

ارائه الگوی بومی دانشگاه نسل چهارم کارآفرینی دانشگاه آزاد شهر تهران

فاطمه نوری^۱

مهدی شریعتمداری^۲

لطف‌الله عباسی سروک^۳

چکیده

این پژوهش با هدف ارائه الگوی بومی دانشگاه نسل چهارم کارآفرینی دانشگاه آزاد تهران به روش کیفی از نوع نظریه‌مبنایی صورت گرفته است. پژوهشگر با استفاده از یک طرح کیفی به شناسایی مولفه‌های سازنده الگوی بومی دانشگاه نسل چهارم کارآفرینی پرداخته که ضمن مرور ادبیات و مطالعه تجارب جهانی در این خصوص، به شناسایی عناصر الگو پرداخته شد. این امر به منظور کشف عناصر بومی در خصوص دانشگاه نسل چهارم کارآفرینی می‌باشد. در ادامه الگوی بومی دانشگاه نسل چهارم کارآفرینی بر اساس نظرات بدست آمده از متخصصین طراحی شده است. جامعه آماری شامل کلیه متون کتابخانه‌ای و صاحب نظران و خبرگان موضوع دانشگاه‌های نسل چهارم کارآفرینی که به روش گلوله برفی و قانون اشباع نظری، ۱۸ نفر انتخاب شدند. ابزار پژوهش شامل فرم مصاحبه نیمه سازمان‌یافته بوده است. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها از کدگذاری نظری استفاده شده است. یافته‌های بدست آمده از پژوهش حاضر نشان می‌دهد که الگوی بومی دانشگاه نسل چهارم کارآفرینی شامل ۹ مولفه اساسی اهداف است. در مجموع در این الگو بر رشد و توسعه، ارزش‌گذاری نوین، تدوین چشم‌انداز مشترک و تقویت تفکر استراتژیک، یادگیری در عمل، یادگیری حل مساله، انطباق‌توانایی دانش‌آموختگان با نیاز بازار کار، حمایت از کار تیمی، روحیه پژوهش‌محوری، توانمندی بین‌دانش‌نظری و کاربرد تاکید شد.

واژه‌گان کلیدی: کارآفرینی، دانشگاه نسل چهارم، دانشگاه کارآفرین، دانشگاه نسل چهارم کارآفرینی.

۱- گروه مدیریت آموزش عالی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۲- گروه مدیریت آموزشی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

mehdishariatmadari@yahoo.com

۳- گروه مدیریت آموزشی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

مقدمه

نفت در دنیای امروز، سازمانهایی مزیت رقابتی کسب می‌کنند که قادر به بهره‌گیری بیشتر از اطلاعات و دانش در جهت ارتقاء و تربیت منابع انسانی باشند، و تضمین حیات و تداوم و بقای جوامع، نیازمند استفاده بهینه از نیروی کار فعال، بخصوص نیروی نخبه و کارآفرین می‌باشد (باتیا و همکاران^۱، ۲۰۲۱). در واقع، یکی از موضوعاتی که در شرایط متغیر و در حال پیشرفت کنونی توجه همگان را بخود جلب نموده است، بحث کارآفرینی و استفاده از خلاقیت و نوآوری در توسعه و پیشرفت اقتصادی کشورها می‌باشد. کارآفرینی پدیده‌ای نوین و جذاب است که نقش برجسته‌ای در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار و همچنین شرایط پویا و متحول متأثر از فناوری‌های نوین دارد. تنها با استفاده از ایده‌های خلاق و بکارگیری نوآوری در محیط کار می‌توان با شرایط، هماهنگ و همسو شد و در عرصه رقابت همگام و شاید پیش‌تر از رقبای حرکت کرد. از این‌رو در یک گستره وسیع، تمام عناصر فعال در صحنه باید به کارآفرینی بپردازند و به سهم خود کارآفرین باشند (احمد و همکاران^۲، ۲۰۲۰).

