

Research Paper

Presentation of the Native Model of 4th Generation of Entrepreneurship University of Tehran Azad University

Fatemeh Noori¹, Mehdi Shariatmadari ^{2*}, Lotfolla Habbasi³

1. PhD student, Tehran central University, Tehran, Iran
2. Associate Professor, Tehran Central University, Tehran, Iran
3. Associate Professor, Kharazmi University, Tehran, Iran

Received:2020/4/30

Accepted:2020/8/2

PP:181-195

Use your device to scan and read the article online



DOI:

10.30495/jedu.2022.24768.4944

Keywords:

Entrepreneurship, Fourth Generation University, Entrepreneurship University, fourth generation, Entrepreneur University.

Abstract

Introduction: This study aimed to provide a native model of the fourth generation of entrepreneurship university of Tehran Azad University in a qualitative method of basic theory. Using a qualitative design, the researcher has identified the components of the native model of the fourth generation of the University of Entrepreneurship, which, while reviewing the literature and studying global experiences in this regard, has identified the elements of the model.

Research methodology: This is to discover the indigenous elements of the fourth generation of entrepreneurship university. In the following, the native model of the fourth generation of entrepreneurship university has been designed based on the opinions obtained from experts. The statistical population includes all library texts and experts on the subject of fourth generation entrepreneurship universities, which were selected by snowball method and theoretical saturation law, 18 people. The research tool included a semi-organized interview form. Theoretical coding was used to analyze the data obtained from the interviews.

Findings: The present shows that the indigenous model of the fourth generation university is development entrepreneurship, new valuation, formulating a common vision and strengthening strategic thinking, learning in practice, problem-solving learning, adapting the ability of graduates to the labor market, Support for teamwork, research-oriented spirit, empowerment between theoretical knowledge and application were emphasized.

Conclusion: Fourth generation universities are universities with educational, research, entrepreneurship and soft technology based missions.

Citation: Noori F. , Shariatmadari M. , Habbasi L.A. (2022). Presentation of the Native Model of 4th Generation of Entrepreneurship University of Tehran Azad University. Journal of New Approaches in Educational Administration; 12(6):181-195

Corresponding author: Shariatmadari Mehdi

Address: Associate Professor, Tehran Central University, Tehran, Iran

Tell: 09126879380

Email: mehdishariatmadari@yahoo.com

Extended Abstract

Introduction:

Entrepreneurship is a new and attractive phenomenon that plays a prominent role in a competitive and market-based economy, as well as dynamic and evolving conditions influenced by new technologies. Only by using creative ideas and applying innovation in the workplace can we adapt to the conditions and move in the field of competition in sync and perhaps ahead of competitors. Therefore, in a wide range, all the active elements in the scene should be engaged in entrepreneurship and be entrepreneurs for their part. Entrepreneurs play a key role in industrial innovation and technology development. Universities are the center of training of skilled, committed and transformative manpower, and the course of manpower training behind the desk is over, and every university course should be tied to added value in society, science production, advancing knowledge frontiers and entrepreneurial ideas.

Context:

Universities are the center of training of skilled, committed and transformative manpower, and the course of manpower training behind the desk is over, and every university course should be tied to added value in society, science production, advancing knowledge frontiers and entrepreneurial ideas.

Goal:

This study seeks to find out what model can be provided for the localization of the fourth generation of entrepreneurship universities of Islamic Azad universities in Tehrans.

Method:

Considering that the aim of the present study was to present the model of localization of the fourth generation of entrepreneurship universities of Islamic Azad universities in Tehran; Research method in terms of purpose, basic-applied in terms of data type, mixed (qualitative-quantitative) of exploratory type; In terms of data collection time, it was cross-sectional and in terms of data collection method or the nature and method of the research, it was a descriptive survey.

Findings:

In order to realize the entrepreneurial university, extensive structural changes in the higher education system must take place, especially in the dimensions of independence, composition and professionalism; Because the structural environment of the entrepreneurial university should encourage an atmosphere of creativity and synergy.

Results:

Entrepreneurial University links economic development to education and research as a new academic practice. This is tantamount to capitalizing on knowledge, which forms the heart of the university's new mission, strengthens the university's connection to knowledge users, and transforms the university into an economic pragmatist.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

مقاله پژوهشی

شناسایی الگوی بومی دانشگاه نسل چهارم کارآفرینی دانشگاه آزاد و بررسی ویژگی‌های روانسنجی آن

فاطمه نوری^۱، مهدی شریعتمداری^{۲*}، لطف الله عباسی سروک^۳

۱. دانشجوی دکتری گروه مدیریت آموزش عالی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
۲. استادیار گروه مدیریت آموزش عالی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
۳. استادیار گروه مدیریت آموزش عالی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

چکیده

مقدمه و هدف: این پژوهش با هدف ارائه الگوی بومی دانشگاه نسل چهارم کارآفرینی دانشگاه آزاد تهران به روش کیفی از نوع نظریه‌مبنایی صورت گرفته است. پژوهشگر با استفاده از یک طرح کیفی به شناسایی مولفه‌های سازنده الگوی بومی دانشگاه نسل چهارم کارآفرینی پرداخته که ضمن مرور ادبیات و مطالعه تجارب جهانی در این خصوص، به شناسایی عناصر الگو پرداخته شد.

روش‌شناسی پژوهش: این امر به منظور کشف عناصر بومی در خصوص دانشگاه نسل چهارم کارآفرینی است. در ادامه الگوی بومی دانشگاه نسل چهارم کارآفرینی بر اساس نظرات به دست آمده از متخصصان طراحی شده است. جامعه آماری شامل همه ی متون کتابخانه‌ای و صاحب نظران و خبرگان موضوع دانشگاه‌های نسل چهارم کارآفرینی که به روش گلوله برفی و قانون اشباع نظری، ۱۸ نفر انتخاب شدند. ابزار پژوهش شامل فرم مصاحبه نیمه سازمان‌یافته بوده است. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها از کدگذاری نظری استفاده شده است.

یافته‌ها: حاضر نشان می‌دهد که الگوی بومی دانشگاه نسل چهارم کارآفرینی توسعه، ارزش‌گذاری نوین، تدوین چشم‌انداز مشترک و تقویت تفکر استراتژیک، یادگیری در عمل، یادگیری حل مساله، انطباق توانایی دانش‌آموختگان باینبار بازار کار، حمایت از کار تیمی، روحیه پژوهش‌محوری، توانمندی بین دانش‌نظری و کاربرد تاکید شد.

بحث و نتیجه‌گیری: دانشگاه‌های نسل چهارم، دانشگاه‌هایی با ماموریت آموزشی، پژوهشی، کارآفرینی و مبتنی بر فناوری نرم هستند.

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۲/۱۱

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۵/۱۳

شماره صفحات: ۱۹۵-۱۸۱

از دستگاه خود برای اسکن و خواندن مقاله به صورت آنلاین استفاده کنید



DOI:

10.30495/jedu.2022.24768.4944

واژه‌های کلیدی:

کارآفرینی، دانشگاه نسل چهارم، دانشگاه کارآفرین، دانشگاه نسل چهارم کارآفرینی

استناد: نوری فاطمه، شریعتمداری مهدی، عباسی سروک لطف الله (۱۴۰۰). شناسایی الگوی بومی دانشگاه نسل چهارم کارآفرینی دانشگاه آزاد و بررسی ویژگی‌های روانسنجی آن دوماهنامه علمی- پژوهشی رهیافتی نو در مدیریت آموزشی. ۱۲ (۶): ۱۸۱-۱۹۵

* نویسنده مسوول: مهدی شریعتمداری

نشانی: استادیار گروه مدیریت آموزش عالی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

تلفن: ۰۹۱۲۶۸۷۹۳۸۰

پست الکترونیکی: mehdishariatmadari@yahoo.com

مقدمه

با توجه به نقش و اهمیت آموزش عالی در توسعه کارآفرینی، مطالعات متعددی در این زمینه صورت گرفته است و نتایج آن‌ها حاکی از آن است که یادگیری کارآفرینی احتمال موفقیت، دانش آموختگان دانشگاهی را در ایجاد کسب و کارهای جدید افزایش خواهد داد. به علاوه تشویق کارآفرینی دانشجویان در دانشگاه‌ها، راه‌اندازی کسب و کارهای جدید افزایش خواهد داد. مهم‌ترین وظیفه نظام آموزشی و در راس آن آموزش عالی، ایجاد نظام شخصیتی متناسب با توسعه است که در آن ارزش‌ها، هنجارها، انگاره‌های ذهنی و ساختارهای شناختی پیش‌نیاز توسعه، از طریق آموزش افراد جامعه به وجود خواهند آمد (Javadani, 2014). در کشور ما اغلب دانشگاه‌ها در نسل دوم دانشگاهی یعنی دانشگاه‌های پژوهش محور قرار داند و فعالیت چندان در راستای تجاری سازی یافته‌های پژوهشی، تربیت افراد کارآفرین و تبدیل شدن به دانشگاه نسل چهارم را ندارند (Salamzadeh et al, 2011). با توجه به ظرفیت‌هایی که دانشگاه‌ها به عنوان نهاد تولید و توزیع کننده دانش دارند، می‌توانند به عنوان دانشگاه‌های کارآفرین نقش اساسی را در نوآوری صنعتی و توسعه فناوری ایفا کنند (Shahrakipour, 2010).

