویی اجتماعی (SA)	0.723	۰/۵

جدول ۳- روایی واگرا

متغیرها	توسعه کارآفرینی	آموزش عالی	آینده پژوهی	پاسخگویی اجتماعی
توسعه کارآفرینی (ED)	۰.۸۰۷			
آموزش عالی (HE)	۰.۶۳۲	۰.۷۷۱		
آینده پژوهی (FU)	۰.۴۲۱	۰.۷۴۱	۰.۸۱۹	
پاسخگویی اجتماعی (SA)	۰.۲۳۶	۰.۱۲۳	۰.۵۴۲	۰.۸۵۰

جدول ۴- واریانس تبیین شده و قدرت پیش بینی مدل

متغیرها	R2	Q2
آموزش عالی (HE)	۰.۶۲۵	۰.۳۷۸
آینده پژوهی (FU)	۰.۴۸۷	۰.۴۱۲

جدول ۶- معیار Gof

متغیرها	R2	Communalities
توسعه کارآفرینی (ED)	-	0.652
آموزش عالی (HE)	۰.۶۲۵	0.595
آینده پژوهی (FU)	۰.۴۸۷	0.671
پاسخگویی اجتماعی (SA)	-	0.723
میانگین	۰.۵۵۶	۰.۶۶
GOF		۰.۶۰۴

جدول ۷- فرضیات

مسیر	ضریب مسیر	آماره تی (۱/۹۶<)	نتیجه
توسعه کارآفرینی <<< آموزش عالی	۰.۳۳۶	۲.۱۴۵	پذیرش
توسعه کارآفرینی <<< آینده پژوهی	۰.۲۴۵	۵.۶۸۹	پذیرش
آینده پژوهی <<< آموزش عالی	۰.۲۶۹	۹.۴۱۲	پذیرش
توسعه کارآفرینی <<< آینده پژوهی <<< آموزش عالی	۰.۱۴۵	۲.۲۱۳	پذیرش
توسعه کارآفرینی <<< پاسخگویی اجتماعی <<< آموزش عالی	۰.۱۱۳	۲.۷۴۱	پذیرش

مقدار ضریب مسیر برای متغیر و مقدار آماره تی به دست آمده که بیشتر از مقدار ۱/۹۶ می باشد. بنابراین فرضیات مورد تأیید هستند.

۵- بحث و نتیجه گیری

رشد در تولید علم و دستاوردهای دانشگاهی: دانشگاه به عنوان مرکز اصلی تولید علم و دانش، محلی برای انباشت یافته های علمی و نوآوری های دانشی است. میزان تولید

به منظور بررسی پایایی مدل اندازه گیری پژوهش، به بررسی ضرایب بارهای عاملی، ضرایب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی، روایی همگرا و روایی واگرا می پردازیم. و برازش بخش ساختاری مدل از طریق بررسی مقادیر R<sup>2</sup> (واریانس تبیین شده) و مقادیر Q<sup>2</sup> (قدرت پیش بینی مدل) صورت می پذیرد.

R<sup>2</sup> معیاری است که نشان از تأثیر یک متغیر برونزا بر یک متغیر درونزا دارد و سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ به عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی R<sup>2</sup> در نظر گرفته می شود. مطابق با جدول مقدار R<sup>2</sup> برای سازه های درونزای پژوهش محاسبه شده است که با توجه به سه مقدار ملاک، متوسط بودن برازش مدل ساختاری تأیید می گردد. در صورتی که مقدار Q<sup>2</sup> در مورد یک سازه درونزا سه مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ را کسب نماید، به ترتیب نشان از قدرت پیش بینی ضعیف، متوسط و قوی سازه یا سازه های برونزای مربوط به آن را دارد. نتایج جدول نشان از قدرت پیش بینی متوسط مدل در خصوص سازه های درونزای پژوهش دارد و برازش مدل ساختاری را تأیید می سازد.

