

## Investigating the dimensions of the ability to develop the entrepreneurial model of universities

**Seyed Hamid Mousavi:** PhD Student, Department of Educational Management, Islamic Azad University of Gorgan, Gorgan, Iran.

**Negin Jabbari\*:** Faculty member, Department of Educational Management, Islamic Azad University of Gorgan, Gorgan, Iran.

**Kiomars Niaz Azari:** Faculty member, Department of Educational Management, Islamic Azad University of Gorgan, Gorgan, Iran.

### Abstract

**Objective:** This study was conducted with the aim of identifying the factors affecting the development of entrepreneurship in universities.

**Method:** This research was conducted from the perspective of practical purpose and from the perspective of data collection using the content analysis method. The statistical population included experts and experienced people in the field of management and entrepreneurship with academic and managerial experience. The statistical sample in a targeted and judgmental way includes experts who have a master's or doctorate degree or doctoral students who have at least 10 years of service and are among the selected entrepreneurs in medical sciences universities. Based on this, according to the law of data saturation, interviews were conducted with 20 elites. The method of data collection was interviews and the means of collecting in-depth and semi-in-depth questions from the interviewees.

**Findings:** The findings show that the factors affecting the development of entrepreneurship in universities have 8 main dimensions, including structure, innovation and social innovation, higher education strategy, support and encouragement, development infrastructure, social values, systemic education and financial resources. It is innovative, and in order to achieve it, it is necessary for the educational system of the universities to move from the second generation universities to the fourth generation universities.

**Conclusion:** The findings of the researchers and the consensus on the effective factors in the development of entrepreneurship in universities show that the entrepreneurial attitude is one of the possible solutions for combining universities with the complexity of economic mechanisms.

**Keywords:** entrepreneurial capabilities, fourth generation university, content analysis.

\***Corresponding author:** Faculty member, Department of Educational Management, Islamic Azad University of Gorgan, Gorgan, Iran.

**Email:** [neginjabbary@gmail.com](mailto:neginjabbary@gmail.com)

## Investigating the dimensions of the ability to develop the entrepreneurial model of universities

**Introduction:** In today's world, entrepreneurship and its tendency play an important role in the survival and development of organizations in turbulent and dynamic environments. Today, the development of entrepreneurship in order to strengthen innovation, initiative and risk-taking in organizations is one of the topics of interest in management literature. Organizational entrepreneurship is a process in which organizations recognize opportunities for growth and development and create new values for their stakeholders through innovation and reallocation of resources. Entrepreneurship is a type of behavior that includes initiative, organization, economic mechanisms to transform resources into opportunities, and accepting the risks of failure. This redistribution of resources and the use of economic mechanisms in organizations such as educational organizations is very important. The distribution of education, the limitation (and reduction) of the government budget, global competition and the changing demands of the knowledge-based economy have caused higher education institutions to pay more attention to economic development and entrepreneurial activities; But doing entrepreneurial activities spontaneously does not make the university an entrepreneurial university. It can be said that the university is an entrepreneur only when it adds value to education and research and vice versa. (Hosseini et al. 2017) Academic entrepreneurship refers to the actions and efforts that universities and university industry departments make in order to commercialize the outputs and results of their academic and scientific research. (Nasrasafhani and Ghaffari 2013) In other words, an entrepreneurial university is a university where scientific entrepreneurship can create a force for economic growth and cause competition in global markets. This study was conducted with the aim of identifying the factors affecting the development of entrepreneurship in universities.

**Materials and methods:** The research method is applied from the objective point of view and content analysis from the data collection point of view. The statistical population included experts and experienced people in the field of management and entrepreneurship with academic and managerial experience. The statistical sample in a targeted and judgmental way includes experts who have a master's or doctorate degree or doctoral students who have at least 10 years of service and are among the selected entrepreneurs in the University of Medical Sciences. Based on this, 20 elites were interviewed according to the law of data saturation. The method of data collection was interviews and the means of collecting in-depth and semi-in-depth questions from the interviewees. Although getting concepts from the data is the main characteristic of the interview analysis strategy, in this strategy the creativity of the researcher was also a fundamental component. Simultaneously with data collection, free coding was done. This means looking at the data line by line and knowing the processes in it. For this purpose, each interview was reviewed several times by the researcher and the paragraphs with integrated and coherent meanings that resulted in a category were separated from each other. Then, in each paragraph, the concepts were discovered and named using the words used by the interviewees. To measure the validity and reliability of the qualitative research, reliability was used, which consisted of four more detailed concepts: credibility, transferability, verifiability, and reliability.

