

مقاله ترویجی

صفحات ۹۸-۱۱۴

جوایز اعطایی به جامعه محوری و کارآفرینی در دانشگاه‌ها

 20.1001.1.24767220.1400.11.4.5.9

سالار فضلی فرد<sup>۱</sup>

محمد مهدی لطفی هروی<sup>۲</sup>

مژگان سمندر علی اشتهاردی<sup>۳</sup>

چکیده

طی چند دهه گذشته، به دنبال سهم اساسی دانش و تجاری‌سازی دانش به‌مثابه عامل اصلی رونق اقتصادی و رقابت‌پذیری، هرچه بیشتر بر اهمیت تحول نقش دانشگاه‌ها با هدف زمینه‌سازی باروری فعالیت‌های نوآورانه و کارآفرینانه تأکید می‌شود. در این زمینه، در بسیاری از نقاط جهان سازمان‌های دولتی و میان‌دولتی تأثیر بسزایی در ترویج مفاهیم، ایجاد ذهنیت و فرهنگ کارآفرینی و تشویق دانشگاه‌ها داشته‌اند. یکی از راهکارهای به‌کار گرفته‌شده در این زمینه، اعطای جوایز ملی و بین‌المللی به دانشگاه‌هایی است که توانسته‌اند در مسیر جامعه محوری و کارآفرینی گام‌های مؤثری بردارند. با توجه به اهمیتی که در کشور برای حرکت به سمت جامعه محوری و کارآفرینی در دانشگاه‌های کشور احساس می‌شود، جایزه دانشگاه کارآفرین می‌تواند ابزاری برای تسریع عملی‌کردن سیاست‌های وابسته باشد. از این‌رو، در این پژوهش تلاش شده است که با مطالعه اسنادی جوایزی را که سایر کشورها به دانشگاه‌ها در این‌باره اعطا می‌کنند و مدل‌های ارزیابی آن مرور و بررسی شود. یافته‌های این پژوهش می‌تواند راهگشایی برای سیاست‌گذاران و محققان باشد برای درک اهمیت پُرکردن جای خالی این جایزه و نیز ارائه مدل بومی در ایران برای سمت‌دهی و تشویق دانشگاه‌های کشور به‌سوی جامعه محوری و کارآفرینی و کمک به بهبود وضعیت زیست‌بوم کارآفرینی.

واژگان کلیدی: دانشگاه کارآفرین، جایزه، ارزیابی کارآفرینی دانشگاه

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۱/۱۸

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۰/۰۱/۱۶

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۲/۰۷

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت کسب‌وکار، دانشکده مدیریت، علم و فناوری دانشگاه صنعتی امیرکبیر

۲. استادیار گروه اقتصاد و مالی، دانشکده مدیریت، علم و فناوری دانشگاه صنعتی امیرکبیر

۳. استادیار گروه ارزیابی سیاست و پایش علم، فناوری و نوآوری، مرکز تحقیقات سیاست علمی کشور (نویسنده مسئول): samandar@nrisp.ac.ir

مقدمه

عرضه نیروی کار ماهر یادگیرنده (فارغ‌التحصیلان)،<sup>۱</sup> توسعه دانش و فناوری جدید (تحقیق) و انتقال دانش از دانشگاه به صنعت و جامعه (و بالعکس)، ایجاد فرصت‌های همکاری مستقیم در فعالیت‌های نوآوری با ذینفعان متعدد را از طریق شرکت‌های جدید زایشی و در تدارک دوره رشد (انکوباسیون) فضایی برای کارآفرینان جدید فراهم می‌کند.

مطالعات پیشین، چنان‌که در شکل ۱ نمایش داده شده، سه راهبرد متفاوت را در طراحی دانشگاه برای حمایت از کارآفرینی پایدار شناسایی کرده است:

- ۱) راهبرد الف (بالا به پایین):<sup>۲</sup> برای مثال، مدیریت دانشگاه یک راهبرد دانشگاهی مرتبط با کارآفرینی و ساختار پایدار و توسعه و فرهنگ حمایتی متناسب با آن را تعیین می‌کند؛
- ۲) راهبرد ب (پایین به بالا):<sup>۳</sup> برای مثال، فعالیت‌های حمایتی براساس ابتکارات اعضای درون دانشگاهی (استادان، مدرسان و مراکز انتقال فناوری)<sup>۴</sup> براساس علایق و شایستگی‌های خودشان صورت می‌گیرد؛
- ۳) راهبرد ج (ترکیبی): وقوع همزمان هر دو راهبرد از بالا به پایین و پایین به بالا (Tiemann et al., 2018).

از قرن دوازدهم میلادی – که اولین دانشگاه‌ها به تعریف امروزی در جهان شکل گرفت – تاکنون، در عملکرد و نقش دانشگاه در اقصی نقاط جهان تغییرات بنیادی صورت گرفته است. دانشگاه‌ها به تدریج تحول یافته‌اند و متناسب با سیر تکاملی جامعه‌ای که در آن جای گرفته‌اند نحوه توجه آن‌ها به دانش و تأثیر آن‌ها در جامعه نیز تغییر کرده است (Perkin, 2007). طی چند دهه گذشته، به دنبال سهم اساسی دانش و تجاری‌سازی دانش به‌مثابه عامل اصلی رونق اقتصادی و رقابت‌پذیری، هرچه بیشتر بر اهمیت تحول نقش دانشگاه‌ها با هدف زمینه‌سازی باروری فعالیت‌های نوآورانه و کارآفرینانه تأکید می‌شود.

دانشگاه‌های کارآفرین، همچون کانال سرریز دانش، از طریق مأموریت‌های متعدد خود به توسعه اقتصادی و اجتماعی کمک می‌کنند (Urbano and Guerrero, 2013). بنابراین، مفهوم دانشگاه کارآفرین به‌خوبی در تکامل دانشگاه به سمت نیازمندی‌های جامعه دانش‌بنیان تعریف می‌شود، جامعه‌ای که در آن بر تأثیر جامعه دانشگاه در توسعه اقتصادی – اجتماعی و همکاری بین دانشگاه و ذی‌نفعان خارجی تأکید شده است (Goldstein, 2010; Sam and Van Der Sijde, 2014). دانشگاه کارآفرین با



شکل ۱: راهکارهای طراحی سیستم‌های حمایتی برای کارآفرینی پایدار (Tiemann et al., 2018).

دانشگاه‌ها در منتهی‌الیه توسعه ارگانیک قرار دارند (Boh et al., 2016; Tiemann et al., 2018). درحالی‌که بسیاری از دانشگاه‌ها، همچون دانشگاه هاروارد و برکلی و بسیاری از دانشگاه‌های اروپا که آن‌ها نیز از زیست‌بوم کارآفرینی منطقه‌ای برخوردارند، مدل بالا به پایین و یا ترکیبی را برای سیاست توسعه دانشگاه کارآفرین برگزیده‌اند. راهبرد بالا به پایین عامل مهمی در توسعه و پیاده‌سازی نظام‌های پشتیبانی

دانشگاه‌هایی مانند استنفورد، ام‌آی‌تی و کمبریج نمونه‌های بارزی از شکل‌گیری دانشگاه کارآفرین به روش پایین به بالا هستند. این دانشگاه‌ها زیست‌بوم کارآفرینی‌شان را به‌صورت ارگانیک توسعه داده‌اند. این رویکرد از آن‌رو اتخاذ و به موفقیت ختم شد که فرهنگ کارآفرینی قوی‌ای در این دانشگاه‌ها وجود داشت. همچنین، این مؤسسات سنت‌های عمیق توسعه و مشارکت صنعتی دارند که فرهنگ کارآفرینی آن‌ها را بیشتر تقویت می‌کند. بنابراین، این

1. Learning worker  
3. Bottom-up

2. Top-down  
4. TTOs

هرچه بیشتر و مؤثرتر گام بردارند. یکی از اقداماتی که ممکن است در این زمینه مؤثر باشد اعطای جوایز به مراکز آموزش عالی و افرادی است که در زمینه تحقق جامعه‌محوری و کارآفرینی در دانشگاه‌ها اثرگذارند. این امر امروزه در نظام آموزش عالی بسیاری از کشورها توجه خاصی را به خود جلب کرده است. هدف از این پژوهش، بررسی سازوکار و نحوه ارزیابی جوایزی است که امروزه سازمان‌های ملی و بین‌المللی در این زمینه اعطا می‌کنند. در این پژوهش از مطالعه اسنادی استفاده شده است و یافته‌های این پژوهش ممکن است راهگشایی برای تحقیقات آتی در زمینه ارائه مدل بومی این جوایز در کشور ایران باشد.

در ادامه، ابتدا دانشگاه کارآفرین معرفی می‌شود. سپس جایزه و کارکرد جوایز بررسی می‌شود. در بخش چهارم، برخی از نمونه‌های جایزه دانشگاه کارآفرین در جهان معرفی و بررسی می‌شوند و در پایان جمع‌بندی و نتیجه‌گیری ارائه می‌شود.

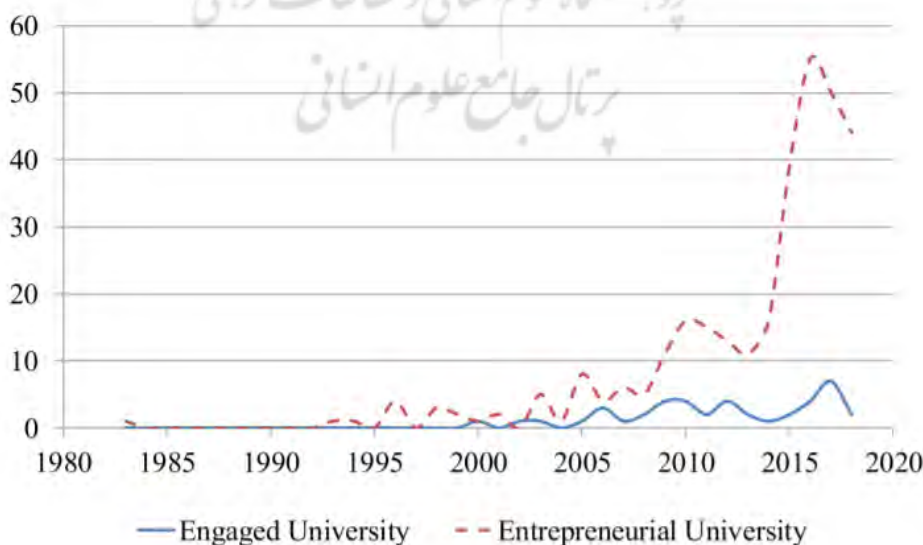
## ۱. دانشگاه کارآفرین و ارزیابی آن

### ۱-۱. دانشگاه کارآفرین

تاریخچه این نظر که دانشگاه‌ها می‌توانند نهادی کارآفرین باشند و مراکز آموزش عالی می‌توانند در توسعه اقتصادی و اجتماعی اثرگذار باشند به دهه ۱۹۸۰ برمی‌گردد. از آن سال‌ها، ادبیات موضوعی دانشگاه کارآفرین شروع به شکل‌گیری کرد (Klof- sten et al, 2019). از سال ۲۰۱۴، توجه محققان به این موضوع به‌صورت فزاینده‌ای افزایش یافته است (نمودار ۱) (Baaken and Kliewe, 2019).

