

تعیین و رتبه بندی شاخص های موثر در قابلیت های رفتار کارآفرینانه

دانشجویان مهارتی دانشگاه جامع علمی کاربردی استان البرز

Indicators Affecting the Entrepreneurial Behavioral Capacities of Entrepreneurial Students at the Alborz University

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۶/۴، تاریخ ارزیابی: ۱۳۹۹/۷/۲۴، تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۸/۱۴

Seyyed Ali Hosseini, Dr. Ali Badizadeh,
Dr. Seyyed Rasoul Hosseini, Dr.
Aliakbar Ghahremani

سیدعلی حسینی^۱، دکتر علی بدیع زاده^{۲*}، دکتر
سیدرسول حسینی^۳، دکتر علی اکبر قهرمانی^۴

Abstract The purpose of this study is to determine and rank the indicators affecting the entrepreneurial behavioral capacities of skill-centered students. The research is applied in terms of purpose and descriptive data-collection method. First, it was provided to the statistical community including professors and entrepreneurs of the University of Applied Sciences and Technology to identify indicators according to national and international sources for screening and determining the effective weight. The purposeful sampling was performed to determine the sampling size from the persuasion rule to 28 people. The studies led to 224 indicators, 29 components and 8 dimensions that were approved. After reviewing statistical tests, ranking indicators and academic environment and value creation with the categories of The University of entrepreneurship, education and curriculum, workshops and internships, ideas, research and startup, business plan, knowledge-based companies and technology, institutionalizing entrepreneurship with categories of entrepreneurship culture, promotion and dissemination of entrepreneurship, information and awareness, recognizing and exploiting opportunities, entrepreneurial intent and behavior, development of personality dimensions, economic and social conditions with categories of economic agility, political conditions and environmental factors, land management, laws and regulations, resources and facilities, structural changes by category of redesigning of processes and structures, marketing, risk, in-university bedrock by category of motivational factors, entrepreneurial motivation and future, and management optimization with the category of management requirements, reform of monitoring and evaluation system were revealed as the influential factors.

According to the leveling of the university environment index and value creation, the highest level is accepted and mostly the factors are rooted within universities, program topics, applied training courses, internship environments, knowledge-based companies are among them. Among these factors, the university environment and value creation, institutionalization of entrepreneurship, economic and social conditions are more effective indicators in the entrepreneurial behavioral abilities of skill-centered students in Alborz province.

Keywords: creativity, comprehensive University of Applied Sciences, skill-centered students, entrepreneurial behavioral capability.

چکیده: هدف از این پژوهش تعیین و رتبه بندی شاخص های موثر در قابلیت های رفتاری کارآفرینانه دانشجویان مهارتی می باشد.

پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از حیث روش گردآوری اطلاعات توصیفی پیمایشی است ابتدا نسبت به شناسایی شاخص های با توجه به منابع ملی و بین المللی اقدام وجهت غربالگری و تعیین وزن موثر در اختیار جامعه آماری شامل اساتید و کارآفرینان دانشگاه جامع علمی-کاربردی قرار گرفت. روش نمونه گیری هدفمند و برای تعیین حجم نمونه از قاعده اقتاع تا تعداد ۲۸ نفر اقدام شد. بررسی ها به ۲۲۴ شاخص، ۲۹ مولفه و ۸ بعد منجر که مورد تایید قرار گرفتند. بعد از بررسی آزمون های آماری، رتبه بندی شاخص ها انجام و محیط دانشگاهی و ارزش آفرینی با مقوله (دانشگاه کار آفرین، آموزش و برنامه درسی، کارگاه و کارورزی، ایده، پژوهش و استارتاپ، طرح کسب و کار، شرکت های دانش بنیان، تکنولوژی، نهادینه کردن کار آفرینی با مقوله (فرهنگ کارآفرینانه، ترویج و اشاعه کارآفرینی، اطلاع رسانی و آگاهی بخشی، تشخیص و بهره برداری از فرصت، قصد و رفتار کارآفرینی، توسعه ابعاد شخصیتی)، شرایط اقتصادی و اجتماعی با مقوله (چابکی اقتصادی، شرایط سیاسی و عوامل محیطی، آمایش سرزمین، قوانین و مقررات، منابع و امکانات)، تغییرات ساختاری با مقوله (طراحی مجدد فرایندها و ساختارها، بازار سازی، ریسک، بسترسازی درون دانشگاهی با مقوله (عوامل انگیزشی، انگیزه کارآفرینانه و آینده سازی)، و بهینه سازی مدیریت با مقوله (الزامات مدیریتی، اصلاح سیستم نظارت و ارزیابی) مولفه های تاثیر گذار بودند. طبق سطح بندی شاخص محیط دانشگاهی و ارزش آفرینی بالاترین سطح پذیرفته و بیشتر به عواملی که ریشه در درون دانشگاهها بر می گردد، مباحث برنامه درسی آموزش های کاربردی، محیط های کارورزی، شرکت های دانش بنیان در این میان بسیار تاثیر گذار هستند. در این میان محیط دانشگاهی و ارزش آفرینی نهادینه کردن کار آفرینی، شرایط اقتصادی و اجتماعی شاخص های موثر تری در قابلیت های رفتاری کارآفرینانه دانشجویان مهارتی استان البرز دارند.

کلمات کلیدی: خلاقیت، دانشگاه جامع علمی کاربردی، دانشجویان مهارتی، قابلیت های رفتاری کارآفرینانه

^۱ دانشجوی دکتری کارآفرینی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران.

salihosseiniust@gmail.com

^۲ استادیار گروه کارآفرینی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران. abadizadeh@gmail.com

^۳ استادیار گروه مدیریت آموزشی، پردیس شهید چمران دانشگاه فرهنگیان، تهران، ایران.

Hosseinirasul@cfu.ac.ir

^۴ استادیار گروه مدیریت دولتی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران.

Aliakbar.ghahremani@gmail.com

مقدمه

رویکرد اکثر کشورهای جهان در دهه های اخیر به موضوع کارآفرینی^۱ و توسعه آن، در دنیا موجه و بگرددیده شده تا موجهی از سیاستهای توسعه کارآفرینی ایجاد شود. کشورهای مختلف، راه حلی را که طی سه دهه گذشته برای فائق آمدن بر مشکلات مختلف اقتصادی و اجتماعی به آن روی آورده اند، توسعه فرهنگ کارآفرینی، انجام حمایت‌های لازم از کارآفرینان، ارائه آموزش‌های مورد نیاز به آنان و انجام تحقیقات و پژوهش های لازم در این زمینه بوده است. در دهه های گذشته، مفهوم کارآفرینی در نتیجه مشکلات مداوم و فزاینده اقتصادی بویژه بیکاری بسیار حیاتی شده است (گارسیا-رودریگز^۲، ۲۰۱۷). در واقع تحقق فرآیند کارآفرینی، به دست افرادی صورت می گیرد که میل شدیدی به کامیابی دارند و سخت کوشی، پافشاری، ریسک پذیری، دورنماسازی خارق العاده از جمله ویژگی ها و امتیازات روحی و روانی آنها می باشد. کارآفرینی فعالیتی است که به طور سنتی با رشد اقتصادی و توسعه همراه بوده و در نتیجه، سیاست ها و نهادهای عمومی زیادی برای ترویج این فعالیت ها اختصاص یافته است (ویللا، مولینا و اورتگا، ۲۰۱۸). کارآفرینی فعالیتی است که به طور سنتی با رشد اقتصادی و توسعه همراه بوده و در نتیجه، سیاست ها و نهادهای عمومی زیادی برای ترویج این فعالیت ها اختصاص یافته است (ویللا، مولینا و اورتگا، ۲۰۱۸). کارآفرین کسی است که فعالیت اقتصادی کوچک و جدیدی را با سرمایه خود شروع می کند. در تمامی دیگر تعاریف ارائه شده کارآفرینان تغییردهنده ارزشهایی اند، ریسک پذیرند، به سرمایه نیاز دارند، هیچ وقت سرمایه گذار نیستند، به درستی تصمیم می گیرند، همواره به دنبال تغییرند و آنرا اصل مسلم و سالم می دانند، قدرت شناسایی فرصت ها را دارند، مفاهیم و فنون مدیریتی را به کار می گیرند، رفتارگرا و عملگرا هستند و بالاخره اینکه بر مبنای نظریات اقتصادی و اجتماعی عمل می کنند. کارآفرینی به صورت یک حرفه است و به افرادی اشاره دارد که خود صاحب کسب و کاری اند و بر آن نظارت دارند (آدنوگا، ۲۰۱۳). خواست و نیاز جامعه، دولت و صنعت برای مشارکت هرچه بیشتر دانشگاه ها به عنوان تولید کنندگان و ارائه دهندگان دانش در توسعه اقتصادی و اجتماعی، دانشگاه ها را به سوی تغییری اجباری و لازم در راستای نوآوری و کارآفرینی سوق داده است. در عصر حاضر، دانشگاه ها به محرک های

1 -Entrepreneurship

2 Garcia&Rodriguez

3 Velilla & Molina & Ortega

4 Adenuga

تعیین و رتبه بندی شاخص های موثر در قابلیت های...

اصلی توسعه تبدیل شده اند (سیریاکی و موسیو^۱، ۲۰۱۴، به نقل از رضانی، مهنی و عزیزی، ۱۳۹۷). سابقه آموزش کارآفرینی در آموزش عالی کشورهای در حال توسعه به اوایل ۱۹۹۰ برمی گردد. از آن پس دلایل مختلفی مانند افزایش میزان بیکاری، مشاهده تاثیر برنامه های کارآفرینی و آموزش آن در رشد اقتصادی کشورهای توسعه یافته، سبب شد تا کارآفرینی بیشتر مورد توجه قرار گیرد. (حسینی نیا و موسوی، ۱۳۹۷). یکی از مباحث مهم در بحث کارآفرینی، تقویت رفتارهای کارآفرینانه در دانشجویان می باشد. دراکر اعتقاد دارد کارآفرینی، بیش از آن که یک ویژگی شخصیتی باشد، یک الگوی رفتاری است. آموزش دانشگاه ها باید براساس ایجاد تجربه های علمی و تربیت نیروهایی با ویژگی های کارآفرینی باشد و این برنامه های آموزشی در ایجاد ایده های نوین و برنامه ریزی برای عملی کردن این ایده ها کمک می کنند. در بیشتر طرح های دروس دانشگاهی، آموزش کارآفرینی مورد نظر است و اغلب هدف اولیه از این آموزشها افزایش آگاهی دانشجویان و توسعه ی مهارتهای کارآفرینی آدر آنها است که همانا به تربیت افراد متکی به نفس و آگاه به فرصت ها^۳ که تمایل بیش تری به راه اندازی کسب و کارهای مستقل دارند، می انجامد. آنها همچنان بیان می دارند، افرادی که ویژگیهای کارآفرینانه ی آنها برانگیخته می شود اقدام به رفتارهای کارآفرینانه از جمله راه اندازی یک کسب و کار، ایجاد یک حرفه برای خود و دیگران و درنهایت ثبت اختراع به نام خود می کنند. توانایی های شخصی دانشجویان، مهارت ها و ریسک تمایل بیشتر روی نگرش کارآفرینانه آن ها تأثیر می گذارد، که به نوبه خود به شدت در قصد کارآفرینی تأثیر دارد. " (لمبرتو زولو ماریا، کارمن، لودانو، کریستیانو، سیایی، وینچنزو، زامپیو^۴، ۲۰۱۷).

تجربه قبلی در خوداشتغالی نیز قصد کارآفرینی را افزایش می دهد. (کونگ نگوین^۵، ۲۰۱۸). از آنجاکه نگرش دانشجویان به "پتانسیل کارآفرینی" (کروگر و برزیل^۶، ۱۹۹۴) کارآفرینان آینده اشاره دارد که با رفتار واقعی بیان می شوند. (لمبرتو وهمکاران، ۲۰۱۷). توسعه و تغییر برنامه ی درسی، شوق یادگیری و مهارت خودآموزی یادگیرندگان را تا حد زیادی افزایش می دهد (هرسن^۷، ۲۰۱۶). خودکارآمدی شامل دانش، مهارت و تجربه (شایستگی) است که بیرون از خود بیان می کند. خودکارآمدی به بیان رفتاری فردی به عنوان کارآفرین مربوط می شود و از

1 Siriaki and Monsieur

2 Entrepreneurial skills

3 Opportunities

4 Lamberto Zollo Maria Carmen Laudano Cristiano Ciappei Vincenzo Zampi

5 Kung Nguyen

6 Krueger and Brazil

7 Hursen

سیدعلی حسینی، دکتر علی بدیع زاده، دکتر سیدرسول حسینی، دکتر علی اکبر قهرمانی

طریق اطمینان که با آن به کارآفرینی بازمی‌گردد، نشان می‌دهد. خودکارآمدی نیز از طریق توضیح فردی از عواملی که بر استدلال و تصمیم‌گیری آن‌ها تأثیر می‌گذارد، نشان داده می‌شود (کرکلی^۱، ۲۰۱۶). طی مطالعات الجوباری^۲ در سال ۲۰۱۸، قصد نیازهای روان‌شناختی پایه استقلال، شایستگی و وابستگی تأثیر مستقیم و غیرمستقیم بر روی قصد کارآفرینی از طریق پیش‌بینی‌های نگرشی آن‌ها: نگرش، هنجار ذهنی و کنترل رفتاری درک شده دارد.

