کارآفرینی دانشگاهی بین‌المللی: سنجش شاخص‌ها[1]

فهیمه جباری[2]
محمد عزیزی[3]
محمدجواد صالحی[4]
بهرام نوازنی[5]

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۵/۲۷
تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۰/۰۱
نوع مقاله: پژوهشی

چکیده

هدف: این پژوهش با هدف طراحی مدل کارآفرینی دانشگاهی بین‌المللی به انجام رسیده است. **روش**: این تحقیق از نوع کاربردی و باکمک روش کمی و با استفاده از روش پیمایشی و همبستگی انجام گرفته است. اطلاعات لازم با استفاده از پرسشنامه از تعداد ۳۸۴ نمونه آماری از جامعه خبرگان نظری و تجربی حوزه‌ی کارآفرینی دانشگاهی و کارآفرینی بین المللی گردآوری شده است. ابزار سنجش از طریق خبرگان و دیدگاه آنان اقتباس شده و مورد استفاده قرار گرفته است. جهت تجزیه و تحلیل شواهد از تحلیل های چند متغیری از جمله تحلیل عاملی اکتشافی، تحلیل عاملی تاییدی مرتبه اول و مرتبه دوم و مقایسه میانگین یک گروهی استفاده شده است. شاخص‌های مختلف از اعتبار و روایی مولفه های شناسایی شده در پژوهش پشتیبانی و شاخص‌های برازندگی از توانمندی بخش اندازه‌گیری و بخش ساختاری مدل حمایت کرده است. در تجزیه‌وتحلیل داده‌ها از نرم‌افزارهای آماری مکس کیو دی ا، اس. پی. اس. اس و

---

۱ . برگرفته از رساله دکتری در سال ۱۳۹۹، دانشگاه آزاد اسلامی قزوین

۲. دانشجوی دکتری کارآفرینی بین‌الملل، گروه کارآفرینی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران؛ ostadmis@yahoo.com

۳ . استادیار گروه کارآفرینی، دانشکدهٔ کارآفرینی دانشگاه تهران، تهران، ایران، مسئول مکاتبات؛ m_azizi@ut.ac.ir

۴ . استادیار گروه اقتصاد آموزش عالی و بررسی‌های نیروی انسانی، مؤسسه پژوهش و برنامه ریزی آموزش عالی، تهران، ایران؛ javadsaleh@gmail.com

۵ . دانشیار گروه علوم سیاسی، دانشگاه بین المللی امام خمینی (ره)، قزوین، ایران navazeni@soc.ikiu.ac.ir

[Downloaded from ihej.ir on 2026-09-15]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1399.12.2.4.3]

ایموس[1] استفاده‌شده و براساس قاعده نرم‌افزارهای آماری در مورد نتایج تصمیم‌گیری و تحلیل شده است. **یافته ها**: این بخش از پژوهش با شاخص‌های توصیفی و استنباطی تجزیه‌وتحلیل شده است. براساس نتایج تحلیل اکتشافی تعداد ۱۵ مولفه شناسایی و با تحلیل عاملی تاییدی پشتیبانی شده است و براساس تحلیل عاملی مرتبه دوم مولفه ها و ابعاد کارآفرینی دانشگاهی بین المللی مشخص گردیده است. **نتیجه گیری**: مولفه های فرهنگ کارآفرینی و نوآوری، نهادها و شبکه‌های علمی و قابلیت شبکه‌سازی و ارتباطی تشکیل دهنده بعد رفتاری، مولفه های شایستگی‌های کارآفرینانه، وجهه و جایگاه دانشگاه، فرایند یاددهی و یادگیری و قابلیت‌های ساختاری تشکیل دهنده بعد توسعه‌ای، مولفه های سرعت بین‌المللی شدن، رهبری کارآفرینانه، فرایند تجاری‌سازی بین‌المللی تشکیل دهنده بعد فرایندی و مولفه های قوانین و مقررات، ساختار حمایتی، نظام پژوهشی، جهت‌گیری استراتژیک بین‌المللی و چشم‌انداز کارآفرینانه و نظام آموزشی تشکیل دهنده بعد ساختاری مدل کارآفرینی دانشگاهی بین‌المللی هستند و در نهایت براساس ابعاد و مولفه های استخراج شده، مدل مناسب کارآفرینی دانشگاهی بین المللی ارائه شده است.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، کارآفرینی بین‌المللی، کارآفرینی دانشگاهی بین‌المللی

مقدمه

امروزه دانش و فناوری دو عامل اساسی ایجاد ثروت، توانایی و دانایی کشورها به شمار آمده و وسیله‌ای قدرتمند در توسعه‌ی ملی تلقی می‌شود. ازاین‌رو رسالت دانشگاه به‌عنوان متفکرترین نهاد مسئول در قبال تحقق آرمان‌های توسعه‌ی ملی، ایجاب می‌کند تا به پویاسازی ارکان خود در انطباق با برنامه‌های توسعه بپردازد و این امر جز از طریق کارآفرینی دانشگاهی میسر نمی‌شود. یکی از نقش‌ها و تأثیرات دانشگاه بر محیط پیرامون در قالب کارآفرینی دانشگاهی تبلوریافته است که از توجه دانشگاه به نیازهای جامعه و ارتباط با دو قطب دولت و صنعت حاصل‌شده است (حسن قلی پور و همکاران. ۱۳۹۰: ۱۲). تحقیقات انجام‌شده در محیط‌های دانشگاهی عموماً سعی بر آن دارند تا ایده‌هایی را که در آن دانش توسعه‌یافته از طریق برنامه‌های تحقیقاتی دانشگاه می‌تواند برای کاربردهای تجاری و تولید درآمد استفاده شود از طریق تلاش‌های کارآفرینانه به بلوغ برسانند (طالبی و همکاران، ۱۳۸۷: ۹۹). درنتیجه می‌توان گفت که یکی از پیشنهادها برای بهره‌ورتر کردن و شتاب دادن به مسیر توسعه کارآفرینی در کشور توجه به توسعه کارآفرینی دانشگاهی است. زیرا

1 . AMOS & SPSS

[Downloaded from ihej.ir on 2026-09-15]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1399.12.2.4.3]

که شرکت‌های دانش‌بنیان که نتایج تحقیقات علمی را تجاری‌سازی می‌کنند دارای توانمندی بسیاری برای توسعه اشتغال و ایجاد ارزش‌افزوده هستند. همچنین باعث به‌کارگیری نتایج تحقیقات در وادی صنعت می‌شود که این امر موجب پویایی در عرصه پژوهش خواهد بود (دفتر دیدبان جهانی کارآفرینی ایران، ۱۳۹۱). چنانچه نظام آموزش عالی از توانایی پاسخگویی به نیازهای جامعه و دانشجو برخوردار باشند، ضمن حل مشکلات و مسائل گذشتهٔ خود توانایی برخورد با مسائل جدید را داشته و با اعمال سیاست‌ها و راهکارهای نو همچنان کارآمد و به‌روز در سطح ملی و بین‌المللی خواهند ماند. موفقیت آینده دانشگاه‌ها وابسته به توان پاسخگویی آن‌ها در مقابل تغییر و تحولات جهانی است. لذا به‌منظور شناخت و تأمین نیازهای آینده لازم است تا رهبران و سیاست‌گذاران دانشگاه‌ها تغییرات عمیق و وسیعی در رسالت‌ها و اهداف خود ایجاد نمایند و دانشگاه را با شیوه‌های کاملاً نو و متفاوت از گذشته اداره کنند تا امکان بقاء و رشد دانشگاه‌ها مقدور گردد. عمدتاً این مساله پذیرفته‌شده است که دلیل نیاز دانشگاه‌ها به کارآفرینی دانشگاهی، توسعه و بین‌المللی شدن تأثیر تغییرات سیاسی، اقتصادی و اجتماعی در جهان به دنبال پدیده جهانی‌شدن اقتصاد و جامعه است. جهانی‌سازی و بین‌المللی شدن در دنیای امروز به یکی از پیش‌نیازهای مهم در بقا، رشد و رقابت‌پذیری شرکت‌های کارآفرینانه تبدیل گشته است. لذا امروزه کارآفرینی بین‌المللی و بهره‌برداری از منابع و فرصت‌ها در بهره‌برداری از فرصت‌ها و رشد شرکت‌ها بسیار تأثیرگذار خواهند بود. ایجاد ارتباط میان دانشگاه و صنعت و تدوین و اجرای سیاست‌هایی برای همکاری‌های اثربخش و معنی‌دار خصوصا در حوزه بین‌المللی حایز اهمیت بوده و تعامل مؤثر بین دانشگاه، بنگاه‌ها، دولت، کلید بهبود شرایط نوآوری در جامعه بر مبنای دانش است. تحولات و تغییرات سریع و شتابان جامعه بین‌المللی، و تغییر اقتصاد ملی به اقتصاد جهانی، نیازمند راهکارهای مختلف جهت فراهم کردن امکان رشد و توسعه اقتصادی در جامعه است.بنابراین تحقیق حاضر به دنبال پاسخگویی به این سوال است که مدل جامع کارآفرینی دانشگاهی بین‌المللی در دانشگاهها و آموزش عالی چگونه است و دارای چه ابعاد و مولفه‌هایی است؟

ادبیات و پیشینه نظری پژوهش

اهمیت بین‌المللی شدن محصولات دانشگاهی و حضور در بازارهای بین‌المللی به‌طور قابل‌توجهی در حال گسترش است و زمانی نیاز به بررسی این موضوع دوچندان می‌شود که بخواهیم نتایج کارآفرینی دانشگاهی را به حوزه بین‌المللی انتقال دهیم، زیرا کارآفرینی دانشگاهی بین‌المللی به معنای انتقال فناوری‌های حاصل از کارآفرینی دانشگاهی به حوزه بین‌المللی است. کارآفرینی دانشگاهی به معنای ارتقا رفتارهای کارآفرینانه کارکنان و دانشجویان در محیط دانشگاهی

[Downloaded from ihej.ir on 2026-09-15]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1399.12.2.4.3]

است که باعث می‌شود آنها به توسعه کسب و کار اقدام کنند و کارآفرین شوند (بارکیک[1] و همکاران،۲۰۱۷). تحت این فرایند، دانشگاهیان نوآور تحت عنوان کارآفرین دانشگاهی شناخته می شوند (گو[2] و همکاران، ۲۰۱۹).