**Results and discussion:** According to the findings of the research, it can be said that the factors affecting the development of entrepreneurship in universities include the structure of the university, including the components of decentralization, knowledge sharing, independence, agility, and professionalism; The dimension of innovation and social innovation, including the components of innovation culture and networking and communication capabilities; The dimension of higher education strategy includes the components of organizational structure and university governance, support tools and entrepreneurship drivers, the dimension of support and encouragement includes the components of

university attitudes towards entrepreneurship and positive market attitudes towards entrepreneurs, the dimension of development infrastructure factors including components of entrepreneurial competencies, curriculum planning and teaching-learning process; The dimension of social values factors includes the components of society's potential, expectations from the university, society's policy, the dimension of systemic education including the components of context, input, evaluation and development, and consequences; Next, innovative financial sources include the components of financing institutions directly from the government, financing students and families/indirect financing from the government, the financing system based on the pre-purchase of products and services, the financing system based on the order of products and services, The financing system is staff-oriented and the financing system is input-oriented.

**Conclusion:** This research was conducted with the aim of identifying the factors affecting the development of entrepreneurship in universities. In the last decade, there has been a significant emphasis on the public policies of universities in the field of knowledge transfer, both in developed and developing economies. In the modern era, the social environment of the university has been significantly enriched and new agents have entered the system. Concepts such as competition, production, quality and effectiveness have entered the short-term and daily activities of universities, and the long-term functions of universities as independent institutions have been questioned, and universities have been exposed to economic and political pressures. The activities of the university have crossed the traditional borders due to the connection with the level of economic-social development and expands new ways to develop this interaction between each other. Perhaps the most important of this interaction is business, which is playing the role of an economic engine and at the same time is the most important consumer of knowledge. The findings of the researchers and the consensus on the effective factors in the development of entrepreneurship in universities show that the entrepreneurial attitude is one of the possible solutions for combining universities with the complexity of economic mechanisms.

**Keywords:** entrepreneurial capabilities, fourth generation university, content analysis.

مجله‌ی توسعه‌ی آموزش جندی‌شاپور  
فصلنامه‌ی مرکز مطالعات و توسعه‌ی آموزش علوم پزشکی  
سال چهاردهم، ویژه نامه ۱۴۰۲

## شناسایی مؤلفه های مؤثر بر توسعه ی کار آفرینی دانشگاه ها

**سید حمید موسوی:** دانشجوی دکتری، گروه مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی گرگان، گرگان، ایران.  
**نگین جباری\*:** عضو هیات علمی، گروه مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی گرگان، گرگان، ایران.  
**کیومرث نیاز آذری:** عضو هیات علمی، گروه مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی گرگان، گرگان، ایران.

### چکیده

**هدف:** این مطالعه باهدف شناسایی مولفه های مؤثر بر توسعه ی کارآفرینی دانشگاه ها انجام شد.  
**روش کار:** این پژوهش حاضر از منظر هدف کاربردی و از منظر جمع آوری اطلاعات با استفاده از روش تحلیل محتوا انجام شد. جامعه آماری شامل افراد متخصص و مجرب حوزه مدیریت و کارآفرینی با تجربه دانشگاهی و مدیریتی بودند. نمونه آماری به روش هدفدار و قضاوتی شامل خبرگانی است که دارای مدرک کارشناسی ارشد یا دکتری و یا دانشجوی دکتری باشند که حداقل ۱۰ سال سابقه ی خدمت دارند و از منتخبان کارآفرینی در دانشگاه های علوم پزشکی باشند. بر این اساس با توجه به قانون اشیاع داده ها با تعداد ۲۰ نفر از نخبگان مصاحبه انجام شد. روش جمع آوری داده ها مصاحبه و ابزار جمع آوری سوالات عمیق و نیمه عمیق از مصاحبه شوندگان بود.  
**یافته ها:** یافته ها نشان میدهند مولفه های مؤثر بر توسعه ی کارآفرینی در دانشگاهها دارای ۸ بعد اصلی شامل ساختار، نواندیشی و نوگرایی اجتماعی استراتژی آموزش عالی، حمایتگری و تشویق، زیر ساخت های توسعه ای، ارزش های اجتماعی، آموزش سیستمی و منابع مالی نوآور می باشد که جهت نیل به آن لازم است سیستم آموزشی دانشگاه ها از دانشگاه نسل دوم به سمت دانشگاه های نسل چهارم حرکت نماید.  
**نتیجه گیری:** یافته های پژوهشگران و اتفاق نظر بر عوامل مؤثر در توسعه ی کارآفرینی در دانشگاهها نشان می دهد نگرش کارآفرینانه به عنوان یکی از راه حل های ممکن برای آمیختن دانشگاه ها با پیچیدگی بسیار سازوکارهای اقتصادی است.  
**کلید واژه ها:** کارآفرینی دانشگاه ها، دانشگاه نسل چهارم، تحلیل محتوا.

\***نویسنده مسؤول:** عضو هیات علمی، گروه مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی گرگان، گرگان، ایران.

