

## تبیین عوامل محیطی اثرگذار بر دانشگاه کارآفرین در حوزه گردشگری<sup>۱</sup>

اسرافیل علا<sup>۱</sup>، جواد حانمی<sup>۲</sup>، امینه احمدی<sup>۳</sup>، حسنعلی آقاجانی<sup>۴</sup>

- ۱ دانشجوی دکتری مدیریت آموزش عالی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، تهران، ایران
- ۲ دانشیار برنامه ریزی درسی، دانشکده علوم دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران
- ۳ دانشیار مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، ایران
- ۴- استاد مدیریت کارآفرینی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران

چکیده	کلید واژه‌ها:
از آنجایی که صنعت گردشگری یک صنعت پویاست، نیازمند کارآفرینانی است تا فرصت‌ها و روش‌های خلاق را کشف و به اجرا درآورد. دانشگاه کارآفرین با بهره‌گیری از پتانسیل‌های موجود در دانشگاه به بهتر سازی و رشد کارآفرینی می‌پردازد و موجبات رشد و توسعه صنعت گردشگری را پدید می‌آورد. هدف تحقیق حاضر تبیین روابط ساختاری عوامل محیطی اثرگذار بر دانشگاه کارآفرین در حوزه گردشگری با رویکرد بلوغ روانشناختی کارکنان مراکز علمی کاربردی استان مازندران می‌باشد. روش تحقیق از نوع توصیفی- پیمایشی و از نوع هدف در زمره تحقیقات کاربردی بوده و از آزمون معادلات ساختاری به وسیله نرم افزار لیزرل استفاده گردید. ابزار گردآوری داده‌ها در این پژوهش، پرسشنامه‌است بوده که در برگزیده عوامل محیطی اثرگذار بر دانشگاه کارآفرین فعال در حوزه گردشگری با رویکرد بلوغ روان شناختی کارکنان مراکز علمی کاربردی استان مازندران است. جامعه آماری مورد مطالعه کلیه کارکنان مراکز علمی کاربردی استان مازندرانست که تعداد نمونه بر اساس جدول مورگان تعیین و نهایتاً تعداد ۳۵۳ نفر در این تحقیق شرکت نموده‌اند. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان داده است که اولویت اثرگذاری متغیرها نیز عبارتند از: عوامل زیرساختی، عوامل اقتصادی کلان، ارزش‌ها و نگرش‌های اجتماعی و نهایتاً کیفیت مدیریت دولتی. به این ترتیب، تحقیق حاضر با فراتر رفتن از تحقیقات پیشین و دخالت مجموعه عوامل تاثیر گذار محیطی، توانست تبیین کاملی از عوامل تاثیر گذار بر دانشگاه کارآفرین در حوزه گردشگری ارائه دهد.	تاریخ دریافت: ۹۸/۰۳/۲۹ تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۵/۱۳ عوامل محیطی، دانشگاه کارآفرین، بلوغ روانشناختی، مراکز علمی کاربردی، کارآفرینی گردشگری.

### مقدمه

گردشگری به عنوان صنعتی که دائماً در معرض تغییرات محیطی از جمله تغییر در وجه تقاضا(بازار) است، به بستری مناسب برای ظهور و رشد کارآفرینی تبدیل شده‌است. رشد صنعت گردشگری و پتانسیل‌های این صنعت برای توسعه اقتصادی- اجتماعی و فرهنگی دیده‌گاهی مهمی در ادبیات گردشگری به‌شمار می‌روند(شارما<sup>۲</sup>، ۲۰۰۵، ۱۹۲). تیلور ویژگی تقاضای گردشگری را سرعت آن می‌داند و معتقد است بعد عرضه باید توانایی انطباق سریع با تغییرات بازار را داشته باشد؛ به عبارت دیگر وجود یک مکانسیم دریافت اطلاعات و ارزیابی وضعیت و واکنش نسبت به محیط در سیستم گردشگری الزامی است. بنابراین گردشگری به اندازه کافی جدید و آشفته بوده تا مورد توجه کارآفرینان قرار بگیرد(گان<sup>۳</sup>، ۲۰۰۰) توانایی کشف فرصت‌ها، تامین منابع مالی مورد نیاز، شناسایی اماکن و سایت‌های برتر، استخدام طراحان به منظور توسعه فیزیکی، تامین منابع مالی مورد نیاز برای مدیریت تاسیسات فیزیکی و خدماتی جهت توسعه گردشگری بسیار مهم است و توجه به وجود

<sup>۱</sup> مقاله حاضر بر گرفته از رساله دکتری تحت عنوان "ارائه مدل دانشگاه کارآفرین با رویکرد بلوغ روانشناختی و آمادگی ذهنی کارکنان" می‌باشد.

دانشگاه‌های کارآفرین در این صنعت را بیشتر می‌کند. کارآفرینی برای تامین تقاضاها و نیازهای سریع‌التغییر مشتریان گردشگری امری حیاتی می‌باشد و شاید این تنها راه آوردن محصولات نوآورانه و بدیع به بازار است تا بتوانند چشم مشتری مشکل‌پسند را بگیرند و دوام و بقای کسب و کارهای گردشگری را تامین نمایند.

مفهوم کارآفرینی ابتدا در سازمان‌های تولیدی و صنعتی مورد توجه و استفاده قرار گرفته، به سرعت وارد حیطه سایر سازمان‌های اجتماعی و خدماتی نیز گردید (جامسون<sup>۱</sup> و اودونل<sup>۲</sup>، ۲۰۱۵). در اینراستا، دانشگاه‌ها نیز به عنوان مهمترین مرکز تولید دانش و تأمین‌کننده نیاز نیروی انسانی متخصص، از جمله پیشنازترین چنین سازمان‌هایی به شمار می‌آیند (فیلپوت<sup>۳</sup>، همکاران، ۲۰۱۱). دانشگاه‌ها تحت تأثیر نیروهای بیرونی قدرتمندی همچون انفجار دانش، جهانی‌سازی، گسترش شبکه‌های ارتباطی و اطلاعاتی (ICT) جذب نخبگان و مغزها از سوی رقبا و ضرورت به کارگیری الگوهای نوین و غالب مدیریت و رهبری کارآفرین واقع هستند. لذا برآیند و تعامل این فشارهای درونی و بیرونی ایجاد تحولات بنیادین در ساختار و مدیریت دانشگاهی را ضروری و حیاتی نموده است (گوئررو<sup>۴</sup> و همکاران، ۲۰۱۴). کلارک<sup>۵</sup> (۱۹۹۸) معتقد است دانشگاه برای کار آفرین شدن باید فرهنگ کارآفرینانه را در خود نهادینه سازد. این امر از طریق شناسایی، حمایت و رشد استعدادهای خلاق، توسعه فرهنگ کاری و بلوغ روانشناختی در بینکارکنان، ایجاد و تقویت یادگیری سازمانی، ایجاد تحول در ارزش‌ها و ایجاد فرهنگ کار گروهی و ارتقا سطح مشارکت جمعی آنها صورت پذیرد (کالار<sup>۶</sup> و آنتونسیس<sup>۷</sup>، ۲۰۱۵). در این زمینه در کشورهای مختلف توجه خاصی به کارآفرینی و کارآفرینان گردشگری می‌شود و تقویت کارآفرینی و گردشگری و ایجاد بستر مناسب برای توسعه آن از ابزار پیشرفت و توسعه کشورهای به ویژه کشورهای در حال توسعه به شمار می‌آید؛ زیرا یک فعالیت با رویکرد کارآفرینانه منجر به توسعه اقتصادی، اجتماعی و محیطی (از جمله ایجاد اشتغال، نوآوری در فعالیت‌ها، رقابت‌پذیری، حفظ محیط زیست) می‌شود (افتخاری و همکاران، ۱۳۹۵: ۸۸).

بنابر این، با توجه به اهمیت گردشگری و کارآفرینی، توجه به دانشگاه‌های کارآفرین به منظور بهره‌برداری از ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های گردشگری در کشور در حال توسعه‌ای مانند ایران راهکاری برای دستیابی به توسعه پایدار به شمار می‌رود و با توجه به نقش واقعی و بالقوه دانشگاه‌ها در توسعه اقتصادی کشور، انباشته شدن حجم بالای اطلاعات و دانش در دانشگاه و رسوب دانش مزبور و بلا استفاده شدن آن، لزوم و اهمیت تغییر دانشگاه سنتی به دانشگاه با قابلیت‌های تجاری، هم‌افزایی دانشگاه و صنعت، اهمیت آموزش کارآفرینی و تربیت کارآفرینان به ویژه تحصیل‌کردگان این حوزه، پر کردن شکاف‌ها و نیازهای شغلی جامعه و اشتغال‌زایی، انجام پژوهشی در زمینه دانشگاه کارآفرین به ویژه در مراکز علمی کاربردی استان مازندران ضروری به نظر می‌رسد. عوامل محیطی بیرونی بستری است که عوامل فردی و سازمانی در درون آن قرار می‌گیرند و به علت داشتن نقش زمینه‌ساز، تسهیل‌کننده و انگیزاننده جایگاه مهمی در تجاری‌سازی نتایج پژوهشی دارد. بنابر این، با توجه به موارد مطرح شده، سوال اصلی این پژوهش این است که روابط ساختاری عوامل محیطی اثرگذار بر دانشگاه کارآفرین در حوزه گردشگری، با رویکرد بلوغ روانشناختی کارکنان مراکز علمی کاربردی استان مازندران، چگونه است؟

### مبانی نظری و پیشینه تحقیق

در مطالعه حاضر با سه مفهوم اساسی سر و کار داریم که در اینجا به تبیین نظری این مفاهیم می‌پردازیم. این سه مفهوم عبارتند از: کارآفرینی گردشگری، دانشگاه کارآفرین و بلوغ روانشناختی.