نیاز به نوآوری در خدمات و محصولات و از طرفی داشتن افراد کارآفرین در جامعه باعث شده است بسیاری از سازمان‌ها به ویژه سازمانهای آموزشی، به تجدید نظر در ساختار برنامه‌های خود بپردازند. این سازمان‌ها، کارآفرینی و نوآوری را بعنوان فرهنگ تلقی می‌کنند، تا سازمان مربوطه بطور اثربخش‌تری به حیات خود ادامه دهد. در واقع امروزه، نقش کارآفرین به‌عنوان موتور توسعه اقتصادی، قهرمان توسعه صنعتی، محرک و مشوق سرمایه‌گذاری، گزینه اصلی انتقال فناوری، گزینه رفع خلل و تنگناهای بازار و گزینه اصلی ایجاد اشتغال است (یزدان پناه و زبیدی، ۱۳۹۶: ۱۵۹).

با توجه به نقش و اهمیت آموزش عالی در توسعه کارآفرینی، مطالعات متعددی در این زمینه صورت گرفته است و نتایج آنها حاکی از آن است که یادگیری کارآفرینی احتمال

موفقیت، دانش آموختگان دانشگاهی را در ایجاد کسب و کارهای جدید افزایش خواهد داد. به علاوه تشویق کارآفرینی دانشجویان در دانشگاه ها، راه اندازی کسب و کارهای جدید افزایش خواهد داد. مهمترین وظیفه نظام آموزشی و در راس آن آموزش عالی، ایجاد نظام شخصیتی متناسب با توسعه است که در آن ارزش ها، هنجارها، انگاره‌های ذهنی و ساختارهای شناختی پیش نیاز توسعه، از طریق آموزش افراد جامعه به وجود خواهند آمد (جاودانی، ۱۳۹۲). در کشور ما اغلب دانشگاه‌ها در نسل دوم دانشگاهی یعنی دانشگاه‌های پژوهش محور قرار داند و فعالیت چندانی در راستای تجاری سازی یافته‌های پژوهشی، تربیت افراد کارآفرین و تبدیل شدن به دانشگاه نسل چهارم را ندارند (سلام زاده و همکاران، ۲۰۱۱). با توجه به ظرفیت‌هایی که دانشگاه‌ها به عنوان نهاد تولید و توزیع کننده دانش دارند، می‌توانند به عنوان دانشگاه‌های کارآفرین نقش اساسی را در نوآوری صنعتی و توسعه فناوری ایفا کنند (شهرکی پور و همکاران، ۱۳۹۰).

فعالیت دانشگاه در قالب سازمان کارآفرین می‌تواند بهره‌وری منابع مالی و انسانی در دانشگاه‌ها را افزایش دهد. زیرا، سازمانهای کارآفرین^۲، ضمن شناخت دقیق محیط داخلی و خارجی، بسترهای کلان خلاقیت و نوآوری فردی و سازمانی را فراهم آورده و نسبت به تامین و رفع نیازهای متنوع مشتریان خود به طور مسئولانه و پاسخگو عمل می‌کنند (تهرانی، ۱۳۹۵). با تبدیل دانشگاه به سازمان کارآفرین، می‌توان بسیاری از خلاهای اقتصادی - اجتماعی را زیر سایه فعالیتهای دانشگاهی جبران نمود (سراجی، ۱۳۹۷).

