

شناسایی عوامل توسعه کارآفرینی آموزشی در نظام آموزش عالی

پریسا مرادیان^۱، مهتاب سلیمی*^۲، رمضان جهانیان^۳

چکیده

بیکاری از پیچیده ترین مشکلاتی است که در زمان حاضر وجود دارد و با وجود توجه مسئولان به ایجاد کار، کشور ایران همواره با انبوهی از دانش آموختگان بیکار جویای کار روبه روست، دانش آموختگانی که با تقبل هزینه های هنگفت و صرف وقت چندین ساله تخصص هایی کسب کرده اند. در این خصوص، دانشگاه میتواند از طریق شناسایی و به کارگیری عوامل محیطی، اقتصادی و فرهنگی که ظهور کارآفرینی را آسان میسازند، زمینه مناسب را فراهم آورد. پژوهش حاضر با هدف شناسایی ابعاد و مؤلفه های توسعه کارآفرینی آموزشی و مشخص کردن مولفه های تاثیرگذار و تاثیرپذیر آن از نظر خبرگان انجام شد. برای انجام این پژوهش علاوه بر مطالعه اسنادی، از تکنیک تحلیل مضمون با نرم افزار MAXQDA12، برای شناسایی عوامل و مؤلفه ها استفاده شده است. در ضمن مصاحبه های نیمه ساختار یافته با خبرگان دانشگاهی (رشته های مدیریت آموزشی، کارآفرینی، آموزش علوم دریایی، مدیریت دولتی) در سال ۱۳۹۸ انجام شد و مولفه ها از طریق کد های باز و محوری و گزینشی استخراج شد. و برای تعیین مولفه ها اثرگذار و اثرپذیر از تکنیک دیمتل (Dematel) استفاده شده است. در این پژوهش ۱۴۸ کد باز و ۴۵ کد محوری و در نهایت ۱۲ مولفه اصلی برای توسعه کارآفرینی آموزشی مشخص شد. پس از آن با توجه به پرسشنامه ماتریسی تصمیم گیری مقایسات زوجی از ۲۰ خبره در زمینه های کارآفرینی آموزشی به عنوان نمونه نظرستجی شد. در نهایت مولفه های انتشارات، گواهی ثبت اختراع، قرارداد پژوهشی، فرهنگ سازمانی، مدیریت کلان و ساختار سازمانی از عوامل اثرگذار و دانشجو، محتوای درسی، کسب و کار زایشی، منابع مالی، اساتید و مدیریت کلان از عوامل اثرپذیر شناسایی شدند. از نظر خبرگان مولفه انتشارات از تاثیرگذارترین عوامل در توسعه کارآفرینی آموزشی در نظام دانشگاهی بیان شده است.

واژگان کلیدی: آموزش عالی، کارآفرینی آموزشی، تحلیل مضمون، تکنیک دیمتل

تاریخ دریافت مقاله: ۹۸/۱۰/۱۲

تاریخ پذیرش مقاله: ۹۹/۰۳/۱۴

۱ دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی، گروه علوم تربیتی، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران.
 ۲ استادیار مدیریت آموزش عالی، گروه علوم تربیتی، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران. (نویسنده مسئول): (salimi_331@yahoo.com)
 ۳ دانشیار مدیریت آموزشی، گروه علوم تربیتی، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران.

مقدمه

امروزه، جمعیت بیکار نه تنها یکی از مهمترین چالشهای روز در کشور ایران به شمار می آید، بلکه با توجه به میزان رشد جمعیت در دو دهه اخیر می توان آن را مهمترین چالش های اجتماعی چند دهه آینده نیز به شمار آورد. در طول دو ده گذشته، رویکرد شغلی کارآفرینانه در بازیابی تغییرات اجتماعی در مسیر شغلی برای تغییر «کارایی» به ذهنیت «شغل» نقش مهمی داشته است. در همین حال، در گزارش های اخیر نیز اشاره شده که پیشرفتهای کمتری در این زمینه صورت گرفته و نتیجه آن نبود گرایش و اشتیاق کارآفرینی در میان شهروندان ایرانی است (چوبداری و همکاران، ۱۳۹۸، ۵۲).

پیشرفت سریع اقتصاد مبتنی بر دانش به واسطه فناوری های ارتباطی قدرت فکر و دانش را جایگزین تفکر قدرت بازو کرده و مدیریت فکری انسان ها بیش از هر زمان دیگری از ارزش برخوردار شده است به گونه ای که در برخی نظریه های دانشمندان به این دوره عصر کارآفرینی اطلاق شده است (محمدی نژاد و شریف زاده، ۱۳۹۶، ۸۵۷).

کارآفرینی فرایند خلق محصولی جدید و با ارزش با اختصاص زمان و تلاش لازم؛ در نظر گرفتن ریسکهای مالی روانی و اجتماعی و رسیدن به رضایت فردی مالی و استقلال است. مطالعات کارآفرینی در روان شناسی به درک اینکه چگونه صفات افراد مختلف با انگیزش و عملکرد کارآفرینانه ارتباط دارد متمرکز است. متغیرهایی مثل انگیزه، پیشرفت، کانون کنترل درونی، ریسک پذیری، عزت نفس، تعهد مسئولیت، ارزش ها، تجارب، خود کارآمدی، هدف گزینی و... چگونه موجب می شود که فردی تمام ریسک های اجتماعی روانی و مالی که در راه اندازی فعالیت کارآفرینانه وجود دارد را بپذیرد، از موضوعات مورد توجه روان شناسان، جامعه شناسان و محققین علم مدیریت است (غلام الدین و مردانی، ۱۳۹۳، ۲۳).

در تعریف عام از کارآفرینی و نیز از جنبه اقتصادی، تاکید بر ایجاد یک کسب و کار جدید است ولی در تعاریف خاص، کارآفرینی به خلق ارزش های مادی و اقتصادی و یا کسب و کار ختم نمی شود و ضرورتا اهداف کارآفرینی تنها به ایجاد اشتغال محدود نمی شود. بلکه در صورت بهبود وضع موجود و افزایش بهره وری نیز کارآفرینی رخ داده است. در این صورت ارزش آفرینی و شناسایی، معانی جدیدی در ارتباط با تعریف کارآفرینی می باشند. بنابراین در تعاریف جدید و در این تحقیق، کارآفرینی؛ فرایند شناسایی، پیگیری، و بهره برداری از فرصتهای شناخته شده به منظور حداکثر سازی ارزش ناشی از آنها است (گلمن^۱، ۲۰۰۹، ۷۶).

آموزش کارآفرینی، فرایند تربیت افراد با توانایی تشخیص فرصتهای تجاری، بینش، عزت نفس، دانش و مهارتهایی برای عمل بر روی این توانایی هاست (کارسون و موبرگ^۲، ۲۰۱۳، ۴) که شامل آموزش تشخیص فرصت ها، تمرینات یک مفهوم، نشان دادن منابع علیرغم ریسک و کوچک شمردن مخاطره شغلی است (جونز^۳ و ان لیش، ۲۰۰۴، ۴۱۷).

