

مسئولیت پذیری اجتماعی دانشگاه: ارائه الگوی اثربخشی دانشگاه در توسعه کارآفرینی اجتماعی

سمیه براری پائین لموکی

دانشجوی دکتری رشته مدیریت دولتی - منابع انسانی، واحد قائم شهر، دانشگاه آزاد اسلامی، مازندران، ایران

مجتبی طبری^۱

دانشیار گروه مدیریت دولتی، واحد قائم شهر، دانشگاه آزاد اسلامی، مازندران، ایران

مهرداد متانی

استادیار گروه مدیریت دولتی، واحد قائم شهر، دانشگاه آزاد اسلامی، مازندران، ایران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۲/۰۶ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۴/۰۶

چکیده

عدم توجه و پایبندی سازمان‌ها و مدیران تابعه به وظیفه و مسئولیت اجتماعی شان یکی از مسائل و مشکلات اجتماعی است که می‌تواند توسعه پایدار را با مشکل مواجه سازد. تغییر و تحول در شرایط و نیازهای جامعه موجب تغییر و تحول در رسالت دانشگاه‌ها شده است. هدف اصلی در این پژوهش مسئولیت پذیری اجتماعی دانشگاه: ارائه الگوی اثربخشی دانشگاه در توسعه کارآفرینی اجتماعی می‌باشد. این پژوهش از نوع هدف کاربردی است. داده‌ها بی کتابخانه‌ای با فیش برداری و میدانی با استفاده از پرسشنامه استاندارد مولفه‌های دانشگاه کارآفرین براری و همکاران (۱۳۹۹) با تعداد ۴۸ گویه جمع‌آوری شده است. جامعه آماری مورد نظر کلیه اساتید دانشگاه پیام نور استان مازندران به تعداد ۱۶۴ نفر بوده که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی در دسترس و جدول مورگان ۱۱۵ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. داده‌های آماری با تشکیل جداول توزیع فراوانی و با استفاده از نرم‌افزار SPSS و Smart PLS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. ابعاد توانمندسازی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی، ارتباطی، سازمانی و علمی به ترتیب بیشترین اهمیت را در بین ابعاد شناسایی شده دارند. در بین ابعاد شناسایی شده بعد حمایتی دانشگاه در توسعه کارآفرینی اجتماعی با بار عاملی ۰.۸۴، بعد سازمانی دانشگاه در توسعه کارآفرینی اجتماعی با بار عاملی ۰.۷۹، بعد ارتباطی دانشگاه کارآفرینی اجتماعی با بار عاملی ۰.۷۷، بعد توانمندسازی دانشگاه کارآفرینی اجتماعی با بار عاملی ۰.۷۵، بعد علمی دانشگاه کارآفرینی اجتماعی با بار عاملی ۰.۷۱، و به ترتیب میزان تعلق بیشتری نسبت به سایر ابعاد به مفهوم مدل دانشگاه در توسعه کارآفرینی اجتماعی داشته‌اند. وضعیت مناسب دانشگاه پیام نور از لحاظ مولفه‌های شناسایی شده برای دانشگاه در توسعه کارآفرینی اجتماعی در این پژوهش می‌تواند توانمند بودن این دانشگاه در عرصه کارآفرینی اجتماعی را تایید کند.

واژه‌های کلیدی: دانشگاه کارآفرین، مسئولیت‌پذیری سازمانی، توانمندسازی، بعد حمایتی دانشگاه

^۱ - نویسنده مسئول: tbrymjtby@gmail.com

مقدمه

امروزه با گسترش عواملی از جمله جهانی سازی، رابطه صنعت و دانشگاه به سوی توسعه سریع بازار دانش، تغییر کرده است (زارع و حجازی، ۱۳۹۰). از این رو، دانشگاه‌ها در حال تبدیل شدن به عناصر کلیدی نظام نوآوری هستند که کمک کننده به توسعه اقتصادی می باشند، هم به واسطه تعامل با صنایع موجود و هم به وسیله انواع تجاری سازی دانش، مثل تأسیس شرکت های جدید (گراس و همکاران^۱، ۲۰۰۵). لذا اگر چه آموزش و پرورش به طور سنتی و از قدیم مأموریت اصلی دانشگاه‌ها بوده است، اما این موضوع، به تدریج و با ظهور دیدگاه های جدید درباره نقش آن ها در نظم تولید و بسط دانش تغییر یافته است (گراس و همکاران، ۲۰۰۵). دانشگاه‌های فعلی به طور فزاینده ای در حال تغییر و حرکت از نقش اصلی و سنتی شان به عنوان عرضه کنندگان آموزش به سمت یک سبک پیچیده تر و چند وجهی با عنوان " دانشگاه کارآفرینانه " هستند. (مرادی و همکاران^۲، ۲۰۱۴). این تغییر، با رفتار کارآفرینانه، مأموریت سوم دانشگاه، یعنی کارآفرین بودن اجتماعی را نشان می دهد (گراس و همکاران، ۲۰۰۵).

در حال حاضر، شرایط به گونه ای است که دانشگاه ها از جمله دانشگاه های ایران دیگر نمی توانند بر درآمدهای معمول و بودجه های دولتی که به آن ها اختصاص داده می شود تکیه نمایند، لذا نیازمند این هستند به منابع مالی متنوعی دسترسی یابند و راهکارهای جذب درآمد از منابع مختلف را بیابند، یکی از این راهکارها، حرکت به سمت کارآفرینی اجتماعی می باشد، ولی این تنها گام نیست و مرحله بعد از آن، این می باشد که آن ها باید بتوانند جایگاه و عملکرد و نحوه حرکت خود را در زمینه کارآفرینی اجتماعی دانشگاهی، ارزیابی نمایند و هرچه بیشتر در مسیر پیشرفت و ترقی گام بردارند. بنابراین، دانشگاه ها برای پاسخ به این موضوع، نیازمند یک مدل مناسب توانمندسازی کارآفرینی اجتماعی دانشگاهی می باشند. بارتون کلارک^۳ نیز اشاره می کند که دانشگاه های پویا در قرن بیست و یکم دانشگاه هایی هستند که کارآفرین اجتماعی بوده و بتوانند ارزش های تخصصی و

¹ Gras et al

² Moradi et al

³ Clark

مسئولیت پذیری اجتماعی دانشگاه: ارائه الگوی اثربخشی دانشگاه در توسعه کارآفرینی اجتماعی ۷۱

مدیریتی را تلفیق نمایند (کلارک، ۱۹۹۸)؛ به عبارتی دانشگاه کارآفرین اجتماعی دانشگاهی است که با بهره گیری از ابزارهای مدیریت کارآفرین اجتماعی و رویکرد سیستمی، فعالیت های آموزشی را با نیازهای جهان امروز و جهان آینده منطبق نماید (کلارک، ۱۹۹۸، به نقل از یحیی پور و قاسم نژاد، ۱۳۹۱)

مسئولیت اجتماعی طیف گسترده‌ای از فعالیت‌های فرهنگی، اجتماعی، محیط زیستی و امور خیریه را در بر می‌گیرد و افراد جامعه در هر سطح و طبقه‌ای، در قبال معضلات و اتفاقاتی که در جامعه رخ می‌دهد مسئول هستند و تحت هیچ شرایطی این مسئولیت از آنان ساقط نمی‌شود. برای مسئولیت پذیری تنها شرکت در فعالیت‌های اجتماعی کافی نیست بلکه باید این مسئولیت به سبک زندگی فرد و بخشی از ارزش‌ها و سیستم اعتقادی وی تبدیل شود تا بتوان گفت این فرد از نظر اجتماعی مسئول است. مسئولیت‌های اجتماعی گرچه امری کاملاً داوطلبانه بوده و تنها خود فرد باید نسبت به آن‌ها تصمیم‌گیری کند، اما باید به این نکته نیز توجه داشت که هرگونه تعهدی الزام آور است و سر باز زدن از آن به منزله کوتاهی و سهل انگاری تلقی می‌شود. علاوه بر این، تبعات ناشی از این سهل انگاری نیز گریبان‌گیر خود فرد نیز خواهد شد. پژوهش حاضر با درک این ضرورت به بررسی فلسفه شکل‌گیری، سیر تحول و تکامل دانشگاه‌ها، مدل‌های دانشگاهی و علل و عوامل ظهور دانشگاه‌های کارآفرینی اجتماعی خواهد پرداخت؛ و درصدد است با بررسی مدلها و نظریه‌های مختلف دانشگاه کارآفرینی اجتماعی، درک و شناخت بیشتری از این پدیده به دست دهد. لذا، هدف اصلی در پژوهش حاضر، مسئولیت‌پذیری اجتماعی دانشگاه: ارائه الگوی اثربخشی دانشگاه در توسعه کارآفرینی اجتماعی می‌باشد. با توجه به مطالب فوق، این پژوهش به دنبال پاسخ به این سؤال است که "مدل مسئولیت‌پذیری اجتماعی دانشگاه در ارائه الگوی اثربخشی دانشگاه در توسعه کارآفرینی اجتماعی چه می‌باشد؟"