**Email: neginjabbari@gmail.com**

## مقدمه

در دنیای امروز کارآفرینی و گرایش به آن نقش مهمی را در بقا و توسعه سازمان ها در محیط های متلاطم و پویا ایفا می کند. امروزه توسعه گرایش به کارآفرینی به منظور تقویت نوآوری، ابتکار عمل و مخاطره پذیری در سازمان ها از جمله مباحث مورد توجه در ادبیات مدیریت است. کارآفرینی سازمانی فرآیندی است که طی آن سازمان ها فرصت های رشد و توسعه را تشخیص می دهند و از طریق نوآوری و تخصیص مجدد منابع ارزش شهای جدیدی را برای ذینفعان خود ایجاد می نمایند. کارآفرینی نوعی رفتار است که شامل ابتکار عمل، سازماندهی، مکانیزم های اقتصادی برای تبدیل منابع به موقعیت ها و پذیرش خطرات ناشی از شکست است. این توزیع مجدد منابع و بکارگیری سازوکارهای اقتصادی در سازمان هایی همچون سازمانهای آموزشی از اهمیت زیادی برخوردار است. 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 که ارزشی را به آموزش و تحقیقات و برعکس آن بیفزاید. (حسینی و همکاران ۱۳۹۷) کارآفرینی دانشگاهی به اقدامات و تلاشهایی اشاره دارد که دانشگاه ها و بخشهای ارتباط با صنعت دانشگاهها در راستای تجاری سازی برون دادها و نتایج پژوهش های دانشگاهی و علمی خود انجام می دهند. (نصرا صفهانی و غفاری ۱۳۹۱) به عبارت دیگر دانشگاه کارآفرین، دانشگاهی است که کارآفرینی علمی در آن بتواند نیرویی برای رشد اقتصادی ایجاد کند و باعث رقابت در بازارهای جهانی شود. چنین دانشگاهی باید دو وظیفه را انجام دهد: اول، کارآفرینی آینده را آموزش دهد تا کسب و کاری ایجاد کنند و همچنین روحیه کارآفرینان آینده را در دانشجویان و در تمام حوزه ها توسعه دهد. دوم، مراکز

رشد کسب و کار را سازماندهی نماید، پارک فناوری و مواردی نظیر آن را ایجاد کند، دانشجویان را در این سازمان ها درگیر کند و به کمک آنها دانشجویان و دانش آموختگان را در ایجاد کسب و کار یاری کرده و همچنین بتواند از نظر مالی استقلال پیدا کند. براین اساس، دانشگاه کارآفرین نه تنها در پاسخگویی به نیازها و انتظارات متنوع محیط خود موفق است، بلکه برنامه ها و فرایندهای عملیاتی آن برای اشاعه فرهنگ کارآفرینی و ارتقای صلاحیتهای کارآفرینی دانشجویان مورد بازبینی قرار گرفته است (پورآتشی و پرهیزگار ۱۳۹۶).

برای اینکه یک دانشگاه بتواند به دانشگاه کارآفرین تبدیل شود سه مرحله وجود دارد که کیفیت هر مرحله معمولاً و نه ضرورتاً بر اساس کیفیت مراحل قبلی است و ممکن است ترتیب مراحل بر حسب ویژگیهای محیط معکوس گردد:

مرحله اول: موسسه دانشگاهی باید دیدگاه راهبردی برای خود اتخاذ کرده و توانایی تنظیم و تعیین اولویت های خود را کسب کند.

مرحله دوم: موسسه دانشگاهی نقش فعالی را در تجاری سازی دارایی های فکری حاصل از فعالیت اساتید و دانشجویان خود پیدا می کند

مرحله سوم: موسسه دانشگاهی نقش پیشرویی را در بهبود محیط نوآوری محلی خود از طریق همکاری با صنعت و دولت ایفا می کند (سعدی و همکاران ۱۳۹۶).

به دلیل نقش و جایگاه ویژه کارآفرینان در روند توسعه و رشد اقتصادی بسیاری از دولتها در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه تلاش می کنند با حداکثر امکانات و بهره برداری از دستاوردهای تحقیقاتی، شمار هر چه بیشتری از جامعه را که دارای ویژگیهای کارآفرینی هستند به آموزش در جهت کارآفرینی و فعالیت های کارآفرینانه تشویق و هدایت کنند. کارآفرینان نقش کلیدی در توسعه اقتصادی و تحولات اجتماعی دارند. کارآفرینان به عنوان عناصر اصلی در تسریع توسعه کشورهای در حال توسعه و در تجدید حیات و استمرار توسعه کشورهای صنعتی مورد

تحول شده و به سوی مشارکت در پارادایم کارآفرینانه در حال حرکت است. به بیان دیگر در دنیایی که جهانی شدن نقش مهمی را در فرایند و تغییرات اجتماعی و اقتصادی بازی می کند، نقش دانشگاه ها با توجه به مسئولیت های جدید در قبال جامعه در حال تغییر مانند اقتصاد ملی، توسعه اجتماعی، کاهش منابع مالی عمومی و بازار آموزشی دگرگون شده است (بهزادی و همکاران ۱۳۹۳).