در جهان رقابتی امروز سازمان‌ها و جوامعی موفق هستند که قادر به بهره‌گیری بیشتر از اطلاعات و دانش در جهت ارتقا و تربیت منابع انسانی باشند، و تضمین حیات و تداوم و بقای جوامع، نیازمند استفاده بهینه از نیروی کار فعال، بخصوص نیروی نخبه و کارآفرین می‌باشد. توجه به روند رشد و توسعه جهانی، نشان می‌دهد که با افزایش و گسترش فناوری‌های پیشرفته، نقش و جایگاه کارآفرینان به طور فزاینده‌ای بیشتر می‌شود و به همین منظور است که کارآفرینی یکی از مولفه‌های رشد در سازمان‌ها عنوان شده است (Steven, et al, 2011) در واقع، فضای رقابتی دنیای امروز سازمان‌ها را وادار می‌کند با بهره‌گیری از نیروهای کارآفرین از روند تحولات خارج نشود (Salehinia, 2016). دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی به مثابه یک نظام تولید دانش، دانش جدید را می‌آفرینند، آن را از منابع مختلف به دست می‌آورند و در محیط‌های آموزشی به کار می‌گیرند. (Salimi et al, 2020)

فعالیت دانشگاه در قالب سازمان کارآفرین می‌تواند بهره‌وری منابع مالی و انسانی در دانشگاه را افزایش دهد. زیرا، سازمان‌های کارآفرین با ضمن شناخت دقیق محیط داخلی و خارجی، بسترهای کلان خلاقیت و نوآوری فردی و سازمانی را فراهم آورده و نسبت به تامین و رفع نیازهای متنوع مشتریان خود به طور مسوولانه و پاسخگو عمل می‌کنند (Tehrani et al, 2016). با تبدیل دانشگاه به سازمان کارآفرین، می‌توان بسیاری از خلاهای اقتصادی - اجتماعی را زیر سایه فعالیت‌های دانشگاهی جبران نمود.

دانشگاه کارآفرین به معنای دانشگاهی است که در آن تمام فعالیت‌های اعضا از قبیل آموزش، پژوهش و ... به گونه‌ای مدیریت، اداره و اجرا می‌گردد که دانشگاه به عنوان نهاد یا شبه شرکتی اقتصادی تلقی گردد. یعنی جهت‌گیری این فعالیت‌ها در جهت سوددهی و نیز کسب مزیت‌های رقابتی اقتصادی باشد (Dabic et al, 2011). دانشگاه در این نگاه براساس انطباق سریع با تغییرات محیطی، تمایز آشکار در نحوه مدیریت آن با دانشگاه‌های سنتی، انجام فعالیت‌های جدید براساس توسعه فرهنگ کارآفرینی در تمامی سطوح دانشگاه، مشارکت آن در توسعه اقتصادی به وسیله ایجاد سرمایه‌گذاری یا تجاری سازی دانش و فناوری، ایجاد شغل (Guerrero, 2015).

بدون شک روند توسعه اقتصادی در کشورهای توسعه یافته، بیانگر این واقعیت است که اقتصاد تحت تاثیر کارآفرینی است، به گونه‌ای که کارآفرینان در توسعه اقتصادی این کشورها، نقش محوری را داشته‌اند، سرمایه‌های در دسترس جامعه را کشف کرده و از آن بهره‌برداری می‌کنند. این در حالی است که کشورهای توسعه نیافته اهمیت آن را در توسعه اقتصادی نادیده گرفته و به خاطر غفلت از این عنصر حیاتی، موجبات عقب ماندگی را فراهم کرده اند (Moghimi & Ahmadvpour, 2012). لذا مساله اصلی این پژوهش عبارت است از ارائه الگوی بومی سازی دانشگاه‌های نسل چهارم کارآفرین دانشگاه آزاد شهر تهران و مناسب‌سازی این الگو با واقعیت‌ها و شرایط موجود دانشگاه‌ها از طریق انجام مطالعات میدانی و نظرسنجی از متخصصان آموزش عالی کشور، در رابطه با کارکردهای اصلی دانشگاه (آموزش، پژوهش، ارائه خدمات تخصصی) است.

پیشینه

فرامرزی‌نیا در سال ۱۳۹۵ در پژوهشی به بررسی آگاهی از امکان پیاده‌سازی دانشگاه مدل کارآفرین در دانشگاه شهید چمران اهواز و تبیین چرایی و چگونگی آن پرداخت. در مجموع، نتایج تحقیق نشان داد که اعضای گروه علمی ضمن پذیرفتن مشکلات و موانع دانشگاه و نبود زیرساخت‌ها و بسترهای سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی مناسب در کشور، معتقدند دانشگاه توانمندی‌ها و زمینه‌های مناسبی دارد و می‌تواند با اعمال راهکارهایی در مسیر تبدیل شدن به دانشگاه کارآفرین حرکت کند.

حمزه صمدی میارکلانی نیز در سال ۱۳۹۵ در تحقیقی به بررسی تبیین وضعیت دانشگاه کارآفرین و شاخص‌های آن در دانشگاه‌ها با طرح پژوهشی تجربی از طریق سیستم استنتاج فازی پرداخت. نتایج حاصل از آزمون استنتاج فازی برای فرضیات پژوهش، حاکی از آن بود که از

میان ابعاد و شاخص‌های مورد نظر دانشگاه کارآفرین در دانشگاه مورد مطالعه، هیچ کدام از شاخص‌ها در وضع مطلوب و مناسبی قرار نداشتند و همه فرضیات با امکان ضعیف برای پذیرش فرضیه روبه‌رو بودند. امروزه دانشگاه کارآفرین، توسعه اقتصادی را به عنوان یک عملکرد جدید دانشگاهی، به آموزش و پژوهش پیوند می‌زند. این امر سرمایه‌ای کردن دانش است که قلب مأموریت جدید دانشگاه را تشکیل داده، پیوند دانشگاه را با کاربران دانش محکم‌تر کرده و دانشگاه را به عملگرای اقتصادی تبدیل می‌کند.

در پژوهش دیگری نیک رفتار و فروید در سال ۱۳۹۴ به بررسی عامل‌های درون سازمانی موثر بر توسعه کارآفرینی دانشگاهی در پردیس کشاورزی دانشگاه تهران پرداختند و نتیجه‌گیری کردند که کارآفرینان پردیس کشاورزی با مشکلات و موانع تجاری، فیزیکی و مالی روبه‌رو بوده، به علاوه اینکه عواملی مانند همکاری دانشگاه صنعت، منابع انسانی، شهرت، موقعیت دانشگاه برای توسعه کالا در این پردیس در درجه دوم قرار داشتند.

نوروزی و همکاران، ۱۳۹۴ در پژوهشی خود به استخراج ابعاد و شبکه‌بندی مؤلفه‌های ساختاری دانشگاه کارآفرین پرداختند و به این نتیجه دست یافتند که به منظور تحقق دانشگاه کارآفرین، می‌بایست تغییرات ساختاری گسترده در نظام آموزش عالی به ویژه در ابعاد استقلال، ترکیب و حرفه‌ای‌گرایی صورت گیرد؛ زیرا محیط ساختاری دانشگاه کارآفرین باید مشوق فضای خلاقیت و هم‌افزایی باشد.