1. Jameson
2. O'Donnell
3. Philpott
4. Guerrero
- 5 Clark
6. Kalar
7. Antoncic

## الف. کارآفرینی گردشگری

کارآفرینی گردشگری، بسیاری از فعالیت‌های تجاری شرکت‌هایی را که در سطح اقتصاد خرد و کلان فعال هستند، در بر می‌گیرد؛ شرکت‌هایی که خدمات گردشگری فراوانی را مانند: هتل، حمل و نقل، خدمات، مواد غذایی، مهمانخانه، آژانس‌های مسافرتی، خدمات تور اپراتورها، اوقات فراغت، سرگرمی، باشگاه سلامتی و تناسب اندام، تولید و تجارت آثار هنری و صنایع دستی، گردشگری ورزشی، باغ موزه محلی و ... ارائه می‌دهند (روسو<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۱۲). باتوجه به اهمیت کارآفرینی در تولید ثروت و ویژگی گردشگری به عنوان ابزاری بالقوه برای توزیع و باز توزیع ثروت در تمامی سطوح جامعه، به نظر می‌رسد هم‌افزایی کارآفرینی در حوزه گردشگری بتواند به عنوان کمک موثری جهت توسعه و توانمند سازی جوامع میزبان قلمداد گردد. در دنیای امروز وجود عواملی همچون رشد فزاینده رقابت در سطح ملی و بین‌المللی، تغییرات سریع محیطی و تکنولوژیکی، لزوم توجه به افزایش نوآوری و خلاقیت، اثربخشی، بهره‌وری و ایجاد کسب و کارهای جدید باعث گردیده‌است که دولت‌ها به گونه‌ای اثربخش به موضوع کارآفرینی بپردازند (جامسون<sup>۲</sup> و اودونل<sup>۳</sup>، ۲۰۱۵). از منظر کارآفرینی، گردشگری بستر ویژه‌ای فراهم می‌کند که به نظر می‌رسد با بخش‌های دیگر از نظر شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه و فرآیند تبدیل آنها به محصولات و خدمات قابل مصرف گردشگری تفاوت دارد (آتلیجویک<sup>۴</sup> و پیچ<sup>۵</sup>، ۲۰۰۹). کارآفرینان گردشگری برقرارکننده تعادل هستند؛ یعنی از یک طرف تماس مستقیم و نزدیک با جوامع محلی و آداب و سنن در منطقه گردشگری برقرار می‌کنند و از طرف دیگر ممکن است منابع محلی باکیفیت بالا را به کالا و خدمات گردشگری تبدیل کنند (روسو و همکاران، ۲۰۱۲) طبق نظر چارلیزله و همکاران<sup>۶</sup> (۲۰۱۳) نوآوری و کارآفرینی ارزش لازم برای ترقی و کیفیت صنعت گردشگری را فراهم می‌کنند. در عمل گردشگری به شدت به کارآفرینی وابسته است و چنانچه پایدار و در حال کارآفرینانه نباشد امکان بقا نخواهد داشت (افتخاری و همکاران، ۱۳۹۵).

سجاسی قیداری و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهشی به سنجش و اولویت بندی راهبردهای توسعه کارآفرینی اکوتوریسم در روستاهای گردشگری رود دره‌ای (روستاهای واقع در مجاورت دره‌ها) استان تهران پرداخته‌اند. نتایج پژوهش نشان داد راهبرد "ارائه منابع و تسهیلات مالی و اعتباری کم‌بهره به روستاییان برای راه‌اندازی کسب و کارهایی در حوزه گردشگری روستا" دارای بالاترین اولویت به لحاظ برنامه‌ریزی برای توسعه کارآفرینی اکوتوریستی در منطقه است و تقویت این راهبرد برای توسعه کارآفرینی در روستاهای استان، مهمترین پیشنهاد محققان در مطالعه حاضر بوده‌است. نتایج مطالعه چاکرابورتی<sup>۷</sup> (۲۰۱۴) باهدف بررسی عوامل اقتصادی و اجتماعی موثر بر توسعه کارآفرینی در یکی از بخش‌های منطقه آسام در هند نشان داد سن، جنس و درآمد سالانه تأثیر مستقیمی را بر روی توسعه کارآفرینی در محدوده مورد مطالعه دارند.

## ب. دانشگاه کارآفرین

مفهوم دانشگاه کارآفرین در دو دهه اخیر به طور جدی مورد توجه صاحب نظران و نظریه پردازان حوزه آموزش عالی قرار داشته است. توجه به مفهوم کارآفرینی در دانشگاه‌های کشور نیز با ابلاغ طرح «کاراد» (کارآفرینی در دانشگاه‌ها) از سوی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری به دانشگاه‌ها از اواخر سال ۱۳۷۹ آغاز گردید. مفهوم کارآفرینی ابتدا در سازمان‌های تولیدی و صنعتی مورد توجه و استفاده قرار گرفته، به سرعت وارد حیطه سایر سازمان‌های اجتماعی و خدماتی نیز گردید (جامسون و اودونل، ۲۰۱۵).

1 Rusu  
2. Jameson  
3. O'Donnell  
4. Ateljjevic  
5. Pag  
6. Charlisle  
7 Chakraborty

کلارک (۱۹۹۸) معتقد است: دانشگاه برای کار آفرین شدن باید فرهنگ کارآفرینانه را در خود نهادینه سازد. این امر از طریق شناسایی، حمایت و رشد استعدادهای خلاق، توسعه فرهنگ کاری و بلوغ روانشناختی در بین اعضای سازمان (اعضای هیئت علمی و کارکنان)، ایجاد و تقویت یادگیری سازمانی، ایجاد تحول در ارزش‌ها و ایجاد فرهنگ کار گروهی و ارتقا سطح مشارکت جمعی آنها صورت پذیرد (کلارک و آنتونسیس، ۲۰۱۵). وان و جوینز معتقدند که دانشگاه کارآفرین باید به فنون و تجهیزات سخت افزاری و نرم افزاری نوین مجهز باشد و با به کارگیری فناوری‌های جدید برنامه‌ریزی، مدیریت، عملیات، کنترل و نظارت به عنوان یک آزمایشگاه بزرگ به سنجش مداوم انواع فرضیه‌های مدیریتی، آموزشی، پژوهشی، تولیدی و عملیاتی بپردازد (وان<sup>۱</sup> و جوینز<sup>۲</sup>، ۲۰۱۷). مرور تحقیقات داخلی و خارجی نشان می‌دهد: توجه به کارآفرینی و تجاری سازی نقش مهمی برای دانشگاه‌های امروزی دارد. از بین مرتبط ترین پژوهش‌های صورت گرفته در داخل و خارج کشور، پژوهش سلام زاده (۱۳۹۰) با عنوان طراحی مدل مفهومی پویا برای دانشگاه کارآفرین بوده است که ابعاد زیرساخت، مدیریت، ارتباط با جامعه، خدمات، کارآفرینی و اشتغال دانش بنیان و خروجی و پیامد را در شکل گیری دانشگاه کارآفرین ضروری دانسته، و عابدی و همکارانش (۱۳۹۶) نیز در دو مقاله به بحث دانشگاه کارآفرین پرداختند. در مقاله اول به تدوین الگوی دانشگاه کارآفرین کشاورزی و منابع طبیعی از دیدگاه مدیریت آموزش کشاورزی و در مقاله دوم به شناسایی موانع فراروی ایجاد دانشگاه کارآفرین کشاورزی و منابع طبیعی با استفاده از نظریه مبنایی پرداختند. همچنین باقری و همکاران (۱۳۹۶) به کشف و اولویت بندی ابعاد و مؤلفه‌های مؤثر بر ساختار دانشگاه کارآفرین: پیشنهادی برای موفقیت در وظایف نسل سوم دانشگاه‌ها را مطالعه نمودند. ضمن این که پورآتشی و پرهیزگار (۱۳۹۶) مدل مفهومی صلاحیت های کارآفرینی دانش آموختگان دانشگاه کارآفرین (پیش بین ها، صلاحیت ها، و برآمد) را طراحی نمودند. وان و جوینز (۲۰۱۷) مقاله ای تحت عنوان همکاری های انتقال دانش و دانشگاه کارآفرین انجام داده اند. این مقاله یکی از راه هایی را بیان می کند که در آن دانشگاه ها با انجام تحقیقاتی می توانند با بررسی دستاوردها در چندین شرکت انتقال دانش در دانشگاه گلاسترشر، به کارآفرینی کمک کنند. رودس<sup>۳</sup> و استنساگر<sup>۴</sup> (۲۰۱۷) در مقاله ای در زمینه ادغام سیستمها و سازماندهی کلارک بوسیله دانشگاه کارآفرین می گوید ایجاد دانشگاه کارآفرین تاثیر عمده ای در زمینه انتقال دانش در آموزش عالی، به ویژه در سطح بین المللی داشته است. در این مقاله، جنبه های کلیدی مفهوم سازی کلارک از مسیرهای تحول سازمانی شناسایی می شود و به مشارکت های نظری و تجربی آن در مطالعات، سیاست و عمل آموزش عالی می پردازد. کلارک و آنتونسیس (۲۰۱۵) نیز مقاله ای تحت عنوان دانشگاه کارآفرینی، فعالیت‌های تحصیلی و تکنولوژی و انتقال دانش در چهار کشور اروپایی را طراحی نموده اند. این مقاله با هدف ارائه بینش نسبت به ادراک دانشگاهیان از یک دانشگاه کارآفرینی است.