در این مسیر باید بین سه بخش صنعت، دانشگاه و دولت، در ارتقای سیستم ملی و محلی نوآوری ارتباط مؤثر ایجاد شود. از میان این سه عامل، دانشگاه‌ها به دلیل داشتن رسالت ارائه جدیدترین دانش‌ها و فنون، نقشی پررنگ‌تری از سه بخش دیگر بر عهده‌دارند. امروزه تغییر در روابط بین سه بعد اصلی در سیستم‌های ملی نوآوری، یعنی صنعت، دولت و دانشگاه ماموریت جدیدی را برعهده دانشگاه‌ها نهاده است که همان پیاده‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و حمایت از آن در قالب کارآفرینی دانشگاهی است تا زمینه افزایش ایده‌های نوآورانه در بین اعضای هیئت علمی و دانشجویان، نوآوریهای بنیادی، تجاری‌سازی نتایج تحقیقات دانشگاهی و بالطبع توسعه یافتگی یک کشور حاصل شود. از این جهت بررسی کارکردهای دانشگاه‌ها از سوی نظریه‌پردازان نیز تغییر این کارکردها را از آموزش و توسعه نظری به سمت تاثیرگذاری بیشتر در افزایش ثروت ملی تایید می‌نماید (پرکمن[3] و همکاران،۲۰۱۳).

بر این اساس، باید مأموریت دانشگاه‌ها در بستر زمان، همگام با تحولات دگرگونی‌های بین‌المللی، جهانی و در راستای هدف پاسخگویی به نیازهای اقتضایی جوامع، دچار تحول شده و به‌سوی مشارکت در پارادایم کارآفرینانه حرکت کند. در حالی که کارآفرینی دانشگاهی به معنای ارتقا رفتارهای کارآفرینانه کارکنان و دانشجویان در محیط دانشگاهی است که باعث می‌شود آنها به توسعه کسب و کار اقدام کنند و کارآفرین شوند (بارکیک و همکاران،۲۰۱۷). نقش دانشگاه کارآفرین در محیط پویای اقتصاد دانشی، پشتیبانی از توسعه اقتصادی با افزایش تعداد و کیفیت تحقیقات و انتقال سریع دانش جدید به جامعه از طریق آموزش وکارآفرینی است (سالتان[4]، ۲۰۱۷)، بین‌المللی شدن برای آنها دیگر به عنوان یک انتخاب اختیاری مطرح نیست بلکه پیش‌نیازی است برای موفقیت آنها و شرکت‌های دانش‌بنیان کوچک و متوسط هم از این قاعده مستثنی نیستند (پلومر و اکس[5]،۲۰۱۵). این رویکرد جدید مسیر کاملاً جدیدی را در تحقیقات تجاری بین المللی گشود، که درنهایت منجر به آن شد که امروزه این فرآیند تحت عنوان کارآفرینی بین المللی شناخته می شود (بایرفانتز[6] و همکاران، ۲۰۱۹). همانطور که تحقیقات دیگر نشان داده‌اند که کارآفرینی بین المللی شناسایی فرصت ها در

1 Barcik et al
2 Guo
3 Perkmann et al
4 Sultan
5 Plummer & Acs
6 Baier-Fuentes

[Downloaded from ihej.ir on 2026-09-15]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1399.12.2.4.3]

مرزهای بین المللی است. تمرکز بر شناسایی فرصت ها به عنوان یک مفهوم اصلی در دو حوزه کارآفرینی و تجارت بین المللی به شمار می‌رود (ماینلا[1] و همکاران، ۲۰۱۸). در سال‌های اخیر در حیطه مدیریت دانشگاهی، علاوه بر وظایف ملی یک وظیفه و مسئولیت بین‌المللی نیز برای دانشگاه‌ها قائل شده‌اند. بنابراین بین‌المللی شدن در ماهیت یا محصولات و خدمات امری است که هیچ دانشگاهی نمی‌تواند نسبت به آن بی‌تفاوت باشد.

در چنین شرایطی کارآفرینی دانشگاهی بین‌المللی باید بتواند نقش بسیار مهمی در این مسیر ایفا نماید. چراکه الگوی زندگی نیازهای شهروندان تغییر و تنوع یافته است و نقش دانشگاه‌ها در پاسخگویی به نیازهای رو به افزایش مردم، صنایع و کشور بیشتر از هر زمان دیگری است. بنابراین باید بین جامعه و دانشگاه توافق چندگانه صورت گیرد و بستر را برای توسعه اجتماعی و اقتصادی کشور فراهم نماید. از طرف دیگر به دلایل مختلف ازجمله رشد جمعیت و مسائل سیاسی نرخ بیکاری افزایش‌یافته است که یکی از چالش‌های جدی برای برنامه‌ریزان اقتصادی است. روند افزایش متقاضیان کار به خاطر جوان بودن جمعیت نیازمند چاره‌اندیشی اساسی است. یکی از نهادهایی که تأثیرگذاری بالایی را در این تغییر و تحولات دارد، نظام آموزش عالی است که پرورش نیروی انسانی متخصص و موردنیاز جامعه را عهده‌دار است. موفقیت آینده دانشگاه‌ها وابسته به توان پاسخگویی آن‌ها در مقابل تغییر و تحولات جهانی است. لذا به‌منظور شناخت و تأمین نیازهای آینده لازم است تا مدیران و سیاست‌گذاران دانشگاه‌ها تغییرات عمیق و وسیعی در رسالت‌ها و اهداف خود ایجاد نمایند و دانشگاه را با شیوه‌های کاملاً نو و متفاوت از گذشته اداره کنند تا امکان بقاء و رشد دانشگاه‌ها مقدور گردد. با توجه به اینکه دانشگاه‌ها به‌عنوان عامل اصلی در رشد اقتصادی به‌ویژه در اقتصادهای مبتنی بر دانش تلقی می‌شوند، انتقال تکنولوژی و هدایت آن به‌سوی تجاری‌سازی و بهره‌برداری از نوآوری‌های تکنولوژیکی در مؤسسات آموزش عالی و سازمان‌های تحقیقاتی دولتی[2] در بیشتر اقتصادهای پیشرفته به خط مقدم برنامه‌های نوآوری و اقتصادی تبدیل‌شده است (اورس و همکاران،۲۰۱۴ ؛ کانینگهام و لینک[3]،۲۰۱۶). لذا ایجاد تغییر و تحول اساسی و زیر بنایی در کلیه ابعاد و ارکان بزرگ‌ترین سیاست‌های آموزشی دانشگاه امری حیاتی و از مباحث حاد دنیای امروز است.

باید این نکته را در نظر گرفت که بین تولید علم و پیشرفت‌های فناورانه ی یک کشور فاصله وجود دارد. به‌محض تولید علم، آن کشور به خودکفایی در فناوری نمی‌رسد، بلکه تولیدات علمی باید مراحلی را طی کنند تا به فناوری قابل‌استفاده در جامعه تبدیل شوند. از طرفی بستر تولیدات علمی در دانشگاه‌ها بوده و دسترسی به آن‌ها با استفاده از فرایند

1 Mainela
2 PROs
3 Cunningham and Link

[Downloaded from ihej.ir on 2026-09-15]

[DOR: 20.1001.1.2008000.1399.12.2.4.3]

تجاری‌سازی امکان‌پذیر است. افزون بر این، تجاری‌سازی دانش، یک منبع بالقوه‌ی درآمدزایی را برای دانشگاه‌ها و سایر نهادهای پژوهشی فراهم کرده و مسلماً وابستگی آن‌ها به بودجه‌ی عمومی را کاهش خواهد داد لذا لازم است که تجاری‌سازی دانش در دانشگاه‌ها به یک فعالیت نظام‌مند مطالعاتی درباره‌ی فرایند تبدیل شود و خصوصاً زمانی که تجاری‌سازی در سطح بین‌المللی مطرح می‌گردد نیاز به بررسی تمامی ابعاد و شاخص‌های آن را در دستور کار قرار دهند. با توجه به ماهیت در حال تغییر بهره‌برداری و تجاری‌سازی تحقیقات دانشگاهی، افزایش سطوح همکاری پژوهش‌های بین‌المللی علمی و جهانی‌سازی بازارها و مصرف‌کنندگان، ضروری است. تأثیر کارآفرینان بسیار متعهد و سرمایه‌گذاران حمایتگر و بهره‌گیری از یک شبکه فعال و حمایتی از همکاران برای تأمین کالاها و خدمات در محیط‌های محلی خارجی‌شان، برای بین‌المللی سازی و رشد بالای شرکت‌های جوان دانشگاهی در حال بین‌المللی شدن اساسی است. استقرار چنین شبکه پشتیبانی توانمند، ازجمله زمینه‌های نیازمند توسعه بیشتر به‌موازات اقدامات تجاری‌سازی زودهنگام در سطوح ملی و بین المللی است به‌طور خلاصه و صرف‌نظر از اندازه و ماهیت کار خلاق، درصورتی‌که فناوری و دانش جدید حاصل از آن به‌طور کارآفرینانه و بین‌المللی تجاری‌سازی شود می‌تواند به‌کل جامعه نفع برساند (اعتماد،۲۰۱۶).