آرانها و گارسیا در سال ۲۰۱۴ در طراحی ابعاد فرا مدل دانشگاه کارآفرین با بررسی و تحلیل چهار نظریه ساختار دانشگاه و مرور ادبیات بین‌المللی ابعاد متا مدل را برای دانشگاه‌های برزیل گزارش کردند. این ابعاد که با استفاده از روش توصیفی و مروری به دست آمده‌اند، شامل: چشم‌انداز کارآفرینی، رهبری راهبردی متعهد، تولید دانش نوآور، سرمایه‌داری دانش نوآور، توسعه فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی منطقه‌ای و فرهنگ کارآفرینی.

ون کن (۲۰۱۳) با هدف تاسیس دانشگاه‌های کارآفرین توسط دانشجویان به این نتیجه رسید که: مراکز رشد به عنوان شبکه حمایت کننده و زیر ساخت اصلی برای شکل‌گیری شرکت‌های زایش و حمایت از دانشجویان کارآفرین در تاسیس دانشگاه‌های کارآفرین هستند.

در سال (۲۰۱۳) پژوهشی در زمینه خط مشی‌گذاری با تاکید بر آموزش و توسعه انسانی انجام شد و به راهکارهای زیر رسید:

- آموزش و مشاوره کارآفرینان
- آموزش و مراحل قبل، حین، بعد از راه اندازی
- توسعه زیر ساخت‌ها (پارک علم و فناوری، مرکز رشد)
- حمایت مالی (پاداش، وام)

کت یکیدیس و همکاران (۲۰۱۲) پژوهشی را به عنوان «یک مدل کارآفرینی دانشگاهی برای موسسات بین‌المللی آموزش عالی: مطالعه موردی در دانشکده بین‌المللی دانشکده "شفیلد"» انجام دادند که مدل نهایی تحقیق شامل چهار مفهوم ساختار اثربخشی مدیریت و عملیات، ارائه آموزش‌های توزیع شده، کارآفرینی و روح نوآورانه و بین‌المللی سازی به عنوان روح و هسته استراتژیک بوده است. آن‌ها دریافتند که ساختار سازمانی دانشگاه و فرهنگ کارآفرینی در سراسر آن تحصیل کننده تحولات راهبردی کارآفرینی در آموزش عالی هستند.

گیب (۲۰۱۲)، در مقاله‌ای زمینه‌های اصلی توسعه دانشگاه کارآفرین را فهرست کرده است که عبارتند از: چشم‌انداز، مأموریت و راهبرد، ۲- حاکمیت و اداره دانشگاه، ۳- ساختار و طرح سازمانی، ۴- سازماندهی دانش چند رشته‌ای، میان رشته‌ای و فرارشته‌ای، ۵- قدرت نفوذ و استفاده از منابع مالی عمومی و خصوص، ۶- مدیریت ذی‌نفعان و ارزش‌های جامعه، ۷- دانش آموختگان؛ ۸- انتقال، تبادل و حمایت از دانش؛ ۹- مرکز رشد، تأمین مالی سرمایه‌گذاری‌ها در شرکت‌های مشتق از دانشگاه، ۱۰- بین المللی سازی آموزش عالی و ۱۱- آموزش کارآفرینانه و آموزش سرمایه‌گذاری (کت یکیدیس و همکاران ۲۰۱۲)، پژوهشی را با هدف ارائه یک مدل کارآفرینی دانشگاهی برای مؤسسات بین‌المللی آموزش عالی در دانشگاه شفیلد به انجام رساندند. الگوی نهایی حاصل از تحقیق، شامل چهار مفهوم با عناوین ساختار اثربخش مدیریت و عملیات، ارائه آموزش‌های توزیع شده، کارآفرینی و روح نوآورانه و بین‌المللی سازی به عنوان روح و هسته راهبردی بوده است. همچنین آنها دریافتند که ساختار سازمانی دانشگاه و فرهنگ کارآفرینی در سراسر آن، تسهیل کننده تحول‌های راهبردی کارآفرینی در آموزش عالی باشند.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر به روش آمیخته (متوالی) و در دو مرحله انجام شده است. مرحله اول با روش کیفی از نوع نظریه مبنایی صورت گرفته است. در این پژوهش، پژوهشگر با استفاده از یک طرح کیفی به شناسایی مؤلفه‌های سازنده الگوی بومی دانشگاه نسل چهارم کارآفرینی پرداخته است. در این مرحله ضمن مرور ادبیات نظری و پژوهشی و مطالعه تجارب جهانی در این خصوص، به شناسایی عناصر الگو پرداخته شده است.

این امر به منظور کشف عناصر بومی در خصوص دانشگاه نسل چهارم کارآفرینی است. در ادامه این بخش، الگوی بومی دانشگاه نسل چهارم کارآفرینی بر اساس نظرات به دست آمده از متخصصان طراحی شده است.

جامعه آماری در بخش کیفی شامل همه ی صاحب نظران و خبرگان موضوع دانشگاه‌های نسل چهارم کارآفرینی بود. روش نمونه‌گیری از جامعه مزبور به صورت هدفمند و از نوع گلوله برفی بود. در فرایند انتخاب یک نمونه محققان کیفی می‌توانند از روش نمونه‌گیری گلوله برفی استفاده کنند که در آن یک شرکت کننده در پژوهش ما را به شرکت کنندگان دیگر هدایت می‌کند. برخلاف نمونه‌گیری در بررسی‌های کمی، نمونه‌گیری هدفمند نمی‌تواند قبل از آغاز مطالعه و تدوین نظریه بر خاسته از داده‌ها برنامه‌ریزی شود. بنابراین روش نمونه‌گیری در طرح کیفی حاضر، نمونه‌گیری نظری انتخاب هدفمند اطلاع رسانی کلیدی بر اساس اطلاعات خاصی که از موضوع پژوهش دارند بود. نمونه‌گیری نظری مستلزم جمع‌آوری داده‌ها بر اساس مقوله‌ها برای تدوین نظریه است. نمونه‌گیری از صاحب نظران در این پژوهش تا زمانی ادامه پیدا کرد که فرایند اکتشاف و تجزیه و تحلیل به نقطه نظر مشترک رسید. به این صورت بود که محقق با ظهور اکتشاف اولیه سعی کرد که اطلاعات بیشتری را در ادامه گردآوری کند تا ارتباط مقوله‌های اصلی با مقوله‌های دیگر وضوح و معنای بیشتری پیدا کند این کار تا زمانی ادامه پیدا کرد که محقق احساس کرد که صاحب نظران دیگر اطلاعات جدیدی ارائه نمی‌دهند.

جامعه آماری بخش کمی پژوهش، شامل استادان دانشگاه‌ها در حوزه کارآفرینی هستند. جهت انتخاب حجم نمونه، با توجه به این که واریانس جامعه را در اختیار نداشتیم از جدول مورگان و کرجسی استفاده کردیم چون این جدول حداکثر تعداد نمونه را می‌دهد که موجب افزایش اعتبار نمونه‌گیری خواهد شد. بر این اساس و مبتنی بر نمونه‌گیری طبقه تصادفی نسبی تعداد ۲۵۰ نفر از استادان دانشگاه در حوزه کارآفرینی را به عنوان نمونه مورد بررسی انتخاب کرده و پرسشنامه محقق ساخته برگرفته از نتایج کیفی را به منظور تکمیل و ارائه نظر در اختیارشان قرار دادیم.

به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها از کدگذاری نظری استفاده شده است. کدگذاری نظری عبارت است از عملیاتی که طی آن داده‌ها تجزیه، مفهوم سازی، و به شکل تازه‌ای در کنار یکدیگر قرار داده می‌شوند، و فرایند اصلی است که طی آن نظریه بر اساس داده‌ها تدوین می‌شود (Strauss & Corbyn, 2006). مراحل کدگذاری مورد استفاده در این تحقیق شامل کدگذاری باز بر مبنای مقولات استخراج شده از مطالعه مقدماتی مبنای نظری تحقیق، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی است.

یافته‌ها

در مرحله دوم که به روش کمی انجام شد، از روش پیمایشی بهره گرفته شده است. در این مرحله جامعه آماری شامل متخصصان و استادان حوزه کارآفرینی در دانشگاه‌های شهر تهران بود. جهت انتخاب حجم نمونه، با توجه به عدم دسترسی به واریانس جامعه، از جدول مورگان و کرجسی استفاده شد. بر این اساس و مبتنی بر نمونه‌گیری طبقه تصادفی نسبی تعداد ۳۸۲ نفر از استادان دانشگاه آزاد شهر تهران را به عنوان نمونه مورد بررسی انتخاب کرده و پرسشنامه محقق ساخته برگرفته از نتایج کیفی را به منظور تکمیل و ارائه نظر در اختیارشان قرار داده شد. یافته‌های به دست آمده از کدگذاری نظری منابع کتابخانه‌ای و مصاحبه با متخصصان در جدول ۱ گزارش شده است.

