مجله علمی پژوهش درمدیریت ومطالعات اجتماعی (سال چهارم)
شماره ۱۲ / تابستان ۱۳۹۷ / ص ۱۱۴-۱۰۲

دانشگاه کارآفرین در ایران: از رؤیا تا واقعیت

فرشاد عامری فر[۱]، کمال محمد زاده[۲]، علی‌محمد سیاهی اتابکی[۳]

[۱] دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی دانشگاه شیراز

[۲] دکتری برنامه‌ریزی درسی

[۳] دکتری برنامه‌ریزی درسی

نام نویسنده مسئول:

فرشاد عامری فر

چکیده

رشد کارآفرینی و دیگر فعالیت‌های تجاری، پژوهش‌های علمی مؤسسات دانشگاهی را در طول سه دهه گذشته برانگیخته است. مفهوم دانشگاه کارآفرین از جنبه‌ها و دیدگاه‌های مختلفی موردبررسی قرار گرفته است. در هزاره سوم که لازمه رشد اقتصادی، توسعه مراکز تولید دانش، فناوری و مهارت‌های فنی است، از کارآفرینی می‌توان به‌عنوان یکی از مهم‌ترین موتورهای رشد و توسعه یاد کرد. اینجاست که نقش کارآفرین و نیاز به کارآفرینی در جامعه مشخص می‌شود. طبیعی است، بارزترین چیزی که می‌تواند ما را به این مقصود برساند دانشگاه‌ها و مراکز کارآفرینی است. روش پژوهش این مطالعه، اسنادی و بررسی شبکه‌های اطلاعاتی داخلی و خارجی است. در این مقاله پس از بررسی مفهوم دانشگاه کارآفرین، مؤلفه‌های اصلی دانشگاه کارآفرین شناسایی، ضرورت ایجاد دانشگاه کارآفرین تشریح و الگوی بومی دانشگاه کارآفرین ارائه می‌شود.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، نوآوری، دانشگاه کارآفرین، الگوی دانشگاه کارآفرین.

مقدمه

با نگاهی گذرا به تغییرات و تحولات سریع و شگرفی که به‌طور روزافزون در پیرامون ما واقع می‌شود، می‌توان به این نتیجه کلی دست یافت که جوامع بشری در تمامی ابعاد و شئون مختلف فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، علمی و فنّاورانه دستخوش دگرگونی‌های بنیادینی شده‌اند که عنصر ذاتی و مشترک تمامی آن‌ها نمود یافتن و بارز شدن نقش دانایی و علم به‌عنوان منبع و منشأ اصلی چنین تحولاتی است. عامل کلیدی و اثرگذار دیگر بر این تحولات را نیز می‌توان کیفیت تولیدات و قابلیت و توان پاسخگویی سازمان‌ها به نیازهای متکثر و متنوع جامعه و گروه‌های مختلف اجتماعی برشمرد (تقی پور ظهیر، ۱۳۸۵).

سازمان‌ها با به‌کارگیری نوآوری و متنوع ساختن محصولات و خدمات خود می‌توانند به نیازهای محیط پیرامون خود پاسخگو باشند. ماهیت نوآوری پیچیده است و به عوامل مختلفی بستگی دارد. زیرساخت‌های نهادی، نظام اقتصادی، چارچوب حقوقی، مبانی دانش و سیاست‌های توسعه حکومت، عواملی هستند که بر نوآوری تأثیر می‌گذارند. ارتباطات بین‌المللی، دسترسی جهانی به علم و تولید دانش محرک نوآوری هستند. بااین‌حال، نوآوری یک فرایند پویا و غیرخطی است. یک دانشگاه کارآفرین[1]نقش مهمی در تحقق نوآوری اقتصادی و افزایش رقابت جهانی و رفاه اجتماعی بازی می‌کند (الکساندر، ۲۰۱۲).

بیان مسئله، اهمیت و ضرورت

امروزه، تقریباً تمامی سازمان‌ها با محیطی پویا که تغییرات سریع فناوری، کوتاه شدن چرخه‌ی زندگی تولید و جهانی‌شدن از مشخصه-های بارز آن تلقی می‌شود، روبه‌رو هستند. در چنین محیطی، سازمان‌ها، به‌ویژه سازمان‌هایی که فناورمحور هستند، خلاقانه‌تر و نوآورتر از قبل برای زنده ماندن، به رقابت پرداخته (گامسلوگلو و ایلسو، ۲۰۰۹) و توسعه‌ی فرهنگ کارآفرینی را به‌عنوان یک سازوکار مهم در نظر گرفته‌اند (وولارد و همکاران، ۲۰۰۷). کارآفرینی دانشگاهی به‌عنوان یکی از ارزش‌های ایجادشده توسط دانشگاه‌ها، مأموریت خود را به‌عنوان یک دانشگاه کارآفرین[1]علاوه بر آموزش و پژوهش به رسمیت شناخته است. "دانشگاه کارآفرین " این مأموریت را به‌وسیله فن‌آوری به فعالیت موسسه انتقال داده است. "کارآفرین علمی " را می‌توان به‌دقت به‌عنوان یک عضو هیئت‌علمی، پژوهش سطح پیشرفته دانشجو در یک دانشگاه و یا ایجاد یک سازمان جدید، نوآوری، اختراع و راه‌حل به‌عنوان یک فرصت تجاری در بازار تعریف کرد (ازگل، ۲۰۱۵). در آموزش عالی ایران برنامه‌ی سوم توسعه‌ی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور، با عنایتی که به موضوع کارآفرینی داشته است تصویب طرح توسعه‌ی کارآفرینی در دانشگاه‌های کشور (کاراد) انجام‌شده که به فعالیت‌هایی در سطح برخی از دانشگاه‌های کشور منجر شده است (طالبی و یکتا، ۱۳۸۷، ص ۱۱۲).

گزارش‌ها و اسناد موجودّ نشان می‌دهد که دانشگاه‌های کشور (دولتی و غیردولتی) با بحران‌ها و چالش‌های درونی متعددی در زمینه‌های تأمین منابع مالی، پاسخگویی به تقاضای روزافزون اجتماعی، حفظ استانداردهای کیفیت آموزش، تأکید بر پژوهش‌های علمی و الگوهای مؤثر مدیریت و رهبری دانشگاهی مواجه می‌باشند. از سوی دیگر دانشگاه‌ها تحت تأثیر نیروهای بیرونی قدرتمندی همچون انفجار دانش، جهانی‌سازی، گسترش شبکه‌های ارتباطی و اطلاعاتی(ICT)، جذب نخبگان و مغزها از سوی رقبا و ضرورت به‌کارگیری الگوهای نوین و غالب مدیریت و رهبری کارآفرین واقع هستند. لذا برآیند و تعامل این فشارهای درونی و بیرونی ایجاد تحولات بنیادین در ساختار و مدیریت دانشگاهی را ضروری و حیاتی نموده است. به عبارت دقیق‌تر چنانچه دانشگاه‌های کشور بخواهند ضمن کاهش و برطرف ساختن مشکلات درونی خود به نحو مؤثری با تغییرات و تحولات محیطی سازگار شوند، باید از طریق انجام مطالعات گسترده و عمیق، مدل مفهومی و نظری کارآمد و اثربخشی را برای طراحی و مدیریت علمی و اجرایی خود تدوین نمایند. صاحب‌نظران و اندیشمندان حوزه آموزش عالی، کارآفرینی را شرط بقا و توسعه دانشگاه‌ها به شمار می‌آورند. سیاست‌های کلان کشور و طرح نظام ملی نوآوری، نیز توجه به کارآفرینی را در زمان تدوین برنامه سوم توسعه به‌ویژه در سطح چند وزارتخانه مطرح ساخته است (تقی پور ظهیر، ۱۳۸۵)؛ بنابراین این پژوهش بر آن است تا به بررسی مفهوم دانشگاه کارآفرین بپردازد، مؤلفه‌های اصلی دانشگاه کارآفرین را شناسایی کند، ضرورت ایجاد دانشگاه کارآفرین را نمایان سازد و الگوی بومی دانشگاه کارآفرین را طراحی و ارائه نماید.

---

[1] Entrepreneurial university

[۲] مراجعه شود به : "چالشهای آموزش عالی در ایران". سخنرانی افتتاحیه وزیر علوم در هشتمین اجلاس هیأتهای امنای دانشگاهها نشریه نمود، شماره ۸، آبان ۸۲ .