در این راستا، آحسان و همکاران[1] (دو هزار و نوزده) به طور خاص جهت بررسی اعمال نفوذ کارآفرینی بین المللی در بهره برداری از طرح های جدید، بیان کردند که کارآفرینی بین المللی سالهاست در شرکت های چندملیتی به عنوان ابزاری مهم برای شناسایی فرصت‌های جدید بر اساس تمرکز بازار، دانش و قابلیت های سازمانی می‌باشد و بین فرصت‌ها و قابلیت‌های پویا با تأکید بر ایجاد یک برنامه تحقیقاتی برای ایجاد طرح‌های جدید در راستای کارآفرینی بین المللی شرکت‌ها رابطه متقابل وجود دارد. همچنین کاتانو و همکاران[2] (۲۰۱۶) با بررسی چرایی بین المللی شدن دانشگاهها، فرایند بین‌المللی شدن در آموزش عالی در سطح نهادی و دو بُعد نظری بین‌المللی شدن دانشگاهها که منتهی به تفاوت در جایگاه دانشگاه می‌شوند را مورد تاکید قرار دادند. طبق تحقیق پلومر و ایس[3] (۲۰۱۵) یکی دیگر از تفاوت‌های اقتصاد امروزی که بین‌المللی شدن بنگاه‌ها را تحت تاثیر قرار داده است را کوتاه شدن دوره بروز عکس‌العمل به شرایط بازار و تشدید رقابت در بازارها دانسته‌اند. با توجه به سرعت بالای تغییرات جهانی‌سازی اقتصاد، بنگاه‌ها

1 Ahsan, M., & Fernhaber, S. A
2 Cattaneo ,Mattia, Meoli, Michele. Paleari ,Stefano
3 Plummer, L. A., & Acs, Z. J

[Downloaded from ihej.ir on 2026-09-15]
[DOR: 20.1001.1.20088000.1399.12.2.4.3]

مجبور شده‌اند تا بین‌المللی فکر کرده و سریع عمل کنند، لذا مک دوگال و همکاران[1] (۲۰۱۴) بیان می‌کنند که کسب و کارهای دانش‌بنیان دارای پتانسیلی و چابکی نسبت به دیگر کسب و کارها در ورود به بازارهای جهانی و بهره‌گیری از فرصتهای بین‌المللی هستند. براساس نظر تابارس و همکاران[2] (۲۰۲۰) تحقیقات کارآفرینی بین المللی در رابطه با رفتارهای فرصت محور با وجود محدودیت در مفاهیم و ادبیات درحال گسترش است و مدل یکپارچه پیشینه‌ها، فرایندها و پیامدهای رفتارهای فرصت محور ارائه شده توسط ایشان می تواند مبحث فرصت های بین المللی را غنی سازد. در بررسی مطالعات کارآفرینی دانشگاهی، جونز و پاتون [3](۲۰۲۰) بیان می کنند که مدیریت گرایی تاثیر مستقیمی بر کارآفرینی دانشگاهی داشته است. این مفهوم کارآفرینی دانشگاهی را به عنوان شکلی از خلاقیت اجتماعی و به عنوان یک هنر نوآوری و ایجاد فضایی برای بازی و یا اختراع برای تحقق شیوه های جدید تعریف کرده است و از آن به عنوان عنصر گم شده در فرآیند کارآفرینی دانشگاهی یاد کرده است. گو و همکاران[4] (۲۰۱۹) در راستای بررسی این که چه عاملی موفقیت کارآفرینی دانشگاهی را تعیین می کند؟" چشم انداز هویت اجتماعی، را با هدف بررسی تأثیر شناسایی کارآفرینی بر کارآفرینی دانشگاهی از دیدگاه نظریه هویت اجتماعی و با توجه به تاثیرات زمینه ای بی تحرکی سرمایه اجتماعی و داستان های کارآفرینی تحلیل کردند. عزیزی و خامیزاده(۱۳۹۹) در راستای برنامه های کارآفرینی در دانشگاه های مدرن به طور خاص بیان می کنند که دانشگاههای پیشرو، هم در برنامه‌های رسمی آکادمیک و هم غیر رسمی و فوق برنامه، فعالیت‌های نوآورانه‌ای در آموزش کارآفرینی داشته‌اند و یوسف و همکاران[5] (۲۰۱۲) نیز تاکید کرده اند که کارآفرینی دانشگاهی بر تجاری‌سازی تحقیقات و انتقال فن‌آوری دانشگاهی در دانشگاه‌های مورد بررسی، تاثیر مثبت دارد.

محمد عزیزی و اکرم عزیزی(۱۳۹۵) با بررسی دانشگاههای برتر عنوان نمودند که موضوع فعالیتهای گسترش و توسعه ای در این دانشگاهها، شبکه های ارتباطی و میزان همکاری با گروههای خارج از مرزهای دانشگاه است که می توانند به دانشجویان کارآفرینی کمک و مشاوره بدهند و در این زمینه اقداماتی از قبیل دسترسی به مرکز رشد، ارشادگری مسیر شغلی دانشجویان و نظارت برآن، سرمایه گذار مخاطره پذیر یا فرشتگان کسب و کار، شبکه های فارغ التحصیلان، حمایت از مالکیت فکری در سطح بالایی تاثیرگزارند.

1 MacDogal at al
2 Tabares, A., Chandra, Y., Alvarez, C
3 Jones, D. R., & Patton, D
4 Guo, F., Zou, B., Guo, J., Shi, Y., Bo, Q., & Shi, L
5 Yusof et all

[Downloaded from ihej.ir on 2026-09-15]
[DOR: 20.1001.1.2008800.1399.12.2.4.3]

د) روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر باکمک روش کمی و کیفی و با روش پیمایشی و همبستگی و جهت شناسایی مولفه ها و ابعاد اصلی برای مدل کارآفرینی دانشگاهی بین المللی انجام گرفته است. جامعه آماری این پژوهش صاحب‌نظران علمی و تجربی حوزه‌ی کارآفرینی بین المللی وکارآفرینی دانشگاهی و مسئولان و صاحبان شرکتهای دانش بنیان دانشگاهی را شامل می شود که تعداد ۳۸۴ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شده اند که با توجه به وجود بانکهای اطلاعاتی در خصوص کارآفرینان و دست اندرکاران حوزه کارآفرینی، محقق از طریق شبکه های اجتماعی و ارسال پرسشنامه الکترونیک اقدام به گردآوری داده ها نموده است. فرمت پرسشنامه برای همه پاسخ دهندگان یکسان بوده و توضیحاتی در خصوص تحقیق و جایگاه محقق و نتایج حاصل از آن و چگونگی بررسی و تحلیل داده ها قبل از شروع سوالات در اختیار پاسخ دهندگان قرار داده شده و کانالهای ارتباطی برای پرسش و پاسخ و رفع ابهامات پاسخ دهندگان به آزمودنی ها ارائه شده است. شواهد پژوهش با کاربرد پرسشنامه پاسخ بسته با دامنه پیوستاری پنج درجه ای گردآوری شده است که برگرفته شده از پیشینه پژوهش و مصاحبه های انجام گرفته با تعدادی از خبرگان است. تدوین این ابزار طی فرایند چندمرحله‌ای انجام‌گرفته است. ابتدا مفاهیم دارای همپوشانی غربالگری شده و سپس با روایی ارزیابان ، تعداد ۱۵ نفر از خبرگان کارآفرینی دانشگاهی و بر اساس ملاک لاوشه تعداد ۱۱۵ گویه انتخاب شده است. اعتبار و روایی ابزار اندازه گیری براساس مولفه های شناسایی شده در جدول شماره ۳ ارایه شده و با استناد به شاخص های مختلف پشتیبانی شده است. اعتبار مولفه ها براساس دو شاخص اعتبار ترکیبی[1] و ضرایب اعتبار حداکثر[2] و ضرایب روایی براساس روایی همگرایی و تشخیصی با استناد به شاخص های میانگین واریانس استخراج شده و توان دوم آن، همبستگی بین مولفه ها و حداکثر واریانس مشترک[3] حمایت شده است. شواهد گردآوری شده با تحلیل های توصیفی و استنباطی از نوع تحلیل های چند متغیری مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. در این راستا ابتدا با تحلیل عاملی اکتشافی اقدام به استخراج مولفه های اصلی شده و سپس با تحلیل عاملی مرتبه اول و دوم اقدام به بررسی شده و استخراج نتایج صورت گرفته است.

1 Composite Reliability (CR)
2 MaxR(H) = maximum reliability
3 Maximum Shared Squared Variance (MSV)

[Downloaded from ihej.ir on 2026-09-15]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1399.12.2.4.3]

ه) یافته‌های پژوهش

تجزیه و تحلیل شواهد با کمک آمار توصیفی و استنباطی انجام گرفته است. تحلیل توصیفی برای بیان ویژگی‌های فردی و جمعیت شناختی و متغیرهای پژوهش و تحلیل استنباطی برای استخراج مولفه های اصلی و ارتباط آنها با عامل اصلی ارایه شده است.

۱. یافته‌های توصیفی

نمونه آماری تحقیق ۳۸۴ نفر است که به صورت در دسترس از جامعه آماری انتخاب شده است. از میان اعضای نمونه آماری، حدود ٪۶۴ دارای جنسیت مرد و حدود ٪۳۶ دارای جنسیت زن است. حدود ۱۲٪ در گروه سنی «کمتر از ۳۰ سال»، حدود ۲۸٪ در گروه سنی «بین ۳۰ تا ۳۹ سال»، حدود ۳۴٪ در گروه سنی «بین ۳۰ تا ۳۹ سال»، حدود ۳۴٪ در گروه سنی «بین ۴۰ تا ۵۰ سال» و حدود ۲۶٪ در گروه سنی «بیش از ۵۰ سال» قرار دارند. حدود ۱۸٪ دارای تحصیلات «کارشناسی»، حدود ۳۵٪ دارای تحصیلات «کارشناسی ارشد» و حدود ۴۷٪ دارای تحصیلات «دکتری» هستند. حدود ۲۶٪ کمتر از ۵ سال، حدود ۳۱٪ بین ۵ تا ۱۰ سال، حدود ٪۲۵ بین ۱۰ تا ۱۵ سال و حدود ۱۸٪ بیش از ۱۵ سال دارای سابقه خدمت یا ورود به مباحث کارآفرینی هستند. در این بخش از پژوهش، شاخص های آماری پانزده مولفه شناسایی در بخش استنباطی براساس مقیاس سازی از طریق میانگین ارایه شده است. همچنان که در جدول۱ مشخص شده است، میانگین همه مولفه های شناسایی شده برای اجرای موفقیت آمیز کارآفرینی دانشگاهی بین‌المللی، در مقایسه با مقیاس اندازه گیری در سطح بالایی قرار دارند.