جدول ۱- کدگذاری نظری (شناسایی مولفه‌های الگوی بومی دانشگاه نسل چهارم کارآفرینی)

توسعه و تعامل دانشگاه از طریق تحقیقات با کیفیت و نوآوری با اقتصاد	رشد و توسعه	
تسهیل دسترسی زیرساخت‌ها با کیفیت بالا		
کسب جایگاه ویژه در ارائه خدمات علمی- تخصصی مورد نیاز جامعه		
ارزش‌گذاری به نوآوری و خلاقیت		
فرهنگ‌سازی از طریق تغییر نگرش اداره‌کنندگان	ارزش‌گذاری نوین	اهداف دانشگاه کارآفرین
ارتقای آگاهی عمومی یکپایه جامعه در مورد کارآفرینان		
آگاهی بخشی به دانشجویان در زمینه شغل و کارآفرینی		
سیاست‌های دانشگاه در جهت همگانی کردن دانش	تدوین چشم‌انداز مشترک	
شناخت و تقویت استعدادها و ظرفیت‌ها		
تدوین اهداف دقیق آموزش، تحقیق و استفاده از آن		
شناخت فرصت‌ها و استفاده بهینه از آن‌ها	تقویت تفکر استراتژیک	
امکان برقراری ارتباط گسترده با سایر دانشگاه‌ها و داشتن شبکه‌های ارتباطی با نخبگان		
استفاده از دانش موجود به عنوان سکویی برای شناخت فرصت‌ها		محرک‌های درونی
یادگیری مهارت شناسایی یا خلق فرصت‌ها	یادگیری در عمل	
تقویت اصل ابتکار عمل		

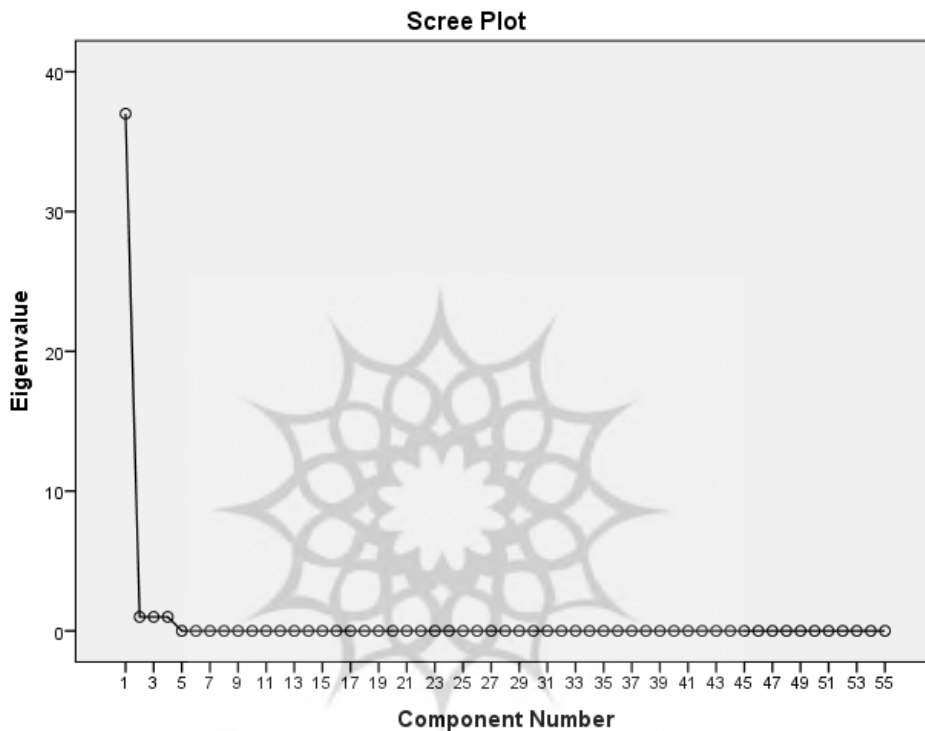
	متناسب بودن محتوای دروس با شغل و نیازهای بازار کار	
	استفاده از راهبرد حل مسئله در محتوای دروس	تقویت یادگیری حل مساله
	تقویت تفکر مساله شناسی در دانشجویان از طریق برنامه‌ریزی دقیق	
چگونگی آموزش	تجزیه و تحلیل مسائل/حل مسئله	سطح فعالیت های کارآفرینانه
	تصمیم‌گیری اثربخش	
فعالیت دانش آموزان	انطباق توانایی دانش آموزان با توجه به نیاز بازار کار	انطباق توانایی دانش آموزان با نیاز بازار کار
	انجام فعالیت‌ها و پژوهش‌های بین‌المللی در زمینه کارآفرینی	
مشارکت	مشارکت در ارائه نوآوری به سایرین	
	اداره یک گروه کاری	
حمایت از کار تیمی	گوش دادن فعال و آرایه بازخورد اثربخش به دیگران	
	حمایت از کار تیمی در انجام فعالیت‌ها	
روحمیه پژوهش محوری	تیم سازی و گسترش شبکه‌های کاری	
	انجام فعالیت‌های بین‌رشته‌ای	
توانمندی بین دانش نظری و کاربرد آن	پرورش روحیه پژوهش محوری دانشجویان	
	گسترش فرهنگ پژوهش و مطالعه	
کاربردی کردن پژوهش	توانمندی در برقراری ارتباط بین دانش و کاربرد آن	
	اولویت سنجی پژوهش	
کاربردی کردن پژوهش	انتشار نتایج پژوهش‌های دانشگاهیان (کتاب، مجله، کنفرانس و ...)	
	کاربردی کردن و استفاده از نتایج به دست آمده از پژوهش	
تثبیت اختراع	تنوع قراردادهای در زمینه پژوهش با بخش‌های خصوصی و دولتی	
	فراهم نمودن زمینه مناسب جهت ثبت اختراع و اعطای امتیاز	
حمایت از اختراعات و نوآوری‌های دانشجویی	حمایت و ثبت نوآوری و اختراعات به منظور حل مشکلات اقتصادی و اجتماعی	
	انتشار رویکرد راهبردی و فرهنگ سازمانی نوآورانه و انعطاف‌پذیر	
حمایت از کار تیمی	تهدیه سرمایه اولیه و منابع مالی مورد نیاز	
	آگاهی از قوانین و مقررات راه‌اندازی کسب و کار	
تشکیل هسته مرکزی مدیریت از کارآفرینان دانشگاهی	حمایت از کار تیمی و فراهم کردن زمینه‌های مالی جهت انجام کار	
	مهارت فروش ایده‌های ذهنی گروهی به دیگران	
اهمیت به سرمایه‌های فکری و انسانی	تشکیل هسته مرکزی مدیریت از کارآفرینان دانشگاهی	
	باور قلبی، مبحث کارآفرینی در انتخاب مدیران دانشگاه	
اهمیت به سرمایه‌های فکری و انسانی	ایجاد ساختار مدیریتی جدید و متناسب با نیازهای دانشگاه	
	اهمیت به سرمایه‌های فکری و انسانی	
تعمد مدیریت به حمایت و توسعه نوآوری	سرمایه گذاری متنوع در سطح ملی و بین‌المللی	
	فرایند جذب و بکارگیری متناسب اعضای جامعه دانشگاهی به جهت نقش تأثیرگذار بر بالفعل کردن توانایی‌های بالقوه	
استفاده از فناوری‌های آموزش جدید	حمایت و نظارت دانشجویان و دانش آموزان کارآفرین به عنوان الگو برای دانشجویان	
	قدرت تصمیم‌گیری در فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی	
استفاده از فناوری‌های آموزش جدید	حمایت از افراد مستعد، خلاق و کارآفرین	
	تدوین چشم انداز مشترک مدیریت در کارآفرینی و نوآوری	
نوسازی فرایند آموزش	استفاده از فناوری‌های آموزش جدید	
	ایجاد و راه‌اندازی پارک‌های علم و فناوری	
	ترویج فرایند نوآوری و ایجاد گروه‌ها با خلاقیت و بهره‌وری بالا	
	نوسازی آموزش به لحاظ ارتباط آن با تغییرات	

