شناسایی عوامل مؤثر بر گرایش اساتید و دانشجویان تحصیلات تکمیلی به کارآفرینی دانش‌بنیان از دیدگاه متخصصان

پیمان یارمحمدزاده[۱]

روح اله مهدیون[۲]

ثریا بیگ زاده[۳]

تاریخ دریافت : ۹۹/۰۱/۱۰

تاریخ پذیرش : ۱٤۰۰/۰٦/۰۸

چکیده

این پژوهش باهدف شناسایی عوامل مؤثر بر گرایش اساتید و دانشجویان تحصیلات تکمیلی به کارآفرینی دانش‌بنیان از دیدگاه متخصصان و بررسی وضعیت موجود از دیدگاه ذینفعان انجام‌شده است. رویکرد این پژوهش، آمیخته (کیفی- کمی) است. جامعه آماری این پژوهش در مرحله کیفی خبرگان دانشگاه صنعتی ارومیه بوده که داده‌های مصاحبه در نفر نوزدهم به اشباع رسیده و در مرحله کمی شامل اساتید و دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه صنعتی ارومیه به تعداد ٦٤٦ نفر بود که از بین آن‌ها با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی- طبقه‌ای تعداد ۲۹۸ نفر انتخاب گردید. برای گردآوری اطلاعات درروش کیفی از مصاحبه نیمه ساختاریافته عمیق استفاده و درروش کمی، از پرسشنامه محقق ساخته استفاده گردید. تجزیه‌وتحلیل داده‌ها در رویکرد کیفی از فن کدگذاری باز، محوری و انتخابی و در رویکرد کمی از آزمون‌های t و تحلیل عاملی با نرم‌افزارهای spss و Lisrel صورت گرفت. نتایج پژوهش در مرحله کیفی نشان داد که عوامل مؤثر بر کارآفرینی دانش‌بنیان، می- توانند در قالب ۷ مقوله عوامل حمایتی، انگیزشی، شغلی، محیطی، آموزشی، ساختاری و زمینه‌ای قرار بگیرند.

[۱] دانشیار گروه علوم تربیتی، دانشگاه شهید مدنی آذربایجان- (استاد راهنما)- Dr.peyman.ymz@Gmail.com

[۲] دانشیار گروه علوم تربیتی، دانشگاه شهید مدنی آذربایجان- (استاد مشاور)- rmahdiuon@gmail.com

[۳] دانشجوی کارشناس ارشد مدیریت و برنامه‌ریزی آموزش عالی، دانشگاه شهید مدنی آذربایجان soraya.beygzadeh@yahoo.com

[Downloaded from ihej.ir on 2025-05-17]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1399.12.4.2.5]

یافته‌های مرحله کمی نشان داد که در بین عوامل گرایش به کارآفرینی دانش‌بنیان بیشترین اثر توسط عوامل انگیزشی ایجاد گردیده و عوامل زمینه‌ای و عوامل محیطی دارای وضعیت مطلوب، عوامل آموزشی و ساختاری دارای وضعیت متوسط و نهایتاً عوامل حمایتی، انگیزشی و شغلی دارای وضعیت نامطلوبی بودند.

کلیدواژه‌ها: کارآفرینی، دانش‌بنیان، تحصیلات تکمیلی، دانشگاه

مقدمه

دانشگاه نهادی اجتماعی با قدمتی حدود هشت‌صد سال است که مهم‌ترین وظیفه آن تولید دانش و فنّاوری (آموزش و پژوهش) به‌منظور خدمت به جامعه در قالب محصولات (کالاها و خدمات) موردنیاز است (استبرو[1]،۲۰۰٤). دانشگاه‌ها در مراحل مختلف عمر خود براثر وقوع دو انقلاب مهم علمی، تاکنون سه نسل آموزش‌محور، پژوهش محور و کارآفرین را تجربه کرده‌اند (چن[2]،۲۰۰۹). دانشگاه‌های نسل سوم، کارآفرین، ارزش‌آفرین، ثروت‌آفرین و جامعه‌محورند و یکی از ویژگی‌های آن‌ها تولید دانش کاربردی و ارائه آن‌ها به جامعه است. در یک دانشگاه کارآفرین از طریق طراحی و پیگیری ساختارهای سازمانی سه‌گانه کارآفرینی، رشد واحدهای فن‌آوری و ارتباط با صنعت، زنجیره ثروتی (اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی) ایجاد می‌شود که می‌توان آن‌ها را به جامعه (صنعت) عرضه نموده و نسبت به تجاری‌سازی دانش و فنّاوری تولیدشده در دانشگاه اقدام کرد (هایز[3]،۲۰۱۲). در برنامه ششم توسعه کشور مؤلفه دانش به‌عنوان رکن اصلی توسعه اقتصادی و اجتماعی معرفی‌شده است. عنصر دانش برای ایجاد فضای رقابتی و افزایش بهره‌وری و کارایی و درنتیجه افزایش تولید به‌ویژه در شرایطی که تحریم‌ها و ناملایمات خارجی و داخلی بیش‌ازپیش در شکل‌گیری مشکلات اقتصادی تأثیرگذار است امری مهم محسوب می‌شود (کوپر، دونهو، تارینو[4]،۲۰۰۷). در اقتصاد دانش‌بنیان زیرساخت‌های اقتصادی باید طوری باشد که رشد و کارآفرینی را تسهیل کند. کارآفرینی از این بابت که منجر به

[1] Astebro
[2] Chen
[3] Hayes
[4] Cooper, Donohue, Tharenou

[Downloaded from ihej.ir on 2025-05-17]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1399.12.4.2.5]

بالا رفتن کارایی اقتصادی، نوآوری در بازار کار و تولید و همچنین ایجاد مشاغل جدید و بهبود وضعیت اشتغال می‌شود حائز اهمیت است (گئورگ و همکاران[1]،۲۰۰۰). از طرفی کارآفرینی به‌عنوان عامل تحریک و تقویت رقابت، نوآوری و تسهیل‌کننده تغییر و عامل تعادل در اقتصاد پویا شناخته می‌شود. بدون شک ازجمله بسترهای مهم برای توسعه کارآفرینی کسب و به‌کارگیری دانش است. بر اساس یافته‌های محققان مزیت رقابتی پایدار تنها از طریق به‌کارگیری دانش برای نوآوری حاصل و در این میان کارآفرینی دانش‌بنیان جایگاه ویژه‌ای خواهد داشت.

«بانک جهانی» جدیدترین گزارش «سهولت (انجام) کسب‌وکار» خود را در سال ۲۰۱۹ برای ۱۹۰ کشور در ۱۱ حوزه قوانین مربوط به کسب‌وکار منتشر کرد. در محاسبه نمره کل «سهولت کسب‌وکار» کشورها از ۱۱ شاخص استفاده‌شده است که عبارت‌اند از: «شروع کسب‌وکار»، «دریافت مجوزهای ساخت»، «دریافت برق»، «ثبت مالکیت»، «دریافت اعتبار»، «حمایت از سرمایه‌گذاران خرد»، «پرداخت مالیات»، «تجارت فرامرزی»، «اجرای قراردادها»، «حل‌وفصل ورشکستگی» و «مقررات بازار کار». بر اساس این رتبه‌بندی، نیوزیلند با کسب نمره ۵۹/ ۸٦ به‌عنوان آسان‌ترین کشور برای انجام کسب‌وکار در رده نخست و کشورهای سنگاپور با نمره ۲٤/ ۸۵، دانمارک با نمره ٦٤/ ۸٤، هنگ‌کنگ با ۲۲/ ۸٤، کره جنوبی با ۱٤/ ۸٤، گرجستان با ۲۸/ ۸۳، نروژ با ۹۵/ ۸۲، آمریکا با ۷۵/ ۸۲، انگلیس با ٦۵/ ۸۲ و مقدونیه با ۵۵/ ۸۱ و امارات با ۲۸/ ۸۱ نیز به ترتیب در رده‌های دوم تا یازدهم این رتبه‌بندی قرار گرفتند. بر اساس این گزارش ایران در این رتبه‌بندی، با کسب نمره ۹۸/ ٥٦ در رده ۱۲۸ جهان قرارگرفته است. طبق این گزارش، نمره ایران نسبت به سال ۲۰۱۸، بهبودیافته درحالی‌که رتبه آن ٤ پله‌ای نزول کرده است زیرا در گزارش ۲۰۱۸، ایران با کسب نمره ٤۸/ ٥٦ در رده ۱۲٤ جهان جای داشت (گزارش بانک جهانی از شاخص‌های سهولت کسب‌وکار، ۲۰۱۹). متأسفانه یافته‌های این گزارش نیز نشان می‌دهد، گلوگاه‌های موجود در اکوسیستم کارآفرینی کشور کماکان در وضعیت نامطلوبی به سر می‌برند. این شواهد حاکی از نامتناسب بودن فضای اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی کشور و انگیزه‌های کارآفرینی فردی در سطح جامعه است که با اتخاذ سیاست‌هایی در سطح کشور قابل‌بهبود است. بر اساس اطلاعات گزارش شاخص جهانی کارآفرینی، امسال ایران افزایش چشمگیری در امتیاز شاخص فرعی گرایش کارآفرینانه (ATT) نسبت به