شومپتر^۱ اقتصاددان امریکایی - تریشی خاطر نشان می‌کند که کارآفرینی تنها به مفهوم دانستن چگونگی استفاده از اختراعات و تکنولوژی‌های جدید در تولید نیست، بلکه دارای مفهوم وسیع‌تر ارائه

^۱ Joseph Schumpeter

روش‌های جدید در فرآیندها می‌باشد (هندرسون^۱، ۲۰۰۷). در تعریف دیگری شومپتر کارآفرینی را به عنوان نیروی محرکه اقتصاد معرفی کرد و آن را تحت عنوان تخریب خلاق نام گذاری نمود. از نظر شومپتر کارآفرینی شامل سه ویژگی اساسی است (تونی و لیا^۲، ۲۰۰۱).

دانشگاه کارآفرینی اجتماعی با راهبردی سازمان یافته، دانش تولید شده خود را برای کاربرد به درون بخش‌های اقتصادی و اجتماعی جامعه تزریق می‌کند همچنین توانایی نوآوری، تشخیص و ایجاد فرصت‌ها، کار تیمی، ریسک‌پذیری و پاسخگویی به چالش‌ها را فراهم کرده و نیز ساختار حمایتی را برای استادان، دانشجویان در جهت پذیرش ریسک‌های جدید تجاری و عقلانی فراهم می‌سازد (اتزکوئیتز، ۲۰۰۳). به طور کلی، دانشگاه کارآفرین بر نقش خلاقانه، کاهش هزینه، تضمین کیفیت و انتقال دانش و تکنولوژی به بخش صنعت تأکید دارد و نه تنها در پاسخگویی به نیازها و انتظارات متنوع محیط خود موفق است، بلکه برنامه‌ها و فرآیندهای عملیاتی آن، رویکردی نوین برای فرهنگ کارآفرینی و تربیت و پرورش کارآفرینان می‌باشد و آن در سطح دانشگاه و جامعه، فرهنگ کارآفرینی را ایجاد و توسعه می‌دهد. متنوع محیط خود موفق است، بلکه برنامه‌ها و فرآیندهای عملیاتی آن، رویکردی نوین برای فرهنگ کارآفرینی و تربیت و پرورش کارآفرینان می‌باشد و آن در سطح دانشگاه و جامعه، فرهنگ کارآفرینی را ایجاد و توسعه می‌دهد (یونسکو، ۲۰۰۴).

چندین سال است که مقوله مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها توسط جوامع علمی و دانشگاهی مورد بررسی قرار گرفته است. بنابراین، قابل درک است که با توجه به تأثیرات ناشی از فعالیت‌های آنها در محیطی که فعالیت می‌کنند، همه شرکت‌ها نسبت به جامعه و محیط پیرامون خود تعهد دارند. در این زمینه، بخش دانشگاه یکی از مهم‌ترین صنایع محسوب می‌شود، بنابراین لازم است تعهد بیشتری نسبت به محیط و جامعه پیرامونی خود بروز دهد. همچنین، مطابق با ادبیات موجود، ادغام مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت در استراتژی‌های عملیاتی و تجاری شرکت، از اهمیت بالایی برخوردار است، زیرا اقدامات مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت به منزله یک عنصر بازاریابی عمل می‌کند، مشروعیت و

¹ Henderson

² Tony & Lai

مسئولیت پذیری اجتماعی دانشگاه: ارائه الگوی اثربخشی دانشگاه در توسعه کارآفرینی اجتماعی۷۳

برداشت های مثبت را در بین افراد جامعه فراهم می کند ، اعتبار تجاری را بهبود می بخشد و یک مزیت رقابتی پایدار برای بنادر ایجاد می کند. از این نظر ، اهمیت مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت در تاکتیک ها و استراتژی های مختلف شرکت ها از جمله بنادر به خوبی روشن می شود (کلایمک^۱ و همکاران، ۲۰۲۰). در اغلب مطالعاتی که تا پیش از این انجام شده است، حفظ محیط زیست بعنوان درون مایه اصلی تحقیقات در نظر گرفته شده است و کمتر به جنبه های اجتماعی مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت پرداخته شده است؛ این در حالی است که اصول مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت به گونه ای است که آثار مثبت زیادی برای جامعه به همراه دارد (باروشکایت و استریمیکین^۲، ۲۰۲۱). این مساله به خصوص در رابطه با عملکرد دانشگاه کارآفرینی اجتماعی مصداق پیدا می کند. بخش بزرگی از پیامدهای مسئولیت پذیری اجتماعی به توسعه کارآفرینی اجتماعی در دانشگاه ها باز می گردد. بعنوان مثال پاناما و جامائیکا با این که کشورهای کوچکی محسوب می شوند اما از طریق فعالیت های بنادر خود توانسته اند میزان درآمد سرانه خود را به شکل قابل ملاحظه ای افزایش دهد (اشرفی^۳ و همکاران، ۲۰۲۰).

نقطه تلاقی کارآفرینی و مسئولیت اجتماعی، آن ارزش های اجتماعی است که کارآفرینان ایجاد می کنند و شامل مواردی از قبیل: بهبود کیفیت زندگی انسان، کاهش اثرات نامطلوب بر ذینفعان، ایجاد تعادل بین تولید ثروت مالی، اجتماعی و زیست محیطی و توسعه پایدار جامعه می باشد (زهرا و رایت^۴، ۲۰۱۶). برخی از پژوهش های انجام شده در این حوزه برای ارتباط مسئولیت اجتماعی و کارآفرینی از مفهوم «کارآفرینی اجتماعی» (نگا و شاموگنتان^۵، ۲۰۲۲) استفاده کرده اند. در مجموع، مفهوم کارآفرینی اجتماعی به معنای حل مسائل اجتماعی با رویکرد کارآفرینانه می باشد (انصاری و همکاران، ۱۴۰۰) و بخشی از کل مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت ها است (بارون، ۲۰۱۷). کارآفرینی و مسئولیت اجتماعی، مفاهیم اخلاقی را نیز در بر می گیرد. پژوهش های زیادی نشان دادند که اخلاق به عنوان

¹ Klimek

² Barauskaite & Streimikiene

³ Ashrafi

⁴ Zahra & Wright

⁵ Nga & Shamuganathan

بخشی از جنبه‌های فردی و سازمانی مطرح است که فرد را در برابر جامعه مسئولیت‌پذیر نشان می‌دهد و در کارآفرینی نقش مهمی دارد (لونگو و همکاران، ۲۰۱۵؛ چل و همکاران، ۲۰۲۰).