معیار Gof بدین ترتیب که توسط این معیار، پژوهشگر پس از بررسی برازش بخش اندازه گیری و بخش ساختاری مدل پژوهش، برازش بخش کلی را نیز کنترل می نماید که سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای Gof معرفی شده است. با توجه به مقدار به دست آمده برای Gof به میزان ۰/۴۶۲ برازش مناسب (متوسط) مدل کلی تأیید می شود.

جدول ۱- آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی

متغیرها	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	سطح پذیرش
توسعه کارآفرینی (ED)	0.782	0.863	۰/۷
آموزش عالی (HE)	0.865	0.876	۰/۷
آینده پژوهی (FU)	0.832	0.841	۰/۷
پاسخگویی اجتماعی (SA)	0.891	0.791	۰/۷



دانش و نوآوری‌های علمی رابطه مستقیمی با توسعه‌یافتگی جوامع دارد. دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی که بتوانند محصولات دانشی و یافته‌های علمی خود را در یک فرآیند منطقی به ثروت تبدیل کنند و منابع موردنیاز خود را تأمین نمایند می‌توانند در رشد و توسعه جامعه سهم داشته باشند. علاوه بر تلاش در جهت رشد علم که رسالت اصلی آموزش عالی است، باید این سازمان نحوه مصرف و به‌کارگیری دانش تولیدی خود را در جهت توسعه کارآفرینی را عملی سازد. بیشتر دستاوردهای دانشگاهی در کتابخانه‌ها، آزمایشگاه‌ها و... فراموش شده‌اند و عملاً کسی سراغ آن‌ها نمی‌رود جز برای استناددهی و تولید بیشتر مقالات از این دست، بنابراین علم و دستاورد علمی در دانشگاه‌ها عملاً نه تنها در خود آموزش عالی که در جامعه مصرف نشده و دست‌نخورده باقی می‌ماند. به نظر می‌رسد آموزش عالی جهت توسعه کارآفرینی باید خود اولین قدم را در استفاده از این دانش برداشته و آن‌ها کاربردی سازد و الگویی عملی برای جامعه در جهت توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه با مصرف دستاوردهای دانشگاهی فراهم آورد. سرمایه‌ی اجتماعی: سرمایه اجتماعی، مشخصه‌ای اجتماعی است که به تسهیل رفتارهای نوآورانه و ریسک‌پذیری منجر می‌شود، که از جمله شاخصه‌های اصلی کارآفرینی به شمار می‌آیند. بر اساس نتایج این پژوهش، روابط اجتماعی میان افراد می‌تواند پیامد شبکه‌ی اجتماعی کارآفرینانه، افزایش ثروت و درآمد، تقویت سرمایه انسانی و نوآوری را در آموزش عالی در پی داشته باشد. از مواردی که منجر به ایجاد فرصت برای کارآفرینی می‌شود، شبکه‌ها و روابط اجتماعی افراد است. علاوه بر این در بسیاری از موارد، اعتمادی که بین طرفین وجود دارد، زمینه ایجاد و تشکیل کسب‌وکار جدید را فراهم می‌آورد.

با توجه به نتایج پژوهش می‌توان اینگونه نتیجه‌گیری کرد که احساس پاسخ‌گویی در مقابل جامعه، می‌تواند سازمان‌ها را از رورود به کژراهه و غلتیدن در نگرش‌های آمرانه و یک‌سونگرانه باز دارد. سازمان با پاسخگویی هایش معنا و مفهوم می‌یابد. در طی تاریخ کوتاه سازمانهای