[1] George et all

[Downloaded from ihej.ir on 2025-05-17]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1399.12.4.2.5]

سال قبل را تجربه می‌کند، این افزایش ناشی از تغییر ناگهانی در رکن مهارت راه‌اندازی کسب‌وکارهای نوپا است. توافق عمومی از مفهوم کارآفرینی به‌عنوان زمینه‌ساز رشد و توسعهٔ اقتصادی، خود یکی از عوامل توسعه و پیشرفت دانشگاه‌های نسل سوم در جهان می‌باشد. علاوه بر این تأکید بر کارآفرینی و آموزش آن در دانشگاه‌ها، یعنی آماده‌سازی دانشجویان و اساتید برای دنیای کسب‌وکار و نیز تبدیل دانش نظری به دانش‌های کاربردی و عملی است که با انجام و ایفای درست این مأموریت توسط دانشگاه‌ها شاهد تحولی شگرف هم در تولید اشتغال و هم در رشد و توسعهٔ پایدار خواهیم بود.

اندیشمندان عرصه کارآفرینی معتقدند که در جوامع امروزی با توجه به تنوع در نیازها و دگرگونی شتابان آن‌ها لازم است انقلاب کارآفرینی رخ دهد (بامول[1]،۲۰۰۵). دراین‌ارتباط وظیفه سازمان‌های پویا کشف و پرورش افراد خلاق و کارآفرین است تا از این طریق شکاف به وجود آمده (تنوع نیازها و تغییرات شتابان) رفع شود. یکی از رویکردهای جوامع استفاده از نیروی تحصیل‌کرده در دانشگاه‌ها برای کارآفرینی است تا بتواند با این چالش مقابله نماید (آستبرو[2]،۲۰۰٤). کارآفرینی عبارت است از فرایند شناسایی فرصت‌ها، نوآوری برای استفاده از فرصت‌ها و اقدام مخاطره پذیر برای ایجاد ارزش (چن[3]،۲۰۰۹). عدم اطمینان، ناهماهنگی و تلاطم محیطی موجب چالش‌های عملیاتی و استراتژیک برای سازمان‌های امروزی می‌شود. شرکت‌ها برای مقابله با این چالش‌ها به‌طور فزاینده بر کارآفرینی سازمانی تکیه می‌کنند. در کارآفرینی سازمانی با به‌کارگیری ظرفیت‌های نوآوری در سازمان نیل به عملکرد بالا امکان‌پذیر می‌گردد (کوراتکو و هدگتز[4]،۲۰۰۷). از مهم‌ترین و جامع‌ترین نتایج کارآفرینی سازمانی سازگاری با محیط و بقا در بلندمدت است. سازمان‌های سنتی در این محیط پر از تلاطم یا دوام نمی‌آورند و یا ناگزیر از تحمل هزینه بسیار زیادی خواهند شد. درحالی‌که سازمان‌های کارآفرین و دانش‌بنیان نه‌تنها در چنین محیطی آشفته بقای خود را تضمین می‌کنند، بلکه نهایت استفاده را از آن نیز می‌برند. کارآفرینی دانش‌بنیان با ایجاد ساختاری منعطف، امکان بقای سازمان را در محیط‌های براز تغییر رقابتی فراهم می‌کند (اوگانیسجانا ,و همکاران[5]،۲۰۱٤). در برخی پژوهش‌های کارآفرینی دانشگاهی، حوزه‌ای از کارآفرینی

[1] Baumol
[2] Astebro
[3] Chen
[4] Kuratko and Hdgetts
[5] Oganisjana

[Downloaded from ihej.ir on 2025-05-17]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1399.12.4.2.5]

تعریف‌شده که به دنبال درک و شرح نوآوری‌ها و محصولات جدیدی است که از دارایی‌های فکری دانشگاه حاصل‌شده است. به‌طورکلی در بیشتر تعاریف کارآفرینی دانشگاهی به فعالیت‌های تجاری‌سازی و استفاده از دارایی‌های فکری دانشگاه در جهت کسب منافع مالی و تجاری اشاره‌شده است. حتی برخی از پژوهشگران کارآفرینی دانشگاهی را شکل خاصی از انتقال فناوری تعریف کرده و بر این باورند که این پدیده زمانی رخ می‌دهد که پژوهشگران دانشگاه‌ها و نهادهای پژوهش‌های غیرانتفاعی، تصمیم به تجاری‌سازی فناوری‌های تولیدشده و یا توسعه‌یافته در مؤسسات خود می‌گیرند؛ بنابراین معمولاً تجاری‌سازی دارایی‌های فکری دانشگاه را مترادف با کارآفرینی دانشگاهی دانش‌بنیان فرض می‌کنند (فیروزپور،۱۳۹۲). باید توجه کرد که جوامع امروزی و مناسبات آن بسیار پیچیده و متغیر شده‌اند. دلیل این موضوع نیز نوآوری در سیستم‌های مختلف دانشگاهی، سازمانی، ارتباطات و تولید است (گوئررو[1]،۲۰۱٤). مأموریت دانشگاه‌ها در بستر زمان همگام با تحولات و دگرگونی‌های جهانی و در راستای هدف پاسخگویی به نیازهای اقتضائی جوامع دچار تحول شده و به‌سوی مشارکت در پارادایم کارآفرینانه در حال حرکت است. توجه به دانشگاه‌ها در چند سال اخیر به دلیل توجه به مزیت‌های اقتصادی دانش موردتوجه بسیاری از پژوهشگران قرارگرفته است (گیب[2]،۲۰۱۲). جایگاه دانش به‌عنوان منبعی باارزش در ایجاد رشد اقتصادی تحقق اقتصادی مبتنی بر دانش سبب ایجاد انتظارات جدیدی از دانشگاه در جهت ایفای نقش جدیدی به‌عنوان تجاری‌سازی پژوهش‌ها در کنار نقش‌های قبلی یعنی آموزش و پژوهش شده است (تودورویچ[3]،۲۰۱۵). دانشگاه کارآفرین به معنای دانشگاهی است که در آن تمام فعالیت‌های اعضا از قبیل آموزش، پژوهش و... به‌گونه‌ای مدیریت، اداره و اجرا می‌گردد که دانشگاه به‌عنوان نهاد یا شبه شرکتی اقتصادی تلقی گردد؛ یعنی جهت‌گیری این فعالیت‌ها در جهت سوددهی و نیز کسب مزیت‌های رقابتی اقتصادی باشد. دانشگاه در این نگاه بر اساس انطباق سریع با تغییرات محیطی، تمایز آشکار در نحوهٔ مدیریت آن با دانشگاه‌های سنتی، انجام فعالیت‌های جدید بر اساس توسعهٔ فرهنگ کارآفرینی در تمامی سطوح دانشگاه، مشارکت آن در توسعهٔ اقتصادی به‌وسیلهٔ ایجاد سرمایه‌گذاری یا تجاری‌سازی دانش و فناوری، ایجاد شغل و درنتیجه افزایش سطح رفاه و نیز کاهش مفاسد اجتماعی و... شناخته می‌شود. مطالعاتی در مورد دانشگاه‌های