یافته‌های به دست آمده از پژوهش حاضر نشان می‌دهد که الگوی بومی دانشگاه نسل چهارم کارآفرینی شامل ۹ مولفه اساسی اهداف، محتوای دروس، کیفیت دانش آموختگان، فعالیت دانش آموختگان، پژوهش، اختراعات، منبع مالی، مدیریت و فرایند نوسازی است. در محور اهداف، بر رشد و توسعه، ارزش‌گذاری نوین، تدوین چشم‌انداز مشترک و تقویت تفکر استراتژیک تأکید شده است. در محور محتوای دروس، بر یادگیری در عمل و یادگیری حل مسأله تأکید شده است. مولفه‌های اصلی در محور کیفیت دانش آموختگان شامل سطح فعالیت‌های کارآفرینانه و انطباق توانایی دانش آموختگان با نیاز بازار کار است. فعالیت دانش آموختگان شامل مشارکت و حمایت از کار تیمی است. محور پژوهش شامل مولفه‌های روحیه پژوهش محوری، توانمندی بین دانش نظری و کاربرد آن و کاربردی نمودن پژوهش است. در محور اختراعات، مولفه‌های ثبت اختراع و حمایت از اختراعات و نوآوری‌های دانش‌جویی وجود دارد. منابع مالی شامل جذب کمک‌های نقدی از شرکت‌های خصوصی و حمایت از کار تیمی است. محور مدیریت شامل اهمیت به سرمایه انسانی و تشکیل هسته مرکزی مدیریت از کارآفرینان دانشگاهی است. محور نوسازی فرایند آموزش شامل استفاده از فناوری‌های آموزش جدید، تعهد مدیریت به حمایت و توسعه نوآوری و اهمیت به سرمایه انسانی است. محور فعالیت دانش آموختگان شامل مشارکت، حمایت از کار تیمی، روحیه پژوهش محوری، توانمندی بین دانش نظری و کاربرد آن، کاربردی نمودن پژوهش است. محور فرایند نوسازی شامل فرایند نوسازی، تعهد مدیریت به حمایت و توسعه نوآوری، اهمیت به سرمایه انسانی و تشکیل هسته مرکزی مدیریت از کارآفرینان دانشگاهی است. محور محتوای دروس شامل یادگیری در عمل، یادگیری حل مسئله، سطح فعالیت‌های کارآفرینانه، انطباق توانایی دانش آموختگان با نیاز بازار کار است. محور کیفیت دانش آموختگان شامل مشارکت، حمایت از کار تیمی، روحیه پژوهش محوری، توانمندی بین دانش نظری و کاربرد آن، کاربردی نمودن پژوهش است. محور فعالیت دانش آموختگان شامل مشارکت، حمایت از کار تیمی، روحیه پژوهش محوری، توانمندی بین دانش نظری و کاربرد آن، کاربردی نمودن پژوهش است.

نمودار ۱- دانشگاه نسل چهارم کارآفرینی



در ادامه مراحل پژوهش جهت شناسایی مولفه‌های دانشگاه کارآفرین، پرسشنامه روی ۲۵۰ عضو هیات علمی اجرا شد و داده‌های جمع‌آوری شده با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی و تاییدی بررسی شد. در تحلیل عاملی اکتشافی: شاخص KMO در پژوهش حاضر، برابر ۰/۸۹ است که رقم قابل قبولی است و شاخص بارتلت، در بررسی کفایت ماتریس برابر ۱۳۳۰۱,۳۹ است که در سطح $P \leq 0,01$ معنادار است. بررسی ماتریس همبستگی جزیی نشان‌دهنده آن بود که مقدار KMO برای تک تک عناصر پرسشنامه بالاتر از ۰,۷ است که نشان‌دهنده کفایت این شاخص برای تک تک سوالات پرسشنامه است. علاوه بر این بررسی همبستگی‌های بازتولید شده و باقی مانده نشان می‌دهد که رقم مربوط به همبستگی باقی‌مانده همه سوالات بسیار کوچک است. در ادامه داده‌ها با استفاده از تحلیل عاملی با استفاده از چرخش واریماکس تحلیل شدند. در نتیجه این چرخش ۴ عامل، دارای مقدار ویژه بزرگ تر از ۱ بودند که این ۴ عامل قادر به تبیین ۷۶,۸۱ درصد از واریانس کل هستند. نمودار اسکری کتل ارائه شده که بر مطلب فوق الذکر صحنه می‌گذارد.



نمودار ۲- اسکری کتل

طبق نتایج به دست آمده از تحلیل عاملی اکتشافی، هر یک از عامل‌ها و سوالات مربوط به آن‌ها عبارت است از:

عامل ۱: سوالات ۲۱ تا ۳۴ و سوالات ۳۸ تا ۴۷

عامل ۲: سوالات ۱ تا ۶ و سوالات ۱۱ تا ۱۶

عامل ۳: سوالات ۷ تا ۱۰ و سوالات ۱۷ تا ۲۰

عامل ۴: سوالات ۴۸ تا ۵۴

به این ترتیب سوالات ۳۵ تا ۳۷ و سوال ۵۵ در دو یا سه عامل دارای بار عاملی بالاتر از ۰,۴ بوده‌اند. بنابراین، این سوالات نامناسب تشخیص داده شده‌اند و از پرسشنامه حذف شدند.

هر یک از عامل‌های استخراج شده در تحلیل عاملی اکتشافی، مورد بررسی قرار گرفته‌اند و برحسب حوزه مشترک در هر عامل، با استفاده از نظر متخصصان، نام گذاری و حیطه بندی عامل‌ها تعیین شده است. به این ترتیب، عامل ۱ حیطه مربوط به عوامل مدیریتی در کارآفرینی دانشگاه‌ها، عامل ۲ فرهنگ کارآفرینی، عامل ۳ تفکر کارآفرین و عامل ۴ استراتژی‌های لازم برای کارآفرینی نام گذاری می‌شوند.

در مرحله بعد، تحلیل عاملی تاییدی اجرا شده است. شاخص‌های برازش در این تحلیل برای شاخص خی دو برابر ۰,۰۳، RMSEA برابر ۰,۱۳، GFI: ۰,۹۱، RMR: ۰,۱۴، CFI: ۰,۹۳ و NFI: ۰,۹۲ است. در مجموع، شاخص‌های روایی مدل نشان می‌دهد که الگوی دانشگاه نسل چهارم کارآفرین قابل قبول است.