"جایگاه مطلوب آموزش عالی در کشور"، جلال رسولاف، مدیر عامل بانک کشاورزی، فصلنامه علم و آینده، شماره ۲، تابستان ۸۱

مبانی نظری و پیشینه پژوهش:

مفهوم کارآفرینی و دانشگاه کارآفرین

کارآفرینی: واژه کارآفرینی در اصل از زبان فرانسه " Entrepreneurship "گرفته‌شده و به سایر زبان‌ها راه‌یافته است. انگلیسی‌ها سه اصطلاح متفاوت را در خصوص کارآفرینی بکار گرفته‌اند: ماجراجو[۳] متعهد[۴] کارفرما[۵] کارآفرینی به‌عنوان شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار در رابطه با شغل فرد تعریف‌شده است (فرس و جی نیک، ۲۰۱۴). اهمیت رو به رشد کارآفرینی برای کارهای حرفه‌ای به‌طور کامل شناخته‌شده است (هیسریچ و همکاران، ۲۰۰۷) و تعامل با کارآفرینی به‌عنوان یک رفتار حرفه‌ای انطباقی، با در نظر داشتن چالش‌های گوناگون، خطرهای شغلی و فرصت‌هایی که با تغییرات گسترده اقتصادی، فناورانه و اجتماعی همراه هستند، در سراسر جهان‌دیده می‌شوند (ایچنکا و همکاران، 2011). "کارآفرینی فرایندی از ارائه اندیشه‌های تازه و نو، بهره‌گیری از امکانات و فرصت‌های موجود با تکیه بر دانش، پیشه و کار مربوط به آن و پذیرش خطر است"(رحیمی، ۱۳۸۰). کارآفرینی پلی میان زایش ایده، تولید و انجام خدمات، مبادله اطلاعات و کالاست (هاشمی، ۱۳۸۰). کارآفرینی عاملی است که عوامل گوناگون را در کنار یکدیگر قرار می¬دهد تا بهره¬برداری از منابع و فعال شدن آن‌ها در جهت بهره-وری و تأمین منافع ملی میسر گردد و مؤسسات بهره¬ور و خلاق ایجاد شوند که موجب رشد و توسعه همه-جانبه باشند (همان). کارآفرینی فرآیندی است که فرد کارآفرین به ایده¬های نو و خلاق و شناسایی فرصت‌های تازه و با بسیج منابع، مبادرت به ایجاد پیشه و کار و شرکت‌های نو، سازمان‌های جدید و نوآور و رشد یابنده می¬کند. این فرآیند که مستلزم پذیرش خطر و ریسک است، منجر به عرضه محصول یا خدمت تازه به جامعه می¬شود (مقیمی، ۱۳۸۱). کارآفرینی ناظر به رفتارها و فعالیت‌های خطرپذیر و نوآور و بهره¬گیری از فرصت‌هایی و کارآفرینان کسانی هستند که همراه با خطرپذیری، فرصت‌هایی را غنیمت می‌شورند و با تکیه بر اندیشه¬ها و تجربه¬های خویش راهکارهای تازه برای سودآوری جستجو می¬کنند (جهانگیری، ۱۳۸۰). کارآفرینی فرآیندی است که منجر به ایجاد رضایتمندی یا تقاضای تازه می¬شود. کارآفرینی عبارت از فرآیند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه¬ای منحصربه‌فرد از منابع به‌منظور بهره¬گیری از فرصت‌ها است (احمد پور داریانی، ۱۳۷۹). کارآفرینی پدیده‌ای راهبردی و نیرویی هدایت¬کننده است. کارآفرینی فرآیند بلندمدت آموزشی و پرورشی است که مستلزم برنامه¬ریزی در نظام آموزشی و پژوهشی و اجرای برنامه¬های از پایگاه خانواده و مدرسه تا دانشگاه و سازمان است و باعث به حرکت درآمدن چرخه فعالیت‌های اقتصادی کشور می¬شود (هاشمی، ۱۳۸۰).

دانشگاه کارآفرین

برای تبدیل شدن دانشگاه به دانشگاه کارآفرین چندین چالش اساسی شناسایی‌شده است. نه‌تنها ما هنوز فاقد یک تعریف روشن از دانشگاه کارآفرین هستیم، بلکه هیچ فرهنگ مشترکی میان بازیگران کلیدی که باید با چالش مورد نیاز روبرو شوند-اعضای هیئت‌علمی دانشگاه- وجود ندارد. شاید ما به یک تعریف نظری قوی نیاز نداشته باشیم؛ در عوض، نیازمند آن هستیم که بدانیم نقش کلیدی دانشگاه در بازی حال حاضر اقتصاد چیست (اتزکوایتز، ۲۰۱۶). نبود الگوی نقش کارآفرینی، عدم وجود یک فرهنگ کارآفرینی در سراسر موسسه و فقدان یک سیستم پاداش، برخی از موانع اصلی هستند که فیلپات و همکاران بدان اشاره‌کرده‌اند. فعالیت¬های کارآفرینی در دانشگاه¬ها تحت تأثیر تغییر دو عامل مهم قرار دارند: ساختار بودجه و انتظارات؛ که بر شروع بکار شرکت‌های جدید و درک جدید تکنیک¬های تجاری تأثیر می‌گذارد. بااین‌حال؛ دستیابی به شخصیت‌های کارآفرین در نهادهای علمی با چالش‌های مرتبط با " فرهنگ کارآفرینی " مواجه است. این شرایط بر فعالیت‌های کارآفرینی تأثیر می‌گذارد (فیلپات، ۲۰۱۱). به‌هرحال، سازمان یا دانشگاه کارآفرینانه را می¬توان به¬عنوان نظام توانمندسازی افراد تلقی کرد که خلاقیت و نوآفرینی آن‌ها را به¬طور برنامه‌ریزی‌شده و سنجیده به کار می¬گیرد (میرزایی اهرنجانی و مقیمی، ۱۳۸۲، ص۱۱۰). یکی از محورهای مهمی که در بحث دانشگاه کارآفرین وجود دارد، بحث چگونگی کارآفرین شدن و انجام اقدام¬های کارآفرینانه توسط دانشگاه است (قناتی و دیگران، ۱۳۸۹، ص۱۱۷).

کلارک به‌عنوان یکی از صاحب‌نظران مهم و از اولین کسانی که دانشگاه کارآفرین را در اروپا مطرح کرده، اعتقاد دارد که در هزاره‌ی جدید دانشگاه‌های پویا دانشگاه‌هایی هستند که کارآفرین باشند و بتوانند ارزش‌های تخصصی و مدیریتی را تلفیق کنند (احمدی، ۱۳۹۰، ص۳۶۷). دانشگاه کارآفرین اصولاً به مفهوم داشتن کنش کارآفرینانه در راهبردها، ساختارها و عملکردهای دانشگاه می-باشد (فکور، ۱۳۸۷). توانایی برای تنظیم یک مسیر استراتژیک اولین قدم به‌سوی یک دانشگاه کارآفرین

---

[۳] Adventurous
[۴] committed
[۵] employer

است که شرط لازم است اما کافی نیست. گام دوم تعهد به دیدن دانش توسعه‌یافته در دانشگاه است که برای استفاده، به‌ویژه در منطقه محلی خود است. این موضوع می‌تواند به اشکال مختلف، ازجمله توسعه قابلیت‌های داخلی انتقال فن‌آوری و تجاری‌سازی تحقیقات و همچنین نقش‌های مشترک، با کسب‌وکار دولت و جامعه مدنی، به شرکت در ایجاد و اجرای یک استراتژی مبتنی بر دانش توسعه منطقه تحقق یابد (اتزکوایتز، ۲۰۱۶).