روش‌شناسی

پژوهش حاضر بر حسب هدف از نوع تحقیقات توسعه‌ای^۱ است. همچنین این پژوهش بر حسب دستاورد یا نتیجه تحقیق از نوع کاربردی^۲ و از لحاظ روش گردآوری اطلاعات توصیفی - پیمایشی^۳ محسوب می‌شود. جمع‌آوری داده‌ها نیز با روش کمی صورت گرفته و داده‌های کمی نیز از طریق پرسشنامه^۴ استاندارد با تعداد ۴۸ گویه گردآوری شده است. جامعه آماری پژوهش ارزیابی مدل در سازمان مورد مطالعه، جامعه مورد نظر کلیه اساتید دانشگاه پیام نور استان مازندران به تعداد ۱۶۴ نفر بوده و روش نمونه‌گیری بصورت تصادفی در دسترس با استفاده از جدول مورگان برابر ۱۱۵ می‌باشد. در پژوهش حاضر در بخش آمار توصیفی، شاخص‌های آماری نظیر فراوانی، درصد، میانگین و در بخش آمار استنباطی، آمار پارامتریک به کار گرفته شده است. در این تحقیق پس از استخراج اطلاعات، داده‌های آماری خلاصه و طبقه‌بندی گردید که این کار با تشکیل جداول توزیع فراوانی و با استفاده از نرم‌افزار اس‌پی‌اس^۵ و اسمارت پی‌ال‌اس^۶ صورت گرفت. پس از وارد کردن داده‌های پرسشنامه بدین صورت که طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت را با اختصاص مقادیر ۱ تا ۵ (۱: بسیار بد، ۲: بد، ۳: متوسط، ۴: خوب و ۵: خیلی خوب) را به مقیاس شبه فاصله‌ای تبدیل کردیم، برای این بخش تحقیق از آزمون میانگین یک جامعه (آزمون t) استفاده می‌کنیم. این آزمون برای متغیرهای کمی به کار می‌رود و در مواردی برای تشخیص تاثیر یا عدم تاثیر یک متغیر(ها) در وضعیت مورد بررسی استفاده می‌شود. مثلاً جهت بررسی تاثیر یا عدم تاثیر تمام متغیرهای تحقیق روی پدیده‌ای معین، از این آزمون استفاده می‌کنیم، به طوری که اگر میانگین هر متغیر از حد معینی بیشتر بود، آن متغیر در پدیده

1. Research development

2. Applied

3. Descriptive - survey

4. questionnaire

5. SPSS

6. Smart PLS

مسئولیت پذیری اجتماعی دانشگاه: ارائه الگوی اثربخشی دانشگاه در توسعه کارآفرینی اجتماعی۷۵

مورد نظر موثر تلقی می‌شود (مومنی، ۱۳۹۱، ۶۸). برای بررسی وضعیت موجود هر کدام از متغیرهای تحقیق نیز از این آزمون استفاده می‌شود، به این صورت که نمرات بالاتر از ۳ به معنای ارزیابی مطلوب شاخص مورد مطالعه و نمرات پایین تر از ۳ به معنای عدم ارزیابی شاخص مورد مطالعه در نظر گرفته می‌شود. از این رو برای بررسی وضعیت هر مولفه از آزمون فرض آماری میانگین یک جامعه یا به عبارتی از آزمون t یک نمونه ای^۱ استفاده گردیده است که در واقع تفاوت بین میانگین نمونه مورد بررسی را با یک مقدار مفروض (۳) مورد آزمون قرار می‌دهد. به همین منظور برای کلیه فرضیات فرض H_0 و H_1 را تعریف نموده و سپس با استفاده از آزمون t، فرضیات را مورد آزمایش قرار داده و تحلیل شد.

یافته‌ها

آماره‌های توصیفی به مجموعه‌ای از معیارهایی گفته می‌شود که می‌توانند مشخصات کلی از اطلاعات جمع‌آوری شده را برای پژوهشگر ارائه دهند. توجه داشته باشید از آماره‌های توصیفی نمی‌توان نتایج را به حالات کلی تعمیم داد بلکه فقط برای ارائه‌ی یک دید کلی از تحقیق از این معیارها استفاده می‌شود. نتایج نشان می‌دهد از ۱۱۵ مشارکت‌کننده در این تحقیق، ۱۶.۵۲٪ افراد دارای تحصیلات فوق لیسانس و ۸۳.۴۸٪ افراد دارای تحصیلات دکتری و بالاتر بوده‌اند. نتایج نشان می‌دهد از ۱۱۵ مشارکت‌کننده در این تحقیق ۲۴.۳۵٪ کمتر از ۱۰ سال، ۴۲.۶۱٪ بین ۱۰ تا ۲۰ سال و ۳۳.۰۴٪ بیش از ۲۰ سال کاری داشته‌اند. نتایج نشان می‌دهد از ۱۱۵ مشارکت‌کننده در این تحقیق، ۶.۹۶٪ بین ۲۰ تا ۳۰ سال، ۳۱.۳۰٪ بین ۳۰ تا ۴۰ سال، ۳۸.۲۶٪ بین ۴۰ تا ۵۰ سال و ۲۳.۴۸٪ بالای ۵۰ سال سن داشته‌اند. نتایج نشان می‌دهد از ۱۱۵ مشارکت‌کننده در تحقیق، ۳۶.۵۲٪ افراد دارای جنسیت زن و ۶۳.۴۸٪ افراد دارای جنسیت مرد بوده‌اند.

^۱ One Sample T-Test

۷۶... پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال شانزدهم، شماره دوم، تابستان ۱۴۰۱

جدول ۱: آمار توصیفی پژوهش

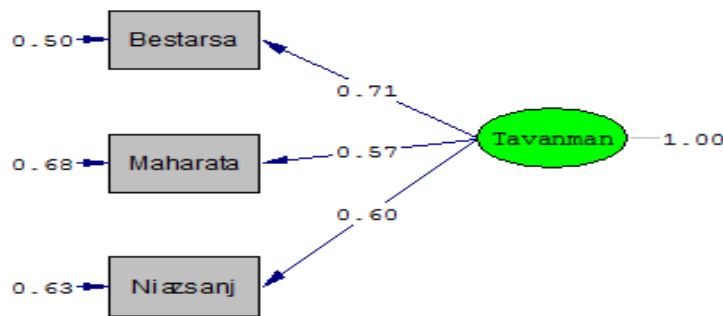
درصد فراوانی	تعداد	متغیرها	
		سطح تحصیلات	متغیرها
۱۶.۵۲	۱۶	فوق لیسانس	سطح تحصیلات
۸۳.۴۸	۸۳	دکتری و بالاتر	
۲۴.۳۵	۲۴	کمتر از ۱۰ سال	سابقه کاری
۴۲.۶۱	۴۲	۱۰ تا ۲۰ سال	
۳۳.۰۴	۳۳	بالاتر از ۲۰ سال	
۶.۹۶	۷	بین ۲۰-۳۰ سال	رده سنی پاسخگویان
۳۱.۳۰	۳۱	بین ۳۰-۴۰ سال	
۳۸.۲۶	۳۸	بین ۴۰-۵۰ سال	
۲۳.۴۸	۲۳	بیشتر از ۵۰ سال	
۳۶.۵۲	۳۶	زن	جنس
۶۳.۴۸	۶۳	مرد	
۱۰۰.۰۰	۱۱۵	مجموع	

یافته‌های استنباطی

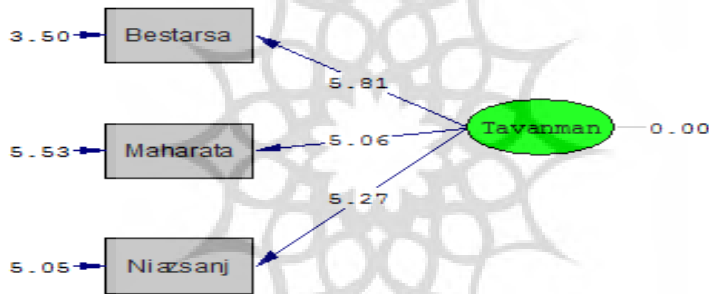
در این پژوهش به منظور تحلیل عاملی تاییدی مرتبه اول که مربوط به نحوه تفکیک و تعلق مولفه‌ها به ابعاد است از تحلیل عاملی تاییدی مرتبه اول در نرم افزار Lisrel استفاده شد. در ادامه به منظور بررسی نحوه تعلق مولفه‌ها به ابعاد و همچنین نحوه تعلق ابعاد به مفهوم اصلی یعنی دانشگاه کارآفرین از تحلیل عاملی مرتبه دوم در نرم افزار Lisrel استفاده شده است که در ادامه به تفکیک بیان می‌شوند.

