

دانشگاه کارآفرین (مفهوم، ضرورت و چالش‌ها)

بهمن خسروی پور^۱، مریم زنگنه^{۲*}

۱- استاد گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان
۲- کارشناس ارشد مدیریت فناوری اطلاعات دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان
(zanganeh424@yahoo.com)

چکیده

امروزه کارآفرینی یک راهکار ویژه برای رشد اقتصادی است. بیکاری دانش‌آموختگان دانشگاهی معضل حادی برای بسیاری از کشورهای از جمله ایران می‌باشد. حل این مشکلات، مستلزم برنامه‌ریزی و به‌کارگیری برنامه‌های خاص است. اجرای برنامه‌های کارآفرینی از جمله این راهکارها می‌باشد. توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌ها و ایجاد اشتغال و درآمدزایی برای دانش‌آموختگان دانشگاهی، می‌تواند راهگشای این معضل باشد. بررسی‌ها نشان‌دهنده روند کند نهادینه‌سازی کارآفرینی در دانشگاه‌ها است که سرعت این روند در دانشگاه‌های ایران بسیار کند و بعضاً راکد است. به نظر می‌رسد تسریع در روند نهادینه‌سازی فرآیند کارآفرینی در دانشگاه‌ها ضمن حل بخشی از معضل بیکاری دانش‌آموختگان دانشگاهی، به خلق ایده‌های جدیدتر از سوی صاحب‌نظران دانشگاهی برای شروع یک فرآیند کارآفرینی کمک شایانی نماید. نهادینه‌سازی کارآفرینی در دانشگاه‌ها در راستای ایجاد شغل، خلق ثروت، افزایش سطح رفاه مردم و در نهایت پیشرفت عمومی کشور ایران عمل می‌نماید. در این پژوهش که به صورت مروری و با استفاده از منابع مکتوب کتابخانه‌ای و سایت‌های اینترنتی تهیه شده، مسأله کارآفرینی، ضرورت و چالش‌های آن، روند نهادینه‌سازی کارآفرینی در دانشگاه‌ها، بررسی و راهکارهایی در پایان ارائه می‌شود.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی، دانشگاه کارآفرین، نهادینه‌سازی کارآفرینی

۱- مقدمه

اشتغال یکی از ضروری‌ترین فعالیت‌های زندگی است که علاوه بر تأمین نیازهای اولیه، شخصیت و هویت خود را شکل می‌دهد و خصوصی‌ترین روابط انسان را با خود و دیگران مشخص می‌سازد. لذا می‌توان گفت که دوام، سعادت و سلامت جامعه بدون هیچ تردیدی به اشتغال مناسب افراد وابسته است. هم‌اکنون به دلیل عدم برنامه‌ریزی در سطح کلان، روزبه‌روز فاصله بین کشورهای جهان سوم با جهان صنعتی فزونی می‌یابد و این کشورها از جمله ایران با چالش‌های زیادی دست و پنجه نرم می‌کنند که یکی از مهم‌ترین آن‌ها مسأله اشتغال است. برای رفع این معضل که به دلیل رشد بی‌رویه جمعیت در میان قشر جوان تحصیل‌کرده جامعه، تشدید پیدا کرده است، بر عنصر انسانی به عنوان مهم‌ترین سرمایه و منبع الهی تکیه می‌شود که البته در این بین به افراد خاص یا همان کارآفرینان توجه خاصی مبذول می‌گردد (شفیع‌آبادی، ۱۳۹۰: ۱۳۸). در زمان حاضر عصر برتری منابع طبیعی و فیزیکی به پایان رسیده و سرمایه انسانی نقش تعیین‌کننده در ایجاد جامعه‌ای پایا، کارآمد و مترقی خواهد داشت. در این جایگاه دانش‌آموختگان دانشگاهی به عنوان یکی از مهم‌ترین سرمایه‌های انسانی از اهمیت قابل ملاحظه‌ای برخوردار است (میرجلیلی، ۱۳۸۴: ۷۸). با اهمیت یافتن تولید و انتشار دانش و نقشی که استفاده از دانش انتشاریافته در خلق ثروت، برای جوامع ایفاء می‌کند، نقش مورد انتظار از دانشگاه‌ها در حال دگرگونی است. از دانشگاه‌ها انتظار می‌رود نقش فعالی در تجاری‌سازی و انتقال دانش و فناوری به صنعت ایفاء کنند (جبل‌عاملی و آزادگان‌مهر، ۱۳۸۹: ۱۵). کارآفرینی واژه‌ای آشنا برای همگان است و مردم کارآفرینان مشهوری را در ذهن خویش به یاد می‌آورند. به ویژه این که کارآفرینی تأثیر انکارناپذیری در توسعه اقتصادی، اجتماعی و فناوری کشورها و مناطق مختلف دارند و این اهمیت و تأثیر حوزه کارآفرینی هم در حیطه اجرا و هم در زمینه مطالعاتی رو به گسترش و تزايد است (احمدیان و خسروی پور، ۱۳۹۶: ۲). در گذشته معتقد بودند که کارآفرینان دارای ویژگی ذاتی هستند و این ویژگی‌ها همراه آنان متولد می‌شود. اما امروزه کارآفرینی به عنوان یک رشته علمی شناسایی شده است که بر هیچ فردی اهمیت نقش آموزش در آن

پوشیده نیست (پورجاوید و همکاران، ۱۳۹۶: ۵). در دنیای امروز، دانشگاه‌ها، علاوه بر مأموریت آموزشی-تحقیقاتی، مأموریت جدیدی یافته‌اند که مشارکت فزاینده‌تر در فرآیند نوآوری و توسعه فناوری است. یک دانشگاه اگر به فعالیت‌های کارآفرینی بپردازد، به عنوان یک منبع توسعه فناوری شناخته می‌شود. در نتیجه سیاستگذاران اغلب به دنبال سازوکارهایی برای تحریک تجاری‌سازی فناوری از یافته‌های پژوهشی در دانشگاه‌ها به عنوان راهی برای تشویق فعالیت‌های کارآفرینی هستند (ذوالفقاری، ۱۳۹۰: ۴۵). امروزه، توجه به کارآفرینی یکی از دغدغه‌های مهم نهادها و مراکز مختلف از جمله دانشگاه‌هاست. نظریه دانشگاه کارآفرین یکی از مدل‌های مطرح شده برای تبیین نقش جدید دانشگاه‌ها با ویژگی مهم تعامل گسترده‌تر با جامعه است. بر اساس این نظریه، برخی از نظام‌های آموزش عالی با ایجاد تغییراتی در برنامه‌های خود، با توسعه اقتصادی و بازار کار هماهنگ می‌شوند و با اجرای طرح‌های کارآفرینی در دانشگاه‌ها، فارغ‌التحصیلانی نوآور و خلاق تربیت می‌کنند. این تحولات مقدمه‌ی شکل‌گیری دانشگاه کارآفرین شده است. دانشگاه کارآفرین به عنوان نسل سوم دانشگاه‌ها، مأموریت توسعه اقتصادی و اجتماعی را به عهده دارد. از این رو، شناخت این مأموریت و نحوه‌ی تحقق آن در دانشگاه‌های سنتی، اهمیت ویژه‌ای دارد (بهرام‌چوبین و همکاران، ۱۳۹۵: ۶۹۲). تحولات سریع فناورانه و تجاری، سازمان‌ها را به سمت وسوسه‌ی سازماندهی مجدد برای کسب آموزش و نوآوری سوق می‌دهد. با این اوصاف مدیریت دانش عرصه‌ی مشترکی در جهت همکاری بیش‌تر دانشگاه و صنعت نشده است. برای تولید محصولات با فرآیند و فناوری جدیدتر، شرکت‌ها به دنبال ایده‌های جدید خارج از مرزهای سازمانی خود هستند. همکاری با دانشگاه به شرکت‌ها اجازه می‌دهد تا با کسب معلومات نو، کیفیت محصولات خود را ارتقاء بخشند و در رقابت با رقبای، از آن‌ها پیشی گیرند (Hansen and Welo, 2017).