نظام های آموزشی کشورهای مختلف تلاش راهبردی هدفمندی را برای تلفیق کارآفرینی در برنامه آموزشی خود همراه با فراهم آوری ابزارها و ساز و کارهای لازم اعمال کرده اند تا بتوانند از راهبرد آموزش کارآفرینی یا آموزش کارآفرینانه جهت ارتقای شایستگی های مورد انتظار جامعه و بازار کار از دانش آموختگان بهره مطلوب را ببرند (قاسمی و همکاران، ۱۳۸۸، ۷۲؛ خسروی پور و همکاران، ۱۳۸۶، ۲۰۹).

تلفیق کارآفرینی در نظام آموزشی، شیوه های مختلفی را به خود می گیرد. در این زمینه تمایز قایل شدن بین دو رویکرد دارای اهمیت است. نخستین رویکرد، یعنی آموزش کارآفرینی بر این فرض استوار است که کارآفرینی همانند مجموعه ای از عنصرهای رفتاری در ابعاد دانشی، بینشی و مهارتی و صلاحیت های حرفه ای می ماند که می تواند از راه آموزش در افراد پدید آمده و رشد یابد.

از این منظر، کارآفرینی آموزش پذیر و تدریس پذیر است. تلاش های صورت گرفته برای راه اندازی رشته هایی با عنوان و موضوع کارآفرینی یا تلفیق درس های مرتبط با کسب و کار و کارآفرینی در برنامه های آموزشی مراکز مختلف دانشگاهی را می توان در این راستا ارزیابی کرد. در یک تعریف ساده، آموزش کارآفرینی فرآیندی نظام-مند، آگاهانه و هدفگرا است که طی آن افراد غیرکارآفرین ولی دارای توان بالقوه، به صورتی خلاق تربیت می شوند. در واقع آموزش کارآفرینی فعالیتی است که از

¹ Goleman

² Karlsson & Moberg

³ Jones

آن برای انتقال دانش و اطلاعات مورد نیاز برای کارآفرینی استفاده می شود و افزایش یا بهبود نگرش ها، مهارت ها و توانایی های افراد را در پی خواهد داشت (سلجوقی، ۱۳۹۲، ۸۶).

رویکرد مفهومی دیگر، آموزش کارآفرینانه است که متضمن بهسازی کلیت نظام آموزشی در راستای آسانگری شرایط یادگیری کارآفرینانه و پرورش دانش آموختگانی کارآفرین در رشته های تحصیلی مختلف است. رویکرد نخست، بیشتر مؤلفه ای بوده و در پی تلفیق کارآفرینی به عنوان یک رشته، یک گرایش یا برنامه درسی در نظام آموزشی است. در حالی که رویکرد دوم ماهیت نظام یافته داشته و در پی دگرگون سازی کلیت نظام آموزشی (همه ی مؤلفه ها و پیوندهای آنها) و تلفیق کارآفرینی هر چند غیرمستقیم و ناملموس در تار و پود نظام آموزشی برای برخوردار شدن نظام مزبور از قابلیت ها، ابزارها و سازوکارهای مورد نیاز برای انجام کارکردهای مختلف، اعم از آموزش، پژوهش، مدیریت، خدمات اجتماعی و... با جنس و ماهیت کارآفرینانه است. بی تردید پیاده سازی رویکرد دوم نسبت به رویکرد نخست چالش برانگیزتر، ولی در عین حال سودمندتر، ژرف تر و پیرامنه تر بوده و به نهادینه سازی کارآفرینی در نظام آموزشی منجر خواهد شد (استریتر^۱، ۲۰۰۲، ۳۴).

در سطح دانشگاه نیاز به دانش آموختگان و دانشجویان کارآفرین افزایش یافته و هدف بسیاری از دانشگاههای معتبر جهان پرورش دانشجویان و در نتیجه، دانش آموختگان کارآفرین است. از سویی، با وجود آنکه دانش آموختگان در گروه افراد کارآموده در بازار کار به حساب می آیند، افزایش میزان دانش آموختگانی که بیکارند، چالش بزرگی برای بازار کار ایران است (حسینی نیا و موسوی، ۱۳۹۷، ۶۰).

خلق فکر، ایده و مفاهیم نو همواره اساس اختراعات، اکتشافات و پیدایش راههای مناسب برای حل مسائل و مشکلات در زندگی انسان به شمار می آیند. جوامع پیشرفته و متمدن گذشته و حال پیوسته به ارزش و اهمیت این جنبه از توانایی های ذهنی و فکری انسان توجه نموده و در صدد تقویت آن برآمده و از این طریق به توسعه، رفاه، ترقی و خوشبختی نائل آمده اند چراکه بقول ارسطو ابتکار یگانه عامل موثر در پیشرفت انسان به شمار می آید. به این ترتیب ضعیف بودن فرآیند بروز خلاقیت ها در جوامع عقب مانده نیز موجب بدبختی، فقر و فلاکت خواهد بود (اعلامی و رضایی زاده، ۱۳۹۶، ۱۲۸).

پژوهش های مختلف نشان می دهند که کارآفرینی هم دارای بعد نظری و هم بعد عملی یا کاربردی است که می توان با روش های مختلف آموزشی به آموزش و پرورش کارآفرینان همت گماشت. در چنین شرایطی که در عمل هیچ رویکرد واحدی به کارآفرینی آموزشی وجود ندارد. نیاز است مؤلفه های مختلف و نشانگرهای مرتبط، به قصد ایجاد یک رویکرد واحد، برای کارآفرینی آموزشی در دانشگاه ها شناسایی شوند. بر همین اساس سوالی مطرح می گردد که این پژوهش در صدد پاسخ گویی بدان است که: مؤلفه های توسعه کارآفرینی آموزشی در دانشگاه های ایران کدامند؟ و همچنین برای آنکه بتواند فرضیه ای برای رابطه بین این مؤلفه ها مطرح نمود سوال دیگری مطرح گردید که: مؤلفه های اثرگذار و اثرپذیر توسعه کارآفرینی آموزشی در آموزش عالی ایران کدامند؟ محقق در صدد پاسخ به سولات برآمد.

پیشینه تحقیق

اکبری و همکاران (۱۳۹۹) در تحقیقی تحت عنوان « شناسایی و اولویت بندی مؤلفه های دانشگاه کارآفرین ایرانی با استفاده از روش فراترکیب و تحلیل سلسه مراتبی گروهی» به شناسایی و اولویت بندی مؤلفه های موثر بر کارآفرینی در دانشگاه ها پرداخت و مشخص نمود چه دانشگاه هایی با چه مشخصه هایی می توانند کارآفرین باشند. در نهایت نتایج این پژوهش نشان داد که مؤلفه های شبکه روابط، سیستم آموزشی، فرهنگ، ساختار و فرایندها و در نهایت استراتژی و مدیریت شناسایی گردیدند و به ترتیب مؤلفه های رهبری، سازماندهی کارآفرینانه، مدیریت منابع، نگرش کارآفرینی و قوانین به ترتیب از بالاترین ضرایب بدیت آمدند.