بزرگ تجاری، مسئولیت و سنجش حاصل کار محدود به علایق و منافع بوده است. دنیای کسب و کار، موفقیت سازمان‌ها و مدیران را عمدتاً براساس سود، سنجیده است. مدیران امروزی باید ابعاد اجتماعی و عمومی حرفه خود را شناخته و از آثارسازمان خود روی محیط اجتماعی خویش آگاه باشند تا بتوانند با بینش و آگاهی پاسخگوی نیازهای مشتریان و مسایل جامعه باشند. سازمانها باید این مسئولیت را حس کنند که مشکلات جامعه بخشی از مشکلات آنان بشمار می‌آید و باید نسبت به حل و فصل آنها همت گمارند و بخشی از امکانات مالی و انسانی خود را در این راه بکارگیرند. همانطور که بویدل و همکاران (۲۰۱۹) در تحقیقی تحت عنوان "بررسی پاسخگویی اجتماعی در زمینه تقویت سیستم بهداشت و درمان: نوآوری‌ها و ملاحظات مربوط به کارهای آینده" بیان داشتند که تحقیقات در حال رشد در مورد نقش مسئولیت‌پذیری اجتماعی در دستیابی به مراقبت‌های بهداشتی بیشتر و با کیفیت‌تر وجود دارد. در اینجا، ما به مسئولیت‌پذیری اجتماعی به عنوان "تلاش شهروندان در تعامل معنادار مداوم با نهادهای عمومی برای پاسخگویی در تهیه کالاهای عمومی" اشاره می‌کنیم. امروزه بیشتر استراتژیست‌ها با این دیدگاه موافق هستند که نخستین مسئولیت اجتماعی هر شرکت این است که سودی را به دست آورد تا هزینه‌های آینده را تأمین نماید، زیرا اگر به چنین سودی دست نیابد از عهده هیچ مسئولیت اجتماعی دیگری برنخواهد آمد. استراتژیست‌ها باید از دیدگاه هزینه‌ها منافع بالقوه‌ای که مسائل اجتماعی برای سازمان دارند به موضوع نگاه کنند و به آن دسته از مساله‌های اجتماعی که منافع سازمان را به بهترین شکل ممکن تأمین می‌نمایند، توجه نمایند. به تعبیری دیگر مقصود از مسئولیت اجتماعی این است که چون سازمانها تأثیر عمده‌ای بر سیستم اجتماعی دارند، لاجرم چگونگی فعالیت آنها باید به گونه‌ای باشد که در اثر آن زیانی به جامعه نرسد و در صورت رسیدن زیان، سازمانهای مربوطه ملزم به جبران آن باشند. واقعیت

این است که، سازمانها باید به عنوان جزیی مرتبط با نظام بزرگتر که در آن قرار دارند، عمل کنند، چون یک نظام فرعی از کل نظام اجتماعی را تشکیل می دهند.

در ادامه جهت تقویت روابط موجود بین متغیرها میتوان پیشنهادات زیر بیان نمود:

بنابراین لازمه شکل گیری روابط اجتماعی اعتماد میباشد، با این عنصر مهم امکان ایجاد نوآوری، هم افزایی گروهی بالا می رود و فرصت های بی شماری برای کارآفرینی ایجاد میشود. مخصوصاً در آموزش عالی که دانشجویان و اساتید هماهنگی، احترام و اعتماد بیشتری نسبت به هم دارند این عامل بسیار مهم است. بنابراین به آموزش عالی جهت ایجاد فرصت های کارآفرینانه و توسعه کارآفرینی در آینده، پیشنهاد میشود به سرمایه اجتماعی توجه بیشتری نموده و از هرگونه تک رویی و رفتارهای دستوری دیکتاتور مبانه بشدت پرهیز نمایند و سعی در جلب مشارکت و افزایش فرایند اعتمادسازی میان اساتید، دانشجویان و کارکنان دانشگاه ها نمایند.