### ج. بلوغ روانشناختی

کلارک (۱۹۹۸) معتقد است: دانشگاه برای کار آفرین شدن باید فرهنگ کارآفرینانه را در خود نهادینه سازد. این امر از طریق شناسایی، حمایت و رشد استعدادهای خلاق، توسعه فرهنگ کاری و بلوغ روانشناختی در بین اعضای سازمان (اعضای هیئت علمی و کارکنان)، ایجاد و تقویت یادگیری سازمانی، ایجاد تحول در ارزش‌ها و ایجاد فرهنگ کار گروهی و ارتقا سطح مشارکت جمعی آنها صورت پذیرد (کلارک و آنتونسیس، ۲۰۱۵). در نظریه محیطی- موقعیتی، بلوغ سازمانی افراد، به عنوان داشتن توانایی برقرار کردن و به وجود آوردن اهداف عالی و اما قابل حصول، انگیزش کسب موفقیت، علاقه‌مندی و توانایی پذیرش مسئولیت و آموزش و یا تجربه در یک فرد و یا گروه تعریف می‌شود (هرسی<sup>۵</sup> و همکاران، ۲۰۰۷). در این خصوص اندرسون<sup>۶</sup> و جنسن<sup>۷</sup> (۲۰۰۳) بلوغ را به عنوان کیفیت یا وضعیتی از تکامل تعریف کردند. مفهوم بلوغ به وضعیتی اطلاق می‌شود که در آن

1. Wynn.
2. Jones
3. Rhoades
4. Stensaker
- 5 Hersey
- 6 Anderson
- 7 Jessen

سازمان‌ها در شرایط مناسبی جهت دستیابی به اهدافشان قرار دارند. بنابراین، آمادگی ذهنی (روانی) اشاره به توانایی و تمایل یک فرد به هدایت رفتار خود در جهت یک رفتار خاص دارد (هرسی و همکاران، ۲۰۰۷). با استناد بر تعاریف ذکر شده، توان و تمایل (انگیزه) برای تجاری‌سازی فناوری دانشگاهی در موضوعاتی از قبیل دانش، مهارت و آگاهی پژوهشگران دانشگاهی از فرایند تجاری‌سازی، ارتباطات و شبکه‌های داخلی و خارجی، حمایت‌های مالی و غیرمالی، تسهیلات، تجهیزات و برنامه‌ها، انتظارات و نگرش‌های افراد، نهادهای حامی و بازار نسبت به تجاری‌سازی فناوری دانشگاهی تعریف و مورد ارزیابی قرار گرفته است (جمیسون، ۲۰۱۵).

چارچوب نظری تحقیق

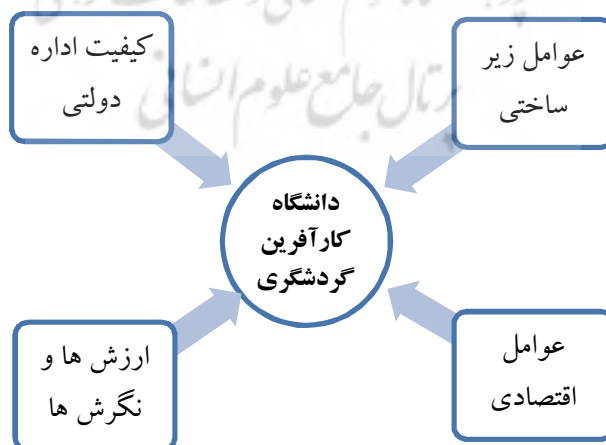
به طور کلی، بررسی پیشینه نظری و تجربی تحقیق، نشان می‌دهد که چهار دسته متغیر اساسی در تبیین عوامل محیطی تاثیر گذار بر دانشگاه کارآفرین در حوزه گردشگری نقش اساسی دارند. این چهار متغیر اساسی به شرح زیر می‌باشند:

(۱) **عوامل زیر ساختی:** عوامل زیر ساختی به عنوان عنصری از عوامل محیط بیرونی، بستری است که عوامل فردی و سازمانی در درون آن قرار می‌گیرد (کیگوندو، ۲۰۰۲) و به علت داشتن نقش زمینه‌ساز، تسهیل‌کننده و انگیزاننده جایگاه مهمی در تجاری‌سازی نتایج پژوهشی دارد (جاهد و آراسته، ۱۳۹۲). افزایش تماس و تأثیر عوامل اقتصادی و اجتماعی بر تحقیقات دانشگاهی می‌تواند حرکت فعالیت‌های تحقیقاتی و نوآوری را به سمت تجاری‌سازی برودادهای پژوهشی سوق دهد (جاهد و آراسته، ۱۳۹۲).

(۲) **عوامل اقتصادی کلان:** عوامل اقتصادی کلان با متغیرهای رشد تولید ناخالص داخلی، توزیع درآمدی، رقابت و قانونمندی در سطح کلان تعریف می‌شود (کیگوندو، ۲۰۰۲).

(۳) **کیفیت اداره دولتی:** کیفیت اداره دولتی با متغیرهای چارچوب قانونی، مدیریت مناسب و عادلانه حقوق مالکیت فکری، فساد سیستماتیک، انتقادپذیری و انعطاف‌پذیری، خدمات‌رسانی عمومی، نمود سیاسی، یکپارچه‌سازی منطقه‌ای و جهانی و سیستم مقرراتی و یکپارچه‌سازی ملی تعریف شده است (کیگوندو، ۲۰۰۲).

(۴) **ارزش‌ها و نگرش‌های اجتماعی:** ارزش‌ها و نگرش‌های اجتماعی و فرهنگی با متغیرهای انتظارات و تمایلات منفعت طلبانه، خطرپذیری، آزادی حقوق افراد، سرمایه اجتماعی، دیدگاه کسب‌وکار و سرمایه‌داری تعریف شده است (کیگوندو، ۲۰۰۲). بدین ترتیب، با ترکیب عوامل فوق، مدل نظری تحقیق به صورت ذیل قابل ترسیم می‌باشد.



شکل شماره ۱: مدل مفهومی تحقیق

با توجه به مدل نظری تحقیق که مبتنی بر مبانی نظری و پیشینه تحقق می باشد، فرضیات اساسی تحقیق حاضر عبارتند از:

- الف. به نظر می رسد عوامل زیر ساختی بر عملکرد دانشگاه کارآفرین در حوزه گردشگری تاثیر دارد.
- ب. به نظر می رسد عوامل اقتصادی کلان بر عملکرد دانشگاه کارآفرین در حوزه گردشگری تاثیر دارد.
- ج. به نظر می رسد کیفیت اداره دولتی زیر ساختی بر عملکرد دانشگاه کارآفرین در حوزه گردشگری تاثیر دارد.
- د. به نظر می رسد ارزش ها و نگرش های اجتماعی بر عملکرد دانشگاه کارآفرین در حوزه گردشگری تاثیر دارد.

### روش شناسی تحقیق

پژوهش حاضر از نظر نوع، کاربردی و از منظر متغیر شامل متغیرهای کیفی است و در دسته‌ی پژوهش‌های توصیفی قرار گرفته و به صورت پیمایشی انجام شده است. ابزار گردآوری داده در این پژوهش، پرسشنامه است که شامل چهار متغیر زیرساخت، عوامل اقتصادی کلان، ارزش‌ها و نگرش‌های اجتماعی و کیفیت مدیریت دولتی می باشند. این چهار متغیر در برگرفته عوامل محیطی اثرگذار بر دانشگاه کارآفرین فعال در حوزه گردشگری با رویکرد بلوغ روانشناختی کارکنان مراکز علمی کاربردی استان مازندران است. جامعه پژوهش حاضر را کارکنان مراکز علمی کاربردی استان مازندران تشکیل دادند که بر اساس جدول مورگان تعداد ۳۵۷ نفر از آنها به عنوان نمونه تعیین گردید و پس از توزیع پرسشنامه های تحقیق تعداد ۳۵۳ پرسشنامه بدون نقص جهت تجزیه و تحلیل جمع آوری شد.