مصطفایی و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان « طراحی الگوی دانشگاه کارآفرین براساس نظریه داده بنیاد (مطالعه موردی: واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی غرب ایران) به بررسی مؤلفه های کارآفرینی آموزشی پرداخت بر اساس نظریه داده بنیاد که نتایج نشان داد که کدگذاری مصاحبه ها و تجزیه و تحلیل یافته های بخش کیفی نشان داد که دو مؤلفه منابع انسانی

¹ Streeter

شایسته و پایه های اقتصادی از شرایط علی و به وجود آورنده دانشگاه کارآفرین هستند. سیاستهای سازمانی کارآفرینانه از جمله اصلاح سیاستهای بالادستی و قوانین وزارت علوم؛ ساختار سازمانی کارآفرینانه، فرهنگ سازمانی کارآفرینانه و اجرای سیاستهای آموزشی و پژوهشی مشتری محور و کارآفرینانه مهمترین ویژگیها و مولفه های دانشگاه کارآفرین بودند. همچنین شرایط زمینه ای که بر مولفه های دانشگاه کارآفرین تاثیر می گذارد عبارت است از استراتژی دانشگاه، جو سازمانی کارآفرینانه، نگرش کارآفرینانه، ریسک پذیری، تغییر ماهیت آموزش عالی و انتظار جامعه، دولت و صنعت از دانشگاه برای رفع نیازهایشان، که آموزش عالی را متحول نموده و سبب شده تا دانشگاهها به سمت کارآفرین شدن و پاسخگویی به خواسته های مشتریان هدایت شوند. ششمین عامل زمینه ساز دانشگاه کارآفرین، خوشنامی دانشگاه است؛ که بر ذی نفعان و مشتریان تاثیر گذشته و آنها را به سرمایه گذاری در دانشگاه و مشارکت با آن ترغیب میکند. عوامل مداخله گر که می توانند سرعت بخش یا مانع تبدیل یک دانشگاه سنتی به دانشگاه کارآفرین شوند و تا حدودی در کنترل دانشگاه نیستند؛ عبارت بودند از مواضع قانونی و حقوقی، اکوسیستمهای کارآفرینی اعم از اکوسیستمهای در اختیار دانشگاه و اکوسیستم های خارج از اختیارات دانشگاه سیاسی گری و انواع لایه های که بیشتر امور زندگی ما دخالت داشته و دانشگاه ها نیز مشمول این مهم است.

حسینی نیا و موسوی (۱۳۹۷) در پژوهشی تحت عنوان « آموزش کارآفرینی در دانشگاه ها، روش ها و چالش ها» به تشریح مواردی همچون مفاهیم آموزش کارآفرینی، معرفی انواع مدل ها و روش های تدریس کارآفرینی در دانشگاه ها و مطالعه چالش های پیش روی آموزش عالی ایران پیرامون کارآفرینی پرداختند. نتایج نشان داد که اصلاح محتوای آموزشی، ایجاد تمایل و تعهد به ایجاد کسب و کار، استفاده از کارآفرینان به عنوان مدرس در دانشگاه های ایران الزامی است.

وهاب و تیساری^۱ (۲۰۲۰) در پژوهشی تحت عنوان «رهبری کارآفرینی برای رهبران دانشگاه: یک رویکرد آینده نگر برای مراکز دانشگاهی پاکستان» به بررسی مولفه های کارآفرینی در دانشگاه و در بین رهبران دانشگاهی پرداختند. این پژوهش بر روی ۲۴۲ نفر از رهبران آموزشی انجام پذیرفت و با استفاده از نرم افزار pls تحلیل شد و نشان داد که رهبران کارآفرین واسطه مدیریت و عملکرد شغلی و شایستگی هستند.

سیزن و اکمن^۲ (۲۰۲۰) در تحقیقی با عنوان « داده های مربوط به عوامل شخصی و زمینه ای دانشجویان دانشگاه در مورد اهداف کارآفرینی آنها در برخی از دانشگاه های ترکیه» به بررسی دو عامل شخصی و زمینه ساز موثر بر کارآفرینی در دو دانشگاه ترکیه بر روی ۳۶۵ نفر از دانشجویان پرداختند و بیان داشتند که عوامل شخصی موثرتر از عوامل زمینه ساز بر کارآفرینی آموزشی در دانشگاه های ترکیه است.

روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر روش گردآوری داده ها آمیخته (کمی و کیفی) است. در مرحله کیفی با استفاده از مصاحبه نیمه ساختار یافته مولفه های اولیه از روش تحلیل مضمون شناسایی شد. مشارکت کنندگان در پژوهش را افراد خبره در زمینه مدیریت آموزشی، مدیریت آموزش عالی، آموزش علوم دریایی، مدیران گروه ها و اساتید دانشگاه های (آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات، تهران غرب، دانشگاه ارتش و نیروی دریایی) که در زمینه کارآفرینی مقاله، کتاب و یا تالیفی داشته اند و همچنین در این زمینه تدریس کرده باشند، تشکیل داده اند. معیارهای ورود به مطالعه عبارت بودند از خبرگان با حداقل سه سال تجربه فعالیت در دانشگاه در زمینه آموزش عالی، متخصصین با حداقل تحصیلات دکتری در مدیریت آموزشی و مدیریت آموزش عالی و کارآفرینی. روش نمونه گیری نیز به صورت هدفمند بود. از نظر تشریحی و تدلیه^۳ در این روش نمونه گیری، موارد بصورت غیرتصادفی و کاملا هدفمند انتخاب می شوند (تشریحی و تدلیه، ۲۰۰۳، ۹۳). روش گردآوری داده ها برای جمع آوری داده های کمی، پرسشنامه ماتریسی برای بررسی متغیرهای تاثیرگذار و تاثیرپذیر به روش تصمیم گیری مقایسات زوجی (Dematel) از جامعه آماری خبرگان که ۲۰ خبره را تشکیل می داد صورت گرفت. روش نمونه گیری در این روش به صورت گلوله برفی بوده است.