خاص است. به نظر می‌رسد تعهد جدی رهبری و حاکمیت خوب برای ایجاد نظام پشتیبانی جامع با هدف کارآفرینی پایدار بسیار مهم است (Tiemann et al., 2018). در این زمینه، سازمان‌های دولتی و میان‌دولتی سهم بسزایی در ترویج مفاهیم، ایجاد ذهنیت و فرهنگ کارآفرینی و تشویق دانشگاه‌ها داشته‌اند. از جمله نمونه‌هایی از این دست اقدامات می‌توان به چارچوب معرفی‌شده دانشگاه کارآفرین (Ec-Oecd, 2012) و جوایزی که در این زمینه سازمان‌های گوناگون ارائه می‌کنند اشاره کرد.

هرچند در کشور ما نیز در برخی از دانشگاه‌ها اقدامات خودجوشی در این زمینه شکل گرفته است، اتخاذ رویکرد بالا به پایین و یا ترکیبی به‌منظور ایجاد و تسهیل تحول دانشگاه‌ها به سمت نقش‌آفرینی بیشتر در جامعه همسو با اهداف کلان رشد اقتصادی ضروری به نظر می‌رسد. به علت ساختار آموزش عالی کشور، تأثیر نهادهای بالادستی همچون وزارت علوم و شورای انقلاب فرهنگی بسیار مهم و ضروری است. وزارت علوم، تحقیقات و فناوری در ایران با اقدامات حمایت‌گرانه و راهبردهای خود تلاش می‌کند تا نگاه مشترک و آینده‌نگر میان دانشگاه‌ها و کنشگری فعالانه آن‌ها در جامعه ایجاد شود. برای نمونه‌ای از این اقدامات، می‌توان به بیانیه «آینده دانشگاه‌ها در ایران؛ جامعه‌محور و کارآفرین» (MSRT, 2020) اشاره کرد. هرچند این اقدام گامی مهم برای اشاعه فرهنگ جامعه‌محوری و کارآفرینی در دانشگاه‌های کشور به‌شمار می‌رود، ولی کافی نیست و لازم است اقدامات مؤثری در مورد تشویق و ترغیب مؤسسات آموزش عالی صورت گیرد تا دانشگاه‌ها به سمت ایجاد تعهد رهبری و حاکمیت خوب در شکل‌دهی نظام پشتیبانی جامع از کلیه ذی‌نفعان داخلی و خارجی برای حرکت به سمت جامعه‌محوری و ارزش‌آفرینی



نمودار ۱: تعداد مقالات در زمینه دانشگاه متعهد و دانشگاه کارآفرین (Baaken and Kliewe, 2019)

محیطی که دانشگاه با آن تعامل دارد در حال تغییر باشد. دانشگاه باید در مقابل تغییرات پاسخ‌گوی محیط و جامعه خود باشد. از اینجا نیاز به دانشگاه کارآفرین، نوآوری، طراحی نقشه‌های جدید آموزشی، انگیزاننده‌های عملی طرز تفکر کارآفرینی شکل می‌گیرد و به امری ضروری بدل می‌شود. به دانشگاه‌ها از طرف ذی‌نفعانش فشارهایی اعمال می‌شود که ناگزیر به عمل در راهبردها و حالت‌های کارآفرینی می‌شود (Hannon, 2013). برای مثال، دولت‌ها خواستار راه‌حل‌هایی برای خروج از بحران‌های اقتصادی می‌شوند. دانشگاه‌ها محرک اصلی پیشرفت فناوری و نوآوری برای رشد اقتصادی تلقی می‌شوند. دانشجویان و فارغ‌التحصیلان این باور را پیدا می‌کنند که دانشگاه‌ها باید فرصت‌های شغلی مناسب برای آنها فراهم کنند و دیگر دانش به‌تنهایی تضمینی برای آینده شغلی آن‌ها نیست (Yusefi et al., 2013).

برای درک بیشتر این عدم قطعیت و ضرورت کارآفرینی برای دانشگاه‌ها در ایران، درک و دانستن روندهای کلان و تغییرات محوری در آینده دانشگاه‌ها بسیار کارساز است. در بیانیه آینده دانشگاه‌ها در ایران، روندهای کلان مؤثر در سطح ملی و بین‌المللی، تغییرات محوری، ارزش‌های حاکم و سیاست‌های کلان در آینده دانشگاه‌ها بررسی شده است. همچنین تلاش شده توجه فرهیختگان دانشگاهی به واقعیت‌های پیرامونی برای بازآرایی کارکردهای کنونی و آتی دانشگاه‌ها سوق داده شود. برای مثال، از جمله مهم‌ترین روندهای کلان‌های ذکر شده در سطح ملی، افزایش نرخ بیکاری در بین دانش‌آموختگان و پیچیده‌تر شدن ماهیت شغل‌ها و نیاز فزاینده دانشگاه‌ها به منابع مالی برای ورود به فعالیت‌های پیشران است. نرخ بیکاری دانش‌آموختگان در ایران در دهه گذشته بین ۱۸ تا ۲۱ درصد بوده است که این عدد در مقایسه با کشور همسایه، ترکیه، حدود ۲/۵ برابر بیشتر است و در کشورهایی همچون ایالات متحده، آلمان، کره جنوبی و کانادا این عدد زیر ۵ درصد گزارش شده است. نسبت اعتبارات پژوهشی به بودجه عمومی دولت در سه سال اخیر، روندی کاهشی داشته و در سال ۱۳۹۹ به مقدار ۲/۲۹ رسیده است. این آمار بیانگر اهمیت‌دادن در اولویت قراردادن بحث نوآوری و کارآفرینی در دانشگاه‌هاست که بتواند خود را با تغییرات و روندهای مؤثر وفق دهد و پاسخ‌گوی نیازها و معضلات جامعه مثل بیکاری باشد (MSRT, 2020).

درک و دانستن اهمیت دانشگاه کارآفرین پاسخی است برای این دغدغه که چرا باید این دانشگاه‌های کارآفرین وجود داشته باشند. ولی باید این نکته را در نظر داشت که دغدغه اصلی دانشگاه‌ها چگونگی تبدیل شدن به دانشگاه کارآفرین است. اعطای جایزه یکی از راه‌ها برای تسریع و پاسخ‌دادن به این چگونگی تبدیل شدن به دانشگاه کارآفرین است که از ویژگی‌های جایزه همچون ایجاد الگوی رفتاری و انگیزش درونی نشئت می‌گیرد (Hannon, 2013).

در سال ۲۰۱۱، دیوید کربای<sup>۱</sup> و همکاران در پژوهشی تعاریف مطرح‌شده از دانشگاه کارآفرین را از ابتدا تا آن سال بررسی کردند. در این کار، برای رتبه‌بندی و ارائه بهترین تعریف، از روش پیمایشی استفاده شد و با تنظیم پرسشنامه ده مورد از تعاریف پژوهشگران این حوزه از سال ۱۹۸۳ تا ۲۰۰۳ برگزیده شد. پاسخ‌دهندگان این پرسشنامه ۲۲۱ نفر از کارشناسان سه کنفرانس کارآفرینی در اروپا بودند. یکی از بهترین تعاریف‌ها موردی بود که خود نویسنده مقاله (دیوید کربای) در سال ۲۰۰۲ از دانشگاه کارآفرین ارائه کرده بود: «دانشگاه کارآفرین قلب هر نوع فرهنگ کارآفرینی است که توانایی نوآوری، ایجاد و شناسایی فرصت‌ها، کارکردن گروهی، قبولکردن ریسک و پاسخ‌دادن به مشکلات را دارد.» تعریف دیگر و جایگاه دوم از هنری اتزوکوینز<sup>۲</sup> در سال ۲۰۰۳ بود: «همان‌طور که دانشگاه دانشجویانی تربیت می‌کند و آن‌ها را به جهان می‌فرستد، دانشگاه کارآفرین نیز مرکز رشد طبیعی است و ساختارهای حمایتی را برای استادان و دانشجویان برای شروع فعالیت‌های جسورانه فکری، تجاری و مشترک جدید فراهم می‌کند.» تعریف و جایگاه دیگر از پژوهشگر دیگر معروف این حوزه، برتون کلارک<sup>۳</sup> در سال ۱۹۹۸ بود: «یک دانشگاه کارآفرین، به‌خودی‌خود، به دنبال نوآوری برای تجاری‌سازی است. این مجموعه تلاش می‌کند تغییری اساسی در شخصیت سازمانی ایجاد کند تا به وضعیت امیدوارکننده‌تری برای آینده برسد. دانشگاه‌های کارآفرینانه به دنبال تبدیل شدن به دانشگاه‌های "سرپا" هستند که به‌نوبه خود بازیگران مهمی اند» (Kirby et al., 2011).

در سال ۲۰۱۸ و در پژوهشی دیگر در حوزه تأثیر دانشگاه در توسعه پایدار، اینگرید واک<sup>۴</sup> و همکاران تعریفی جامع از دانشگاه کارآفرین ارائه می‌کنند: «دانشگاه کارآفرین دانشگاهی است که سبک مدیریت کارآفرینانه برمی‌گزیند، هیئت علمی، دانشجویان و کارکنان آن به‌صورت کارآفرینانه رفتار می‌کنند، دانشگاه با جامعه کارآفرینانه تعامل می‌کند تا به‌صورت پایدار نیازهای اجتماعی و اقتصادی منطقه‌ای را که در آن شکل گرفته و هم در آن تأثیر می‌گذارد و هم از آن تأثیر می‌گیرد برآورده سازد» (Wakkee et al., 2019). هدف از این تعاریف، درک و دانستن مفهوم دانشگاه کارآفرین است. این مسئله قدم اولیه برای خود دانشگاه‌ها و سایر ذی‌نفعان این حوزه همانند قانون‌گذار و شرکای خارجی است که با درک آن برای قدم برداشتن در راه کارآفرینی و رشد اقتصادی و اجتماعی آماده شوند.

۱-۲. ضرورت جامعه‌محوری و کارآفرینی در دانشگاه‌ها  
پیش‌بینی ناپذیری و عدم قطعیت در آینده زمانی اتفاق می‌افتد که

1. David A. Kirby
2. Henry Etzkowitz
3. Burton R. Clark
4. Ingrid Wakkee

## ۲. جایزه<sup>۱</sup>

به عبارتی دیگر، کار برای رسیدن به جایزه سودمندی رویه‌ای<sup>۲</sup> ایجاد می‌کند و صرف‌نظر از نتیجه، باعث احساس رضایت در فرد می‌شود؛ با این حال جوایز فقط مشوق نیستند. با اینکه افراد برای دریافت جایزه در آن زمینه تلاش می‌کنند، بعد از دریافت جایزه نیز در جهت آن به تلاش ادامه می‌دهند؛ زیرا جایزه باعث ایجاد الگوهای رفتاری مطلوب می‌شود و اطلاعات مربوط به رفتار مطلوب و نامطلوب را بین رقبا به اشتراک می‌گذارد و همچنین، باعث تغییر محیط کار از جمله هنجارها و ارزش‌های رایج می‌شود و هویت برندگان را با ایجاد وفاداری تغییر می‌دهد.