بیان مساله

امروزه دانشگاه‌ها و نهادهای آموزش عالی نقش مهمی در آموزش نسل‌های آینده و نیروی متخصص موردنیاز جامعه ایفا می‌کنند، به‌گونه‌ای که بین توسعه‌یافتگی جامعه و آموزش عالی ارتباط تنگاتنگی وجود دارد. به‌بیان‌دیگر عوامل متعددی می‌تواند بر پیشرفت یک کشور اثر بگذارد که یکی از مهم‌ترین آن‌ها نقشی است که دانشگاه‌ها ایفاء می‌کند (مارانتو^۳، ۲۰۱۵). متناسب نبودن آموزش‌های عالی با نیازهای شغلی، باعث خروج تعداد زیادی از جوانانی شده است که مهارتی ندارند و فقط با تکمیل تحصیلات دانشگاهی به دنبال مشاغل هستند که امکانی برای دستیابی به آن وجود ندارد. ایجاد اشتغال برای جوانان نیازمند زمینه‌هایی است که آموزش مهارت‌های متناسب با نیاز بازار کار یکی از آن‌هاست در این میان ۲ مسئله بیشتر موردتوجه است: یکی ایجاد رغبت در جوانان به‌ویژه دانشجویان برای فراگیری مهارتی که در آینده به اشتغال آنان منجر شود و یکی ایجاد زیرساخت‌های لازم درزمینه‌ی برنامه‌ریزی و ساختاری برای ارائه این آموزش‌ها به جوانان است (ابراهیم الجباری و عارف حسن و فرانسیسکو لیسان، ۲۰۱۸)^۴.

رشد روز افزون جمعیت، پایین بودن ظرفیت‌های تولید و عملکرد نامطلوب نظام آموزشی عالی در تربیت نیروی انسانی ماهر و کارآموزده باعث به وجود آمدن بحران بیکاری در دهه‌های اخیر شده (احمدپورداریانی، ۱۳۸۶) و شرایط اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی کشور در سالهای اخیر موجب شده که مقوله کارآفرینی در برنامه‌های سوم، چهارم، پنجم و ششم توسعه به ویژه در ابعاد پژوهشی و آموزشی کارآفرینان مورد توجه بیشتری قرار گیرد. امروزه مبحث کارآفرینی تمامی حوزه‌های مختلف سازمانی را تحت پوشش قرار داده است. توجه به این موضوع در دانشگاه‌ها که نهادهایی بسیار تأثیرگذار و مهم در توسعه جوامع هستند، ضرورتی اجتناب ناپذیر است. مبحث کارآفرینی در حوزه آموزش عالی یکی از مباحث بسیار مهم در

1 Kirkley

2 Aljvbary

3-Maranto

4 Ibrahim Al-Jubari & Arif Hassan & Francisco Liñán

تعیین و رتبه بندی شاخص های موثر در قابلیت های...

مدیریت دانشگاهی است، در دانشگاه کارآفرین، جو کارآفرینی سازمانی و رفتار کارآفرینانه ذی نفعان دانشگاه شرط لازم برای موفقیت دانشگاه در به فعلیت رساندن این قابلیت ها محسوب می شود. همواره تلاش شده است تا رفتار انسانی از جنبه های مختلف روانشناسی، جامعه شناختی، اقتصادی و غیره مورد بررسی قرار گیرد. کیفیت پایین آموزش در دانشگاه ها، می تواند به فقر دانشی، بینشی و مهارتی نیروی انسانی منجر شود و در نتیجه برنامه های رشد و توسعه کشور را با مشکلات عمدهای مواجه کند. از همین رو برای توسعه و رشد کشور همیشه آموزش عالی با دقت خاصی مورد نظر بوده و به آن توجه گردیده است. تا جایی که این توجه، منجر به افزایش کمی بی سابقه ای در آموزش عالی به صورت یک سویه شده است.

کارآفرینی در آموزش عالی به یک برنامه درسی متمرکز بر آموزش کارآفرینی و یا مدیریت کسب و کار جدید محدود نمی شود. این امر به همراه آوردن رفتارهای کارآفرینی در کلاس درس است که به مدرسان کمک می کند تا فعالانه، با پیشرفت های جدید در آموزش عالی و مدیریت خطرات نوآوری هایی که به دست می آورند کمک کند. در این راستا در کنار مفهوم کارآفرینی در آموزش عالی این ایده اساسی است که کارآفرینان آموزشی به طور معمول کمتر به دستاوردهای مـــــــادــــی دســـــــت

می زنند و بیشتر مایل به مدیریت منابع کمی (مانند زمان، مواد، فضا) و خلاقیت برای یادگیری و نتایج برتر در کلاس هستند (مارانتو ۱، ۲۰۱۵: ۲۰۸). اعتقاد بر این است که منبع روحیه کارآفرینی نهفته در فرد است و آن را در شرایط عدم اطمینان و رقابت قرار خواهد داد (الجوباری و همکاران، ۲۰۱۸). در واقع، وقتی ارتباط دانشگاه و صنعت به درستی برقرار نشود، نمی توان انتظار پیشرفت و توسعه جدی کشور را داشت. عدم شناخت جوانان از بازار کار و مشارکت نداشتن فعال بخش خصوصی در زمینه های تحقیق، توسعه، فعالیت های تولیدی و کارآفرینی از جمله دیگر مشکلات مربوط است (عبداله زاده سلماسی و همکاران، ۱۳۹۴). شناخت ویژگی های مطلوب یک مدرس اهمیت زیادی دارد و مقدم بر سایر عوامل است. ویژگیهای فردی یک استاد از مواردی است که گاهی توانایی علمی او را نیز به شدت تحت تاثیر قرار می دهد. بسیاری از دانشگاه های بزرگ دنیا برای پیشبرد اهداف آموزشی خود از نظرات دانشجویان برای بالابردن کیفیت آموزشی خود استفاده می کنند. (اسماعیلی و همکاران، ۱۳۹۶). کارآفرینی علاوه بر توسعه اقتصادی، موجب بالا رفتن کیفیت زندگی، توزیع مناسب درآمد، کاهش اضطرابهای اجتماعی، بهبود وضعیت بهداشت و سلامت، فراهم کردن سرگرمی، بهره وری از منابع ملی، درآمد ملی برای هر کشوری می شود. اهمیت کارآفرینی به عنوان عامل کلیدی رشد و توسعه ای

سیدعلی حسینی، دکتر علی بدیع زاده، دکتر سیدرسول حسینی، دکتر علی اکبر قهرمانی

اقتصادی در عصر مدرن به اندازه ای است که درکشوری مانند ژاپن با منابع طبیعی اندک بیش از ۹۶٪ نوآوریهای صنعتی که توانست موقعیت ژاپن را در اقتصاد جهانی به یک موقعیت برجسته و برتر تبدیل کند توسط کارآفرینان صورت گرفته است، علاوه بر این آماری که از کشور آمریکا در دست است اشاره دارد بر اینکه بیش از ۹۶٪ از اختراعات و نوآوری ها توسط کارآفرینان واحدهای صنعتی کوچک و متوسط انجام شده است (خانه زاد نطنزی، ۱۳۹۶: ۲-۳).

در حال حاضر ترویج و گسترش فرهنگ کارآفرینی در فضای اقتصادی کشور بسیار اهمیت دارد و این وظیفه مهم می تواند از طریق ارائه آموزش های متنوع و متناسب با بازار کار منطقه توسط مراکز علمی کاربردی انجام پذیرد. هرچند این امر یک برنامه راهبردی است و نتیجه آن در بلند مدت حاصل می گردد ولی بسیار ضروری است، به همین منظور بخش عمده ای از تلاشهای دولت در توسعه کارآفرینی متوجه زمینه سازی فرهنگی است که یکی از اقدامات مهم در این خصوص تقویت و گسترش مراکز علمی کاربردی در کشور است. دانشگاه جامع علمی کاربردی یکی از دانشگاه های وابسته به وزارت علوم، تحقیقات و فناوری است که با هدف ارتقاء سطح مهارت شاغلین بخش های مختلف اقتصادی و افزایش مهارت های حرفه ای فارغ التحصیلان مرکز آموزش که فاقد تجربه ی اجرایی می باشند تشکیل و با به کارگیری و سازمان دهی امکانات، منابع مادی و انسانی دستگاه های اجرایی، نسبت به برگزاری دوره های علمی کاربردی در مقاطع کاردانی و کارشناسی و کارشناسی ارشد اقدام می کند.

تعداد مراکز دانشگاه جامع علمی کاربردی ۶۰۰ مرکز در سطح کشور و ۲۲ مرکز فعال در استان البرز می باشد. تعداد دانشجویان در حال تحصیل دانشگاه حدود ۳۰۰ هزار نفر در سطح کشور و در استان البرز ۱۸ هزار نفر در ۴ گروه صنعت، مدیریت و خدمات اجتماعی، فرهنگ و هنر و کشاورزی می باشد. با مطالعه نظام آموزش عالی کشورهای پیشرفته، درمی یابیم که حدود ۷۰ درصد آموزش های آنان مهارتی بوده و به منظور تربیت تکنسین ها طراحی و اجرا می شود و صرفاً ۳۰ درصد آموزش های آنان نظری و در مرزهای تولید علم و دانش است. این در حالی است که در کشور ما این موضوع برعکس بوده و کمتر از ۲۰ درصد آموزش های عالی کشور، به آموزش های مهارتی علمی کاربردی اختصاص یافته است. به نظر می رسد زمان آن فرارسیده که مسئولان کشور به این باور برسند که کشور فقط به کارشناس، کارشناس ارشد و دکترا نیاز ندارد، بلکه به نیروی کار ماهر که آماده رفع نیاز کارفرمایان صنعت و کسب و کار در رابطه با مهارت های مختلف باشند، بیش از همیشه نیاز است. با توجه به شرایط موجود و نیاز آموزش های مهارتی کشور و نظر به قوانین و مصوبات ملی (قانون اساسی مصوب آبان ۱۳۵۸، سیاست های کلی اشتغال ابلاغی تیرماه ۱۳۹۰، برنامه درسی ملی مصوب ۱۳۹۱، سیاست های کلی

تعیین و رتبه بندی شاخص های موثر در قابلیت های...

حمایت از کار و سرمایه ایرانی ابلاغی بهمن ۱۳۹۱) وضعیت متغیر ها ، ابعاد، مولفه ها و شاخص های اصلی توسعه قابلیت های رفتاری کارآفرینانه دانشجویان مهارتی در دانشگاه جامع علمی کاربردی کاملا بیان نشده است. در این راستا پژوهش حاضر در صدد تعیین شاخص های موثر در ایجاد رفتار کارآفرینانه دانشجویان مهارتی و رتبه بندی این شاخص ها بر اساس اهمیت و ارائه راهکارهایی جهت ارتقاء رفتارهای کارآفرینانه در میان دانشجویان می باشد.

مبانی نظری

در هدف گذاری اولیه مراکز علمی کاربردی ملاک مدرک گرایی و آموزش های تئوری نبوده و محور اصلی مهارت آموزی ۱ می باشد. بنابراین دانش آموختگان آن باید بتوانند فضای کسب و کار را رونق بخشند. امروزه در همه جای دنیا دانشگاه ها چرخه علم را به تولید، تجارت و ثروت تبدیل و با توسعه فناوری ها و ایجاد شرکت های دانش بنیان در زمینه اقتصاد، نقش آفرینی می کنند. بنابراین دانشگاه علمی کاربردی باید افراد توانمندی متناسب با پیشرفت های صنعتی کشور به جامعه ارائه دهد.

حد واسط بین وضعیت فعلی و وضعیت مطلوب دانشگاه ها، دانشگاه نسل سوم است. در واقع این دانشگاه ویژگی هایی دارد که از آنها می توان به توجه به مهارت، کارآفرینی، توجه جدی به ارتباط با صنعت، اقتصاد مبتنی بر دانش، شرکت های دانش بنیان ۲ و حضور شرکت های دانش بنیان در درون دانشگاه ها و دانشگاه های ماموریت محور اشاره کرد. اینگونه آموزش از نقش و تاثیر گذاری اقتصادی اجتماعی مهمی برخوردار است و معرف نوع مهمی از سرمایه گذاری در منابع انسانی است و با فراهم کردن زمینه های ارتقای دانش ، نگرشها و مهارت های مورد نیاز بازار کار و اشتغال در زمینه های مختلف به توسعه اقتصادی کمک می کند (پینگ هو ۳ و همکاران، ۲۰۱۴).