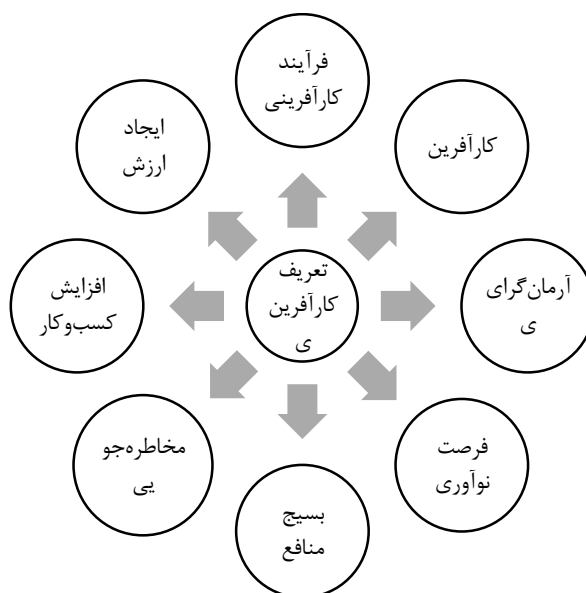
۲- مفهوم کارآفرینی

دنیای پیچیده و پرنوسان امروز، بر پایه علم و دانش پایه‌گذاری شده است، به طوری که بشر بعد از پشت سر گذاشتن جوامع عصر کشاورزی و صنعتی وارد عصر اطلاعات و ارتباطات شده است که در آن شاهد سه انقلاب دیجیتال، کارآفرینی و اینترنت بوده است. امروز، عصر کارآفرینی است و کارآفرینان، انقلابی را هدایت و رهبری می‌کنند که مبتنی بر دانش، اطلاعات و آگاهی است. شواهد موجود حاکی از آن است که علت اساسی رشد و توسعه اقتصادی کشورهای توسعه‌یافته، کارآفرینی بوده است (محمدزاده، ۱۳۹۶: ۱۵۴).



شکل ۱: ارزش‌زایی هم‌افزایانه تحولات انقلاب‌گونه‌ی معاصر (منبع: امیرنژاد و محسن‌نسب، ۱۳۸۷: ۷۸)

کارآفرینی مفهومی عینی و عملی است که هم‌زمان با آغاز زندگی انسان بر روی زمین و تلاش برای کسب درآمد و تأمین مایحتاج زندگی پا به عرصه وجود گذاشته است. اما طرح این مقوله به عنوان یک مفهوم علمی سابقه‌چندانی ندارد. واژه‌ی کارآفرینی همانند سایر واژه‌های مطرح شده در علوم انسانی مشابه مفاهیم و واژه‌های نسبتاً "قطعی علوم فیزیک به‌شمار نمی‌رود. کارآفرینی در اصل یک روش زندگی کردن است، نه روش مدیریت زندگی (خسروی‌پور و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۰). کارآفرینی عبارت است از کشف و بهره‌برداری از فرصت‌های تجاری مناسب برای خلق ثروت شخصی و ارزش اجتماعی. کارآفرینی، فرآیندی از توسعه و آوردن یک نگاه جدید به زندگی است، نگاهی که ممکن است یک ایده خلاقانه، یک فرصت ساده، روش‌های بهتری برای انجام کاری باشد. کارآفرین کسی است که ریسک کردن، به اجرا درآوردن و مدیریت کردن مالکیت یک کار و فعالیت اقتصادی را می‌پذیرد (حسینی‌نیا و موسوی، ۱۳۹۷: ۶۳).



شکل ۲: تعریف کارآفرینی (منبع: حسینی‌نیا و موسوی، ۱۳۹۷: ۶۳)

یک فعالیت وقتی کارآفرینانه تلقی می‌شود که حداقل به واسطه‌ی یکی از راه‌های زیر ایجاد ارزش اقتصادی کند:

۱. نوآوری در محصول (یا خدمت)
۲. نوآوری در روش و فرآیند (تولید، فروش، بسته‌بندی، توزیع و ...)
۳. کشف منابع جدید
۴. کشف بازارهای جدید (داخلی یا خارجی) (انصاری، ۱۳۸۷: ۶۴).

دابسون بر اساس تعریف دیده‌بان جهانی کارآفرینی، معتقد است: هر تلاشی برای ایجاد کسب و کارهای جدید یا گسترش کسب و کارهای موجود توسط افراد، یا گروهی از افراد را کارآفرینی می‌نامند. به اعتقاد دابسون این اشخاص، کسانی هستند که نوآوری را با فعالیت‌های کسب و کار برای تجاری‌سازی تولیدات و خدمات ترکیب می‌کنند که نتیجه‌ی آن، شرکت‌های با رشد بالا می‌باشد. ویلیام بای‌گریو معتقد است کارآفرین کسی است که یک فرصت را در می‌یابد و برای پیگیری آن فرصت، سازمانی را راه‌اندازی می‌کند. فرآیند کارآفرینی نیز تمام وظایف، فعالیت‌ها و عملیات را در برمی‌گیرد که با درک فرصت و ایجاد یک سازمان به منظور پیگیری آن فرصت‌ها ارتباط می‌یابد (رستمعلی‌زاده و علی‌جمعه‌زاده، ۱۳۹۷: ۱۴۸).

جدول ۱: خصوصیات کارآفرین (منبع: حقیقی، ۱۳۸۵: ۱۷۳)

یک کارآفرین باید مدیر خوبی باشد و بتواند عوامل را به خوبی رهبری کند.	هدایت و رهبری
کارآفرین برای تولید چیزی جدید، نیازمند خلاقیت است.	خلاقیت
در فعالیت کارآفرینی غالباً "هزینه‌ها مشخص، اما درآمد نامعین است."	ریسک‌پذیری
اگر کارآفرین به دنبال آفرینش ثروت برای دیگران است، نمی‌تواند تنها به سود و منافع شخصی خود بپردازد.	سودجویی فردی و اجتماعی
کارآفرین برای شناسایی زمینه‌های تولید و حصول به هدف، به آینده توجه بیشتری دارد.	دید بلندمدت و آینده‌نگری

از جمله ویژگی‌های مهارتی کارآفرینان می‌توان به موارد زیر اشاره دارد:

۱. مهارت و قابلیت فرصت‌شناسی، که با شناسایی و توسعه فرصت‌های بازار ارتباط دارد.
۲. مهارت ارتباطی، که با تعاملات فرد با فرد و یا فرد با گروه مرتبط است، یعنی ایجاد بستری از اعتماد و همکاری، برقراری ارتباطات و تماس‌ها، توانایی متقاعد کردن و نفوذ در دیگران، مهارت‌های بین فردی و ارتباطی

۳. مهارت ادراکی، که با توانایی‌های مختلف ادراکی که در رفتار کارآفرینان منعکس می‌شود، در ارتباط است، یعنی مهارت‌های تصمیم‌گیری، جذب و درک اطلاعات پیچیده، ریسک‌پذیری و نوآوری
۴. مهارت سازماندهی، که با سازماندهی منابع مختلف داخلی و خارجی نظیر منابع انسانی، فیزیکی، تکنولوژی و مالی، تشکیل تیم‌های ارشادی و تعلیم و کنترل کارکنان در ارتباط مهارت استراتژیکی؛ که با تدوین، ارزیابی و اجرای استراتژی‌های شرکت در ارتباط است
۵. مهارت تعهد و مسؤولیت‌پذیری؛ که کارآفرینان را در جریان تجارت به سوی جلو هدایت می‌کند (شامی‌زنجانی و موسوی، ۱۳۹۵: ۶۰).