جدول ۱: شاخص‌های مرکزی و پراکندگی مؤلفه‌های شناسایی‌شده برای مدل کارآفرینی دانشگاهی بین‌المللی

متغیرهای تحقیق	تعداد	میانگین	انحراف معیار	واریانس	چولگی	کشیدگی	انحراف ضریب	
							چولگی	کشیدگی
فرهنگ کارآفرینی و نوآوری	384	3. 475	0. 610	0. 372	0. 038	-0. 291	0. 309	-1. 173
نهادها و شبکه‌های علمی	384	3. 896	0. 747	0. 558	-0. 458	-0. 515	-3. 682	-2. 073
قابلیت شبکه‌سازی و ارتباطی	384	3. 820	0. 737	0. 544	-0. 357	-0. 410	-2. 869	-1. 652
شایستگی‌های کارآفرینانه	384	3. 507	0. 656	0. 431	-0. 161	-0. 264	-1. 295	-1. 064
وجهه و جایگاه دانشگاه	384	3. 473	0. 643	0. 413	-0. 087	-0. 557	-0. 696	-2. 244
فرایند یاددهی و یادگیری	384	3. 987	0. 760	0. 577	-0. 990	0. 226	-7. 950	0. 909

[Downloaded from ihej.ir on 2026-09-15]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1399.12.2.4.3]

متغیرهای تحقیق	تعداد	میانگین	انحراف معیار	واریانس	چولگی	کشیدگی	انحراف ضریب	
							چولگی	کشیدگی
قابلیت‌های ساختاری	384	4. 003	0. 689	0. 475	-0. 851	0. 112	-6. 837	0. 452
سرعت بین‌المللی شدن	384	3. 401	0. 682	0. 466	0. 240	-0. 290	1. 926	-1. 169
رهبری کارآفرینانه	384	3. 624	0. 754	0. 569	-0. 613	-0. 445	-4. 920	-1. 792
فرایند تجاری‌سازی بین‌المللی	384	3. 557	0. 605	0. 366	-0. 384	-0. 226	-3. 083	-0. 909
قوانین و مقررات	384	3. 611	0. 656	0. 430	-0. 551	0. 093	-4. 426	0. 375
ساختار حمایتی	384	3. 530	0. 666	0. 443	-0. 155	-0. 721	-1. 242	-2. 904
نظام پژوهشی	384	3. 655	0. 650	0. 422	-0. 634	0. 062	-5. 092	0. 251
جهت‌گیری استراتژیک بین‌المللی و چشم‌انداز کارآفرینانه	384	3. 760	0. 693	0. 481	-0. 074	-0. 867	-0. 597	-3. 492
نظام آموزشی	384	3. 802	0. 716	0. 512	-0. 583	-0. 313	-4. 680	-1. 261

۲. یافته‌های استنباطی و نتایج فرضیه‌ها

با توجه به ماهیت پژوهش، تجزیه و تحلیل با کاربرد تحلیل های چند متغیر از قبیل تحلیل عاملی اکتشافی و تاییدی انجام گرفته است. توزیع گویه‌های مدل براساس شاخص های چولگی و کشیدگی بررسی شده است. طبق پیشنهاد چو و بنتلر (۱۹۹۵) و کلینه۱ (۲۰۰۵) مقادیر بزرگ‌تر از قدر مطلق ۳ برای چولگی و مقادیر بزرگ‌تر از قدر مطلق ۱۰ برای کشیدگی نشان‌دهنده نرمال نبودن است. براساس این ملاک، مقادیر چولگی و کشیدگی از گویه‌های مدل خارج از دامنه مطرح‌شده (قدر مطلق ۳) و (قدر مطلق ۱۰) قرار ندارد، توزیع نمرات همه گویه‌ها نرمال ارزیابی شده است.

طبق نتایج تحلیل عاملی اکتشافی[۲] براساس مؤلفه اصلی[۳]، سه گویه از اشترک لازم[۴] (۰/۵۰) برخوردار نبوده و از مدل تحلیل حذف شده است. با حذف این سه گویه و بررسی مجدد مدل تحلیل عاملی اکتشافی، شاخص کایزر- میر- اولکین[۵] با مقدار ۰/۸۷۶ و بالاتر از ۰/۷۰ از مناسب بودن داده‌های پژوهش برای تحلیل عاملی اکتشافی و سطح معنی داری برای آزمون بارتلت[۶] یا مقدار کوچکتر ۰/۵ از مناسب بودن ماتریس همبستگی داده‌های پژوهش برای تحلیل عاملی

1 Chou & Bentler; Kline
2 Exploratory factor Analysis
3 principal component analysis (PCA)
4 Communalities (Extraction)
5 Kaiser-Meyer-Olkin
6 Bartlett Test of Sphericity

[Downloaded from ihej.ir on 2026-09-15]
[DOR: 20.1001.1.20088000.1399.12.2.4.3]

اکتشافی پشتیبانی کرده است. با چرخش واریماکس[1] و استناد به مقدار ویژه تعداد ۱۵ مؤلفه اصلی شناسایی و با توجه به محتوای گویه ها نامگذاری شده است. به‌طورکلی ۶۶/۹۰۳ درصد از واریانس مدل به‌وسیله پانزده عامل تبیین شده است. نتایج مرتبط با ارزش ویژه و واریانس‌های تبیین شده مؤلفه‌های آن در جدول شماره ۲ ارائه‌شده است.

جدول ۲: ارزش ویژه و واریانس تبیین شده مؤلفه‌های فرعی مرتبط با مدل کارآفرینی دانشگاهی بین‌المللی

مؤلفه اصلی			ارزش ویژه اولیه			بارهای چرخش یافته		
نام مولفه و علامت اختصار		تعداد گویه	مجموع	درصد واریانس تبیین شده	درصد تجمعی	مجموع	درصد واریانس تبیین شده	درصد تجمعی
SC	قابلیت‌های ساختاری	12	19. 559	17. 464	17. 464	8. 924	7. 968	7. 968
TPIC	فرایند تجاری‌سازی بین‌المللی	12	6. 816	6. 086	23. 550	6. 893	6. 154	14. 122
SIN	نهادها و شبکه‌های علمی	9	6. 500	5. 804	29. 354	6. 808	6. 079	20. 201
EIC	فرهنگ کارآفرینی و نوآوری	10	5. 200	4. 643	33. 996	5. 760	5. 143	25. 344
TES	نظام آموزشی	8	5. 147	4. 595	38. 592	5. 593	4. 993	30. 337
RS	نظام پژوهشی	8	4. 782	4. 269	42. 861	5. 442	4. 859	35. 196
TSI	سرعت بین‌المللی شدن	8	4. 312	3. 850	46. 711	5. 210	4. 652	39. 847
EC	شایستگی‌های کارآفرینانه	8	3. 772	3. 368	50. 079	4. 993	4. 458	44. 306
EL	رهبری کارآفرینانه	6	3. 693	3. 297	53. 376	4. 593	4. 101	48. 407
LTP	فرایند یاددهی و یادگیری	6	3. 178	2. 837	56. 214	4. 385	3. 916	52. 322
ISO	جهت‌گیری استراتژیک بین‌المللی‌و چشم‌انداز کارآفرینانه	6	2. 823	2. 521	58. 734	4. 197	3. 747	56. 070
SS	ساختار حمایتی	6	2. 656	2. 371	61. 105	3. 590	3. 206	59. 275
NCC	قابلیت شبکه‌سازی و ارتباطی	5	2. 416	2. 157	63. 262	3. 209	2. 866	62. 141
UI	وجهه و جایگاه دانشگاه	5	2. 147	1. 917	65. 179	3. 091	2. 760	64. 901
LR	قوانین و مقررات	3	1. 931	1. 724	66. 903	2. 243	2. 003	66. 903

1 Varimax

[Downloaded from ihej.ir on 2026-09-15]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1399.12.2.4.3]

براساس نتایج تحلیل عاملی اکتشافی، تحلیل عاملی تائیدی مرتبه اول با ۱۱۲ گویه و پانزده عامل برازش شده و با استناد به شاخص‌های برازندگی مدل و نتایج بخش اندازه‌گیری مورد بحث و تفسیر قرارگرفته است. شاخص برازندگی تطبیقی با مقدار ۰/۹۱۱، شاخص برازندگی فزاینده با مقدار ۰/۹۱۲، شاخص نرم‌شده برازندگی نسبی با مقدار ۰/۷۴۵، شاخص برازندگی نسبی با مقدار ۰/۶۸۲، ریشه خطای میانگین مجذورات تقریب با مقدار ۰/۳۶ و مربع کا هنجار شده با مقدار ۱/۴۹۶ از از همخوانی و تطابق بین داده‌های تجربی با مدل نظری پشتیبانی کرده است. طبق نتایج بخش اندازه‌گیری مدل، همه گویه‌ها در رابطه با سازه مشخص‌شده دارای بارهای عاملی استاندارد شده مثبت (بین ۰/۵۹۰ تا ۰/۹۶۶) و بزرگ‌تر از ۰/۵۰ و آماره نسبت بحرانی (۱۰/۲۶۳ تا ۷۵/۹۱۶) بزرگ‌تر از ۱/۹۶ و ۲/۵۸ است که به‌صورت معنادار از وجود رابطه مثبت بین گویه‌ها با سازه‌های تعیین شده حمایت کرده و از مناسب و قابل‌قبول بودن روایی عاملی گویه‌های هر یک از سازه‌ها حمایت کرده است. همچنین ضرایب تشخیص گویه‌ها بین ۰/۳۴۸ تا ۰/۹۳۳ قرار دارد که نشان‌دهنده تبیین گویه‌ها توسط مؤلفه‌های مفروض است. اعتبار[1] سازه‌های مدل با ضرایب اعتبار ترکیبی[2] و ضرایب اعتبار حداکثر[3] پشتیبانی شده است (ضرایب بالای ۰/۷۰). روایی همگرایی سازه ها با میانگین واریانس استخراج شده بزرگ‌تر از ۰/۵۰ و همچنین با بزرگتر بودن اعتبار ترکیبی از میانگین واریانس استخراج شده پشتیبانی شده است براساس بزرگتر بودن توان دوم واریانس استخراج شده از همبستگی بین سازه و همچنین کوچکتر حداکثر واریانس مشترک۴ از میانگین واریانس استخراج شده از روایی تشخیصی حمایت شده است.