پیشنهاد میشود سازمانها در درک و تحلیل محیط خود دیدگاه چند بعدی داشته باشند و محیط فعالیت خود را از بعد رقبا، مشتریان، محصولات و نهایتاً از یک نگاه کل نگر در سطح محیط کلان مورد بررسی قرار دهند و بر اساس اطلاعات حاصل از ابعاد چندگانه تحلیل محیطی، خود را تعدیل و اصلاح نمایند. هرچه مدیران در سطوح مختلف به ویژه مدیران ارشد، در سیاست گذاری ها، تعیین راهبردها و برنامه های عملیاتی، در خصوص توسعه کارآفرینی و هوشیاری کارآفرینانه بیشتر سرمایه گذاری کنند؛ پاسخگویی اجتماعی که یکی از متغیرهای مهم و کلیدی محسوب میشود، از سوی کارکنان، بهبود و توسعه خواهد یافت.

مطالعات کارآفرینی نشان میدهد که آموزش کارآفرینی یکی از ابعاد مهم و ضروری در برنامه های توسعه کارآفرینی جامعه است. کلید آموزش کارآفرینی موفق، یافتن مؤثرترین روش برای مدیریت مهارت های تعلیم پذیرنده و فنون تدریس است. صاحب نظران بر این

عقیده هستند که فرآیند و برنامه های آموزشی ویژه می تواند با تغییر بینش و فرهنگ افراد و تجهیز آنها به دانش و مهارت های خاص راهی را که آنها احتمالاً زمان طولانی به آن میرسند بسیار کوتاه نموده و به سرعت یک کارآفرین بالقوه را به یک کارآفرین بالفعل تبدیل می کند. به همین منظور در چند سال گذشته، دولتها به طور جدی به تشویق کارآفرینی پرداخته اند. یکی از مهمترین راهکارهای توسعه کارآفرینی در میان دانشجویان، توسعه و ارتقاء رفتار کارآفرینانه افراد از طریق ترویج، آموزش، حمایت و شناخت مستعدان کارآفرینی است. بدین منظور برای ارتقا قابلیت های کارآفرینی باید برنامه های آموزشی خاصی برای افراد مستعد تدوین شود تا از این طریق بجای این که فارغ التحصیلان دانشگاه ها به دنبال استخدام و جستجوی کار باشند خودشان کسب و کار جدید ایجاد کنند

بر این اساس میتوان ادعا کرد که با افزایش تجربه و دانش افراد و نیز ارتقای سطح آموزشهای مربوط به هوشیاری کارآفرینانه و بازاریابی هم چون آگاهی از نحوه نیاز مشتری و آگاهی از نحوه مناسب خدمت رسانی به مشتری، توانایی شناسایی و پیش بینی بازار مناسب، با توجه به آگاهی از روند عرضه و تقاضا در بازار، میتوان موجب افزایش هوشیاری کارآفرینانه و تشخیص فرصتهای مناسب در حوزه کسبوکارهای بومی و ایرانی شد که این موارد از اجزاء و ارکان اساسی و اولیه شکل گیری فرایند کارآفرینی هستند.