دانشگاه کارآفرین به معنای دانشگاهی است که در آن تمام فعالیتهای اعضا از قبیل آموزش، پژوهش و... به گونه‌ای مدیریت، اداره و اجرا می‌گردد که دانشگاه به عنوان نهاد یا شبه شرکتی اقتصادی تلقی گردد. یعنی جهت گیری این فعالیتها در جهت سوددهی و نیز کسب مزیت‌های رقابتی اقتصادی باشد (دایبک^۳ و همکاران، ۲۰۱۵). دانشگاه

¹ Salamzadeh, et al

² Tntsrptencurship

³ Dabic

در این نگاه براساس انطباق سریع با تغییرات محیطی، تمایز آشکار در نحوه مدیریت آن با دانشگاه‌های سنتی، انجام فعالیتهای جدید براساس توسعه فرهنگ کارآفرینی در تمامی سطوح دانشگاه، مشارکت آن در توسعه اقتصادی به وسیله ایجاد سرمایه گذاری یا تجاری سازی دانش و فناوری، ایجاد شغل (نیکوترا و همکاران^۱، ۲۰۲۱).

مقوله کارآفرینی دانشگاهی، حوزه‌های گسترده و سطوح مختلف، از جمله: محیط دانشگاه، ساختار و چگونگی بهره‌گیری از دانش و فناوری را برای تجاری سازی در بر می‌گیرد و می‌تواند از جنبه‌های مختلف کارآفرینی سازمانی، کارآفرینی شرکتی و شرکت‌های مشتق دانشگاهی، بررسی شود (زالی و همکاران، ۱۳۹۲). در راستای کارآفرینی دانشگاهی در دنیای امروز، کادناس و همکاران^۲ (۲۰۲۰) در تحقیقی نشان دادند که نوع آموزش کارآفرینی (انتخابی در مقابل اجبار) و ویژگیهای قرار گرفتن دانشجویان در برابر یک خانواده کارآفرین به عنوان دو شرط مرزی مکمل که در توضیح نتایج آموزش کارآفرینی کمک می‌کند، به این ادبیات کمک می‌کند. برای انجام این کار، این مقاله از تحقیقات شبه تجربی بر روی نمونه‌ای از ۴۲۷ دانشجوی دانشگاه که در دو موج پیاپی از بررسی دانشجویان روح کارآفرینی دانشگاه جهانی^۳ شرکت کرده‌اند، بهره می‌برد. این مطالعه نشان می‌دهد که هر دو نوع آموزش کارآفرینی در مهارتهای کارآفرینی دانشجویان نقش دارند. با این حال، تاثیر آموزش کارآفرینی در دوره‌های اجباری وابسته به درک دانشجویان از عملکرد والدین به عنوان کارآفرین است. همچنین، خوشنویسان و همکاران^۴ (۲۰۲۰) در تحقیق خود عنوان کردند که چهار موضوع و چالش اساسی در زمینه کارآفرینی دانشگاهی نسل چهارم قابل شناسایی است. تلاش برای دنبال کردن «مشروعیت»، مدل‌های متنوع - توسعه آموزش کارآفرینی، عدم کارکنان و کارشناسان اساتید کارآفرینی و عدم همکاری بین ذینفعان. در این مقاله لزوم توسعه بین رشته‌ای