جدول ۳: ضرایب اعتبار و روایی همگرایی و تشخیصی مولفه های شناسایی شده مدل کارآفرینی دانشگاهی بین‌المللی

EL	NCC	LTP	UI	ISO	LR	SS	RS	TES	EC	SC	SIN	TSI	ELC	TPIC	MaxR	MSV	AVE	CR	
														0.712	0.926	0.181	0.506	0.925	TPIC
													0.708	0.425	0.910	0.181	0.501	0.90	ELC

1 Reliability
2 Composite Reliability (CR)
3 MaxR(H) = maximum reliability
4 Maximum Shared Squared Variance (MSV)

[Downloaded from ihej.ir on 2026-09-15]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1399.12.2.4.3]

EL	NCC	LTP	UI	ISO	LR	SS	RS	TES	EC	SC	SIN	TSI	ELC	TPIC	MaxR	MSV	AVE	CR	
																		9	
												0.763	0.279	0.318	0.918	0.193	0.582	0.917	TSI
											0.843	0.144	0.231	0.305	0.959	0.142	0.711	0.957	SIN
										0.815	0.328	0.226	0.163	0.311	0.968	0.121	0.664	0.959	SC
									0.724	0.174	0.149	0.335	0.124	0.161	0.908	0.112	0.525	0.897	EC
								0.770	0.116	0.348	0.241	0.272	0.190	0.262	0.924	0.121	0.593	0.921	TES
							0.775	0.190	0.162	0.166	0.067	0.223	0.183	0.202	0.951	0.062	0.600	0.921	RS
						0.709	0.250	0.292	0.127	0.147	0.158	0.205	0.205	0.257	0.866	0.212	0.503	0.858	SS
					0.751	0.188	0.182	0.166	0.223	0.229	0.211	0.194	0.182	0.181	0.802	0.052	0.564	0.795	LR
				0.782	0.124	0.460	0.099	0.165	0.153	0.184	0.243	0.188	0.222	0.211	0.907	0.212	0.612	0.904	ISO
			0.708	0.164	0.057	0.127	0.085	0.147	0.143	0.103	0.377	0.190	0.238	0.218	0.845	0.142	0.502	0.833	UI
		0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	LT

[Downloaded from ihej.ir on 2026-09-15]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1399.12.2.4.3]

EL	NCC	LTP	UI	ISO	LR	SS	RS	TES	EC	SC	SIN	TSI	ELC	TPIC	MaxR	MSV	AVE	CR	
		845	134	126	160	120	205	292	323	343	138	439	187	241	968	193	714	937	P
	0.731	0.200	0.155	0.209	0.104	0.226	0.042	0.151	0.085	0.136	0.081	0.203	0.266	0.198	0.870	0.071	0.535	0.851	NCC
0.832	0.108	0.141	0.133	0.125	0.037	0.099	0.076	0.208	0.076	0.154	0.148	0.268	0.229	0.272	0.932	0.074	0.693	0.931	**EL**

در تحلیل عاملی تائیدی مرتبه دوم سه مؤلفه: فرهنگ کارآفرینی و نوآوری، نهادها و شبکه‌های علمی و قابلیت شبکه‌سازی و ارتباطی با عامل اصلی بعد رفتاری، چهار مؤلفه: شایستگی‌های کارآفرینانه، وجهه و جایگاه دانشگاه، فرایند یاددهی و یادگیری و قابلیت‌های ساختاری با عامل اصلی بعد توسعه‌ای، سه مؤلفه: سرعت بین‌المللی شدن، رهبری کارآفرینانه و فرایند تجاری‌سازی بین‌المللی با عامل اصلی بعد فرایندی و پنج مؤلفه: قوانین و مقررات، ساختار حمایتی، نظام پژوهشی، جهت‌گیری استراتژیک بین‌المللی و چشم‌انداز کارآفرینانه و نظام آموزشی با عامل اصلی بعد ساختاری به‌صورت مثبت (۰/۳۴۳ تا ۰//۶۱۷) و آماره t برای هر یک از آن‌ها (۴/۳۶۸ تا ۷/۲۱۲) بیشتر از ۱/۹۶ و ۲/۵۸ است که از ارتباط معنی‌دار هر مؤلفه با سازه اصلی پشتیبانی شده است. ضرایب تشخیص گویه‌ها بین ۰/۱۱۸ تا ۰/۳۸۱ قرار دارد که نشان دهنده تبیین مؤلفه‌ها توسط ابعاد مفروض است. ضریب همبستگی بین ابعاد اصلی با مقدار ۰/۷۱۶ تا ۰/۹۸۹ و آماره آزمون با مقدار ۴/۱۶۵ تا ۵/۷۴۷ بزرگ‌تر از ۱/۹۶ و ۲/۵۸ است که از مثبت و معنادار بودن ضرایب همبستگی بین چهار بعد اصلی پشتیبانی شده است. شاخص برازندگی تطبیقی با مقدار ۰/۹۰۷، شاخص برازندگی فزاینده با مقدار ۰/۹۰۸، شاخص نرم‌شده برازندگی نسبی با مقدار ۰/۷۵۱، شاخص برازندگی نسبی با مقدار ۰/۶۸۸، ریشه خطای میانگین مجذورات تقریب با مقدار ۰/۳۶ و مربع کا بهنجار شده با مقدار ۱/۵۰۸ از مقادیر لازم برای پشتیبانی از همخوانی بین داده‌های تجربی با مدل نظری برخوردار است.نتایج آزمون مقایسه میانگین یک گروهی برای مقایسه میانگین پانزده مؤلفه فرعی حاکی است که آماره آزمون‌ها بزرگ‌تر از مقدار بحرانی ۱/۹۶ است و از مهم و اساسی بودن این مؤلفه‌ها در کارآفرینی دانشگاهی بین المللی حمایت کرده است.

[Downloaded from ihej.ir on 2026-09-15]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1399.12.2.4.3]

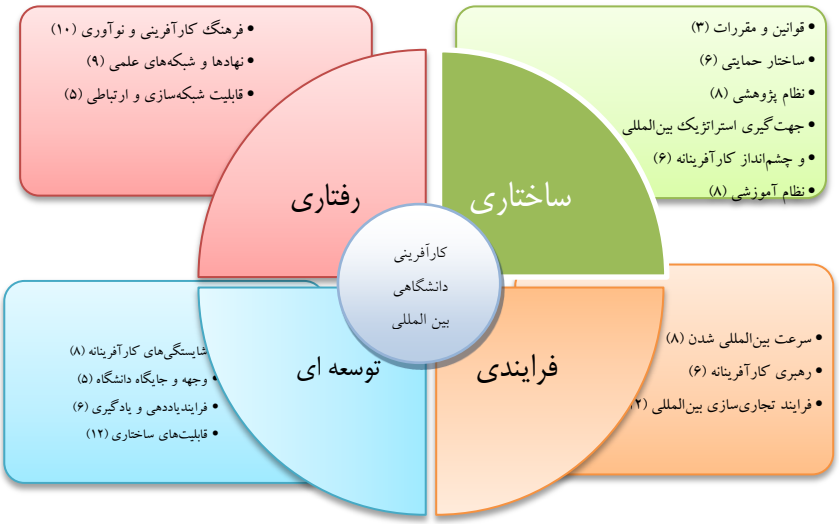
و) بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش جهت طراحی مدل جامع کارآفرینی دانشگاهی بین‌المللی انجام و با کاربرد پرسشنامه و گردآوری اطلاعات از جامعه آماری خبرگان نظری و تجربی حوزه کارآفرینی دانشگاهی و کارآفرینی بین المللی انجام گرفته است. در بخش کیفی تحقیق، رویکرد تحلیل محتوای کیفی، براساس مدل استراوس و کوربین[1]، طی سه مرحله: کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی اجرا شد. در بخش کمی براساس شاخص‌ها و مؤلفه‌های استخراج شده از بخش کیفی با کاربرد یک گروه نمونه بزرگ، پرسشنامه براساس اطلاعات و شاخص های برگرفته شده از دیدگاه خبرگان تدوین گردید و اقدام به بررسی و تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی شد و نتیجه‌گیری‌های لازم انجام گرفت. براساس شواهد گردآوری از ۱۱۵ گویه تعداد ۱۱۲ گویه به صورت مثبت و معنادار مورد تایید قرار گرفت و ۳ گویه حذف گردید. با استناد نتایج تحلیل عاملی اکتشافی ۱۱۲ گویه در پانزده مؤلفه فرعی شامل: فرهنگ کارآفرینی و نوآوری، نهادها و شبکه‌های علمی، قابلیت شبکه‌سازی و ارتباطی، شایستگی‌های کارآفرینانه، وجهه و جایگاه دانشگاه، فرایند یاددهی و یادگیری، قابلیت‌های ساختاری، سرعت بین‌المللی شدن، رهبری کارآفرینانه، فرایند تجاری‌سازی بین‌المللی، قوانین و مقررات، ساختار حمایتی، نظام پژوهشی، جهت‌گیری استراتژیک بین‌المللی و چشم‌انداز کارآفرینانه و نظام آموزشی بارگیری شد که با تحلیل عاملی تاییدی مرتبه اول نیز به صورت معنادار پشتیبانی گردید. براساس نتایج تحلیل عاملی مرتبه دوم، پانزده مولفه فرعی به صورت مثبت و معنادار مرتبط با چهار عامل اصلی: رفتاری، توسعه‌ای، فرایندی و ساختاری است که سه مؤلفه فرعی: ۱. فرهنگ کارآفرینی و نوآوری؛ ۲. نهادها و شبکه‌های علمی و ۳. قابلیت شبکه‌سازی و ارتباطی با بعد رفتاری ارتباط مثبت دارد. ۴ مؤلفه فرعی: ۱. شایستگی‌های کارآفرینانه؛ ۲. وجهه و جایگاه دانشگاه؛ ۳. فرایند یاددهی و یادگیری و ۴. قابلیت‌های ساختاری با بعد توسعه‌ای دارای رابطه مثبت است. سه مؤلفه فرعی: ۱. سرعت بین‌المللی شدن؛ ۲. رهبری کارآفرینانه و ۳. فرایند تجاری‌سازی بین‌المللی با بعد فرایندی دارای رابطه مثبت و پنج مؤلفه فرعی: ۱. قوانین و مقررات، ۲. ساختار حمایتی، ۳. نظام پژوهشی، ۴. جهت‌گیری استراتژیک بین‌المللی و چشم‌انداز کارآفرینانه و ۵. نظام آموزشی با بعد ساختاری ارتباط مثبت دارد. بنابراین جهت توسعه و تقویت کارآفرینی دانشگاهی بین‌المللی نیاز به تمرکز بر چهار بعد اصلی رفتاری، توسعه‌ای، فرایندی و ساختاری است(شکل۱).