در کشور ما اغلب دانشگاهها در نسل دوم دانشگاهی یعنی دانشگاههای پژوهش محور قرار دارند و فعالیت چندانی در راستای تجاری سازی یافته های پژوهش ها، تربیت افراد کارآفرین و تبدیل شدن به نسل سوم دانشگاه ها یعنی دانشگاه های کارآفرین ندارند. فعالیت های تجاری سازی دانشگاههای داخلی اغلب در حد ایجاد پارکهای علم و فناوری محدود شده است که خروجی چندانی به بازار کسب و کار ارائه نمی دهند. با توجه به اینکه دانشگاههای کشور از کارآفرینی لازم برخوردار نیستند و نظر به اینکه حمایت های ملی یک عامل تأثیرگذار بر فرایند کارآفرینی است، لذا انجام تحقیقی در خصوص شناسایی توسعه قابلیت های کارآفرینی دانشگاهها ضرورت دارد.

### مواد و روش ها

روش پژوهش از منظر هدف، کاربردی و از منظر جمع آوری داده ها تحلیل محتوا می باشد. جامعه آماری شامل افراد متخصص و مجرب حوزه مدیریت و کارآفرینی با تجربه دانشگاهی و مدیریتی بودند. نمونه آماری به روش هدفدار و قضاوتی شامل خبرگانی است که دارای مدرک کارشناسی ارشد یا دکتری و یا دانشجوی دکتری باشند که حداقل ۱۰ سال سابقه ی خدمت دارند و از منتخبان کارآفرینی در دانشگاه علوم پزشکی باشند. بر این اساس با تعداد ۲۰ نفر از نخبگان با توجه به قانون اشباع داده ها مصاحبه انجام شد. روش جمع آوری داده ها مصاحبه و ابزار جمع آوری سوالات عمیق و نیمه عمیق از مصاحبه شوندگان بود. هرچند که مایه گرفتن مفاهیم از داده ها، مشخصه اصلی راهبرد تحلیل مصاحبه است، اما در این

توجه و مطالعه بوده اند. در شرایط کنونی که اقتصاد کشورمان با مسائل و نارسایی های مهمی نظیر فرار مغزها بیکاری یا کم کاری به ویژه فارغ التحصیلان دانشگاهها و نیروی انسانی متخصص کاهش سرمایه گذاری دولت، عدم تحرک و رشد اقتصادی کافی روبروست، پرورش و آموزش کارآفرینان از اهمیت مضاعفی برخوردار است. تأمین مالی برای توسعه ایده های نوآورانه همواره یکی از موانع بزرگ بر سر راه صاحبان این ایده و کارآفرینان بوده و جذب سرمایه به ویژه از منابع بیرونی برای کسب کارهای نوپا کاری دشوار به حساب می آمده است. تأمین مالی یکی از رو شهای نوین برای کارآفرینان به منظور تحقق و پیشبرد ایده های آن ها به شمار می آید و امکان جمع - آوری منابع مالی از عموم را برای آن ها فراهم می سازد.

در محیط رقابتی امروز شرکتها به طور مداوم در حال تغییر و مشارکت در فعالیتهای کارآفرینی می باشند. انعطاف ناپذیری، عدم ریسک پذیری و بی رغبتی که در میان شرکتهای صنعتی برجسته تر است مانع توسعه فعالیت- های کارآفرینی می شود؛ بنابراین چنین وضعیتی مناسب رقابت نیست. از طرفی سازمانهای کارآفرین که تغییر نگرش دارند و ریسک پذیر میباشند و به نوآوری اهمیت می دهند محبوبیت بیشتری به دست می آورند. علاوه براین در حال حاضر نوآوری عامل بهبود بخش در اقتصاد دانشی مطرح شده است، اما درک سنتی از فرایند نوآوری در حال تغییر است؛ زیرا الگوهای خطی کارایی خود را در تبیین نوآوری از دست داده اند این فرایند به عنوان سیستم و شبکه ای متشکل از ابعاد و عناصر گوناگون مطرح شده است براساس مطالعات جدید در این حوزه، همکاری بین سه بخش صنعت، دانشگاه و دولت در ارتقای سیستم محلی و ملی نوآوری ضرورت دارد. از میان این سه عامل دانشگاهها به دلیل داشتن رسالت ارائه جدیدترین دانشها و فنون نقشی پررنگ تر از سه بخش دیگر بر عهده دارند. براین اساس، مأموریت دانشگاهها در بستر زمان، همگام با تحولات و دگرگونیهای جهانی و در راستای هدف پاسخگویی به نیازهای اقتصادی، جوامع دچار

آزمودنی های شرکت کننده، کسب رضایت نامه کتبی به منظور شرکت در پژوهش رعایت شدند. جهت رعایت اخلاق پژوهشی، کد ثبت پروپوزال ۱۷۳۴۸۲۱۲۱۸۷۴۹۰۹۱۳۹۹۱۶۲۲۸۹۹۷۷ در کمیته ی اخلاق دانشگاه ثبت شد

#### یافته ها

در پاسخ به سوال پژوهش که: مولفه های موثر بر توسعه ی کارآفرینی در دانشگاهها چه هستند؟ کدهای محوری و کدهای باز استخراج شده از مصاحبه ها در نهایت در قالب ۸ کد انتخابی، ۳۰ کد محوری نهایی شدند که نتایج حاصل در جدول ۱ بصورت خلاصه آورده شده است.