کلارک با بررسی پنج دانشگاه برجسته¬ی اروپایی، مسیرهای تغییرات سازمانی برای تبدیل شدن به دانشگاه کارآفرین را در ایجاد هسته¬ی مدیریتی قوی، گسترش مرزهای ساختاری، ایجاد فرهنگ کارآفرینانه در کل سازمان دانشگاهی، ایجاد پایه¬ی دانشگاهی قوی و ایجاد تنوع در منابع مالی می-داند (کلارک، ۱۹۹۸). در مسیر تبدیل دانشگاه‌ها به الگوی دانشگاه کارآفرین لازم است آن‌ها ابعاد ساختاری، مدیریتی و فرهنگی خود را متحول کرده و با گسترش زیرساخت‌های موردنیاز، زمینه را برای ایفای کارکردهای جدیدتر فراهم کنند (فکور، ۱۳۸۷). کراتکو و همکارانش در سال ۱۹۹۰ بعد از تحلیل عاملی عوامل برگرفته‌شده از مطالعه کارآفرینی حمایت مدیریت، نظام پاداش، نبودن دانشگاه‌ها در ارتقا به سازمان کارآفرین تا حد زیادی به طبیعت ذاتی سازمان‌های بزرگ ازجمله؛ ماهیت غیرشخصی روابط، ساختار سلسله مراتبی، فرهنگ‌سازمانی محافظه‌کارانه، نیاز به کنترل و پایبندی به قوانین و شیوه¬ها، روش¬های نامناسب جبران خسارت و ... برمی‌گردد (کایربای، ۲۰۰۶). با توجه به متداخل بودن ابعاد ارائه‌شده توسط محققان مختلف، در یک دسته¬بندی بهتر، می¬توان گفت، آنچه دانشگاه کارآفرین را از سایر الگوهای سنتی دانشگاهی متمایز می¬کند، ابعادی مانند ساختار، فرهنگ و مدیریت رایج سازمان است. این عوامل به¬طور منفرد و نیز به¬طور ترکیبی، پیش-شرط¬ها و مقدمه¬های مهمی برای ارتقای دانشگاه به سازمان کارآفرین به شمار می¬روند، زیرا محیط داخلی سازمانی را متأثر می¬سازند، محیطی که تمایل به اقدامات کارآفرینانه و حمایت از آن‌ها را در یک سازمان تعیین می¬کند (شائمی، ۱۳۸۷).

می یرز (۲۰۱۱) بر این باوراست که کارآفرینی دانشگاهی به‌عنوان یک ارزش در دانشگاه‌ها تلقی می¬شود زیرا به استادان، دانشجویان و ذینفعان خود خدمت می¬کنند. به‌طور خاص، دلایل مختلفی وجود دارد که چرا مؤسسات آموزشی باید کارآفرینی را به‌عنوان یک ارزش تلقی نمایند.

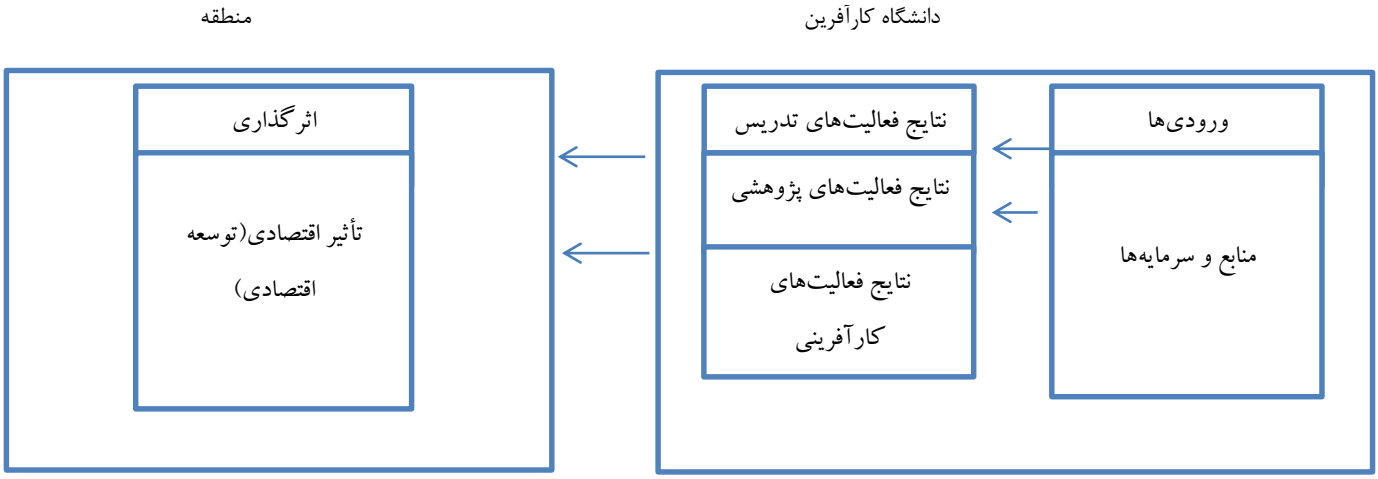
الف) کمک به نوآوری ب) درآمدهای تجاری، فناوری‌ها و اختراعات ج) مزیت رقابتی در جذب هیئت‌علمی بسیار خبره و دانشجویان بااستعداد د) فراهم کردن دانش، مهارت و توانایی‌های متناسب جهت موفقیت دانشجویان صرف‌نظر از انتخاب حرف خود ه) تطابق با نیاز بازار

م) پرورش تفکر خلاق (می یرز، ۲۰۱۱).

بنابراین در مقاله سعی شده است با بررسی ابعاد و مؤلفه‌های اصلی دانشگاه کارآفرین، به توسعه یک الگوی بومی دانشگاه کارآفرین پرداخته شود.

دانشگاه کارآفرین، مأموریت، ویژگی‌ها و مشارکت آن در توسعه اقتصادی

یک دانشگاه کارآفرین به‌وسیله سازگاری سازمانی¬اش با تغییرات محیطی (کلارک، ۱۹۹۸)، تمایزات مدیریت و حاکمیتی¬اش (سابوتزکی، ۱۹۹۹)، توسعه فعالیت‌های جدید و فرهنگ کارآفرینی در همه سطوحش (کایربای، ۲۰۰۲) مشارکتش در توسعه اقتصادی با خلق رویدادهای جدید (کریسمن و همکاران، ۱۹۹۵) و تجاری‌سازی پژوهش¬هایش (جاکوب و همکاران، ۲۰۰۳) شناخته می‌شود. با به‌کارگیری این پارامترها، دانشگاه کارآفرین توانایی نوآوری، تشخیص، خلق فرصت‌های جدید، کار تیمی، خطر کردن و پاسخ به چالش‌ها را دارد (گیررو، ۲۰۱۵). به‌طورکلی دانشگاه کارآفرین، محیط مناسبی را برای دانشجویان، دانشگاهیان و کارکنانش برای بررسی فعالیت‌های کارآفرینانه فراهم می‌کند (ادرش، ۲۰۱۲). دانشگاه کارآفرین نیازمند داشتن ۳ مأموریت به‌طور کامل است که بدون وجود هریک از آن‌ها نمی¬تواند به رسالت خود دست یابد: آموزش، پژوهش و کارآفرینی (گیررو، ۲۰۱۵). از طریق پیامدهای این مأموریت‌ها، دانشگاه کارآفرین به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم در توسعه اقتصادی شهر، منطقه و کشوری که در آن واقع‌شده است مشارکت می‌کند (شکل شماره ۱).



شکل شماره ۱: چارچوب مفهومی دانشگاه کارآفرین/ نکته: در این پژوهش آزمون نشده است.
اقتباس از (گیررو، ۲۰۱۵)

آنچه به‌وضوح در شکل فوق نمایان است ۳ نسل دانشگاه است که عبارت¬اند از: نسل اول، دانشگاه¬های آموزشی، نسل دوم: دانشگاه¬های پژوهشی و نسل سوم: دانشگاه کارآفرین که هرکدام به ترتیب بر محور آموزش، پژوهش و کارآفرینی شکل‌گرفته‌اند. مفهوم دانشگاه کارآفرین مفهومی تراکمی است که هم‌زمان علاوه بر اینکه وظایف و مأموریت‌های آموزش و پژوهش را انجام می‌دهد، مهارت‌های نوآوری، خلاقیت و کارآفرینی را توسعه می‌دهد. ظهور دانشگاه‌های کارآفرین، دانشگاه‌های فاصله گرفته از جامعه و صنعت را به دانشگاه‌هایی تبدیل کرده است که در ارتباط با صنعت و جامعه هستند. دانشگاه کارآفرین دانش تولیدشده خود را برای استفاده و کاربرد به بخش‌های اقتصادی و صنعتی جامعه تزریق می¬کند.

ویژگی دانشگاه‌های کارآفرین بر اساس گزارش NESTA

۱- مدل موضوع محور: با این هدف که دانش و مهارت درباره کارآفرینی در کل برنامه درسی دانشگاه وارد کند.

۲- یادگیری (آموزش) در این دوره بخشی از برنامه درسی همراه با موضوع‌های مختلف است. نتایج یادگیری در این مدل مبتنی بر عمل است.

۳- رفتارهای کارآفرینی، ویژگی‌ها و مهارت‌ها از طریق تعامل مستقیم با صنعت ایجاد می‌شود.