به منظور معتبرسازی ابزار پرسشنامه، از روایی ظاهری و روایی سازه‌ای (بومی‌سازی آن با بهره‌گیری از نظرات متخصصان و نیز نمونه‌های مقدماتی) استفاده شده است. بر این اساس ارزیابی دو ویژگی اعتبار محتوایی مقیاس اندازه‌گیری بصورت قضاوت کیفی بوده است. یعنی پرسشنامه تحقیق حاضر دارای اعتبار محتوا بوده است زیرا اجزای متغیرهای مورد اندازه‌گیری از ادبیات موضوعی تحقیق اخذ شده، و سازه‌های پرسشنامه نیز بوسیله خبرگان تایید شده‌اند. بدین منظور، ابتدا به مرور ادبیات و شناسایی منابع در بانک‌های اطلاعاتی پرداخته شد و حدود ۵۰ عنوان مقاله و ۶ رساله و ۲ کتاب مشخص شدند. پس از بررسی عنوان مقاله‌های نمایان شده، با توجه به موضوع، سؤال و هدف پژوهش، در مرحله‌ی بعد، تعداد ۳۰ عنوان مقاله و ۳ رساله و ۲ عنوان کتاب انتخاب شدند. پس از مطالعه‌ی کامل محتوای مقاله‌ها و کتب، در نهایت ۱۷ عنوان مقاله و ۲ رساله و یک کتاب برای استخراج اطلاعات متناسب با موضوع پژوهش انتخاب گردید. در گام بعدی، ابعاد عوامل محیطی اثرگذار بر دانشگاه کارآفرین در حوزه گردشگری به تعداد ۴ عامل انتخاب شدند. سپس پرسشنامه طراحی شده در یک طیف ۱ تا ۵ گزینه‌ای، طی مراحل مختلف در اختیار خبرگان قرار گرفت. پس از اجرای تکنیک دلفی و خروجی‌های پرسشنامه آن، ابعاد و متغیرهای اصلی بومی شده و مناسب برای عوامل محیطی اثرگذار بر دانشگاه کارآفرین در حوزه گردشگری با بلوغ روانشناختی کارکنان در سطح مراکز علمی کاربردی استان مازندران در قالب ۴ متغیر اصلی (کیفیت مدیریت دولتی، عوامل اقتصادی کلان، زیرساخت و ارزش‌ها و نگرش‌های اجتماعی و فرهنگی) تعیین شدند.

در این جا به تعریف نظری و عملیاتی این متغیرها می پردازیم:

الف. عوامل زیر ساختی: همان طور که قبلا مطرح شد، از نظر تعریف مفهومی، عوامل محیط بیرونی بستری است که عوامل فردی و سازمانی در درون آن قرار می‌گیرد (کیگوندو، ۲۰۰۲) و به علت داشتن نقش زمینه‌ساز، تسهیل‌کننده و انگیزاننده جایگاه مهمی در تجاری‌سازی نتایج پژوهشی دارد (جاهد و آراسته، ۱۳۹۲). افزایش تماس و تأثیر عوامل اقتصادی و اجتماعی بر تحقیقات دانشگاهی می‌تواند حرکت فعالیت‌های تحقیقاتی و نوآوری را به سمت تجاری‌سازی برودادهای پژوهشی سوق دهد (جاهد و آراسته، ۱۳۹۲). برای سنجش و اندازه‌گیری مفهوم فوق از ۴ گویه ذیل استفاده شده است:

۱. وضعیت حمایت‌های نهادهای قانونی، تحقیقاتی، استانداردها و حامی دولتی نظیر: معاونت علم و فناوری ریاست جمهوری و صندوق حمایت از پژوهشگران؛

۲. وضعیت حمایت‌های پارک‌های علم و فناوری و مراکز رشد؛

۳. وضعیت ایجاد و توسعه تجهیزات آزمایشگاهی و کارگاهی را از سوی دولت و نهادهای دولتی؛

۴. کیفیت امکانات فناوری اطلاعات و ارتباطات موجود در سطح کشور.

از نظر سنجش عملی نیز در مقابل هریک از گویه‌های فوق، یک طیف پنج قسمتی لیکرت قرار داده شده است تا پاسخگو، نظر خود را در مورد هر یک از گویه‌ها بر روی یکی از نقاط این طیف اعلام نماید. هر طیف دارای حداقل نمره یک و حداکثر پنج می‌باشد. بنابراین، پاسخگویان حداقل نمره ۴ تا حداکثر ۲۰ می‌گیرند.

ب. عوامل اقتصادی کلان: همانطور که قبلاً مطرح شد، از نظر تعریف مفهومی، عوامل اقتصادی کلان با متغیرهای رشد تولید ناخالص داخلی، توزیع درآمدی، رقابت و قانونمندی در سطح کلان تعریف می‌شود (کیگوندو، ۲۰۰۲). برای سنجش و اندازه‌گیری مفهوم فوق از ۴ گویه ذیل استفاده شده است:

۱. فضای رقابت علمی و پژوهشی کشور در مسیر تولید دانش پژوهش محور و کاربردی؛

۲. میزان مشارکت دانشگاهی در توسعه اقتصادی، ملی و منطقه‌ای؛

۳. تأثیر تجاری‌سازی یافته‌های دانشگاهی بر رشد تولید ناخالص داخلی؛

۴. وضعیت قانون‌گرایی نسبت به استراتژی‌های تجاری‌سازی تدوین شده توسط دولت.

از نظر سنجش عملی نیز در مقابل هریک از گویه‌های فوق، یک طیف پنج قسمتی لیکرت قرار داده شده است تا پاسخگو، نظر خود را در مورد هر یک از گویه‌ها بر روی یکی از نقاط این طیف اعلام نماید. هر طیف دارای حداقل نمره یک و حداکثر پنج می‌باشد. بنابراین، پاسخگویان حداقل نمره ۴ تا حداکثر ۲۰ می‌گیرند.

ج. کیفیت اداره دولتی: همانطور که قبلاً مطرح شد، از نظر تعریف مفهومی، کیفیت اداره دولتی با متغیرهای چارچوب قانونی، مدیریت مناسب و عادلانه حقوق مالکیت فکری، فساد سیستماتیک، انتقادپذیری و انعطاف‌پذیری، خدمات‌رسانی عمومی، نمود سیاسی، یکپارچه‌سازی منطقه‌ای و جهانی و سیستم مقرراتی و یکپارچه‌سازی ملی تعریف شده است (کیگوندو، ۲۰۰۲). برای سنجش و اندازه‌گیری مفهوم فوق از ۴ گویه ذیل استفاده شده است:

۱. وضعیت مقررات و تسهیلات حقوقی منسجم و کارا از جانب دولت در مورد تسریع فرایندهای ثبت حقوق مالکیت فکری و حراست از آن و صدور مجوزهای قانونی؛

۲. میزان هماهنگی (عدم چندگانگی) قوانین و طرح‌های دولتی در مسیر تجاری‌سازی دستاوردها؛

۳. کیفیت آموزش مهارت‌های مذاکره، کارآفرینی و بازاریابی از سوی دولت و نهادهای دولتی؛

۴. میزان انعطاف‌پذیری سیستم و قوانین دولتی.

از نظر سنجش عملی نیز در مقابل هریک از گویه‌های فوق، یک طیف پنج قسمتی لیکرت قرار داده شده است تا پاسخگو، نظر خود را در مورد هر یک از گویه‌ها بر روی یکی از نقاط این طیف اعلام نماید. هر طیف دارای حداقل نمره یک و حداکثر پنج می‌باشد. بنابراین، پاسخگویان حداقل نمره ۴ تا حداکثر ۲۰ می‌گیرند.

د. ارزش‌ها و نگرش‌های اجتماعی: همان‌طور که قبلاً مطرح شد، از نظر تعریف مفهومی، ارزش‌ها و نگرش‌های اجتماعی و فرهنگی با متغیرهای انتظارات و تمایلات منفعت طلبانه، خطرپذیری، آزادی حقوق افراد، سرمایه اجتماعی، دیدگاه کسب‌وکار و سرمایه‌داری تعریف شده است (کیگوندو، ۲۰۰۲). برای سنجش و اندازه‌گیری مفهوم فوق از ۴ گویه ذیل استفاده شده است:

الف. جایگاه و اعتبار سازمانی دانشگاه از نظر مشتریان و شرکای صنعتی؛

ب. روند جهت‌گیری‌های حمایتی نهادهای حامی نظیر: بانک‌ها و مؤسسات مالی نسبت به فعالیت اقتصادی خطرپذیر؛

ج. میزان توجه و تلقی جامعه از بخش دانشگاهی به عنوان منابع نوآوری و توسعه اقتصادی؛

د. میزان تقاضا نسبت به فناوری‌های تولیدی دانشگاهی از سوی جامعه.