[1] Guerrero
[2] Gibb
[3] Todorovic

[Downloaded from ihej.ir on 2025-05-17]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1399.12.4.2.5]

کارآفرین و شرکت‌های دانش‌بنیان نشان گرفته از خروجی‌های آن‌ها صورت گرفته است. شیباب[1] (۲۰۱۱) به پژوهشی با عنوان رابطه بین فرهنگ‌سازمانی و کارآفرینی دانش‌بنیان پرداخت. نتایج نشان داد که بین فرهنگ‌سازمانی و کارآفرینی دانش‌بنیان رابطه معنی‌داری وجود دارد. با توجه به یافته‌ها مشخص شد که فرهنگ‌سازمانی یک متغیر پیش‌بینی کننده قوی برای کارآفرینی دانش‌بنیان است. تاری و همکاران (۱۳۹٤) در پژوهشی به بررسی عوامل مؤثر بر رشد و موفقیت شرکت‌های دانش‌بنیان پرداخت. یافته‌های پژوهش نشان‌دهنده ۳ تم اصلی است که عوامل مؤثر بر رشد و موفقیت شرکت‌های دانش‌بنیان را در ۳ سطح فردی، سازمانی و محیطی طبقه‌بندی می‌کند. بر اساس نتایج بررسی به نظر می‌رسد دولت و شرایط محیطی نقش مهم‌تری در ایجاد زمینه‌ای مناسب برای رشد و موفقیت این شرکت‌ها ایفا می‌کنند و با توجه به مصاحبه‌های صورت گرفته، از دید خبرگان این عامل نقش اصلی در موفقیت و دوام شرکت‌های زایشی و دانش‌بنیان دارد. حاجی کتابی و همکاران (۱۳۹٦) به پژوهشی با عنوان شناسایی عوامل محیطی مؤثر بر موفقیت شرکت‌های دانش‌بنیان پزشکی پرداختند که یافته‌های این مطالعه مجموعاً ٦ مؤلفه و ٤٦ مفهوم در مورد عوامل محیطی مؤثر بر موفقیت شرکت‌های دانش‌بنیان حوزه علوم پزشکی جهاد دانشگاهی شناسایی نمود. ٦ مؤلفه استخراج‌شده شامل بازار، حمایت‌ها، دولت، سازمان مادر (جهاد دانشگاهی)، فضای مناسب محیط کسب‌وکار و موقعیت جغرافیایی بودند.

کارآفرینی دانش‌بنیان می‌تواند در قالب واحدهای تحقیق و توسعه صنایع و سازمان‌ها و یا دانشگاه‌های کارآفرین شکل گیرد. دانشگاه کارآفرین به سبب خروجی‌های اقتصادی آن نظیر حق اختراع، قراردادهای امتیاز، شرکت‌های زایشی، اشتغال‌زایی و نیز مکانیسم‌های انتقال علم و فناوری به صنعت دارای اهمیت خاصی نیز در اقتصاد دانش‌بنیان هست. دانشگاه صنعتی ارومیه با توجه به ماهیت صنعتی خود در تولید علم و کارآفرینی دانش‌بنیان نیازمند همسو نمودن رسالت خود با رسالت دانشگاه‌های کارآفرین و دانش‌بنیان بوده و در این راستا فعالیت‌ها و برنامه‌هایی نیز در حال اجرا دارد. به‌طوری‌که مستندات پایگاه ISI وESI نیز نشان می‌دهد که از اعضای هیئت‌علمی این دانشگاه و دانشجویان مستعد آن در گروه ۱ درصد برتر از دانشمندان برجسته دنیا جای گرفته‌اند که نشان از حرکت شایسته دانشگاه به سمت دانش‌آفرینی و کارآفرینی دانش‌بنیان است. با توجه به مطالب فوق، پژوهش پیش رو باهدف شناسایی عوامل مؤثر بر کارآفرینی دانش‌بنیان تدوین‌شده است.

[1] Shybab

[Downloaded from ihej.ir on 2025-05-17]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1399.12.4.2.5]

روش پژوهش

رویکرد این پژوهش آمیخته (کیفی- کمی) است. در بخش کیفی از روش تحلیل محتوای عرفی به روش اکتشافی و در بخش کمی از روش توصیفی- پیمایشی استفاده‌شده است. جامعه آماری این پژوهش در (رویکرد کیفی) خبرگان دانشگاه صنعتی ارومیه (افراد دارای سابقه مدیریت یا فعالیت در مرکز کارآفرینی و رشد، تدریس دروس مرتبط با کارآفرینی، اساتید، کارکنان و دانشجویان دارای شرکت ثبت‌شده دانش‌بنیان و غیره در بیرون از دانشگاه یا افراد موفق کارآفرین) بوده که نمونه‌گیری از آن‌ها به روش هدفمند ملاک محور و مصاحبه از آن‌ها تا حد اشباع اطلاعات (اشباع در مصاحبه نوزدهم) صورت گرفته و درروش کمی از میان اساتید و دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه صنعتی ارومیه که دارای (۱۰۹ نفر هیئت‌علمی، ۵۰۹ نفر دانشجوی کارشناسی ارشد و ۲۸ نفر دانشجوی دکتری) جمعاً به تعداد ٦٤٦ نفر بودند نمونه‌گیری به روش تصادفی طبقه‌ای متناسب با حجم با استناد به جدول مورگان ۲۹۱ انتخاب و موردمطالعه قرار گرفت. ابزار گردآوری اطلاعات در رویکرد کیفی مصاحبه نیمه ساختاریافته عمیق بوده که تجزیه‌وتحلیل داده‌های آن با استفاده از کدگذاری باز و محوری و انتخابی صورت گرفته و برای گردآوری اطلاعات در بخش کمی از پرسشنامه محقق ساخته حاصل از مصاحبه کیفی استفاده گردید که برای حصول اطمینان از روایی آن، از پنل خبرگان (برخی از مشارکت‌کنندگان در مصاحبه، اساتید راهنما و مشاور و متخصصان کارآفرینی) و تحلیل عاملی بهره گرفته شد. تجزیه‌وتحلیل داده‌های کمی با استفاده از نرم‌افزار spss و Lisrelو آزمون‌های آزمون تی و تحلیل عاملی تأییدی و اکتشافی صورت گرفت.

یافته‌های کیفی پژوهش

سؤال ۱: عوامل مؤثر بر گرایش اساتید و دانشجویان تحصیلات تکمیلی به کارآفرینی دانش‌بنیان از دیدگاه متخصصان چیست؟

در جدول زیر مفاهیم اولیه، مقولات فرعی و مقولات کلی حاصل از مصاحبه‌های پژوهش در پاسخ به سؤال اول پژوهش به‌صورت نهایی شده ارائه می‌گردد.