۳- ضرورت کارآفرینی

بدون تردید، سعی و تلاش تمامی کشورهای جهان حرکت به سوی توسعه می‌باشد. یکی از مهم‌ترین عوامل توسعه که همواره مورد توجه کارشناسان و صاحب‌نظران بوده، رشد و توسعه اقتصادی است که تأثیر غیر قابل انکاری در توسعه همه جانبه یک کشور دارد، به همین دلیل نیز در جهان امروز پدیده‌ای به نام کارآفرینی در خدمت توسعه اقتصادی قرار گرفته و افراد بسیاری با استفاده از قوه خلاقه و همچنین به‌کارگیری سرمایه، با تولید کالا و خدمات به توسعه اقتصادی کشور کمک شایان توجهی می‌کنند. امروزه، کارآفرینی از چنان اهمیتی برخوردار گشته است که بسیاری از کشورها برنامه‌های گسترده‌ای را برای آموزش و تشویق افراد به کارآفرینی تدارک می‌بینند (ترکیان‌تبار، ۱۳۸۵: ۱۲). متون اقتصادی به کارآفرینی به عنوان موتور برای رشد و توسعه اقتصادی، افزایش ثروت و خلق ارزش افزوده فراوانی کرده‌اند. بنابراین، از دانشگاه مانند سایر موجودیت‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی جامعه، انتظار می‌رود علاوه بر انجام شایسته‌ی مأموریت‌های پیشین (مأموریت آموزشی و پژوهشی)، با اتخاذ رویکرد کارآفرینی در فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی، به مأموریت جدید خود (کارآفرینی) جامه‌ی عمل بپوشاند و به یک دانشگاه کارآفرین تبدیل شود. پیدایش دانشگاه کارآفرین، پیامد پیشرفت درونی دانشگاه و اثرات برونی بر آن، توأم با اهمیت فزاینده‌ی دانش و نوآوری در توسعه‌ی اقتصادی جوامع بشری و این واقعیت است که دانشگاه حامل هزینه- اثربخشی و خلاق فرایند نوآوری و انتقال دانش و فنآوری به جامعه است. ساده‌ترین تبیین از دانشگاه کارآفرین این است که دانشگاه بایستی به آنتی‌تز برج عاج (یعنی محلی آرام برای تفکر/گوشه‌ای خلوت) و عاملی فعال برای محیطش تبدیل شود و نیز به محیطش به عنوان بازار بنگرد و پاسخگوی تقاضاهای آن باشد (خورشید، ۱۳۹۶: ۲۴۰). موج گسترده فعالیت‌های اقتصادی توجه بسیاری از دولت‌ها را به کارآفرینی جلب کرده است با توجه به دگرگونی‌های وسیعی که در عصر اطلاعات اتفاق افتاد از بین سه انقلاب دیجیتال، اینترنتی و کارآفرینی، انقلاب کارآفرینی نقش بسزایی در توسعه و رشد کشورهای توسعه‌یافته داشته است. کارآفرینی برای هر جامعه‌ای دارای سه نوع منفعت است، این منافع عبارت‌اند از: ۱) افزایش رشد اقتصادی؛ ۲) ارتقاء بهره‌وری و ۳) پدیدآمدن تکنولوژی‌ها، محصولات و خدمات جدید. بنابراین، دانشگاه‌ها می‌توانند با نگرشی نو به آموزش، تحقیقات، نوآوری و توسعه فرهنگ کارآفرینی دست به تحول اساسی زده و با تربیت نیروهای محقق، خالق و توسعه‌یافته، زمینه‌ی ورود به صنایع پیشرفته را به سهم خود فراهم سازند (یحیی‌پور و قاسم‌نژاد، ۱۳۹۱: ۵۲). به طور کلی، دلایل مختلفی سبب برانگیختن افراد به سوی کارآفرینی می‌شود که برخی از مهم‌ترین آن‌ها عبارتند از:

۱. تحقق ایده‌ها از طریق راه‌اندازی کسب و کار
۲. امکان دستیابی به شغل مطلوب و دلخواه از طریق راه‌اندازی کسب و کار مورد علاقه
۳. تمایل به کسب درآمد بیش‌تر
۴. کشف فرصت‌های کسب و کار که دیگران به آن توجه نکرده‌اند.
۵. تحقق اهداف فردی کارآفرینی همراه با خدمت‌رسانی به جامعه (پورآتشی و پرهیزکار، ۱۳۹۶: ۲۶).

۴- مبانی نظری

در پژوهش‌های مختلفی وضعیت روند نهادینه‌سازی کارآفرینی در دانشگاه‌ها بررسی گردید. در تحقیقی، عوامل تأثیرگذار بر آمادگی دانشگاه‌ها برای تبدیل شدن به دانشگاهی با ویژگی‌های کارآفرینانه بررسی شد. نتایج نشان داد که تمام عوامل مورد بررسی شامل ساختار کارآفرینانه، فرهنگ کارآفرینانه، راهبرد کارآفرینانه، مدیریت کارآفرینانه و ارتباط دانشگاه با صنعت، از عوامل تأثیرگذار بر آمادگی دانشگاه‌ها برای تبدیل شدن به دانشگاهی با ویژگی‌های کارآفرینانه هستند. از بین عوامل مورد بررسی، عامل ساختار

کارآفرینانه بالاترین میزان تأثیر را بر آمادگی دانشگاه برای تبدیل شدن به دانشگاهی با ویژگی‌های کارآفرینانه دارد. علاوه بر این نشان داده شد که دانشگاه آمادگی لازم را از لحاظ ارتباط دانشگاه با صنعت را ندارد؛ شاید یکی از دلایل عدم ارتباط گسترده دانشگاه با صنعت، نبود اعتماد لازم بین آن‌ها باشد. برای بهبود وضعیت دانشگاه پیشنهاد گردید: میزان دستورالعمل‌ها و شیوه‌نامه‌ها برای رفتار افراد بر اساس خلاقیت خود کاهش یابد، حرکت دانشگاه به سمت راهبردهای تهاجمی و آینده‌نگر به جای حرکت تدافعی انجام شود و به جای ایجاد دفتر ارتباط دانشگاه با صنعت در دانشگاه، دانشگاه در کارخانه‌های صنایع مختلف، دفتر ارتباط با دانشگاه ایجاد نماید (صادقی و همکاران، ۱۳۹۷: ۴۳). در مقاله‌ای از مقایسه مشخصات مراکز کارآفرینی برتر دانشگاه‌های آمریکا با مراکز کارآفرینی مستقر در دانشگاه‌های تهران، تفاوت‌های موجود شناسایی شد. یافته‌های این مقاله نشان داد که مراکز کارآفرینی برتر دانشگاه‌های آمریکا بر فعالیت‌های پژوهشی و ارائه خدمات و مشاوره به دانشجویان در سطوح مختلف تحصیلی و افراد و گروه‌های متقاضی مختلف نیز همانند فعالیت‌های آموزشی و تدریس اهمیت بیش‌تری قائل شده و برنامه‌های جامع‌تر آموزش و ترویج کارآفرینی از نظر کیفی و دوره‌های بیش‌تری نیز از نظر کمی اجرا می‌کنند. در عین حال مراکز کارآفرینی دانشگاه‌های تهران بیش‌تر به فعالیت‌های آموزشی می‌پردازند. به طور کلی مراکز کارآفرینی دانشگاه‌های آمریکا فعالیت‌های گسترده و توسعه درونی و بیرونی بیش‌تری در راستای آموزش و توسعه کارآفرینی انجام می‌دهند (عزیزی، ۱۳۹۴: ۲۱).

محبی‌فر و همکاران (۱۳۹۷: ۱۵۳) با هدف بررسی رفتار کارآفرینی اعضای هیأت علمی دانشگاه علوم پزشکی قزوین و عوامل ساختاری مؤثر بر آن، تحقیقی انجام دادند. یافته‌های تحقیق نشانگر وضعیت‌های مطلوب و متوسط برای کارآفرینی و عناصر ساختاری بود. این محققان نتیجه گرفتند که با توجه به تأثیر عوامل ساختاری بر رفتار کارآفرینی اعضای هیأت علمی، نیاز به توسعه زیرساخت‌های مذکور از جمله استراتژی‌های سازمانی در دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی کشور به منظور تسهیل توسعه رفتار کارآفرینی در بین اعضای دانشگاهی به شدت احساس می‌شود. برای بررسی نیازهای آموزشی دانشجویان کشاورزی در زمینه کارآفرینی، پژوهشی توسط موحدی و همکاران (۱۳۹۷: ۳۱) انجام شد. نتایج حاصله نشان داد که بالاترین اولویت نیازهای دانشجوین کشاورزی مورد مطالعه مربوط به آشنایی با قوانین و مقررات راه‌اندازی کسب‌وکار جدید، شناخت منابع اطلاعاتی مختلف جهت تدوین یک طرح کسب‌وکار و آشنایی با مسایل عملی کارآفرینی بوده است. در بخش نیازهای نگرشی بالاترین اولویت‌ها نیاز به دانش کارآفرینی و شرکت در نشست‌های کارآفرینی با حضور کارآفرینان بود. در بخش نیازهای مهارتی نیز بالاترین اولویت‌ها مربوط به توانایی جذب سرمایه و توانایی دسترسی به تسهیلات بانکی بود. مردان‌شاهی و آقاجانی افروزی (۱۳۹۳: ۶۹) با انجام تحقیقی به بررسی و مقایسه ویژگی‌های کارآفرینانه دانشجویان دختر پرداختند.

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که اغلب دانشجویان به جز ویژگی تحمل ابهام در دیگر ویژگی‌های کارآفرینانه شامل ریسک‌پذیری، سلامت فکری، عمل‌گرایی، کانون کنترل، نیاز به موفقیت، رؤیاپردازی و چالش‌طلبی شرایط مطلوبی نداشتند. از نظر جنسیت بین پسرها و دخترهای دانشجوی، در ویژگی‌های عمل‌گرایی، نیاز به موفقیت، تحمل ابهام، چالش‌طلبی، رویاپردازی و در نهایت کارآفرینی اختلاف معنی‌داری وجود ندارد. اما در ویژگی‌های ریسک‌پذیری، سلامت فکری و کانون کنترل بین دانشجویان پسر و دختر اختلاف معنی‌داری وجود دارد. مجموع نتایج، ضرورت برنامه‌ریزی برای تقویت این ویژگی‌ها را با توجه اهمیت کارآفرینی و گرایش روزافزون زنان به تحصیلات دانشگاهی و همچنین نقش راهبردی کشاورزی در استقلال و رفاه اجتماعی، نشان می‌دهد. نصیرزاده و همکاران (۱۳۹۷: ۱۳۱) با انجام یک بررسی به شناسایی و پرورش ویژگی‌های مربوط به کارآفرینی به خصوص در دانش‌آموختگان رشته‌ی تربیت‌بدنی پرداختند. نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد عوامل مؤثر در کارآفرینی دانش‌آموختگان تربیت‌بدنی به ترتیب اولویت در شش دسته‌ی کلی صلاحیت‌های حرفه‌ای، روان‌شناختی، تحصیلی، جمعیت‌شناختی، محیطی و عوامل مدیریتی قرار می‌گیرند. در این پژوهش، عوامل صلاحیت‌های حرفه‌ای به عنوان مؤثرترین عوامل نسبت به سایر عوامل معرفی شدند.