از نظر سنجش عملی نیز در مقابل هریک از گویه های فوق، یک طیف پنج قسمتی لیکرت قرار داده شده است تا پاسخگو نظر خود را در مورد هر یک از گویه‌ها بر روی یکی از نقاط این طیف اعلام نماید. هر طیف دارای حداقل نمره یک و حداکثر پنج می‌باشد. بنابراین، پاسخگویان حداقل نمره‌ی ۴ تا حداکثر ۲۰ می‌گیرند. داده‌های گردآوری شده از پرسشنامه‌ها نیز به کمک نرم افزار لیزرل تجزیه و تحلیل شده اند که در این مقاله تبیین روابط ساختاری این چهار متغیر مورد بررسی قرار گرفته است. به منظور تعیین قابلیت اعتماد (پایایی) ابزار اندازه‌گیری نیز از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. ضریب آلفای کرونباخ برای همه متغیرها با توجه به جدول زیر بالاتر از ۰/۷۰ بدست آمده است:

جدول شماره ۱- پایایی متغیرها

تعداد متغیرها	عدد آلفای کرونباخ کل
۴	۰/۸۵۰
متغیرها	عدد آلفای کرونباخ
کیفیت مدیریت دولتی	۰/۸۳۶
عوامل اقتصادی کلان	۰/۷۸۹
زیرساخت	۰/۷۷۹
ارزش‌ها و نگرش‌های اجتماعی و فرهنگی	۰/۸۳۲

### نتایج و یافته‌های تحقیق

در این قسمت، ابتدا وضعیت و اطلاعات جمعیت شناختی در مورد نمونه‌های مورد بررسی و سپس، نتایج و یافته‌های تحقیق تحت عناوین یافته‌های توصیفی و یافته‌های تحلیلی ارائه می‌گردد.

#### الف. توصیف جمعیت شناختی

جدول شماره ۲- مشخصات جمعیت شناختی

مشخصات توصیفی	فراوانی
جنسیت	مرد ۲۵۴
	زن ۹۹
تحصیلات	فوق دیپلم ۹۶
	کارشناسی ۱۳۷
	کارشناسی ارشد ۱۰۵
	دکتری ۱۵
سابقه‌ی فعالیت	کمتر از سه سال ۱۸
	سه تا پنج سال ۷۷
	بیشتر از پنج سال ۲۵۸

#### ب. توصیف متغیرهای اصلی تحقیق

همان طور که قبلاً مطرح شد در تحقیق حاضر ۴ متغیر اصلی و اساسی وجود دارد که قبل از تحلیل روابط بین متغیرها، لازم است ابتدا شناخت لازم در خصوص وضعیت این متغیرها حاصل شود.

#### عوامل زیرساختی:



اطلاعات جدول زیر، وضعیت عوامل زیرساختی را از نظر پاسخگویان و نمونه های مورد بررسی را که در این تحقیق مورد مطالعه قرار گرفتند نشان می دهد.

جدول شماره ۳- توزیع فراوانی های گویه های مربوط به متغیر زیرساخت

ردیف	گویه ها	تعداد/ درصد	خیلی زیاد ۵	زیاد ۴	متوسط ۳	کم ۲	خیلی کم ۱
۱	وضعیت حمایت های نهادهای قانونی، تحقیقاتی، استانداردسازی و حامی دولتی نظیر: معاونت علم و فناوری ریاست جمهوری و صندوق حمایت از پژوهشگران	تعداد	۲۰	۴۰	۹۵	۱۰۳	۹۵
		درصد	٪۶	٪۱۱	٪۲۷	٪۲۹	٪۲۷
۲	وضعیت حمایت های پارک های علم و فناوری و مراکز رشد	تعداد	۶	۵۰	۹۸	۱۱۰	۸۹
		درصد	٪۲	٪۱۴	٪۲۸	٪۳۱	٪۲۵
۳	وضعیت ایجاد و توسعه تجهیزات آزمایشگاهی و کارگاهی را از سوی دولت و نهادهای دولتی	تعداد	۷	۶۱	۸۶	۹۸	۱۰۱
		درصد	٪۲	٪۱۷	٪۲۴	٪۲۸	٪۲۹
۴	کیفیت امکانات فناوری اطلاعات و ارتباطات موجود در سطح کشور	تعداد	۲۸	۶۶	۸۵	۹۸	۷۶
		درصد	٪۸	٪۱۹	٪۲۴	٪۲۸	٪۲۱

جدول شماره ۴- توصیف وضعیت متغیر زیرساخت در حالت کلی

انحراف معیار	میانگین	ماکزیمم	مینیمم	تعداد
۱.۶۱۸۱۷	۵.۱۱۵۱	۹.۳۳	۱.۰۰	۳۵۳
				تعداد
				۳۵۳

## (۲) عوامل اقتصادی کلان:

اطلاعات جدول زیر، وضعیت عوامل اقتصادی کلان را از نظر پاسخگویان و نمونه های مورد بررسی را که در این تحقیق مورد مطالعه قرار گرفتند نشان می دهد.

جدول شماره ۵- توزیع فراوانی‌های گویه های مربوط به متغیر عوامل اقتصادی کلان

ردیف	گویه‌ها	تعداد/ درصد	خیلی زیاد ۵	زیاد ۴	متوسط ۳	کم ۲	خیلی کم ۱
۱	فضای رقابت علمی و پژوهشی کشور در مسیر تولید دانش پژوهش محور و کاربردی	تعداد	۱۹	۵۰	۱۲۱	۹۷	۶۶
		درصد	%۵	%۱۴	%۳۴	%۲۸	%۱۹
۲	میزان مشارکت دانشگاهی در توسعه اقتصادی، ملی و منطقه‌ای	تعداد	۲۱	۷۵	۱۲۳	۸۰	۵۴
		درصد	%۶	%۲۱	%۳۵	%۲۳	%۱۵
۳	تأثیر تجاری‌سازی یافته‌های دانشگاهی بر رشد تولید ناخالص داخلی	تعداد	۴۲	۱۷۶	۶۰	۴۳	۳۲
		درصد	%۱۲	%۵۰	%۱۷	%۱۲	%۹
۴	وضعیت قانون‌گرایی نسبت به استراتژی‌های تجاری‌سازی تدوین شده توسط دولت	تعداد	۴۱	۸۷	۱۴۳	۴۵	۳۷
		درصد	%۱۲	%۲۵	%۴۰	%۱۳	%۱۰

جدول شماره ۶- توصیف وضعیت عوامل اقتصادی کلان

	تعداد	مینیمم	ماکزیمم	میانگین	انحراف معیار
عوامل اقتصادی کلان	۳۵۳	۱.۶۷	۹.۵۰	۵.۰۴۳۳	۱.۶۳۴۶۴
تعداد	۳۵۳				

(۳) کیفیت اداره دولتی:

اطلاعات جدول زیر، وضعیت کیفیت اداره دولتی را از نظر پاسخگویان و نمونه های مورد بررسی را که در این تحقیق مورد مطالعه قرار گرفتند نشان می دهد.

جدول شماره ۷- توزیع فراوانی‌های گویه های مربوط به متغیر کیفیت اداره دولتی

ردیف	گویه‌ها	تعداد/ درصد	خیلی زیاد ۵	زیاد ۴	متوسط ۳	کم ۲	خیلی کم ۱
۱	وضعیت مقررات و تسهیلات حقوقی منسجم و کارا از جانب دولت در مورد تسریع فرایندهای ثبت حقوق مالکیت فکری و حراست از آن و صدور مجوزهای قانونی	تعداد	۱۷	۵۰	۱۲۱	۹۷	۶۸

تبیین عوامل محیطی اثرگذار بر دانشگاه کارآفرین در حوزه گردشگری ۱۷۳

درصد	۵٪	۱۴٪	۳۴٪	۲۸٪	۱۹٪	میزان هماهنگی (عدم چندگانگی) قوانین و طرح‌های دولتی در مسیر تجاری‌سازی دستاوردها	۲
تعداد	۲۵	۶۶	۸۵	۱۰۱	۷۶		
درصد	۷٪	۱۹٪	۲۴٪	۲۹٪	۲۱٪	کیفیت آموزش مهارت‌های مذاکره، کارآفرینی و بازاریابی از سوی دولت و نهادهای دولتی	۳
تعداد	۲۸	۶۶	۸۵	۹۸	۷۶		
درصد	۴٪	۱۷٪	۲۵٪	۲۸٪	۲۶٪	میزان انعطاف‌پذیری سیستم و قوانین دولتی	۴
تعداد	۱۵	۶۱	۸۶	۹۸	۹۳		

جدول شماره ۸- توصیف وضعیت کیفیت اداره دولتی

انحراف معیار	میانگین	ماکزیمم	مینیمم	تعداد
۱.۶۶۴۱۰	۵.۰۵۳۶	۹.۰۰	۱.۰۰	۳۵۳
				کیفیت مدیریت دولتی
				تعداد
				۳۵۳

(۴) ارزش‌ها و نگرش‌های اجتماعی:

اطلاعات جدول زیر، وضعیت ارزش‌ها و نگرش‌های اجتماعی را از نظر پاسخگویان و نمونه‌های مورد بررسی را که در این تحقیق مورد مطالعه قرار گرفتند نشان می‌دهد.