1 -Skill training

2 -Knowledge Based Companies

3 -Ping-ho

سیدعلی حسینی ، دکتر علی بدیع زاده ، دکتر سیدرسول حسینی ، دکتر علی اکبر قهرمانی

جدول شماره ۱ فرآیند شکل گیری و تکامل فرهنگ و تمایلات کارآفرینانه (دایم ۱ و همکاران

(۲۰۱۶)

دوره	زمان ظهور	رویکرد	ماموریت	الگوی اکادمیک
انقلاب اول	تا قرن ۱۹	حاکمیت این نگاه که تنوع در مأموریتها موجب بروز تعارض در علائق می شود.	مأموریت واحد : حفاظت از دانش بشری و انتشار آن	دانشگاه آموزش محور
انقلاب اکادمیک دوم	اواخر قرن ۱۹ و اوایل قرن ۲۰	تحقیق و پژوهش به عنوان یک وظیفه قانونی برای دانشگاهها مورد پذیرش قرار گرفت و فعالیتهای آموزشی و پژوهشی که قبلا به صورت مجزا در کالجها و جوامع علمی انجام می شد در قالب نظام دانشگاهی جمع شد.	دو مأموریت همزمان : آموزش و تحقیقات	دانشگاه پژوهش محور
انقلاب اکادمیک سوم	دهه های ۷۰ و ۸۰	روابط بین دانشگاه و صنعت به طور سریع توسعه یافت و موضوع هماهنگی دانشگاه با نیازهای صنعت برای معرفی فناوری های جدید از طریق یکپارچه سازی تحقیقات با فرآیند به کارگیری به عنوان سیاست جدید توسعه فن آوری مورد توجه قرار گرفت.	ظهور مأموریت سوم : تاکید بر نقش دانشگاه در توسعه اقتصادی و اجتماعی علاوه بر پیگیری دو مأموریت پیشین	دانشگاه کارآفرین

دانشگاه نسل سوم آبر مبنای فن آوری، کارآفرینی، تولید و اشتغال و بر اساس آن علاوه بر آموزش، انجام تحقیقات کاربردی و پیشرفت فناوری حرکت می کند و دانشگاه نسل چهارم بر پایه رفاه ملی و اجتماعی و توسعه همه جانبه عمل کرده و حرکت می کند. این دانشگاهها چهار ویژگی و مشخصه مهم باید داشته باشند: ۱- تحول گرا بودن، ۲- تعالی گرا بودن، ۳- تقاضامحور بودن ۴- توسعه منطقه‌ای بودن، یعنی وقتی راجع به این چهار ویژگی صحبت می کنیم، زمانی

1 DAYEM

2 -Third Generation University

تعیین و رتبه بندی شاخص های موثر در قابلیت های...

که قرار باشد ما ریل گذاری کنیم و دانشگاه را به سمت دانشگاه حل مساله و دانشگاه نسل چهارم حرکت دهیم، دو ویژگی مهم را نیز باید مدنظر داشته باشیم.

نوآوری در چارچوب توسعه دانشگاه کارآفرین می تواند در شرایطی مشاهده شود :

جدول ۲ مقایسه رویکردهای یادگیری در دانشگاه با رویکردهای کارآفرینی در دنیای واقعی)

حسینی نیا و موسوی، ۱۳۹۶)

یادگیری در دانشگاه ها	یادگیری در دنیای واقعی
تجزیه تحلیل بسیاری از داده ها با استفاده از رویکرد ارزیابی انتقادی	احساس جرئت تصمیم گیری با اطلاعات محدود
گردآوری اطلاعات از منابع معتبر و کارشناسان	گردآوری اطلاعات از منابع مختلف و ارزیابی آن به شیوه های متفاوت
مطالعه اطلاعات برای دستیابی به اعتماد	تایید اطلاعات بر مبنای قضاوت فردی درباره افراد
ارزیابی ظرفیت بر مبنای نوشته ها یا ارزیابی شفاهی	ارزیابی با دریافت بازخورد مستقیم از منابع مختلف شامل افراد و وقایع
یادگیری در کلاس درس	یادگیری هم زمان و از طریق انجام دادن

توسعه^۱ پتانسیل کارآفرینی^۲ یک دانشگاه به بهترین شکل ممکن بوسیله یک فرآیند غیر رسمی بدون بر چسب های رسمی مورد بررسی قرار خواهد گرفت . این بررسی می تواند از طریق آزمون فعالیت ها در پنج حوزه اصلی سازماندهی شود (سونسن^۳ و همکاران، ۲۰۱۲) :

۱-انتقال و تبادل دانش و تحقیق ؛

۲-توسعه روابط با ذینفعان و همکاران در سطح منطقه ای و ملی و محلی ؛

۳-فرآیند های بین المللی سازی ؛

۴-تعلیم کارآفرینی و سازمان دانش بنیان در سراسر دانشگاه ؛

۵-طراحی استراتژی اداری سازمان و رهبری در تمام سطوح

عوامل نهادی اثرگذار بر کارآفرینی دانشگاهی^۴: مطالعات زیادی تاکنون در زمینه

دانش بنیان و به طور خاص درمورد کارآفرینی دانشگاهی انجام شده است که به طور مستقیم یا غیرمستقیم عوامل نهادی مؤثر بر این نوع از این کارآفرینی را مورد بررسی قرار داده اند .اکثر پژوهش ها بر روی سیاست های سازمانی، کارآفرینی فردی دانشگاهی و رابطه بین دانشگاه و

1 Development

2 Entrepreneurial potential

3 - Swensen

4 -Academic Entrepreneurship

سیدعلی حسینی، دکتر علی بدیع زاده، دکتر سیدرسول حسینی، دکتر علی اکبر قهرمانی

محیط خارجی تمرکز کرده اند (گیب و هاسکینز^۱، ۲۰۱۳). با مطالعه و جمع بندی تحقیق های صورت گرفته می توان عوامل اثرگذار بر کارآفرینی دانشگاهی و تبدیل یک دانشگاه به عامل توسعه کارآفرینی در یک منطقه را این گونه طبقه بندی نمود:

ساختارها و قوانین مربوط به مدیریت مالکیت فکری^۲ یک عامل کلیدی در تسهیل انتقال فن آوری و ایجاد انگیزه برای تجاری سازی نتایج تحقیقات است. با مالکیت روشن، سرمایه گذاری های بسیار مهم، ایمن تر شده و ریسک از دست دادن سرمایه کاهش می یابد (نداوا^۳، ۲۰۱۳). عدم اطمینان بالا و ماهیت غیرقابل تدوین دانش فنی منجر به هزینه بالای عملیاتی و شکست سیستماتیک در بازار برای این دانش می شود که نشان دهنده ی دشواری سازماندهی روابط صنعت - علم است. یکی از عواملی که به عنوان شرط لازم برای ایجاد یک رابطه مناسب صنعت - علم مورد توجه قرار گرفته است.

دفا تر انتقال فن آوری^۴: کارآفرینی در سطح دانشگاه به دلیل پدیده انتقال فن آوری دانشگاهی و تکامل دانشگاه ها در سیستم نوآوری ملی و توسعه اقتصادی افزایش یافته است. علی رغم علاقه روزافزون به کارآفرینی دانشگاهی، اثربخشی ایجاد شرکت جدید به عنوان مکانیزمی برای تجاری سازی تحقیقات قابل تأمل است. تحقیقات نشان داده است کسب و کارهای نوپای^۵ دانشگاهی تمایل دارند کوچک بمانند و رشد کمتری نسبت به دیگر شرکت های فعال در زمینه سطح بالا^۶ داشته باشند. همچنین اساتید دانشگاهی مهارت لازم برای شناسایی و بکارگیری فرصت ها نداشته و همچنین فاقد سرمایه های اجتماعی در زمینه روابط تجاری در بازار و یا دسترسی به سرمایه هستند. ایجاد ادارات انتقال فن آوری می تواند تا حدی بر این موانع غلبه کند. مسئولین انتقال فن آوری (TTOs) باید راحت تر از اساتید فرصت را شناسایی و شرکت های جدید را توسعه دهند زیرا دارای شبکه های تجاری و تخصص توسعه کسب و کار هستند.

مهارت^۷، نگرش^۸ و انگیزش^۹ اساتید و مدیران دانشگاه به کارآفرینی: در دیدگاه سنتی فعالیت های تجاری در دانشگاه ها مذموم شمرده می شود و دانشگاه ها تنها دو مأموریت آموزش

1 Gabe and Haskins

2 -Intellectual property

3 NEDEV Aet al

4 -Technology Transfer Offices

5 -Start up

6 High-tech

7 -Skill

8 -Attitude

9 -Motivation

تعیین و رتبه بندی شاخص های موثر در قابلیت های...

و پژوهش را بر عهده داشتند. اما به تدریج کارآفرینی جایگاه و مشروعیت خود را نزد مقامات دانشگاهی و سیاسی به دست آورد. دلایل این تغییر را می توان در سه عامل ذیل یافت: افزایش فشار اجتماعی به دانشگاه ها برای توسعه مأموریت های سنتی خود و پذیرش مشارکت بیشتر در توسعه اقتصادی منطقه، افزایش ارتباط درونی دانش و فن آوری در بسیاری از رشته ها مانند IT؛ کاهش سهم بودجه های دولتی برای تأمین مالی فعالیت های سنتی دانشگاه (کربی^۱ و همکاران، ۲۰۱۱).

آموزش های کارآفرینی و نگرش دانشجویان به کارآفرینی به شیوه های گوناگون در دانشکده ها و دانشگاه ها صورت می پذیرد. آموزش کارآفرینی فرآیندی برای آماده کردن افراد با توانایی شناخت فرصتهای تجاری، عزت نفس، دانش، مهارت و بینش برای عمل کردن در آنهاست (اولگوبلا^۲، ۲۰۱۷). در بعضی از دانشگاه ها تنها به عنوان یک دوره مطرح شده و در برخی دانشگاه ها یک دوره آموزش کامل شامل بازاریابی مالی، توسعه مدل کسب و کار و ... ارائه می شود. آموزش کارآفرینی به پنج دلیل معروف شده است:

- توسعه طرح تجاری به دانشجویان اجازه می دهد مهارت های مالی، بازاریابی، اقتصاد و حسابداری و سایر به صورت یکپارچه بیاموزند.

آموزش کارآفرینی به عنوان یک عامل برونزا با آموزش های عمومی، که بخشی از شرایط عمومی محیط کسب و کار است، متفاوت است. تحقیقات نشان داده اند که کارآفرینی به همراه آموزش های تخصصی تأثیر عمیق بر فعالیت های کارآفرینانه دارند. در حوزه آموزش عالی، مهم است که تفاوت بین آموزش کارآفرینی و کارآفرینی در تحصیل تعریف شود. آموزش کارآفرینی به عنوان "وسیله ای برای ترویج تبدیل افراد عادی به کارآفرینی هایی است که از فرصت های آینده برای ایجاد حرفه ای با ایجاد کمپانی حرفه ای آگاهی دارند" (لوپز^۳، ۲۰۱۷)

سازمان همکاری اقتصادی و توسعه (ا ای سی دی^۴) آموزش، زیرساخت ها، دولت و نهاد ها را به عنوان عناصر مهم توسعه اقتصادی یک کشور معرفی کرده است (لاتیمور و لاو^۵، ۲۰۰۹). غفلت ورزیدن در هریک از این زمینه ها می تواند فرایند توسعه را کند، و یا حتی متوقف کند. این موضوع می تواند بسیار پیچیده باشد؛ به طور ویژه برای کشورهایی که چالش هایی را در این

1 - Kerby

2 Olugbola

3 Lopez

4 Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)

5 Lattimore and Love

سیدعلی حسینی ، دکتر علی بدیع زاده ، دکتر سیدرسول حسینی ، دکتر علی اکبر قهرمانی

زمینه ها تجربه می کنند .به تازگی، کارآفرینی بیشتر تبدیل به وسیله ای قانونی برای ایجاد اشتغال و بهبود وضعیت اقتصادی شده است (آرتور و همکاران^۱، ۲۰۱۲)

- آموزش کارآفرینی می تواند باعث ارتقاء و ایجاد کسب و کار توسط فارغ التحصیلان شود و یا موفقیت آنها را در بازار کار بیشتر نماید. آموزش کارآفرینی می تواند انتقال فن آوری از دانشگاه به بازار را از طریق ایجاد طرح های تجاری فن آوری - مدار ارتقاء دهد.

- آموزش کارآفرینی می تواند بین جامعه دانشگاهی و جامعه تجاری ارتباط قوی برقرار نماید. مدیران تجاری به آموزش کارآفرینی به عنوان یک رویکرد مفید و کاربردی برای مطالعه اقتصاد و کسب و کار می نگرند (گیب^۲، ۲۰۰۵).

مراکز حمایت از استارت آپ های ۳ دانشگاهی : افزایش توجه و تأکید بر انتقال دانش و فناوری از میان مرزهای نهادی دانشگاه و صنعت، منجر به ایجاد و بکارگیری مکانیزم های گوناگون انتقال محور گشته است .این مکانیزم ها شامل دفاتر ارتباط با صنعت یا دفاتر انتقال فناوری، شرکت های انشعابی دانشگاهی و مخاطرات مشترک، پارک های علم و فناوری و مراکز رشد کسب و کار یا مخاطرات مشترکی که رد آنها دانشگاه ها به عنوان سهامدار نقش ایفا می کنند می شوند(هرمان^۴، ۲۰۱۲، ۵) .