بسته به جایزه خاصی که تجزیه و تحلیل شده، میزان شدت تأثیر کانال‌های گوناگون جایزه ذکر شده ممکن است متفاوت باشد. برخی از جوایز به‌وضوح رقابتی‌اند، اما بعضی بیشتر شبیه بازخورد یا ستایش‌اند. برخی از جوایز از نظر مالی ارزشمندند، اما برخی نه مزایای پولی دارند و نه مزایای مادی دیگر.

همه جوایز نوعی محرک انگیزه‌اند که مستقیم یا غیرمستقیم عمل می‌کنند. وقتی جوایز برای انواع خاصی از عملکردها در دوره زمانی خاص اعطا می‌شوند (مانند جایزه خدمات مشتری که برای بهترین خدمات مشتری در سال اعطا می‌شود) مشوق یا انگیزاننده مستقیم‌اند. همچنین، جوایز می‌توانند انگیزاننده غیرمستقیم باشند و آن زمانی است که با نشان دادن مطلوبیت نوعی از رفتار دیگران را تشویق کنند که کارهای مشابه انجام دهند؛ حتی اگر این افراد انتظار نداشته باشند که در آینده جایزه را از آن خود کنند. نمونه‌هایی از جوایز با تأثیرات انگیزشی غیرمستقیم نشان‌های دولتی است که برای شجاعت مدنی، مانند نجات جان، اعطا می‌شود.

یکی از اساسی‌ترین و متمایزکننده‌ترین ویژگی‌های جوایز، اعطای آن‌ها بدون در نظر گرفتن قوانین و سنج‌های صریح است یا به‌عبارت‌دیگر، با توجه به مجموعه‌ای گسترده و مبهم از معیارها اعطا می‌شوند. معمولاً، ابعاد عملکرد گوناگون و چگونگی وزندهی این ابعاد برای تعیین برنده به‌وضوح مشخص نمی‌شود. این مسئله سبب می‌شود اعطاکننده بتواند برای کارها و ویژگی‌هایی که ماهیت مبهم و کیفی دارند انگیزه ایجاد کند. برای مثال، جایزه‌ای برای خدمات به مشتریان را در نظر بگیرید. کاملاً مشخص نیست کدام دسته از رفتارهای خاص (مثلاً کار اضافی، صمیمی بودن، حل مشکلات مشتری) برای برنده شدن جایزه مهم است و هنگام تصمیم‌گیری مدیریت به هریک از رفتارهای برنده جایزه چه وزنی داده می‌شود. ممکن است جلوگیری از تمرکز صرف بر فعالیت‌های مشخص‌شده برای برنده شدن جایزه در قیاس با انجام دادن بهترین رفتار اقتصادی در وضعیت خاص خود یکی از دلایل مبهم نگه داشتن معیارهای جایزه باشد.

جایزه به پاداشی با منشأ خارجی گفته می‌شود که در آشکال گوناگون مثل تندیس، مدال، لوح تقدیر اعطا می‌شود و بیشتر ارزش معنوی یا غیرمادی آن حائز اهمیت است (Frey and Neckermann, 2008). اعطای جوایز طی تاریخ بشری پیشینه‌ای طولانی دارد و شاخه‌ای از علم با نام پالریستیک<sup>۳</sup> وجود دارد که جوایز را مطالعه می‌کند. در سال ۱۹۷۲، هانسن و ویزبورد اولین پژوهشگرانی بودند که در اقتصاد تئوری جوایز را بنا نهادند (Hansen and Weisbrod, 1972). اعطای جوایز سهم بسزایی در فرهنگ‌سازی به‌ویژه در محیط‌های دانشگاهی دارد؛ چراکه جایزه فرصت همسوسازی ارزش‌های رقبا را با ارزش‌های مدنظر اعطاکننده فراهم می‌کند. گرفتن جایزه برای یک فرد یا یک سازمان یا یک دانشگاه مزیت‌های متفاوت تری با پاداش مالی می‌تواند داشته باشد. برای مثال، یکی از این مزایا فرصت شناخته‌تر شدن است (Frey and Gallus, 2016). در ادامه مهم‌ترین ویژگی‌ها و کارکردهای جوایز آمده است.

### ۱-۲. ویژگی‌های جایزه

در پژوهش‌هایی که ویژگی‌های جوایز را بررسی کرده است، بیشتر از دیدگاه فردی به مسئله نگاه شده است؛ برای مثال، اعطای جایزه به یک کارمند سازمان. با مرور و بررسی این ویژگی‌ها می‌توان این نگاه را از سطح فردی به سطح سازمانی هم گسترش داد. همان‌طور که جوایز با ایجاد انگیزه از طریق کانال‌های گوناگون در رفتار انسان تأثیر می‌گذارند، می‌توان گفت که در رفتار مجموعه‌ای از افراد در سطح سازمان (مثلاً یک دانشگاه) هم اثرگذارند. در ادبیات پژوهشی جوایز، سازمان‌ها به سه طریق با جوایز ارتباط دارند: اول اینکه می‌توانند از جوایز همانند ابزار خلق انگیزه برای اعضای خود استفاده کنند؛ دوم، خود سازمان می‌تواند جوایزی را در سطح خود از منابع گوناگون دریافت کند؛ سوم، اعطای جایزه از طرف سازمان به فرد یا نهادی بیرونی یا خارج از مرزهای آن سازمان است (Frey and Gallus, 2015).

جوایز انگیزه ایجاد می‌کنند؛ زیرا برنده شدن جایزه سبب می‌شود گیرنده بدون در نظر گرفتن یا کسب منفعت مالی یا تندیس به خود احساس خوبی داشته باشد. از این‌رو، حتی بی‌اینکه دیگران از این جایزه بدانند جوایز تأثیر خود را می‌گذارند. جوایز را معمولاً مدیریت اصلی، که افراد برای نظر او ارزش قائل‌اند، اعطا می‌کند. جوایز اعتبار اجتماعی پدید می‌آورد و در بین هم‌تایان باعث به رسمیت شناختن می‌شود. معمولاً برای دادن جایزه مسابقه برگزار می‌شود و بسیاری از افراد از رقابت لذت می‌برند.

1. Award

2. Phaleristics

3. Procedural Utility

مالی‌اند. معمولاً معیارهای دریافت جوایز به صورت گسترده و واضح مشخص نشده‌اند. بنابراین، عملکرد می‌تواند در پایان دوره مربوطه کلینگرانه ارزیابی شود. همچنین، پاداش‌های مالی تقریباً همیشه باید به‌طور قراردادی از قبل مشخص شود.

نتایج پژوهش‌ها حاکی از آن است که تحت شرایط خاص پاداش مالی تلاش برای کارکردن را کاهش می‌دهد. وقتی اندازه‌گیری عملکرد کنترل‌کننده درک شود، انگیزش درونی در اثر پاداش مالی از بین می‌رود. برخلاف پاداش مالی، جوایز باعث افزایش انگیزش درونی می‌شوند (Frey and Gallus, 2016).

وقتی پولی پرداخت می‌شود، برای ناظران مشخص نیست که آیا رفتار ناشی از فداکاری و تعهد بوده است یا صرفاً پول. اصولاً، همین امر می‌تواند برای جوایز نیز صدق کند، ولی از آنجاکه جوایز انگیزاننده‌های بیرونی کم‌قدرت‌تری‌اند، مقدار ارزش علانمی (سیگنالی) رفتارهای خاص به همان اندازه کاهش نمی‌یابد. معمولاً در کشورهای مختلف، برخلاف پاداش پولی، جوایز مشمول مالیات نمی‌شوند. بنابراین، در کشورهایی که مالیات حاشیه‌ای بالایی دارند دریافت جایزه بدون مالیات از دریافت پاداش پولی با مالیات بسیار جذاب‌تر است. جوایز بسیاری از انگیزاننده‌ها مانند بازخورد، اطلاعات و شناختشدن اجتماعی را به روش‌های منحصربه‌فردی ترکیب می‌کنند (Frey and Neckermann 2008).

**۲-۳. معرفی برخی از نمونه‌های جایزه دانشگاه کارآفرین**  
با توجه به اهمیت جایزه به‌منزله محرکی برای اشاعه فرهنگ و رویکرد جامعه‌محوری و کارآفرینی در دانشگاه‌ها، در این قسمت برخی از مهم‌ترین جوایزی که به فعالیت‌ها با هدف تحقق کارآفرینی و جامعه‌محوری در دانشگاه‌های کشورهای مختلف اختصاص می‌یابد معرفی می‌شوند. شایان ذکر است که در این پژوهش تمرکز فقط بر نهادهایی است که هدف اصلیشان تشویق و ترغیب به جامعه‌محوری و کارآفرینی در جامعه دانشگاهی (شامل دانشگاه، استادان و مربیان، دانشجویان) است. از این رو، جوایزی که کارآفرینی را در اکوسیستمی بزرگتر حمایت می‌کند موضوع این پژوهش نیستند.

بدین ترتیب، نهادهای مدنظر در این پژوهش شامل چهار نهاد نوظهورند که بحث جامعه‌محوری و کارآفرینی را هدف اصلی خود قرار داده‌اند. این نهادها عبارت‌اند از: دو نهاد خودگردان در انگلستان با عنوان مرکز ملی کارآفرینی در آموزش و سازمان آموزشگران کارآفرین بریتانیا، نهاد بین‌المللی در حکم شورای اعتباربخشی و متعهد دانشگاه‌های کارآفرین (فعال در سه حوزه اروپا، آمریکا و آسیا - اقیانوسیه) و نیز وزارت آموزش عالی مالزی به‌منزله نهادی دولتی. در ادامه انواع فعالیتهای این نهادها با تمرکز بر جوایز اعطایی در اینخصوص بررسی می‌شوند.

همچنین، مبهم نگه‌داشتن معیارها به مدیریت این امکان را می‌دهد تا مجموعه‌ای از ابعاد عملکرد مربوط و اوزان را با توجه به موقعیت‌های کسب‌وکاری تحقیق‌یافته پس از وقوع تنظیم کند. این امر به ویژگی دیگری از جوایز منجر می‌شود: توجه به نیت و عامل ذهنی فرد در تعیین برنده. همچنین، جوایز قابلیت بازخواست ندارند. معمولاً اهدای جوایز به شکلی است که دلایل انتخاب فرد خاصی که جایزه را دریافت کرده آشکار نمی‌شود؛ برای همین افرادی که موفق به گرفتن جایزه نمی‌شوند نمی‌توانند با تلاش برای اثبات بهتر بودن عملکرد خود جایزه بگیرند.

این ملاحظات نشان‌دهنده این است که جوایز عملکردهای مهمی دارند و جوایز را می‌توان با توجه به مجموعه‌ای از معیارها، به‌رغم تعداد بی‌شماری از اشکال خاص، که ممکن است به‌دست آورد، تعریف کرد (Frey and Neckermann, 2008).

## ۲-۲. فرق جایزه با پاداش مالی

ممکن است مقایسه جوایز با پاداش‌های پولی یا مالی به درک ویژگی‌های اصلی جوایز کمک کند. همچنین، تفکری که ممکن است در مقابل جایزه وجود داشته باشد دادن پاداش مالی صرف به‌جای جایزه است. اما جایزه از چند جنبه با مشوق‌های مالی متفاوت است. سازمانها و مدیران قبل از تصمیم‌گیری در مورد نوع پاداش (به‌صورت جایزه یا مالی و یا ترکیبی از هر دو) باید به ویژگیها و تفاوت‌های بین این دو پاداش توجه داشته باشند.