جدول شماره ۹- توزیع فراوانی‌های گویه‌های مربوط به متغیر ارزش‌ها و نگرش‌های اجتماعی

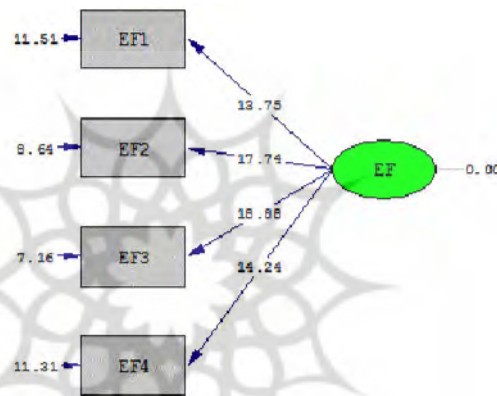
ردیف	گویه‌ها	تعداد/درصد	خیلی زیاد ۵	زیاد ۴	متوسط ۳	کم ۲	خیلی کم ۱
۱	جایگاه و اعتبار سازمانی دانشگاه از نظر مشتریان و شرکای صنعتی	تعداد	۷۵	۹۷	۸۹	۵۵	۳۷
		درصد	۲۱٪	۲۷٪	۲۵٪	۱۶٪	۱۱٪
۲	روند جهت‌گیری‌های حمایتی نهادهای حامی نظیر: بانک‌ها و مؤسسات مالی نسبت به فعالیت اقتصادی خطرپذیر	تعداد	۵۵	۳۷	۸۴	۸۰	۹۷
		درصد	۱۶٪	۱۰٪	۲۴٪	۲۳٪	۲۷٪
۳	میزان توجه و تلقی جامعه از بخش دانشگاهی به عنوان منابع نوآوری و توسعه اقتصادی	تعداد	۵۲	۴۷	۱۱۸	۶۹	۶۷
		درصد	۱۵٪	۱۳٪	۳۳٪	۲۰٪	۱۹٪
۴	میزان تقاضا نسبت به فناوری‌های تولیدی دانشگاهی از سوی جامعه	تعداد	۴۷	۵۲	۱۲۵	۶۹	۶۰
		درصد	۱۳٪	۱۵٪	۳۵٪	۲۰٪	۱۷٪

جدول شماره ۱۰- توصیف وضعیت عوامل ارزش‌ها و نگرش‌های اجتماعی

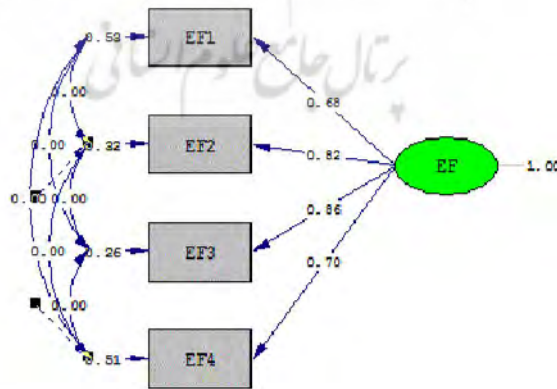
متغیر	تعداد	مینیمم	ماکزیمم	میانگین	انحراف معیار
ارزش‌ها و نگرش‌های اجتماعی	۳۵۳	۱.۲۰	۸.۸۰	۴.۹۹۲۲	۱.۴۵۴۶۴
تعداد	۳۵۳				

ج. تبیین روابط بین متغیرها

تبیین روابط ساختاری عوامل محیطی اثرگذار بر دانشگاه کارآفرین با رویکرد بلوغ روانشناختی کارکنان مراکز علمی کاربردی استان مازندران



Chi-Square=5.97, df=2, P-value=0.06829, RMSEA=0.069



Chi-Square=5.97, df=2, P-value=0.06829, RMSEA=0.069

نمودار شماره ۲- مدل اندازه‌گیری در حالت استاندارد

نتایج نشان داده است که متغیرهای کیفیت مدیریت دولتی، عوامل اقتصادی کلان، زیرساخت و ارزش‌ها و نگرش‌های اجتماعی و فرهنگی تبیین‌کننده عوامل محیطی اثرگذار بر دانشگاه کارآفرین با رویکرد بلوغ روانشناختی کارکنان در سطح مراکز علمی کاربردی استان مازندران هستند، زیرا با توجه به نمودار شماره ۱، عدد آماره تی آنها بیشتر از ۱/۹۶ است. در حالت تخمین استاندارد بارهای عاملی نشان داده می‌شود، هر چه بار عاملی بزرگ‌تر و به عدد یک نزدیک‌تر باشد، یعنی متغیر مشاهده شده بهتر می‌تواند متغیر محیطی را تبیین نماید. همچنین شاخصهای برازندگی جدول شماره ۲ نیز حاکی از تایید مدل به وسیله این چهار متغیر می‌باشد.

جدول شماره ۱۱- شاخص‌های برازندگی مدل ساختاری برای مدل مفهومی تحقیق

مطلوبیت	مقدار	مقدار قابل اتکاء	نام کامل	شاخص‌ها
تایید مدل	۵/۳۷	-	ChiSquare Divided	کای دو ( $\chi^2$ )
تایید مدل	۲/۶۸	$\chi^2/df < 3$	ChiSquare Divided to Degrees of Freedom	$\chi^2/df$
تایید مدل	۰/۰۶۹	RMSEA $\leq$ 0.10	Root Mean Square Error of Approximation	RMSEA
تایید مدل	۰/۹۹	NFI $>$ 0.9	Normed Fit Index	NFI
تایید مدل	۰/۹۹	NNFI $>$ 0.9	Non-Normed Fit Index	NNFI
تایید مدل	۰/۹۹	GFI $>$ 0.9	Goodness of Fit Index	GFI
تایید مدل	۰/۹۶	AGFI $>$ 0.9	Adjusted Goodness of Fit Index	AGFI

RMSEA= 0.069, GFI = 0.99, AGFI = 0.96, NFI=0.99 و NNFI=0.99 بوده است، لذا مدل تحقیق دارای برازندگی لازم و کلیت آن مورد تأیید است چرا که RMSEA کمتر از ۰/۱۰ و GFI و NFI نیز بیشتر از ۰/۹۰ بوده. مقادیر به‌دست آمده در نگاره فوق نشان می‌دهد که مدل مفهومی تحقیق از برازش خوبی برخوردار است. با توجه به این که میانگین مجذور خطاهای مدل (۰/۰۶۹) کوچک‌تر از ۰/۱۰ است و همچنین  $\chi^2/df$  (۲/۶۸) نیز کوچک‌تر از ۳ است، در نتیجه مدل دارای برازش و تناسب بالایی می‌باشد و نشان‌دهنده آن است که روابط تنظیم‌شده متغیرها بر اساس چارچوب نظری تحقیق منطقی بوده است. برای بررسی معنی‌دار بودن تاثیر متغیرهای مشاهده‌گر بر متغیر مکنون، ارزیابی چگونگی و میزان این تاثیر، از ضرائب استاندارد و عدد معنی‌داری استفاده می‌شود. در مورد معنی‌دار بودن اعداد به دست آمده مدل می‌توان گفت: از آنجا که آزمون در سطح ۰.۹۵ انجام می‌شود، اعدادی معنی‌دار خواهند بود که بین ۱.۹۶ و -۱.۹۶ نباشند؛ به این معنی که اگر عددی بین ۱.۹۶ و -۱.۹۶ قرار بگیرد، رابطه علی بی‌معنی خواهد بود؛ نمودار شماره ۱، معنی‌دار بودن اثر متغیرهای مشاهده‌گر بر متغیر مکنون را نشان می‌دهد. بر مبنای اعداد جدول زیر می‌توان در مورد اثرگذاری متغیرهای پژوهش قضاوت نمود.

جدول شماره ۱۲- ضرائب استاندارد و معنی‌داری

مسیر ارتباط	نام متغیر	ضریب استاندارد	اعداد معنی‌داری	تایید/رد
EF <sub>1</sub> ←EF	کیفیت مدیریت دولتی	۰/۶۸	۱۳/۷۵	تایید نقش تبیینی
EF <sub>2</sub> ←EF	عوامل اقتصادی کلان	۰/۸۲	۱۷/۷۴	تایید نقش تبیینی
EF <sub>3</sub> ←EF	زیرساخت	۰/۸۶	۱۸/۸۸	تایید نقش تبیینی
EF <sub>4</sub> ←EF	ارزش‌ها و نگرش‌های اجتماعی و فرهنگی	۰/۷۰	۱۴/۲۴	تایید نقش تبیینی

با توجه به ضرائب و مقادیر به دست آمده قابل ملاحظه در جدول فوق، می‌توان دریافت که روابط موجود میان متغیرهای مشاهده‌گر با مکنون معنی‌دار بوده است و دارای ضریب استاندارد بالایی هستند؛ یعنی همه متغیرهای مشاهده‌گر بر متغیر مکنون تاثیرگذار و تبیین کننده آن هستند. در این میان بعد  $EF_3$  یا زیرساخت دارای بالاترین اثر بوده است و یا به بیانی دیگر، بُعد زیرساخت، به گونه بهتری توانسته است واریانس عوامل محیطی اثرگذار بر دانشگاه کارآفرین را تبیین می‌کند.