- بعد توانمندسازی دانشگاه کارآفرینی اجتماعی
- نتایج حاصل از برازش مدل معادلات ساختاری در حالت استاندارد و معناداری به ترتیب در نمودارهای (۱) و (۲) نشان داده شده است.

مسئولیت پذیری اجتماعی دانشگاه: ارائه الگوی اثربخشی دانشگاه در توسعه کارآفرینی اجتماعی ۷۷



Chi-Square=0.00, df=0, P-value=1.00000, RMSEA=0.000



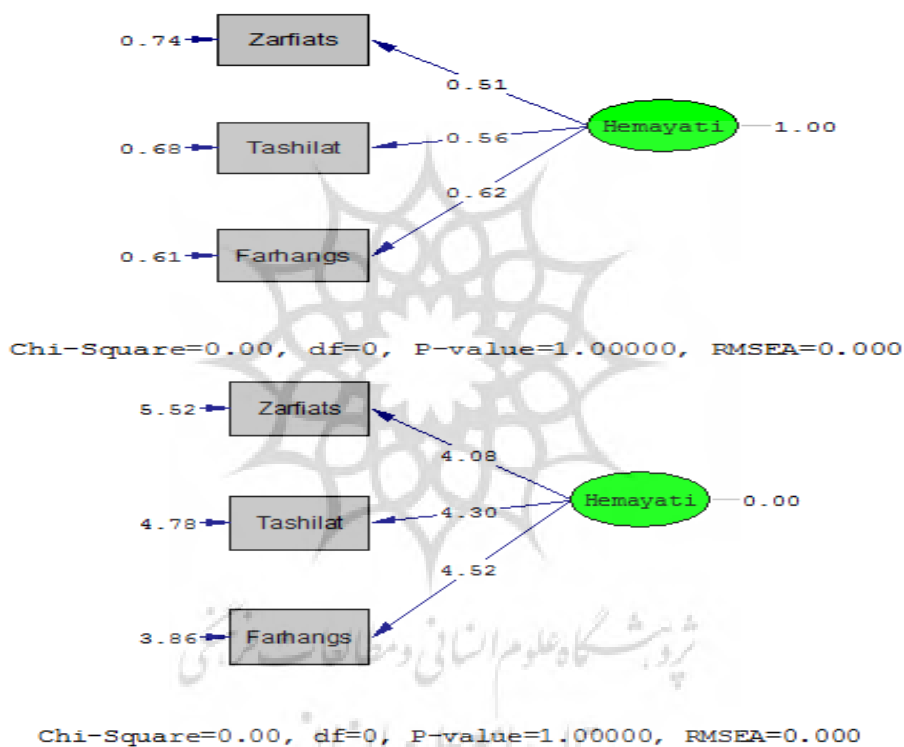
Chi-Square=0.00, df=0, P-value=1.00000, RMSEA=0.000

نمودار (۱): نمودار تحلیل مسیر در حالت تخمینی استاندارد نمودار (۲): نمودار تحلیل مسیر در حالت معناداری

با توجه به نتایج، آماره آزمون مربوط به سوالات تحقیق بزرگتر از مقدار بحرانی $(t_{0.05} = 1/96) \cdot 0/05$ می باشند و در نتیجه می توان گفت که کلیه مولفه های در نظر گرفته شده به عنوان مولفه های بعد توانمندسازی دانشگاه کارآفرین مورد تایید قرار گرفتند.

• بعد حمایتی دانشگاه کارآفرینی اجتماعی

نتایج حاصل از برازش مدل معادلات ساختاری در حالت استاندارد و معناداری به ترتیب در نمودارهای (۳) و (۴) نشان داده شده است.

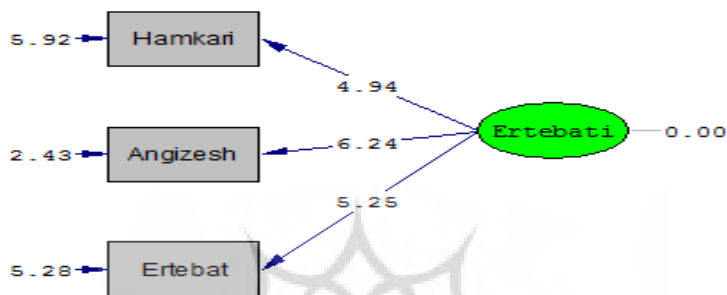


نمودار (۳): نمودار تحلیل مسیر در حالت تخمینی استاندارد نمودار (۴): نمودار تحلیل مسیر در حالت معناداری

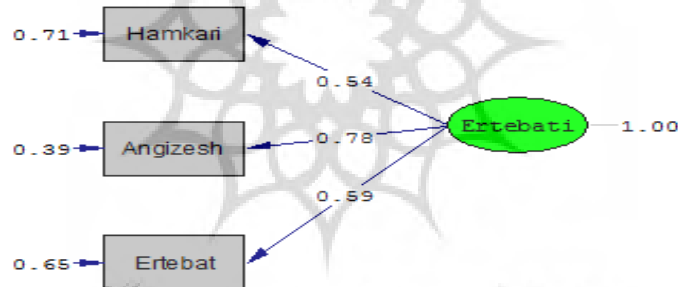
با توجه به نتایج، آماره آزمون مربوط به سوالات تحقیق بزرگتر از مقدار بحرانی $(t_{0.05/96}=1.96)$ می‌باشند و در نتیجه می‌توان گفت که کلیه مولفه‌های در نظر گرفته شده به عنوان مولفه‌های بعد

مسئولیت پذیری اجتماعی دانشگاه: ارائه الگوی اثربخشی دانشگاه در توسعه کارآفرینی اجتماعی ۷۹

حمایتی دانشگاه کارآفرین مورد تایید قرار گرفتند. نتایج حاصل از برازش مدل معادلات ساختاری در حالت استاندارد و معناداری به ترتیب در نمودارهای (۵) و (۶) نشان داده شده است.



Chi-Square=0.00, df=0, P-value=1.00000, RMSEA=0.000



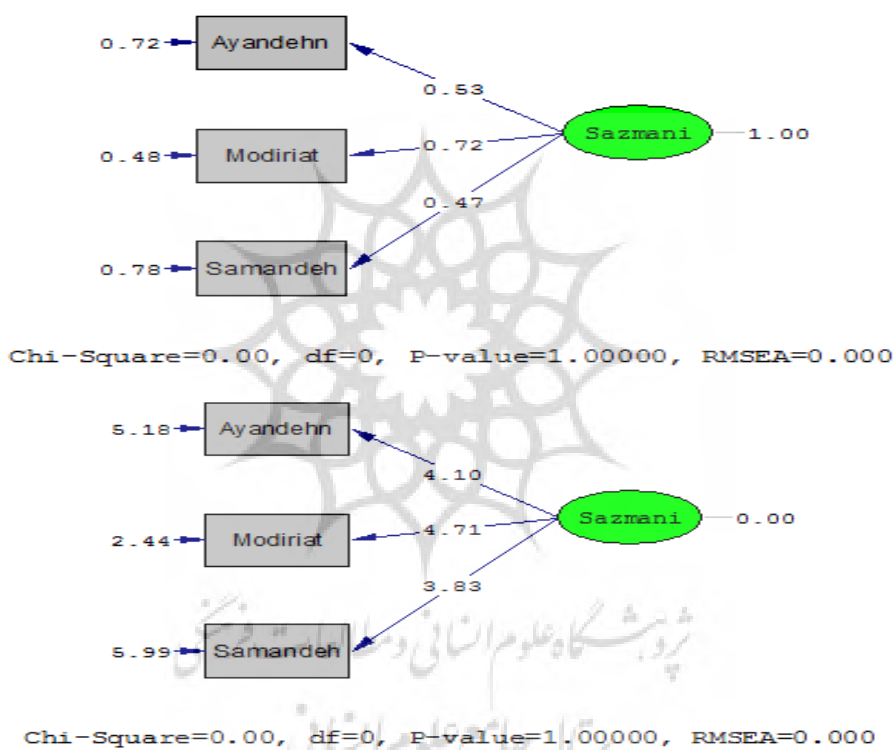
Chi-Square=0.00, df=0, P-value=1.00000, RMSEA=0.000

نمودار (۵): نمودار تحلیل مسیر در حالت تخمینی استاندارد نمودار (۶): نمودار تحلیل مسیر در حالت معناداری

با توجه به نتایج، آماره آزمون مربوط به سوالات تحقیق بزرگتر از مقدار بحرانی $(t_{0.05} = 1.96)$ می‌باشند و در نتیجه می‌توان گفت که کلیه مولفه‌های در نظر گرفته شده به عنوان مولفه‌های بعد ارتباطی دانشگاه کارآفرین مورد تایید قرار گرفتند.