1 Strauss & Corbin

[Downloaded from ihej.ir on 2026-09-15]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1399.12.2.4.3]



شکل ۱: مدل کارآفرینی دانشگاهی بین المللی

برخی از یافته های این پژوهش مکمل پژوهشهای پیشین بوده است از جمله :بعد ساختاری کارآفرینی دانشگاهی در مطالعه‌های داخلی از جمله پژوهش‌های: شریف‌زاده و همکاران (۱۳۸۸)، حسینی (۱۳۸۹)، یداللهی فارسی و همکاران (۱۳۹۰)، پورشریعت و همکاران (۱۳۹۵) و حسنی و همکاران (۱۳۹۷) و در مطالعه‌های خارج از کشور: گاث و گینزبرگ (۱۹۹۰)، دس و لامپکین (۱۹۹۶)، جونز (۲۰۰۵)، کرنی و همکاران (۲۰۰۸) به‌عنوان یکی از ابعاد شناسایی شده است. بعد فرایندی در مطالعه‌های داخلی از جمله پژوهش‌های: شریف‌زاده و همکاران (۱۳۸۸)، حسینی (۱۳۸۹) و نصراصفهانی و غفاری (۱۳۹۱)، حسنی و همکاران (۱۳۹۷) و در مطالعه‌های خارج از کشور پژوهش‌های: گاث و گینزبرگ (۱۹۹۰) و زهرا[1] (۱۹۹۳) و اورس (۲۰۱۲) به‌عنوان یکی از ابعاد شناسایی شده است. بعد رفتاری کارآفرینی دانشگاهی بین‌المللی در مطالعه‌های داخلی از جمله پژوهش‌های: تقی‌پور ظهیر و حسن‌مرادی (۱۳۸۵) و شریف‌زاده و

1 Zahra

[Downloaded from ihej.ir on 2026-09-15]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1399.12.2.4.3]

همکاران (۱۳۸۸)، حسنی و همکاران (۱۳۹۷) و در مطالعه‌های خارج از کشور از جمله پژوهش‌های: گویررو و اوربانو[1] (۲۰۱۰) و سازمان همکاریهای اقتصادی و توسعه (۲۰۱۲) به‌عنوان یکی از ابعاد شناسایی شده است. بعد توسعه‌ای در پژوهش حسنی و همکاران (۱۳۹۷) به‌عنوان یکی از ابعاد شناسایی شده است. بنابراین این بعد در نتایج سایر پژوهش‌ها تایید شده است. تحقق اهداف مرتبط با ابعاد ساختاری، توسعه‌ای، رفتاری و فرایندی کارآفرینی دانشگاهی بین‌المللی گزینه‌های مناسب، فراروی سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان اقتصاد کشور قرار می‌دهد که در صورت به کارگیری صحیح، شرایط را برای ایجاد، گسترش و تقویت کارآفرینی دانشگاهی بین‌المللی فراهم می‌کند.

ی) پیشنهادهای سیاستی و کاربردی

۱. به مدیران در جهت اجرای کارآفرینی دانشگاهی بین‌المللی توصیه می شود، جهت بهبود بعد رفتاری روی مولفه های فرهنگ کارآفرینی و نوآوری، نهادها و شبکه‌های علمی و قابلیت شبکه‌سازی و ارتباطی تمرکز نمایند. جهت تقویت فرهنگ کارآفرینی و نوآوری بسترسازی در زمینه: تعهد و ارزش‌گذاری نوآوری، حمایت از ایده‌ها و رفتارهای کارآفرینانه، ایجاد و فهم فرهنگ کارآفرینانه بین‌المللی، تقویت تفکر استراتژیک و تعهد بین‌المللی شدن، گرایش به بازار بین‌المللی، گرایش به یادگیری بین‌المللی، گرایش به نوآوری بین‌المللی، گرایش به ریسک بین‌المللی، گرایش به شبکه‌سازی بین‌المللی و ایجاد انگیزه‌های بین‌المللی، برای بهبود نهادها و شبکه‌های علمی بسترسازی در زمینه: ایجاد پارک‌های علم و فناوری، ایجاد مراکز رشد (انکوباتور) و شتاب‌دهنده‌ها، ایجاد شبکه‌ی انتقال تکنولوژی، ایجاد شبکه‌های منطقه‌ای و بین‌المللی کارآفرینی، ایجاد دفاتر ارتباط صنعت و دانشگاه، ایجاد مؤسسات دانش‌بنیان، ایجاد مؤسسات پژوهشی و مراکز و هسته‌های مطالعاتی، ایجاد مراکز آموزش کارآفرینی و همکاری با شبکه‌های جهانی و جهت فراهم کردن زمینه برای بهبود قابلیت شبکه‌سازی و ارتباطی بسترسازی در زمینه: مشارکت و ساخت شبکه، دسترسی به منابع و توانمندی شبکه‌های رسمی و غیررسمی داخلی و بین‌المللی، کارکرد شبکه‌ها در تشخیص فرصت بین‌المللی، ارتباط با نهادهای اقتصادی و شبکه دولت و دانشگاه و اهمیت و ارتباطات شبکه‌های بین‌المللی اهمیت بسیاری قایل شوند.

۲. ضمنا توصیه می گردد، جهت بهبود بعد توسعه‌ای روی مولفه های شایستگی‌های کارآفرینانه، وجهه و جایگاه دانشگاه، فرایند یاددهی و یادگیری و قابلیت‌های ساختاری تمرکز نمایند. جهت تقویت شایستگی‌های کارآفرینانه بسترسازی در زمینه: نگرش کارآفرینانه بین‌المللی، هوشیاری کارآفرینانه بین‌المللی، قصد کارآفرینانه بین‌المللی، مهارت

1 Grawe

[Downloaded from ihej.ir on 2026-09-15]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1399.12.2.4.3]

کارآفرینانی بین‌المللی، دانش کارآفرینی بین‌المللی، توسعه قابلیت‌های کارآفرینی بین‌المللی، همکاری کارآفرینانه بین‌المللی و شناسایی فرصت کارآفرینانه بین‌المللی، برای بهبود وجهه و جایگاه دانشگاه بسترسازی در زمینه: ایجاد بعد بین‌المللی پژوهش و آموزش، ایجاد استانداردهای بین‌المللی دانشگاهی، توسعه شهرت و مشروعیت دانشگاه، وجهه و برند سازی بین‌المللی محصولات و عضویت در مجامع و انجمن‌های بین‌المللی، جهت تقویت فرایند یاددهی بسترسازی در زمینه: یادگیری مشارکتی، یادگیری موقعیتی، یادگیری غیررسمی، خود یادگیری در یادگیری، یادگیری در حل مسأله و ارزشیابی به همراه بازخورد، جهت تقویت قابلیت‌های ساختاری بسترسازی در زمینه: متناسب‌سازی و بازنگری عوامل محیطی و ساختاری، تخصیص بودجه‌های تحقیقاتی، قابلیت‌های سیستمی و فرایندی، بعد قانونی محیط نهادی، توسعه منطقه‌ای و بین‌المللی و رشد اقتصادی، تولید و انتقال فناوری، امکانات کافی برای جذب استعدادها، ایجاد شبکه پشتیبان برای مارپیچ سه‌تایی دانشگاه، صنعت و دولت شامل سرمایه‌گذاران کسب‌وکار مخاطره‌آمیز، بین‌المللی سازی دانشگاه، همکاری نهادی بین شبکه‌ها، ایجاد واحدهای جدید آموزش فراملی و مجازی و بین‌المللی و طراحی و اجرای سیستم ارزیابی جامع عملکرد و اعتبار سنجی کیفیت سرمایه گزاری نمایند.

۳. توصیه می شود، جهت بهبود بعد فرایندی روی مولفه های سرعت بین‌المللی شدن، رهبری کارآفرینانه، فرایند تجاری‌سازی بین‌المللی تمرکز نمایند. جهت تقویت سرعت بین‌المللی شدن بسترسازی در زمینه: دوراندیشی و جهت‌گیری قوی به سمت کارآفرینی، تجاری‌سازی سریع دانش و فناوری‌های توانمند ساز شامل (ICT) و (IBC) برای ارائه‌ی سیستم پشتیبان عملیات، تبدیل سریع اطلاعات به دانش و قابلیت‌های عملیاتی برای ارائه‌ی کالا و خدمات با ارزش بالاتر، پاسخگویی به‌موقع به تقاضای به هنگام خریداران با قیمت معقول، انجام وظایف محلی از طریق شبکه‌های داخلی و خارجی برای تأمین‌کنندگان، بهبود کیفیت خدمات و کالاها بر اساس بازخورد از مشتریان، پشتیبانی به‌موقع سرمایه‌گذاران و ارائه‌کنندگان سرمایه مخاطره‌آمیز برای سرعت بین‌المللی شدن و استراتژی‌های بازار و بازاریابی جهانی، جهت تقویت رهبری کارآفرینانه بسترسازی در زمینه: تعهد به چشم‌انداز، مشارکت پذیر، توانمندساز، ریسک‌پذیر، اعتمادسازی داخلی و بین‌المللی و بازارسازی بین‌المللی، جهت تقویت فرایند تجاری‌سازی بین‌المللی بسترسازی در زمینه: استراتژی تجاری‌سازی بین‌المللی، قابلیت‌های شناختی در تشخیص فرصت بین‌المللی، نقش دانش و تجربیات قبلی، دسترسی به سرمایه‌ی اولیه مخاطره‌آمیز، شناسایی فرهنگ بین‌المللی، سرعت بین‌المللی شدن، نهاد هدایتگر، محیط مناسب برای تحقیق مشترک و همکاری‌های بین‌المللی، ایجاد شهرت دانشگاه در سطح بین‌المللی، اطلاعات بازاریابی بین‌المللی، کانال‌های توزیع جهانی و در دسترس بودن منابع خارجی تأمین مالی توجه بیشتری مبذول نمایند.