۴- روش‌های آموزشی و توسعه دانشکده‌ها که از رویکردهای عمیق یادگیری و یادگیری پروژه‌ای حمایت می‌کند.

ابراهیم پور وهمکاران (۱۳۹۱) ویژگی‌های دانشگاه‌های کارآفرین را چنین برمی‌شمرد:

۱- ارتباط صنعت و جامعه

۲- ایجاد مراکز رشد و پارک‌های فناوری

۳- آموزش مهارت‌های شغلی و مدیریتی

۴- تولید دانش برای استفاده در بخش‌های اقتصادی

۵- حمایت آموزشی، مالی و بازاریابی از کارآفرینان

۶- استقبال از ایده‌های جدید و خلاق

۷- خلق مشاغل جدید

۸- توسعه صنایع و فناوری‌های جدید مبتنی بر پژوهش‌های دانشگاهی

۹- توسعه روحیه کارآفرینی در این دانشجویان

ازنظر او شی و همکاران (۲۰۰۵) ویژگی دانشگاه کارآفرین به شرح ذیل است:

۱- دیدگاه از بالا به پایین، استراتژی و رهبری

۲- تعریف دقیق از اهداف یادگیری کارآفرینی برآمده از برنامه درسی

۳- دارای شبکه‌های داخلی و خارجی مقاوم

۴- فرهنگ نوآوری

۵- فرصت‌های یادگیری تجربی و انتقال دانش

اقدام‌های مؤثر در کارآفرین¬تر شدن دانشگاه¬ها

از دیدگاه اتزکویتز برای تبدیل یک دانشگاه به دانشگاه کارآفرین سه مرحله وجود دارد که کیفیت هر مرحله معمولاً و ضرورتاً بر اساس کیفیت مراحل قبلی است و البته ممکن است ترتیب مراحل برحسب ویژگی‌های محیطی معکوس گردد. در مرحله ابتدایی مؤسسه دانشگاهی، دیدگاهی راهبردی برای خود اتخاذ کرده و توانایی تنظیم و تعیین اولویت‌های خود را کسب می‌کنند. در مرحله دوم مؤسسه دانشگاهی نقش فعالی را در تجاری‌سازی دارائی‌های فکری حاصل از فعالیت‌های اساتید و دانشجویان خود پیدا می‌کنند. در مرحله سوم مؤسسه دانشگاهی نقش پیشرویی را در بهبود محیط نوآوری محلی خود از طریق همکاری با صنعت و دولت ایفا می‌کنند (کلارک، ۱۹۹۸).

برحسب بررسی پنج دانشگاه برجسته اروپایی مسیرهای تغییرات سازمانی جهت تبدیل‌شدن به دانشگاه کارآفرین را این‌گونه می‌توان جمع‌بندی کرد:

-ایجاد هسته رهبری قوی: دانشگاه کارآفرین دارای مدیریتی قوی است که با داشتن چشم‌انداز و تنظیم راهبردها آن را اداره می‌کند.

-گسترش مرزهای ساختاری (مانند ایجاد دفتر انتقال فناوری) و ایجاد سازوکارهایی جهت تعامل با محیط خارج از دانشگاه (صنعت و منطقه)

-ایجاد تنوع در منابع مالی دانشگاه کارآفرین کاملاً وابسته به بودجه دولتی نیست، بلکه دارای جریان‌های نوآوری چندگانه و متوازی است.

-ایجاد پایه دانشگاهی قوی، جهت بهترین بودن در بین سایر دانشگاه‌ها، داشتن تحقیقات چند رشته‌ای و بین‌رشته‌ای ضروری است

-ایجاد فرهنگ کارآفرین یکپارچه در کل مؤسسه دانشگاهی (پیکری فر و همکاران،۱۳۹۱).

ضرورت ایجاد دانشگاه کارآفرین

با تأکید بر نقش آموزش در تربیت نیروهای انسانی یک جامعه و نقش اساسی آن در فرآیند توسعهٔ ملی، مردم یک جامعه از نظام‌های آموزشی به‌طور عام و نظام آموزش عالی به‌طور خاص انتظار دارند تا در ساختار توسعهٔ همه‌جانبه یک کشور سهیم باشند. چنانچه نظام آموزش عالی از توانایی پاسخگویی به نیازهای جامعه و دانشجو درزمینهٔ آموزش و تربیت نیروی انسانی، پژوهش و انجام خدمات مشاوره¬ای، امکان رشد و تعالی و انطباق با تحولات شگرف علمی ـ فنّاورانه و محیطی برخوردار باشند، در آن صورت به‌عنوان یک نظام پویا و کارآمد و اثربخش قادر به رقابت در عرصه پر تحول خواهد بود. همچنین 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 خواهند ماند. موفقیت آینده دانشگاه‌ها وابسته به توان پاسخگویی آن‌ها در مقابل تغییر و تحولات 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 شیوه¬های کاملاً نو و متفاوت از گذشته اداره کنند تا امکان بقاء و رشد دانشگاه‌ها مقدور گردد.

از طرفی به‌زعم آراسته (۱۳۸۲) هم‌اکنون شاهد افزایش شمار دانش‌آموختگان در عین ناکامی آنان در فعالیت در رشته‌های تحصیلی خود، افزایش نارضایتی از نظام آموزش عالی و ناکامی دولت‌ها در حل چالش‌های کشور هستیم (جهانگیری، ۱۳۹۴). درواقع، دانشگاه‌ها تنها در مسیر آموزش دانش تخصصی به دانشجویان فعال بوده‌اند و در دو مسیر مهارت‌های کسب‌وکار و توانایی‌های کارآفرینی به‌عنوان دو جهت راهبردی فعالیت نکرده¬اند (احمدپورداریانی، ۱۳۸۲). در بیشتر کشورها تغییر شرایط و نیازهای جامعه موجب دگرگونی رسالت دانشگاه‌ها؛ از آموزش به پژوهش و سپس کارآفرینی شده است (شریف‌زاده و همکاران، ۱۳۹۲). لذا ایجاد تغییر و تحول اساسی و زیر بنایی در کلیه ابعاد و ارکان بزرگ‌ترین نظام‌های آموزشی (دانشگاه) امری حیاتی و از مباحث حاد دنیای امروز است. ایجاد تحول و دگرگونی در نظام‌های آموزش عالی و دانشگاه‌ها به‌عنوان یک ضرورت حیاتی در مسیر توسعه از یکسو نیازمند مطالعه جامع مبانی نظری و از سوی دیگر مستلزم شناسایی دقیق تنگناها، محدودیت‌ها، نقاط قوت و ضعف و تهدیدها و فرصت‌های موجود است. گرچه مطالب فوق ضرورت‌های اساسی ایجاد دانشگاه کارآفرین را نشان می¬دهد، لیکن به‌منظور بیان دقیق‌تر ضرورت و اهمیت آن، می¬توان به موارد زیر اشاره نمود: انجام رسالت‌های دانشگاه از طریق روش‌های مرسوم و سنتی نه‌تنها مشکلات موجود را کاهش نمی¬دهد، بلکه موجب ایجاد بحران‌های جدیدی خواهد شد که ضرورت ایجاد تغییرات اساسی در برنامه¬ها و مدیریت و رهبری دانشگاه¬ها را الزامی می¬نماید. در کشور ما بیشتر دانشگاه‌ها در نسل اول و تعداد محدودی از آن‌ها در نسل دوم به سر می‌برند و هنوز نسل سوم دانشگاه‌ها در ایران به‌طورجدی مطرح نشده است. به همین اساس است که بسیاری از دانش‌آموختگان به دلیل نداشتن مهارت‌های کارآفرینی لازم وقتی در بازار کار توفیق نمی‌یابند، بیکار می¬مانند (ابراهیم پور کومله و همکاران، ۱۳۹۱). در ایران عدم ارتباط صنعت و دانشگاه که هدف اصلی دانشگاه‌های نسل سوم است، باعث شده است که باوجود افراد متخصص و خلاق در کشور بر اساس آمار سال ۱۳۹۰ حدود ۷۰۰ هزار فارغ‌التحصیل بیکار در کشور وجود داشته باشد (خدادشهری، ۱۳۹۰).