• بعد سازمانی دانشگاه کارآفرینی اجتماعی

نتایج حاصل از برازش مدل معادلات ساختاری در حالت استاندارد و معناداری به ترتیب در نمودارهای (۷) و (۸) نشان داده شده است.



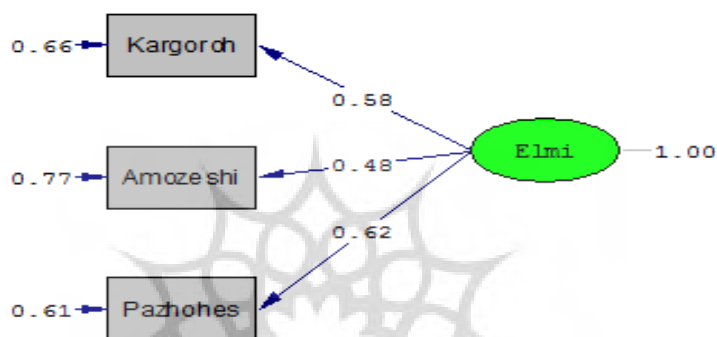
نمودار (۷): نمودار تحلیل مسیر در حالت تخمینی استاندارد نمودار (۸): نمودار تحلیل مسیر در حالت معناداری

با توجه به نتایج، آماره آزمون مربوط به سوالات تحقیق بزرگتر از مقدار بحرانی $(t_{0.05/95}=1/96) \cdot 0/05$ می‌باشند و در نتیجه می‌توان گفت که کلیه مولفه‌های در نظر گرفته شده به عنوان مولفه‌های بعد سازمانی دانشگاه کارآفرینی مورد تایید قرار گرفتند.

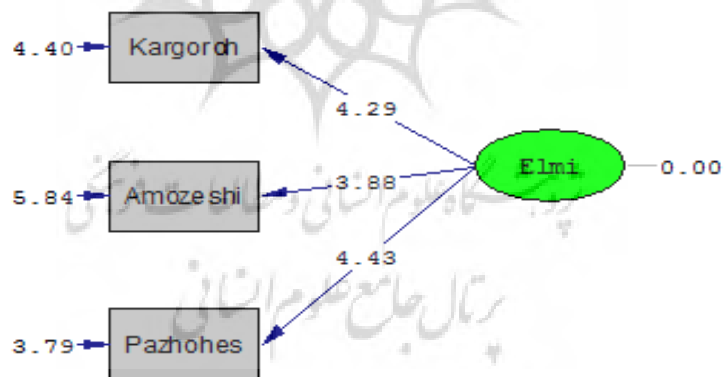
مسئولیت پذیری اجتماعی دانشگاه: ارائه الگوی اثربخشی دانشگاه در توسعه کارآفرینی اجتماعی ۸۱

• بعد علمی دانشگاه کارآفرینی اجتماعی

نتایج حاصل از برازش مدل معادلات ساختاری در حالت استاندارد و معناداری به ترتیب در نمودارهای (۹) و (۱۰) نشان داده شده است.



Chi-Square=0.00, df=0, P-value=1.00000, RMSEA=0.000



Chi-Square=0.00, df=0, P-value=1.00000, RMSEA=0.000

نمودار (۹): نمودار تحلیل مسیر در حالت تخمینی استاندارد نمودار (۱۰): نمودار تحلیل مسیر در حالت معناداری

با توجه به نتایج، آماره آزمون مربوط به سوالات تحقیق بزرگتر از مقدار بحرانی $0/05$ ($t_{0/05=1/96}$) می‌باشند و در نتیجه می‌توان گفت که کلیه مولفه‌های در نظر گرفته شده به عنوان مولفه‌های بعد علمی دانشگاه کارآفرینی اجتماعی مورد تایید قرار گرفتند. در بخش نتایج تحلیل عاملی مرتبه دوم به منظور بررسی میزان تعلق ابعاد به شاخص اصلی دانشگاه کارآفرینی اجتماعی از مدل معادلات ساختاری در نرم افزار Lisrel استفاده شد. بدین منظور از قابلیت تحلیل عاملی مرتبه دوم در این نرم افزار بهره گرفته شد. نتایج مربوط به نیکویی برازش مدل برازش داده شده در جدول ۲ نشان داده شده‌اند.

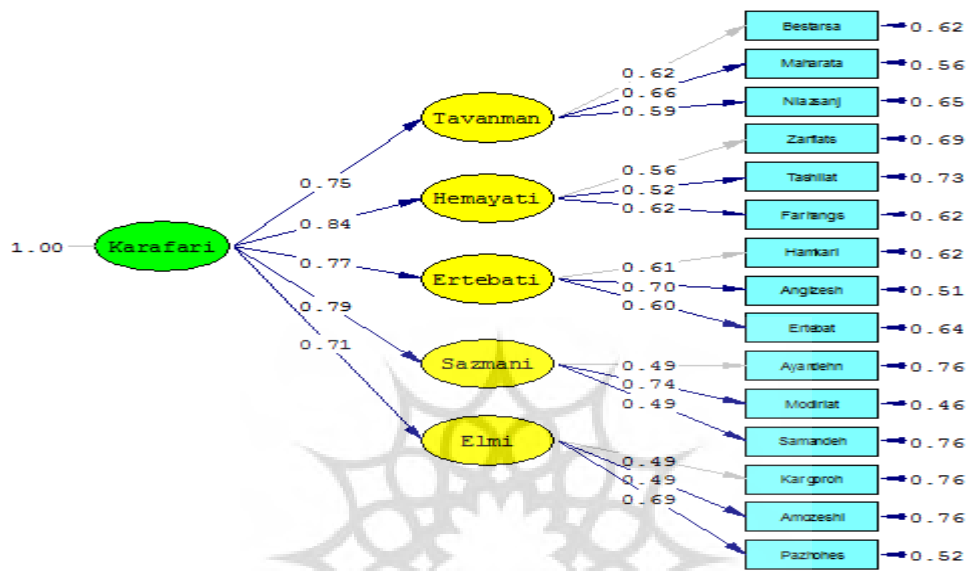
جدول ۲: نتایج نیکویی برازش مدل

RMSEA	P-Value	χ^2	AGFI	GFI	RMR
۰.۰۰۰	۰.۶۹۳	۷۷.۹۴	۰.۹۰	۰.۹۲	۰.۰۳۸

سطح معناداری آزمون خی-دو که اشیاع بودن مدل ساختاری را مورد آزمون قرار می‌دهد برای این مدل، بزرگتر از خطای نوع اول $0/05$ بدست آمده و در نتیجه می‌توان در این سطح خطا پذیرفت که مدل برازش داده شده، تمامی ارتباطات معنادار بین متغیرها و شاخص‌های آنها را در بر گرفته است و در سطح خطای $0/05$ مدل اشیاع در نظر گرفته می‌شود. اشیاع بودن مدل، نشان از عدم وجود ارتباطات معنادار دیگر در مدل دارد.