[Downloaded from ihej.ir on 2026-09-15]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1399.12.2.4.3]

۴. به مدیران توصیه می شود، جهت بهبود بعد ساختاری روی مولفه های قوانین و مقررات، ساختار حمایتی، نظام پژوهشی، جهت‌گیری استراتژیک بین‌المللی و چشم‌انداز کارآفرینانه و نظام آموزشی تمرکز نمایند. جهت تقویت قوانین و مقررات، بسترسازی در زمینه: سیاست مالکیت معنوی و حمایت از قانون مالکیت فکری و ثبت اختراع، قوانین مرتبط با ریسک کارآفرینی و سیاست آموزش و پژوهش و فناوری در کارآفرینی دانشگاهی، جهت تقویت ساختار حمایتی بسترسازی در زمینه: بهره‌گیری از فرهنگ حمایتی، حمایت مالی و پاداش کارآفرینی، حمایت از بین‌المللی‌سازی کارآفرینی، همکاری و رقابت بین‌المللی، مشوق‌های مالیاتی و کمک‌های یارانه‌ای دولت، جهت تقویت نظام پژوهشی بسترسازی در زمینه: پروژه‌های مشترک مطالعاتی و ایجاد و برگزاری همایش‌ها و دوره‌های علمی مشترک بین‌المللی، توازن بین پژوهش‌های بنیادی و کاربردی، ارزش‌گذاری به فعالیت‌های پژوهشی بر اساس نیاز بین‌المللی، راه‌اندازی نشریات بین‌المللی، رقابت‌های پژوهشی دانشجویی و اساتید، ارتباط و خدمات نظام پژوهشی به صنایع بین‌المللی و دولت، ایجاد کانال‌های علمی و تخصصی بین‌المللی و توسعه منابع علمی و پایگاه‌های اطلاعاتی و ارتباطی بین‌المللی، جهت تقویت جهت‌گیری استراتژیک بین‌المللی و چشم‌انداز کارآفرینانه بسترسازی در زمینه: تدوین مأموریت و چشم‌انداز مشترک بین‌المللی، استراتژی تجاری‌سازی بین‌المللی، استراتژی خلق ارزش، مجوز سازمانی برای بین‌المللی سازی، ائتلاف‌های استراتژیک بین‌المللی و درآمدسازی و جهت تقویت نظام آموزشی بسترسازی در زمینه: تدوین برنامه درسی میان‌رشته‌ای، بازنگری و روزآمد ساختن نظام آموزشی براساس نیازهای ملی و بین‌المللی، مشارکت ذینفعان و کادر آموزشی داخلی و بین‌المللی و تمرکززدایی، گنجاندن استراتژی کسب‌وکار بین‌المللی و بازاریابی در برنامه درسی، تبادل و بهره‌گیری از اساتید بین‌المللی، تقویت زبان بین‌المللی، افزایش قابلیت‌های اعضای هیات علمی و ایجاد شعبه‌ها و پردیس‌های بین‌المللی و اتصال به شبکه‌های آموزش بین‌المللی توجه بیشتری نمایند.

۵. پیشنهاد می‌شود که ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های احصاء شده از پژوهش حاضر در اختیار روسای دانشگاه‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان و پارک‌های علم و فناوری، مراکز رشد و مسئولین و برنامه ریزان قرار گیرد تا اقدامات لازم را برای برنامه‌ریزی پیاده‌سازی و اجرا و امور لازم در این زمینه بر مبنای نظری کارآفرینی دانشگاهی خصوصاً در حوزه بین‌المللی تبیین کرده و در قالب یک پایگاه اطلاعاتی، نتایج این تحقیق و تحقیقات مشابه را جهت هماهنگی اقدامات دانشگاه، صنعت و دولت و خصوصاً در حوزه اقدامات بین‌المللی بکار ببرند.

۶. همچنین توصیه می شود، مسئولین دولت، صنعت و مدیران دانشگاه با طراحی رویکردهای مشارکتی و با مشارکت کارآفرینان به‌ویژه کارآفرینان دانشگاهی و دانشجویان وکادر آموزشی توانمند فرایند آموزش و یادگیری کارآفرینانه را توسعه دهند و به تدوین استراتژی سازمانی دانشگاه پس از اجرایی نمودن پیشنهادات فوق و بررسی کامل محیط بیرونی

[Downloaded from ihej.ir on 2026-09-15]

[DOR: 20.1001.1.2008000.1399.12.2.4.3]

و قابلیت‌های منحصربه‌فرد دانشگاه اقدام نمایند و نظام پژوهشی دانشگاه‌ها را بر مبنای اولویت‌ها و نیازهای جامعه و صنعت و حوزه بین‌الملل طراحی و تعریف نمایند.

۷. پیشنهاد می‌شود که با ایجاد شعبه‌ها و پردیس‌های بین‌المللی و اتصال به شبکه‌های آموزشی فراملی در سطح منطقه‌ای و بین‌المللی، ایجاد رشته‌های جدید و بین‌رشته‌ای و بازنگری در برنامه‌های درسی و لحاظ کردن محتوا و موضوع‌های بین‌المللی، گسترش پژوهش‌های بین‌المللی مشترک با دانشگاه‌ها و سازمان‌های خارجی، توسعه منابع علمی اطلاعاتی و ارتباطی بین‌المللی و فناوری‌های جدید و اینترنت پرسرعت، ایجاد مراکز و هسته‌های مطالعاتی برای انجام مطالعات، سیستم حمایتی و پشتیبانی قوی و مستمر از سوی دولت و به‌خصوص سازمان‌ها و وزارتخانه‌های مرتبط ازجمله وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، امور خارجه و...، استفاده از مدیران قوی، کارآمد، کاریزما و بین‌المللی در بخش‌های مختلف دانشگاه و برقراری ثبات در مدیریت، اختصاص و اعطاء منابع مالی ویژه به دانشگاه و هم‌چنین درآمدزایی دانشگاه از منابع مختلف داخلی و خارجی، ایجاد نظام اطلاع‌رسانی قوی در داخل و خارج از کشور و استفاده از مراکز، نمایندگی‌ها و خبرنگارهای بین‌المللی، عضویت در مجامع و انجمن‌های بین‌المللی، ایجاد شبکه‌های اجتماعی و فعال کردن انجمن دانش‌آموختگان به‌ویژه در ارتباط با دانش‌آموختگان خارجی، ایجاد و توسعه زیرساخت‌های متناسب با اقدامات بین‌المللی در بخش‌های مختلف آموزشی، پژوهشی و فناوری و خدماتی، ارتباط بیشتر با نمایندگان علمی و سیاسی و فرهنگی ایران در خارج از کشور برای گسترش همکاری‌های دو جانبه، پیاده‌سازی مدل کارآفرینی دانشگاهی بین‌المللی در تحقیق حاضر را تسهیل نمایند.

پیشنهادهای پژوهشی

با توجه به اینکه اغلب مطالعات انجام یافته در راستای تبیین کارآفرینی دانشگاهی و عوامل و محدوده آن بوده است و اگر چه مثالهای بسیاری از مطالعات کارآفرینی دانشگاهی در کشورهای مختلف آورده شده ولی به نظر می‌آید که در زمینه کارآفرینی دانشگاهی بین‌المللی تحقیقات و مطالعات چندانی وجود ندارد، لذا پژوهش حاضر درصدد پر کردن شکاف دانشی یاد شده بوده تا بتواند مدل کارآفرینی دانشگاهی بین‌المللی را طراحی نماید.

۱- پیشنهاد می شود که محققین آتی که قصد انجام تحقیق در زمینه کارآفرینی دانشگاهی را دارند این مقوله را در غالب کارآفرینی دانشگاهی بین‌المللی نیز بررسی نموده و ابعاد و شاخصهای احصا شده در این تحقیق را در کشورها و فرهنگهای مختلف مورد بررسی قرار دهند.

[Downloaded from ihej.ir on 2026-09-15]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1399.12.2.4.3]

۲- راهکارها و راهبردهای این حوزه را براساس شناخت دقیق ترگسترش دهند.

۳- علل و عوامل تاثیرگزار در مقوله کارآفرینی دانشگاهی بین المللی را مورد سنجش قرار دهند.

۴- پیشنهاد می گردد پژوهشگران آتی در پژوهشهای خود مولفه های کلان موثر از جمله دولت، صنعت و دانشگاه را مورد مطالعه قرار دهند.

۵- از یافته های این پژوهش برای طراحی ابزار پرسشنامه در جهت تعیین رتبه مولفه ها و وضعیت آن ها استفاده نمایند.

تشکر و قدردانی

از تمامی صاحب‌نظران علمی و تجربی حوزه‌ی کارآفرینی بین المللی و کارآفرینی دانشگاهی و مسئولان و صاحبان شرکتهای دانش بنیان دانشگاهی که ما را در جمع آوری اطلاعات و شناسایی ابعاد کارآفرینی دانشگاهی بین المللی یاری نموده اند قدردانی می شود .

[Downloaded from ihej.ir on 2026-09-15]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1399.12.2.4.3]

فهرست منابع:

- پورشریعت، عیسی. محجوب، حسن. مصطفایی، مهرداد، (۱۳۹۵)، بررسی وضعیت عوامل ساختاری و کارآفرینی دانشگاهی دانشگاه‌های ارتش (مطالعه موردی: دانشگاه هوائی شهید ستاری)، **فصلنامه آموزش علوم دریایی** ، دوره سوم، شماره ۴،۷ ۳-۳۱.
- حسنقلی پور، حکیمه، قلی پور، آرین و روشندل اربطانی، طاهر(۱۳۹۰)، موانع تجاری‌سازی دانش در کارآفرینی دانشگاهی. **توسعه کارآفرینی**، سال چهارم، شماره ۱۴، ص ۱۸۳-۱۶۵.
- حسنی، زهره. ابوالقاسمی، محمود. مشبکی اصفهانی، اصغر، (۱۳۹۷)، ارائه الگوی کارآفرینی دانشگاهی برای دانشگاه فنی و حرفه‌ای، **ویژه نامه پژوهش در نظامهای آموزشی**، دوره۱۲، صفحه ۱۲۳۴-۱۲۱۳.
- رحیم‌نیا، فریبرز. حسنی‌راد، پریسا سادات.(۱۳۹۵)، بررسی رویکرد فرصت‌محور و منبع‌محور بر کارآفرینی بین‌المللی، **کنفرانس بین‌المللی کسب‌وکار: فرصت‌ها و چالش‌ها**، رشت، دانشگاه فنی و حرفه ای میرزاکوچک صومعه سرا.
- شریف زاده، فتاح. رضوی، سیدمصطفی. زاهدی، شمس السادات. نجاری، (۱۳۸۸)، رضا. طراحی و تبیین الگوی عوامل موثر بر کارآفرینی دانشگاهی (مطالعه موردی: دانشگاه پیام نور)، **توسعه کارآفرینی**، دوره دوم، شماره ۶.
- عزیزی، محمد. عزیزی، اکرم.(۱۳۹۵). نسل سوم دانشگاهی :تجربه های موفق دانشگاههای برتر در آموزش کارآفرینی با اتکا به منابع صنعت. **دانشگاه علوم پزشکی ایران**
- موریس، مایکل اچ. کوراتکو، دونالد. کورن وال، جفری آر.(۱۳۹۹). برنامه های کارآفرینی در دانشگاه های مدرن. ترجمه محمد عزیزی . تهران. **موسسه پژوهش و برنامه ریزی آموزش عالی**.
- نصر اصفهانی، علی. غفاری،محمد،(۱۳۹۱)، ارائه یک مدل فرآیندی برای کارآفرینی دانشگاهی، **کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش‌بنیان.**

- Ahsan, M., & Fernhaber, S. A. (2019). Multinational enterprises: Leveraging a corporate international entrepreneurship lens for new insights into subsidiary initiatives. Journal of International Management, 25(1), 51-65.
- Baier-Fuentes, H., Merigó, J. M., Amorós, J. E., & Gaviria-Marín, M. (2019). International entrepreneurship: a bibliometric overview. International Entrepreneurship and Management Journal, 15(2), 385-429.