گسترش مفهوم کارآفرینی، نوآوری و خلاقیت در کلیه زمینه¬های تولیدی و خدماتی، دانشگاه‌ها را ملزم به توجه دقیق به مفهوم کارآفرینی نموده است. دانشگاه‌ها برای حفظ موقعیت برتر خود در تولید، توزیع و انتشار دانش ناگزیر از پذیرش مفهوم کارآفرینی در آموزش دانشجویان، انجام پژوهش‌های نیاز محور و کاربردی و پاسخگویی دقیق به نیازهای مشاوره تخصصی هستند. بحث کارآفرینی در دانشگاه‌ها تاکنون بیشتر بر جنبه¬های آموزش و ترویج این مفهوم تأکید داشته و ایجاد دانشگاه کارآفرین در دو بعد سخت‌افزاری و نرم‌افزاری نیازمند ارائه چهارچوب مفهومی دقیق است که از طریق مطالعات تطبیقی و انجام پژوهش‌های کاربردی و توسعه¬ای امکان¬پذیر خواهد شد.

مقایسه دانشگاه سنتی (برج عاج) و دانشگاه کارآفرین، به‌خوبی این مسأله را خاطرنشان می‌کند که دانشگاه‌های سنتی دیگر قادر به پاسخگویی به نیازهای محیطی نیستند و رفته‌رفته جایگاه خود را در جامعه از دست می‌دهند (شکل شماره ۲).

ردیف	دانشگاه برج عاج	دانشگاه کارآفرین
	ایزوله از جامعه	باز و در خدمت جامعه بیرونی
	تدریس در محوطه دانشگاه	تدریس در و بیرون از محوطه دانشگاه
	تولید دانش برای خود	تولید دانش چند ظرفیتی
	جریان پر پیچ‌وخم پژوهش‌های پایه	منابع متعدد ورودی برای هدایت پژوهش
	دانش مفید تصادفی	به دنبال دانش مفید
	ذینفعان منفرد داخلی فقط از جامعه علمی	ذینفعان چندگانه داخلی و خارجی
	عملکرد برای خود- پایداری	مشارکت معنادار در توسعه منطقه
	ذهن علمی	اخلاق کارآفرینی

شکل شماره ۲: تضاد بین دانشگاه سنتی (برج عاج) و دانشگاه کارآفرین
(اتزکوایتز، ۲۰۱۶ با اندکی تلخیص)

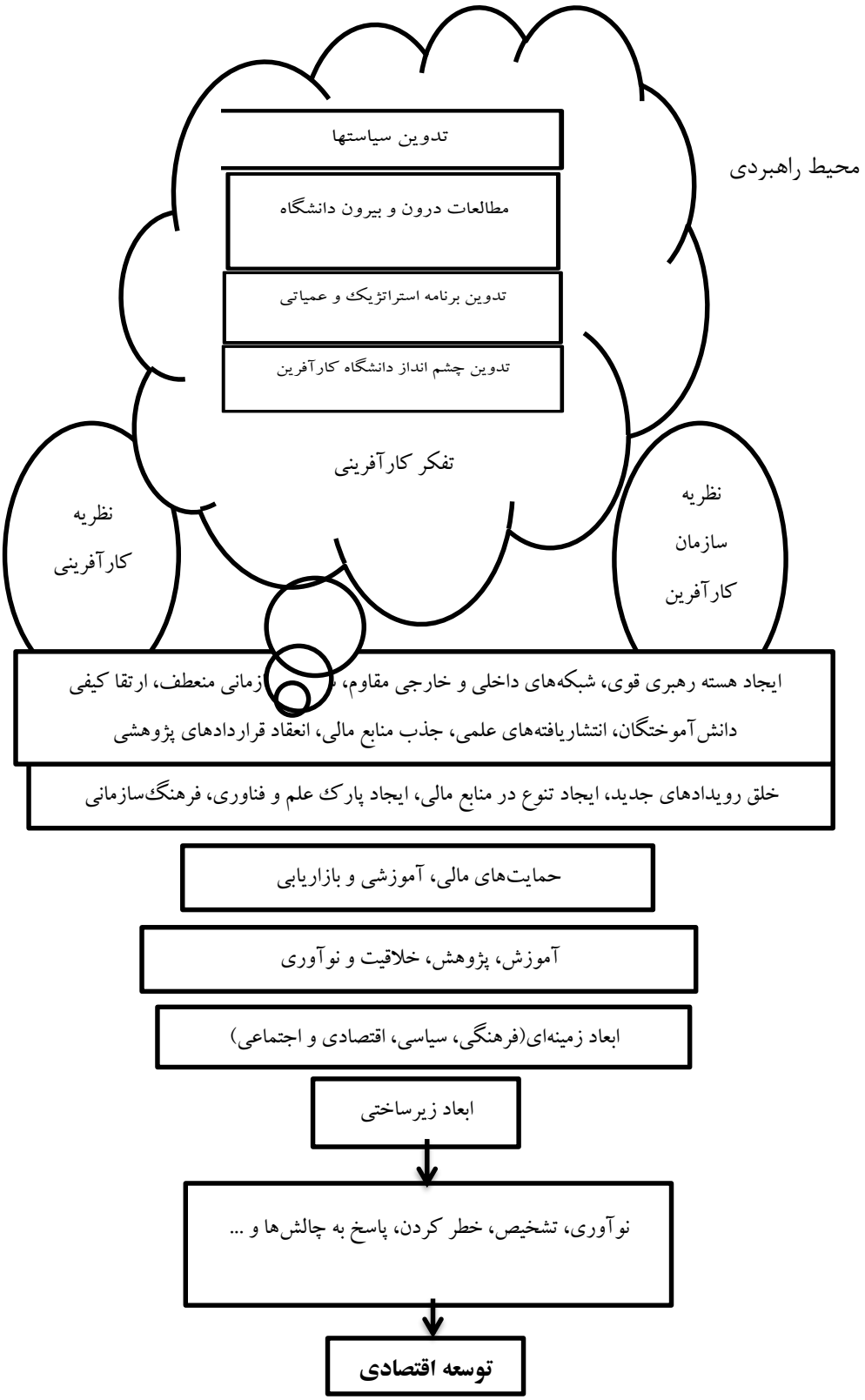
مدل دانشگاه کارآفرین ممکن است به‌عنوان چهار گزاره مرتبط بیان شود: گزاره ۱. تعامل: دانشگاه کارآفرین تعامل نزدیک با صنعت و دولت دارد؛ دانشگاه یک برج عاج جداشده از جامعه نیست. گزاره ۲. استقلال: دانشگاه کارآفرین یک نهاد مستقل است؛ دانشگاه کارآفرین یک موجود وابسته به حوزه نهادی دیگری نیست. گزاره ۳. پیوند زنی: از تنش بین اصول تعامل و استقلال، انگیزه¬ای برای ایجاد اشکال سازمانی ترکیبی برای تحقق بخشیدن به هر دو هدف به‌طور هم‌زمان فراهم می¬آورد. گزاره ۴. تأثیر متقابل: ساختار داخلی دانشگاه به‌عنوان ارتباط با تغییرات صنعت و دولت وجود دارد و رابطه خود را با دانشگاه تجدیدنظر کرده است. گزاره اول و دوم ممکن است اصول اساسی آموزش و پژوهش دانشگاه باشد؛ هر چهار عنصر باهم برای یک دانشگاه کارآفرین تمام‌عیار لازم است (اتزکوایتز، ۲۰۱۶).

توسعه الگوی بومی دانشگاه کارآفرین

اگرچه ما شاهد توسعه سریع دانشگاه‌های کارآفرین در سه دهه گذشته هستیم، اما بهترین روش برای توسعه مناسب زمینه‌های سازمانی برای دانشگاه‌های کارآفرین هنوز یک بحث چند سطحی است (چانگ، ۲۰۱۶). تقاضای روزافزون اجتماعی، کمبود و محدودیت منابع، گسترش سریع مرزهای دانش بشری و درنتیجه دانایی محور شدن کلیه فعالیت‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، ظهور پرقدرت رقبای دانشگاهی حقیقی و مجازی و افزایش انتظارات اجتماعی و ضرورت پاسخگویی دانشگاه‌ها و ... موجب گردیده است مدیران، برنامه¬ریزان و سیاست‌گذاران آموزش عالی بیش‌ازپیش به خلاقیت و نوآوری در تأمین و تخصیص بهینه منابع مالی و برنامه‌ریزی‌های دقیق‌تر و متناسب با نیازهای محیطی و درونی دانشگاه روی‌آورند. ایجاد و توسعه مفهوم «دانشگاه کارآفرین» به‌عنوان یکی از ضرورت‌ها و