در فعالیت‌هایی که فقط می‌توان عملکرد را به‌صورت غیرشفاف تعیین کرد، جوایز بهتر از مشوق‌های مالی هستند. ممکن است هزینه‌های مادی جوایز برای اهداکننده بسیار کم یا حتی صفر باشد، اما ارزش آن برای گیرنده آن بسیار بالا باشد. جوایز همیشه به‌صورت عمومی اعلام می‌شوند. برای مثال، در مورد شرکت‌ها، اغلب برندگان جوایز از طریق اینترنت اعلام می‌شوند، در صفحه‌ی اعلانات نمایش داده می‌شوند یا در جشن و مراسمی با ترتیب خاص اعلام می‌شوند. در مقابل، مقدار پاداش مالی مانند حقوق پنهان می‌ماند. پذیرش جایزه باعث می‌شود گیرنده با اهداکننده رابطه خاصی برقرار و به او (تا اندازه‌ای) حس وفاداری پیدا کند. در مقابل، پاداش مالی معمولاً وفاداری را القا نمی‌کند. در واقع، جوایز عملکرد مهم علامت‌دهی (سیگنالینگ) را انجام می‌دهند و به برندگان جوایز این امکان را می‌دهند تا در روابط تجاری و شخصی سودمندی شرکت کنند. همچنین، اهداکنندگان با اهدای جوایز، علانمی (سیگنال‌هایی) نیز در مورد خود ارسال می‌کنند. جوایز ماهیتی اجتماعی دارند و برخلاف پرداخت‌های خالص پولی، کمتر ممکن است ارزش علانمی (سیگنالی) اقداماتی را که به تعهد خاص نیاز دارند یا اقدامات فراتر از آنچه معمولاً انتظار می‌رود از بین ببرند. به‌اختصار گفتنی است که وقتی عملکرد را نتوان شفاف تعیین کرد، جوایز ابزار انگیزشی بهتری از پاداش‌های

جدول ۱: اسامی برندگان جایزه دانشگاه کارآفرین برجسته (NCEE, 2011b)

سال	۲۰۰۸	۲۰۰۹	۲۰۱۰	۲۰۱۱	۲۰۱۲	۲۰۱۳
دانشگاه برنده	ناتینگهام	بلفست	هرتفوردشایر	کاونتری	هادرزفیلد	استراتچکلاید
سال	۲۰۱۴	۲۰۱۵	۲۰۱۶	۲۰۱۷	۲۰۱۸	۲۰۱۹
دانشگاه برنده	آنجلیا روسکین	لیدز	سوت بنک لندن	جان مورز لیورپول	کینگز کالج لندن	لوقبوروق

دانشگاه خود و پاسخی مناسب برای تلاش‌های مجموعه‌شان دانسته‌اند (Aston University, 2020).

در اخبار و انتشارات مرکز ملی کارآفرینی در آموزش بریتانیا، معیارهای کلی داوری برای اعطای جایزه دانشگاه کارآفرین برجسته به شرح زیر اعلام شده است:

#### ۱) محیط سازمانی

الف. دانشگاه چگونه فرهنگ خود را شکل داده تا محیطی برای حمایت از دانشجو و ترویج کارآفرینی فراهم کند؟  
ب. رهبری سازمانی برای پیشبرد و کارآفرینی در سازمان چگونه در دانشگاه نشان داده می‌شود؟

#### ۲) مشارکت دانشجویان

الف. دانشجویان و فارغ‌التحصیلان چگونه از رفتارها و طرز فکرهای کارآفرینانه‌ای که یاد گرفته‌اند استفاده می‌کنند؟  
ب. چه واکنش‌هایی از سوی دانشجویان و فارغ‌التحصیلان وجود دارد که نشان‌دهنده نگرش مثبت به کارآفرینبودن و کارآفرینی به‌مثابه انتخاب شغلی/زندگی است؟

#### ۳) کارکنان نوآور و کارآفرین

الف. چگونه کارکنان نوآوری و رشد را در رویکرد خود در طراحی و عملی‌کردن به پیشنهادها سازمان و کارآفرینی خود نشان داده‌اند؟  
ب. پاداش و مشوق‌های کارکنان برای توسعه خود چگونه است؟

#### ۴) اثر کارآفرینانه

الف. چگونه اقدامات این دانشگاه در ماهیت نتایج کارآفرینی کارکنان، دانشجویان و فارغ‌التحصیلان تأثیر گذاشته است؟  
ب. چه تحولی در تحقق اهداف کارآفرینی منطقه‌ای و ملی حاصل شده است؟  
ج. دانشگاه چگونه اثربخشی و عملکرد خوب را به دست آورده و نشان داده است؟  
د. از چه طریقی تجربیات مؤسسه در سیاست یا رویه در جاهای دیگر تأثیر گذاشته است؟ (NCEE, 2011b)

#### ۱-۳-۲. جایزه مرکز ملی کارآفرینی در آموزش

در انگلستان از سال ۲۰۰۸، مرکز ملی کارآفرینی در آموزش<sup>۱</sup> هر ساله به بهترین دانشگاه کارآفرین انگلستان جایزه‌های با عنوان دانشگاه کارآفرین برجسته<sup>۲</sup> اهدا می‌کند. دولت بریتانیا این نهاد را سال ۲۰۰۴ برای پاسخگویی به نیاز سیاستمداران به منظور تمایل آنها در افزایش فعالیت‌های کارآفرینانه در دانشگاه‌ها تأسیس کرد (Williamson, 2015). این نهاد گروه و هیئت‌مدیره متخصص در زمینه کارآفرینی دارد که همگی از استادان فعال در دانشگاه‌های انگلستان‌اند. مؤسسات و دانشگاه‌هایی که به عضویت این مرکز درمی‌آیند از خدمات گوناگون مرتبط بهره‌مند می‌شوند؛ مانند دوره‌های آموزشی مرتبط با کارآفرینی، دسترسی به اسناد متعدد مرکز، و بهره‌مندی از قراردادهای همکاری بین‌المللی مرکز. هرچند این نهاد در گذشته حمایت در سطح دانشجویان را ارائه میداده است، امروزه فقط در سطح مربیان و آموزشگران و سازمانی حمایتها و خدمات ارائه می‌دهد (Anderson et al., 2014).

طبق ادعای این مرکز، جایزه دانشگاه کارآفرین برجسته «فرصتی برای معرفی مؤسساتی است که فعالیت‌های کارآفرینانه به‌قدری در آن‌ها نهادینه شده که نه فقط محیط و فرهنگ آن‌ها این نوع تفکر را بین اعضای خود رشد می‌دهد، بلکه اثری معنادار در سطح منطقه‌ای یا ملی و یا حتی بین‌المللی می‌گذارد.» در واقع، کمیته برگزاری تأثیر این جایزه در دانشگاه‌ها را در برجسته‌سازی نمونه‌های موفق در این زمینه با ارزیابی و اعطای جایزه به آن‌ها برای ساختن الگو برای سایر دانشگاه‌ها می‌داند.

فهرست برندگان این جایزه از ابتدا تا سال ۲۰۱۹ در جدول ۱ ذکر شده است؛ در سال ۲۰۲۰، دانشگاه آستون توانست این جایزه را کسب کند. این جایزه و جوایز مشابه دیگر، که در ادامه معرفی خواهند شد، برای دانشگاه‌های برنده بسیار حائز اهمیت است و افتخاری برای دانشگاه و نتیجه تلاش و سخت‌کوشی‌های اعضای دانشگاه است و همه برندگان به‌نوعی در صحبت‌های خود این نوع قدردانی و اعطای جایزه را موجب شناختشدن

1. The National Centre for Entrepreneurship in Education (NCEE)

2. Outstanding Entrepreneurial University

## ۲-۳-۲. جوایز سازمان آموزشگران کارآفرین بریتانیا

توجه ویژه‌ای به آموزش کارآفرینی و راهنمایی سازمان‌ها پیدا کرده است و از سال ۲۰۰۹ جوایز گوناگونی در زمینه کارآفرینی به افراد و سازمان‌ها اعطا می‌کند. در آخرین دوره در سال ۲۰۲۰، با اصلاح عناوین جوایز، شش جایزه در این حوزه اعطا کرده است: جایزه کاتالیزور کارآفرین،<sup>۳</sup> جایزه کاتالیزور کارآفرینی،<sup>۴</sup> جایزه ستاره درحال ظهور در آموزش کارآفرینی،<sup>۵</sup> جایزه پیشگام در آموزش کارآفرینی،<sup>۶</sup> جایزه کلی آموزش کارآفرینی<sup>۷</sup> و جایزه انتخاب مردمی<sup>۸</sup> (NEEA, 2021).

جوایز ملی آموزشگران کارآفرین<sup>۱</sup> سالانه در بریتانیا را سازمان آموزشگران کارآفرین بریتانیا،<sup>۲</sup> که شرکت خصوصی با مسئولیت محدود به ضمانت است، اعطا می‌کند. این سازمان از سال ۲۰۰۱ کار خود را با هدف تعالی در آموزش کارآفرینی و تأثیر مثبت در سیاست‌گذاری‌های بریتانیا و جهان آغاز کرده و با مرکز ملی کارآفرینی در آموزش بریتانیا (مورد قبل) در این حوزه بسیار همکاری داشته است. تا سال ۲۰۱۸ جوایز اعطایی از طرف دو سازمان در یک مراسم اعطا می‌شد. این سازمان در سال‌های اخیر

جدول ۲: اسامی جوایز و برندگان چهار دوره آخر جوایز ملی کارآفرینی سازمانی (NEEA, 2021)

سال ۲۰۲۰	سال ۲۰۱۹	سال ۲۰۱۸	سال ۲۰۱۷
جایزه کاتالیزور کارآفرین: دکتر هاروین چوق	جایزه کاتالیزور کارآفرین: جیمز ویلیامز	جایزه کاتالیزور کارآفرین: جرمی شورتر	جایزه کاتالیزور کارآفرین: مایکل وارپورتون
جایزه کاتالیزور کارآفرینی: هفته استارت‌آپی تابستانی - «یک همکاری جهانی»		جایزه گروه کارآفرین در آموزش عالی: مرکز نوآوری و کارآفرینی دانشگاه بریستول	جایزه گروه کارآفرین در آموزش عالی: مؤسسه کارآفرینی ۱۲ ماه رشد، کینگز کالج لندن
جایزه ستاره درحال ظهور در آموزش کارآفرینی: کریستوفر شانون	جایزه گروه کارآفرین در آموزش عالی: دانشگاه وست‌مینستر (مرکز کارآفرینی سازمانی خلاق)	جایزه گروه کارآفرین در آموزش تکمیلی: چگونه دانشگاه داندی و انگوس کارآفرینان آینده را رشد می‌دهد، دانشگاه داندی و انگوس	جایزه گروه کارآفرین در آموزش تکمیلی: خلق استانداردهای جدید در تایلند: اشتراک‌گذاری آموخته‌های بریتانیا، لیاندریلو منای، دانشگاه هرفوردشایر و دانشگاه جنوب شرق
جایزه پیشگام در آموزش کارآفرینی: بن مومبی کرافت			
جایزه کلی آموزش کارآفرینی: ال. اس. ای - کسب‌وکار بساز، دنیا را تغییر بده			
انتخاب مردمی: دکتر هاروین چوق			