¹ Wahab and Tyasari

² Sesen and Ekemen

³ tashakkori and teddlie

مصاحبه ها در فواصل زمانی بهمن ۱۳۹۶ تا خرداد ماه ۱۳۹۷ انجام شد. میانگین زمانی مصاحبه ها ۸۴ دقیقه بود. پس از پیاده سازی مصاحبه ها، به منظور تحلیل داده ها از روش تحلیل مضمون و همزمان با جمع آوری داده ها استفاده شد. بدین ترتیب که پس از انجام مصاحبه ها ابتدا متن نوارها پیاده شد. پس از آن یک نسخه از کدهای استخراج شده برای مصاحبه شونده ارسال و تایید شد. جهت آشنایی با داده ها و غرق شدن، داده ها چندین مرتبه بازخوانی گردید بدین ترتیب کدهای اولیه شناسایی و کدهای اولیه مشابه در یک طبقه کنار هم قرار گرفتند و طبقات اولیه شکل گرفت. این طبقات درهم ادغام شده و درون مایه ها را تشکیل دادند. همچنین جهت اطمینان از صحت داده های جمع آوری شده، درگیری طولانی مدت و عمیق داده ها وجود داشت. بعلاوه، دو پژوهشگر دیگر علاوه بر پژوهشگران اصلی، در تحلیل داده ها مشارکت داشتند. پژوهشگر دست نوشته ها را برای تایید کدگذاری و طبقات می خواندند. برای افزایش تاییدپذیری مجدداً به مشارکت کنندگان مراجعه می گردید. داشتن حداکثر تنوع در نمونه گیری و دیدارهای طولانی، راه های دیگر افزایش اعتبار داده ها بودند. از همان مصاحبه اولیه کدها و طبقات فرعی شکل گرفتند و سپس کاهش داده ها در تمام واحدهای تحلیل (کدها) ادامه یافت تا درون مایه ها ظهور یافتند. مصاحبه ها تا مرحله اشباع نظری داده ها ادامه یافت. تحلیل محتوای کیفی با نرم افزار MAXQDA12 انجام شد. تصمیم گیری مقایسات زوجی (Dematel) روشی است برای بررسی اثر هر یک از متغیرها بر روی متغیرهای دیگر است و این طراحی برای توسعه کارآفرینی آموزشی به کار می رود تا اهداف کلی ذیل امکان پذیر شود. مدل تصمیمات زوجی قادر است ارتباط بین شاخص که به صورت تکی یا گروهی به یکدیگر وابسته اند، را تعیین نماید. دیمتل با تجزیه معیارها در دو بخش تاثیرگذار و تاثیرپذیر به تحلیل ارتباط بین شاخص ها می پردازد. (کانان و همکاران^۱، ۲۰۰۸، ۱۶۵). در این پژوهش اخذ رضایت نامه آگاهانه، حفظ اطلاعات هویتی و رعایت امانت داری در پیاده سازی محتوای مصاحبه ها به عنوان ملاحظات اخلاقی مد نظر قرار گرفت.

یافته های تحقیق

مولفه های توسعه کارآفرینی آموزشی در آموزش عالی کدامند؟

برای پاسخ به این سوال مصاحبه هایی با سوالات نیمه ساختار یافته طراحی شد و از خبرگان امر کارآفرینی و مدیریت آموزشی و آموزش عالی به عمل آمد. که از مجموع ۹ نفر خبرگان مشارکت کننده در این تحقیق ۳ نفر عضو هیات علمی در رشته های مدیریت آموزشی، مدیریت آموزش عالی و کارآفرینی بودند ۳ نفر رئیس دانشگاه و ۲ نفر معاون آموزشی بودند. فرایند تحلیل محتوای کیفی برای تعیین مهم ترین تعیین کننده های توسعه کارآفرینی آموزشی استفاده شد. در این فرایند ۱۴۸ کد اولیه استخراج گردید. با بازبینی متعدد و ادغام کدها بر اساس تشابه و طی چندین مرحله، در نهایت ۴۵ زیر مولفه برای توسعه کارآفرینی آموزشی و ۱۲ درون مایه اصلی (مطابق جدول شماره ۱) استخراج کردید.

جدول (۱) مولفه ها و زیر مولفه های توسعه کارآفرینی آموزشی

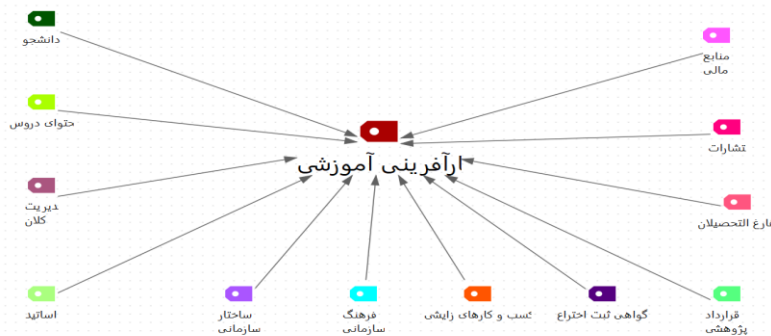
کدهای تفسیری	کدهای توصیفی ذیل آنها
کارآفرینی آموزشی	
دانشجو (۱۲)	
قصد کارآفرینانه دانشجویان (۲)	
هوشیاری کارآفرینانه دانشجویان (۵)	
داشتن سابقه راه اندازی کسب و کار (۵)	
محتوای دروس (۱۰)	
محتوای کاربردی دروس جهت کارآفرینی (۳)	
برگزاری کارگاه (۳)	
ماهیت مشارکتی و تیمی دروس (۴)	

¹. Kannan G, Haq AN, Sasikumar P, Arunachalam S.

مدیریت کلان (۱۱)
حمایت مدیریت دانشگاه (۳) رویکرد کارآفرینی مدیران دانشگاه (۲) استراتژی‌های کارآفرینانه مدیریت (۶)
اساتید (۸)
رویکرد اساتید نسبت به کارآفرینی (۱) دانش کارآفرینی اساتید (۲) تجربه کارآفرینانه اساتید (۵)
ساختار سازمانی (۲)
ساختار ارگانیک (۱) ساختار منعطف (۱)
فرهنگ سازمانی (۱۲)
فرهنگ حمایت از نوآوری (۲) فرهنگ پذیرش ایده‌های نو (۲) فرهنگ درگیر شدن در کار (۴) سیستم پاداش محرک کارآفرینی (۴)
کسب و کارهای زایشی (۱۶)
تعدد کسب و کار زایشی (۷) گرایش اعضای هیئت علمی به تأسیس کسب و کارهای زایشی (۴) برخاستن شرکت‌های زایشی از نوآوری‌های درون دانشگاه (۳) گرایش دانشجویان به راه‌اندازی شرکت‌های زایشی (۲)
گواهی ثبت اختراع (۱۲)
پیگیری نوآوری‌های دانشگاه و تبدیل آنان به گواهی‌ها (۲) رشد تعداد گواهی‌ها (۳) حمایت از ابداعات دانشجویی (۵) سطح درآمد حاصل از فروش گواهی‌ها (۲)
قرارداد پژوهشی (۷)
عقد قراردادهای پژوهشی عمومی (۳) قراردادهای پژوهشی با کسب و کارها (۱) گسترده‌گی و تنوع قراردادهای پژوهشی (۱) قراردادهای پژوهشی با دولت (۲)
منابع مالی (۱۴)
جذب کمک‌های دولتی (۳) جذب کمک‌های مالی برای حمایت از پایان‌نامه‌های دانشجویی (۲) جذب کمک‌های مالی نهادهای مستقل (۱) جذب منابع مالی از شرکت‌های بزرگ (۲) ظرفیت جذب منابع مالی دانشگاه از منابع خارجی (۴) تعدد حامیان مالی دانشگاه (۲)
انتشارات (۱۱)
گستره انتشارات دانشگاه (۳) تنوع نشریات دانشگاه (۲)