راهکارهای اساسی در پاسخگویی به شرایط فوق بوده است. دانشگاه کارآفرین به‌عنوان یک‌نهاد علمی، پژوهشی و تخصصی ضمن پرداختن به کارکردهای سنتی و مرسوم خود، به مفاهیم، الزامات و ویژگی‌های کارآفرینی در تمامی فعالیت‌ها توجه ویژه می¬نماید. مفهوم کارآفرینی در دانشگاه مستقیماً متأثر از نظریه سازمان کارآفرین بوده و مبانی نظری آن نیز از مفاهیم و اصول بنیادین آن نشأت گرفته است. بااین‌وجود مفهوم دانشگاه کارآفرین به‌تدریج تمایز و استقلال خود را بازیافته و امروزه به‌عنوان یک حوزه مشخص و تعریف‌شده علمی در مجموعه ادبیات آموزش عالی شناخته می¬شود. نظریه¬های دانشگاه کارآفرین را می¬توان به چند دسته اساسی طبقه¬بندی نمود. برخی از نظریه¬های ارائه‌شده الگوهای کلان و مفهومی دانشگاه کارآفرین را عرضه نموده¬اند. گروهی دیگر از صاحب‌نظران توجه و تأکید اساسی خود را در بیان و تحلیل روابط درون - دانشگاهی کارآفرینی قرار داده¬اند و تلاش نموده¬اند تا سازوکارهای کارآفرینی را در مجموعه روابط و متغیرهای آموزشی و پژوهشی آموزش عالی شناسایی و عرضه نمایند. برخی دیگر از نظریه¬ها به آموزش کارآفرینی در دانشگاه پرداخته¬اند تعدادی از الگوهای دانشگاه کارآفرین مسئله مدیریت و رهبری دانشگاهی را در کانون توجه و مطالعات خود قرار داده و از طریق تجزیه‌وتحلیل موضوعات سازمانی و مدیریتی به گسترش مفهوم و فرهنگ دانشگاه کارآفرین کمک نموده¬اند. ایجاد و گسترش کارآفرینی در دانشگاه‌ها مستلزم توجه هم‌زمان به‌تمامی ابعاد زیرساختی، زمینه-ای، درون دادی، فرآیندی، برون دادی، ارزیابی و پیامدهای دانشگاه کارآفرین است. علاوه بر این اجرا و پیاده¬سازی الگوی دانشگاه کارآفرین نیازمند تدوین سیاست‌ها و چشم‌اندازهای کارآفرینی، انجام مطالعات درونی و بیرونی، تدوین برنامه¬های استراتژیک و عملیاتی خاص هر دانشگاه و اجرا و ارزیابی مستمر این برنامه¬ها است (تقی پور ظهیر، ۱۳۸۵).

بهزادی (۱۳۹۳) در طراحی الگوی مفهومی دانشگاه کارآفرین با رویکرد کارآفرینی سازمانی، از طریق یک مطالعه اسنادی و کیفی به مؤلفه‌های سازمانی دانشگاه کارآفرین اشاره نموده است که شامل مؤلفه‌های کیفیت دانش‌آموختگان، انتشاریافته‌های علمی، جذب منابع مالی، قراردادهای پژوهشی، ثبت اختراع، ایجاد کسب‌وکارهای زایشی، ایجاد پارک علم و فناوری، فرهنگ‌سازمانی کارآفرینانه، ساختار سازمانی منعطف، رویکرد کارآفرینانه استادان، مدیریت کلان، محتوای دروس و ویژگی‌های دانشجویان می‌شود. متناسب با مبانی نظری، پژوهش‌های انجام‌شده و الگوهای طراحی‌شده الگوی دانشگاه کارآفرین در این پژوهش ارائه می‌گردد.



شکل شماره۳: توسعه الگوی دانشگاه کارآفرین

محیط آینده محیط راهبردی است و چنین محیطی، فرار، نامطمئن، پیچیده و مبهم است. لازم است جهت انطباق و سازگاری و به‌طورکلی پاسخگویی، تفکر راهبردی به‌عنوان یک اصل اساسی مورداستفاده قرار گیرد (ترک‌زاده، ۱۳۸۸). ایجاد ساختارهای سازمانی ارگانیک و منعطف از مؤلفه¬های مهم درزمینه ایجاد دانشگاه کارآفرین است. وجود ساختارهایی با سطوح مدیریتی کم و با حجم پایین آیین¬نامه¬ها و رویه¬های کاری می¬تواند به تسهیل فعالیت‌های کارآفرینانه در دانشگاه منجر شود.

ایجاد دانشگاه کارآفرین مستلزم وجود زیرساخت‌های اساسی همچون زیرساخت‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و علمی است که زمینه مناسب برای بسط و گسترش فعالیت‌های کارآفرینی در دانشگاه را مهیا می¬سازد. همچنین برخی از نظریه¬های علمی همچون نظریه سازمان کارآفرین، نظریه مدیریت خلاقیت و نوآوری، نظریه دانشگاه پاسخگو و تحلیل SWOT به‌عنوان چارچوب‌های حمایتگر نظریه دانشگاه کارآفرین شناخته‌شده‌اند (تقی پور ظهیر، ۱۳۸۵). علاوه بر این بر اساس ویژگی‌های اساسی دانشگاه کارآفرین، برخی هدف‌های اصلی همچون شناسایی فرصت‌ها و استفاده از آن‌ها، ایجاد، تحکیم و توسعهٔ فرهنگ کارآفرینی، فراهم آوردن زمینه بروز و پرورش ایده¬ها و خلاقیت‌ها و ارائه خدمات علمی و تخصصی موردنیاز جامعه مورد تأکید قرارگرفته است.

مهم‌ترین مؤلفه¬هایی که زمینه ایجاد و تقویت کارآفرینی در دانشگاه را فراهم می¬سازد، شامل چهار مؤلفه فرعی چشم¬اندازها، تنظیم برنامه استراتژیک، طراحی ساختار مناسب و آماده‌سازی کلیه عوامل انسانی، سخت‌افزاری و نرم‌افزاری است. همچنین، عقد قراردادهای پژوهشی عمومی، قراردادهای پژوهشی با صاحبان کسب¬وکارها، گستردگی و تنوع قراردادهای پژوهشی و قراردادهای پژوهشی با دولت نیز به¬عنوان عوامل تأثیرگذار بر ایجاد دانشگاه کارآفرین شناسایی‌شده است (بهزادی، ۱۳۹۳). در بعد جذب منابع مالی، باید به شاخص‌های جذب کمک‌های دولتی، جذب کمک‌های مالی برای حمایت از پایان¬نامه¬های دانشجویی، جذب کمک‌های مالی نهادهای مستقل، جذب منابع مالی از شرکت‌های بزرگ، ظرفیت جذب منابع مالی دانشگاه از منابع خارجی و تعدد حامیان مالی دانشگاه توجه کرد. یکی دیگر از ابعاد مهم دانشگاه کارآفرین مدیریت ارشد است. تعدد کسب‌وکارهای زایشی در دانشگاه، گرایش اعضای هیئت‌علمی به تأسیس کسب¬وکارهای زایشی، برخاستن ¬شرکت‌های ¬زایشی ¬از نوآوری‌های درون دانشگاه و گرایش دانشجویان به راه¬اندازی شرکت‌های زایشی نیز در این زمینه از عوامل شایان توجه است. در بعد راه¬اندازی پارک‌های علم و فناوری، رضایت کسب‌وکارهای پارک، رشد سطح تکنولوژیهای پارک، سطح تعاملات شرکت‌های مستقر در پارک، فعال بودن پارک علم و فناوری و اندازهٔ پارک علم و فناوری، شاخص¬هایی¬اند که در راستای ایجاد دانشگاه کارآفرین باید در نظر گرفته شوند (همان). وجود فرهنگ حمایت از نوآوری¬ها و پذیرش ایده¬های نو از عواملی هستند که می¬توانند تأثیر بسزایی در شکل¬گیری دانشگاه کارآفرین داشته باشند. همچنین، فرهنگ درگیرشدن در کار، یکی دیگر از عوامل مؤثر شناسایی‌شده است. انطباق توانایی‌های دانش‌آموختگان با نیازهای بازار کار و مهارت‌های تئوریک دانش¬آموختگان ازجمله معیارهای مهم این بعد هستند. همچنین، حمایت مدیریت ارشد دانشگاه از کارآفرینی و اختصاص منابع لازم و ایجاد انگیزه در این زمینه، رویکرد کارآفرینی مدیران دانشگاه و استراتژی‌های کارآفرینانه مدیریت می¬تواند دانشگاه را به سمت کارآفرینی سوق دهد.