راهبرد خلاقیت پژوهشگر نیز جزئی اساسی بود. همزمان با گردآوری داده ها، کدگذاری آزاد انجام شد. این به معنی بررسی خط به خط داده ها و شناختن فرایندها در آن است. بدین منظور هر مصاحبه برای چندین بار توسط پژوهشگر بررسی شد و پاراگراف های دارای معانی یکپارچه و منسجم که منتج به یک مقوله می شد از یکدیگر تفکیک شدند. سپس در هر پاراگراف مفاهیم کشف و با استفاده از واژگان استفاده شده توسط مصاحبه شوندگان، نامگذاری شد برای سنجش روایی و پایایی تحقیق کیفی از قابلیت اعتماد که متشکل از چهار مفهوم جزئی تر قابلیت اعتبار، قابلیت انتقال، قابلیت تأیید، اطمینان پذیری بود استفاده شد.

سودمندی و آسیب نر ساندن، توجه به رفاه دیگران و ارائه اطلاعات کافی در باره چگونگی پژوهش به تمامی

جدول ۱. کدهای محوری و کدهای باز

Table 1. Core codes and open codes

کدهای باز (شاخص ها)	کد محوری	کد انتخابی
تدوین بودجه واحد خود		ساختار دانشگاه
طراحی مناسب نظام جذب کارکنان		
تناسب گرایش تحصیلی و مقطع با مسئولیت		
کارکنان آموزش دیده و خیره- توانمندسازی		
نظارت دقیق بر رعایت استانداردها	عدم تمرکز	
دستورالعملها و رویه های مکتوب		
تیم های کاری تخصصی و مستقل		
داشتن رهبران کارآمد و توانمند- شایسته سالی		
خودنظارتی		
ارتباطات غیررسمی مؤثر		
تصمیم گیری شورایی		
ائتلاف برون سازمانی	تسهیم دانش	
پروژه محور بودن امور		
گروه محوری به جای خودمحوری		
تبادل اطلاعات و ایده در سیستم اداری		
اختیار در تدوین برنامه و چگونگی عملکرد واحدها	استقلال	

اختیار در اجرا (استخدام و اخراج، پاداش و تنبیه، خرید و...)

اختیار در تصمیم گیری ( قانون گذاری)