در آموزش کارآفرینی می‌گذارد. هریک از این جوایز معیارهای کلی خاص خود را دارند که ارزیابی هیئت داوران براساس آن معیارها و وزن هریک از آن‌ها انجام می‌شود. معیارهای جایزه کاتالیزور کارآفرین به شرح زیر است:

۱. آموزش کارآفرینی شما چگونه عمل می‌کند یا کرده است؟ فعالیت‌های آموزشی کارآفرینی شما چگونه است؟ توضیحاتی درباره اینکه چرا این کار را نمونه عمل خوبی می‌دانید؟ (۲۵

چنانکه در جدول ۳ مشاهده می‌شود، در دوره‌های گوناگون، عناوین جوایز و تعداد آن‌ها با تغییراتی همراه بوده است، ولی هدف از آن‌ها معرفی و اهدای جایزه به برترین‌ها در حوزه آموزش کارآفرینی، چه به صورت فردی چه به صورت تیمی چه سازمانی، بوده است. جایزه کاتالیزور کارآفرین در همه دوره‌ها وجود دارد. این جایزه به یک فرد یا گروه از آموزش عالی یا آموزش تکمیلی اعطا می‌شود که در داخل یا خارج از برنامه آموزشی تأثیر بسیاری

1. National Enterprise Educators Awards (NEEA)

3. Enterprise Catalyst

5. Rising Star in Enterprise Education

7. Inclusive Enterprise Education Award

2. Enterprise Educators UK (EEUK)

4. Entrepreneurship Catalyst

6. Pioneer in Enterprise Education

8. People's Choice



درصد از وزن کلی نمره).

۲. چه جنبه‌های بدیع و یا نوآورانه را در آموزش کارآفرینی یا فعالیت‌های مربوط به آن در نظر گرفتید؟ (۲۵ درصد از وزن کلی نمره).

۳. چگونه کار یا فعالیت‌ها ارزیابی می‌شود؟ چه مدرکی در مورد تأثیر و تفاوتی که در حمایت از رشد مهارت‌ها و ویژگی‌های کارآفرینی ایجاد کرده است دارید؟ (۲۵ درصد از وزن کلی نمره).

۴. چه برنامه‌هایی برای توسعه کار یا فعالیت‌های آموزشی کارآفرینی خود دارید و چگونه از پول جایزه برای حمایت از این امر استفاده خواهید کرد؟ (۲۵ درصد از وزن کلی نمره)؟ (NEEA, 2021).

### ۳-۲-۳. جوایز وزارت آموزش عالی مالزی

این جوایز با عنوان ام. ای. ای<sup>۱</sup> در کشور مالزی و از سال ۲۰۱۲ به همت وزارت آموزش عالی<sup>۲</sup> این کشور اعطا می‌شود. این وزارت در جایگاه برگزارکننده و اعطاکننده این جوایز هدف از این کار را هدایت و توسعه زیست‌بوم کارآفرینی در این کشور عنوان کرده است و ایده آن دقیقاً از جایزه «مرکز ملی کارآفرینی در آموزش» انگلستان الگوبرداری شده است. در واقع، تصور برگزارکننده این رویداد از تأثیر آن در دانشگاه‌ها، عملی کردن سیاست‌ها و سازوکارهای طراحی شده برای دانشگاه‌ها در زمینه کارآفرینی و فراهم کردن فرصت‌هایی برای شهروندان این کشور عنوان شده است (MOHE, 2016a). پائول هانون<sup>۳</sup>، مدیرعامل مرکز ملی کارآفرینی در آموزش انگلستان در سال ۲۰۱۲، یکی از داورانی بود که برای اعطای این جایزه انتخاب شده بود. او دو اثر اساسی این کار را این‌گونه بیان می‌کند: اولاً این جایزه باعث بالابردن اعتبار دانشگاه‌های کارآفرین در مالزی می‌شود و ثانیاً باعث الهام‌بخشیدن به افراد در دانشگاه‌ها می‌شود که چگونه دانشگاه را کارآفرین‌تر کنند (NCEE, 2012).

جوایز اعطایی شامل هفت دسته است که چهار دسته اول به مؤسسات آموزش عالی اختصاص می‌یابد:

- ۱) جایزه برترین دانشگاه کارآفرین دولتی؛
- ۲) جایزه برترین دانشگاه کارآفرین خصوصی؛
- ۳) جایزه برترین پلی‌تکنیک کارآفرین؛
- ۴) جایزه برترین دانشگاه محلی کارآفرین؛<sup>۴</sup>
- ۵) جایزه برترین دانشجوی کارآفرین؛

۶) جایزه برترین پروژه کارآفرینی اجتماعی؛

۷) جایزه برترین مربی کارآفرینی.

در دسته اول همه بیست دانشگاه دولتی مالزی می‌توانند شرکت کنند؛ در دسته دوم همه دانشگاه‌های خصوصی مالزی که دست‌کم چهار ستاره از رتبه‌بندی خاص دانشگاه‌های خصوصی این کشور<sup>۵</sup> را داشته باشند می‌توانند شرکت کنند؛ همه پلی‌تکنیک‌ها و دانشگاه‌های محلی مالزی مجازند که در دسته‌های سوم و چهارم شرکت کنند. برندگان جوایز همراه جام یادبود و گواهی جایزه، پاداش مالی به ارزش دویست هزار رینگیت مالزی برای دسته‌های اول و دوم و یکصد هزار رینگیت مالزی برای دسته‌های سوم و چهارم دریافت می‌کنند. فرایند ارزیابی این چهار دسته شامل شش مرحله است:

۱) در روزهای ابتدایی سال وزارت آموزش عالی جوایز و شرایط آن‌ها را به مؤسسات معرفی می‌کند؛

۲) مؤسساتی که خواهان این جوایزند گزارش‌های خود را براساس دستورالعمل داده‌شده تا تاریخ مشخص‌شده، که روزهای انتهایی سال برگزار است، ارسال می‌کنند؛

۳) کمیته خاصی متشکل از کارشناسان حوزه کارآفرینی گزارش‌ها را بررسی و تعدادی از نامزدهای جوایز را انتخاب می‌کنند؛

۴) نامزدهای انتخابی گزارش و مؤسسه خود را در مقابل هیئت داورانی در تاریخ مقرر، که طی یک هفته برنامه‌ریزی شده است، ارائه می‌کنند؛

۵) هفته بعد فهرستی کوتاه از اسامی رهایافتگان به مرحله نهایی دریافت جایزه اعلام می‌شود؛

۶) برنده نهایی جایزه در تاریخ مقرر و با حضور در مراسم و تشریفات خاص اعلام می‌شود.

گزارش‌ها، مستندات و ارائه‌های مؤسسات باید برای دوره زمانی یک‌ساله مشخص‌شده و براساس پنج معیار کلی داورانی ساختاریافته باشد. این معیارها و وزن هر یک از نمره کل به شرح زیر است:

#### الف) محیط سازمانی (۳۵ درصد از نمره کل):

- ۱) فرهنگ کارآفرینی چقدر در مؤسسه نهادینه شده است؟
- ۲) محیط برای حمایت از کارآفرینان و کارآفرینی چقدر مناسب است؟
- ۳) چگونه دانشجویان و کارکنان برای کارآفرینی انگیزاننده می‌شوند؟

- ۴) رهبری در مؤسسه چگونه کارآفرینی را پیش می‌برد؟
- ۵) چشم‌انداز مؤسسه چگونه با ایجاد مکانی برای کارآفرینی

1. MEA: MOHE Entrepreneurial Award

2. MOHE: Ministry of Higher Education

3. Paul Hannon

4. Community College

5. SETARA rating

همسوست؟

ب) اثر کارآفرینانه (۲۰ درصد از نمره کل):

- ۱) مؤسسه چه تأثیری در نتایج کارآفرینی کارکنان، دانشجویان و فارغ التحصیلان داشته است؟
- ۲) چه گام تحولی در کمک به تحقق اهداف ملی برداشته شده است؟
- ۳) عملکرد و نمونه‌های عملی خوب چگونه ایجاد و نشان داده می‌شود؟
- ۴) چگونه این مؤسسه در سیاست و رویه کارآفرینی در محیط وسیع تأثیر گذاشته است؟

ج) مشارکت دانشجویان (۱۵ درصد از نمره کل):

- ۱) دانشجویان و فارغ التحصیلان چگونه توانایی خود را در استفاده از ذهنیت و رفتارهای کارآفرینانه، که از تجربیات خود در مؤسسه آموخته‌اند، نشان می‌دهند؟
- ۲) چگونه این تجربه دانشجویی افزایش نگرش مثبت به کارآفرینبودن و کارآفرینی به منزله آینده شغلی و انتخاب زندگی را باعث شده است؟
- ۳) چگونه دانشجویان در شکلگیری کارآفرینی در تمام بخش‌های مؤسسه مشارکت دارند؟

د) کارکنان نوآور و کارآفرین (۱۵ درصد از نمره کل):

- ۱) کارکنان چگونه نوآوری و توسعه را در رویکرد خود در زمینه طراحی و توسعه فرصت‌های کارآفرینی برای دانشجویان و سایر ذینفعان نشان می‌دهند؟
- ۲) پاداش کارکنان برای نشان دادن برتری عملی در کارآفرینی و کارآفرینبودن چگونه است؟

ه) آموزش و یادگیری نوآورانه و کارآفرینانه (۱۵ درصد از نمره کل):

- ۱) چقدر مؤسسه دانشجویان خود را قادر می‌سازد تا کارآفرینتر شوند؟
- ۲) چقدر مؤسسه می‌تواند کارآفرینان و کارآفرینی را در آموزش و یادگیری خود جای دهد؟
- ۳) چقدر مؤسسه رویکردهای نوآورانه در روش‌های یادگیری و آموزش خود را در جهت آماده‌سازی فارغ التحصیلان برای تأمین نیازهای قرن ۲۱ تشویق می‌کند و توسعه می‌دهد؟ (MOHE, 2016b)

چهار دسته اول، که توضیحات آن ذکر شد، در طبقه‌بندی مؤسسات قرار می‌گرفتند. سه دسته بعدی هر یک طبقه‌بندی جداگانه دارند و دیگر در سطح مؤسسه بررسی نمی‌شوند. جایزه برترین دانشجوی کارآفرین با هدف شناسایی برترین دانشجو یا دانش‌آموخته، که فعالیت کارآفرینانه‌ای مثل استارت‌آپ با سودآوری برجسته و تأثیر مثبت در ذی‌نفعان دارد، اعطا می‌شود. با اعطای این جایزه، افراد لایق برای جذب سرمایه‌گذاری آینده

خود شناخته می‌شوند و همچنین به الگویی برای سایر کارآفرینان همتای خود تبدیل می‌شوند. فرایند ارزیابی این جایزه همانند مؤسسات است و نامزدهای دریافت جایزه را دانشگاه‌ها، که برای هر یک ظرفیتی خاص در نظر گرفته شده است، معرفی و داوری می‌کنند. معیارهای داوری برای جایزه برترین دانشجوی کارآفرین به شرح زیر است (MOHE, 2016c):

- ۱) سرمایه‌پذیری و نتایج مالی (۳۰ درصد از نمره کل)؛
- ۲) ظرفیت بازار و راهبرد (۲۵ درصد از نمره کل)؛
- ۳) نوآوری و ارزش پیشنهادی (۲۰ درصد از نمره کل)؛
- ۴) مدل کسب‌وکار و مزیت رقابتی (۱۵ درصد از نمره کل)؛
- ۵) چشم‌انداز، الهام‌بخشی، رهبری و تأثیر (۱۰ درصد از نمره کل).