کاربردی بودن نشریات (۳) سودآوری ناشی از نشریات برای دانشگاه (۳)
فارغ التحصیلان (۲۲)
سطح عمومی مهارت‌های کسب‌وکار فارغ‌التحصیلان (۴) قابلیت جذب فارغ‌التحصیلان (۳) سطح فعالیت‌های کارآفرینانه فارغ‌التحصیلان و دانشجویان (۵) مهارت‌های تئوریک فارغ‌التحصیلان (۵) انطباق توانایی‌های فارغ‌التحصیلان با نیازهای بازار کار (۵)

در نهایت یکپارچه سازی مولفه ها در شکل زیر مشخص شد.



شکل (۱) یکپارچه سازی مولفه ها

مولفه های تاثیرگذار و تاثیرپذیر توسعه کارآفرینی آموزشی در آموزش عالی کدامند؟

فرایند تکنیک DEMATEL

گام نخست - محاسبه ماتریس ارتباط مستقیم (D)

در این گام میانگین نظرات خبرگان تحقیق در جدول ۲، قابل مشاهده است.

به منظور سنجش میزان قابلیت اطمینان داده‌ها از روابط (۱)، استفاده می‌شود. بدین صورت که ابتدا میانگین نظرات کلیه خبرگان و سپس میانگین نظرات خبرگان با حذف خبره‌ی نام را بدست می‌آوریم:

جدول (۲) ماتریس ارتباط مستقیم (D) (میانگین نظر ۲۰ نفر از خبرگان)

	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12
C1	۰,۰۰۰	۲,۱۴۳	۲,۷۱۴	۲,۲۸۶	۱,۷۱۴	۲,۷۱۴	۲,۱۴۳	۲,۰۰۰	۲,۷۱۴	۲,۷۱۴	۲,۵۷۱	۲,۱۴۳
C2	۲,۰۰۰	۰,۰۰۰	۳,۴۲۹	۱,۸۵۷	۲,۲۸۶	۲,۸۵۷	۲,۱۴۳	۲,۰۰۰	۳,۱۴۳	۳,۴۲۹	۳,۰۰۰	۳,۴۲۹
C3	۱,۸۵۷	۲,۲۸۶	۰,۰۰۰	۲,۱۴۳	۱,۵۷۱	۲,۵۷۱	۱,۷۱۴	۲,۴۲۹	۲,۸۵۷	۲,۵۷۱	۳,۰۰۰	۳,۲۸۶
C4	۱,۸۵۷	۲,۵۷۱	۲,۵۷۱	۰,۰۰۰	۲,۰۰۰	۲,۸۵۷	۲,۱۴۳	۲,۱۴۳	۲,۷۱۴	۳,۰۰۰	۳,۱۴۳	۲,۷۱۴
C5	۲,۴۲۹	۲,۰۰۰	۳,۰۰۰	۲,۴۲۹	۰,۰۰۰	۳,۱۴۳	۱,۸۵۷	۲,۲۸۶	۳,۰۰۰	۲,۷۱۴	۲,۸۵۷	۳,۱۴۳
C6	۲,۲۸۶	۱,۸۵۷	۲,۷۱۴	۲,۱۴۳	۲,۱۴۳	۰,۰۰۰	۲,۰۰۰	۱,۸۵۷	۲,۲۸۶	۱,۷۱۴	۲,۸۵۷	۳,۰۰۰
C7	۲,۰۰۰	۱,۵۷۱	۲,۷۱۴	۲,۵۷۱	۲,۱۴۳	۲,۸۵۷	۰,۰۰۰	۲,۱۴۳	۲,۸۵۷	۲,۵۷۱	۳,۴۲۹	۲,۴۲۹
C8	۱,۸۵۷	۲,۱۴۳	۲,۷۱۴	۲,۷۱۴	۲,۰۰۰	۲,۵۷۱	۱,۵۷۱	۰,۰۰۰	۲,۵۷۱	۲,۷۱۴	۳,۴۲۹	۲,۷۱۴
C9	۲,۰۰۰	۱,۵۷۱	۲,۴۲۹	۲,۲۸۶	۲,۱۴۳	۲,۵۷۱	۱,۸۵۷	۲,۰۰۰	۰,۰۰۰	۲,۲۸۶	۲,۸۵۷	۳,۰۰۰
C10	۲,۱۴۳	۲,۵۷۱	۳,۰۰۰	۲,۰۰۰	۱,۸۵۷	۳,۰۰۰	۲,۵۷۱	۱,۸۵۷	۲,۵۷۱	۰,۰۰۰	۲,۵۷۱	۲,۸۵۷

C11	۲,۲۸۶	۲,۰۰۰	۲,۸۵۷	۲,۱۴۳	۱,۸۵۷	۳,۱۴۳	۲,۲۸۶	۱,۸۵۷	۲,۱۴۳	۲,۰۰۰	۰,۰۰۰	۲,۷۱۴
C12	۱,۸۵۷	۱,۸۵۷	۲,۵۷۱	۱,۸۵۷	۲,۰۰۰	۲,۵۷۱	۱,۷۱۴	۲,۲۸۶	۳,۱۴۳	۲,۰۰۰	۲,۲۸۶	۰,۰۰۰

حال با توجه به رابطه ، نرخ ناسازگاری به صورت زیر بدست می آید:

ابلیت اطمینان نیز با توجه به رابطه (۱)، برابر است با:

$$\frac{1}{21(21-1)} \sum_{i=1}^{21} \sum_{j=1}^{21} \frac{|d_c^{ij(10)} - d_c^{ij(9)}|}{d_c^{ij(10)}} \times 100$$

گام دوم- نرمال سازی ماتریس ارتباط مستقیم

ماتریس میانگین فوق (جدول ۲) را نرمال کرده و آن را ماتریس N می نامیم. در ماتریس ارتباط مستقیم (جدول ۲)، عدد ۳۲,۴۲، بزرگترین حاصل جمع سطر بوده و از حاصل جمع تک تک ستونهای جدول ۲، نیز بزرگتر است. بنابراین تک تک عناصر جدول ۲، بر این عدد تقسیم می گردند. و ماتریس تشکیل شده را ماتریس نرمال شده می نامیم.