این مکانیزم ها مؤسساتی هستند که حمایت ها و خدماتی برای مخاطرات جدید مبتنی بر دانش ارائه می کنند و تأکید بیشتری بر انتقال دانش فنی و علمی از دانشگاه ها به شرکت ها دارند .در مدل رشد و در یک انتهای طیف مراکز رشد کسب و کار عمومی و مراکز رشد عمومی منطقه ای قرار دارند که خدمات آن ها شامل فراهم کردن دارایی های محسوس و کالاهای بازاری است و در انتهای دیگر طیف مراکز رشد خصوصی قرار دارند که بیشتر به ارائه منابع مالی و دارایی های نامحسوس و با ارزش بالا و با گرایش زمانی کوتاه مدت تمرکز دارند .

فرهنگ کارآفرینانه دانشگاهی^۵، یک شرکت متشکل از یک مجموعه مشخص از نگرش ها، ارزش ها، انگیزه ها و آرزوهاست که همگی آنها ساختار فردی هستند که در پی موفقیت اقتصادی-اجتماعی هستند. محیط فرهنگی به لحاظ ارشها و اعتقادات و قانونی بودن فعالیت های کارآفرینانه مشوق هایی را برای بکارگیری فرصت ها فراهم می نماید .ارزش های اجتماعی و تجربه قبلی کارآفرینان در جامعه، قوانین را تقویت نموده و محدودیت های قانونی و هنجارهای

1 Arthur & et al

2 -Gebbb

3 Startups

4 -Herrmann & etal

5 -Academic Entrepreneurial Culture

تعیین و رتبه بندی شاخص های موثر در قابلیت های...

فرهنگی مخالف کارآفرینی را تضعیف می کند (حسنقلی پور و همکاران، ۱۳۹۰). در کشورها با سیستم های اداری بدون پیچیدگی و پشتیبانی مالی بالاتر برای تحقیق و توسعه ، آموزش و شرکت های کوچک و متوسط ، یک فرهنگ کارآفرینی قوی تر وجود دارد (کاستائو و همکاران^۱ ، ۲۰۱۶)

همچنین ارزش هایی نظیر تحسین موفقیت و پذیرش شکست، تغییر و خلاقیت وجود دارند. یک فرهنگ مترقی بر مبنای پنج ارزش است. استقلال با داشتن آزادی عمل برای انجام کار، نوآوری^۲ و خلاقیت^۳؛ پذیرش ریسک؛ حمایت از ابتکار و رقابت؛ -اعتماد (برانستین وریلن^۴ ، ۲۰۱۴).

فرهنگ کارآفرینانه، نظامی مشترک از باورها، ارزش ها و هنجارهای اعضای یک سازمان است که شامل ارزش نهادن به خلاقیت و نیز تحمل افراد خلاق می شود. بر مبنای این نوع فرهنگ، در مواجهه سازمان با مشکلات بقا، عدم قطعیت محیطی و تهدیدات رقبا، نوآوری و عمل جسورانه در تصرف فرصت های بازار، امری ضروریست (مک گیور^۵، ۲۰۰۳).

رفتار کارآفرینی^۶

رفتار کارآفرینی شامل مجموعه ای از فعالیت ها، شیوه ها و همچنین استفاده از ترکیبات منابع نوآورانه برای شناسایی و پیگیری فرصت ها است. رفتار کارآفرینانه حاصل تمایل به تغییر وضع موجود با بهره گیری از خلاقیت و نوآوری است. ریسک پذیری، توانایی تشخیص فرصت ها، توانایی بهره برداری از فرصت ها، توانایی مواجهه با ابهامات محیط، بهره مندی از کانون کنترل درونی و تمایل زیاد به کسب موفقیت، از مهم ترین ویژگی های رفتار کارآفرینانه است. رفتار کارآفرینانه به عنوان انگیزه و اقدام هایی تعریف می شود که کارآفرین را قادر می سازد تا به تصمیمات خود در خصوص ایجاد سود از فرصت ها و بهره برداری از فرصت ها جامعه عمل ببوشاند (نییلو^۷، ۲۰۱۵).

مفهوم رفتار کارآفرینی، شامل سه عنصر اساسی ذیل است (وان^۸ و همکاران، ۲۰۱۰) :

✓ فرصت شناختن، وضعیت فعالانه پیگیری، شناسایی بین نیازها و منابع بالقوه موجود.

1 Castao & al

2 -Innovation

3 -Creativity

4-verilian

5 -Macgeiver

6 Entrepreneurial Behavior

7 -Neilo

8 -waan

سیدعلی حسینی ، دکتر علی بدیع زاده ، دکتر سیدرسول حسینی ، دکتر علی اکبر قهرمانی

✓ الزام عمل به تشخیص فرصت را آغاز می کند.

✓ مدیریت ریسک، ارزیابی و تحمل خطرات محاسبه شده.

رفتار کارآفرینی مبتنی بر اصول اجتماعی و فرهنگی است. مطالعات موريسون نشان می دهد که روند کارآفرینی بر تعامل بین فرد، شهود، جامعه و فرهنگ تأکید می کند. کارآفرینی بیشتر از یک فرآیند اقتصادی ساده و جامع است و نشان دهنده بیان بیرونی ترکیبی از رفتارهای صریح و ضمنی مبتنی بر عملگرایی و ایده آلیسم است. ماهیت این فرآیند این است که بهره برداری از ایده ها و نوآوری های خلاقانه را در معرض خطر قرار دهد و تغییرات را در یک محیط اجتماعی و اقتصادی آغاز کند. کلیدی برای شروع روند کارآفرینی در درون اعضای فردی جامعه قرار دارد و این که میزان روحیه کارآفرینی در مجموع به عنوان مطلوب شناخته شده است. بر این اساس، اعتقاد بر این است که منبع روحیه کارآفرینی نهفته در فرد است و آن را در شرایط عدم اطمینان و رقابت قرار خواهد داد (الجوباری و همکاران، ۲۰۱۸).

رفتار کارآفرینی رفتار ذهنی است. شاید مهمترین تحقیق در مورد رفتارهای کارآفرینی با استفاده از مدل رفتاری برنامه ریزی شده آژن که نشانگر هدف کارآفرینی است توسط انجل و همکاران در سال ۲۰۱۰ در ۱۲ کشور انجام شده است. یافته های این پژوهش نشان می دهد که قصد، نقش مهمی در تحریک رفتارهای کارآفرینی ایفا می کند. علاوه بر این تأثیر هنجارهای اجتماعی بر قصد کارآفرینی، بحث قبلی را در مورد رفتارهای کارآفرینی مطرح می کند که از نظر اجتماعی و فرهنگی ساخته شده است. به همین ترتیب، مطالعه ترمبلاین در سال ۲۰۱۱ از دانشجویان دانشگاه هفت کشور نه تنها نقش "عمدی" در رفتارهای کارآفرینی را تأیید می کند، بلکه تأثیرات شدیدی از ارزش ها، نگرش ها و باورهای فردی را در نمایش رفتارهای کارآفرینی به رسمیت می شناسد (کرکلی، ۲۰۱۶: ۲).

با وجود اختلاف نظرهای فراوانی که در تعیین دقیق ویژگی های موثر بر رفتارهای کارآفرینانه که اهداف و رفتار افراد را تحت تأثیر قرار می دهد، وجود دارد و خود یکی از دلایل اصلی ضعف این رویکرد به حساب می آید، نقاط اشتراکی نیز موجود است که دلیل مقبولیت عامه و تأیید تجربی در آزمایشات گوناگون بصورت نظریه های پذیرفته شده ای در رویکرد ویژگی ها درآمده است (کابالرو و همکاران، ۲۰۱۳)

بنابراین، سوال اصلی پژوهش حاضر به صورت زیر تعریف می گردد:

متغیرها ، ابعاد، مولفه ها و شاخص های اصلی توسعه قابلیت های رفتاری کارآفرینانه دانشجویان مهارتی در دانشگاه جامع علمی کاربردی کدامند؟

تعیین و رتبه بندی شاخص های موثر در قابلیت های...

روش شناسی تحقیق

در این پژوهش از روش آمیخته (ترکیبی) استفاده شده است. در مرحله طراحی الگو با استفاده از راهبرد پژوهش کیفی و روش داده بنیاد، پدیده توسعه قابلیت های رفتاری کارآفرینان مورد موشکافی دقیق قرار گرفته و الگوی توسعه قابلیت های رفتاری کارآفرینان در قالب تبیین شرایط علی، مقوله یا پدیده اصلی، شرایط زمینه ای، شرایط مداخله گر، راهبردها و در نهایت پیامدهای توسعه قابلیت های رفتاری کارآفرینان تعیین می شوند. در روش تحلیل داده های کیفی از روش کدگذاری باز، تولید مفاهیم اولیه، تولید مقوله های عمده، کدگذاری محوری و ارتباط علی بین مقوله ها، تعیین مقوله های فرآیندی، زمینه ای و فرآیند کدگذاری گزینشی و تعیین مقوله هسته محوری استفاده گردید. پس از این مرحله پژوهشگر به منظور آزمودن الگوی تدوین شده با استفاده از روش های پژوهش کمی یعنی تحلیل مسیر، داده های حاصل از مرحله کیفی را آزمون کرده و اعتبار الگوی مفهومی پژوهش را مورد سنجش قرار داد. دلیل بکارگیری روش های کیفی وجود ضعف در پیشینه نظری و تجربی پژوهش و نیز نبود اجماع پژوهشگران نسبت به معیارهای توسعه قابلیت های رفتاری کارآفرینان است.

از آنجایی که در پژوهش حاضر سعی شده که به بررسی و توسعه دانش کاربردی در حیطه شناسایی الگوی توسعه قابلیت های رفتاری کارآفرینان جهت یافتن نقشه راه برای تحقق قابلیت های رفتاری دانشجویان کمک شود، می توان این پژوهش را از لحاظ هدف پژوهش از نوع تحقیقات کاربردی به شمار برد.

در این پژوهش در ابتدا نسبت به شناسایی شاخص های موثر در ایجاد رفتار کارآفرینانه با توجه به منابع ملی و بین المللی اقدام شد و پس از این مرحله جهت غربالگری و تعیین وزن موثر در ایجاد رفتار کارآفرینانه در اختیار جامعه آماری قرار گرفت. در این پژوهش جامعه آماری شامل اساتید و کارآفرینان و مدیران دانشگاه جامع علمی-کاربردی بودند که جهت نمونه گیری در این پژوهش برای یافتن خبرگان از روش نمونه گیری هدفمند نظری استفاده شد. همچنین برای تعیین حجم نمونه این پژوهش از قاعده اقناع استفاده شد و نمونه گیری تا رسیدن به کفایت داده و اشباع نظری داده ها به تعداد ۲۸ نفر، ادامه یافت.

سیدعلی حسینی ، دکتر علی بدیع زاده ، دکتر سیدرسول حسینی ، دکتر علی اکبر قهرمانی

پنل خبرگان در جدول ۳ به شرح ذیل است

سن	مدت تجربه	تحصیلات	کد فرد	سن	مدت تجربه	تحصیلات	کد فرد
۴۵	۲۷	دانشجو دکتری	۱۵	۳۲	۸	کارشناسی	۱
۵۲	۳۰	کارشناسی ارشد	۱۶	۳۵	۱۸	دکتری	۲
۳۵	۱۵	کارشناسی ارشد	۱۷	۴۱	۱۵	دانشجو دکتری	۳
۴۵	۲۶	دکتری	۱۸	۳۶	۷	دکتری	۴
۵۸	۳۰	دکتری	۱۹	۳۵	۷	دکتری	۵
۴۰	۱۲	کارشناسی ارشد	۲۰	۳۷	۱۵	کارشناسی	۶
۶۰	۴۰	کارشناسی	۲۱	۴۰	۱۹	دکتری	۷
۶۲	۳۸	معادل دکتری هنری	۲۲	۶۵	۳۵	دکتری	۸
۴۵	۲۰	دکتری	۲۳	۶۵	۳۸	ارشد	۹
۳۸	۱۷	کارشناسی ارشد	۲۴	۴۱	۲۵	ارشد	۱۰
۳۳	۹	ارشد	۲۵	۳۹	۲۱	ارشد	۱۱
۴۲		دکتری	۲۶	۵۵	۲۵	دکتری	۱۲
۴۵	۲۵	دکتری	۲۷	۳۹	۳۰	دکتری	۱۳
۳۴	۹	دانشجو دکتری	۲۸	۳۶	۸	دکتری	۱۴

بعد از انجام مصاحبه نیمه ساختار یافته ، از خبرگان برای اصلاح پرسشنامه از جامعه مورد نظر قرار گرفت استفاده شده است.