[Downloaded from ihej.ir on 2025-05-17]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1399.12.4.2.5]

جدول ۲: مفاهیم اولیه، مقولات فرعی و مقولات کلی حاصل از مصاحبه‌های پژوهش

مقولات	مقولات فرعی	مفاهیم اولیه
عوامل حمایتی	حمایت مالی	- ارائه تسهیلات دولتی- معافیت مالیاتی - افزایش بودجه- تخصیص بودجه بیشتر به ایده‌ها - سرمایه پرورش نیروی انسانی
	حمایت غیرمالی	- همکاری دولت- حمایت از تولید علم - ارائه سیاست‌هایی برای حضور صندوق‌های سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر - ارائه سیاست‌های تشویقی برای ایجاد شرکت‌های دانش‌بنیان - تسهیل در صدور مجوز از سوی دولت برای ایجاد سازمان‌های غیردولتی - ارائه مشاوره‌های کارآفرینی، حقوقی، مالی، بازاریابی، فروش و ...به دانشجویان و داوطلبان - دادن امتیازات بیشتر به افراد کارآفرین
عوامل انگیزشی	درونی	- وجود انگیزه در خود اساتید- گفتمان سازی کارآفرینی - داشتن پشتکار کارآفرینی- ایجاد انگیزه از طریق آگاهی دادن - نیاز جامعه به علم- دسترسی به اطلاعات - ایجاد فضای به‌دوراز هیاهو- الگو شدن برای دیگران - ارتباط بیشتر دانشگاه و صنعت- ارتقا سطح علمی - تمایل به حل چالش‌های اساتید و دانشجویان - تمایل به تشویق افراد در جمع دانشگاهی
	بیرونی	- کسب رتبه و امتیازات علمی- کسب درآمد بیشتر

[Downloaded from ihej.ir on 2025-05-17]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1399.12.4.2.5]

		- مطرح‌شدن در بازار- تمایل به ورود در بازار کار - ایجاد اشتغال پایدار- راه‌اندازی کسب‌وکار - عامل اقتصادی- کمبود فرصت‌های شغلی - تشویق اساتید و دانشجویان به تولید ثروت - رقابتی بودن بازار
عوامل شغلی	-	- حفظ ثبات کاری- بهره‌برداری از دانش فناورانه - افزایش سطح اشتغال- تجاری‌سازی نتایج دانشگاهی - استقلال اقتصادی
عوامل محیطی	-	- تهدیدات موجود- رقابتی بودن بازار - توجه به امر اقتصاد جامعه- تحولات محیطی - تحولات عظیم در ارتباط با تکنولوژی - تغییرات سریع اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و ... - توجه به مسئله جهانی‌شدن در بخش‌های گوناگون
عوامل آموزشی	آموزش‌وپرورش	- تأکید بر تجربه در کنار علم- توسعه و پرورش ذهن - پرورش تفکر کارآفرینی- رفع باورهای نادرست - پرورش نگرش‌های مثبت- پرورش حس خودکارآمدی - داشتن سرفصل دروس مناسب- آموزش مهارت‌های موردنیاز - کارگاه‌های تخصصی- ارائه دروس کارآفرینی - تدریس فن‌های خلاقیت و نوآوری
عوامل ساختاری	فرهنگی	- زمینه‌سازی برای مشارکت - امکان و فرصت تشکیل مجمع تخصصی کارآفرینی در دانشگاه

[Downloaded from ihej.ir on 2025-05-17]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1399.12.4.2.5]

		- دادن مسئولیت و سمت به دانشجویان - سازمان‌دهی گروه‌های استارت آپ - تشکیل انجمن علمی و ایده پردازی - اقماری و چتری عمل کردن دانشجو - حالت زنجیره‌ای تشکیل دادن دانشجو - فعال‌تر شدن شورای پژوهش - دانش‌بنیان کردن علوم جدیدتر در دانشگاه - تشکیل گروه‌های کارآفرین - به‌صورت تارعنکبوتی با همدیگر کارکردن - ایجاد محل‌های همفکری - تأسیس مراکز کارآفرینی - تسهیل امور
	فنی	- فراهم کردم امکانات نرم‌افزاری - فراهم کردن امکانات سخت‌افزاری - بروز کردن تجهیزات دانشگاه‌ها - تجهیز منابع انسانی به کمک آموزش‌های لازم - امکانات پژوهشی
عوامل زمینه‌ای	فردی	- دانش‌بنیان شدن خود اساتید- شناسایی دانشجویان باانگیزه - اختصاص وقت بیشتر به دانشجویان - احساس نیاز به ارتقا توانمندی - حضور کارآفرینان در محیط‌هایی با استاندارد بین‌المللی
	سازمانی	- ارتقای انتقال دانش و فناوری از مراکز تحقیقاتی به

[Downloaded from ihej.ir on 2025-05-17]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1399.12.4.2.5]

		بخش خصوصی - توجه بیشتر دانشگاه به اساتید برجسته - توجه بیشتر دانشگاه به تحقیقات بنیادین - بهره‌گیری از تحقیقات بنیادین - حاکم کردن تفکر نوآوری، ابداع و خلاقیت - جذب دانشجویان مستعد - آگاه‌سازی - اطلاع‌رسانی

مطابق با جدول ۲ پس از کدگذاری باز، محوری و انتخابی و دسته‌بندی نتایج در قالب جدول فوق ۸۹ مفهوم اولیه، ۹ مقوله فرعی و ۷ مقوله اصلی به‌عنوان عوامل مؤثر در کارآفرینی دانش‌بنیان شناسایی گردیده و ابزار پژوهش به‌صورت زیر تنظیم گردید.

جدول ۳، پرسشنامه عوامل مؤثر بر گرایش اساتید و دانشجویان به کارآفرینی دانش‌بنیان مستخرج از یافته‌های کیفی

مشخصات عمومی					
سن:	تحصیلات:			جنسیت: مرد ◯ زن ◯	
	پاسخگوی گرامی، لطفاً با تمرکز مشخص نمایید که در حال حاضر تا چه اندازه عوامل زیر در جهت، حرکت دانشگاهیان به سمت کارآفرینی دانش‌بنیان در دانشگاه موردتوجه و اهتمام قرار می‌گیرد؟	خیلی زیاد	زیاد	کم	خیلی کم
۱	ارائه تسهیلات دولتی جهت اجرای طرح‌های کارآفرینی				
۲	معافیت مالیاتی طرح‌های کارآفرینی				
۳	تخصیص بودجه بیشتر به ایده‌های نوآورانه و کارآفرین				
٤	همکاری دولت برای اجرایی شدن طرح‌های نو				
۵	ارائه سیاست‌هایی برای حضور صندوق‌های سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر				

[Downloaded from ihej.ir on 2025-05-17]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1399.12.4.2.5]

٦	ارائه سیاست‌های تشویقی برای ایجاد شرکت‌های دانش‌بنیان				
۷	ارائه مشاوره‌های حقوقی، مالی، بازاریابی، فروش و... به دانشجویان و داوطلبان				
۸	تسهیل در صدور مجوز از سوی دولت برای ایجاد سازمان‌های غیردولتی				
۹	دادن امتیازات آموزشی، پژوهشی و فرهنگی به اساتید و دانشجویان کارآفرین				
۱۰	داشتن پشتکار کارآفرینی در دانشجویان و اساتید				
۱۱	الگو شدن اساتید و کارآفرینان برای دیگران				
۱۲	تشویق افراد کارآفرین و دارای ایده در جمع‌های دانشگاهی باهدف پرورش رفتارهای کارآفرینانه				
۱۳	فراهم کردن زمینه‌های اثبات خود با کارآفرینی				
١٤	حل چالش‌های اساتید و دانشجویان				
۱۵	کارآفرینی برای کسب رتبه و امتیازات علمی				
١٦	تشویق و ترغیب به کسب درآمد بیشتر از راه کارآفرینی دانش‌بنیان				
۱۷	ترغیب به مطرح‌شدن در بازار کار از راه کارآفرینی				
۱۸	ایجاد اشتغال پایدار باروی آوری به کارآفرینی دانش‌بنیان				
۱۹	حفظ ثبات کاری بیشتر از راه‌کار آفرینی و ارائه ایده‌های نو				
۲۰	بهره‌برداری از دانش فناورانه و ارتقاء سطح آن				
۲۱	فراهم کردن زمینه‌هایی برای افزایش سطح اشتغال				
۲۲	استقلال اقتصادی بیشتر در بین دانشگاهیان و کارآفرینان زمینه‌سازی برای				

[Downloaded from ihej.ir on 2025-05-17]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1399.12.4.2.5]