منابع

- سیدی، تقی خانی، امیر، (۱۳۹۰)، موانع توسعه کارآفرینی و نقش دولت در تسهیل توسعه کارآفرینی، کار و جامعه، شماره ۱۳۵، شهریور ماه
- شریف زاده محمدشریف، عبدالله زاده غلامحسین، (۱۳۹۴). مولفه های توسعه ی آموزش کارآفرینی در نظام آموزش عالی کشاورزی، پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، دوره ۱، شماره ۳۲؛ از صفحه ۹۶ تا صفحه ۱۱۲.
- شهبازادگان، سمیرا (۱۳۹۷) پاسخگویی اجتماعی در آموزش پزشکی. همایش کشوری آموزش پزشکی پاسخگو، ۲۴-۲۶ مرداد ۹۷، تبریز - ایران
- شیعه، هاجر وقتواتی، شیرین و نیثی، پریسا وامینی، میترا (۱۳۹۴) در تحقیقی تحت عنوان " تبیین شاخص های پاسخگویی اجتماعی دانشکده های علوم پزشکی " نشریه دانشگاهی یادگیری الکترونیکی (مدیا) « شماره ۱
- عباس زاده، محمد، علیزاده اقدم، محمدباقر، میرزایی، مجتبی. (۱۳۹۵). بررسی نقش سرمایه اجتماعی در توسعه پتانسیل کارآفرینی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه تبریز). جامعه شناسی اقتصادی و توسعه، ۱۰۳-۷۵، ۴(۲۰)
- علیزاده مجد، امیررضا؛ بدیع زاده، علی؛ حسینی، سیدر سول؛ سعیدنیا، حمیدرضا؛ علیرضایی، ابوتراب (۱۳۹۷). تبیین نقش فرهنگ در ایجاد دانشگاه کارآفرین، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۱۴، ۵۱، ص ۲۲۷-۲۴۸.
- علیزاده مجد، امیررضا؛ داودی، عارفه؛ سقازاده، نرگس (۱۳۹۸). مطالعه تاثیر مهارت های برقراری ارتباط، اعتماد سازمانی و رفتار کارآفرینانه در صنایع لاستیک کشور (مورد مطالعه: شرکت لاستیک یزدتایر)، نشریه علمی صنعت لاستیک ایران، دوره ۲۴، شماره ۹۷، ص ۶۷-۱۲۶.
- علیزاده مجد، امیررضا؛ داودی، عارفه؛ سقازاده، نرگس (۱۳۹۹). مطالعه تاثیر فرهنگ سازمانی کارآفرینانه بر اجاقی، صبا، رضایی، بیژن، نادری، نادر، جعفری، حبیب (۱۳۹۵)، ارائه الگوی مفهومی مؤلفه های خرد و کلان نظام آموزش کارآفرینی، نشریه کارآفرینی در کشاورزی، جلد ۳، شماره ۴، صص ۳۹-۵۴.
- اکرامی، محمود و قلمکاری، مهان (۱۳۹۵) " ارائه مدل توسعه کارآفرینی بر پایه مدیریت دانش " فصلنامه مدیریت توسعه و تحول، شماره ۲۴، صفحه ۳۳-۴۴
- توحیدلو، وحیده. (۱۳۹۲) بررسی ابعاد پاسخگویی اجتماعی در تعامل مردم و سازمان های اجتماعی (مورد مطالعه: دهیاری و شورای روستای قمصر از توابع استان تهران)، پایان نامه کارشناسی ارشد در رشته توسعه روستایی (توسعه اجتماعی)، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.
- حقیقت دوستی سیار، وحید، صالحی، محمد، فلاح، وحید. (۱۳۹۶). ارائه مدل آموزش توسعه کارآفرینی در مراکز رشد دانشگاه های آزاد اسلامی استان مازندران. فصلنامه توسعه آموزش جندی شاپور اهواز، ۹ (ویژه نامه ۹۷)، ۲۴-۳۱.
- داوری علی، افشم نستر، فرخ منش ترانه (۱۳۹۴). سیاست های کلان موثر بر توسعه کارآفرینی بر اساس الگو های محیط کسب و کار، همایش ملی بهبود محیط کسب و کار، ۱۳۹۴، دوره ۲
- دیانتی، مژگان، کریمی، آصف، اکبری، مرتضی، (۱۳۹۷)، تأثیر خودکارآمدی کارآفرینانه بر تشخیص فرصت ها: با ملاحظه نقش اشتیاق کارآفرینانه شرکت های دانش بنیان مستقر در پارک های علم و فناوری شهر تهران، توسعه کارآفرینی، دوره ۱۱، شماره ۱، صص ۸۰-۶۱.
- رستمی، فرزاد (۱۳۹۰). روندهای امنیتی جهان آینده تا ۲۰۲۵؛ فرصت ها و چالش های جمهوری اسلامی ایران، رساله دکتری، دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه علامه طباطبایی.