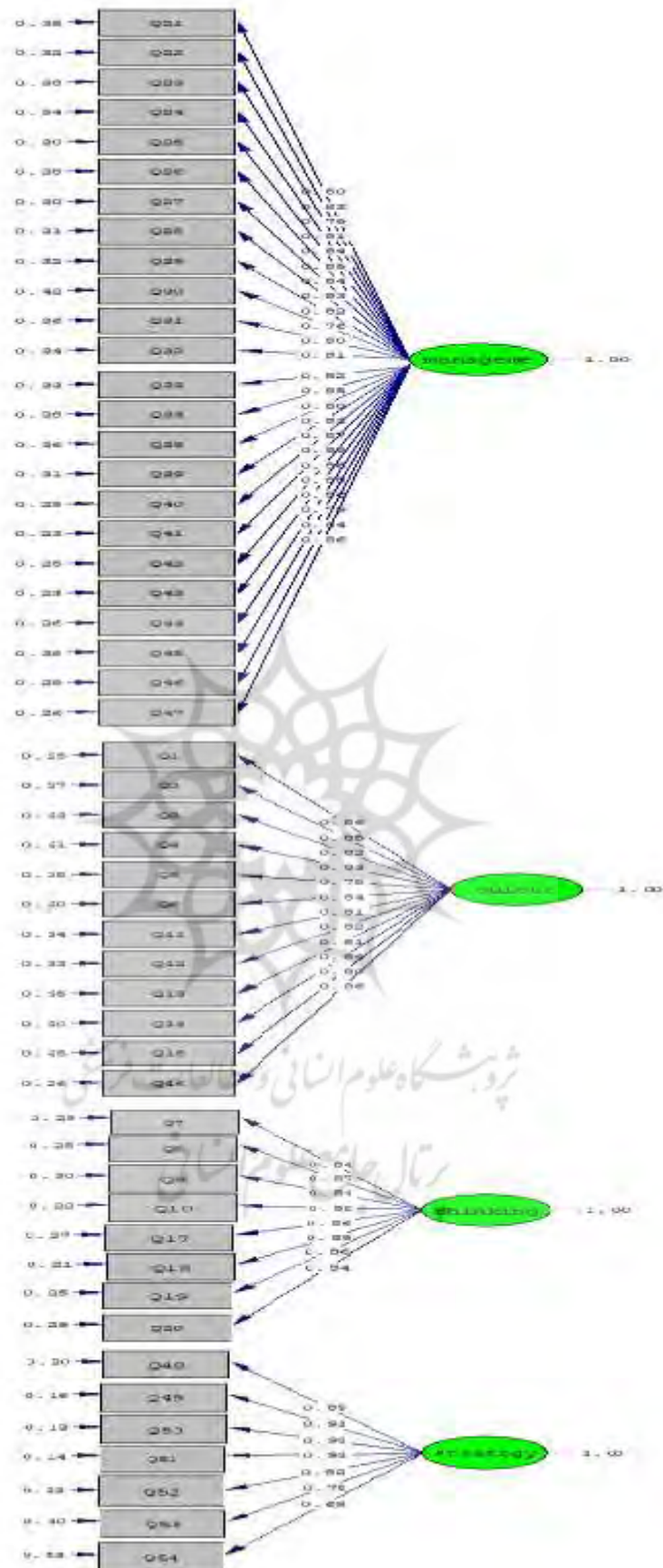
الگوی به دست آمده در مرحله کیفی شامل ۹ مولفه بود و در مرحله کمی به ۴ عامل (مولفه) کاهش یافت. مقایسه الگوی دو مرحله نشان می‌دهد که مولفه‌های فعالیت دانش‌آموختگان، پژوهش، منابع مالی و مدیریت که در مرحله کیفی تشخیص داده شده بودند، در مرحله کمی تحت عامل اول (عامل مدیریتی) تعریف شدند. زیر مولفه‌های رشد و توسعه، ارزش‌گذاری نوین، تقویت تفکر استراتژیک و یادگیری در عمل در عامل دوم جای گرفتند که می‌توان آنها را با عنوان فرهنگ نام‌گذاری کرد. زیر مولفه‌های تدوین چشم‌انداز و تفکر حل مساله در عامل سوم با یکدیگر ادغام شدند که با عنوان تفکر کارآفرین نامگذاری شدند. زیر مولفه‌های تعهد مدیریت به حمایت و توسعه نوآوری و استفاده از فناوری‌های آموزش جدید در عامل چهارم خلاصه شدند که می‌توان آن‌ها را به عنوان استراتژی‌های کارآفرینی در نظر گرفت. لذا می‌توان گفت با اندک تغییراتی، مدل به دست آمده در مرحله کیفی، در مرحله کمی مورد تایید قرار گرفت.

جمع بندی یافته‌های به دست آمده از مراحل کیفی و کمی پژوهش نشان می‌دهد که در مدل کیفی پژوهش، مولفه‌هایی برای هر یک از محورهای کلی شناسایی شد که این مولفه‌ها در عوامل به دست آمده در مرحله کمی، جای گرفت. مدل نهایی پژوهش براساس عوامل استخراج شده از مرحله کمی ترسیم شده است. در عین حال، زیر مولفه‌هایی برای هر یک از این عوامل براساس نتایج بخش کیفی در نظر گرفته شده است.

عوامل مدیریتی شامل زیر مولفه‌های جذب کمک‌های نقدی از شرکت‌های خصوصی، حمایت از کار تیمی، تشکیل هسته مرکزی مدیریت از کارآفرینان دانشگاهی، اهمیت به سرمایه‌های فکری و انسانی، انطباق توانایی دانش‌آموختگان با نیاز بازار کار، مشارکت، حمایت از کار تیمی، روحیه پژوهش محوری، توانمندی بین دانش نظری و کاربرد آن، ارتباط دانش نظری و کاربردی، توانمندی بین دانش نظری و کاربرد آن و کاربردی کردن پژوهش است.

عامل فرهنگ کارآفرینی شامل زیر مولفه‌های توجه به رشد و توسعه، ارزش‌گذاری نوین، تفکر استراتژیک و یادگیری در عمل است. عامل تفکر کارآفرین شامل زیرمولفه‌های تدوین چشم‌انداز مشترک، یادگیری حل مساله و فعالیت‌های کارآفرینانه است. عامل استراتژی‌های کارآفرینی شامل زیر مولفه‌های تعهد به حمایت و توسعه نوآوری و استفاده از فناوری‌های جدید است.





نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف شناسایی الگوی بومی دانشگاه نسل چهارم کارآفرینی دانشگاه و بررسی ویژگی‌های روانسنجی این الگو اجرا شده است. یافته‌های به دست آمده از این پژوهش نشان می‌دهد که الگوی بومی دانشگاه نسل چهارم کارآفرینی شامل چهار مولفه اساسی در حیطه‌های مدیریتی، فرهنگ کارآفرین، تفکر کارآفرین و استراتژی‌های کارآفرینی است که به پاسخ به سوالات زیر پرداخته است. الگوی بومی دانشگاه نسل چهارم کارآفرینی دانشگاه‌های آزاد شهر تهران شامل چه ابعاد، مولفه‌ها و شاخص‌هایی است؟ براساس مطالعه منابع کتابخانه‌ای و مصاحبه با متخصصان و هم‌چنین، کدگذاری داده‌های حاصل از هر یک از این مراحل، به سوال اول پژوهش پاسخ داده شده است.

طبق یافته‌های به دست آمده، الگوی بومی دانشگاه نسل چهارم کارآفرین شامل ابعاد و مولفه‌های زیر است:

- اهداف دانشگاه کارآفرین: شامل مولفه‌های رشد و توسعه، ارزش‌گذاری نوین، تدوین چشم‌انداز مشترک و تقویت تفکر استراتژیک است.
 - محتوای دروس: شامل یادگیری در عمل و تقویت یادگیری حل مساله است.
 - کیفیت دانش آموختگان: شامل سطح فعالیت‌های کارآفرینانه و انطباق توانایی دانش آموختگان با نیاز بازار کار است.
 - فعالیت دانش آموختگان: شامل مشارکت و کار گروهی است.
 - پژوهش: شامل روحیه پژوهش محوری، توانمندی بین دانش نظری و کاربرد آن و کاربردی نمودن پژوهش است.
 - اختراعات: شامل ثبت اختراعات و حمایت از اختراعات و نوآوری‌های دانشجویی است.
 - منابع مالی: شامل جذب کمک‌های نقدی از شرکت‌های خصوصی و حمایت از تیم‌هاست.
 - مدیریت: شامل تشکیل هسته مرکزی مدیریت از کارآفرینان دانشگاهی و اهمیت به سرمایه‌های فکری و انسانی و تعهد مدیریت به حمایت و توسعه نوآوری است.
 - نوسازی فرایند آموزش: شامل استفاده از فناوری‌های آموزش جدید است.
- اولویت‌بندی ابعاد سازنده الگوی بومی دانشگاه نسل چهارم کارآفرینی دانشگاه‌های آزاد شهر تهران براساس مدل تحلیل عاملی به چه ترتیب است؟

به منظور پاسخ به سوال فوق از تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شده است.

طبق نتایج این آزمون نشان داد که بعد از اعمال چرخش واریانس، ۴ عامل مکنون قابل قبول در پرسشنامه کشف شده است و این ۴ عامل قادر به تبیین ۷۶٫۸۱ درصد از واریانس کل هستند.

هر یک از عامل‌های استخراج شده در تحلیل عاملی اکتشافی، مورد بررسی قرار گرفته‌اند و بر حسب حوزه مشترک در هر عامل، با استفاده از نظر متخصصان، نام‌گذاری و حیطه بندی عامل‌ها تعیین شده است.

به این ترتیب، عامل ۱ حیطه مربوط به عوامل مدیریتی در کارآفرینی دانشگاه‌ها، عامل ۲ فرهنگ کارآفرینی، عامل ۳ تفکر کارآفرین و عامل ۴ استراتژی‌های لازم برای کارآفرینی نام‌گذاری می‌شوند.

بنابر نتایج به دست آمده از تحلیل عاملی اکتشافی و در پاسخ به سوال دوم پژوهش می‌توان گفت مولفه‌های دانشگاه کارآفرین شامل عوامل مدیریت، فرهنگ کارآفرین، تفکر و دانش کارآفرین و استراتژی‌های کارآفرینی است.