در گام بعدی شاخص‌ها در پرسشنامه‌هایی در اختیار جامعه آماری (نمونه مورد مطالعه) قرار گرفت. در مقابل هر شاخص پنج گزینه قرار داشت که اهمیت هر شاخص را در ایجاد رفتار کارآفرینانه براساس طیف ۵ درجه ای لیکرت، از خیلی زیاد(۵) تا خیلی کم(۱) طراحی گردید. پرسشنامه از دو بخش اصلی تشکیل شده که بخش اول شامل متغیرهای جمعیت شناختی(جنسیت، میزان تحصیلات، میزان سابقه کار، وضعیت استخدامی) و بخش دوم دربرگیرنده گویه های مربوط به موضوع اصلی پژوهش است. بعد از توزیع و تکمیل پرسشنامه‌ها برای تجزیه و تحلیل داده‌ها به هر یک از طبقه‌های تعیین شده عدد ۱-۵ اختصاص یافت. پس از

تعیین و رتبه بندی شاخص های موثر در قابلیت های...

شناسایی شاخص ها پرسشنامه ای جهت تعیین اهمیت شاخص ها در ایجاد رفتار کارآفرینانه در میان دانشجویان مهارتی تهیه شد. با توجه به تعداد ۱۰۰۰ نفر جامعه آماری از روش نمونه گیری تصادفی و با توجه به رابطه ی کوکران و تعداد افراد جامعه ۲۹۲ پرسشنامه تهیه شد ولیکن تعداد پرسشنامه دریافتی قابل استفاده در تحلیل ۲۷۷ پرسشنامه دارای قابلیت تجزیه و تحلیل بودند. جهت بررسی آزمون نرمال بودن متغیرهای پژوهش از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف و آزمون شاپیرو ویلک استفاده می کنیم. پس از تحلیل در برونداد آزمون کولموگروف-اسمیرنوف و آزمون شاپیرو ویلک اگر آزمون معنی دار بود یعنی p کوچک تر از $0/05$ بود، به معنی این است که توزیع نرمال نیست و باید از آزمون ناپارامتریک استفاده کنیم. در تمام متغیرها p کوچکتر از $0/05$ بوده در نتیجه فرض H_0 رد می شود. لذا از آزمون ناپارامتری فریدمن استفاده شد است.

جدول ۴ کولموگروف-اسمیرنوف (KS) و شاپیرو ویلکس

	تست های نرمال بودن			شاپیرو-ویلکس		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
شرایط اقتصادی و اجتماعی	.077	277	.000	.987	277	.013
نهادینه کردن کارآفرینی	.077	277	.000	.980	277	.001
پذیرش رسالت کارآفرینی	.194	277	.000	.901	277	.000
بهینه سازی مدیریت	.174	277	.000	.894	277	.000
تغییرات ساختاری	.204	277	.000	.853	277	.000
بستر سازی درون دانشگاهی	.099	277	.000	.968	277	.000
شبکه سازی	.101	277	.000	.946	277	.000
محیط دانشگاهی و ارزش آفرینی	.095	277	.000	.965	277	.000

پس از جمع آوری داده ها از طریق پرسشنامه برای ورود داده ها به نرم افزار SPSS بر اساس اهمیت به ترتیب از اهمیت خیلی زیاد به خیلی کم اعداد ۵-۱ اختصاص یافت. و جهت اطمینان از پایایی پاسخ ها آلفای کرونباخ محاسبه شد. (در پیوست ضمیمه جدول شماره ۵) برای تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار SPSS استفاده شد و پس از ورود داده ها به نرم افزار جهت اطمینان از پایایی پاسخ ها آلفای کرونباخ مورد محاسبه قرار گرفت. در گام بعدی برای هر یک از شاخص ها میانگی وزن اختصاصی توسط نمونه آماری مورد محاسبه قرار گرفت. شاخص هایی که میانگین وزنی بیش از ۲,۵ را کسب کرده بودند به عنوان

سیدعلی حسینی ، دکتر علی بدیع زاده ، دکتر سیدرسول حسینی ، دکتر علی اکبر قهرمانی

شاخص موثر در ایجاد رفتار کارآفرینانه در میان دانشجویان مهارتی پذیرفته شدند و سایر شاخص‌ها از بررسی خارج شدند. در مرحله بعد جهت رتبه‌بندی شاخص‌ها از آزمون فریدمن استفاده شد. این آزمون یک آزمون ناپارامتری جهت رتبه‌بندی بر اساس اهمیت نسبی می‌باشد و اهمیت هر شاخص در ایجاد رفتار کارآفرینانه تعیین شد.

روش کار پژوهش حاضر به صورت سیستماتیک نسبت به شناسایی شاخص‌های موثر در ایجاد رفتار کارآفرینانه در میان دانشجویان مهارتی اقدام نموده و این شاخص‌ها را با توجه به میزان اهمیت اکتسابی توسط نظر آماری رتبه‌بندی می‌نماید و با توجه به محدودیت منابع و اهمیت شاخص‌ها راهکارهایی جهت ارتقاء هر چه بیشتر ارائه می‌کند.

یافته های پژوهش

در این پژوهش به شیوه قضاوتی ۲۸ نفر از خبرگان انتخاب و پس از جلب موافقت آنها برای مشارکت، اول مصاحبه صورت پذیرفت بعد از انجام مصاحبه و ادغام ادبیات تحقیق با نظرات خبرگان ، پرسشنامه به صورت حضوری و اینترنتی به آنها ارائه گردید. در دور اول فهرست مؤلفه ها، شرایط علی، شرایط مداخله گر، شرایط زمینه ای، راهبردها و پیامدهای قابلیت های رفتاری دانشجویان در اختیار اعضای گروه قرار گرفت تا در مورد آنها در قالب طیف لیکرت اظهار نظر نمایند. همچنین از آنها خواسته شد که نظرات خود را در قالب پیشنهاد یا اصلاح، به مجموعه اضافه کنند. در پایان این مرحله، پژوهشگر اصلاحات پیشنهادی لازم را بر روی مؤلفه ها انجام داد و همراه با میانگین نتایج در اختیار اعضا قرار داده شد. در مرحله دوم خبرگان به اتفاق نظر مناسب رسیدند

در گام نخست پژوهش ابتدا شاخص‌های موثر در ایجاد رفتار کارآفرینانه در منابع مختلف شناسایی شد و در گروه‌هایی قرار گرفت. این مؤلفه ها ۲۹ گروه اصلی و در ۸ بعد قرار گرفتند و در مجموع ۲۲۴ شاخص مورد شناسایی قرار گرفت.

که نتایج نشان داد مؤلفه های تاثیر گذار از جمله : محیط دانشگاهی و ارزش آفرینی : با مقوله های اصلی (دانشگاه کار آفرین ، آموزش و برنامه درسی، کارگاه و کارورزی ، ایده ، پژوهش و استارتاپ ، طرح کسب و کار ، شرکت های دانش بنیان ، تکنولوژی)، نهادینه کردن کار آفرینی : با مقوله های اصلی (فرهنگ کارآفرینانه، ترویج و اشاعه کارآفرینی، اطلاع رسانی و آگاهی بخشی، تشخیص و بهره برداری از فرصت، قصد و رفتار کارآفرینی توسعه ابعاد شخصیتی) ، شرایط اقتصادی و اجتماعی: با مقوله های اصلی (چابکی اقتصادی ، شرایط سیاسی و عوامل محیطی ، آمایش سرزمین ، قوانین و مقررات، منابع و امکانات) ، تغییرات ساختاری : با مقوله های اصلی (طراحی مجدد فرایندها و ساختارها، بازار سازی، ریسک)، بسترسازی درون دانشگاهی: با مقوله

تعیین و رتبه بندی شاخص های موثر در قابلیت های...

های اصلی (عوامل انگیزشی ،انگیزه کارآفرینانه و آینده سازی)،بستر سازی درون دانشگاهی را تشکیل می دهند. و بهینه سازی مدیریت: با مقوله های اصلی (الزامات مدیریتی ، اصلاح سیستم نظارت و ارزیابی) را شامل شده و طبق سطح بندی به شرح جدول شماره ۶ است.

جدول شماره ۶ شاخص های موثر در ایجاد رفتار کارآفرینانه

آلفای کرونباخ	شاخص کلی	مفاهیم ثانویه
۰/۸۸۳	(شرایط اقتصادی و اجتماعی)	چابکی اقتصادی
		شرایط سیاسی و عوامل محیطی
		آمایش سرزمین
		قوانین و مقررات
		منابع و امکانات
۰/۹۵۵	(نهادینه کردن کار آفرینی)	فرهنگ کارآفرینانه
		ترویج و اشاعه کارآفرینی
		اطلاع رسانی و آگاهی بخشی
		تشخیص و بهره برداری از فرصت
		قصد و رفتار کارآفرینی
		توسعه ابعاد شخصیتی
۰/۸۴۴	(پذیرش رسالت کارآفرینی)	طراحی چشم انداز کارآفرینانه
		ارتقاء آموزش
۰/۸۳۹	(بهینه سازی مدیریت)	الزامات مدیریتی
		اصلاح سیستم نظارت و ارزیابی
۰/۸۱۳	(تغییرات ساختاری)	طراحی مجدد فرایندها و ساختارها
		ریسک
		بازار سازی
۰/۸۹۳	(بسترسازی درون دانشگاهی)	عوامل انگیزشی
		انگیزه کارآفرینانه و آینده سازی
۰/۹۰۸	(شبکه سازی)	تیم سازی
		تصمیم گیری

۰/۹۶۹	محیط دانشگاهی و ارزش آفرینی	دانشگاه کار آفرین
		آموزش و برنامه درسی
		کارگاه و کارورزی
		ایده ، پژوهش و استارتاپ
		شرکت های دانش بنیان
		تکنولوژی
		طرح کسب و کار

آمار قابلیت اطمینان

تعداد موارد	ضریب آلفای کرونباخ
224	.985

که میزان آلفای کرونباخ ۰,۹۸۵، بیانگر پایایی پاسخها بود. سپس میانگین وزن اختصاص یافته بر اساس نظر آماری برای هر شاخص تعیین شد و مطابق با روش کار هر شاخصی که وزن بیشتر از ۲,۵ را کسب می نمود به عنوان شاخص موثر در ایجاد رفتار کارآفرینانه شناسایی می شد و سایر شاخصها از بررسی خارج می شدند. نتایج نشان داد تمامی ۲۹ شاخص که در اختیار آماری قرار گرفته بودند در این مرحله میانگین بیش از ۲,۵ را به خود اختصاص دادند و مورد تایید قرار گرفتند.

در گام بعدی پژوهش جهت تعیین اهمیت شاخصها در ایجاد رفتار کارآفرینانه دانشجویان مهارتی با استفاده از آزمون دادهها ناپرامتریک فرید من رتبه بندی شاخصها انجام شد. و سپس راهکارهایی جهت ارتقاء شاخصهای با اهمیت بیشتر ارائه شد.

مقایسه میانگین رتبه ها نشان می دهد که مهم ترین شاخص از نظر پاسخ دهندگان به ترتیب ویژگی محیط دانشگاهی و ارزش آفرینی و نهادینه کردن فرهنگ می باشد. میانگین رتبه این شاخصها به ترتیب ۸.۰۰ و ۷,۰۰ است

جدول شماره ۷ رتبه بندی شاخصها بر اساس اهمیت را نشان می دهد.

تعیین و رتبه بندی شاخص های موثر در قابلیت های...

ردیف	میانگین رتبه
۱	محیط دانشگاهی و ارزش آفرینی 8/00
۲	نهادینه کردن فرهنگ 7/00
۳	شرایط اقتصادی و اجتماعی 5/99
۴	تغییرات ساختاری 4/58
۵	بستر سازی درون دانشگاهی 4/39
۶	شبکه سازی 3/04
۷	پذیرش رسالت کارآفرینی 2/00
۸	بهینه سازی مدیریت 1/00

بحث ، نتیجه گیری و پیشنهادات

با مطالعه نظام آموزش عالی کشور های پیشرفته، درمی یابیم که حدود ۷۰ درصد آموزش های آنان مهارتی بوده و به منظور تربیت تکنسین ها طراحی و اجرا می شود و صرفاً ۳۰ درصد آموزش های آنان نظری و در مرزهای تولید علم و دانش است. این در حالی است که در کشور ما این موضوع برعکس بوده و کمتر از ۲۰ درصد آموزش های عالی کشور، به آموزش های مهارتی علمی کاربرد ی اختصاص یافته است. به نظر می رسد زمان آن فرارسیده که مسئولان کشور به این باور برسند که کشور فقط به کارشناس، کارشناس ارشد و دکترا نیاز ندارد، بلکه به نیروی کار ماهر که آماده رفع نیاز کارفرمایان صنعت و کسب و کار در رابطه با مهارت های مختلف باشند، بیش از همیشه نیاز است. جایگاه آموزش مهارتی در نقشه جامع علمی کشور و سیاست های کلان برنامه ششم ابلاغی مقام معظم رهبری مورد توجه قرار گرفته است. در هدف چهارم از اهداف بخشی نظام علم، فناوری و نوآوری کشور، دستیابی به سطح دانش و مهارت نیروی کار کشور متناسب با معیار جهانی و در جهت پاسخگویی به نیازهای جامعه و بازار کار داخلی و بین المللی اشاره شده است یا در یکی از راهبردها به صراحت ، سازماندهی نظام های حرفه ای مبتنی بر دانش علمی و فنی برای اداره واحدهای اقتصادی اجتماعی و نهادینه کردن فرهنگ مهارت گرایی و پژوهش محوری و کارآفرینی در نظام علم و فناوری و نوآوری و همچنین تقویت و حمایت از آموزش های مهارتی از طریق تمرکز در سیاست گذاری و نظارت به همراه تقویت مشارکت بخش های غیردولتی مورد توجه قرار گرفته است. در سیاست های کلان برنامه ششم ابلاغی مقام معظم رهبری نیز ، بند ۷۶ افزایش سهم آموزش های مهارتی در نظام آموزشی کشور متناسب سازی سطوح و رشته های تحصیلی با توجه به نیازهای تولید و اشتغال حاکی از

سیدعلی حسینی ، دکتر علی بدیع زاده ، دکتر سیدرسول حسینی ، دکتر علی اکبر قهرمانی

آن است که آموزش های مهارتی مورد توجه جدی قرار گرفته است. نتایج کد گزاری ، مصاحبه ها و تجزیه و تحلیل یافته های این پژوهش نشان می دهد شاخص های موثر در ایجاد رفتار کارآفرینانه در میان دانشجویان مهارتی اهمیت یکسانی ندارند و می توان آن ها را بر مبنای اهمیت تقسیم بندی نمود. و می توان این عوامل را بر اساس میزان اهمیت رتبه بندی نمود و راهکارهایی جهت ارتقاء هر یک پیشنهاد داد.