تیم های تخصصی

تعداد واحدهای سازمان

کاهش سطح عمودی

تعداد مکان های جغرافیایی مجزا از سازمان

متوسط مسافت واحدها از مرکز اصلی

داشتن مدیران کارآمد و توانمند

عزل و نصب مسئولین بر اساس ضوابط و شایستگی

فرصت ارتقاء در موقعیت های سازمانی

طراحی مناسب نظام ارتقا

جانشین پروری

فرهنگ حمایت از نوآوری

فرهنگ پذیرش ایده های نو

ارتباطات حقیقی و مجازی اعضا

تبادل اطلاعات و گردش و تبادل علوم به روز

جهتگیری روشن به سمت تحول آموزشی

انعطاف و پذیرش تغییرات

استقلال از دولت

هزینه های سرمایه ای

هزینه های جاری مناسب جهت ایجاد تجربه های یادگیری

برنامه های آموزشی

پروژه محوری آموزش ها

توجه ها

مطلوبیت

پاداش

تعداد و نوع رشته های آموزشی مورد نیاز کاروزی مهارتی

دانشجویان ایده پرداز

دانشجویان دارای انعطاف و سرعت و نوآور

داشتن سابقه کار آفرینانه دانشجویان

محتوای کاربردی دروس برای کار آفرینی و برگزاری کارگاه

ماهیت مشارکتی و تیمی دروس

محیط کلاسی متناسب

جو دانشگاهی و امکانات

چابک سازی سازمان

حرفه ای گرایی

فرهنگ نوآوری

قابلیت شبکه سازی و

ارتباطی

حکمرانی دانشگاه

ابزارهای حمایتی

پیش ران های کار آفرینی

نگرش های دانشگاه نسبت به

کار آفرینی

نگرش مثبت بازار نسبت به

کار آفرین

شایستگی های کار آفرینانه

برنامه ریزی درسی

فرایند یاددهی-یادگیری

تواندیشی و نوگرایی  
اجتماعی

استراتژی آموزش عالی

حمایتگری و تشویق

زیرساختهای توسعه ای



تکریم کارآفرینان		
برخورداری از مزایا و امتیازات ویژه کار آفرینان		
انطباق توانایی های دانش آموختگان با نیازهای بازار کار		
اقتصادی		
اجتماعی		
فرهنگی		
علمی		
دانشگاه یاد گیرنده	پتانسیل جامعه	
مدیریت خلاقیت		ارزش های اجتماعی
سازمان کار آفرین		
مدیریت کیفیت جامع	انتظار از دانشگاه	
دانشگاه پاسخگو		
یادگیری از دیگران		
شناسایی و تقویت استعدادها و ظرفیت ها		
شناسایی فرصت ها و استفاده بهینه از آنها		
فراهم کردن زمینه بروز پرورش ایده ها و خلاقیت ها	خط مشی جامعه	
ایجاد، تحکیم، تعمیم و توسعه فرهنگ کار آفرینی در دانشگاه ها		
کسب جایگاه ویژه در ارائه خدمات علمی و تخصصی مورد نیاز جامعه		
چشم انداز		
برنامه استراتژیک		
ساختار		
ساختار		
جذب نخبگان و شایستگان	عوامل زمینه ساز	
منابع مالی		
برنامه های عملیاتی و باید ها و نبایدها	درون دادها	
امکانات و تکنولوژی		
روش ها		
رهبری دانشگاهی		
یاددهی یادگیری	فرایند	آموزش بیستی
متخصصان		
رضایت اجتماعی از عملکرد و رفتار شهروندی متخصصان	برون داد	
فرهنگ کار آفرینی		
ارزیابی درونی		
ارزیابی بیرونی		
بازنگری و اصلاح	ارزیابی و توسعه	

پیامد	منابع مالی نوآور
تأمین مالی مؤسسه ها بطور مستقیم از جانب دولت	تأمین مالی دانشجویان و خانواده ها/ تأمین مالی غیر مستقیم از دولت
نظام تأمین مالی بر مبنای پیش خرید محصول و خدمات	نظام تأمین مالی بر مبنای سفارش محصول و خدمات
نظام تأمین مالی ساده محور	نظام تأمین مالی نهاد محور
مرجعیت	
منزلت	
الگوسازی	
بودجه های مقوله ای و قطعی	
بودجه های مذاکره ای	
تأمین مالی بر مبنای فرمول	
تأمین مالی بر مبنای عملکرد (عملکرد محور)	
سند هزینه	
کمک هزینه تحصیلی (گرات ها)	
منافع (تخفیفات مالیاتی)	
تأمین منابع مالی توسط بازار به وسیله پیش خرید محصولات و خدمات آموزش عالی	
تأمین درون دادهای آموزش عالی توسط بازار (به منظور دستیابی به محصولات و خدمات مورد نیاز خود)	
تأمین منابع مالی آموزش عالی توسط دولت بر مبنای برون دادها و عملکرد	
تأمین منابع مالی آموزش عالی توسط دولت بر مبنای درون دادها	

تأمین مالی دانشجویان و خانواده ها/ تأمین مالی غیر مستقیم از دولت نظام تأمین مالی بر مبنای پیش خرید محصول و خدمات نظام تأمین مالی بر مبنای سفارش محصول و خدمات، نظام تأمین مالی ساده محور و نظام تأمین مالی نهاد محور است.

### بحث و نتیجه گیری

این پژوهش با هدف شناسایی مؤلفه های مؤثر بر توسعه ی کارآفرینی در دانشگاهها انجام شده است. در دهه اخیر شاهد تأکید قابل توجهی بر سیاست های عمومی دانشگاه ها در زمینه انتقال دانش، چه در اقتصادهای توسعه یافته و چه در اقتصادهای در حال توسعه است. در دوران مدرن محیط اجتماعی دانشگاه به طور معناداری غنی شده است و عوامل جدیدی به سیستم وارد شده اند. مفاهیمی همچون رقابت، تولید، کیفیت و مؤثر بودن به فعالیت های کوتاه مدت و روزانه دانشگاه ها وارد شده اند و کارکردهای دراز مدت دانشگاه

بنابر یافته های حاصل از پژوهش می توان گفت مؤلفه های مؤثر بر توسعه ی کارآفرینی در دانشگاهها شامل ساختار دانشگاه اعم از مؤلفه های عدم تمرکز، تسهیم دانش، استقلال، چابک سازی و حرفه ای گرایی؛ بعد نواندیشی و نوگرایی اجتماعی شامل مؤلفه های فرهنگ نوآوری و قابلیت شبکه سازی و ارتباطی؛ بعد استراتژی آموزش عالی شامل مؤلفه های ساختار سازمانی و حکمرانی دانشگاه، ابزارهای حمایتی و پیشران های کارآفرینی، بعد حمایتگری و تشویق شامل مؤلفه های نگرش های دانشگاه نسبت به کارآفرینی و نگرش های مثبت بازار نسبت به کارآفرین، بعد عوامل زیر ساخت های توسعه ای شامل مؤلفه های شایستگی های کارآفرینانه، برنامه ریزی درسی و فرایند یاددهی-یادگیری؛ بعد عوامل ارزش های اجتماعی شامل مؤلفه های پتانسیل جامعه، انتظار از دانشگاه، خط مشی جامعه، بعد آموزش سیستمی شامل مؤلفه های زمینه، درون داد، ارزیابی و توسعه و پیامد؛ بعد منابع مالی نوآور شامل مؤلفه های تأمین مالی مؤسسه ها بطور مستقیم از جانب دولت،