همچنین شاخص‌های نیکویی برازش GFI و $AGFI$ در این مدل بزرگتر از مقدار قراردادی $0/9$ برآورد شده‌اند که نشان از توان بالای مدل در تبیین ارتباط بین متغیرهای مزبور دارد. همچنین شاخص‌های RMR و $RMSEA$ که مربوط به مقدار خطای مدل مربوطه در پیش بینی مقادیر صحیح مشاهدات می‌باشد، مقادیر کوچکی بوده‌اند که نزدیکی آنها به صفر نشان دهنده خطای اندک مدل در تبیین ارتباطات می‌باشد. در نتیجه نتایج مدل قابل استناد و معتبر می‌باشد و مدل به نیکویی برازش یافته است. نمودار مدل معادلات ساختاری آزمون شده به منظور شناسایی مدل دانشگاه کارآفرینی اجتماعی برای حالت تخمینی استاندارد و برای حالت معناداری در نمودارهای (۱۱) و (۱۲) نشان داده شده است.

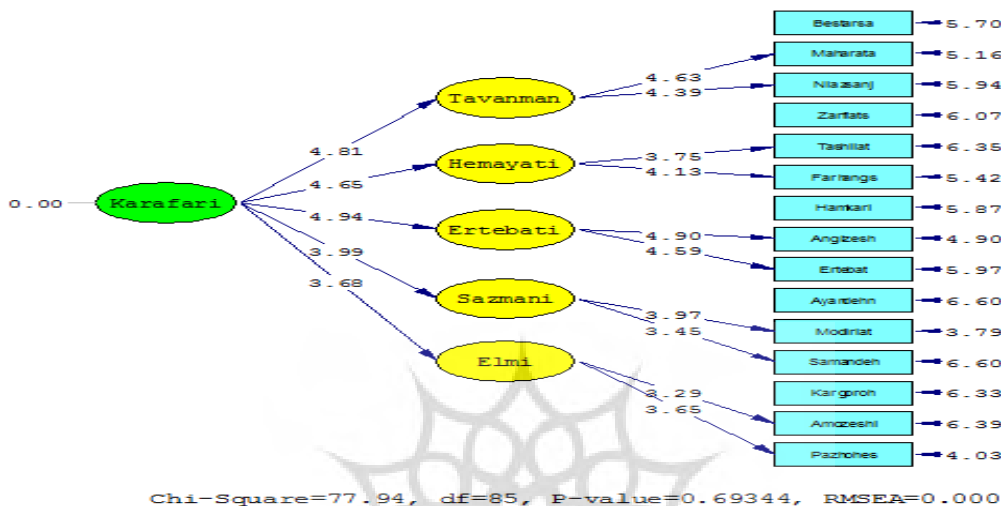
مسئولیت پذیری اجتماعی دانشگاه: ارائه الگوی اثربخشی دانشگاه در توسعه کارآفرینی اجتماعی ۸۳



Chi-Square=77.94, df=85, P-value=0.69344, RMSEA=0.000

نمودار (۱۱): مدل معادلات ساختاری آزمون شده به منظور شناسایی مدل دانشگاه کارآفرینی اجتماعی در حالت تخمینی استاندارد

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
 رتال جامع علوم انسانی



Chi-Square=77.94, df=85, P-value=0.69344, RMSEA=0.000

نمودار (۱۲) مدل معادلات ساختاری آزمون شده به منظور شناسایی مدل دانشگاه کارآفرینی اجتماعی در حالت معناداری

با توجه به نتایج بدست آمده از مدل معادلات ساختاری در نرم افزار Lisrel شاهد این بودیم که کلیه روابط عاملی در نظر گرفته شده دارای مقدار آماره آزمون بزرگتر از ۱.۹۶ بوده و تعلق مولفه‌ها به ابعاد و تعلق ابعاد به مفهوم اصلی یعنی مدل دانشگاه کارآفرینی اجتماعی مورد تایید قرار گرفته است. در بین ابعاد تایید شده مدل دانشگاه کارآفرینی اجتماعی، بعد حمایتی دانشگاه کارآفرینی اجتماعی با بار عاملی ۰.۸۴، بعد سازمانی دانشگاه کارآفرین با بار عاملی ۰.۷۹، بعد ارتباطی دانشگاه کارآفرینی اجتماعی با بار عاملی ۰.۷۷، بعد توانمندسازی دانشگاه کارآفرینی اجتماعی با بار عاملی ۰.۷۵، بعد علمی دانشگاه کارآفرینی اجتماعی با بار عاملی ۰.۷۱، و به ترتیب میزان تعلق بیشتری نسبت به سایر ابعاد به مفهوم مدل دانشگاه کارآفرینی اجتماعی داشته‌اند.

جدول ۳: نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای

نتیجه ارزیابی	نتایج آزمون تی		انحراف معیار	میانگین	متغیرهای تحقیق
	سطح معناداری	آماره تی			
خوب	.000	9.319	.72382	3.6290	بستر سازی
خوب	.001	3.348	.77437	3.2417	مهارت آموزی
متوسط	.065	1.865	.71417	3.1242	نیازسنجی
خوب	.000	5.444	.78223	3.3971	ظرفیت سازی
خوب	.000	4.322	.75518	3.3043	تسهیلات
خوب	.000	8.643	.81282	3.6551	فرهنگ سازی
خوب	.000	7.933	.81989	3.6065	همکاری
خوب	.000	4.758	.83627	3.3710	انگیزش
خوب	.000	5.864	.73680	3.4029	ارتباط تجاری
خوب	.000	4.063	.81855	3.3101	آینده نگری
خوب	.000	10.835	.80212	3.8104	مدیریتی
خوب	.000	8.321	.72839	3.5652	ساماندهی
خوب	.000	7.016	.82068	3.5370	تشکیل کارگروه علمی
خوب	.000	6.696	.80771	3.5043	هدایت آموزشی
خوب	.000	9.942	.80190	3.7435	هدایت پژوهشی

اکنون با توجه به نتیجه آزمون تی، در صورتی که مقدار میانگین شاخص مورد مطالعه از مقدار ۳ بزرگتر شده باشد و مقدار سطح معناداری (Sig) کمتر از ۰/۰۵ شده باشد، می‌توان گفت شفافیت در مورد شاخص مورد مطالعه مثبت و مطلوب ارزیابی شده است، در صورتی که مقدار میانگین شاخص مورد مطالعه از مقدار ۳ کوچکتر شده باشد و مقدار سطح معناداری (Sig) کمتر از ۰/۰۵ شده باشد، می‌توان گفت شاخص مورد مطالعه منفی و نامطلوب ارزیابی شده است و در صورتی که مقدار سطح معناداری (Sig) بیشتر از ۰/۰۵ شده باشد، می‌توان گفت شاخص مورد مطالعه متوسط ارزیابی شده است. نتیجه ارزیابی تمامی ابعاد مولفه‌ها و شاخص‌ها در ستون آخر ذکر شده است. با توجه به نتایج بدست آمده، همه مولفه‌ها بجز مولفه نیازسنجی در وضعیت خوب و مولفه نیازسنجی در وضعیت متوسطی قرار دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