گام سوم- محاسبه ماتریس ارتباط کامل معیارها (Tc)

	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12
C1	0	0.0660	0.0837	0.0704	0.0528	0.0837	0.0660	0.0616	0.0837	0.0837	0.0792	0.0969
C2	0.0616	0	0.1057	0.0572	0.0704	0.0881	0.0660	0.0616	0.0969	0.1057	0.0925	0.1057
C3	0.0572	0.0704	0	0.0660	0.0484	0.0792	0.0528	0.0748	0.0881	0.0792	0.0925	0.1013
C4	0.0572	0.0792	0.0792	0	0.0616	0.0881	0.0660	0.0660	0.0837	0.0925	0.0969	0.0837
C5	0.0748	0.0616	0.0925	0.0748	0	0.0969	0.0572	0.0704	0.0925	0.0837	0.0881	0.0969
C6	0.0704	0.0572	0.0837	0.0660	0.0660	0	0.0616	0.0572	0.0704	0.0528	0.0881	0.0925
C7	0.0616	0.0484	0.0837	0.0792	0.0660	0.0881	0	0.0660	0.0881	0.0792	0.1057	0.0748
C8	0.0572	0.0660	0.0837	0.0837	0.0616	0.0792	0.0484	0	0.0792	0.0837	0.1057	0.0837
C9	0.0616	0.0484	0.0748	0.0704	0.0660	0.0792	0.0572	0.0616	0	0.0704	0.0881	0.0925
C10	0.0660	0.0792	0.0925	0.0616	0.0572	0.0925	0.0792	0.0572	0.0792	0	0.0792	0.0881
C11	0.0704	0.0616	0.0881	0.0660	0.0572	0.0969	0.0704	0.0572	0.0660	0.061	0	0.0837
C12	0.0572	0.0572	0.0792	0.0572	0.0616	0.0792	0.0528	0.0704	0.0969	0.061	0.0704	0

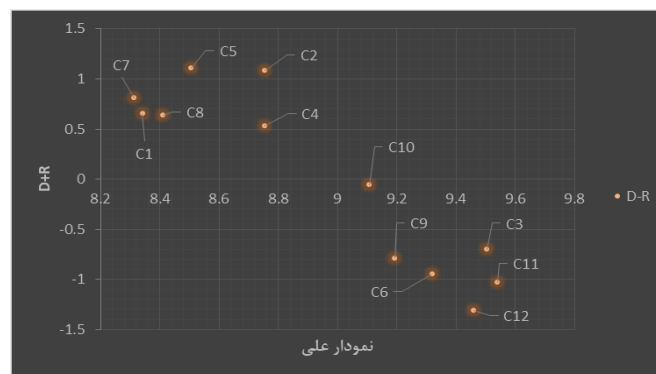
گام چهارم- محاسبه شدت و جهت تأثیر

شاخص r_i نشان دهنده مجموع سطر i ام و C_j بیانگر مجموع ستون j ام است. شاخص $r_i + C_j$ از حاصل جمع سطر i ام و ستون j ام بدست می آید ($i=j$). این شاخص بیانگر میزان اهمیت معیار i ام می باشد. به طور مشابه شاخص $r_i - C_j$ حاصل تفاضل جمع سطر i ام و ستون j ام بوده و نشان دهنده تأثیرگذاری و یا تأثیر پذیری معیار i می باشد. در حالت کلی، چنانچه $r_i - C_j$ مثبت باشد ($i=j$)، معیار i ام جز دسته معیارهای علی یا تأثیر گذار است. چنانچه $r_i - C_j$ منفی باشد ($i=j$)، معیار i ام جزء گروه معیارهای معلول یا تأثیرپذیر است. نمودار علی بر پایه دو شاخص مذکور قابل ترسیم بوده که به نقشه روابط شبکه معروف است. با توجه به این نقشه می توان تصمیم گرفت که چگونه ابعاد و معیارها را می توان بهبود داد.

جدول (۳) محاسبه شدت و جهت تأثیر

معیار	علامت اختصاری	D	R	D+R	D-R
فارغ التحصیلان	c1	4.496933876	3.844122445	8.341056321	0.65281143
انتشارات	c2	4.919107674	3.835577143	8.754684817	1.08353053
منابع مالی	c3	4.402222219	5.101447087	9.503669306	-0.699224867
قرارداد پژوهشی	c4	4.641135868	4.111627632	8.752763499	0.529508236
گواهی ثبت اختراع	c5	4.808269191	3.69749675	8.505765941	1.110772441
کسب و کار زایشی	c6	4.185970359	5.133555811	9.31952617	-0.947585453
فرهنگ سازمانی	c7	4.563379786	3.750080399	8.313460185	0.813299387
ساختار سازمانی	c8	4.524753411	3.88690802	8.411661431	0.637845392
اساتید	c9	4.204258933	4.989099341	9.193358274	-0.784840408
مدیریت کلان	c10	4.5265502	4.580113125	9.106663326	-0.053562925
محتوای دروس	c11	4.254411055	5.284739114	9.539150169	-1.030328059
دانشجو	c12	4.07374066	5.385966365	9.459707024	-1.312225705

با توجه به جدول بالا متغیرهای درون ستون D بیان گر تاثیرگذاری و متغیرهای دارای عدد بالاتر در ستون R بیانگر تاثیرپذیری است. در نهایت جمع و تفریق هر یک از هم بیانگر میزان تاثیرگذاری نهایی هر مولفه می باشد که در نمودار ۱ نشان داده شده است.



نمودار (۱) موقعیت معیارها بر اساس D+R و D-R

معیارهایی که در بالای محور X قرار دارند دارای D-R مثبت هستند این معیارهای جنبه علت دارند و تاثیرگذاری آن‌ها از پذیری آن‌ها بیشتر است که شامل معیارهای گواهی ثبت اختراع (C5)، انتشارات (C2)، فرهنگ سازمانی (C7)، فارغ التحصیلان (C1)، ساختار سازمانی (C8)، قرارداد پژوهشی (C4) و مدیریت کلان (C10) می‌باشند البته مدیریت کلان (C10) به محور X ها بسیار نزدیک است که نشان دهنده این است که تاثیرگذاری و تاثیرپذیری بالایی دارد و البته تاثیرپذیری این معیار از تاثیرپذیری معیارهای قبل خود کمتر است.

معیارهایی که در پایین محور X هستند دارای D-R منفی هستند این معیارها در پژوهش جنبه معلول دارند یعنی از تاثیرپذیری بالاتری برخوردارند که شامل معیارهای منابع مالی (C3)، اساتید (C9)، محتوای دروس (C11)، کسب و کار زایشی (C6)، دانشجو (C12) هستند.