محیط دانشگاهی و ارزش آفرینی : با مقوله های اصلی (دانشگاه کار آفرین ، آموزش و برنامه درسی، کارگاه و کارورزی ،ایده ، پژوهش و استارتاپ ، طرح کسب و کار ، شرکت های دانش بنیان ، تکنولوژی) که شامل برخی زیر مجموعه ها چون: دانشگاه کار آفرین ، سرفصل درسی ، آموزش ، برنامه کارآفرینی و دانش آموختگان، مشاوران متخصص، اساتید و مربیان حاذق و اعضا هیات علمی، محیط های کارگاهی و آزمایشگاهی و اجرای دوره های کارورزی و کاربرینی واقعی در محیط کار، انتخاب یک مسیر شغلی، استفاده و کار با تکنولوژی ،سیاست های عمومی و مدیریت دانشگاه ، خودکارآمدی درک شده ، آموزش قوانین کسب و کار ، ثبت ایده و اختراع، تجاری سازی، ساختار سازمانی و سیستم ، ارزشیابی، کنترل ، مدیریت فناوری، شرکت های دانش بنیان، استارتاپ ها و تشویق و حمایت از ایده ها ، می شود و بیشتر به عواملی که ریشه در درون دانشگاهها دارند بر می گردد، که از طریق سهام کردن آنها در سود حاصل از توسعه قابلیت های رفتاری کارآفرینانه عملی می شود. تغییر در نگرش افراد دانشگاهی در مورد کارآفرینی، جذب و استخدام نیروی انسانی بر اساس ویژگی های کارآفرینانه، استفاده از فناوریهای نوین در دانشگاهها، ایجاد توازن بین پژوهش های بنیادی و کاربردی و بصورت کلی تلفیق عنصر کارآفرینی در سیاست های دانشگاهی عواملی هستند که بستر سازی درون دانشگاهی را تشکیل می دهند. وازکویز^۱ و همکاران(۲۰۰۹) اهمیت تشویق و ترغیب کارآفرینی را که به شکل دهی فرهنگ کارآفرینانه در بین اندکاران و ترغیب فعالیتهای آموزشی و پژوهشی در زمینه کارآفرینی می شود را به خوبی در پژوهش خود خاطر نشان کرده اند. هدف از دوره های آموزش کارآفرینی در برنامه درسی برای دانشجویان توانایی آن ها را در مورد چگونگی کار کردن برای خود و نه برای آن ها تقویت می کند(گورل و همکاران ، ۲۰۱۰)^۲

با وجود مزایای انگیزشی پیشینه خانواده کارآفرین برای شکل گیری مسیر شغلی دانشجو ، زلوگر^۳ و همکاران (۲۰۱۱) نشان داد که آموزش کارآفرینی کمتر باعث بهبود اهداف کارآفرینی دانش آموزانی می شود که از چنین زمینه هایی می آیند. اول ، دانش آموزان از یک خانه

1 Vazquez

2 Gorilla et al

3 Zellweger

تعیین و رتبه بندی شاخص های موثر در قابلیت های...

کارآفرین بیشتر از کسانی که زمینه مشابهی ندارند دسترسی به منابع مهم و شبکه های اجتماعی دارند. به عنوان مثال باسو و ویریک^۱ (۲۰۰۸) دریافتند که آشنایی قبلی با آموزش کارآفرینی تأثیر مثبتی بر نگرش دانشجویان نسبت به شغل کارآفرینی دارد. اگرچه چنین به نظر می رسد ، اما جای تعجب نیست، هدف از دوره های آموزش کارآفرینی در برنامه درسی برای دانشجویان توانایی آن ها را در مورد چگونگی کار کردن برای خود و نه برای آن ها تقویت می کند (گورل و همکاران ، ۲۰۱۰)^۲

شناخت ویژگی های مطلوب یک مدرس اهمیت زیادی دارد و مقدم بر سایر عوامل است . ویژگی های فردی یک استاد از مواردی است که گاهی توانایی علمی او را نیز به شدت تحت تاثیر قرار می دهد . بسیاری از دانشگاه های بزرگ دنیا برای پیشبرد اهداف آموزشی خود از نظرات دانشجویان برای بالابردن کیفیت آموزشی خود استفاده می کنند. (اسماعیلی و همکاران، ۱۳۹۶). دانشگاه از قابلیت های تحقیق و تدریس خود برای کمک به دانش و انتقال فن آوری، و در نتیجه پاسخ به خواسته های اجتماعی و اقتصادی استفاده می کند . بر این اساس، رویکرد دانشگاه کارآفرین انگیزه دادن به بخش دانشگاهی برای بازبینی خروجی پژوهش و خلق دانش از زاویه های مختلف است ، جایی که آن ها می توانند نتایج تحقیقات خود را تجاری کنند (اتزکویت، ۲۰۰۳)^۳

همچنین طی بررسی های صورت گرفته نتایج ما با نتایج یافته های : زلوگر و همکاران (۲۰۱۱) ، نبی و هولدن^۴ (۲۰۰۸) احمدی و همکاران ۱۳۸۸، بارانی و همکاران در سال ۱۳۹۰ ، آقاجانی و همکاران در سال ۱۳۹۵ ، طهماسبی و همکاران ۱۳۹۶، شهرزاد بارانی و همکاران ۱۳۸۹، سیادت و همکاران ۱۳۹۱، سعیدی مهرآباد ۱۳۸۷، رضایی و همکاران در ۱۳۹۰ و در خصوص تکنیک های آموزشی با اسفندیار و همکاران ۲۰۱۷ هم راستا بود.

نهادینه کردن کار آفرینی : با مقوله های اصلی (فرهنگ کارآفرینانه، ترویج و اشاعه کارآفرینی، اطلاع رسانی و آگاهی بخشی، تشخیص و بهره برداری از فرصت، قصد و رفتار کارآفرینی توسعه ابعاد شخصیتی) که شامل برخی زیر مجموعه ها چون : نهادینه شدن اقتصاد دانشی، بستر سازی فرهنگی در زمینه کارآفرینی در دانشگاهها، خلق و ترویج فرهنگ کارآفرینی ، ویژگی های شخصیتی کارآفرینی ، قصد نیازهای روانشناختی و کارآفرینی، الگو و رفتار ، روحیه ، شناخت ، تشخیص و بهره برداری از فرصت، متعهد کردن دانشجو به راه اندازی کسب و کار

1 Basu and Virik

2 Gorilla et al

3 Etzkowitz

4 Nabi Vhvdny

سیدعلی حسینی ، دکتر علی بدیع زاده ، دکتر سیدرسول حسینی ، دکتر علی اکبر قهرمانی

مرتبط با رشته تحصیلی، توسعه خودشکوفایی فردی، تعهد و تفکر مثبت، جنسیت، تمایل به استقلال مالی، دوستان، نترسیدن (ناامید نشدن)، مهارت، هدف گذاری مناسب، اعتماد به نفس، توانایی رهبری و تصمیم گیری، مقاومت در سختی ها، موفقیت، منزلت اجتماعی، مهارت‌های مدیریتی، مالی، بازاریابی، انسانی، مسئولیت پذیری و پاسخگو بودن، ابعاد مدیریت راهبردی، تجربه قبلی، آماده سازی نیروی انسانی برای کارآفرینی را شامل می شود. ریشه بسیاری از کارها و فعالیت های آدمی در فرهنگی است که فرد در آن قرار دارد، به این لحاظ برای ترغیب افراد به انجام برخی اعمال مهمترین کاری که می شود انجام داد فرهنگ سازی برای انجام آن کار می باشد. آنچه در بحث فرهنگ سازی مهم است این است که فرهنگ سازی برای کارآفرینی باید در دو بعد فرهنگ سازی در جامعه به صورت کلی و فرهنگ سازی در دانشگاه و جامعه دانشگاهی می باشد، که باید با آگاهی بخشی و اطلاع رسانی انجام شود. به این منظور باید اولاً زمینه و بستر فرهنگی لازم برای کارآفرینی در دانشگاه ها مهیا و آماده و ثانیاً این فرهنگ اشاعه و ترویج یابد و مشارکت در صنایع برای دانشگاه به عنوان یک فرهنگ مطرح شود.

فراتر از زمینه خانوادگی، همچنین رابطه ای بین اهداف کارآفرینی و فرهنگ وجود دارد که به عنوان "ارزش ها، باورها و فرضیاتی که در اوایل کودکی آموخته شده و گروهی از افراد را از گروه دیگر متمایز می کند" تعریف شده است (نیومن و نولن، ۱۹۹۶)، مشخص شده است که عوامل فرهنگی اجتماعی که مجموعه ای از ارزشها، اعتقادات و رفتارهای مشترک مشترک محسوب می شوند، بر کارآفرینی تاثیر می گذارند (هوایسن^۱، ۱۹۸۵). عملکرد یک کارآفرین و نشان داد که با رفتار و مهارت در ارتباط است (آستین میوانگه^۲، ۲۰۱۸). لیندسی (۲۰۰۹) یکی از مهمترین مولفه ها در موفقیت توسعه قابلیت‌های رفتاری کارآفرینانه را فرهنگ حمایت کننده و پشتیبان کارآفرینی می داند که در دانشگاه نهادینه شده است. رفتار کارآفرینانه به عنوان انگیزه و اقدام‌هایی تعریف می‌شود که کارآفرین را قادر می‌سازد تا به تصمیمات خود در خصوص ایجاد سود از فرصت‌ها و بهره‌برداری از فرصت‌ها جامعه عمل ببوشاند (نییلو، ۲۰۱۵)^۳. این تأثیر ناشی از ارزشهای فرهنگی است زیرا ارزشها نقشهای جنسیتی را در هر جامعه شکل می دهند و همچنین به شکل کلیشه‌هایی از نظر مشاغلی که برای زنان یا مردان مناسب ارزیابی می شود، پایان می یابد (وانگ و وونگ^۴، ۲۰۰۴؛ احمد و دیگران، ۲۰۱۰). بنابراین باورهای فرهنگی مشترک درباره نقش های جنسیتی می تواند فرصت ها و انگیزه هایی را که افراد در تعقیب

1 Huisman

2 Austin Mwange

3 Nilo

4 Wang and Wong

تعیین و رتبه بندی شاخص های موثر در قابلیت های...

مشاغل خاص تجربه می کنند ، شکل دهد(آستین میوانگه^۱، 2018) . چندین مطالعه بر تأثیر عوامل فرهنگی بر کارآفرینی از دیدگاه های مختلف تأکید کرده اند. بر این اساس ، هنگامی که فردی در یک محیط فرهنگی خاص کسب و کار ایجاد می کند ، این تجارت منعکس کننده آن محیط فرهنگی است ، به عنوان مثال ویژگی هایی مانند جهت گیری استراتژیک و انتظارات رشد برای تجارت (همان منبع) . این عناصر شامل اعتقادات ، ارزشها ، نگرشها ، عادات ، اشکال رفتار و سبک زندگی افراد است که از شرط بندی فرهنگی ، مذهبی ، تربیتی و اجتماعی ایجاد شده اند (گنیاولی و فاگل^۲، ۱۹۹۴، آدلیک و همکاران^۳، ۲۰۰۳، آگبولی و اوکاگبو^۴، ۲۰۰۶) . در کنار فرهنگ عواملی دیگری هم تاثیر گذار هستند برای نمونه محققانی مانند کاستا^۵ و همکاران (۱۹۸۴) ، کرانت^۶ (۱۹۹۶) ، کوزینز^۷ (۱۹۸۹) و چم^۸ و همکاران (۲۰۱۲) مشاهده کرده اند که شخصیت عاملی حیاتی در شکل گیری قصد کارآفرینی است.