ابعاد توانمندسازی، مسئولیت‌پذیری، ارتباطی، سازمانی و علمی به عنوان ابعاد ابعاد دانشگاه کارآفرینی اجتماعی شناخته شده و به ترتیب بیشترین اهمیت را در بین ابعاد شناسایی شده دارند. در بین ابعاد شناسایی شده بعد حمایتی دانشگاه کارآفرینی اجتماعی با بار عاملی ۰.۸۴، بعد سازمانی دانشگاه کارآفرینی اجتماعی با بار عاملی ۰.۷۷، بعد ارتباطی دانشگاه کارآفرینی اجتماعی با بار عاملی ۰.۷۵، بعد علمی دانشگاه کارآفرینی اجتماعی با بار عاملی ۰.۷۱، و به ترتیب میزان تعلق بیشتری نسبت به سایر ابعاد به مفهوم مدل دانشگاه کارآفرینی اجتماعی داشته‌اند. نتایج حاصل از این پژوهش با نتایج تحقیقات رحمانی و همکاران از بعد سازمانی همسو می‌باشد. رحمانی و همکاران در سال ۱۳۹۷ در پژوهشی با عنوان بررسی و تبیین ویژگی‌های دانشگاه کارآفرینی اجتماعی به عنوان دانشگاه نسل سوم و ارابه مدلی برای آن، بیان داشتند از آنجا که اکثریت دانشگاه‌ها در تطابق با مولفه‌های کارآفرینی، ضعیف و درحد دانشی و هنجاری هستند، با اینکه جامعه ما نیز به لحاظ داشتن دانشگاه‌های متعدد، دارای ظرفیت بسیار بالایی جهت استفاده از مزایای دانشگاهی از جمله نیروی انسانی متخصص و متعهد به خصوص پرسنل کارآفرینی اجتماعی اعضای هیات علمی برای توسعه بیشتر در ابعاد مختلف می‌باشد. همچنین نتایج این پژوهش با نتایج تحقیقات فرامرزی نیا و همکاران در سال ۱۳۹۶ از بعد علمی و ارتباطی همسو می‌باشد. فرامرزی نیا و همکاران در سال ۱۳۹۶ در مقاله خود با کنکاشی منظم در زمینه‌ی سیر تحول و تکامل مدل‌های دانشگاهی، به بررسی علل و عوامل تبدیل دانشگاه‌ها به دانشگاه کارآفرینی اجتماعی پرداخته و با بررسی مدل‌ها، ویژگی‌ها و مولفه‌های نظریه‌های دانشگاه کارآفرینی اجتماعی، درصدد است درک و شناخت بیشتری از این مفهوم ارابه نماید. نتایج این پژوهش با نتایج تحقیقات بهزادی و همکاران (۱۳۹۳) همسو می‌باشد. بهزادی و همکاران (۱۳۹۳) انجام شد چنین استنتاج می‌شود، الگوی دانشگاه کارآفرینی اجتماعی از منظر کارآفرینی سازمان شامل مؤلفه‌های کیفیت دانش‌آموختگان، انتشار یافته‌های علمی، جذب منابع مالی، قراردادهای پژوهشی، ثبت اختراع، ایجاد کسب و کارهای زایشی، ایجاد پارک علم و فناوری، فرهنگ سازمانی کارآفرینانه، ساختار سازمانی منعطف، رویکرد کارآفرینانه‌ی

مسئولیت پذیری اجتماعی دانشگاه: ارائه الگوی اثربخشی دانشگاه در توسعه کارآفرینی اجتماعی۸۷

اساتید، مدیریت کلان، محتوای دروس و ویژگی های دانشجویان است. نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش های صمدی میارکلانی و همکاران در سال (۱۳۹۳) نیز از بعد سازمانی همسو می باشد. صمدی میارکلانی و همکاران در سال (۱۳۹۳) به این نتیجه رسیدند، شاخص های دانشگاه کارآفرینی اجتماعی در دانشگاه مازندران مؤلفه های چشم انداز، مأموریت و استراتژی دانشگاه، حاکمیت و اداره ی دانشگاه، ساختار و طرح سازمانی، چند رشته ای، قدرت نفوذ و استفاده از منابع متنوع، مدیریت ذی نفعان و ارزش های جامعه دانش آموختگان، انتقال دانش، مرکز رشد تامین مالی در شرکت های مشتق از دانشگاه، بین المللی سازی و در نهایت آموزش کارآفرینانه و آموزش سرمایه گذاری در سطح نامناسبی قرار دارد.

مؤلفه های بسترسازی کارآفرینی اجتماعی، مهارت آموزی کارآفرینی اجتماعی، نیازسنجی کارآفرینی اجتماعی، ظرفیت سازی کارآفرینی اجتماعی، تسهیلات کارآفرینی اجتماعی، فرهنگ سازی کارآفرینی اجتماعی، همکاری کارآفرینی اجتماعی، انگیزش کارآفرینی اجتماعی، ارتباط تجاری کارآفرینی اجتماعی، آینده نگری کارآفرینی اجتماعی، مؤلفه مدیریتی کارآفرینی اجتماعی، ساماندهی کارآفرینی اجتماعی، تشکیل کارگروه علمی کارآفرینی اجتماعی، هدایت آموزشی کارآفرینی اجتماعی و هدایت پژوهشی کارآفرینی اجتماعی به عنوان مؤلفه های دانشگاه کارآفرینی اجتماعی شناخته شدند و به ترتیب بیشترین اهمیت را در بین مؤلفه های شناسایی شده دارند. در بین مؤلفه های دانشگاه کارآفرینی اجتماعی از بعد توانمندسازی مؤلفه های مهارت آموزی، بسترسازی و نیازسنجی به ترتیب در اولویت بالاتری قرار داشتند. در بعد حمایتی مؤلفه های فرهنگ سازی، ظرفیت سازی و تسهیلات به ترتیب در اولویت بالاتری قرار داشتند. از بعد ارتباطی مؤلفه های انگیزش، همکاری و ارتباطات تجاری به ترتیب در اولویت بالاتری قرار داشتند. از بعد سازمانی مؤلفه های مدیریتی، آینده نگری و ساماندهی به ترتیب در اولویت بالاتری قرار داشتند. از بعد علمی مؤلفه های هدایت پژوهشی، هدایت آموزشی و تشکیل کارگروه علمی به ترتیب در اولویت بالاتری قرار داشتند. نتایج حاصل از این پژوهش با نتایج تحقیقات فرامرزی نیا و همکاران در سال ۱۳۹۶ از بعد مهارت های آموزشی، حمایتی، ارتباط تجاری و فرهنگ سازی همسو می باشد. فرامرزی نیا و همکاران در سال ۱۳۹۶ در مقاله خود با

کنکاشی منظم در زمینه‌ی سیر تحول و تکامل مدل‌های دانشگاهی، به بررسی علل و عوامل تبدیل دانشگاه‌ها به دانشگاه کارآفرینی اجتماعی پرداخته و با بررسی مدل‌ها، ویژگی‌ها و مولفه‌های نظریه‌های دانشگاه کارآفرینی اجتماعی، درصدد است درک و شناخت بیشتری از این مفهوم ارایه نماید. نتایج این پژوهش با نتایج تحقیقات عسکری رحمت‌آباد و همکاران (۱۳۹۶)، در مولفه‌های سازمانی، حمایتی، انگیزشی همسو می‌باشد. عسکری رحمت‌آباد و همکاران (۱۳۹۶)، "الگوی بهره‌گیری از عوامل پیشبرنده و بازدارنده‌ها در شکل‌گیری دانشگاه کارآفرینی اجتماعی در ایران" پرداختند. نتایج حاصل از این پژوهش با نتایج تحقیقات الوارز-ریسکو و همکاران (۲۰۲۱) و بهزادی و همکاران (۱۳۹۳) در مولفه‌های فرهنگ‌سازی، ارتباط تجاری، مدیریتی، هدایت پژوهشی همسو می‌باشد. الوارز-ریسکو و همکاران (۲۰۲۱)، مطالعه‌ای با هدف عوامل موثر بر تمایل به کارآفرینی سبز در دانشگاه انجام دادند. نتایج تحقیقات چو و همکاران (۲۰۲۱) و کردنائیج و همکاران (۱۳۹۱) در شاخص‌های فرهنگ سازمانی، آینده‌نگری، ایجاد توان مالی در دانشجویان همسو می‌باشد. چو و همکاران (۲۰۲۱) مطالعه‌ای با هدف عوامل موثر بر رفتار سبز کارکنان انجام دادند. همچنین نتایج این پژوهش با نتایج تحقیقات لو (۲۰۲۱) در شاخص‌های ایجاد شرکت‌های دانش‌بنیان، تجاری‌سازی، حمایت از خلاقیت و نوآوری همسو می‌باشد. لو (۲۰۲۱) پژوهشی با هدف بررسی رابطه بین جهت‌گیری کارآفرینانه سبز و رفتار سبز کارکنان انجام داد.