عامل اول که مربوط به عوامل مدیریتی در شکل‌گیری دانشگاه کارآفرین است، مهم‌ترین عامل است که ۶۸٫۷۸ درصد از واریانس کل را پیش‌بینی می‌کند. عامل فرهنگ کارآفرین در رتبه بعدی قرار دارد و ۳٫۲۳ درصد از واریانس را پیش‌بینی می‌کند. عامل بعدی، تفکر و دانش کارآفرینی است که ۲٫۵۶ درصد از واریانس را پیش‌بینی می‌کند. عامل بعدی استراتژی‌های کارآفرینی است که ۲٫۲۶ درصد از واریانس را پیش‌بینی می‌کند.

اعتبار سنجی الگوی بومی دانشگاه نسل چهارم کارآفرینی دانشگاه‌های آزاد شهر تهران چگونه است؟

برای بررسی سوال سوم، تحلیل عاملی تاییدی اجرا شده است. نتایج این آزمون نشان می‌دهد که چهار عامل مدیریت کارآفرینی، فرهنگ کارآفرین، دانش و تفکر کارآفرین و استراتژی‌های کارآفرینی عوامل مورد تایید برای بررسی عوامل دانشگاه کارآفرین هستند.

مبانی نظری و پژوهشی در خصوص دانشگاه کارآفرین نشان می‌دهد که از ویژگی‌های مهم دانشگاه نسل چهارم این است که تحقیقات آن‌ها ارزش عملی داشته باشد و بتواند مشکلی را حل کند (Goodarzvand Chegini, 2018). دانشگاه‌های نسل چهارم، دانشگاه‌هایی با ماموریت آموزشی، پژوهشی، کارآفرینی و مبتنی بر فناوری نرم هستند. اساسا فناوری نرم به عنوان یک پارادایم جدید در حوزه فناوری، به زودی نگرشی همگام را نسبت به صنعت، تولید، پژوهش، آموزش، بازاریابی، کسب و کار و حتی امنیت و دفاع تغییر خواهد داد (Zhouying, 2015). امروزه در آموزش عالی به مدیرانی نیاز است که علاوه بر این که در تعلیم و تربیت ماهر و صاحب نظر هستند، در درک و تشخیص

الزامات سازمانی برای هماهنگی با تحولات جهانی، مهارت‌های لازم را دارا باشند. عملکرد مدیران وسیله‌ای برای قضاوت درباره شخص مدیر و سازمان تحت مدیریت وی است. لذا عملکرد فراتر از اهداف سازمان بوده و عبارت از نتیجه و حاصل فعالیت‌های افراد در سازمان، است (Ingvarson, 2016).

بنابراین، در گام اول ضروری است رسالت‌های دانشگاه نسل دوم، که همانا پژوهش محوری است، تحقق یابد تا ورود به گام‌های بعد ممکن شود.

در یافته‌های به دست آمده، چشم‌انداز کارآفرینانه مشترک یکی از پرتکرارترین موارد در منابع کتابخانه‌ای و مصاحبه‌ها بود. ابرجو (۲۰۱۵) نیز در پژوهش خود نشان داده است توافق عمومی از مفهوم کارآفرینی به عنوان زمینه‌ساز رشد و توسعه اقتصادی، خود یکی از عوامل توسعه و پیشرفت دانشگاه‌های نسل چهارم در جهان است. علاوه بر این، تاکید بر کارآفرینی و آموزش آن در دانشگاه‌ها، یعنی آماده‌سازی دانشجویان و اساتید برای دنیای کسب و کار و نیز تبدیل دانش نظری به دانش‌های کاربردی و عملی که با انجام و ایفای درست این مأموریت توسط دانشگاه‌ها شاهد تحولی شگرف در تولید اشتغال و در رشد و توسعه پایدار خواهیم بود.

یافته‌های به دست آمده نشان می‌دهد که در محور اهداف، بر رشد و توسعه، ارزش‌گذاری نو، تدوین چشم‌انداز مشترک و تقویت تفکر استراتژیک تاکید شده است. در واقع، دانشگاه‌های نسل چهارم دانشگاه‌هایی با مأموریت آموزشی، پژوهشی، کارآفرینی و مبتنی بر فناوری نرم هستند (Zhouying, 2005). قطعا پژوهش محوری در دانشگاه‌ها براساس نیاز کاربردی مبتنی بر تغییرات جهانی است (Jimoh & Danlami, 2012). امروزه، دانشگاه‌ها تحت تاثیر نیروهای بیرونی قدرتمندی هم چون انفجار دانش، جهانی سازی، گسترش شبکه‌های ارتباطی و اطلاعاتی، جذب نخبگان و مغزها از سوی رقبا مواجه هستند و برآیند و تعامل این فشارهای درونی و بیرونی ایجاد تحولات بنیادی در ساختار و مدیریت دانشگاهی را ضروری و حیاتی نموده است. چنانچه دانشگاه‌های کشور بخواهند ضمن کاهش و بر طرف ساختن مشکلات درونی خود، به نحو موثری با تغییرات و تحولات محیطی سازگار شوند، باید از طریق انجام مطالعات گسترده و عمیق، مدل مفهومی و نظری کارآمد و اثربخشی را برای طراحی و مدیریت علمی و اجرایی خود تدوین کنند.

کارآفرینی دانشگاهی می‌تواند شامل همه رفتارهای کارآفرینانه دانشگاهیان، مانند ایجاد شرکت‌های جدید در دانشگاه، ایجاد مراکز برای پژوهش‌های مشترک با صنعت، تمهیداتی برای حفاظت از دارایی‌های فکری و واگذاری حق امتیاز نتایج پژوهش‌های دانشگاهی باشد (Zali et al, 2012). نتایج حاصل از دانشگاه کمبریج، هاروارد و استنفورد نشان می‌دهد که در گام اول داشتن نظام آموزشی پایدار و سپس جدیدترین روش‌های تحقیق و پژوهش مدنظر است که توسط شرکت‌های مالی در هر دانشگاه حمایت می‌شوند. این شرکت‌ها وظیفه، تولید، خدمات، بازریابی داخلی و خارجی و عقد قراردادهای برعهده دارند (Goodarzvand Chegini, 2018). به علاوه، یکی از رسالت‌های مهم دانشگاه‌های عصر حاضر، تربیت دانشجوی کارآفرین است. دانشگاه کارآفرین به دانشجویان خود یاد می‌دهد که با شناسایی نیازها و تشخیص مسائل، از منابع و امکانات به نحو بهینه برای حل آن‌ها، ثروت‌آفرینی و خلق فرصت‌های جدید استفاده کنند. در این نسل از دانشگاه‌ها می‌توان از ارتباط تنگاتنگ آموزش، پژوهش و انتقال آموخته‌ها به دنیای واقعی سخن گفت (Seraji, 2018).

فرهنگ کارآفرینانه و ارزش‌گذاری بر کارآفرینی، از محورهای مورد توجه در دانشگاه نسل چهارم است. یوسف و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهش خود نشان دادند که سیستم‌های نظارتی، فرهنگ سازمانی، نظام مدیریت منابع انسانی و سبک رهبری کارآفرینانه، پیش‌بینی‌های اصلی کارآفرینی دانشگاهی در این دانشگاه‌ها هستند. فرهنگ کارآفرینانه از اهمیت خاصی برخوردار است زیرا، شکل‌گیری چنین فرهنگی می‌تواند اهداف مشترکی بین مدیران، اساتید، سازمان‌های برون دانشگاهی و مهم تر از همه دانشجویان ایجاد کند. مادامی که دانشگاه‌ها در راستای کارآفرینی عمل کنند اما دانشجویان در حال تحصیل، برای آینده شغلی خود چشم امید به مشاغل تعریف شده بازار کار داشته باشند، نمی‌توان به دستیابی به چشم‌اندازهای دانشگاه نسل چهارم امیدوار بود.

وجود استعدادهای منحصر به فرد در میان کارمندان، از جمله انعطاف‌پذیری، خلاقیت، بازدهی بالاتر، بهره‌وری بیشتر و خدمات‌رسانی مناسب به مشتری راه‌هایی است که کارمندان می‌توانند از آنها برای ایفای نقش اساسی در ارتقای موقعیت رقابتی سازمان استفاده کنند. بزرگ‌ترین دغدغه دانشگاه‌ها این است که هر کدام تا چه حد می‌توانند مأموریت خود را اجرا کنند و به دیدگاه و اهداف خود در زمینه خدمات‌رسانی مؤثر جامعه عمل ببوشانند. با ادغام کردن به کارگیری روابط انسانی در فرایند برنامه‌ریزی راهبردی، دانشگاه‌ها را قادر خواهد ساخت تا اهداف خود را تامین کنند. در حال حاضر، افق دانشگاه‌ها تربیت نیروی انسانی با ارزش افزوده و کیفیت فراملی است، از این رو کارکرد و مأموریت دانشگاه‌ها

و مراکز آموزش عالی در دهه‌های مختلف در مسیر تغییر و تحول و هویت‌یابی قرار گرفته‌اند. در واقع، موفقیت دانشگاه بستگی به کارکرد آن‌ها دارد (Goodarzvand Chegini, 2018).