۲۳	توجه به تهدیدات موجود درزمینه های کارآفرینی				
۲٤	توجه کردن به رقابتی بودن بازار				
۲۵	تغییرات سریع اجتماعی – اقتصادی				
۲٦	توسعه و پرورش ذهن باهدف گسترش کارآفرینی دانش‌بنیان				
۲۷	پرورش تفکر کارآفرینی در دانشجویان به‌منظور تقویت خلاقیت و نوآوری در جوانان				
۲۸	پرورش نگرش‌های مثبت جهت هدایت به مشاغل تخصصی و دانش‌محور				
۲۹	توجه به ارتقاء سطح علمی اساتید و دانشجویان				
۳۰	تدریس فن‌های خلاقیت و نوآوری				
۳۱	داشتن سرفصل دروس مناسب برای تدریس در دانشگاه				
۳۲	برگزاری کارگاه‌های تخصصی دروس برای دانشجویان و افراد علاقه‌مند به کارآفرینی دانش‌بنیان				
۳۳	سازمان‌دهی گروه‌های استارت آپ در دانشگاه				
۳٤	تشکیل انجمن علمی و ایده پردازی در دانشگاه‌ها و جمع‌های دانشجویی				
۳۵	اقماری و چتری عمل کردن دانشجو				
۳٦	تشکیل گروه‌های کارآفرین در دانشگاه				
۳۷	ایجاد محل‌های همفکری برای اساتید، دانشجویان و کارآفرینان				
۳۸	تأسیس مراکز کارآفرینی				
۳۹	فراهم کردم امکانات نرم‌افزاری در دانشگاه و رده‌ها				
٤۰	فراهم کردن امکانات سخت‌افزاری در دانشگاه				
٤۱	ارائه امکانات پژوهشی به دانشجویان و اساتید در جهت کارآفرینی				

[Downloaded from ihej.ir on 2025-05-17]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1399.12.4.2.5]

	دانش‌بنیان				
٤۲	شناسایی دانشجویان باانگیزه و بااستعداد				
٤۳	توجه به احساس نیاز به ارتقا توانمندی دانشجویان و اساتید				
٤٤	حضور کارآفرینان در محیط‌هایی با استاندارد بین‌المللی				
٤٥	توجه بیشتر دانشگاه به تحقیقات بنیادین				
٤٦	حاکم کردن تفکر نوآوری، ابداع و خلاقیت				
٤۷	جذب دانشجویان مستعد در دانشگاه				
٤۸	آگاه‌سازی دانشجویان و علاقه‌مندان کارآفرینی توسط دانشگاه				

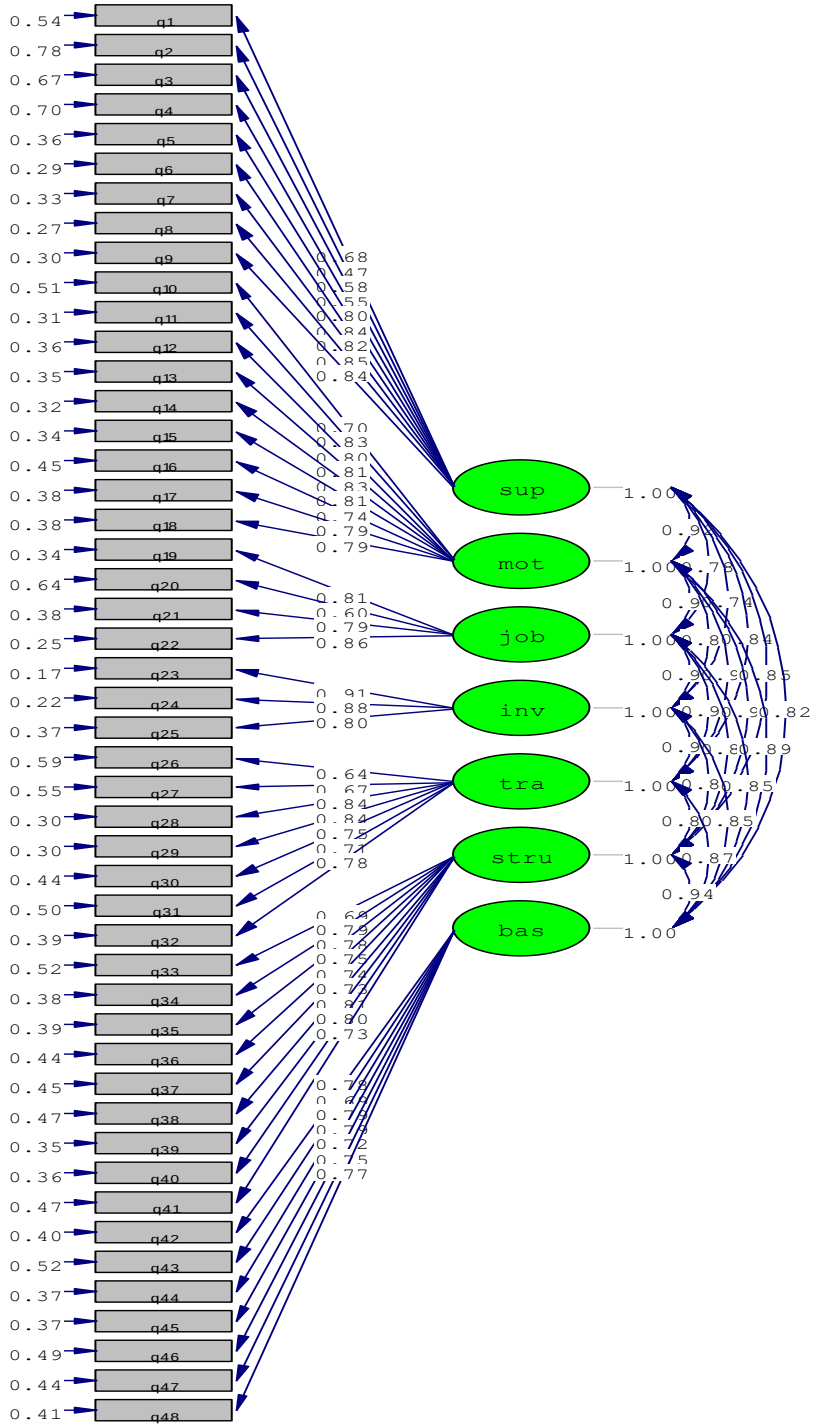
تجزیه‌وتحلیل اطلاعات برای تائید ابزار پژوهش

- **ملاک تصمیم‌گیری در مورد سؤالات پرسشنامه**

ملاک تصمیم‌گیری در مورد بقا یا حذف سؤالات پرسشنامه از تحلیل عاملی مقادیر اشتراک استخراجی آن‌ها است. بدین ترتیب که اگر مقدار اشتراک استخراجی هر یک از سؤالات کمتر از (۰/۵) باشد، آن سؤال را از تحلیل عاملی کنار می‌گذاریم.

[Downloaded from ihej.ir on 2025-05-17]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1399.12.4.2.5]



Chi-Square=2520.55, df=1059, P-value=0.05, RMSEA=0.083

[Downloaded from ihej.ir on 2025-05-17]