### بحث و نتیجه‌گیری

امروزه، اهمیت و گستره فعالیت های گردشگری و نقش دانشگاه‌ها در ارتقای سطح کارآفرینی لازم می‌دارد تا اقداماتی در راستای توسعه کارآفرینی به طور کلی و در حوزه گردشگری به طور خاص صورت گیرد که تمامی عوامل موثر از قبیل عوامل اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، عوامل محیطی و زیرساخت‌ها را در نظر گرفته و به اجرای برنامه های هدفمند بپردازد. این پژوهش به کاربرد معادلات ساختاری در تبیین روابط عوامل محیطی اثرگذار بر دانشگاه کارآفرین در حوزه گردشگری با رویکرد بلوغ روانشناختی کارکنان در سطح مراکز علمی کاربردی استان مازندران پرداخته است. همان گونه که مشاهده گردید، مدل عوامل محیطی اثرگذار از ۴ عامل تشکیل شده بود و بر این اساس، تبیین روابط مدل بر اساس چهار عامل مذکور با استفاده از معادلات ساختاری به وسیله نرم افزار لیزرل بررسی و نتایج نشان داد: روابط موجود میان متغیرهای مشاهده‌گر با مکنون معنی‌دار بوده و دارای ضریب استاندارد بالایی هستند. به عبارت دیگر، نتایج نشان داد که همه متغیرهای مشاهده‌گر بر متغیر مکنون تاثیرگذار و تبیین کننده آن بودند. در این میان بعد  $EF_3$  یا بعد زیرساختاری، دارای بالاترین اثر بوده است. به بیانی دیگر، بُعد زیرساخت، به گونه بهتری توانسته است واریانس عوامل محیطی اثرگذار بر دانشگاه کارآفرین در حوزه گردشگری را تبیین می‌کند. از لحاظ مقایسه با تحقیقات گذشته، پژوهش سلام زاده (۱۳۹۰) از لحاظ برخی متغیرها مانند تحقیق حاضر بوده است. سلام زاده متغیرهای کلی دانشگاه کارآفرین را بررسی نموده، اما در پژوهش حاضر عوامل محیطی اثرگذار بر دانشگاه کارآفرین بررسی شده است. عابدی و همکارانش (۱۳۹۶) نیز در تدوین الگوی دانشگاه کارآفرین در دو بخش راهبردی و فرآیندی تحقیق نموده اند که همخوانی کمتری با تحقیق حاضر داشته است. باقری و همکاران (۱۳۹۶) ابعاد ساختاری دانشگاه کارآفرین را بررسی نموده اند که تنها از لحاظ بعد زیرساخت با تحقیق حاضر شباهت داشته است. پورآتشی و پرهیزگار (۱۳۹۶) صلاحیت‌های نیکوکارآفرینی دانش‌آموختگان در شش گروه شامل صلاحیت فردی و شناختی، صلاحیت ارتباطی، صلاحیت رهبری و کار تیمی، صلاحیت ایجاد و مدیریت کسب و کار، صلاحیت اقتصادی و بازاریابی، و صلاحیت پژوهشی را تبیین نموده اند که تنها از لحاظ برخی متغیرهای فرعی به تحقیق حاضر نزدیک است. وان و جوینز (۲۰۱۷)، رودس و استنساکر (۲۰۱۷) و کالار و آنتونیس (۲۰۱۵) نیز در زمینه دانشگاه کارآفرین مطالعه نموده اند، ولی از لحاظ متغیرها و روش تجزیه و تحلیل داده‌ها با تحقیق حاضر متفاوت بوده اند.

مراکز علمی کاربردی به عنوان یکی از دانشگاه‌های معتبر کشور به واسطه دارا بودن نهادهای کارآفرین وابسته به خود در زمینه کارآفرینی و تجاری‌سازی یافته‌های دانشگاهی از جمله دفتر انتقال فناوری، مرکز رشد و مرکز کارآفرینی، یکی از دانشگاه‌های پیشرو و سیاست‌گذار در زمینه تجاری‌سازی دانش و فناوری‌های دانشگاهی در سطح کشور می‌باشد که به عنوان جامعه پژوهش حاضر در نظر گرفته شده است. مطابق با نتایج به دست آمده می‌توان به رواس و مدیران مراکز علمی کاربردی استان مازندران در راستای توسعه و تقویت کارآفرینی گردشگری و ایجاد اشتغال و تجاری‌سازی تکنولوژی، پیشنهادات ذیل ارایه داد:

الف. بعد زیرساختی: بهبود وضعیت حمایت‌های نهادهای قانونی، تحقیقاتی، استانداردسازی و حامی دولتی در تسهیل فرایند تجاری‌سازی دانشگاه‌ها نظیر: معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و صندوق حمایت از پژوهشگران؛ ایجاد و توسعه تجهیزات آزمایشگاهی و کارگاهی و امکانات فناوری اطلاعات و ارتباطات در سطح کشور، وجود مراکز راهنمایی و مشاوره برای انجام فعالیت‌های گردشگری، فراهم آوردن زیرساخت‌های مناسب جهت رونق گردشگری و ارتقای سطح کارآفرینی. تبدیل دانشگاه‌های کشور به دانشگاه‌های کارآفرین علاوه بر پیامدهای مثبت در زمینه گردشگری و توسعه نوآوری، افزایش رفاه، نشر دانش و فناوری، ایجاد اشتغال و کمک به رشد اقتصاد محلی و فراتر از آن، اقتصاد منطقه ای و ملی، می‌تواند به عنوان یک

منبع و سازوکار درآمدزایی پایدار برای دانشگاه‌ها عمل نماید و از این رو دانشگاه‌ها را در رویارویی با چالش کاهش منابع مالی و در نتیجه وابستگی به بودجه‌های دولتی یاری رساند. به نحوی که دانشگاه‌ها از یک موسسه و سازمان کمک‌گیرنده و وابسته، به سازمانی درآمدزا تبدیل شوند و علاوه بر مشارکت در فرآیند توسعه اقتصادی کشور با تنوع بخشی به منابع تامین مالی از طریق تجاری سازی دانش و فناوری، به نوعی خودگردانی و پایداری نهادی دست یابند. لذا برای تحقق اهداف پیش بینی شده در سند چشم انداز بیست ساله ی کشور و برنامه ی ششم توسعه در بخش فناوری، لازم است رویکردهای جدیدی آغاز شوند.

ب. بعد عوامل اقتصادی کلان: توزیع درآمدی؛ وضعیت کلان رقابتی؛ مشارکت در توسعه اقتصادی در سطح ملی و منطقه‌ای؛ عمل به مصوبات و قوانین در زمینه فعالیت پارک‌ها و مراکز رشد علم و فناوری، در اختیار گذاشتن وام‌های کم بهره و بلند مدت به کارآفرینان حوزه گردشگری، معافیت‌های مالیاتی برای فعالین حوزه گردشگری. بهبود وضعیت حمایت‌های نهادهای قانونی، تحقیقاتی، استانداردسازی و حمایتی دولتی در تسهیل فرایند تجاری‌سازی دانشگاه‌ها نظیر: معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و صندوق حمایت از پژوهشگران؛ ایجاد و توسعه تجهیزات آزمایشگاهی و کارگاهی و امکانات فناوری اطلاعات و ارتباطات در سطح کشور.

ج. بعد ارزش‌ها و نگرش‌های اجتماعی و فرهنگی: ترغیب تمامی کارکنان به مشارکت همگانی و کار گروهی در زمینه کارآفرینی گردشگری، برند دانشگاهی؛ جذب حمایت صنعت بانکداری در حمایت از اقدامات مربوط به نوآوری و فناوری در حوزه گردشگری؛ وضعیت پذیرش فناوری از سوی جامعه تحت تأثیر عواملی همچون: میزان ضمنی بودن دانش، سطوح آمادگی فناوری و ماهیت فناوری؛ جایگاه و موقعیت سازمانی در میان سازمان‌های گردشگری؛ جهت‌گیری‌های فرهنگی نسبت به فعالیت اقتصادی خطرپذیر؛ اعتبار و معروفیت دانشگاه نزد کارفرمایان و مشتریان و گردشگران؛ سرمایه اجتماعی دانشگاه؛ تلقی دولت، صنایع کوچک و متوسط و سرمایه‌گذاران از بخش دانشگاهی به عنوان منابع نوآوری بوده است که باید مدنظر گرفته شود. دانشگاه‌ها می‌توانند از طریق تحول در برنامه‌های درسی، تغییر در شیوه آموزش و ارزشیابی و تدوین برنامه‌های جدید آموزشی براساس نیازهای جامعه، بازنگری دروظایف، نقش‌ها و مسئولیت‌های سنتی دانشجویان و اعضای هیئت‌علمی، تجاری‌سازی نتایج حاصل از تحقیقات کاربردی و تبدیل آن به کالا و ارزش افزوده و بهبود شرایط خود، افرادی را پرورش دهند که از فراگیری صرف دانش فراتر رفته و دانش را در کنار پژوهش‌های کاربردی به خدمت گرفته و با نوآوری‌های خود از طریق سرمایه‌ای کردن دانش ارزش‌آفرینی و ثروت آفرینی کنند.