از جمله فرهنگ سازمانی کارآفرینانه، تعامل مستمر با محیط، چشم انداز مشترک و راهبرد آینده نگر و منابع انسانی را دارد اما از ساختار کارآفرینانه و استقلال مالی مناسب برخوردار نیست. براساس نتایج به دست آمده، توجه به نیروی انسانی، تلاش برای جذب منابع مالی، تقویت اصل ابتکار عمل، ایجاد ساختار غیر متمرکز و کاهش بروکراسی از جمله تلاش هایی است که می تواند دانشگاه را به سوی کارآفرینی سوق دهد که یافته ها با نتایج این پژوهش همسو هستند.

همسویی یافته های پژوهشگران و اتفاق نظر بر عوامل موثر در توسعه کارآفرینی در دانشگاهها نشان می دهد نگرش کارآفرینانه به عنوان یکی از راه حل های ممکن برای آمیختن دانشگاه ها با پیچیدگی بسیار سازوکارهای اقتصادی است. کارآفرینی به عنوان یک راه حل روشی را برای توسعه اساسی دانشگاه ارائه می دهد که در آن دانشگاه استقلال خود را تعریف کرده و از وجود منابع مالی مختلف اطمینان حاصل می کند (و بنابراین وابستگی خود را به دولت کاهش می دهد) واحدهای آموزشی و فعالیتهای جدید دانشگاهی را طبق نیازهای جامعه توسعه می دهد و تغییرات ساختاری ایجاد می کند که ظرفیت های دانشگاه را برای پاسخگویی به تغییرات تضمین می کند.

در این راستا پیشنهاد می شود در رشته هایی که دارای بازار کار (اشتغال بالایی) هستند و از طرف دیگر هزینه بری بیشتری نیز برای آموزش عالی دارند از الگوی شبه بازار یا بازاری استفاده گردد و صرفاً در خصوص رشته هایی که دارای نرخ اشتغال پایین هستند و بخش خصوصی مایل به سرمایه گذاری در آن نیست از الگوی تأمین مالی سنتی (دیوان سالارانه) استفاده گردد. پیشنهاد می گردد دانشگاه ها از طرحهایی حمایت کنند و دانشجویان را تشویق به آنها کنند که از جمله اولویت های علمی، اقتصادی و اجتماعی دولت و یا سازمانها و نهادهای دولتی و خصوصی است. بدین وسیله دانشگاه ها می توانند بخشی از منابع مالی خود را با انجام طرحها و

ها به عنوان مؤسسات مستقل مورد پرسش قرار گرفته است و دانشگاه ها در معرض فشارهای اقتصادی و سیاسی قرار گرفته اند. فعالیتهای دانشگاه از مرزهای سنتی به واسطه ارتباط با سطح توسعه اقتصادی - اجتماعی عبور کرده است و راه های جدیدی را برای توسعه این فعل و انفعال بین یکدیگر گسترش می دهد. مهمترین این فعل و انفعال شاید کسب و کار باشد که از یک طرف در حال ایفای نقش موتور اقتصادی و در همان زمان مهمترین مصرف کننده دانش است.

پژوهشگران دریافته اند که تأمین مالی برای توسعه ایده های نوآورانه همواره یکی از موانع بزرگ بر سر راه صاحبان این ایده و کارآفرینان بوده و جذب سرمایه به ویژه از منابع بیرونی برای وکسب کارهای نوپا کاری دشوار به حساب می آمده است که با یافته های این پژوهش همسویی داشت. همچنین یافته های پژوهش در خصوص تأمین مالی به عنوان یکی از روشهای نوین برای کارآفرینان به منظور تحقق و پیشبرد ایده های آنها با نتایج پژوهش ها همسو است

در کشور ما اغلب دانشگاهها در نسل دوم دانشگاهی یعنی دانشگاه های پژوهش محور قرار دارند و فعالیت چندانی در راستای تجاری سازی یافته های پژوهش ها، تربیت افراد کارآفرین و تبدیل شدن به نسل سوم دانشگاه ها یعنی دانشگاه های کارآفرین ندارند. فعالیتهای تجاری سازی دانشگاه های داخلی، اغلب در حد ایجاد پارک های علم و فناوری محدود شده است که خروجی چندانی به بازار کسب و کار ارائه نمی دهند. آدیا و همکاران (۲۰۱۶)، در پژوهشی با عنوان " توانمندسازی افراد در سیاست گذاری کسب و کار " به این نتیجه رسیدند که بدون آموزش و یادگیری مهارتهای اصلی نمی توان به توسعه کسب و کار دست یافت که با نتایج پژوهش همسو می باشد در تحقیقی دیگر از زهرا قربانی مویید (۱۳۸۸)، پژوهشی با عنوان " بررسی ویژگی های دانشگاه کارآفرین در دانشگاه تربیت مدرس " انجام گرفت نتایج نشان می دهد. دانشگاه تربیت مدرس ویژگی های دانشگاه کارآفرین