جایزه برترین پروژه کارآفرینی اجتماعی با هدف شناسایی برترین پروژه، که اثری در تحریک کارآفرینی در مؤسسه آموزش عالی داشته است و یا در محیط محلی خود تأثیر و سود مثبت اجتماعی و یا اقتصادی داشته اعطا می‌شود. اعطای این جایزه با هدف انگیزاندن تیم‌های دانشجویی و کارکنان دانشگاه‌ها با هدف توجه به اثر مثبت اقتصادی و اجتماعی، که مؤسسه آن‌ها می‌تواند در محیط داشته باشد، اعطا می‌شود. این جایزه گروهی اعطا می‌شود و نامزدها را دانشگاه‌ها، با توجه به ظرفیت تعیین‌شده هر یک معرفی می‌کنند. فرایند ارزیابی مشابه جوایز قبلی و معیارهای داوری برای این جایزه به صورت زیر است (MOHE, 2016d):

- ۱) تأثیر و نتیجه کارآفرینی (۳۵ درصد از نمره کل)؛
- ۲) الهام‌بخشی و اجرا (۲۰ درصد از نمره کل)؛
- ۳) محدوده و مقیاس‌پذیری (۲۰ درصد از نمره کل)؛
- ۴) خلاقیت و نوآوری (۲۰ درصد از نمره کل)؛
- ۵) تنوع تیمی (۵ درصد از نمره کل).

جایزه برترین مربی (منتور) کارآفرینی آخرین دسته از جوایز ام. ای. ای با هدف شناسایی برترین کارها در حوزه مربیگری (منتورینگ) برای دانشجویان در بخش آموزش عالی در مالزی است که تحقق اهداف و خواسته‌های کارآفرینی را تشویق و امکان‌پذیر می‌کند. این جایزه فردی است و به مربی‌ای که در استخدام دانشگاه است اعطا می‌شود. نامزدها مشابه موارد قبل معرفی و ارزیابی می‌شوند و معیارهای داوری این جایزه به ترتیب زیر است (MOHE, 2016e):

- ۱) تأثیر در شاگرد یا نتیجه پروژه (۴۰ درصد از نمره کل)؛
- ۲) نقش مربی (منتور) در حمایت مؤسسه (۲۵ درصد از نمره کل)؛
- ۳) الهام‌بخشی و شخصیت (۲۰ درصد از نمره کل)؛
- ۴) مقیاس و محدوده فعالیت‌ها (۱۵ درصد از نمره کل).

## ۳-۲-۴. جوایز شورای اعتباربخشی دانشگاه‌های کارآفرین و متعهد

یکی دیگر از سازمان‌های بین‌المللی که در زمینه اعطای جوایز فعالیت جامعه‌محوری و کارآفرینی فعال است شورای اعتباربخشی دانشگاه‌های کارآفرین و متعهد<sup>۱</sup> است. این نهاد ابتدا به‌عنوان بخشی از شبکه نوآوری صنعت دانشگاه (UIIN)<sup>۲</sup> در آمستردام (هلند)، که بودجه خود را از اتحادیه اروپا دریافت می‌کرد، تأسیس شد و اکنون سازمانی جداگانه است که در آلمان فعالیت خود را آغاز کرده است. در حال حاضر، این نهاد عضو تمام‌عیار شبکه بین‌المللی آژانس‌های تضمین کیفیت (INQAAHE)<sup>۳</sup> اتحادیه اروپا و یکی از اعضای وابسته انجمن اروپایی تضمین کیفیت در آموزش عالی (ENQA)<sup>۴</sup>، که دو شبکه برتر جهان در زمینه تضمین کیفیت در آموزش عالی شناخته می‌شوند، است.

این سازمان سه دفتر دارد: دفتر آمستردام که دفتر اولیه آن است و اکنون مکان ملاقات برای بازدیدهای بین‌المللی است؛ دفتر آمریکا که به آمریکای شمالی، میانه و آمریکای لاتین خدمات ارائه می‌کند؛ دفتر آسیا - اقیانوسیه که به آسیای شرقی، آسیای جنوبی، آسیای جنوب‌شرقی و اقیانوسیه خدمات ارائه می‌کند. این سازمان علاوه بر فعالیت‌های متنوع شامل برگزاری کلاس‌های آموزشی، برگزاری کارگاه، تهیه ابزارها و بسته‌های آموزشی به اعتبارسنجی فعالیت‌های کارآفرینی و دانشگاه‌ها در سه سطح کل دانشگاه، بخش<sup>۵</sup> دانشگاه و رشته و برنامه<sup>۶</sup> (در دست اجرا)، می‌پردازد. همچنین، رویدادهایی همچون مراسم اهدای جوایز اعتبارسنجی، جوایز تریپل. ای<sup>۷</sup> و لیگ جهانی دانشگاه‌های کارآفرینی<sup>۸</sup> را برگزار می‌کند.

در خصوص اعتبارسنجی، این سازمان با هدف دادن اعتبار به مؤسساتی که سهم اقتصادی و اجتماعی ایجاد کرده‌اند دانشگاه‌های عضو را اعتبارسنجی می‌کند. فرایند اعتبارسنجی شامل چهار بخش است که عبارت‌اند از درخواست، خودارزیابی، بازدید هم‌تایان، ارزیابی نهایی. در هر بخش باید مراحل طی شود که در مجموع شامل بیست گام است.

در بخش اول، دانشگاه درخواست‌نامه بررسی واجد شرایط بودن

را پُر می‌کند و بعد از تأیید هزینه درخواست اعتبارسنجی را، که غیرقابل استرداد است، پرداخت می‌کند. در بخش دوم، یعنی بخش خودارزیابی، کمیته اعتبارسنجی را معاونان شورای اعتبارسنجی تعیین می‌کنند. در مرحله بعد، متقاضی گزارش خودارزیابی را تکمیل و ارسال می‌کند که کمیته آن را ارزیابی می‌کند و گزارش ارزیابی اولیه تهیه می‌شود. در بخش سوم، یعنی بازدید هم‌تایان، با پرداخت هزینه غیرقابل استرداد ارزیابی هم‌تایان از سوی متقاضی آغاز می‌شود. گروه ارزیاب فرم درخواست را بررسی می‌کند که یک یا دو روز کامل به طول می‌انجامد و نتیجه آن تهیه گزارش ارزیابی هم‌تایان است که با متقاضی به اشتراک گذاشته می‌شود. متقاضی می‌تواند با ارائه ادله این گزارش را به چالش بکشد. در بخش چهارم، گزارش نهایی ارزیابی بر پایه همه اسناد تهیه می‌شود که در صورت اعتراض نکردن متقاضی و پس از تأیید رئیس/ معاونان شورای اعتبارسنجی کمیته آن را تصویب می‌کند. در صورت اعطای مجوز به متقاضی، گزارش ارزیابی نهایی در وب‌سایت شورا منتشر می‌شود.

از نظر برگزارکننده جایزه تریپل. ای، مهم‌ترین تأثیر این جایزه در دانشگاه‌ها سرعت‌بخشیدن به تغییرات دانشگاه‌ها و بهبود زیست‌بوم کارآفرینی است. این شورا اعطای این جوایز را به‌تازگی آغاز کرده است و به ادعای خود، اولینبار در مقیاس جهانی است که بر جوایز در زمینه مأموریت سوم دانشگاه‌ها تمرکز می‌کند. این سازمان قصد داشت برای اولین دوره در سال ۲۰۲۰ جوایز ذکر شده را در سه منطقه در جهان، یعنی آسیا - اقیانوسیه و آفریقا و آمریکای لاتین، اعطا کند که به علت شیوع ویروس کرونا فقط در منطقه آسیا - اقیانوسیه موفق به برگزاری مراسم و اهدای جوایز شد. دوازده مورد جایزه وجود دارد که اولین آن جایزه دانشگاه کارآفرین سال است. از موارد بعدی مرتبط با کارآفرینی می‌توان به جایزه رهبر کارآفرین سال<sup>۹</sup>، جایزه یک عمر موفقیت در کارآفرینی<sup>۱۰</sup>، جایزه آموزش‌گر کارآفرینی سال<sup>۱۱</sup>، جایزه نوآوری و پشتیبانی کارآفرینی سال<sup>۱۲</sup> اشاره کرد که در سطح مؤسسات و افراد اعطا می‌شود. سایر جوایز با توسعه پایدار و محیط‌زیست مرتبط است. هرساله اسپانسرهای متعددی اعطای جوایز را حمایت می‌کنند.

چهار معیار کلی برای این جایزه در جدول ۴ مشاهده می‌شود که وزن هر یک متفاوت با دیگری است (ACEEU, 2019). پس از نوشتن جواب هر مؤسسه، این معیارها را کارشناسان حوزه مربوط نمره‌دهی و ارزیابی می‌کنند. در اولین دوره این جشنواره، جایزه دانشگاه کارآفرین سال را دانشگاه اوکلند از کشور نیوزلند دریافت کرده است (NCEE, 2011a).

9. Entrepreneurial Leader of the Year Award

10. Lifetime Achievement in Entrepreneurship Award

11. Entrepreneurship Educator of the Year Award

12. Innovation and Entrepreneurship Support of the Year Award

1. ACEEU: Accreditation council for Entrepreneurial and Engaged Universities

2. University Industry Innovation Network

3. The International Network for Quality Assurance Agencies

4. The European Association for Quality Assurance in Higher Education (ENQA)

5. Division

6. Programme

7. Triple E Awards

8. The Global League of Entrepreneurial Universities

جدول ۳: معیارهای ارزیابی جایزه‌تریبل. ای (ACEEU, 2019)

وزن	توضیحات	معیار
۲۰ درصد	دانشگاه کارآفرین بودن برای دانشگاه شما به چه معناست؟ مفهوم مؤسسه خود، چگونگی همسویی این مفهوم با محیطی که مؤسسه شما در آن عمل می‌کند و همچنین چگونگی موفقیت (راهبرد) این مفهوم را ارائه کنید.	مفهوم/راهبرد
۳۵ درصد	نحوه حمایت مؤسسه شما از اجرای مفهوم دانشگاه کارآفرین ارائه شده در بالا را مثلاً از نظر تعهد مالی، مستندات در چشم‌انداز، مأموریت یا ارزش‌های دانشگاه، مشارکت کارکنان یا اقدامات ارتباطی ارائه کنید.	تعهد
۲۰ درصد	نتایج و تأثیراتی را که دانشگاه شما توانسته ایجاد کند ارائه کنید. برای مثال از نظر گسترش کارآفرینی در میان دانشجویان و کارمندان، تأثیرگذاری در ذی‌نفعان خارجی و چگونگی کمک دانشگاه شما در تأثیرگذاری‌های اقتصادی و اجتماعی.	نتایج و تأثیرات
۲۵ درصد	توضیح دهید که چگونه رهبری دانشگاه شما نمونه خوبی از تفکر و عملکرد کارآفرینی است و اینکه چگونه دانشگاه نقش رهبری را در ارتقای مفهوم دانشگاه کارآفرینی در دنیای دانشگاهی دارد.	نقش رهبری

هرچه بیشتر حرکت دانشگاه‌ها و دانشگاهیان را در این مسیر جدید تسهیل و تشویق کرد. یکی از ابزارهایی که در این زمینه برخی از سازمان‌های وابسته در جهان از آن استفاده کرده‌اند اعطای جوایز به دانشگاه‌ها و افرادی است که برای حرکت به سمت جامعه‌محوری و کارآفرینی دانشگاه‌ها تأثیر بسزایی داشته‌اند.