- حوزه فناوری اطلاعات)، دراسات فی العلوم الانسانیه، ۲۸(۱)، صص ۶۷-۹۲.
- نیلی، محمد رضا، نصر، احمد رضا، شریف، مصطفی، مهر محمدی، محمود (۱۳۹۸). الزام ها و پیامدهای اجتماعی برنامه درسی پاسخگو در آموزش عالی مطالعه موردی: دانشگاه های دولتی اصفهان.
  - الوانی، سید مهدی، رودگر نژاد، فروغ، (۱۳۸۹). مدل توسعه کارآفرینی در سازمانهای کوچک و متوسط، چشم انداز مدیریت بازرگانی، شماره ۴، پیاپی ۳۷، زمستان ۸۹، ص ص ۸۷-۷۳
  - الوانی، سید مهدی، رودگر نژاد، فروغ، (۱۳۸۹). مدل توسعه کارآفرینی در سازمانهای کوچک و متوسط، چشم انداز مدیریت بازرگانی، شماره ۴، پیاپی ۳۷، زمستان ۸۹، ص ص ۸۷-۷۳
  - ورکیانی پور، نفیسه و حسینی، سید محد رضا و سمیعی، روح الله و اشرفی، مجید (۱۳۹۸) در تحقیقی تحت عنوان "ارایه مدل توسعه کارآفرینی زنان با رویکرد توسعه پایداری روستایی" تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی سال نوزدهم، شماره ۵۴
  - یعقوبی، نورمحمد (۱۳۸۹)؛ "مدیریت دولتی: سیر اندیشه های نوین"؛ انتشارات سمت
  - Alonso, M.A.P., Sanchez, J.C., and Maditinos, D. (2016) Entrepreneurial Opportunities Perception and Intentions within European Innovation-Driven Economies under the Shadow of a Financial Crisis. *Entrepreneurship, Business and Economics*, 3(1): 3-13.
  - Bezold, C., (2010). Lessons from using scenarios for strategic foresight. *Technol. Forecast. Soc. Chang.* 77 (9), 1513-1518.
  - Boydell victoria, Heather McMullen, Joanna Cordero, Petrus Steyn & James Kiare (2019). Studying social accountability in the context of health system strengthening: innovations and considerations for future
  - ظرفیت یادگیری در صنایع لاستیک کشور (مورد مطالعه: آرتاویل تایر)، نشریه علمی صنعت لاستیک ایران، دوره ۲۵، شماره ۹۹، صص ۵۵-۱۲۳.
  - گل محمدی، عماد، نکوئی زاده، مریم، محمدی، نشاط، گل محمدی، میلاد. (۱۳۹۵). رابطه رهبری تحول آفرین با پاسخ گویی اجتماعی سازمانی. فصلنامه توسعه مدیریت منابع انسانی و پشتیبانی ۷۹، ۴۱-۱۰۴
  - گودرزی، ریحانه، حسینی، سید رسول، طبائیان، سید کمال (۱۳۹۷). چارچوبی برای توسعه کارآفرینی دانشگاهی در رشته های علوم انسانی در ایران. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی ۴(۱۱)، ۶۶۱-۶۷۹.
  - محمدیان، مهدی، (۱۳۹۵)، مدیریت پاسخگویی، دانشگاه علوم پزشکی و خدمات درمانی دانشگاه تبریز
  - مخبر دزفولی، عبدالله، جمشیدی، امید، حاجی میررحیمی، سید داوود. (۱۳۹۶)، طراحی مدل توسعه کارآفرینی در مراکز آموزش کشاورزی و تحلیل استراتژیک وضعیت کارآفرینی (مورد مطالعه: مرکز آموزش عالی امام خمینی (ره) رویکردهای پژوهشی کارآفرینانه در کشاورزی، ۷۳-۹۰.
  - مکی آل آقا، بدیع الزمان (۱۳۸۶) نقش دانشگاه در توسعه کارآفرینی، نوآوری های مدیریت آموزشی پاییز، دوره ۲، شماره مسلسل ۸، ۱۱۵-۱۲۷.
  - موسوی، زهراسادات؛ علیرضایی، ابوتراب؛ شاه منصور ی، اشرف؛ علیزاده مجید، امیررضا (۱۳۹۹). ارائه مدل برندینگ کسب و کارهای زنجیره ای روستایی در ایران، دراسات فی العلوم الانسانیه، ۲۷(۳)، صص ۱-۱۷.
  - ناظم، میترا؛ علیزاده مجید، امیررضا؛ نارنجی، مسعود (۱۴۰۰). تاثیر بازاریابی کارآفرینانه بر عملکرد کسب و کارهای کوچک و متوسط با نقش میانجی: رفتار کارآفرینانه (مورد مطالعه: شرکت های منتخب