نقش آموزش کارآفرینی بر اشتغال دانش‌آموختگان آموزش عالی ایران در دنیای در حال تغییر توسط حسینی‌لرگانی و همکاران (۱۳۸۷: ۱۲۰) مورد مطالعه قرار گرفت. بررسی نتایج نهایی نشان داد که اغلب متخصصان معتقد بودند که در گستره جهانی شدن، آموزش سبک تفکر و فرهنگ کارآفرینانه، گسترش مراکز تحقیق و توسعه کارآفرینی، برگزاری کارگاه‌های آموزش کارآفرینی دیجیتال، کسب‌وکارهای الکترونیکی، سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های آموزشی و پژوهشی دانشگاه‌ها با ارزش‌های کارآفرینی، همکاری‌های علمی با مراکز آموزشی و پژوهشی کشورهای توسعه‌یافته، تبادل استاد و دانشجو و غیره، می‌تواند راهکار ارزشمندی برای ایجاد تفکر کارآفرینی و اشتغال دانش‌آموختگان آموزش عالی باشد. در پژوهشی دیگر موانع کارآفرینی سازمانی در دانشگاه

گنبد کاووس توسط امیری لرگانی (۱۳۹۷: ۷) بررسی گردید. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه اعضای هیأت علمی دانشگاه گنبد کاووس بود. نتایج نشان داد که از میان شش متغیر مورد بررسی تنها چهار متغیر (فرهنگ سازمانی، سبک رهبری، سطح تضاد و قوانین و مقررات) با کارآفرینی سازمانی ارتباط مثبت و معنی‌داری دارد و دو متغیر دیگر (ویژگی کارکنان و ویژگی مدیریت) ارتباط معنی‌داری با کارآفرینی سازمانی ندارد. نتیجه آزمون فریدمن نشان داد که اولین مانع کارآفرینی سازمانی در دانشگاه گنبد کاووس، ویژگی کارکنان است و بهترین عامل مؤثر بر روی کارآفرینی سازمانی، فرهنگ سازمانی است. بارانی و همکاران (۱۳۸۹: ۸۵) با هدف کلی بررسی تأثیر آموزش کارآفرینی بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان، پژوهشی انجام دادند. جامعه آماری این پژوهش دانشجویان رشته مهندسی صنایع دانشگاه پیام نور کرمانشاه بود. این پژوهشگران اظهار داشتند از آن جایی که تأثیر مثبت برنامه‌های آموزش کارآفرینی بر نگرش‌های (نگرش در باره کارآفرینی، هنجارهای ذهنی و باور به خودکارآمدی) دانشجویان تأیید شده و آموزش کارآفرینی لازمه توسعه کارآفرینی در کشور است، لذا، به مسئولان آموزش عالی توصیه می‌شود که در خصوص سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی‌های منظم برای راه‌اندازی و تقویت هر چه بیشتر دوره‌های رسمی و غیر رسمی کارآفرینی در آموزش عالی اهتمام ورزند.

در این زمینه، بهره‌گیری از تجارب کشورهای موفق در زمینه آموزش کارآفرینی به منظور گذر دانشجویان آموزش عالی از کارجویی به کارآفرینی، استفاده از آموزشگرهای مجرب با یکی از دو ویژگی بارز داشتن قالب ذهنی کارآفرینانه یا کارآفرین بودن، کاربرد آموزش‌های هم‌سو با سبک یادگیری دانشجویان، بهره‌گیری از روش‌های مختلف تدریس از جمله سخنرانی، یادگیری تجربی یا مبتنی بر عمل، بازدید، آموزش‌های گروهی و آموزش از راه دور یا رسانه‌ای و استفاده از روش‌های ارزشیابی مناسب توصیه می‌شود.

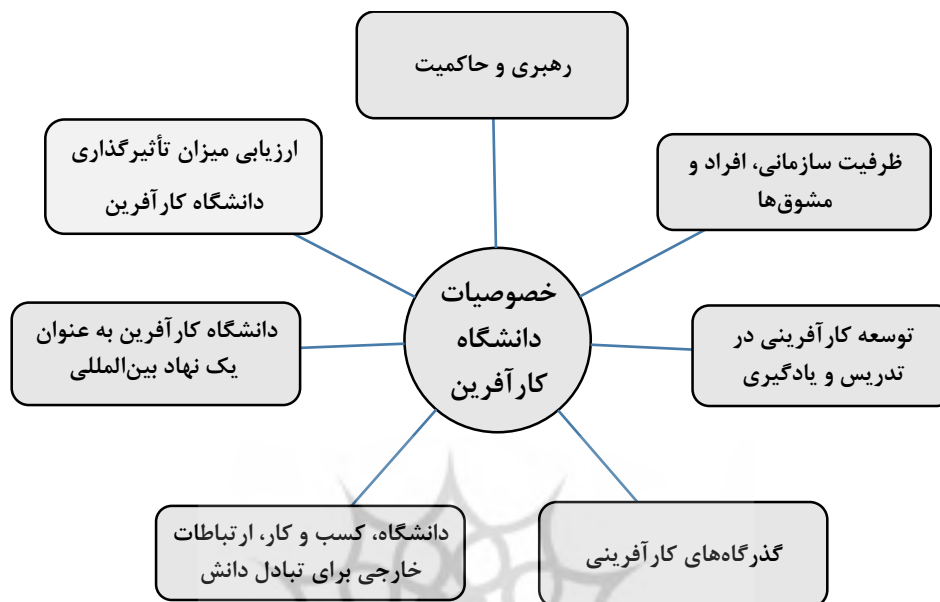
۵- چالش‌های کارآفرینی

موفق نبودن دانشگاه‌ها در ارتقاء به سازمان کارآفرین تا حد زیادی به سبب طبیعت ذاتی سازمان‌های بزرگ از جمله: ماهیت غیر شخصی روابط، ساختار سلسله‌مراتبی، فرهنگ سازمانی محافظه‌کارانه، نیاز به کنترل و پایبندی به قوانین و شیوه‌ها، روش‌های نامناسب جبران خسارت‌های ناشی از خطرپذیری و نظایر آن‌ها می‌باشد. همچنین انبوه‌سازی آموزش عالی، برنامه‌های اشتغال، خواسته‌های دانشجویی، توسعه مهارت‌های کارآفرینی، جهانی‌سازی، راهبردهای بین‌المللی‌سازی دانشگاه، پیکربندی دانش جهانی، فرایندهای تعامل و انتقال دانش، بودجه‌های دانشگاهی، آزادی علمی و استقلال دانشگاهی و خلق ارزش عمومی، نیز از جمله چالش‌های محیطی کارآفرینانه در مسیر دانشگاه‌ها است (عابدی و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۲۰). رشد فزاینده دانشجویان، فشار عمده جهت رقابت با انواع دیگر نظام‌های آموزشی و همچنین با سایر بخش‌های اجتماعی و اقتصادی به منظور تصاحب منابع بیش‌تر از یک طرف و کاهش منابع مالی دولت از سوی دیگر، به همراه فشار مستمر از سوی دانشجویان متقاضی اشتغال، دانشگاه‌ها را ملزم به پاسخ‌گویی بیش‌تر می‌کند. از دیگر سو، افزایش تعداد دانشجویان کشور طی چند دهه اخیر و حجم بالای تقاضای تحصیلی نسبت به ظرفیت بازار کار برای دانش‌آموختگان، نکته‌ای است که مسئولان و صاحب‌نظران را نه تنها در کشورهای در حال توسعه بلکه در کشورهای توسعه‌یافته نیز به نوعی درگیر مشکلات ناشی از آن کرده است. با نگاهی به افزایش تعداد دانش‌آموختگانی که بدون برآورد دقیق از نیازهای بازار کار با تخصص‌های نه‌چندان کاربردی در عمل، به عرصه اشتغال چشم دوخته‌اند، می‌توان دریافت که عدم سیاست‌گذاری مناسب و برنامه‌ریزی منسجم در نظام آموزشی کل کشور مهم‌ترین علت بروز چنین بحرانی است (خسروی‌پور و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۸۳).