برای افزایش اثربخشی آموزش‌های کارآفرینی، وجود قصد کارآفرینانه دانشجویان، هوشیاری کارآفرینانه دانشجویان و داشتن سابقه راه¬اندازی کسب‌وکار نیز از ویژگی‌های مهم دانشجویان است. یکی از عوامل مهم دیگر برای ایجاد دانشگاه کارآفرین، رویکرد استادان درباره کارآفرینی است. پرداختن به مباحث فقط تئوریک توسط استادان نمی-تواند روش مناسبی برای دانشگاه کارآفرین باشد و به¬کارگیری رویکردهای کاربردی و عملی، لازم شکل-گیری دانشگاه کارآفرین است. استادان دانشگاه کارآفرین باید دانش کارآفرینی بالایی داشته باشند و این دانش باید جنبه¬های گوناگون را در این زمینه شامل شود. همچنین، تجربه کارآفرینانه استادان از معیارهای مهم است، زیرا نبودن چنین تجربه¬ای موجب می¬شود نگاه استادان درباره کسب‌وکار واقعی نباشد و نتوانند موارد کاربردی و عملی ویژه کشور را در تربیت دانشجویان کارآفرین انتقال دهند.

نتایج فعالیت‌های تدریس، پژوهش و کارآفرینی در دانشگاه‌های کارآفرین تأثیر مثبتی بر رشد اقتصادی دارد (گیررو، ۲۰۱۵). ماهیت دانشگاه‌ها تغییر بودجه عمومی است که نقش دانشگاه‌ها را در جامعه از طریق تجاری‌سازی پژوهش¬های دانشگاهی با نوآوری برجسته می‌سازد (رایت، ۲۰۰۷). علاوه بر این، تمرکز دانشگاه کارآفرین، ایجاد شرکت‌های جدید است که از طریق فعالیت‌های کارآفرینی می‌توانند به رشد اشتغال محلی و افزایش توسعه منطقه‌ای با ترویج مشارکت در منطقه به شناسایی و رفع نیازهای جامعه محلی کمک نمایند (پورتر، ۲۰۰۷).

بحث و نتیجه‌گیری

بحث در باب کارآفرینی و تربیت و آموزش فارغ‌التحصیلان که دارای صلاحیت و مهارت‌های لازم برای راه‌اندازی کسب‌وکار مناسب، به‌عنوان یکی مؤلفه‌های اصلی در اثربخشی دانشگاه‌ها محسوب می‌شود. با توجه به نقش و جایگاه ویژه‌کار آفرینان در روند توسعه و رشد اقتصادی و نیز تحولات اجتماعی، بسیاری از دولت‌ها در کشورهای توسعه‌یافته و درحال‌توسعه تلاش می‌کنند با حداکثر امکانات و بهره‌برداری از دستاوردهای تحقیقاتی شمار هرچه بیشتری از جامعه را که دارای ویژگی‌های کارآفرینی هستند به آموزش در جهت کارآفرینی و فعالیت‌های کارآفرینانه تشویق و هدایت کنند. کارآفرینی را در کل می‌توان ایجاد کسب‌وکارهای نوآورانه تلقی کرد. در حال حاضر دانشگاه‌های کشور ما، افرادی را پرورش می‌دهد که فقط می‌توانند شکاف‌های شغلی بسیار تعریف شده را پر کنند و بنابراین باید حرکتی عظیم در راستای تولید کارآفرینان در دانشگاه‌ها به‌عنوان قطب علمی کشور صورت گیرد که این به معنای اتصال دانشگاه با صنعت و فناوری است (انصاری و همکاران،۱۳۸۹). جامعه کارآفرینی در واقع جامعه‌ای است که کارآفرینی دانش‌بنیان در آن ظهور پیدا می‌کند؛ و نقش بسیار مهمی در رشد، ایجاد اشتغال و رقابت جهانی دارد، در این زمینه دانشگاه کارآفرینی نقش مهمی در تولید دانش و در توسعه مؤسسات کسب‌وکار دارد (گروئرو،۲۰۱۰). در سال‌های اخیر، به‌طور ویژه به نقش آموزش، پژوهش و فعالیت‌های کارآفرینی در توسعه اقتصادی پرداخته‌شده است. بر اساس نتایج به‌دست‌آمده، یکی از یافته‌های جالب مطالعات این است که برای اکثر مردم بریتانیا، رشد اقتصادی به کمک فعالیت‌های تحقیقاتی دانشگاه‌ها امکان‌پذیر است. بااین‌حال، آنچه جالب‌توجه است، فعالیت کارآفرینی دانشگاه به‌شدت به توسعه اقتصادی کمک کرده است؛ بنابراین، پژوهش، آموزش و فعالیت‌های کارآفرینانه، بالاترین تأثیر مرتبط را دارد (گروئرو،۲۰۱۵).

با نگاه به مدل‌هایی که تاکنون از دانشگاه کارآفرین ارائه‌شده است، می‌توان دریافت که گروهی از آن‌ها مانند مدل روپکه (۱۹۹۸)، جاکوب و همکاران (۲۰۰۳) و اتزکوییتز (۲۰۰۴) به دانشگاه کارآفرین از منظر فعالیت‌های کارآفرینانه نگریسته‌اند و گروهی دیگر از مدل‌ها مانند مدل گروئرو و اوربانو (۲۰۱۰)، بر عوامل مؤثر بر شکل¬گیری دانشگاه کارآفرین تمرکز داشته¬اند. یوکویاما (۲۰۰۶) به ارزیابی تغییرات سازمانی در دانشگاه-های ژاپن و انگلیس پرداخت که به فعالیت‌های کارآفرینانه مشغول هستند. یافته¬های وی نشان می¬دهد استراتژی‌های نهادی جدید (نظارت، مدیریت، رهبری و سرمایه¬گذاری) و ارتباط با دیگر نهادها موجب ایجاد پنج نوع دانشگاه کارآفرین شده است (گروئرو و اوربانو، ۲۰۱۰). اوشی و همکاران (۲۰۰۵) چرایی موفقیت بیشتر برخی دانشگاه‌ها در ایجاد شرکت‌های انشعابی را تحلیل کرده¬اند. نتایج تحقیق وی نشان می¬دهد بین منابع دانشگاهی و ترکیب آن‌ها در فعالیت‌های انشعابی مختلف ارتباط معناداری وجود دارد. همچنین، در پژوهش دیگری، اوشی و همکاران (۲۰۰۸) نشان می¬دهند که چهار نگرش افراد، سازمان‌ها، فرهنگ و محیط در حمایت از فعالیت شرکت‌های انشعابی اهمیت دارند. متناسب با ویژگی‌های و بافت فرهنگی و زمینه‌ای ایران، مدل دانشگاه کارآفرین طراحی و ارائه گردید. در این مدل با عنایت به محیط راهبردی و ضرورت پاسخگویی به آن، دانشگاه‌ها، دستگاه‌هایی با ساختار منعطف، دارای چشم‌انداز و مأموریت بلندمدت (و البته میان‌مدت و کوتاه‌مدت) و با حاکمیت تفکر کارآفرینی معرفی‌شده‌اند که با بهره¬گیری از نظریه¬های سازمان کارآفرین و دانشگاه کارآفرین، با خلق فرصت¬ها و موقعیت‌های جدید، با محیط تعاملی خود، سازواری دارند. برآیند کارکردی دانشگاه کارآفرین، نوآوری، تشخیص، خطر کردن، پاسخ به چالش‌ها و ... است که به‌نوبه خود در توسعه اقتصادی نقش بارزی را ایفا می‌نماید.

مراجع

ابراهیم پور، سمیرا. قبادی، سروش. خزایی، کامیان (۱۳۹۱). دانشگاه نسل سوم، گامی به‌سوی کارآفرینی. مجموعه مقالات کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب‌وکارهای دانش‌بنیان. دانشگاه مازندران.

احمد پور داریانی، محمود. (۱۳۸۲). آیا کارآفرینی استراتژی دانشگاه‌ها را تغییر می‌دهد. رهیافت، شماره ۲۹، بهار ۱۳۸۲. صص ۱۵-۲۵.

احمدپورداریانی، محمود، (۱۳۷۹) کارآفرینی، تهران: شرکت پردیس ۵۷، ص ن.

انصاری، محمد اسماعیل. اله وردی، زهرا. باغبانی آرانی، ابوالفضل. جمشید، مهناز (۱۳۸۹). راه‌های تحقق رسالت کارآفرینی دانشگاه‌ها. اولین کنفرانس سالانه مدیریت نوآوری کارآفرینی بهمن‌ماه ۸۹.