¹ Nicotra, et al

² Cadenas, et al

³ GUESSS

⁴ Khoshnevisan, et al

آموزش کارآفرینی و تعامل فعال ذینفعان مختلف برای ارتقاء یک برنامه آموزش کارآفرینی پایدار در چین توصیه می‌شود. اندرسون و همکاران^۱ (۲۰۱۹) نیز در تحقیقی با عنوان "بازاندیشی کارآفرینی دانشگاهی: حاکمیت دانشگاه و ظهور سازمانی علمی" نظریه و عمل کارآفرینی دانشگاهی، مانند بسیاری از حوزه‌های مدیریت عمومی، نیاز به شناختی فعال دارد که زمینه بر رفتارهای فردی تأثیر بگذارد. در این مقاله ی دیدگاه، نویسندگان ادعا می‌کنند که منطق عملیاتی یک دانشگاه بر ارزش‌ها و فعالیت‌های بازیگران در آن دانشگاه تأثیر می‌گذارد و از این طریق می‌توان فعالیت‌های کارآفرینی گسترده‌تر دانشگاه را شکل داد. نویسندگان یک منطق سازمانی جدید کارآفرینی را توصیف می‌کنند که به آن "شرکت دانشگاهی" گفته می‌شود و آن را در ارتباط با آکادمی تثبیت شده، بوروکراتیک و منطق بازار قرار می‌دهند. شرکت دانشگاهی از نظر مدیریت دانشگاه و اتکا به آن در دانشکده و کارآفرینی دانشجویی به عنوان ابزاری برای تحول گسترده و اجتماعی در مقیاس گسترده ذاتاً کارآفرین است. مدرسی یزدی و همکاران (۱۳۹۸)، هم در پژوهشی مهمترین مقوله‌های کلیدی دانشگاه کارآفرین را شناسایی کردند. این مقولات شامل؛ استراتژی نوآورانه، رهبری کارآفرینانه، فعالیت‌های اقتصادی کارآفرینانه، فرهنگ کارآفرینانه، ساختار منعطف، سیاست‌های آموزشی-حمایتی، تأمین منابع، سازگاری با محیط نوآورانه و شبکه‌سازی است که در سه رده عوامل اصلی، زمینه‌ای و محیطی دسته‌بندی شدند و درنهایت پس از طی مراحل هفت‌گانه پژوهش الگوی جامع دانشگاه کارآفرین تدوین گردید. همچین، کیخا، عزتی (۱۳۹۸) در پژوهشی در مجموع، ۱۸۴ مفهوم کارآفرینی دانشگاهی را استخراج کردند؛ در بخش مؤلفه‌های دانشگاه کارآفرین ۱۱ مقوله محوری، ۳۰ زیرمقوله و ۸۸ مفهوم در بخش عوامل مؤثر بر دانشگاه کارآفرین ۴ مقوله محوری، ۱۲ زیرمقوله و ۳۱ مفهوم استخراج و دسته‌بندی و سپس، در قالب مدل شماتیک به تصویر کشیده شدند. گودرزوند چگینی (۱۳۹۷)، در پژوهشی، رویکرد

¹ Anderson, et al

دانشگاه‌های نسل چهارم را مورد بررسی قرار دادند و عنوان کردند که در رقابت، دارایی‌های غیرملموس همانند دانش یا سرمایه اجتماعی به عنوان کلیدی‌ترین نقش در موتور توسعه اقتصادی است. برای به فعل درآوردن توانایی بالقوه به طور مطلوب در زمینه توسعه اقتصادی، حضور فرهنگی برجسته آموزش لازم است اما کافی نیست همچنین باید استانداردهای کیفی در زمینه فعالیت‌های پژوهشی و ترویج استفاده از نتایج در اقتصاد محلی و جهانی حفظ شود. هدف از مقاله حاضر، تحلیل و ارائه مؤلفه‌های دانشگاه نسل چهارم و نقش آن در اقتصاد محلی و جهانی است. روش این تحقیق توصیفی و تحلیلی است. با استفاده از منابع موجود در کتابخانه‌ها و سایت‌های دانشگاهی و مجلات معتبر و کارکردهای آموزش عالی در تحقیقات انجام شده، مطالب جمع‌آوری و تحلیل شده است. تحقیقات متعدد و رویکردهای عصر حاضر نشان می‌دهد که آموزش عالی به سمت حرفه‌ای شدن حرکت می‌کند و دانشگاه به عنوان منبعی از دانش با ارزش در ایجاد رشد اقتصادی از طریق آگاهی‌سازی عمومی و همچنین، روابط و شبکه‌سازی بین بخش‌های مختلف انتقال رسالت و مأموریت داده است. نتایج تحلیلی این تحقیق کمک می‌کند تا دانشگاه‌های کشور رویکردهای خود را از آموزش و پژوهش به دانشگاه‌های با ارزش افزوده کارو عمل از طریق تأثیر در اقتصاد محلی و جهانی و با استفاده از منابع با ارزش سرمایه انسانی تغییر دهند. ابرجو^۱ (۲۰۱۵) نیز در پژوهش خود نشان داده است توافق عمومی از مفهوم کارآفرینی به عنوان زمینه ساز رشد و توسعه اقتصادی، خود یکی از عوامل توسعه و پیشرفت دانشگاه‌های نسل چهارم در جهان است.