۶- دانشگاه کارآفرین

معیار تعیین جایگاه و اقتدار کشورها و اساس توسعه همه جانبه‌ی آن‌ها، بر میزان تولید دانش و دستاوردهای پژوهشی و کاربردهای آن در ارتقاء سطح جهانی تکیه دارد. بنابراین اهمیت دادن به امر تحقیقات و افزایش فعالیت‌های پژوهشی در هر کشوری سبب توسعه و پیشرفت می‌گردد و خودکفایی و استقلال واقعی را برای آن کشور به ارمغان می‌آورد (یمینی‌فیروز، ۱۳۹۳: ۲۸). جهان در عصر حاضر، شاهد تغییرات و تحولات گسترده و سریع در عرصه‌ی اجتماعی و اقتصادی است. جهانی‌شدن، افزایش رقابت، رشد فناوری، کمبود منابع، گسترش روزافزون اقتصاد دانش‌بنیان، شرایط و محیط جدیدی برای جامعه و دانشگاه فراهم کرده است. مأموریت و رسالت دانشگاه‌ها در گذشته شامل آموزش و پژوهش بود که امروزه با توجه به تحولات روی داده و نیز بر اساس رسالت

و تعهد دانشگاه نسبت به جامعه و بقاء و رشد خود دانشگاه، به تدریج از نقش سنتی خود فاصله گرفته و با مشارکت در توسعه‌ی اقتصادی و اجتماعی، عهده‌دار رسالت و نقش جدیدی شده است. دانشگاه‌هایی که توانستند خود را با شرایط جدید سازگار کنند به دانشگاه‌های نسل سوم (دانشگاه کارآفرین) معروف‌اند که تکامل‌یافته‌ی دانشگاه‌های نسل اول و دوم هستند (فرامرزی‌نیا، ۱۳۹۶: ۶۶).



شکل ۳: ویژگی‌های هفتگانه دانشگاه کارآفرین (منبع: علیشاهی و همکاران، ۱۳۹۲: ۹۲)

ادبیات کارآفرینی دانشگاهی و دانشگاه کارآفرین به سرعت در حال توسعه است. دانشگاه‌های کشورهای توسعه‌یافته به طور فزاینده‌ای کارآفرین شده‌اند. در اقتصاد مبتنی بر دانش، دانشگاه‌ها علاوه بر مأموریت‌های آموزشی و تحقیقاتی، مأموریت سوم خود یعنی مشارکت فزاینده‌تر در فرآیند نوآوری و توسعه تکنولوژی را نیز عهده‌دار شده‌اند. بر این اساس شبکه‌های جدید وابسته به دانشگاه‌ها در حال رشد می‌باشند و دانشگاه‌ها با توجه به ظرفیت‌هایی که به عنوان نهاد تولید و توزیع‌کننده دانش دارند، به صورت دانشگاه‌های کارآفرین نقش اساسی را در نوآوری صنعتی و توسعه فناوری و در نتیجه اشتغال‌زایی و رفاه ایفاء می‌کنند. لذا رویکرد حاکم بر فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی، رویکردی نیازگرا در تعامل با سازمان‌های پیرامونی دانشگاه می‌باشد. این تعامل و کنش متقابل محیط‌های دانشگاهی با بنگاه‌های اقتصادی و سازمان‌های بیرونی، چنانچه سازمان‌یافته و با سازوکارهای اثربخش همراه باشد، حاصلی جز اشتغال‌زایی و بهره‌وری بیش‌تر از منابع انسانی و غیر انسانی و رفاه به دنبال نخواهد داشت (باقری‌نژاد، ۱۳۸۹: ۶۶). کارآفرینی دانشگاهی از منظر مفهومی هر گونه برنامه و تلاش برای ارتقای قابلیت‌های خلاقیت و کارآفرینی در دانشجویان و افزایش توانمندی‌های مدرسان در زمینه آموزش کارآفرینانه درس‌های تخصصی خود و تجاری‌سازی نتایج پروژه‌ها و تحقیقات دانشگاهی تلقی می‌شود. به عبارتی کارآفرینی دانشگاهی با تجاری‌سازی دانش قرین است و از منظر عملیاتی میزان موفقیت مراکز آموزش عالی در توسعه رفتار کارآفرینانه در کارکنان و دانشجویان و تبدیل نتایج تحقیقات استادان و دانشجویان به ثروت به عنوان مفهوم عملیاتی «کارآفرینی دانشگاهی» تعریف شده است (مخبردزفولی، ۱۳۹۶: ۹۰). نسل سوم دانشگاهی که دانشگاه کارآفرین نام دارد، علاوه بر وظیفه‌ی آموزش و پژوهش، بازیگر نقش اول در رشد و توسعه‌ی اقتصادی کشور است. با نگاهی به دانشگاه‌های برتر دنیا در نظام‌های بین‌المللی معتبر می‌توان دریافت، بین رتبه‌ی آکادمیک و قدرت سیاسی، اقتصادی و غیره جوامع رابطه‌ی معناداری وجود دارد. دانشگاه کارآفرین نه یک دانشگاه یا سازمان، بلکه یک ساختار یا فرهنگ است. فرهنگی که خلاقیت و رشد و توسعه‌ی نوآورانه را برای محیط پیرامون خود به ارمغان خواهد آورد (علیزاده‌مجد و همکاران، ۱۳۹۷: ۲۲۷). برای ایجاد دانشگاه کارآفرین در کشور، باید ساختار دانشگاه‌ها را منعطف نمود. برای ایجاد انعطاف‌پذیری، در ساختار دانشگاه‌ها، به جای تأکید بر مؤلفه‌های ساختاری رایج (تمرکز، رسمیت و

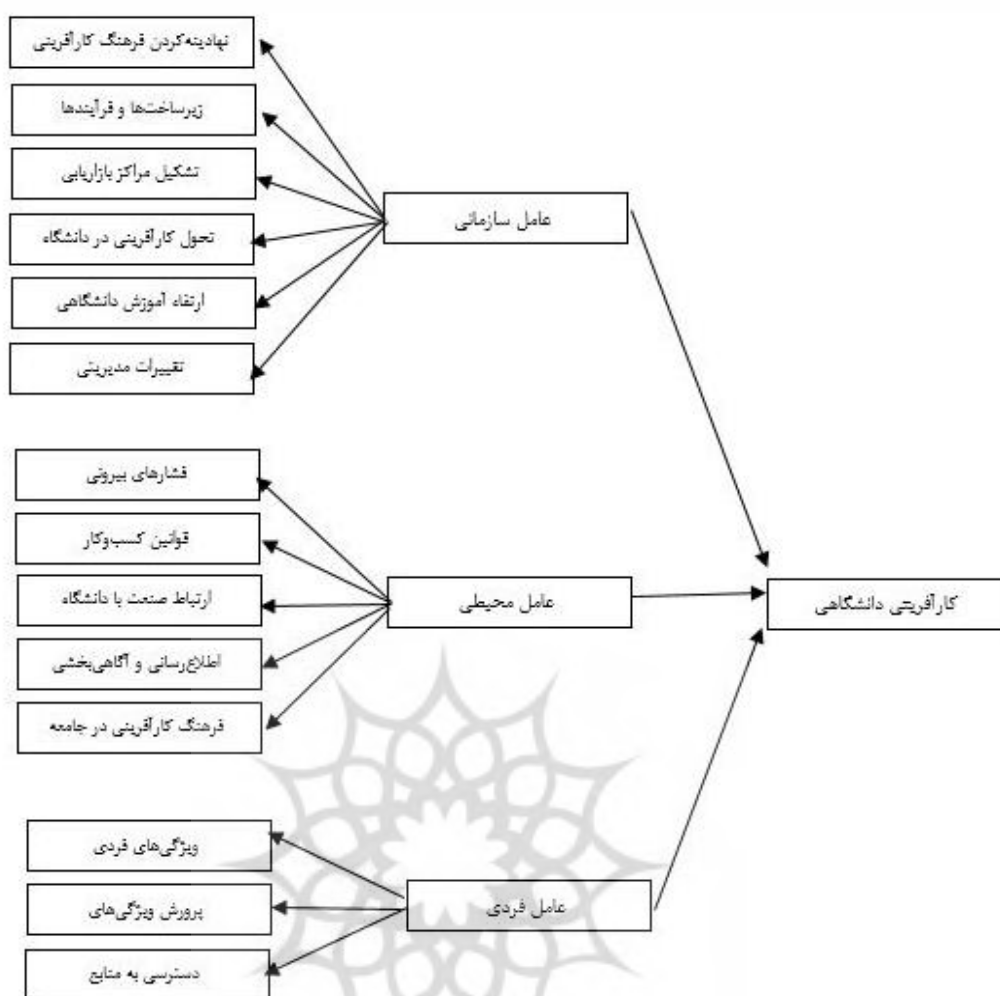
پیچیدگی) باید بر مؤلفه‌های استقلال و ترکیب تأکید کرد. دانشگاه کارآفرین با ایجاد استقلال برای کارکنان و اعضای هیأت علمی، ظرفیت انعطاف‌پذیری بالایی در برخورد با محیط ایجاد می‌کند. دومین مؤلفه مهم، ترکیب است. طبق این مؤلفه باید نوعی ارتباط منسجم درون و بیرون دانشگاه موجود داشته باشد. ارتباط منسجم درونی به شکل‌گیری ائتلاف‌ها و گروه‌های علمی منجر می‌شود. در ارتباط بیرونی نیز دانشگاه باید به دنبال ایجاد گروه و ائتلاف با محیط باشد. مؤلفه‌های دیگر ساختار سازمانی (حرفه‌ای‌گرایی، پیچیدگی، رسمیت و تمرکز) در رتبه‌های بعدی اهمیت برای ایجاد دانشگاه کارآفرین هستند (باقری و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۳).