در مورد استفاده از منابع انسانی: کردنائیچ، احمدی قرباتی و نیاکان لاهیچی^۹ (۱۳۹۱) ، به این موضوع تأکید داشتند.

نهایتا تحقیقات مارتین^۷ و مارشال^۸ در سال ۲۰۱۷، جون کوی^۹ ، همکاران در سال ۲۰۱۹، برانستین و ریلن^{۱۰} ، ۲۰۱۴ ، آستین میوانگه^{۱۱}، 2018 ، طهماسبی و همکاران در سال ۱۳۹۶ ، شهرزاد بارانی و همکاران در سال های ۱۳۹۰ ، ۱۳۸۹، علی اکبر صادقی و همکاران در سال ۱۳۹۴، صادقی و همکاران (۱۳۸۶)، سعیدی مهرآباد، اردکانی و همکاران در سال ۱۳۸۹، باقری و همکاران در سال ۱۳۹۴، ضیایی و همکاران در سال ۱۳۹۶ ، فریدون احمدی و همکاران در سال ۱۳۹۱ با ما هم راستا است.

شرایط اقتصادی و اجتماعی: با مقوله های اصلی (چابکی اقتصادی، شرایط سیاسی و عوامل محیطی، آمایش سرزمین، قوانین و مقررات، منابع و امکانات) که شامل برخی زیر مجموعه ها چون: رقابتی شدن بازار، تبدیل شدن به اقتصاد خصوصی ، شرایط سیاسی و اجتماعی ، گرایش

1 Austin Mwangi

2 Gnyawali and Fogel ، Adeleke et.al^۱ ، Agboli and Ukaegbu

3 Costa

4 Crant

5 Cousins

6 Cham

7- Martin

8- Marshall

9 Jun Cui

10 Branstin and Rilen

11 Austin Mwangi

سیدعلی حسینی ، دکتر علی بدیع زاده ، دکتر سیدرسول حسینی ، دکتر علی اکبر قهرمانی

به تغییر، زمینه حمایتی، محیط پرتحرک، آینده نگری، زمینه های خانوادگی ، شاغل بودن والدین، شناسایی نیاز منطقه، ایجاد حقوق مالکیت معنوی ،اصلاح قوانین کسب و کار، اسناد بالا دستی، حمایت‌های مالی، حمایت و نقش دولت، اعضای هیئت علمی است. بر این اساس چنانچه اقتصاد از حیثه دولتی خارج و به سمت خصوصی سازی و بهبود محیط کسب و کار پیش رود به تبع آن دانشگاهها نیز به عنوان خرده سیستم های موجود در بافت بزرگتر در این راستا حرکت خواهند کرد و این امر زمینه ساز بروز رقابت و ایجاد فضای رقابتی در دانشگاهها و جامعه می گردد که این مهم نیز به نوبه خود موجب می شود دانشگاهها به دنبال منابع جدید درآمدی و کسب ثروت باشند و این یعنی کارآفرینی و کارآفرینی دانشگاهی. کوپروو^۱ (۲۰۰۵) به نقل از شاین^۲ بیان می کند اهمیت محیط اقتصادی (اقتصاد کلان، ویژگی های صنعت، محیط مالی و محیط جغرافیایی) را در تعیین میزان کارآفرینی متذکر می شود. یکی دیگر از راهکارهای استخراج شده برای بهبود و تقویت کارآفرینی تغییر در شرایط محیطی از جمله توجه به اقتصاد و شرایط حاکم بر آن و مقررات و قوانین مرتبط با حوزه کارآفرینی می باشد. زهو^۳ و همکاران (۲۰۰۷) در بررسی عوامل محیطی مرتبط با کارآفرینی به بحث بسترهای قانونی نظیر حمایت سیاست های دولتی و مقررات از کارآفرینی و کسب و کار و بهره برداری و مالکیت منابع اشاره کرده اند. همچنین برنامه ریزی و گسترش آموزش عالی بر اساس چارچوب های نظری و پارادایم های توسعه و همچنین مبتنی بر یافته ها و طرح های کلان آمایش سرزمین و اصول آن به ویژه برقراری ارتباط آن با برنامه های توسعه آموزش عالی، ضرورتی اجتناب ناپذیر است (عامری، ۱۳۹۱). مولر (۲۰۰۶) همچنین موافق بود که به نظر می رسد مهمترین الگوی والدین در کنار هم قرار دادن همه عوامل شخصی موثر بر قصد کارآفرینی فرد باشد. از طرف دیگر (آلدريج و همکاران، ۱۹۹۸؛ هوت و روزن، ۱۹۹۹؛ دان و هولتز-ایکین، ۲۰۰۰؛ فیملی، ۲۰۰۲؛ مک الوی و الریامی، ۲۰۰۳؛ مولر (۲۰۰۶) دریافتند که والدین کارآفرین به عنوان الگو عمل می کنند) در برخی از مطالعات نتیجه گیری شده است که تجربه خود اشتغالی رابطه مستقیمی با قصد کارآفرینی دانش آموزان دارد (رایجان^۴، ۲۰۰۱). مهمترین موانع شامل مشکلات کمک مالی، کمبود امکانات زیرساختی، کمبود امکانات تکنولوژیکی، عدم آگاهی در زمینه کارآفرینی، نگرش منفی افراد نسبت به کارآفرین به عنوان عنوان شغلی، عدم خلاقیت و عدم توانایی

1 Kvyrvv

2 Shine

3 Zhv

4 Raijman

تعیین و رتبه بندی شاخص های موثر در قابلیت های...

ریسک پذیری است. (آچوتان و نیمالاتاسان^۱، ۲۰۱۲؛ سیواراجا و آچوتان^۲، ۲۰۱۳). عوامل اقتصادی برای انجام فعالیت موثر کارآفرینی بسیار مهم هستند. دلیل این امر آن است که کارآفرینی با تئوری اقتصادی عرضه و تقاضا برای کالاها و خدمات مرتبط است (هویسمن^۳، ۱۹۸۵، پرتوریوس و شاو^۴، ۲۰۰۴، آتیانو، ۲۰۰۹).^۵ گنیوالی و فوگل (۱۹۹۴) محیط کارآفرینی را به عنوان "عوامل کلی اقتصادی، فرهنگی اجتماعی و سیاسی و همچنین منابع" تعریف می کنند. به عنوان مثال رومانلی (۱۹۸۹) خاطرنشان کرد که در دسترس بودن منابع باعث ظهور کارآفرینان می شود.

نتایج تحقیقات: فومیهیکو ایسادا و همکاران^{۲۰۱۴}، هویسمن، ۱۹۸۵، پرتوریوس و شاو، ۲۰۰۴، آتیانو، ۲۰۰۹، امین پژوهش جهرمی و همکاران^{۱۳۹۴}، احمدی و همکاران^{۱۳۸۸} در زمینه های درج شده فوق با ما هم راستا است.

تغییرات ساختاری: با مقوله های اصلی (طراحی مجدد فرایندها و ساختارها، بازار سازی، ریسک) که شامل برخی زیر مجموعه ها چون: تدوین فرایندهای مناسب کارآفرینی در دانشگاه، تاسیس مراکز رشد و فناوری کارآمد، خودگردانی در دانشگاهها، آموزش نحوه تولید ثروت از علم، مهارتهای بازاریابی، شناخت بازار و رقبا تجزیه و تحلیل فرصتها و نقاط قوت، شناسایی نیازهای جامعه، داشتن سوابق در تحلیل بازار، مدیریت ریسک و نرسیدن از شکست است. ساختار و فرایندهای سازمانی مناسب برای کارآفرینی ساختارها و فرایندهایی انعطاف پذیر می باشند نه ساختارهای سنتی. همچنین در طراحی ساختار می توان مراکز جدیدی را در دانشگاه جهت انجام فعالیت جدید (بازاریابی) ایجاد کرد که به عنوان رابط و وسیله ای برای ارائه خدمات و محصولات دانشگاهی به بازار عمل نماید. بورمن^۶ (۲۰۰۳) یکی از راههای تقویت کارآفرینی را افزایش کیفیت سازمانی می داند، و معتقدند سازمانهای بوروکراتیک سنتی نمی توانند کیفیت را بالا ببرند و تغییرات سازمانی برای افزایش کیفیت سازمانهای بوروکراتیک نیاز می باشد. بنابراین از مهمترین کارهایی که در دانشگاه می توان انجام داد طراحی مجدد ساختارها و فرایندهای سازمانی برای ایجاد تناسب بین ساختارها، فرایندها و اهداف سازمانی جدید می باشد. همچنین در طراحی ساختار می توان مراکز جدیدی را در دانشگاه جهت انجام فعالیت جدید (بازار سازی)

1 Achutan and Nimalatasan

2 Sivaraja and Achutan

3 Hoysman

4 Pretorius and Shaw

5 Huisman †, Pretorius and Shaw †, Atieno

6 Borman

سیدعلی حسینی ، دکتر علی بدیع زاده ، دکتر سیدرسول حسینی ، دکتر علی اکبر قهرمانی

ایجاد کرد که به عنوان رابط و وسیله ای برای ارائه خدمات و محصولات دانشگاهی به بازار عمل نماید، در اینجاست که دانشگاهها به کارآفرینی پرداخته و این مراکز وظیفه تبدیل ایده‌ها، محصولات و خدمات دانشگاه را به ثروت(درآمد) انجام می دهند، با این کار پژوهش‌های دانشگاهی از قفسه کتابخانه ها بیرون رفته و به وسیله مشتریان اصلی خود(صنایع و سازمانها) پیاده سازی و عملی می شوند. برخی محققان همچون واگنر^۱ (۲۰۰۷) ، لانگوویتز و مینیتی^۲ (۲۰۰۷) در مطالعه بین فرهنگی ،دریافتند که ترس از عدم موفقیت "با گرایش به کارآفرینی زنان" رابطه منفی دارد اما با مردان. همچنین در تحقیق دیگر برخی از محققان دریافته اند که افراد تمایل به ایجاد شرکتهای جدید دارند و برای موفقیت در آن می جنگند و ممکن است خطر را به طرز متفاوتی درک کرده و نسبت به آن واکنش نشان دهند(بوزنیتس^۳، ۱۹۹۹). ناسوردین^۴ و همکاران(۲۰۰۶) تاکید دارند که در سازمانهای دارای ساختار منعطف، جریان اطلاعات با سرعت بیشتر رد و بدل می شود، رقابت جویی، مخاطره پذیری، پشتیبانی صمیمانه و ارتباطات بازتر است و سازمان احتمال کمتری دارد به استرس و ابهام عملکردی دچار شود. کلاریس^۵ و همکاران (۲۰۱۰) بیان کردند اگر دانشگاهها به تغییرات ساختاری دست بزنند دفاتر انتقال فناوری را برای کارآفرینی تشکیل خواهند داد. وجود ساختار سازمانی کارآفرینانه در بررسی و اظهار نظر خبرگان و ایجاد به تأسیس مراکز رشد، دفتر ارتباط با صنعت و استقلال دانشگاه ها بسیار تأکید شده بود. این موضوع در مطالعات پژوهشی فارسی و همکاران (۲۰۱۴) ، تقی پور ظهیر و حسن مرادی (۱۳۸۵)، اسپورن، (۲۰۰۱) ، سلام زاده (۲۰۱۱)، کردنائیچ و همکاران، (۱۳۹۱)، و مورد اشاره قرار گرفته است. سانچز (۲۰۱۳) تمایل به ریسک پذیری را به همراه پیشگویی و نوآوری یکی از سه بعد اصطلاحاً جهت گیری کارآفرینی می داند و گرایش به ریسک به تمایل یک فرد برای تعهد به منابع فرصت در صورت وجود احتمال خرابی اشاره دارد. که تحقیقات ما با محققانی چون ایزادا و همکاران (۲۰۱۵) ، نیومن و همکاران (۲۰۱۸) ، اسفندیار و همکاران (۲۰۱۷) ، زولو و همکاران (۲۰۱۷)، سانچز (۲۰۱۳) ، هم راستا است.

بسترسازی درون دانشگاهی: با مقوله های اصلی (عوامل انگیزشی ،انگیزه کارآفرینانه و آینده سازی) که شامل برخی زیر مجموعه ها چون : ایجاد انگیزش در دانشجویان برای کارآفرین شدن، سهیم شدن اعضای دانشگاهی در سود حاصل از کارآفرینی،نگرشهای کارآفرینانه، داشتن

1 Wagner

2 Langowitz and Minnie

3 Busenitz

4 Nasvr dyn

5 Clarice

تعیین و رتبه بندی شاخص های موثر در قابلیت های...