بهزادی، نسرین؛ رضوی، سید مصطفی؛ حسینی سید، رسول (۱۳۹۳). طراحی الگوی مفهومی دانشگاه کارآفرین با رویکرد کارآفرینی سازمانی. مجله علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، دوره ۷، شماره ۴، زمستان ۱۳۹۳.

پیکری فر، فاطمه. مه نگار، فرشاد (۱۳۹۱). بررسی نقش دانشگاه‌ها در توسعه کارآفرینی. مجموع مقالات ملی کارآفرینی و مدیریت کسب‌وکارهای دانش‌بنیان. دانشگاه مازندران.

ترک‌زاده، جعفر (۱۳۸۸). رهبری راهبردی در آموزش عالی. مجله رویکردها و چشم‌اندازهای نو در آموزش عالی. شماره ۱۲.

طالبی، کامبیز (۱۳۸۰) کارآفرینی و فناوری‌های پیشرفته، تهران: مؤسسه توسعه دانش و پژوهش ایران، ۱۳۸۰.

صدیق، محمدجعفر، نقش انکوباتورها در بسترسازی کارآفرینی برای دانش¬آموختگان دانشگاه‌ها، چکیده مقالات چهل و چهارمین نشست رؤسای دانشگاه‌ها و مراکز علمی و تحقیقاتی کشور (۲)، تهران.

تقی پور ظهیر، علی؛ حسن مرادی، نرگس. الگوی مناسب ایجاد دانشگاه کارآفرین. مجله علمی-پژوهشی اقتصاد و مدیریت شماره ۶۹ / تابستان ۱۳۸۵.

جهانگیری، شیدا، برادران، مسعود، خسروی پور، بهمن؛ غنیان، منصور (۱۳۹۴). ویژگی‌های روان‌شناختی و جامعه‌شناختی مرتبط باروحیه کارآفرینانه در دانشجویان مقطع تحصیلات تکمیلی دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی ورامین، فصل‌نامه پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، شماره ۳۴، پاییز ۱۳۹۴.

جهانگیری، علی، دولت کارآفرین، مدیریت دولتی، شماره ۵۱، ۱۳۸۰، ص ۵۱.

خدادشهری، نیره (۱۳۹۰). کارآفرینی در کتابداری. گزارش ایرنا از هشتمین نشست علمی تخصصی کتابداری و اطلاع‌رسانی. قم.

رحیمی، حسین، ضرورت آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها، چکیده مقالات چهل و چهارمین نشست رؤسای دانشگاه‌ها و مراکز علمی -تحقیقاتی کشور. تهران: مؤسسه پژوهش برنامه‌ریزی آموزش عالی، ۱۳۸۰، ص ۶۱.

شائمی، علی، شاهین، آرش و مهدی یزدان‌شناس (۱۳۸۷)،"الگوی کارآفرینی سازمانی در بخش دولتی ایران"، فصلنامه علوم مدیریت ایران، شماره ۸.

شریف‌زاده، ا. عبدالله زاده، غ.و شریفی، م.(۱۳۹۲). عامل‌های تأثیرگذار بر کارآفرینی دانشگاهی در آموزش عالی کشاورزی. فصل‌نامه علمی- پژوهشی پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، شماره ۲۵، تابستان ۱۳۹۲. صص ۷۲-۸۷.

صفر زاده، حسین؛ احمدی شریف، محمود؛ کارگریان مروستی، غلامرضا (۱۳۸۸). بررسی عوامل مؤثر بر استقرار دانشگاه‌های کارآفرین، نشریه علمی پژوهشی فناوری آموزش، سال چهارم، جلد ۴، شماره ۲، زمستان ۱۳۸۸.

قناتی، سوسن، کردنائیچ، اسداله و حمیدرضا یزدانی (۱۳۸۹)،"بررسی وضعیت فرهنگ‌سازمانی کارآفرینانه در دانشگاه تهران"، فصلنامه توسعه کارآفرینی، شماره ۱۰.

میرزایی اهرنجانی، حسن و سید محمد مقیمی (۱۳۸۲)،"ارائه الگوی مطلوب سازمانی برای سازمان‌های غیردولتی ایران با استفاده از رویکرد کارآفرینی"، فصلنامه دانش مدیریت، شماره ۶۲.

هاشمی، حمید، سرمایه¬های جاودان، ویژه¬نامه همایش کارآفرینی و فناوری‌های پیشرفته، تهران: مؤسسه توسعه دانش و پژوهش ایران، ۱۳۸۰، ص ۱۲۶.

مقیمی، فضلا (۱۳۸۱)، کارآفرینی، سنجش و پژوهش، گاهنامه مرکز مطالعات سازمان سنجش آموزش کشور، شماره سوم، بهار ۱۳۸۱، ص ۷.

Audretsch, D.B. Lehmann, E.E. Warning, S. 2005. University spillovers and new firm location. Research Policy 34 (7), 1113–1122.

Chrisman, J.J. Hynes, T. Fraser, S. 1995. Faculty entrepreneurship and economic development: the case of the University of Calgary. Journal of Business Venturing 10 (4), 267–281.

Clark, B.R. 1998. Creating Entrepreneurial Universities. Pergamon Press, Oxford,USA.

Frese, M. and Gielnik, M. M. (2014). The Psychology of Entrepreneurship. Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior, Vol. 1: 413-438

Guerrero,M &Urbano.D(2010).The development of an entrepreneurial university, business economic department, Autonomous university of Barcelona

Guerrero.M, Cunningham.J & Urbano.D(2015). Economic impact of entrepreneurial universities' activities:An exploratory study of the United Kingdom. Research Policy 44 (2015) 748–764

Gumusluoglu, Lale & Ilsev, Arzu. (2009)."Transformational leadership,

creativity, and organizational innovation". Journal of Business Research,

NO.62, pp. 461–473.

Henry Etzkowitz, 2016, Innovation Lodestar: The entrepreneurial university in a stellar knowledge fi rmament, Technological Forecasting & Social Change, TFS-18515; No of Pages 8

Hisrich, R. Langan Fox, J. and Grant, S. (2007). Entrepreneurship research and practice: A call to action for psychology. American Psychologist, 62, 575−589

Jacob, M. Lundqvist, M. Hellsmark, H. 2003. Entrepreneurial transformations in the Swedish university system: the case of Chalmers University of Technology.Research Policy 32 (9), 1555–1569.

Kirby, D.A. 2002. Entrepreneurship. McGraw-Hill, Maidenhead, UK

Maribel Guerrero, James A. Cunningham,David Urbano, 2015. Economic impact of entrepreneurial universities' activities: An exploratory study of the United Kingdom. Research Policy 44 (2015) 748–764

Meyers, Arlen.D, & Sarika, (2011).Academic entreprenurship, journal of commercial biotechnology.17-349-357-doi:10;1057/job2011

Obschonka, M. Silbereisen, R. K. Schmitt Rodermund, E. and Stuetzer, M. (2011). Nascent entrepreneurship and the developing individual: Early entrepreneurial competence in adolescence and venture creation success during the career. Journal of Vocational Behavior 79. 121-133.

O'Shea, R. P. Allen, T. J. Morse, K. P. (2005), "Creating the entrepreneurial university: The case of MIT", Presented at the Academy of Management Conference, Hawaii.

Philpott K, Dooley L, O'Reilly C, Lupton G. The entrepreneurial university: examining the underlying academic tensions. Technovation 2011;31(4):161e70.

Porter, M. 2007. Colleges and Universities and Regional Economic Development:A Strategic Perspective. Forum for the Future of Higher Education, Cambridge, MA.

Subotzky, G. 1999. Alternatives to the entrepreneurial university: new modes of knowledge production in community service programs. Higher Education 38

.۴۴۰–۴۰۱ ,(۴)

Woollard, David. Zhang, Michael & Jones, Oswald.(2007)."Creating Entrepreneurial Universities: Insights from a new university business

school". Institute for Small Business & Entrepreneurship, NO.7-9, PP.1- .۲۰

Wright, M. Clarysse, B. Mustar, P. Lockett, A. 2007. Academic Entrepreneurship in Europe. Edward Elgar Publishing, MA, USA.

Yuan-Chieh Chang, Phil Yihsing Yang, Ben R. Martin, Hui-Ru Chi,Tung-Fei Tsai-Lin(2016). Entrepreneurial universities and research ambidexterity: A multilevel analysis. Technovation 54 (2016) 7–21