جدول ۲: تعاریف اصولی از دانشگاه کارآفرین (منبع یحیی‌پور و قاسم‌نژاد: ۱۳۹۱: ۵۳)

سال	نویسنده / صاحب‌نظر	تعریف
۱۹۹۵	Chrisman et al	دانشگاه کارآفرین شامل ایجاد ریسک‌های جدید در کسب‌وکار به وسیله متخصصان دانشگاهی، تکنسین‌ها، یا دانشجویان است.
۱۹۹۸	Ropke	یک دانشگاه کارآفرین به معنی سه چیز است: دانشگاه خودش به عنوان یک سازمان، کارآفرین می‌باشد؛ اعضای دانشگاه - هیأت علمی، دانشجویان، کارمندان - به طریقی تمایل به کارآفرینی دارند؛ و تعامل دانشگاه با محیط، و ارتباط ساختاری بین دانشگاه و منطقه، از الگوی کارآفرینانه پیروی می‌کند.
۱۹۹۹	Subotzky	دانشگاه کارآفرین با ارتباط نزدیک شرکای تجاری و دانشگاهی، و با مسئولیت هیأت علمی برای دستیابی به منابع بیرونی سرمایه‌گذاری و صفات اداری در رهبری و برنامه‌ریزی نهادی، متمایز شده است.
۲۰۰۲	Kirby	دانشگاه‌های کارآفرین توانایی برای نوآوری، تشخیص و ایجاد فرصت‌ها، کار تیمی، ریسک‌کردن و واکنش به چالش‌ها، را دارند.
۲۰۰۳	Jacob et al	یک دانشگاه کارآفرین مبتنی بر تجاری‌سازی (Commoditization) هستند.

اتزکویتز در سال ۲۰۰۴ مدلی را برای دانشگاه کارآفرین معرفی کرده است که این مدل در قالب مجموعه‌ای از ویژگی‌های به هم پیوسته قابل تبیین است. این ویژگی‌ها عبارتند از:

۱. سرمایه‌سازی دانش: سرمایه‌سازی دانش از دیدگاه وی اساس توسعه اجتماعی و اقتصادی است و نقش دانشگاه را در جامعه ارتقاء می‌دهد.
 ۲. همبستگی: دانشگاه کارآفرین از نزدیک با صنعت و دولت تعامل دارد و یک برج عاج منزوی از جامعه نیست.
 ۳. استقلال: دانشگاه کارآفرین نسبتاً "مؤسسه مستقلی است و یک وابسته برای مؤسسه دیگری محسوب نمی‌شود.
 ۴. هیبریداسیون: رفع تنش‌های بین ویژگی‌های همبستگی و استقلال باعث ایجاد انگیزه جهت ایجاد شکل‌های سازمانی هیبریدی (پیوندی) برای داشتن همزمان هر دو ویژگی می‌گردد.
 ۵. بازتاب‌پذیری: منظور نوسازی دائمی ساختار دائمی دانشگاه به لحاظ ارتباط آن با تغییرات صنعت و دولت است (فکور، ۱۳۹۷: ۳۸).
 ۶. دانشگاه کارآفرین، بر چهار ستون استوار است:
 ۷. رهبری دانشگاهی؛ که قادر است یک افق بلندمدت (استراتژیک) را فرموله و اجرا نماید.
 ۸. کنترل قانونی بر منابع دانشگاه؛ شامل اموال فیزیکی همچون ساختمان‌ها و اموال غیر فیزیکی مانند حقوق معنوی نتایج تحقیقات
 ۹. ظرفیت سازمانی برای انتقال فنآوری از طریق اعطای حق امتیاز اختراع، اعطای پروانه‌ی استفاده و مراکز رشد
 ۱۰. اخلاق کارآفرینی میان مدیران، اساتید و دانشجویان دانشگاه کارآفرین (صفری و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۱۱).
- در پژوهشی با هدف بررسی آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها، شیوه‌های آموزش کارآفرینی در سطح دانشگاه‌ها مطالعه و با استفاده از تجارب کشورهای موفق در آموزش کارآفرینی در سطح دانشگاه، مدلی برای آموزش کارآفرینی ارائه گردید.



شکل ۴: مدل عوامل مؤثر بر کارآفرینی دانشگاهی (منبع: ساغری و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۰۱)

نتیجه گیری و پیشنهادها

اشتغال و افزایش سطح رفاه و بهبود وضعیت معیشت هر ملت از دغدغه های اساسی هر دولتی است. به کارگیری راهکارهای مناسب برای حل این مسائل مستلزم استفاده از روش های گوناگون می باشد. فعالیت های کارآفرینی از روش های ایجاد اشتغال، خلق ثروت و درآمدزایی می باشد. کارآفرینی در ایران از قدمت زیادی برخوردار نیست و این سابقه ی کوتاه نیاز توجه بیش تر به این حوزه را می طلبد. امروزه کارآفرینی را موتور محرکه ی توسعه اقتصادی در هر کشوری می نامند و دانشگاه های کشورهای توسعه یافته به طور گسترده ای کارآفرین شده اند. انقلاب دوم دانشگاهی و تبدیل دانشگاه ها به کارآفرین به عنوان نسل سوم دانشگاهی، باعث خلق ایده توسط صاحب نظران دانشگاهی و تبدیل این ایده به نوآوری، خلاقیت، تولید کالا یا خدمات توسط بخش سرمایه گذاری خواهد شد. این روند موجب درآمدزایی و خودکفایی دانشگاه ها می شود. معضل اشتغال دانش آموختگان دانشگاه نیز می تواند با توسعه کارآفرینی در دانشگاه تا حد زیادی مرتفع شود. نهادینه کردن کارآفرینی دانشگاهی باعث تجاری سازی دانشگاه و تبدیل دانشجویان (کارآفرین بالقوه) به دانش آموختگانی کارآفرین (کارآفرین بالفعل) می شود. نگاهی به یافته های پژوهش در خصوص روند نهادینه سازی کارآفرینی در دانشگاه بیانگر آن است که این روند در دانشگاه های ایران بسیار کند است و در مسیر خود با موانع بسیار زیادی روبرو است. عدم ارتباط مناسب دانشگاه ها با صنعت، توجه صرف به امر آموزش در دانشگاه، نبود زیرساخت های لازم برای توسعه کارآفرینی، عدم آشنایی اعضاء دانشگاه با فرآیند کارآفرینی، عدم ایجاد یا گسترش مراکز کارآفرینی در دانشگاه ها و نبود تدریس خلاقانه از جمله این موانع و مشکلات می باشند. همچنین بر اساس بررسی به عمل آمده می توان با کاهش شیوه نامه ها و دستورالعمل ها برای افزایش خلاقیت افراد، استفاده از راهبرد تهاجمی و آینده نگر، اجرای برنامه های جامع آموزشی و ترویجی کارآفرینی از نظر کیفی و دوره های

بیشتر از نظر کمی، برگزاری کارگاه‌های آموزشی با موضوع آشنایی با تجربه‌های افراد کارآفرین، تشویق دانشجویان به انجام فعالیت‌های کارآفرینی، بهره‌گیری از تجارب کشورهای موفق در زمینه آموزش کارآفرینی به منظور گذر دانشجویان آموزش عالی از کارجویی به کارآفرینی و بهبود زیرساخت‌ها و فرآیندها که در نهایت به روند نهادینه‌سازی کارآفرینی در دانشگاه‌ها کمک نمود. بر این اساس و با توجه به یافته‌های تحقیق انجام شده، پیشنهادهای زیر ارائه می‌گردد:

۱- از آن جایی که حوزه کارآفرینی قدمت کمی در ایران دارد و پژوهش‌های محدودی در خصوص شناخت فعالیت‌های کارآفرینی انجام شده است، ضروری است جهت گسترش این فعالیت‌ها و ترسیم نقشه راه برای آینده فعالیت‌های کارآفرینی، مجامع علمی با انجام تحقیقات جامع زمینه را برای حل مشکلات توسعه کارآفرینی فراهم نمایند.