[Downloaded from ihej.ir on 2026-09-15]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1399.12.2.4.3]

- Barcik, A.; Dziwiński, P. & Jakubiec, M. (2017). The potential of academic entreneurship in universities of academic entrepreneurship in universities of viserrad group countries. Zeszyty Naukowe Politechniki Częstochowskiej Zarządzanie, 27 (1), 18-35.
- Cattaneo ,Mattia, Meoli, Michele. Paleari ,Stefano .(2016). Why Do Universities Internationalize? Organizational Reputation and Legitimacy. Springer International Publishing Switzerland, University Evolution, Entrepreneurial Activity and Regional Competitiveness, International Studies in Entrepreneurship 32,327-346.
- Cunningham JA, Link AN. (2016). Exploring the effectiveness of research and innovation policies among European Union countries. Int Entrep Manag J 12(2):415–425
- Cunningham, O'Reilly JA, C O'Kane P, Mangematin V. (2016b). Publicly Funded Principal Investigators as Transformative Agents of Public Sector Entrepreneurship in David Audretsch and Al Link, essay in public sector entrepreneurship. Springer, pp. 67–93.
- Etemad, Hamid.(2016). Special Thematic Issue on: International Interactions and Activities of University-Based Technology Entrepreneurship. J Int Entrep (2016) 14:277–284.
- Evers N, Andersson S, Hannibal M .(2012) .Stakeholders and marketing capabilities in international new ventures: evidence from Ireland, Sweden and Denmarks. J Int Mark 20(4):46–71.
- Evers, N., Cunningham, J. and T. Hoholm .(2014). Technology Entrepreneurship Bringing Innovation to the Marketplace. Palgrave-Macmillian. London, UK.
- Ferreira, J., Paço, A., Raposo, M., Hadjichristodoulou, C., & Marouchou, D.(2020). International entrepreneurship education: Barriers versus support mechanisms to STEM students. Journal of International Entrepreneurship, 1-18.
- Guo, F., Zou, B., Guo, J., Shi, Y., Bo, Q., & Shi, L. (2019). What determines academic entrepreneurship success? A social identity perspective. International Entrepreneurship and Management Journal, 15(3), 929-952.
- Gurău, C., Dana, L. P., & Lasch, F. (2012). Academic entrepreneurship in UK biotechnology firms. Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy.
- Guth, W. D., & Ginsberg, A. (1990).Corporate entrepreneurship.StrategicManagement Journal, Special Issue 11, 5–15.

[Downloaded from ihej.ir on 2026-09-15]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1399.12.2.4.3]

- Guth, W. D., & Ginsberg, A. (1990).Corporate entrepreneurship.StrategicManagement Journal, Special Issue 11, 5–15.
- Hasani, Zohreh; Abolghasemi, Mahmoud; MoshabbakiEsfehani, Asghar (2018), Providing a University Entrepreneurship Model for Technical and Vocational University, Special Issue of Research on Educational Systems, 12th Period, pp. 1213-1234.
- Hoseini, Seyyed Mahmoud; FarajollahHoseini, Seyyed Jamal; Soleimanpour, Mohammad Reza (2010), Identification and Analysis of Entrepreneurship ObstaclestoAgricultural Higher EducationfromMasters Students 'Viewpointsin Tehran Province, 2-41 Period, No. 3, pp. 359-368.
- Johanson, J., & Vahlne, J. E. (2009). The Uppsala internationalization process model revisited: From liability of foreignness to liability of outsidership. Journal of international business studies, 40(9), 1411-1431.
- Jones, D. R., & Patton, D. (2020). An academic challenge to the entrepreneurial university: the spatial power of the 'Slow Swimming Club'. Studies in Higher Education, 45(2), 375-389.
- Kearney, C.Hisrich, R.Roche. F, (2008).A conceptual model of public sector corporate entrepreneurship. Springer Science + Business Media,4:295–313.
- Leppäaho,Tanja.Chetty,Sylvie.Dimitratos,Pavlos.(2017).Network embeddedness in the internationalization of biotechnology entrepreneurs. Entrepreneurship & Regional Development An International Journal.
- Lumpkin, G.T. and Dess, G.G., 1996. Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. Academy of Management Review, 21, pp. 135-72.Nasr Esfehani, Ali;Ghaffari, Mohammad (2012), "Providing a Process Model for University Entrepreneurship", National Conference of Entrepreneurship and Knowledge-based Business Management.
- Mainela, T., Puhakka, V., & Sipola, S. (2018). International entrepreneurship beyond individuals and firms: On the systemic nature of international opportunities. Journal of Business Venturing, 33(4), 534-550.
- Maximova, O., Belyaev, V., Laukart-Gorbacheva, O., Nagmatullina, L., & Hamzina, G. (2016). Russian Education in the Context of the Third Generation Universities' Discourse: Employers' Evaluation. International Journal of Environmental and Science Education, 11(16), 9101-9112.

[Downloaded from ihej.ir on 2026-09-15]

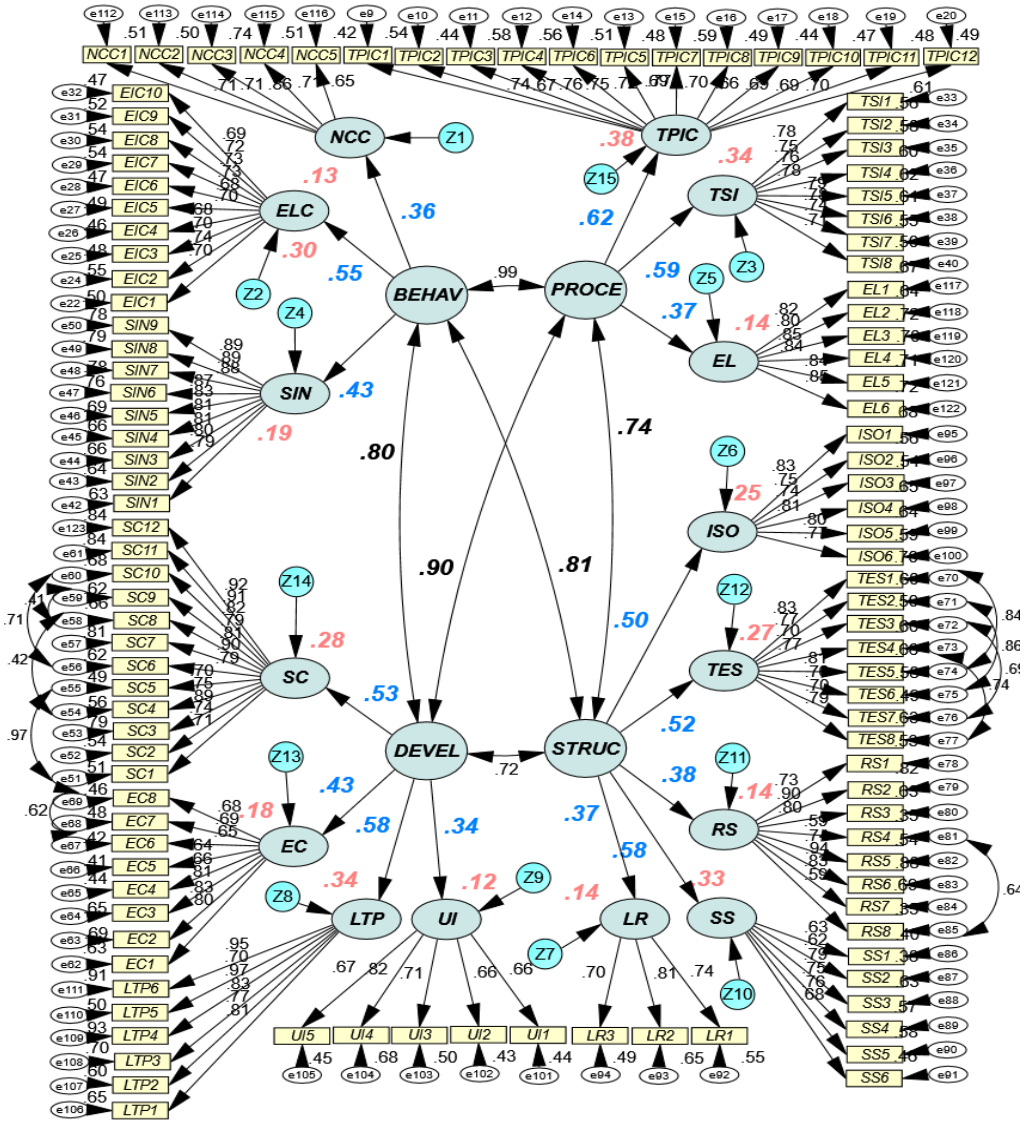
[DOR: 20.1001.1.20088000.1399.12.2.4.3]

- McDougall,Covin, P., Jones, M. V., & Serapio, M. G. (2014). High-potential concepts, phenomena, and theories for the advancement of international entrepreneurship research. Entrepreneurship Theory and Practice, 38(1), 1-10.
- Perkmann,M.,Tartari,V.,McKelvey,M.,Erkkoautio,E. Brostrom,A.,Pablo D'Este,P.,(2013). Academic engagement and commercialisation:A review of the literature on university–industry relations.Journal of Research Policy,42(3),423–442.
- Plummer, L. A., & Acs, Z. J. (2014). Localized competition in the knowledge spillover theory of entrepreneurship. Journal of Business Venturing, 29(1), 121-136.
- Sultan, S. S. (2017)." Moving from a Traditional into an Entrepreneurial University: Evidencing from Palestine." International Journal of Business and Social Science, 8(2): 207–214.
- Talebi,K.& Zare Kekta, M.(2008). Entrepreneurship Education and its role in Knowledge-Based SMEs Development.Journal of Entrepreneurship Development,11(5),111-121.
- Yusof, M., & Jain, K. K. (2010). Categories of university-level entrepreneurship: a literature survey. International entrepreneurship and management journal, 6(1), 81-96.

[Downloaded from ihej.ir on 2026-09-15]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1399.12.2.4.3]

پیوست ۱: ضرایب تأثیر سازه‌ها بر گویه‌ها و ابعاد اصلی بر مؤلفه‌های مدل کارآفرینی دانشگاهی بین‌المللی



[Downloaded from ihej.ir on 2026-09-15]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1399.12.2.4.3]