درکل جوایز می‌توانند برای دانشگاه‌ها و اعضای سازمان‌ها انگیزه ایجاد کنند و باعث همسویی ارزش‌ها و توسعه فرهنگ مطلوبی شوند که اعطاکننده جایزه آن را در نظر دارد. از دیگر آثار مثبت جایزه برای خود دانشگاه‌ها می‌توان به مواردی از این دست اشاره کرد: کمک به شناخته‌تر شدن و تبلیغات بسیار اثرگذار با هزینه بسیار اندک برای جذب استعدادهای برتر؛ بالا بردن سطح دانشگاه به منظور رقابت؛ پیداکردن الگو؛ تشکیل شبکه ارتباطی بین دانشگاه‌ها در اثر رقابتی که با یکدیگر دارند؛ بالا بردن سطح اعتبار کلی دانشگاهی که عملکرد خوبی در رقابت دارد برای جلب توجه سرمایه‌گذاران و جذب منابع؛ بالا رفتن سطح عملکرد کلی بین دانشگاه‌ها.

در این پژوهش، چند نمونه از جوایزی که سازمان‌های ملی و بین‌المللی در زمینه تشویق و ترغیب جامعه‌محوری و کارآفرینی اعطا می‌کنند با سازوکار کلی و نحوه ارزیابی معرفی شده که در جدول ۴ همه آن‌ها بر مبنای سطح ارزیابی (مؤسسه‌ای، گروهی، گروهی یا فردی، فردی) ذکر شده است. گفتنی است موضوع این پژوهش جوایز متعدد برای کارآفرینی که جامعه وسیع‌تری از جامعه دانشگاهی را هدف‌گذاری کرده‌اند نبوده است و فقط تمرکز بر روی نهادها و جوایزی بوده که هدف‌گذاری آن‌ها جامعه‌محوری و کارآفرینی دانشگاهی بوده است.

باید توجه داشت که این جوایز در زمینه آموزش عالی و بر مبنای مأموریت نسل سومی دانشگاه‌ها به آن‌ها یا گروه‌ها و افراد برخاسته از آن‌ها اعطا می‌شود. این جوایز و سازوکار

همچنین، لیگ جهانی دانشگاه‌های کارآفرینی مؤسسات آموزشی عالی را که برای فعالیت‌های کارآفرینانه آن‌ها به‌خوبی شناخته شده‌اند (از طریق اعتبارسنجی، جایزه یا قرارگرفتن در رتبه بالا) به‌طور برجسته نشان می‌دهد. هدف از این کار یاری‌رساندن به دانشجویان در خصوص انتخاب صحیح رشته تحصیلی، به شرکت‌ها برای پیداکردن شرکای نوآوری و همکار، به دانشگاهیان در خصوص یافتن اعضای جدید، به دولت‌ها و نهادهای مالی در تصمیم‌گیری برای حمایت از دانشگاه‌ها و بودجه آن‌هاست.

### جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

دانشگاه‌ها به‌منزله نهادهای تغییرآفرین و توسعه‌دهنده در جامعه شناخته شده‌اند. طی سال‌های اخیر، دانشگاه‌های مطرح کشور به عرصه حل مشکلات و معضلات جامعه ورود کرده‌اند. این حرکت دانشگاه‌ها، حرکت از نسل پژوهش‌محور به نسل جامعه‌محور و کارآفرین تلقی می‌شود. به‌عبارت‌دیگر، با تغییرات انتظارات جامعه و تحولات بین‌المللی در سال‌های اخیر، تغییرات در نقش سنتی دانشگاه‌ها (آموزش و پژوهش) قوت گرفته است و نگاه‌های درون‌نگر در این نهادها جای خود را به نگاه‌های برون‌نگر یا جامعه‌محور داده است. با وجود چنین نگرشی، مفاهیمی همچون دانشگاه نوآور، دانشگاه نسل سوم، دانشگاه کارآفرین پُررنگ‌تر شده است. درحال‌حاضر، موضوع جامعه‌محوری و کارآفرینی برای دانشگاه‌ها در دنیا و ایران بحثی مسئله‌ساز است که به علت ماهیت خود پیچیدگی‌ها و پیش‌بینی‌ناپذیری‌هایی دارد. با وجود این، بیشتر پژوهشگران این حوزه بر ضرورت قدم‌گذاشتن دانشگاه‌ها در این مسیر برای داشتن سهم مثبت در رشد اقتصادی و اجتماعی جامعه هم‌نظرند.

در این زمینه، یکی از سوالات مهمی که نهادهای بالادستی آموزش عالی کشورها مطرح می‌کنند این است که چگونه می‌توان

آن‌ها می‌تواند تاحدی برای اعطای جوایز در ایران الهام‌بخش باشد. در ارزیابی دانشگاه‌ها و اعطای جوایز، با در نظر داشتن ویژگی‌های جوایز، باید توجه کرد که افراد کارشناس و متخصص در این حوزه باید با معیارهای کلی درباره امتیازدهی و ارزیابی دانشگاه‌ها تصمیم بگیرند. با بحث‌ها و تحلیل‌های انجام‌شده می‌توان گفت که ایجاد سازوکاری برای اعطای جوایز کارآفرینی برای دانشگاه‌های ایران، با توجه به مزیت‌های مثبت ذکر شده، می‌تواند بسیار کارساز باشد.

جدول ۴: جوایز اعطایی در زمینه کارآفرینی در آموزش عالی براساس یافته‌های این پژوهش

نهاد متولی	نوع نهاد	عنوان جایزه	سطح ارزیابی
مرکز ملی کارآفرینی در آموزش بریتانیا	دولتی	دانشگاه کارآفرین برجسته	سازمانی
سازمان آموزشگران کارآفرین بریتانیا	خصوصی	جایزه کاتالیزور کارآفرین	گروهی یا فردی (استادان یا کارکنان تحت استخدام رسمی مؤسسات آموزش عالی)
		جایزه ستاره در حال ظهور در آموزش کارآفرینی	فردی (آموزشگران کارآفرینی در سه سال نخست فعالیت رسمی در مؤسسات آموزش عالی)
		جایزه پیش‌گام در آموزش کارآفرینی	فردی (آموزشگران کارآفرینی تحت استخدام رسمی در مؤسسات آموزش عالی)
وزارت آموزش عالی مالزی	دولتی	جایزه برترین دانشگاه کارآفرین دولتی	سازمانی
		جایزه برترین دانشگاه کارآفرین خصوصی	سازمانی
		جایزه برترین پلی‌تکنیک کارآفرین	سازمانی
		جایزه برترین دانشگاه محلی کارآفرین	سازمانی
		جایزه نوآوری و پشتیبانی کارآفرینی سال	گروهی (دانشجویی)
		جایزه برترین مربی (منتور) کارآفرینی	فردی (استادان و مربیان)
		جایزه برترین دانشجوی کارآفرین	فردی (دانشجو)
		جایزه دانشگاه کارآفرین سال	سازمانی
شورای اعتباربخشی دانشگاه‌های کارآفرین و متعهد	بین‌المللی	جایزه رهبر کارآفرین سال	تمامی سطوح رهبری (دانشگاه، دانشکده، واحد تحقیقاتی و غیره)
		جایزه نوآوری و پشتیبانی کارآفرینی سال	سطوح مختلف شامل سازمانی، گروهی و برنامه‌های پشتیبانی (واحد‌های زیرمجموعه دانشگاه، ایده‌ها و برنامه‌های توسعه‌ای و پشتیبانی)
		جایزه یک عمر موفقیت در کارآفرینی	فردی (استادان و مربیان)
		جایزه آموزشگر کارآفرینی سال	فردی (استادان و مربیان)

- Aston University (2020). "Aston University Wins Outstanding Entrepreneurial University in Times Higher Education Awards." Available in: <https://www.aston.ac.uk/latest-news/aston-university-wins-outstanding-entrepreneurial-university-times-higher-education>.
- Baaken, T., and Thorsten K. (2019). "A Brief History of Engaged and Entrepreneurial Universities." Available in: [https://link.springer.com/chapter/10.1007%2F978-981-13-8130-0\\_1](https://link.springer.com/chapter/10.1007%2F978-981-13-8130-0_1).
- Boh, W. F., De-Haan U., and Strom R. (2016). "University Technology Transfer through Entrepreneurship: Faculty and Students in Spinoffs." *The Journal of Technology Transfer*. 41(4), pp. 661–669.
- Chan, H. F., Frey, B. S., Gallus, J., and Torgler, B. (2014). "Academic Honors and Performance." *Labour Economics*. 31, pp. 188–204.
- Ec-Oecd, A. (2012). "Guiding Framework for Entrepreneurial Universities". *European Commission*. 1–54.
- Frey, B. S., and Gallus, J. (2015). "Why International Organizations Give and Receive Awards." In 8th Annual Conference on the Political Economy of International Organizations, Hertie School of Governance, Berlin.
- Frey, B. S., and Gallus, J. (2016). "Awards as Non-Monetary Incentives." In *Evidence-Based HRM: A Global Forum for Empirical Scholarship*, Emerald Group Publishing Limited.
- Frey, B. S., and Susanne, N. (2008). "Awards: A View from Psychological Economics". *Zeitschrift für Psychologie/Journal of Psychology*. 216(4), pp. 198–208.
- Goldstein, H. A. (2010). "The 'Entrepreneurial Turn' and Regional Economic Development Mission of Universities". *The Annals of Regional Science*. 44(1), pp. 83–109.
- Halaj Yusefi, M., Niki Esfahlan, H., and Khalilzadrh, J. (2013). "Requirements of the Creation of University's Spin-off". *Science and Technology Policy Letters*, 2(1), pp. 11–24. {In Persian}
- Hannon, P. D. (2013). "Why Is the Entrepreneurial University Important?". *Journal of Innovation Management*. 1(2), pp. 10–17.
- Hansen, W. L., and Burton, W. (1972). "Toward

### پیشنهاد برای تحقیقات آینده

در این پژوهش صرفاً جوایزی که سازمان‌های ملی و بین‌المللی در جهان در خصوص مأموریت سوم دانشگاه‌ها اعطا کرده‌اند مرور و بررسی شده است. به علت اهمیت تشویق و ترغیب دانشگاه‌ها و دانشگاهیان کشور به جامعه‌محوری و کارآفرینی بیشتر، لازم است مطالعه‌ای به‌منظور ارائه مدل بومی برای سازوکار ارزیابی دانشگاه‌ها با هدف اعطای جایزه «جامعه‌محوری و کارآفرینی در دانشگاه‌ها» در کشور صورت پذیرد.