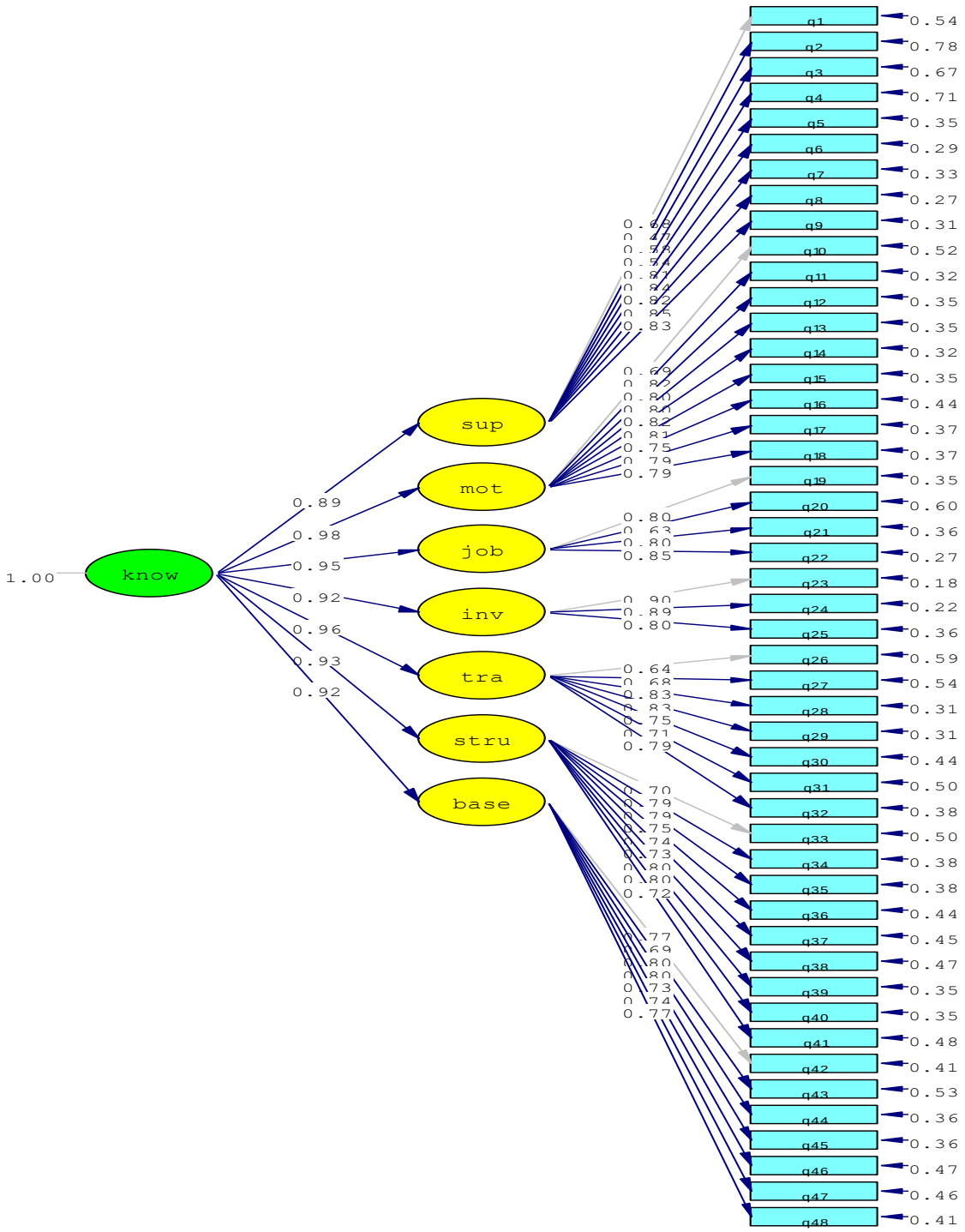
[DOR: 20.1001.1.20088000.1399.12.4.2.5]

مدل ۱، ضرایب تخمین استاندارد برای قضاوت در مورد سؤال‌های پرسشنامه

نسبت کای دو به درجه آزادی در مدل پژوهش برابر با ۲/۳۷ به دست آمد. مقدار RMSE مدل پژوهش برابر با ۰/۸۳ حاصل شد. به‌طورکلی در معادلات ساختاری هر چه قدر مقدار RMSE از ۰/۰۵ کم‌تر باشد، مدل، مدل خوبی است و اگر بین ۰/۰۵ تا ۰/۰۸ باشد، مدل مناسب هست. در این پژوهش مدل ازلحاظ مقدار RMSE در وضعیت مناسبی قرار دارد و می‌توان نتیجه‌گیری کرد که مدل ازلحاظ برازش، مدل خوبی است و همچنین بارهای عاملی کلیه متغیرها با سؤالات بالاتر از ۰/٤ است پس می‌توان ادعا کرد که سؤالات از قدرت تبیین خوبی در ارتباط با متغیرهای مکنون برخوردار هستند و نباید هیچ‌کدام از سؤالات در جهت بهبود مدل از آن حذف گردد.

[Downloaded from ihej.ir on 2025-05-17]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1399.12.4.2.5]



[Downloaded from ihej.ir on 2025-05-17]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1399.12.4.2.5]

مدل ۲، اعداد تخمین استاندارد تحلیل عاملی تائیدی مرتبه دوم

مدل ۲، ارائه‌شده در ادامه، ضرایب تخمین استاندارد تحلیل عاملی تائیدی مرتبه دوم عوامل مؤثر در مدل را نشان می‌دهد که با توجه به این نمودار به اولویت‌بندی اثرات هر عامل بر متغیر مذکور و نیز محاسبه پایایی ترکیبی سازه پرداخته می‌شود.

پایایی ترکیبی سازه عوامل مؤثر در مدل با توجه به فرمول محاسبه پایایی ترکیبی به شرح زیر مقدار (۰/۸۵) به دست آمد و با توجه به این‌که پایایی به‌دست‌آمده بیش از (۰/٦) است. این سازه از پایایی قابل قبولی برخوردار است.

جدول ٤، شاخص‌های برازش تحلیل عاملی تائیدی مرتبه دوم

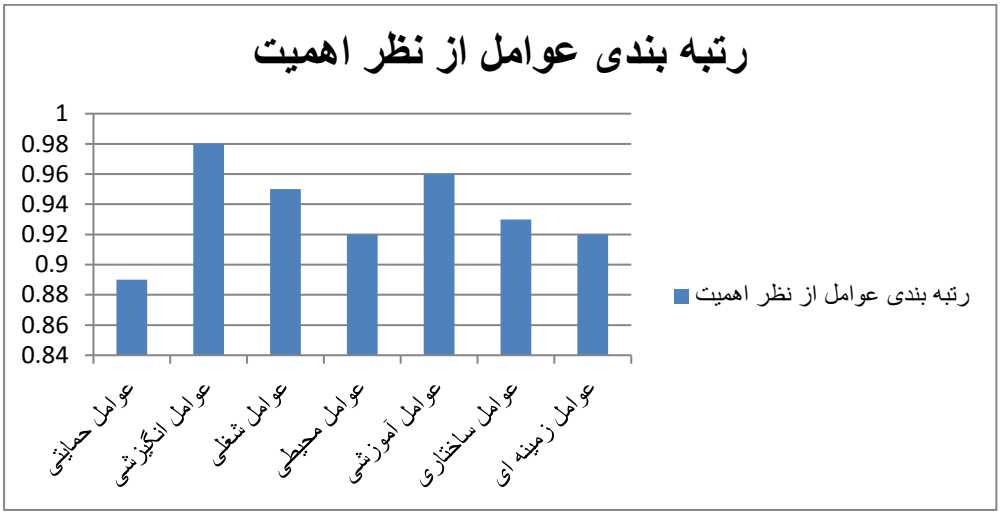
شاخص برازش	مقدار مطلوب	نتیجه
$^{2}/_{df}$	<3	**2/37**
GFI	>0/90	**0/95**
RMSEA	<0/08	**0/087**
RMR	<0/05	**0/042**
NFI	>0/90	**0/95**
NNFI	>0/90	**1/00**
CFI	>0/90	**1/00**

$$P_c = \frac{(0.89+0.98+0.95+0.92+0.96+0.93+0.92)^2}{(0.89+0.98+0.95+0.92+0.96+0.93+0.92)^2+(0.11+0.02+0.05+0.08+0.04+0.07+0.08)^2} = 0.85$$

[Downloaded from ihej.ir on 2025-05-17]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1399.12.4.2.5]

نمودار ۱، رتبه‌بندی عوامل ازنظر اهمیت



سؤال ۲: وضعیت موجود کارآفرینی دانش‌بنیان از دیدگاه ذینفعان چگونه است؟

در جدول زیر با استفاده از آزمون تی تک نمونه به بررسی وضعیت گرایش به کارآفرینی دانش‌بنیان با استفاده ازتی تک نمونه‌ای پرداخته‌شده است.