۲- ضرورت بازبینی و انجام اصلاحات در خصوص آموزش‌های کارآفرینی به طور عام در سطح جامعه و در دانشگاه به طور خاص

۳- بازبینی سرفصل دروس دانشگاهی متناسب با نیاز جامعه و دانشجویان و آماده نمودن آن‌ها برای کارآفرین شدن

۴- برگزاری کارگاه‌های آموزش ویژه کارآفرینی با حضور مدرسان سایر رشته‌ها و همچنین کارآفرینان برتر

۵- تعامل هر چه بیشتر دانشگاه با سازمان‌های کارآفرین (تبادل ایده، بازدیدهای علمی، کارورزی دانشجویان در این سازمان‌ها

و غیره)

۶- علاوه بر ایجاد رشته‌های کارآفرینی در مقاطع مختلف، راه‌اندازی میان‌رشته‌هایی با گرایش‌های مختلف برای آماده کردن

دانشجویان رشته‌های مختلف و انجام فعالیت‌های کارآفرینی متناسب با موضوع رشته تحصیلی

۷- ایجاد انگیزه در اعضای هیأت علمی برای فعالیت‌های عملیاتی و تولیدی با مشارکت دانشجویان (پرداخت پژوهانه، سفرهای

مطالعاتی داخل و خارج از کشور، عقد قرارداد با سازمان‌های اجرایی و غیره)

۸- تشکیل کارگاه‌های آموزشی با حضور کارآفرینان برتر استانی و کشوری در دانشگاه‌ها

۹- تشکیل هسته‌های مشاوری دانشجویان در دانشگاه‌ها با نظارت دفتر کارآفرینی

۱۰- تبدیل ایده‌های دانشجویی به پروژه‌های عملیاتی با مشارکت اعضای هیأت علمی

منابع

- ۱- احمدیان، زینب. خسروی پور، بهمن. (۱۳۹۶). «ویژگی‌ها و چالش‌های دانشگاه کارآفرین». اولین همایش ملی نهادینه‌سازی کارآفرینی در توسعه پایدار با رویکرد آموزش عالی.
- ۲- امیری لرگانی، مهدخت. خیراندیش، مسعود. کارشناسان، علی. اسکو، وحید. (۱۳۹۷). «تحلیل موانع کارآفرینی سازمانی در دانشگاه: مطالعه موردی دانشگاه گنبدکاووس». مطالعات نوین کاربردی در مدیریت و اقتصاد، سال اول، شماره ۲، صص: ۲۲-۷.
- ۳- انصاری، محمدتقی. (۱۳۸۷). «دانشگاه کارآفرین نمودی از ارتباط عینی دانشگاه و صنعت». صنعت لاس‌تیک ایران، شماره ۵۱، صص: ۶۹-۶۱.
- ۴- بارانی، شهرزاد. زرافشانی، کیومرث. دل‌انگیزان، سهراب. حسینی لرگانی، سیده‌مریم. (۱۳۸۹). «تأثیر آموزش کارآفرینی بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه پیام نور کرمانشاه: رویکرد مدل‌سازی معادله ساختاری». فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، شماره ۵۷، صص: ۱۰۵-۸۵.
- ۵- باقری، مصباح‌الهدی. نوروزی، خلیل. محمدی، مهدی. آزادی‌احمدآبادی، جواد. (۱۳۹۶). «کشف و اولویت‌بندی ابعاد و مؤلفه‌های مؤثر بر ساختار دانشگاه کارآفرین: پیشنهادی برای موفقیت در وظایف نسل سوم دانشگاه‌ها». رشد فناوری، سال ۱۳، شماره ۵۲، صص: ۱۴-۸.
- ۶- باقری‌نژاد، جعفر. (۱۳۸۹). «دانشگاه کارآفرین زمینه‌ساز اشتغالزایی، توسعه تکنولوژی و رفاه». فصلنامه برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، شماره ۶، صص: ۹۷-۶۵.
- ۷- بهرام‌چوبین، مینا. مشرف‌جوادی، محمدحسین. صفری، علی. (۱۳۹۵). «ارزیابی و رتبه‌بندی دانشگاه کارآفرین (مورد مطالعه: دانشگاه‌های استان اصفهان)». توسعه کارآفرینی، دوره ۹، شماره ۴، صص: ۷۱۰-۶۹۱.
- ۸- پورآتشی، مهتاب. پرهیزکار، مرتضی. (۱۳۹۶). «طراحی مدل مفهومی صلاحیت‌های کارآفرینی دانش‌آموختگان دانشگاه کارآفرین (پیش‌بین‌ها، صلاحیت‌ها، و برآمد)». فصلنامه رشد فناوری، سال ۱۳، شماره ۵۱، صص: ۳۴-۲۶.

- ۹- پورجاوید، سهیلا. خسروی پور، بهمن. علی بیگی، امیرحسین. (۱۳۹۶). « جایگاه مدیریت چابک و کارآفرینانه در آموزش عالی کشاورزی ایران در توسعه پایدار کشاورزی در راستای اقتصاد مقاومتی (تولید و اشتغال) ». اولین همایش ملی نهادهای سازی کارآفرینی در توسعه پایدار با رویکرد آموزش عالی.
- ۱۰- ترکیان تبار، منصور. (۱۳۸۵). « فرهنگ سازی و بسترهای رشد کارآفرینی ». کارآفرینان امیرکبیر، شماره ۲۰، صص: ۱۱-۱۳.
- ۱۱- جبل عاملی، محمدسعید. آزادگان مهر، ماندانا. (۱۳۸۹). « الگوی حمایت از شکل گیری شرکت های انشعابی دانشگاهی، با سازوکار سرمایه گذاری خطرپذیر؛ مطالعه موردی دانشگاه علم و صنعت ایران ». سیاست علم و فناوری، سال ۳، شماره ۱، صص: ۱۵-۲۹.
- ۱۲- حسینی لرگانی، سیده مریم. میرعربرضی، رضا. رضایی، سعید. (۱۳۸۷). « آموزش کارآفرینی در هزاره جدید؛ زیرساختی برای اشتغال دانش آموختگان آموزش عالی ». فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی، شماره ۵۰، صص: ۱۱۹-۱۳۷.
- ۱۳- حسینی نیا، غلامحسین. موسوی، سیدشمس الدین. (۱۳۹۷). « آموزش کارآفرینی در دانشگاه ها، روش ها و چالش ها ». نامه آموزش عالی، دوره جدید، سال یازدهم، شماره چهل و یکم، صص: ۵۹-۸۸.
- ۱۴- حقیقی، ایمان. (۱۳۸۵). « کارآفرینی و توسعه نقش اقتصادی بخش خصوصی در ایران ». راهبرد، شماره ۸، صص: ۱۷۱-۱۸۲.
- ۱۵- خسروی پور، بهمن. برادران، مسعود. عابدی، بهاره. (۱۳۹۵). « آموزش کارآفرینی در توسعه روستایی ». چاپ اول، تهران، انتشارات تحقیقات آموزش کشاورزی (تاک).
- ۱۶- خورشید، صدیقه. (۱۳۹۶). « اثر قابلیت های چابکی راهبردی و عاطفی سازمان بر کارآفرینی گرایی دانشگاه (مطالعه موردی: دانشگاه های شهر قم و کاشان) ». مدیریت در دانشگاه اسلامی ۱۴، سال ۶، شماره ۲، صص: ۲۶۲-۲۳۷.
- ۱۷- ذولفقاری، عاطفه. حجازی، سیدرضا. فرهودی، آرتا. (۱۳۹۰). « جایگاه شرکت های زایشی دانشگاهی در توسعه کارآفرینی در دانشگاه ها ».
- ۱۸- رستمعلی زاده، ولی اله. علی جمعه زاده، پروین. (۱۳۹۷). « بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت زنان کارآفرین شهر تهران ». فصلنامه توسعه اجتماعی (توسعه انسانی سابق)، دوره ۱۲، شماره ۳، صص: ۱۴۷-۱۷۲.
- ۱۹- ساغری، فاطمه. علی اسماعیلی، عبدالله. حسین زاده، بابک. (۱۳۹۷). « ارائه مدل عوامل مؤثر بر کارآفرینی دانشگاهی در دانشگاه های آزاد اسلامی استان مازندران ». فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی، سال دوازدهم، شماره ۲، صص: ۹۱-۱۰۶.
- ۲۰- شامی زنجانی، هانیه. موسوی، حسن. (۱۳۹۵). « آموزش کارآفرینی ». مدیریت فراگیر، سال ۲، شماره ۱، صص: ۵۷-۶۵.
- ۲۱- شفیق آبادی، عبدالله. (۱۳۹۰). « دانشگاه کارآفرین و توسعه صنعتی ». فصلنامه فرهنگ مشاوره و روان درمانی، سال ۲، شماره ۵، صص: ۱۴۷-۱۳۷.
- ۲۲- صادقی، فرشته. مهارتی، یعقوب. خوراکیان، علیرضا. (۱۳۹۷). « بررسی عوامل تأثیرگذار بر آمادگی دانشگاه ها برای تبدیل شدن به دانشگاهی با ویژگی های کارآفرینانه (مورد مطالعه: دانشگاه فردوسی مشهد) ». رشد فناوری، سال چهاردهم، شماره ۵۵، صص: ۴۳-۵۳.
- ۲۳- صفری، سعید. قاضی زاده، مصطفی. طاهری، رضا. (۱۳۹۲). « بررسی موانع ارتباط اعضای هیأت علمی با بخش صنعت در راستای تحقق دانشگاه کارآفرین ». پژوهشنامه مدیریت اجرایی علمی - پژوهشی، سال ۵، شماره ۱۰، صص: ۱۰۷-۱۳۴.
- ۲۴- عابدی، بهاره. برادران، مسعود. خسروی پور، بهمن. (۱۳۹۶). « دیدگاهی کارآفرینانه به آموزش عالی ». چاپ اول، تهران، انتشارات تحقیقات آموزش کشاورزی.
- ۲۵- عزیزی، محمد. (۱۳۹۴). « بررسی تحلیلی-مقایسه ای عملکرد مراکز کارآفرینی برتر دانشگاه های آمریکا و مراکز کارآفرینی دانشگاه های منتخب ایران ». نشریه نوآوری و ارزش آفرینی، سال چهارم، شماره ۸، صص: ۲۱-۳۲.
- ۲۶- علیزاده مجد، امیررضا. (۱۳۹۴). « دانشگاه کارآفرین خلق یا کشف فرصت کارآفرینی ». ارزش، شماره ۴۴، صص: ۱۴.
- ۲۷- علیشاهی، محمد. زنگی، بهنام. رمضانپورنرگسی، قاسم. (۱۳۹۳). « بررسی نقش دانشگاه کارآفرین در رشد هنر و توسعه صنایع هنری: به استناد تعریف سازمان همکاری های اقتصادی و توسعه ای اتحادیه اروپا از دانشگاه کارآفرین ». فصلنامه علمی، آموزشی و پژوهشی، سال ۲، شماره ۶، صص: ۸۹-۹۸.
- ۲۸- فرامرزی نیا، زرغام. فرهادی راد، حمید. مهرعلیزاده، یدالله. (۱۳۹۵). « تحلیل امکان پیاده سازی دانشگاه مدل کارآفرین در دانشگاه شهید چمران اهواز ». فصلنامه آموزش مهندسی ایران، سال ۱۸، شماره ۷۱، صص: ۶۵-۸۶.