همچنین، موضوع جایزه دانشگاه کارآفرین می‌تواند بستر مناسبی برای پژوهش‌های گسترده درباره جنبه‌های گوناگون باشد؛ به‌خصوص به‌طور تجربی و آنالیز روی داده‌های دانشگاهی. بیشتر پژوهش‌هایی که بر روی جوایز انجام شده است در بُعد فردی و یا بررسی سازمان‌هایی غیر از دانشگاه‌هاست که این زمینه، یعنی جایزه دانشگاه کارآفرین، را به موضوعی دست‌نخورده بدل کرده است. برای مثال، بررسی عملکرد دانشگاه‌هایی که برنده جوایزی در این زمینه شده‌اند در بازه‌های زمانی بعد از دریافت جایزه می‌تواند موضوع تحقیقات آتی باشد. در پژوهش‌هایی که در بُعد فردی و زمینه‌های خاص انجام شده، این مسئله بررسی شده است. حتی بعد از دریافت جایزه، سطح عملکرد به‌صورت معناداری مثبت بوده و روند افزایشی داشته است (Chan et al., 2014). در اینجا این سؤالات مطرح می‌شود: آیا دانشگاه‌ها همچنین عملکردی بعد از دریافت جایزه خواهند داشت؟ دریافت جایزه می‌تواند به عملکرد بهتر دانشگاه‌های برنده منجر شود؟ اگر جواب مثبت باشد، این امر از چه کانال‌هایی می‌تواند منجر به این تأثیر مثبت شود؟ درباره سؤالاتی از این دست می‌توان در این حوزه تحقیق کرد.

### منابع فارسی که معادل لاتین آن‌ها در قسمت منابع آورده شده است.

حلاج یوسفی، محمدرضا، نیکی اسفهان، حکیم و خلیل‌زاده، جواد (۱۳۹۱). «الزامات ایجاد کسب‌وکارهای انشعابی توسط دانشگاه‌ها». سیاست‌نامه علم و فناوری. دوره ۲، شماره ۱، ۱۱-۲۴.

### منابع

- ACEEU. (2019). "Award Categories." Available in: <https://asiapacific.triple-e-awards.com/index/categories>.
- Anderson, Stu, Nigel Culkin, Andy Penaluna, and Kelly Smith. (2014). "An Education System Fit for an Entrepreneur: Fifth Report by the All-Party Parliamentary Group for Micro Businesses." Available in: <http://eprints.hud.ac.uk/id/eprint/26742/>.

- a General Theory of Awards, or, Do Economists Need a Hall of Fame?”. *Journal of Political Economy*. 80(2), pp. 422–431.
- Kirby, D. A., Maribel, G., and Urbano, D. (2011). “Making Universities More Entrepreneurial: Development of a Model”. *Canadian Journal of Administrative Sciences/ Revue Canadienne des Sciences de l'Administration*, 28(3), pp. 302–16.
- Klofsten, M., Fayolle, A., Guerrero, M., Mian, S., Urbano, D., and Wright, M. (2019). “The Entrepreneurial University as Driver for Economic Growth and Social Change - Key Strategic Challenges”. *Technological Forecasting and Social Change*, 141, pp. 149–158.
- MOHE (2016a). Ministry of Higher Education Entrepreneurial Awards (MEA). Available in: <https://dummymohe.moe.gov.my/en/download/awam/borang-1/mea-2016-2017/155-mea-2016-2017-mea-information-sheet/file>.
- MOHE (2016b). Ministry of Higher Education Entrepreneurial Awards (MEA). Available in: <https://dummymohe.moe.gov.my/en/download/awam/borang-1/mea-2016-2017/151-mea-2016-2017-category-a-institutional-award/file>.
- MOHE (2016c). Ministry of Higher Education Entrepreneurial Awards (MEA) 2016/2017 Category B Best Student Enterprise Award. Available in: <https://dummymohe.moe.gov.my/en/download/awam/borang-1/mea-2016-2017/152-mea-2016-2017-category-b-best-student-enterprise-award/file>.
- MOHE (2016d). Ministry of Higher Education Entrepreneurial Awards (MEA) 2016/2017 Category C Best Social Entrepreneurship Project Award. Available in: <https://dummymohe.moe.gov.my/en/download/awam/borang-1/mea-2016-2017/153-mea-2016-2017-category-c-best-social-entrepreneurship-project-award/file%0A>.
- MOHE (2016e). Ministry of Higher Education Entrepreneurial Awards (MEA) 2016/2017 Category D Best Entrepreneurship Mentor Award. Available in: <https://dummymohe.moe.gov.my/en/download/awam/borang-1/mea-2016-2017/154-mea-2016-2017-category-d-best-entrepreneurship-mentor-award/file>.
- MSRT Ministry of Science, Research and Technology of the Islamic Republic of Iran. (2020). “Future of Universities in Iran; Engaged and Entrepreneurial.”
- NCEE (2011a). “Entrepreneurial University of the Year 2011/2012”. Available in: <https://www.auckland.ac.nz/en/news/2020/01/16/university-named-entrepreneurial-university-of-the-year-at-inter.html>.
- NCEE (2011b). “Outstanding Entrepreneurial University”. Available in: <https://ncee.org.uk/2011-12>.
- NCEE (2012). “Paul Hannon Judges the Malaysian MOHE Entrepreneurial Award”. Available in: <https://ncee.org.uk/2012/10/04/paul-hannon-judges-the-malaysian-mohe-entrepreneurial-award-2012/>.
- NEEA (2021). “2020 Winners”. *NEEA*. Available in: <http://neea.org.uk/2020-winners>.
- Perkin, H. (2007). “History of Universities.” In *International Handbook of Higher Education*. Springer, pp. 159–205.
- Sam, C., and Van Der Sijde, P. (2014). “Understanding the Concept of the Entrepreneurial University from the Perspective of Higher Education Models”. *Higher Education*, 68(6), pp. 891–908.
- Tiemann, I., Klaus, Fi., and Geier, J. (2018). “University Support Systems for Sustainable Entrepreneurship: Insights from Explorative Case Studies”. *International Journal of Entrepreneurial Venturing*. 10(1), pp. 83–110.
- Urbano, D., and Guerrero, M. (2013). “Entrepreneurial Universities: Socioeconomic Impacts of Academic Entrepreneurship in a European Region”. *Economic development quarterly*. 27(1), pp. 40–55.
- Wakkee, I., van der Sijde, P., Vaupell, C., and Ghuman, K. (2019). “The University’s Role in Sustainable Development: Activating Entrepreneurial Scholars as Agents of Change”. *Technological Forecasting and Social Change*. 141, pp. 195–205.
- Williamson, T. (2015). To What Extent Can Universities Create a Sustainable System to Support MSMEs?: A Focus on the West Midlands Region. (Doctoral dissertation, Coventry University).



## Awards to Entrepreneurship and Engagement in Higher Education

Salar Fazlifard<sup>1</sup>

Mohammad Mahdi Lotfi Heravi<sup>2</sup>

Mojgan Samandar Ali Eshtehardi<sup>3</sup>

### Abstract

Over the past few decades, following the key role of knowledge and commercialization of knowledge as the main factor of economic prosperity and competitiveness, the importance of changing the role of universities in fostering the fertility of innovative and entrepreneurial activities is increasingly emphasized. In promoting the entrepreneurial concept and mentality and encouraging universities to become more entrepreneurial, in many parts of the world, some merging governmental and intergovernmental organizations have taken different means. As one of them is awards to entrepreneurship and engagement in higher education. Due to the importance of moving towards this concept in Iran, the entrepreneurial university awards can be considered as a means to accelerate the implementation of relevant policies. Therefore, this research using documentary study reviews awards to entrepreneurship and engagement in higher education provided by other countries. The findings of this study can be used by policymakers and researchers in realizing the importance of these awards and taking steps to fill the gap by providing a local model in Iran. That can guide and encourage the universities towards engagement and entrepreneurship in line with improving the entrepreneurial ecosystem.

**Keywords:** Entrepreneurial and engaged University, Award, Entrepreneurial Assessment of University

---

1. MSc Student of MBA, Department of Management Science and Technology, Amirkabir University of Technology

2. Assistant professor, Department of Management Science and Technology, Amirkabir University of Technology

3. Assistant professor, Policy Evaluation & STI Monitoring, National Research Institute for Science Policy (NRISP), corresponding author; samandar@nrisp.ac.ir



## نقش‌نامه و فرم تعارض منافع

الف) نقش‌نامه

مژگان سمندرعلی اشتهاردی	محمد مهدی لطفی هروی	سالار فضلی فرد	
نویسنده مسئول	نویسنده دوم	نویسنده اول	نقش
نگارش متن اصلی	نگارش متن اصلی	نگارش متن اصلی	نگارش متن
ویرایش متن	ویرایش متن	ویرایش متن	ویرایش متن و ...
طراحی / مفهوم‌پردازی	طراحی / مفهوم‌پردازی	طراحی / مفهوم‌پردازی	طراحی / مفهوم‌پردازی
گردآوری داده	گردآوری داده	گردآوری داده	گردآوری داده
تحلیل داده‌ها	تحلیل داده‌ها	تحلیل داده‌ها	تحلیل / تفسیر داده
-	-	-	سایر نقش‌ها

### ب) اعلام تعارض منافع

یا غیررسمی، اشتغال، مالکیت سهام، و دریافت حق اختراع، و البته محدود به این موارد نیست. منظور از رابطه و انتفاع غیرمالی عبارت است از روابط شخصی، خانوادگی یا حرفه‌ای، اندیشه‌ای یا باورمندان، و غیره.

چنانچه هر یک از نویسندگان تعارض منافع داشته باشد (و یا نداشته باشد) در فرم زیر تصریح و اعلام خواهد کرد:

مثال: نویسنده الف هیچ‌گونه تعارض منافع ندارد. نویسنده ب از شرکت فلان که موضوع تحقیق بوده است گزینش دریافت کرده است. نویسندگان ج و د در سازمان فلان که موضوع تحقیق بوده است سخنرانی افتخاری داشته‌اند و در شرکت فلان که موضوع تحقیق بوده است سهامدارند.

در جریان انتشار مقالات علمی تعارض منافع به این معنی است که نویسنده یا نویسندگان، داوران و یا حتی سردبیران مجلات دارای ارتباطات شخصی و یا اقتصادی می‌باشند که ممکن است به طور ناعادلانه‌ای بر تصمیم‌گیری آن‌ها در چاپ یک مقاله تأثیرگذار باشد. تعارض منافع به خودی خود مشکلی ندارد بلکه عدم اظهار آن است که مسئله‌ساز می‌شود.

بدین وسیله نویسندگان اعلام می‌کنند که رابطه مالی یا غیرمالی با سازمان، نهاد یا اشخاصی که موضوع یا مفاد این تحقیق هستند ندارند، اعم از رابطه و انتساب رسمی یا غیررسمی. منظور از رابطه و انتفاع مالی از جمله عبارت است از دریافت پژوهانه، گزینش آموزشی، ایراد سخنرانی، عضویت سازمانی، افتخاری

اظهار (عدم) تعارض منافع: نویسندگان مقاله هیچ‌گونه تعارض منافع ندارد.

نویسنده مسئول: مژگان سمندرعلی اشتهاردی

تاریخ: ۱۴۰۰/۱۲/۰۸