باید در نظر داشت که کارآفرین شدن دانشگاه‌ها در آموزش و توسعه خدمات آموزشی - تحقیقاتی در کشور ما، بازتاب ملموسی در سطح جامعه ندارد. مساله مهم مدیران دانشگاه‌ها می‌باشد که مانع از توسعه ماموریت کارآفرینی در دانشگاه‌ها می‌شود. به صورت مختصر می‌توان گفت به دانشگاهی، دانشگاه کارآفرین گفته می‌شود که کارآفرینی علمی در آن بتواند نیرویی برای رشد اقتصادی ایجاد کند و باعث رقابت در بازارهای جهانی شود (Ahmadi & Ghorbani, 2011).

در بحث دانشگاه کارآفرین، از موضوع فناوری اطلاعات نمی‌توان غافل شد. در مطالعات به دست آمده توسط سازمان بین‌المللی کار بر این نکته تاکید شده است که در عصر اطلاعات و ارتباطات، آن نوع آموزش باید در دستور کار قرار گیرد که توانایی تقویت اشتغال‌پذیری را در افراد داشته باشد که رسالت آموزش عالی تنها پیشرفت ذهنی نیست بلکه می‌توان به آماده‌سازی شغلی در افراد منجر شود (Rahmanian, 2013).

در پایان، پیشنهاد می‌شود که در پژوهش‌های آتی، به موارد زیر بپردازند:

- امکان‌سنجی اجرای الگوی دانشگاه نسل چهارم کارآفرینی در نظام آموزش عالی ایران
- شناسایی موانع و تسهیل‌کننده‌های موجود در نظام مدیریت آموزش عالی برای اجرای الگو دانشگاه کارآفرین
- بررسی وضعیت موجود در خصوص دانشگاه کارآفرین در نظام‌های دانشگاه‌های آزاد و دولتی
- مقایسه وضعیت کارآفرینی در دانشگاه‌های آزاد و دولتی و همچنین در رشته و دانشکده‌های مختلف

ملاحظات اخلاقی

پیروی از اصول اخلاق پژوهش

در مطالعه حاضر فرم‌های رضایت نامه آگاهانه توسط تمامی آزمودنی‌ها تکمیل شد.

حامی مالی

پژوهشگر

مشارکت نویسندگان

فاطمه نوری، مهدی شریعتمداری، لطف‌اله عباسی

تعارض منافع

بنابر اظهار نویسندگان مقاله حاضر فاقد هرگونه تعارض منافع بوده است.

References

1. Abereijo, I.O. (2015), Developing Entrepreneurial Competences in University Lecturers: Obafemi Awolowo University Experience. *KJBM*, 6(1), pp. 30-42.
2. Aghajani, H.A; Samadi Miar Kalaei, H; Samadi Miar Kalaei, H. (2013), Explaining and evaluating the effectiveness of entrepreneurship training courses on high-yield projects on female entrepreneurs. *Journal of Industrial Strategic Management*, 30(10), pp.73-90. [in Persian]
3. Ahmadi, P; Ghorbani, Z; Kordnaeech, A. (2011), Investigating the characteristics of entrepreneurial university in Tarbiat Modares University. M.Sc; Business Management of Tarbiat Modares University. [in Persian]
4. Dabic, M; Loureiro, M; and Daim, T. (2015), Unraveling the attitudes on entrepreneurial universities: the case of Croatian and Spanish universities, *Technology in Society*, 42, 167-178.
5. Fanaei Merhamat, L; Zabi M.R; Razavi, M; Kordayevich A. (2016), Presenting the conceptual model of organizational entrepreneurial learning. *Journal of Organizational Behavior Studies*, 6 (3 consecutive 23): 54-32. [in Persian]
6. Goodarzvand Chegini, M. (2018), The approach of fourth generation universities of work and practice. *Iranian Journal of Engineering Education*, summer, 20(78): pp.16-1. [in Persian]
7. Guerreo, M; Gunningham, J; Urbano, D, (2015), Economic impact of entrepreneurial university activities: An exploratory study of the United Kingdom. *Research Policy*, 44: pp748-764.
8. Ingvarson, L. (2016). School Leadership Standards, *International Encyclopedia of Education* (Third Edition), pp 768-776.

9. Javadani, H. (2014), Designing a Development Model in Iran's Higher Education Management System. *Research and Planning in Higher Education*, 20(4), pp. 74-55. [in Persian]
10. Jimoh, O. A; and Danlami Sani, A (2012), *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, ISSN 1450-2275 Issue 32.
11. Moghimi, M; Ahmadpour, M. (2013), *Fundamentals of Entrepreneurship*. Negah-e Danesh's Publications. [in Persian]
12. Mokhtari, S., Behroozi, M. (2020), An Investigation of Entrepreneurial Experience in Iranian Universities and its Impact on the Employment Market to Provide Appropriate Model. *Journal of New Approaches in Educational Administration*, 11(42), 249-272. [in Persian]
13. Politis, D. (2008), Does prior start-up experience matter for entrepreneurs learning?. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15 (3), 472-489.
14. Rae, D. (2011), Entrepreneurial learning: Practice, experience and theory. Paper presented at Entrepreneurial learning and education: From theory to practice. British Academy of Management, 27th May, London.
15. Rahmanian Koushki, M. (2013), Investigating the Entrepreneurial Capabilities of Participating Students in Entrepreneurship Courses in Agricultural Applied Science Education Centers in Fars Province. *University of scientific research*. [in Persian]
16. Saeedi Kia, M. (2012), *Entrepreneurship Teaching Guide*. Tehran: Kia Publications, first edition. [in Persian]
17. Salamzadeh, A; Salamzadeh, Y; and Daraei, M. R. (2011), Toward a systematic framework for an entrepreneurial university: A study ini context with an IPOO model. *Global Business and Management Research: An International Journal*, 3(1), 30-37
18. Salehinia, A. (2016). Provide a conceptual model for the role of the university in the development of entrepreneurship (case study). *kharazmi University*. [in Persian]
19. Salimi, S., Parsa, A., Mehralizadeh, Y., Sshahi, S. (2020), A survey to influencing factors on Formation of a conceptual roadmap for university development. *Journal of New Approaches in Educational Administration*, 10(40), 30-56. [in Persian]
20. Seraji, F. (2018), Ways to promote and develop entrepreneurial competencies in students. *Iranian Journal of Engineering Education*, 20 (78): 57-37.
21. Shahrakipour et al., (2010), Investigating the Relationship between Organizational Culture and Organizational Entrepreneurship among Lorestan University employees. *Educational Management Research Quarterly*, 1 (4): 136-108. [in Persian]
22. Stephen, P., Robbins (2011), *Organizational Behavior Management*. Translated by Seyed Mohammad Ali Arabi, Ali Parsaiyan, first edition, Tehran, Cultural Research Office Publications. [in Persian]
23. Strauss and Corbyn, (2006), *Principles and Methods of Qualitative Research (Basic Theory): Procedures and Methods*. Buick Mohammadi, Ch 1, Tehran: Institute of Humanities and Cultural Studies. [in Persian]
24. Tehrani, M; Mokhtari Bai Kalami, M; Mohammadian Sarvi, M. (2016), Evaluating and Explaining the Characteristics of Entrepreneurial Universities studied. *Iran University of Science and Technology, Azad University of Science and Research. Faculty of Management*. [in Persian]
25. Yusof, M; Abdul-samad, Z; Hassan, F; Darus, Z; Fadhil, M; Zaharim, A. (2010), Academic entrepreneurship and innovation in higher education: an integrated framework for Malaysian universities, *Advanced Educational Technologies*.
26. Zali, M.R; Razavi, M; and Mohammadzadeh, N. (2012), Explaining the role of organizational entrepreneurship culture on university entrepreneurship at the University of Tehran. *Business Management*, (2) 5: 114 – 89.[in Persian]
27. Zhouxing, JIN, (2005), *Gobal Technology*, Translated by Kelvin W. Willoughby, Bristol, UK.
- 28.