- ۲۹- فکور، بهمن. (۱۳۸۷)، « دانشگاه کارآفرین (مفهوم، زمینه‌های پیدایش و نحوه‌ی دستیابی)»، رشد فناوری فصلنامه تخصصی پارک‌ها و مراکز رشد، شماره ۱۷، صص: ۳۵-۴۲.
- ۳۰- محبی‌فر، رفعت. رفیعی، سیما. محمدی، نگین. (۱۳۹۷). «رفتار کارآفرینی در میان اعضای هیأت علمی دانشگاه علوم پزشکی قزوین و عوامل ساختاری مؤثر بر آن». راهبردهای مدیریت در نظام سلامت، سال سوم، شماره ۲، شماره پیاپی ۸، صص: ۱۶۳-۱۵۳.
- ۳۱- محمدزاده، پرویز. عبدی، حسن. بهبودی، داود. بهشتی، محمدباقر. (۱۳۹۶). «عوامل کلیدی مؤثر بر موفقیت کارآفرینان با استفاده از مدل‌های گسسته لاجیت و پروبیت». فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات اقتصادی کاربردی ایران، سال ۶، شماره ۲۴، صص: ۱۷۵-۱۵۳.
- ۳۲- مخبرذرفولی، عبدالله. حاجی میررحیمی، سید داود. نوتاش، محمدرضا. (۱۳۹۶). «متغیرهای مؤثر بر توسعه کارآفرینی در مرکز آموزش عالی امام خمینی (ره)». فصلنامه پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، شماره ۴۲، صص: ۸۸-۱۰۴.
- ۳۳- مردان‌شاهی، محمدمهدی. آقاجانی‌افروزی، علی‌اکبر. (۱۳۹۳). «بررسی و مقایسه ویژگی‌های کارآفرینانه دانشجویان دختر (مطالعه موردی: دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری)». کارآفرینی و کشاورزی، سال اول، شماره ۱، صص: ۶۹-۸۲.
- ۳۴- موحدی، رضا. عواطفی‌اکمل، فرشته. ضمیری‌آراسته، مینا. صالحی، سیده‌کوثر. (۱۳۹۷). «بررسی نیازهای آموزشی دانشجویان کشاورزی در زمینه کارآفرینی (مطالعه موردی: دانشکده کشاورزی دانشگاه بوعلی‌سینا و کردستان)». نشریه کارآفرینی در کشاورزی، جلد پنجم، شماره اول، صص: ۳۱-۴۲.
- ۳۵- میرجلیلی، فاطمه. (۱۳۸۴). «اشتغال دانش‌آموختگان آموزش عالی و تأکید بر کارآفرینی به عنوان یک راهکار افزایش آن». مجلس و پژوهش، سال ۱۲، شماره ۵۰-۴۹، صص: ۷۷-۹۱.
- ۳۶- نصیرزاده، عبدالمهدی. فراهانی، ابوالفضل. وطن‌دوست، مریم. (۱۳۹۷). «تحلیل و بررسی عوامل مؤثر در کارآفرینی دانش‌آموختگان تربیت‌بدنی کشور». مطالعات مدیریت ورزشی، شماره ۴۷، صص: ۱۵۲-۱۳۱.
- ۳۷- یحیی‌پور، امید. قاسم‌نژاد، مریم. (۱۳۹۱)، «بسترسازی فرهنگی در دانشگاه کارآفرین»، ماهنامه کار و جامعه، ۱۴۲، صص: ۵۷-۵۱.
- ۳۸- یمینی‌فیروز، مسعود. رضوی، سیدمحمدحسین. حسینی، سیدعماد. ادبی‌فیروزجاه، حسین. نریمانی، حسین. (۱۳۹۳). «بررسی رشد کمی و کیفی تولیدات علمی ایران در زمینه علوم ورزشی: مطالعه‌ای در ISI». کاسپین، سال اول، شماره اول، صص: ۳۲-۲۸.
- 39-Hansen, I.E., Welo, T., (2017). Knowledge Management of University-Industry Collaboration in the Learning Economy, 2nd International Conference on Knowledge Engineering and Applications.

Entrepreneurial University (Concept, Needs and Challenges)

Bahman Khosravipour¹, Maryam Zanganeh²

1-Professor of Agricultural Extension and Education, Agricultural Sciences and Natural Resources
University of Khuzestan, Khuzestan, Iran

2-Master of Science in Information Technology Management, Agricultural Sciences and Natural
Resources University of Khuzestan, Khuzestan, Iran

Abstract

Today, entrepreneurship is a special strategy for economic growth. Unemployment is an acute problem for many countries, including Iran. Solving these problems involves the planning and implementation of specific programs. Implementation of entrepreneurship programs is one of these strategies. Developing entrepreneurship in universities and creating jobs and income for college graduates can be a solution to this problem. Studies show the slow process of institutionalization of entrepreneurship in universities, which has slowed down the rate at Iranian universities and is sometimes "stagnant". It seems that accelerating the process of institutionalizing the entrepreneurial process in universities, while addressing the problem of university graduates' unemployment, would help to create newer ideas from academic authorities to start an entrepreneurial process. Enhancing entrepreneurship in universities in order to create jobs, create wealth, increase people's welfare and, ultimately, make general progress in Iran. In this research, reviewed and written using library resources and Internet sites, the issue of entrepreneurship, its necessities and challenges, the process of institutionalization of entrepreneurship in universities, and a review of the solutions are presented.

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneurial University,
Entrepreneurship Institutionalization