چشم انداز، انگیزه سودآوری، موفقیت، ذکر داستان افراد موفق، تغییر نگرش اساتید و مسئولین دانشگاه، استفاده از فناوریهای نوین اطلاعاتی، جذب و استخدام نیروی انسانی با دید کارآفرینانه که بستر سازی درون دانشگاهی را تشکیل می دهند. انگیزه می تواند نقش اساسی در شکل گیری قصد کارآفرینی و سطوح مختلف نگرش داشته باشد. (الجباری و همکاران، ۲۰۱۸).^۱ هر دو نوع انگیزه (ذاتی و بیرونی) ممکن است تحت شرایط خاص تأثیر مثبتی بر قصد کارآفرینی داشته باشد (آنتونیولی و همکاران، ۲۰۱۶).^۲ همچنین تحقیقات سازمان همکاری اقتصادی و توسعه (OECD، ۲۰۱۲)،^۳ کردنائیچ و همکاران (۱۳۹۱)، (اترکوییت، ۲۰۰۳)،^۴ سلام زاده (۲۰۱۱)،^۵ (گابریلا بولدورثانو، آلینا ماریوکا یونسکو، آنا- ماریا برکو^۶، ۲۰۲۰)، با ما هم راستا است.

بهینه سازی مدیریت: با مقوله های اصلی (الزامات مدیریتی، اصلاح سیستم نظارت و ارزیابی) که شامل برخی زیر مجموعه ها چون: مدیریت کارآفرین در آموزش عالی و مدل های کسب و کار دانشگاهی، اضافه شدن معیار کارآفرینی در جذب اساتید، اصلاح نظام ارزیابی عملکرد و پاداش را شامل می شود. لازم است در سیستم ارزیابی و پاداش، ارتقاء اعضای هیات علمی و کارکنان، ارزیابی از دانشجویان و خود دانشگاه عنصرهای جدیدی تعریف شوند که پوشش دهنده بحث کارآفرینی باشند، با انجام چنین کارهایی می توان آینده توسعه قابلیت های رفتاری کارآفرینانه را روشن تصور کرد. گلدفارب^۵ و همکاران (۲۰۰۳) بر تاثیر نظام مدیریت غیر متمرکز دانشگاهی بر وضعیت تجاری سازی و کسب درآمد برای دانشگاه تاکید دارند و ساختار ارتقای هیات علمی را بر فرایند تولید دانش تاثیرگذار می دانند.

پذیرش رسالت کارآفرینی باید چشم انداز کارآفرینی را برای خود طراحی کنند. ارتقاء آموزش های دانشگاهی راهکاری است برای پذیرفتن تغییرات ایجاد شده و باور به این امر که در جهت توسعه قابلیت های رفتاری کارآفرینانه پیش رفت. از طریق آموزش های کارآفرینانه و مبتنی بر کارآفرینی در دانشگاهها، افراد آموزش دیده برای انجام کارآفرینی آماده خواهند شد (یونسکو، ۲۰۰۴). (واسال ویبیا^۶، ۲۰۰۶) طی مطالعه خود معتقد است که نظام های آموزشی با اعمال آموزش کارآفرینی، سبب می شوند که فراگیران با فعالیت های گوناگون مرتبط با یادگیری مواجه شوند و این نوع آموزش آن ها را در دستیابی به مهارت های اکتشاف آماده

1 Lajbari et al

2 Antonioli et al

3 Etkowitz

4 Maria Virica Bedrule-Grigorut, and Daniel Boldureanu

5 Gldfarb

6 Vasal Viba

سیدعلی حسینی ، دکتر علی بدیع زاده ، دکتر سیدرسول حسینی ، دکتر علی اکبر قهرمانی

می‌سازد. همچنین تحقیقات ما با محققان : احمدی و همکاران (۱۳۸۸)، آقاجانی و همکاران (۱۳۹۵)، طهماسبی و همکاران (۱۳۹۶)، شهرزاد بارانی و همکاران (۱۳۸۹)، مهدی قناعتی (۱۳۹۵)، سعیدی مهرآباد (۱۳۸۷)، بارانی و همکاران (۱۳۹۰)، سازمان همکاری اقتصادی و توسعه (OECD، ۲۰۱۲) هم راستا است.

برخی پیشنهادات کاربردی زیر ارائه می‌گردد.

۱. بهبود محیط کسب و کار و خصوصی سازی در اقتصاد در سطح کلان و نگرش مثبت به خصوصی سازی در دانشگاه و صنعت.
۲. دانشگاه‌ها در مناطق جغرافیایی با توجه به آمایش سرزمین که نیاز و امکانات و... در آنجا وجود دارند بنیانگذاری شود و رشته های مرتبط با آمایش سرزمین در دانشگاه های محیط ایجاد شود.
۳. گسترش فرهنگ تحول گرا در صنایع
۴. اعتماد سازی در روابط صنعت و دانشگاه.
۵. ترویج و اشاعه فرهنگ کارآفرینی و نمایان شدن رویکرد کارآفرینانه در تمام برنامه های دانشگاهی با تاکید بر مشارکت دانشگاهها در صنعت.
۶. اصلاح قوانین کسب و کار و ایجاد حقوق مالکیت معنوی.
۷. مدیریت کارآفرین در آموزش عالی، تدوین و تبیین چشم انداز کارآفرینی و مدل‌های کسب و کار برای دانشگاهها و تدوین چشم انداز مشترک برای تعامل مناسب درصنعت و دانشگاه.
۸. تشکیل کارگروه های تخصصی در دانشگاه و برنامه ریزی دانشگاهی منطبق بر نیازهای بازار کار جهت پاسخ گویی به نیازهای صنعت.
۹. فراهم کردن زمینه و فرایندهای لازم برای عرضه و تقاضای خدمات از سوی دانشگاه و صنعت و انعطاف پذیرکردن ساختارها و فرایندها در صنایع و دانشگاه.
۱۰. اصلاح برنامه های درسی و بروز رسانی کردن محتوای کتابهای درسی با نیازهای صنعت.

تعیین و رتبه بندی شاخص های موثر در قابلیت های...

منابع

- آراستی، زهرا و سعید بنادکی، سعیده (۱۳۹۲). ارزیابی برنامه های آموزش کارآفرینی در آموزش عالی. فصلنامه آموزش مهندسی ایران، ۱۵(۵۷)، ۸۹-۷۵.
- انصاری، محمدتقی و فکور، بهمن (۱۳۹۳). موانع محیطی گرایش دانشجویان و دانش آموختگان به کارآفرینی. پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی، ۲۰(۲)، ۱۱۷-۱۴۱.
- بخشی جهومی، آرمان و شهیدی زندی، کاوه (۱۳۸۸). بررسی انگیزه تحصیل دانشجویان کشاورزی دانشگاه جامع علمی - کاربردی کرمان. علوم ترویج و آموزش کشاورزی ایران، ۵(۲)، ۸۹-۱۰۰.
- احمدپور داریانی، محمود (۱۳۸۴). کارآفرینی تعاریف، نظریات، الگوها، تهران: انتشارات امیرکبیر.
- جهانگیری، علی (۱۳۸۳). نقش آموزش های علمی - کاربردی در توسعه کارآفرینی. مجموعه مقالات سومین کنگره ملی آموزش های عالی علمی - کاربردی. آذرماه ۸۳، تهران.
- شهرزاد بارنی، و همکاران (۱۳۸۹) تاثیر آموزش کارآفرینی بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه پیام نور کرمانشاه- پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی، ۵۷ - ۱۳۸۹
- طهماسبی و همکاران (۱۳۹۶) تأثیر آموزش های کارآفرینی بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان حضوری و مجازی دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران - فصلنامه آموزش مهندسی ایران، ۷۵ - ۱۳۹۶
- کردنائیچ، اسدا... احمدی، پرویز، قربانی، زهرا، نیاکان لاهیجی، نازیلا. (۱۳۹۱). بررسی ویژگی های دانشگاه کارآفرین در دانشگاه تربیت مدرس. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، 5(3), 47-64, doi: 10.22059/jed.2012.29470
- Alexander Newman- Martin Obschonka, Susan Schwarz, Michael Cohen, Ingrid Nielsen
" Entrepreneurial self-efficacy: A systematic review of the literature on its theoretical foundations, measurement, antecedents, and outcomes, and an agenda for future research 2019" *Journal of Vocational Behavior* 110 (2019) 403-419
- Arif Hassan, *Entrepreneurial intention among University students in Malaysia: integrating self-determination theory and the theory of planned behavior*, Springer Business Media, LLC, part of Springer Nature 2018.
- Alicia Castillo Holley, John Watson, *Academic Entrepreneurial Behavior: Birds of more than one feather*, *Technovation* (2017).
- Jorge-Moreno, Leopoldo Laborda Castillo, María Sanz Triguero, (2012),"The effect of business and economics education programs on

students' entrepreneurial intention", *European Journal of Training and Development*, Vol. 36 Iss: 4 pp. 409 – 425.

-Lamberto Zollo Maria Carmen Laudano Cristiano Ciappei Vincenzo Zampi , (2017)," Factors affecting universities' ability to foster students' entrepreneurial behaviour: an empirical investigation ", *Journal of Management Development*, Vol. 36 Iss 2.

-Louise Manning, (2018) "Enabling entrepreneurial behaviour in a land-based university", *Education+ Training*.

- Mesfin Mulu Ayalew, Shumet Amare Zeleke, Modeling the impact of entrepreneurial attitude on self-employment intention among engineering students, Ayalew and Zeleke *Journal of Innovation and Entrepreneurship* (2018) 7:8.

- Roque do Carmo Amorim Neto a, *, Vinicius P Rodrigues b, c, Douglas Stewart d, Anna Xiao a, Jenna Snyder, The influence of self-efficacy on entrepreneurial behavior among K-12 teachers, *Teaching and Teacher Education* 72 (2018) 44-53.

-Tugrul Daim*, Marina Dabic, and Elvan Bayraktaroglu, Students' entrepreneurial behavior: international and gender differences, Daim et al. *Journal of Innovation and Entrepreneurship* (2016) 5:19.

- William Walton Kirkley , (2016),"Entrepreneurial behaviour: the role of values", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 22 Iss 3.

-Xiaofang Yao Xiyue Wu Dan Long , (2016),"University students' entrepreneurial tendency in China: effect of students' perceived entrepreneurial environment", *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, Vol. 8 Iss 1.

Jason Lortie & Gary Castogiovanni,(2015)" The theory of planned behavior in entrepreneurship research: what we know and future directions" *Springer Science+Business Media New York* 2015 : 04 March ۲۰۱۵

تعیین و رتبه بندی شاخص های موثر در قابلیت های...

-Yuen-Ping Ho Pei-Chin Low Poh-Kam Wong . "Do University Entrepreneurship Programs Influence Students' Entrepreneurial Behavior? An Empirical Analysis of University Students in Singapore" *In Innovative Pathways for University Entrepreneurship in the 21st Century*. Published online: 07 Oct 2014; 65-87.

-Ibrahim Al-Jubari¹ & Arif Hassan² & Francisco Liñán^{3,4} "Entrepreneurial intention among University students in Malaysia: integrating self-determination theory and the theory of planned behavior" *Springer Science+Business Media, LLC*, part of Springer Nature 2018

- Gibb, A. (2005). Towards the entrepreneurship university; entrepreneurship education as a lever for change. *The National Council for Graduate Entrepreneurship (NCGE)*, UK, policy paper No 3.

Gibb, A.A. and Haskins, G. (2013) "The University of the Future. An Entrepreneurial Stakeholder Learning Organisation", in Fayolle A. and Redford D. Edts". 'Handbook on the Entrepreneurial University', Edward Elgar Publishing (forthcoming, January 2014) – see NCEE website .

McGuire, S. (2003). Entrepreneurial organizational culture: Construct definition and instrument development and validation. Ph.D. dissertation, *The George Washington University*, United States.

Denison D., Nieminen L., Kotrba L. (2012)"Diagnosing organizational cultures: A conceptual and empirical review of culture effectiveness surveys", *European Journal of Work and Organizational Psychology*, Vol. 23, No. 1

Austin Mwangi (Dr)(2018)•Lecturer – Business Management School of Business"ZCAS UniversityA Critical Review of Antecedents of Entrepreneurship Intention" *IJRDO - Journal of Business Management*

David B. Audretsch (2017)" Entrepreneurship and universities" *Entrepreneurship and universities Institute for Development Strategies*, Ameritech Chair of Economic Development, Indiana University, 1315 East 10th Street, SPEA Room 201, Bloomington, IN 47405, USA

سیدعلی حسینی ، دکتر علی بدیع زاده ، دکتر سیدرسول حسینی ، دکتر علی اکبر قهرمانی

NEDEVA, M., THOMAS, D., Caswill, C. and Nielsen, K. (2013). Study of Research Funding Trends and Practices of Research Funding Organizations, Report to the Swiss Science and Technology Council, 29 November 2013

OECD , (2012) Journal of the Programme on Institutional Management. Higher Education Management. Special Issue: Education and Skills, 13(2). Paris:OECD Publishing.

Etzkowitz, H. (2003). "Research groups as 'quasi-firms': the invention of the entrepreneurial university". Research Policy, 32(1): 109-121.

Yadolladi Farsi, J., Zare, H. and Hejazi, S.R. (2012). "Identification of ambidexterity components affecting performance of commercialization of academic research", Statistical Center of Iran: <http://www.mizanonline.ir> .