بحث و نتیجه گیری

توسعه کارآفرینی یکی از نیازهای اساسی و جدی در بخشهای مختلف اقتصاد کشور است و میتواند زمینه های برون رفت از این وضعیت رکود و عدم اشتغال را فراهم نماید. در حوزه آموزش (اعم از آموزش عمومی و آموزش عالی) نیز کارآفرینی میتواند گره گشای بسیاری از مشکلات باشد. اگر زمینه های توسعه کارآفرینی آموزشی فراهم شود هم میتواند زمینه توسعه کمی و کیفی آموزش را فراهم آورد و هم به توسعه اشتغال و توسعه نوآوری در این بخش کمک کند. در شرایطی که کاهش منابع سرانه آموزشی و در نتیجه کاهش سرمایه گذاری در آموزش کشور از یک سو، بهره وری پایین و کاهش کیفیت آموزشی به ویژه در مؤسسات آموزشی دولتی و وابسته به دولت از دیگر سو و خیل دانش آموختگان رشته های علوم انسانی و به ویژه علوم تربیتی به عرصه کار از سوی دیگر، بیکاری را به معضل بزرگ اقتصادی و اجتماعی این زمان بدل کرده است، به نظر میرسد که توسعه کارآفرینی آموزشی و ترویج فرهنگ کارآفرینی در بین دانش آموختگان علوم تربیتی یک ضرورت جدی است. تجربه دنیای امروز در جوامع توسعه یافته نشان داده است که نوآوری های مهم و پیشرفته ای تکنولوژیکی طی فرآیند کارآفرینی اتفاق افتاده است. کارآفرینی آموزشی نیز به عنوان یک حوزه نوظهور در نظریات و تجربیات رشته علوم تربیتی در سطح دنیا نشان میدهد که این عرصه نوظهور میتواند به توسعه نوآوریها و ارتقای آموزش کمک نماید. در کشورهای توسعه یافته اهمیت کارآفرینی آموزشی فقط به خاطر مسئله اشتغال در این حوزه نیست، بلکه دلیل اصلی این است که فعالیتهای کارآفرینان هایی که در این کشورها به وجود آمده اند و رشد کرده اند، توانسته اند سهم عمده ای در توسعه نوآوری ها و تکنیکهای پیشرفته و از سوی دیگر تولید ثروت و گسترش آموزش را به خود اختصاص دهند. مهمترین ارکان در « سرمایه » کارآفرینی آموزشی نیز مانند انواع دیگر کارآفرینی ملزومات خاص خودش را دارد. شاید شروع یک فعالیت کارآفرینانه باشد، قطعاً همه آن نیست. دانش تخصصی حوزه علوم تربیتی، توانایی مدیریت، خلاقیت و من میتوانم کار « شناخت ایده و فرصت، دانش اقتصادی، شناخت نیازهای بازار آموزشی» جدیدی را شروع کنم و از همه مهمتر باور داشتن مسائلی هستند که در تولید یک کارآفرین و ایجاد عزم و اراده در وی نقشی اساسی دارند، از طرف دیگر، این باور که کارآفرینی لازم و ضروری است و هر کسی میتواند برای خودش یک فعالیت اقتصادی را آغاز کند، چیزی نیست که یکباره و ناگهان در ذهن کسی ایجاد شود. تصمیم به راه اندازی فعالیت اقتصادی نوپا، نتیجه فرآیندی است که باید از ابتدای کودکی آغاز گردد و در آموزش و پرورش به طور جدی و حساب شده در نظر گرفته شود تا فرد مهارتهای لازم را به درستی فراگیرد. امروزه که کارآفرینی به عنوان موتور محرک توسعه اقتصادی کشورهایی است که از سالهای پیش این ضرورت را دریافته اند، در کنار عوامل دیگری همچون تسهیل قوانین و مقررات، « آموزش »، تجربه این کشورها نشان میدهد که در توسعه کارآفرینی ایجاد مکانیزمهای حمایتی، تبلیغات و فرهنگ سازی، جایگاهی بی بدیل و انکارناپذیر دارد. بر همین اساس است که در بسیاری از دانشگاه های معتبر دنیا درس کارآفرینی نه تنها برای دانشجویان رشته مدیریت، بلکه برای طیف گستردهای از دانشجویان رشته های مختلف ارائه میشود. لذا مشاهده میشود که موضوع کارآفرینی از دو مسیر با حوزه آموزش و علوم تربیتی ارتباط پیدا میکند: یکی آموزشی کارآفرینی که طی آن موضوع کارآفرینی در مدارس و دانشگاه ها در رشته های مختلف تحصیلی آموزش داده میشود و دیگری کارآفرینی آموزشی که همان فرآیند راه اندازی یک کسب و کار نوآورانه در یکی از حوزه های مختلف و متنوع آموزشی است. ما نیز در کشور خودمان اگر به دنبال رشد پایدار ملی هستیم میتوانیم از طریق توسعه کارآفرینی و به ویژه توسعه کارآفرینی در حوزه های نوظهور مثل حوزه آموزش این رشد پایدار را تسریع کنیم. لازمه این امر نیز این است که به مسائل و چالش های ملی و جهانی آموزش از رویکرد کارآفرینی بنگریم و به پرورش و توسعه کارآفرینان به ویژه نسل جوان همت بگذاریم. در این مقاله در بخش کیفی مولفه های موثر بر کارآفرینی توسط مصاحبه (با استفاده از نرم افزار maxqda12) با خبرگان امر کارآفرینی شناسایی شد که از این میان ۱۲ بعد، ۴۵ مولفه و ۱۴۸ کد شناسایی شد. این مولفه ها شامل فارغ التحصیلان، انتشارات، منابع مالی، قرارداد، پژوهشی، گواهی ثبت اختراع، کسب و کار زایشی، فرهنگ سازمانی، ساختار سازمانی، اساتید، مدیریت کلان، محتوای دروس و دانشجو بود. که این یافته ها با نتایج میشل جی گلداسبای (۲۰۱۷) و محمد پور و همکاران (۱۳۹۸)، مهدوی و همکاران (۱۳۹۲) و بادیلینا^۱ (۲۰۱۸) همسو است. در بخش دوم یافته های پژوهش با استفاده از

¹ Budyldina

تکنیک دیمتل مشخص شد که مولفه های اثرگذار شامل گواهی ثبت اختراع، انتشارات، فرهنگ سازمانی، فارغ التحصیلان، ساختار سازمانی، قرارداد پژوهشی و مدیریت کلان هستند که به ترتیب دارای بیشترین تاثیرگذاری هستند و مولفه های منابع مالی، اساتید، محتوای دروس، کسب و کار زایشی و دانشجو مولفه های اثرپذیر در این پژوهش بودند که با پژوهش های کالو^۱ و همکاران (۲۰۱۹)، سیدرات و فریکها^۲ (۲۰۱۸) و چوبداری و همکاران (۱۳۹۸) همسو بود. در آخر باید اشاره کرد با توجه به مصاحبه های انجام شده از اساتید می توان چنین نتیجه گیری نمود که، تمام عوامل در تعامل با هم هستند و برهم اثرگذار از هم اثر می پذیرند. نتایج این پژوهش می تواند در تغییر سیاست های آموزشی تاثیرگذار باشد و مدیران عالی و سیاست گذاران امر کارآفرینی آموزشی، می توانند با توجه به میزان تاثیرگذاری و تاثیرپذیری عوامل، برنامه مدونی برای کارآفرین سازی آموزش و همچنین کارآفرینی های آموزشی نظام آموزش عالی تهیه نمایند. از طرفی به محققین آینده نیز پیشنهاد می شود در زمینه های دیگری همچون میزان انگیزه، امید به زندگی و ... نیز تحقیقاتی انجام شود و به این عوامل اضافه گردد. از طرفی هریک از این عوامل را به صورت آزمایشگاهی، مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار دهند تا بتوانند با حذف و کنترل دیگر متغیرها، از میزان تاثیر خالص هر عامل و مولفه اطمینان حاصل کنند.