Audretsch D.B. (2014). From the entrepreneurial university to the university for the entrepreneurial society. *Journal of Technology Transfer*, Vol.39, No.3, Pp.313

Bagherinejad J. (1990). *Entrepreneurial University of Employment, Technology Development and Welfare, Welfare Planning and Social Development*, No. 6. [In Persian]

Bakhtiari S, Pasban F. (2004) *The Role of Bank Credits in Job Development*, *Quarterly Journal of Agriculture and Development*, Twelfth Year, No. 46. [In Persian]

Ebrahimi S. (2013); "Developments in the structure of Iran's financial system, *Quarterly Journal of Financial and Economic Policies*. [In Persian]

Etzkowitz H. (2006). *The Entrepreneurial University and the Emergence of Democratic Corporatism in the Universities in the Global Knowledge Economy* Edited by Leydesdorff

Hosseini S, Tabaian S, Godarzi R. (2017) *A Framework for Academic Entrepreneurship Development*, *Journal of Entrepreneurship Development*, Vol. 11, No 4. Pp. 661-679

Martins S, Couchi C, Parat L, Federico C, Roberto D, Maureen S. (2004), *Barriers to entrepreneurship and business creation*. *European Entrepreneurship Cooperation*.

Niazi M, Nasrabadi S. (2008), *Entrepreneur University*, *University Communication*. [In Persian]

Nasr Esfahani A, Ghafari M. (2013) *Presentation of a process model for academic entrepreneurship*, *National Conference on Entrepreneurship and Management of Knowledge-Based Businesses*, Mazandaran University.

Oladian M, Seif Naraghi M, Naderi E, Shariatmadari A. (2010), *A Study of Factors Affecting Entrepreneurship Development from the Perspective of*

پژوهش های مختلف برای ارگان ها دولتی و خصوصی، بخشی از هزینه های مالی خود را تأمین کنند.

با توجه به نتایج به دست آمده از تحقیق حاضر و ضرورت تکمیل این پژوهش با انجام سایر پژوهش های مرتبط توسط سایر محققین پیشنهاد می گردد، در ارتباط با موضوعات ذیل تحقیق نمایند. طراحی و تبیین الگوی توسعه قابلیت های کارآفرینی دانشگاهها با تاکید بر نقش جلب و جذب حمایت های مالی به تفکیک دانشگاه های آزاد و دولتی کشور و مقایسه نتایج مطالعه تطبیقی الگوی توسعه قابلیت های کارآفرینی دانشگاهها با تاکید بر نقش جلب و جذب حمایت های مالی در داخل و خارج از کشور.

محدودیت زمانی برای گردآوری اطلاعات حاصله از مصاحبه و وقت گرفتن از اعضای گروه خبرگان با توجه به ماهیت نمونه مورد مطالعه تحقیق، از جمله مشکلات و موانع این تحقیق بود... از جمله نقاط قوت پژوهش حاضر می توان جامع، کاربردی و به روز بودن موضوع پژوهش را نام برد.

## References

Abbaszadeh H. (2014), *a Study of Environmental Factors Affecting the Tendency to Entrepreneurship in the Banking System (Private Banking Sample Research, Monetary and Banking Management Development Quarterly*. [In Persian]

Ahlin B, Drnovsek M. (2014). *Entrepreneurs' creativity and firm innovation the moderating role of entrepreneurial self-efficacy*. *Small Business Economics*, Vol.43, No.1, Pp.101-117

Arasteh H, Jahed H.A, (2011), *Organizational structure appropriate to the University of Entrepreneurship*, *The First International Conference on Management, Foresight, Entrepreneurship and Industry in Higher Education*, Sanandaj. [In Persian]

Entrepreneurial Qualifications of Entrepreneur University Graduates (Predictions, Qualifications, and Outcome), *Rushd Technology Quarterly*,

Saad Metawea M. (2020). The Role of financial institutions in supporting entrepreneurial success: Case of Egypt. *American Journal of Business and Operations Research*. Vol.1, No.1, Pp. 36-51.

Wang H, Lim S.S. (2008). Real options and real value: the role of employee incentives to make specific knowledge investments. *Strategic Management Journal*. Vol. 29, No.7, Pp.701–721.

University of Tehran Alumni and Entrepreneurship Managers in Tehran in order to provide a suitable curriculum for the undergraduate course in Educational Sciences (Management and Educational Planning), *Educational Management Innovations (New Thoughts in Educational Sciences)*, Spring 2010, Vol.5, No.2. [In Persian]

Poor Atashi M, Parhizgar M. (2017) Designing a Conceptual Model of Entrepreneurial Competencies of Entrepreneurial University Graduates (Predictions, Qualifications, and Outcome), *Technology Development Quarterly*, No. 51. [In Persian]

Pour Atashi, Mehtab, Parhizgar, Morteza (2016) Conceptual Model Design of