- unconventional entrepreneurship: A case from the cultural sector', *Journal of Business Research* 92(1), 455–464. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.07.012>
- Peter. K. (2001), "corporate Social Responsibility Audit within a Quality" Management Frome work *Journal of Business Ethics*, Vol 131
  - Prihatiningsih Titi Savitri ,Robert Woollard,Julian Fisher, Mohamed Elhassan Abdalla, Charles Boelen,Yassein Kamal(2020). Social Accountability and Accreditation Impacting Health System Performance and Population Health,social innovations *journal*24(5),1-19
  - Rohr beck, René and Etingue Kum, Ménes and Jissink, Tymen and Gordon, Adam V., *Corporate Foresight Benchmarking Report (2018): How Leading Firms Build a Superior*
  - Rosário Albérico Travassos, Filipa Fernandes, Ricardo Gomes Raimundo and Rui Nunes Cruz (2021). Determinants of Nascent Entrepreneurship Development, *Handbook of Research on Nascent Entrepreneurship and Creating New Ventures*
  - Sam, C., & Sijde, P. Van Der. (2014)." Understanding the concept of the entrepreneurial university from the perspective of higher education model"s. *High Educ*, 68(6): 891–908.
  - Sheikh, S, R & Beise, R (2011), "Corporate Social Responsibility or Cause-Related Marketing? The Role of Cause Specificity of CSR", *Journal of Consumer Marketing*, Volume 28, Number 1, pp: 27–39
  - work,Health Research Policy and Systems volume 17, Article number: 34
  - Cornish, E. (1997). *The Study of The Future (an Introduction to The art and Science of understanding and shaping Tomorrow World*, Maryland: Published by: World Future, Society, pp.31-38.86
  - Dunphy, S, (2017). "The relationship of entrepreneurial and innovative success", *Marketing intelligence and planning*, 12(9), pp. 1-14.
  - Galindo-Martin Miguel-Angel& Méndez-Picazo María-Teresa (2014). Entrepreneurship, economic growth, and innovation: Are feedback effects at work? *Journal of Business Research* 67(5):825–829
  - Gorji Hasan Abolghasem, Nouredin Niknam, Zeinab Ghaedchukamei,Abdulsamad Gharavinia,Mehdi Safari,Maasumeh Elahi,Razie Rahmati,Nezamaddin Mengelizadeh,6 Nahid Aghaei,Hamid Alae Ghoghogh,and Khosro Shakeri(2021) Evaluation of social accountability in hospital managers, *J Educ Health Promot*. 2021; 10: 104.
  - Lee, E.M., Park, S.Y. and Lee, H.J. (2013), "Employees' perception of CSR activities: its antecedents and consequences", *Journal of Business Research*, Vol. 66 No. 10, pp. 1716-1724.
  - Lee, K., Kim, Y., & Koh, D. (2016). Organizational learning, top management team's entrepreneurial alertness, and corporate entrepreneurship in high-tech firms. *Asian Journal of Technology Innovation*, 24(3), 338-360
  - Malecki Edward J. (2018)"Entrepreneurship and entrepreneurial ecosystems" john Wiley & Sons Ltd <https://doi.org/10.1111/gec3.12359>
  - Pagano, A., Petrucci, F. & Bocconcelli, R., (2019), 'A business network perspective on