د. بعد کیفیت مدیریت دولتی: بهبود وضعیت تأمین مالی از سوی دولت برای تجاری‌سازی؛ بهبود وضعیت قوانین رسمی برای حمایت و حراست از نوآوری‌های موجود و حقوق مالکیت فکری؛ بهبود وضعیت مقررات و تسهیلات حقوقی برای ثبت حقوق ناشی از ایده‌ها و تسهیل ارتباط با صنایع و اعطای حمایت‌های دولتی به دفاتر انتقال فناوری؛ برگزاری آموزش‌های فنون گردشگری کارآفرینی و حل مساله، کارآفرینی و بازاریابی گردشگری از سوی دولت و نهادهای دولتی؛ باز بودن و انعطاف‌پذیری سیستم مدیریتی و قوانین دولتی. توجه ویژه به ساختار زدایی و تجدید ساختار و ایجاد مراکز انتقال فناوری و تشکیل شبکه‌ای از مشاوران حقوقی، بازرگانی و اقتصادی، ارتباط مستمر با بنگاه‌های خصوصی، دسترسی به یک اداره حقوق مالکیت، راه‌اندازی پارک‌های علم و فناوری، ایجاد دفترهای ثبت فناوری در دانشگاه برای سامان‌دهی فرایند ثبت مالکیت معنوی و تجاری‌سازی فناوری، ایجاد شبکه دانش‌آموختگان ایجاد تشکل‌ها و انجمن‌های کارآفرینی، به عنوان بخشی از تحولات مورد نیاز برای حرکت به سمت دانشگاه کارآفرین است.

همان طور که ملاحظه شد، در این پژوهش، برای تبیین روابط ساختاری عوامل محیطی اثرگذار بر دانشگاه کارآفرین در حوزه گردشگری با رویکرد بلوغ روانشناختی کارکنان مراکز علمی کاربردی استان مازندران از ادبیات و پیشینه پژوهش استفاده شده است. پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آتی علاوه بر در نظر گرفتن عوامل محیطی از مدل دانشگاه کارآفرین، عوامل فردی و یا سازمانی هم همزمان مورد بررسی قرار دهد. استنتاج عوامل محیطی اثرگذار بر بلوغ روانشناختی و آمادگی ذهنی

ذینفعان مراکز علمی کاربردی استان مازندران با کاربرد تکنیک‌های تحلیل محتوا و فراترکیب. - تجاری سازی تکنولوژی و اشتغال دانشگاهی نیز می‌توانند از موضوعات مرتبط با موضوع تحقیق باشند.

## منابع و مآخذ

باقری، م؛ نوروزی، خ؛ محمدی، م؛ آزادی احمدآبادی، ج؛ (۱۳۹۶)، کشف و اولویت بندی ابعاد و مؤلفه‌های مؤثر بر ساختار دانشگاه کارآفرین: پیشنهادی برای موفقیت در وظایف نسل سوم دانشگاهها، **فصلنامه رشد فناوری**، سال ۱۳، ش ۵۲، صص ۸-۱۴.

پورآتشی، م؛ پرهیزکار، م؛ (۱۳۹۶)، طراحی مدل مفهومی صلاحیت های کارآفرینی دانش آموختگان دانشگاه کارآفرین (پیش‌بین‌ها، صلاحیت‌ها، و برآمد)، **نشریه رشد فناوری**، تابستان ۱۳۹۶، دوره ۱۳، شماره ۵۱، صص ۲۶-۳۴.

جاهد، ح. و آراسته، ح؛ (۱۳۹۲)، عوامل برون سازمانی مؤثر در تجاری سازی نتایج پژوهشی، **فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی**، شماره ۷، ۶۸-۴۵.

سجاسی قیداری، حمدالله؛ صادق‌لو، طاهره و رکن الدین افتخاری، علیرضا (۱۳۹۴) سنجش و اولویت‌بندی راهبردهای توسعه کارآفرینی اکوتوریسم در روستاهای گردشگری رود دره‌ای استان تهران. **آمایش جغرافیایی فضا**، سال ۵، شماره ۶۱، صص: ۷۳-۹۰.

سلام زاده، آ. (۱۳۹۰)، طراحی مدل مفهومی پویا برای دانشگاه کارآفرین، پایان نامه کارشناسی ارشد، مدیریت کارآفرینی دانشگاه تهران.

افتخاری، ز، پورطاهری، ع. پور رحیم علویجه، م. (۱۳۹۵). بومی سازی شاخص‌های مدیریت کارآفرینی گردشگری در هتل‌های ایران، **فصلنامه گردشگری و توسعه**، سال پنجم، شماره ۷، صص ۲۶-۴۴.

عابدی، ب؛ برادران، م؛ خسروی پور، ب؛ یعقوبی، ج؛ یزدان پناه، م؛ (۱۳۹۶)، تدوین الگوی دانشگاه کارآفرین کشاورزی و منابع طبیعی از دیدگاه مدیریت آموزش کشاورزی، **نشریه پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی**، بهار ۱۳۹۶، شماره ۴۰، صص ۱۲۳-۱۳۹.

عابدی، ب؛ برادران، م؛ خسروی پور، ب؛ یعقوبی، ج؛ یزدان پناه، م؛ (۱۳۹۶)، شناسایی موانع فراروی ایجاد دانشگاه کارآفرین کشاورزی و منابع طبیعی با استفاده از نظریه مبنایی، **پژوهش‌های ترویج و آموزش کشاورزی**، بهار ۱۳۹۶، دوره ۱۰، شماره ۱ (پیاپی ۳۷)، صص ۴۱-۵۲.

Ateljevic, J. and Page, S.J.(2009), *Tourism and Entrepreneurship: International Perspectives*, Elsevier, Amsterdam: 1-6.

Carlisle, S., Kunc, M. and Tiffin, S.(2013), supporting innovation for tourism development through multi-stakeholder approaches: experiences from Africa, **Tourism Management**, Vol. 35: 59-69.

Clark, B.(1998). *Creating entrepreneurial universities: organizational pathways of transformation*, Oxford, UK.

Chakraborty, D.(2014). Socio-Economic Determinants of Growth of Rural Entrepreneurship in Sonitpur Distric of Assam- an Emprical Study. **Journal of Behavioural Economics, Finance, Entrepreneurship, Accounting and Transport**, 2.1: 26-34.

Gunn, C.A.(2000), *Tourism Planning: Concepts, Basics, Cases*, New York and London : Routledge

Guerrero, M., Cunningham, J A & Urbano, D.(2014). "Economic impact of entrepreneurial universities' activities: An exploratory study of the United Kingdom", **Research Policy**, Volume 44, Issue 3, April 2015: 748-764.

Hersey, P., Blanchard, K.H., & Johnson, D.E.(2007). *Management of Organizational Behavior*. New Delhi: Publication of Prentice-Hall of indiaprivate limited; ED.

Jameson, J., O'Donnell, P.(2015). *The Entrepreneurial University: a Unifying Theme for TU4Dublin*. Stream1: Enterprise and Engagement, **Higher Education in Transformation Conference**, Dublin, 2015, Paper 6. <http://arrow.dit.ie/st1/6>.



- Kalar, B & Antoncic, B.,(2015), The entrepreneurial university, academic activities and technology and knowledge transfer in four European countries, **Technovation**, Volumes 36–37, February–March 2015: 1-11.
- Kiggundo, M. N.(2002), Entrepreneurs and entrepreneurship in Africa: What is known and what needs to be done, **Journal of Developmental Entrepreneurship**, 7(3): 239-258.
- Philpott, K., Dooley, L,(2011) the entrepreneurial university: examining the underlying academic tensions, **technovation**, 31: 161-170.
- Rhoades , G & Stensaker, B.,(2017), Bringing Organizations and Systems Back Together: Extending Clark's Entrepreneurial University, **Higher Education Quarterly**, Volume 71, Issue 2, April 2017 : 129–140.
- Rusu, S., Csorba, L. M., Cureteanu, R., & Isac, F. L. 2012. Tourism Entrepreneurship and its Role in the Activity of SMEs in Romania, **Journal of Economics and Business Research**, 23.
- Sharma.K.K.(2005). Tourism & Development, Published by Soup & Sons, first edition.
- Wynn, M & Jones, P.,(2017), Knowledge Transfer Partnerships and the entrepreneurial university, **Industry and Higher Education**, 31(4), 2017.