منابع

- اعلامی، فرونش، رضایی زاده، مرتضی. ۱۳۹۶. کارآفرینی آموزشی اصول، مبانی و مصادیق، تهران، انتشارات علم استادان
- اکبری، علی اکبر. موسوی خطیر، سید جلال. اسمعیلی گیوی، حمیدرضا. ۱۳۹۹. شناسایی و اولویت بندی مؤلفه های دانشگاه کارآفرین ایرانی با استفاده از روش فراترکیب و تحلیل سلسه مراتبی گروهی. فصلنامه پژوهش در نظامهای آموزشی. ۱۴(۴۸). ص ۱۶۱-۱۸۲.
- چوبداری، محسن؛ قاسم زاده علیشاهی، ابوالفضل؛ مهدیون، روح اله. ۱۳۹۸. پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی. ۹۱. ص ۵۱-۷۶.
- حسینی نیا، غلامحسین و موسوی، سید شمس الدین. ۱۳۹۷. آموزش کارآفرینی در دانشگاه ها، روش ها و چالش ها، فصلنامه آموزش عالی دوره جدید، ۱۱(۴۱)، ص ۵۹-۸۸
- خسروی پور، ب، ایروانی، ه، حسینی، س، م، و محمدمحمدی، س، ح. ۱۳۸۶. شناسایی و تحلیل مولفه های آموزشی موثر بر توانمندی کارآفرینانه دانشجویان مراکز آموزش عالی علمی کاربردی. مجله کشاورزی ایران، ۲(۳۸). ص ۲۰۷-۲۱۷
- سلجوقی، خ. ۱۳۹۲. نقش آموزشهای کارآفرینی در نظام های آموزشی و پرورشی ۱۴۰۴ جمهوری اسلامی ایران. نامه سیاست علم و فناوری، سال دوم، شماره ۲، صص ۸۵-۱۱۰
- غلام الدین، مریم و زهرا مردانی ولدانی، ۱۳۹۳، بررسی تاثیر مشاوره شغلی به سبک شناختی- اجتماعی بر افزایش خود کارآمدی کارآفرینی و خود کارآمدی عمومی دانشجویان دانشگاه آزاد شهرضا، نخستین همایش ملی علوم تربیتی و روان شناسی، مرودشت، شرکت اندیشه سازان مبتکر جوان،
- قاسمی، جواد؛ حسینی، محمود؛ حجازی، یوسف (۱۳۸۸). تحلیل عوامل موثر بر موفقیت اعضای هیات علمی دانشکده های کشاورزی ایران در زمینه ارائه خدمات برون دانشگاهی، آموزش عالی ایران، سال دوم، شماره اول، تابستان.
- محمدپور، سمانه؛ سالارزهی، حبیب الله؛ وظیفه، زهرا؛ یعقوبی، نورمحمد؛ کمالیان، امین رضا (۱۳۹۸). مدیریت در دانشگاه اسلامی. (۸) ۲. ص ۳۶۹-۳۸۶.
- مصطفائی، سید محمدرضا. ملکیان، فرامرز. کاویانی، الهام. کرم افروز، محمدجواد. ۱۳۹۸. طراحی الگوی دانشگاه کارآفرین براساس نظریه داده بنیاد (مطالعه موردی: واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی غرب ایران). مدیریت و برنامه ریزی در نظام های آموزشی. ۲۳. ص ۴۱-۷۴

- Budyldina, N. (2018). "Entrepreneurial Universities and Regional Contribution". *International Entrepreneurship and Management Journal*. 14(2): 265-277.
- Calvo, N., Rodeiro-Pazos, D., Rodríguez-Gulías, M. J., & Fernández-López, S. (2019). What knowledge management approach do entrepreneurial universities need?. *Information Systems*, 85, 21-29.
- Goleman, D. (۲۰۰۹). *Social intelligence: The Revolutionary New science of gum an relationships*, bantam dell publishment.
- Jones, C., & English, J. (2004). A contemporary approach to entrepreneurship education. *Education+ Training*, 46(8/9), 416-423.

¹ calvo

² Sidrat&frikha

- Kannan, G., Haq, A. N., Sasikumar, P., & Arunachalam, S. (2008). Analysis and selection of green suppliers using interpretative structural modelling and analytic hierarchy process. *International Journal of Management and Decision Making*, 9(2), 163-182.
- Karlsson, T., & Moberg, K. C. (2013). Improving perceived entrepreneurial abilities through education: Exploratory testing of an entrepreneurial self-efficacy scale in a pre-post setting. *The International Journal of Management Education*, 11(1), 1-11.
- Michael G. Goldsby, Donald F. Kuratko, Matthew R. Marvel & Thomas Nelson.(2017).Design-Centered Entrepreneurship: A Four Stage Iterative Process for Opportunity Development. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*. Vol. 29, No. 6, 477-490
- Sesen, H., & Ekemen, M. A. (2020). Data on personal and contextual factors of university students on their entrepreneurial intentions in some Turkish universities. *Data in brief*, 105086.
- Sidrat, S., & Frikha, M. A. (2018). Impact of the qualities of the manager and type of university on the development of the entrepreneurial university. *The Journal of High Technology Management Research*, 29(1), 27-34.
- Streeter, D. H., Jaquette, Jr. J. P. and Hovis, K. 2002. University-wide Entrepreneurship Education: Alternative Models and Current Trends. Working Paper, Department of Applied Economics and Management, Cornell University, Ithaca, New York.
- Tashakkori, A., and C. Teddlie (2003). *Handbook of Mixed Methods in Social and Behavioral Research*, First Edition, Sage Publication Inc.
- Wahab, A., & Tyasari, I. (2020). Entrepreneurial leadership for university leaders: A futuristic approach for Pakistani HEIs. *Asia Pacific Management Review*, 25(1), 54-63.
- Zaheer Asghar.M.(2016). An Analysis of the Relationship between the Components of Entrepreneurship Education and the Antecedents of Theory of Planned Behavior. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*. Vol. 10 (1), 45-68