مسئولیت پذیری اجتماعی دانشگاه: ارائه الگوی اثربخشی دانشگاه در توسعه کارآفرینی اجتماعی ۸۹

منابع

- اقبال اول، فرزانه؛ هویدا، رضا و سیادت، سید علی . (۱۳۹۲). ویژگی دانشگاه کارآفرین و نقش آن در آموزش و توسعه منابع انسانی. همایش ملی دانشگاه کارآفرین، صنعت دانش محور. بابلسر، دانشگاه مازندران.
- بهزادی، نازنین؛ رضوی، سیدمصطفی؛ حسینی، سیدرسول. (۱۳۹۳). طراحی الگوی مفهومی دانشگاه کارآفرین با رویکرد کارآفرینی سازمانی، توسعه کارآفرینی، دوره ۷، شماره ۴، ۶۹۷-۷۱۳
- زارع یکتا، هادی؛ حجازی، سیدمحمدرضا؛ (۱۳۹۰)، طراحی نظام ارزیابی عملکرد تجاری سازی تحقیقات دانشگاهی، توسعه کارآفرینی، ۱۲ (۳)، ۱۶۴-۱۴۵.
- شریف زاده، فتاح؛ رضوی، سیدمصطفی، زاهدی، شمس السادات. نجاری، رضا. (۱۳۸۸) طراحی و تبیین الگوی عوامل مؤثر بر کارآفرینی دانشگاهی (مطالعه موردی دانشگاه پیام)، توسعه کارآفرینی، ۲ (۶)، ۶۱۱-۵۸۹
- صمدی میار کلانتری، حسین. آقاجانی، حسنعلی. صمدی میار کلانتری، حمزه. (۱۳۹۳). ارزیابی شاخص های دانشگاه کارآفرین در دانشگاه مازندران بر اساس روش فازی، پژوهشنامه توسعه کارآفرینی، ۷(۲): ۳۶۹-۳۸۸
- عسکری رحمت اباد، محمدحسین؛ صفری، سعید؛ کشاورزی، علی حسین؛ (۱۳۹۲). "الگوی بهره گیری از عوامل پیش برنده و بازدارنده ها در شکل گیری دانشگاه کارآفرین در ایران"، مطالعات مدیریت راهبردی، بهار ۱۳۹۳، دوره ۵، شماره ۱ (مسلول ۱۷)؛ از صفحه ۷۵ تا صفحه ۹۴.
- فرامرزی نیا، ضرغام. فرهادی راد، حمید. (۱۳۹۳)، مفاهیم و ضرورت دانشگاه کارآفرین و ارائه مدل نظری سنجش دانشگاه کارآفرین در دانشگاه شهید چمران اهواز، همایش بین المللی مدیریت، تهران، موسسه سفیران فرهنگی مبین، کردناهیچ، اسدا...، احمدی، پرویز، قربانی، زهرا؛ نیاکان لاهیجی؛ نازیلا. (۱۳۹۱)، ویژگی های دانشگاه کارآفرین در دانشگاه کارآفرین، بررسی مدیریت توسعه کارآفرینی پاییز، ۱۳۹۱ دوره پنجم - شماره ۳، ۴۷-۶۴
- باقری، محمد هادی؛ عبدالوند، محمدعلی؛ طیبی، سید جمال الدین؛ خدایاری، بهناز (۱۳۹۹)، طراحی الگو مسئولیت اجتماعی در کارآفرینی با استفاده از روش فراترکیب، فصلنامه توسعه کارآفرینی، شماره بهار، ۱۳۹۹، دوره ۱۳، شماره ۱، صص ۴۱-۶۰.
- یحیی پور، امید. قاسم نژاد، مریم. (۱۳۹۱). بسترسازی فرهنگی در دانشگاه کارآفرین، کار و جامعه، فروردین ۱۳۹۱، شماره ۱۴۲ (۷ صفحه - از ۵۱ تا ۵۷)
- Alvarez-Risco, A., Mlodzianowska, S., García-Ibarra, V., Rosen, M. A., & Del-Aguila-Arcenales, S. (2021). Factors Affecting Green Entrepreneurship Intentions in Business University Students in COVID-19 Pandemic Times: Case of Ecuador. *Sustainability*, 13(11), 6447.
- Baron, D. P. (2007). Corporate social responsibility and social entrepreneurship. *Journal of Economics & Management Strategy*, 16(3), 683-717.

- Basci, E. & R. Alkan. (2015). Entrepreneurship Education at Universities: Suggestion for A Model Using Financial Support. World Conference on Technology, Innovation and Entrepreneurship. 195. pp 656 – 661.
- Chell, E., Spence, L. J., Perrini, F. , & Harris, J. D. (2020). Social entrepreneurship and business ethics: Does social equal ethical? Journal of business ethics, 133(4), 619-625.
- Chanphirun, S. Sijde, P, V, D. (2014). Understanding the concept of the entrepreneurial university from the perspective of higher education models. High Educ. P 1-23.
- Cho, M., & Yoo, J. J. E. (2021). Customer pressure and restaurant employee green creative behavior: serial mediation effects of restaurant ethical standards and employee green passion. International Journal of Contemporary Hospitality Management.
- Clark, B. (2001). "The Entrepreneurial University: New Foundations for Collegiality, Autonomy, and Achievement". In OECD. Higher Education Management: Education and Skills. Journal of the Programme on Institutional Management in Higher Education, 13 (2): 9-24.
- Clark, B. R. (1998). Creating entrepreneurial universities: organizational pathways of transformation. New York: Pergamon. Retrieved 2014, Nov. 6.
- Ebrashi, R. E. (2021). Social entrepreneurship theory and sustainable social impact. Social Responsibility Journal, 9(2), 188-209.
- Etzkowitz, H. (2003). " Research Groups as Quasi- Firms: The Invention of the Entrepreneurial University, Research Policy, Vol.3, pp.109-121.
- Gibb, A., (2004), In pursuit of a new enterprise and entrepreneurship paradigm for learning: creative deconstruction, new values, new ways of doing things and new combinations of knowledge. International Journal of Management Reviews, 4(3): pp.233-269.
- Gras, J., Ciurana, J., & Tadeo., L. (2005). Indicators of Academic Entrepreneurship: Monitoring determinants, start- up activity and wealth creation, EU-European Union.
- Guerrero, M., Urbano, D., Fayolle, A., Klofsten, M., & Mian, S. (2016). Entrepreneurial universities: emerging models in the new social and economic landscape, Small Business Economics, 1-13,
- Henderson, D., R. (2007). The Concise Encyclopedia of Economic, California: Liberty Fund.
- Longo, M. , Mura, M. , & Bonoli, A. (2015). Corporate social responsibility and corporate performance: the case of Italian SMEs. Corporate Governance: The international journal of business in society.
- Luu, T. T. (2021). Green creative behavior in the tourism industry: the role of green entrepreneurial orientation and a dual-mediation mechanism. Journal of Sustainable Tourism, 29(8), 1290-1318.

- Moradi Deluyi, A. H. M., Rashed, F., Sofian, S., & Daud, K. (2014). Measurement Efficiency of Entrepreneurial Universities by Using Mathematical Programming (DEA) Approach. *Jurnal Teknologi*, 69(6).
- Nga, J. K. H., & Shamuganathan, G. (2022). The influence of personality traits and demographic factors on social entrepreneurship start up intentions. *Journal of business ethics*, 95(2), 259-282.
- Secundo, G., & Elia, G. (2014). A performance measurement system for academic entrepreneurship: a case study. *Measuring Business Excellence*, 18(3), 23-37.
- Seelos, C. , & Mair, J. (2019). Social entrepreneurship: Creating new business models to serve the poor. *Business horizons*, 48(3), 241-246.
- Tony, Fu & Lai, Yu (2001). Toward a Theory of the Entrepreneurial State, *International Journal of Social Economics*, 28(9):203334.
- Trachtenberg, S. J., (2012), *The New Entrepreneurial University*, speech to the American Association of University Administrators, June.
- Zahra, S. A., & Wright, M. (2016). Understanding the social role of entrepreneurship. *Journal of Management Studies*, 53(4), 610-629.