جدول ٤، آزمون تی تک نمونه‌ای برای بررسی وضعیت موجود گرایش به کارآفرینی دانش‌بنیان

برش میانگین ۲/۵۰								
عوامل	**مقدار کل**	**انحراف استاندارد**	**خطای میانگین**	**میانگین**	**مقدار تی**	**درجه آزادی**	**سطح معنی‌داری**	**سطح اطمینان**
حمایتی	۲۹۱	۰/۲۷	۰/۰۲	۲/٤	۲۲/۷۰	۲۹۰	۰.۰۰	۹۵٪
انگیزشی	۲۹۱	۰/٥٤	۰/۰۳	۲/۲۳	۱۵/۱۵	۲۹۰	۰.۰۱	۹۵٪

[Downloaded from ihej.ir on 2025-05-17]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1399.12.4.2.5]

شغلی	۲۹۱	۰/۲۸	۰/۰۲	۲/۱۱	۸/۲۰	۲۹۰	۰.۰۰	۹۵٪
محیطی	۲۹۱	۰/۱۶	۰/۰۲	۲/۶۹	۲/۳۶	۲۹۰	۰.۰۳	۹۵٪
آموزشی	۲۹۱	۰/۶۳	۰/۰۳	۲/۵۳	۳/۹۶	۲۹۰	۰.۰۰	۹۵٪
ساختاری	۲۹۱	۰/۵۵	۰/۰۲	۲/۵۳	۲/۵۵	۲۹۰	۰.۰۳	۹۵٪
زمینه‌ای	۲۹۱	۰/۲۱	۰/۰۲	۲/۷۳	۲۶/۱۳	۲۹۰	۰.۰۲	۹۵٪

با توجه به نتایج گزارش‌شده ملاحظه می‌شود که عوامل زمینه‌ای و عوامل محیطی به علت داشتن میانگین بالاتر از ۲/۵۰ و سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ دارای وضع مطلوبی در گرایش به کارآفرینان دانش‌بنیان هستند. عوامل آموزشی و ساختاری با توجه به میانگین ۲/۵۳ و سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ دارای وضعیت متوسط در گرایش به کارآفرینی دانش‌بنیان هستند و نهایتاً عوامل حمایتی، انگیزشی و شغلی به علت داشتن میانگین کمتر از ۲/۵ و سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ دارای وضعیت نامطلوبی برای گرایش به کارآفرینان دانش‌بنیان هستند.

بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های این پژوهش برای سؤال اول در مرحله کیفی برای شناسایی عوامل مؤثر، نشان داد که ٤٨ مفهوم اولیه قابل‌توجه است. مفاهیم اولیه گردآوری‌شده در ۷ مقوله می‌توانند جای بگیرند که عوامل حمایتی، انگیزشی، شغلی، محیطی، آموزشی، ساختاری و زمینه‌ای در این دسته‌اند. نتایج این پژوهش در قسمت عوامل مؤثر بر گرایش به کارآفرینی دانش‌بنیان همسو با چهارچوب مفهومی جعفری و همکاران (۱۳۹٦) است. بر اساس نظر آن‌ها حمایت‌های مالی و علی‌الخصوص غیرمالی می‌تواند از طریق تسهیلات، مشوق‌ها، ارائه سیاست‌های جدید در گرایش به کارآفرینی دانش‌بنیان اهمیت داشته باشد. در قسمت ساختاری نیز یافته‌های پژوهش با یافته‌های ماه نوشی و انصاری (۱۳۹۲) همسویی دارد. آن‌ها در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که مؤلفه‌های ساختاری تابعی از عوامل فنی و فرهنگی هستند و وجود تفکر غالب که به‌عنوان ارزش قلمداد شود می‌تواند در سازمان‌دهی گروه‌های کاری جدید مبتنی بر دانش تأثیر داشته باشد. علاوه بر این ازنظر فنی نیز زیرساخت‌هایی

[Downloaded from ihej.ir on 2025-05-17]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1399.12.4.2.5]

باید فراهم گردد تا گرایش به کارآفرینی دانش‌بنیان با سهولت بیشتری صورت بگیرد. در بخش عوامل انگیزشی نیز نتایج یافته پژوهش همسو با یافته حاجی کتابی و همکاران (۱۳۹٦) است. آن‌ها با توجه به این‌که عوامل انگیزشی را در دسته درونی و بیرونی طبقه‌بندی کردند؛ معتقدند که ایجاد الگو، داشتن پشتکار، مشوق‌ها، ایجاد سازوکارهایی برای تشویق برترین‌ها می‌تواند انگیزه لازم برای گرایش به کارآفرینی دانش‌بنیان را فراهم نماید. در این راستا بندریان و کهریزی (۱۳۹٦) نیز معتقدند که ایجاد سازوکارهایی که بتواند ثبات کاری را افزایش دهد و علاوه بر استقلال شغلی نوعی حمایت و پشتیبانی از فعالیت کارآفرینان وجود داشته باشد می‌تواند گرایش به کارآفرینی را تقویت نماید. در کنار موارد فوق، آموزش کارآفرینان نیز، کارآفرینان را به‌سوی مخاطره پذیری، مسئولیت‌پذیری، همدلی، تعاون و دیگر اجزای مرتبط با کارآفرینی هدایت می‌کند، به‌طوری‌که با تغییر روحیه، اهداف، ارزش‌ها و باورها امر خطیر کارآفرینی در رفتار کاری آنان نهادینه‌شده و فرهنگ کارآفرینی از این طریق ارتقا می‌یابد.

یافته‌های این پژوهش برای سؤال دوم پژوهش نشان داد که در بین عوامل گرایش به کارآفرینی دانش‌بنیان بیشترین اثر توسط عوامل انگیزشی ایجاد گردیده و عوامل زمینه‌ای و عوامل محیطی دارای وضعیت مطلوب، عوامل آموزشی و ساختاری دارای وضعیت متوسط و نهایتاً عوامل حمایتی، انگیزشی و شغلی دارای وضعیت نامطلوبی در گرایش به کارآفرینی دانش‌بنیان بودند. این یافته را بر اساس تئوری عوامل انگیزشی و بهداشتی هرز برگ می‌توان تبیین کرد. هرز برگ‌بر این باور بود که رابطه کار با فرد یک رابطه اصولی و اساسی است و برگ خریدهای ضعیف بهداشتی می‌تواند بر عوامل انگیزشی تأثیر منفی بگذارد. طبق این نظریه عوامل بهداشتی به‌تنهایی برای انگیزش افراد کافی نیست و افراد به‌وسیله دودسته از عوامل (بهداشتی: شرایط کار، حقوق و مزایا، زندگی شخصی، سیاست‌های شرکت و مدیران، روابط با همکاران، امنیت و سرپرستی و انگیزشی: پیشرفت، پاداش، کار، مسئولیت، ترفیع، رشد) تحت تأثیر قرار می‌گیرند. ازاین‌رو همان‌طور که نتایج این پژوهش نیز نشان می‌دهد توجه به عوامل انگیزشی (خصوصاً انگیزش درونی) می‌تواند بر گرایش به کارآفرینی دانش‌بنیان تأثیر مطلوبی داشته باشد. چراکه کارآفرینان دارای پشتکار هستند و با توجه به روحیه واگرایی خود سعی در ایجاد انگیزه برای خود در جهت رسیدن به موفقیت می‌باشند. اگر این انگیزش از محیط به آن‌ها تزریق شود به‌صورت یک کاتالیزور می‌تواند کارآفرینان را در گرایش به کارآفرینی دانش‌بنیان موفق بکند.

[Downloaded from ihej.ir on 2025-05-17]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1399.12.4.2.5]

نتایج این یافته نشان می‌دهد که ظرفیت محیط برای پذیرش کارآفرینی مساعد نیست. به این معنی که افرادی که کارآفرینان را حمایت می‌کنند معمولاً از افعال ناامیدکننده که خود زمینه تضعیف روحیه کارآفرینان را باعث می‌شود، استفاده می‌کنند. این ادبیات نشان از بلوغ کم محیطی که متشکل از ساختارها، افراد، رویه‌ها هستند دارد. به این صورت که سازمان‌ها نیز در بسیاری از مواقع به علت بلوغ کمی که دارند در مسیر بهبود و توسعه کارآفرینان مانع ایجاد می‌کنند. این عوامل دست‌به‌دست همدیگر می‌دهند و باعث می‌شود که ازنظر انگیزشی کارآفرینان به درجه لازم برای گرایش به کارآفرینی نرسند. از طرف دیگر با نگاه به زیرساخت‌های موجود در دانشگاه‌ها می‌توان اذعان کرد که بستر مطلوب برای کارآفرینان هنوز شکل نگرفته است. این بستر متشکل از عوامل فنی و غیر فنی است که باید به‌صورت همسو با یکدیگر برای گرایش کارآفرینان به کارآفرینی دانش‌بنیان عمل نماید. به‌رغم تصمیمات زیادی که برای رفع این شکاف اتخاذشده است اما بااین‌حال مرحله عملیاتی آن‌ها بسیار به‌کندی پیش می‌رود.

ازنظر خبرگان، در بین عوامل گرایش به کارآفرینی دانش‌بنیان بیشترین اثر را عوامل انگیزشی ایجاد کرده و بعدازآن عوامل آموزشی و درنهایت عوامل شغلی قرار دارند. ازاین‌رو می‌توان پیشنهادهای زیر را به‌صورت کلی برای افزایش گرایش به کارآفرینی دانش‌بنیان به‌صورت زیر ارائه داد:

- ایجاد تغییر در رسالت دانشگاه‌های صنعتی درحرکت به سمت دانشگاه کارآفرین و تدوین برنامه راهبردی در این زمینه،

– بازطراحی فرهنگ، ساختار، قوانین و مقررات، آئین‌نامه‌ها، سرفصل‌های کاربردی برای دروس و....
– ارائه سیاست‌های تقویتی در جهت بهبود و توسعه عوامل حمایتی، انگیزشی و شغلی
– ارائه تسهیلات دولتی لازم به اساتید و دانشجویان برای افزایش گرایش به کارآفرینی دانش‌بنیان
– ارائه سیاست‌های معافیتی(کسر واحد، کاهش روزهای حضور در دانشگاه، تغییر آئین‌نامه‌های ارتقا همسو با کارآفرینی دانش‌بنیان، جذب آسان به کار دانشجویان کارآفرین، کسر خدمت سربازی و ...
– تخصیص گرنت بیشتر برای اساتید و دانشجویان کارآفرینان با ایده‌های برتر
– جذب سرمایه‌گذاران صنعتی و صندوق‌های سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر در دانشگاه
– ارائه مشاوره‌های کارآفرینی، حقوقی، مالی، بازاریابی، فروش و ...به اساتید و دانشجویان.

[Downloaded from ihej.ir on 2025-05-17]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1399.12.4.2.5]

- ایجاد سازوکارهایی برای (برگزاری مراسمات علمی، اجلاس‌ها و...) به‌منظور تشویق حضور و ارتباط افراد کارآفرین و صنعتگران مرتبط با دانشگاهیان.
- زمینه‌سازی حل چالش‌های اجتماعی و صنعتی واقعی در قالب پایان‌نامه‌ها و رساله‌های دانشجویی و ملزم کردن دانشجویان برای حل آن چالش‌ها.
- متمایل نمودن دانشگاه، صنعت و جامعه برای بهره‌برداری از دانش فناورانه ایجادشده در دانشگاه
- ایجاد امنیت شغلی بالا برای کارآفرینان از طریق صندوق‌های خاص کارآفرینی
- تلاش برای تجاری‌سازی یافته‌های نوآورانه و تبدیل ایده به ثروت
- توجه به استقلال عملکردی کارآفرینان و تلاش برای هدایت بیشتر به‌جای دخالت‌های دلسردکننده

منابع

- بندریان، رضا؛ و کهریزی عبدالمجید. (۱۳۹٦). تجزیه‌وتحلیل ارکان مدل کسب‌وکار سازمان‌های پژوهش و
  فناوری به‌عنوان کسب‌وکارهای خدماتی دانش‌بنیان. **توسعه فنّاوری صنعتی**، دوره ۱۵، شماره ۲۹،
  صص ۱٤-۵.
- تاری، مینا؛ مرادی، محمد؛ و ابراهیم پورازبری، مهدی.(۱۳۹٤). بررسی عوامل مؤثر بر رشد و موفقیت
  شرکت‌های دانش‌بنیان. **نشریه رشد و فناوری**، دوره ۳، شماره ٤۵، صص ٤۷-۳۸.
- جعفری پستکی، ندا؛ ابراهیم پورازبری، مصطفی؛ و اکبری، محسن.(۱۳۹٦). ارائه چارچوب مفهومی از
  توسعه مشترک محصول در سازمان‌های دانش‌بنیان بر مبنای نوآوری باز و پویایی محیطی، **رشد**
  فناوری، دوره ۱٤، شماره ۵۳، صص ۱۷-۹.

[Downloaded from ihej.ir on 2025-05-17]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1399.12.4.2.5]

- حاجی کتابی، علی؛ ذوالفقاری، عاطفه؛ گودرزی، کبری؛ و آخوندی، علیرضا.(۱۳۹٦). شناسایی عوامل محیطی مؤثر بر موفقیت شرکت‌های دانش‌بنیان پزشکی. **پایگاه مطالعات علمی جهاد دانشگاهی**، یک مطالعه موردی، دوره ۱٦، شماره ۵، صص ٦۵۸-٦٤۷.
- فیروزپور، زهرا.(۱۳۹۲). **شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی سازمانی کسب‌وکارهای دانش‌بنیان مستقر در پارک علم و فناوری گیلان**. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دولتی - وزارت علوم، تحقیقات و فناوری - دانشگاه سیستان و بلوچستان - دانشکده مدیریت و حسابداری.
- ماهنوشی، آرزو؛ انصاری، وحید.(۱۳۹۲). مقدمه‌ای بر اصول و مبانی فرهنگ کارآفرینی. اصفهان دانشگاه آزاد خوراسگان. **نشر کنکاش**، دوره ۵، شماره ٥٦، صص ۲۹-۳۲.

- Astebro،T. (2004) “Key Success Factors fot Technological Entrepreneurs’ R&D Projects”، **IEEE Transactions on Engineering Management** 51(3)،314-321
- Aworld Bank Group Flagship Report.(2019). **Doing Business 2019 Training for Reform**, 16Edithion, World Bank Report.
- Baumol، W. (2005)، "**Small Firms: Why Market-Driven Innovation Can't Get Along Without Them"**، Office of Advocacy، 183-206.
- Chen، C. (2009) “Technology commercialization، incubator and venture capital، and new venture performance” **Journal of Business Research**, 62، 93-103
- Cooper، B. Donohue، R. Tharenou، Ph. (2007) "**Management Research Method"**، Cambridge University Press.

[Downloaded from ihej.ir on 2025-05-17]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1399.12.4.2.5]

- George، G. Zahra، S. & Wood، D. (2000) "The Effects of Business-University Alliances on Innovative Output and Financial Performance: A Study of Publicly Traded Biotechnology Companies"، **Journal of business venturing**، 17، 557-590.
- Guerrero، A. (2014). Enterprise culture and education. **International Small Business Journal**، Vol. 00 No. (3)، pp.00-34
- Hayes، A.F. (2012)، ‘‘An analytical primer and computational tool for observed variable mediation، Moderation and conditional process modeling’’، working paper، available at: **www.afhayes.com/public/ process2012.pdf accessed June 2012**.
- Kuratko، D. and Hdgetts، R. (2007). Entrepreneurship: Theory، Process، Practice. 7th ed. Thomson South-Western: Louseville، Quebec، Canada.
- Oganisjana K، Koke T، Rahman S، Fernate A، Rutka L.(2014). **The development of entrepreneurship in interdisciplinary study environment: first achievements، hindrances and perspectives**. Int J Bus Soc. 15(3):447–64.
- Philpott. N. (2011). promoting entrepreneurship changing attitudes or behavior? **Journal of Small business and enterprise development**، volume 01، number4.
- Shihab, M. Wismiarsi, T. and Sine, K. (2011). **Relationship between organizational culture and entrepreneurial orientation: Indonesian SMEs context**. Proceeding of 2nd International Conference on Business, Economics and Tourism Management, IPEDR, Vol. 24 (2011), IACSIT Press, Singapore, pp. 93-97.
- Todorovic. A (2015) "**The worlds of the entrepreneur**" vol. 31،No. 5.

[Downloaded from ihej.ir on 2025-05-17]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1399.12.4.2.5]