امروزه دانشگاه‌های نسل چهارم علاوه بر انجام رسالت و وظایف نسل‌های گذشته، مسئولیت کارآفرینی، برآورده‌سازی نیازها و خواسته‌های مبتنی بر جامعه دانش را بر عهده دارند. با این وجود، همواره یک پرسش مطرح می‌شود که چه شرایطی باید وجود داشته باشد تا دانشگاه‌ها به سمت رقابت محلی و جهانی حرکت کنند. مهم‌ترین تفاوت

¹ Abereijo

دانشگاه های نسل چهارم، برخورداری از رویکرد راهبردی است که می تواند محیط زیست خود را به صورت فعال شکل دهد. اقتصاد مدرن نیازمند آموزش های نوین و کاربردی و همچنین مشارکت جامعه و اقتصاد در نظریه و عمل است (ماردیانا و همکاران^۱، ۲۰۲۰).

دانشگاه های نسل چهارم، دانشگاه هایی با ماموریت آموزشی، پژوهشی، کارآفرینی و مبتنی بر فناوری نرم هستند. اساسا فناوری نرم به عنوان یک پارادایم جدید در حوزه فناوری، به زودی نگرشی همگام را نسبت به صنعت، تولید، پژوهش، آموزش، بازاریابی، کسب و کار و حتی امنیت و دفاع تغییر خواهد داد (زوئینگ^۲، ۲۰۰۵).

با وجود اهمیت پرورش افراد کارآفرین در دانشگاه، به علت نامناسب بودن سر فصل ها و عنوان های درس دانشگاهی با نیاز جامعه و عدم تناسب بین دانشگاه ها و سازمان های کارفرما، مهارت و دانش دانش آموختگان چندان با نیازهای واقعی جامعه ارتباط ندارد. از سوی دیگر، تمایل جوانان از استخدام در سازمانها به خود اشتغالی تغییر کرده است. اما با وجود گرایش عمومی مثبت به کارآفرینی، عدم وجود زمینه های مناسب در این حوزه، مانع گسترش کارآفرینی می گردد. استادان و دانشگاه ها در زمینه فراهم آوردن مهارت های لازم در دانشجویان در زمینه کارآفرینی دارای فعالیت هایی می باشند و سبب محدود شدن گرایش به کارآفرین می شوند. در صورتی که چرخ های توسعه اقتصادی همواره با توسعه کارآفرینی به حرکت در می آید (سعیدی کیا، ۱۳۹۲). برای ارتقای کارآفرینی در دانشگاه ها، اقداماتی صورت گرفته که از جمله آنها، تاسیس رشته کارآفرینی در سال ۱۳۸۵ در دانشگاه تهران است و این در حالی است که آموزش کارآفرینی در کشور، با روش های سنتی صورت می گیرد. به رویکردهای یادگیری نوین به منظور توسعه محیط

¹ Mardiana, et al

² Zhouying

آموزشی توجه نشده است و برخی پژوهش‌های صورت گرفته در داخل کشور بیانگر عدم کارایی آموزش‌های کارآفرینی در کشور هستند (آقاجانی، همکاران، ۱۳۹۲).

بدون شک روند توسعه اقتصادی در کشورهای توسعه یافته، بیانگر این واقعیت است که اقتصاد تحت تاثیر کارآفرینی است، به گونه‌ای که کارآفرینان در توسعه اقتصادی این کشورها، نقش محوری را داشته‌اند، سرمایه‌های در دسترس جامعه را کشف کرده و از آن بهره‌برداری می‌کنند. این در حالی است که کشورهای توسعه نیافته اهمیت آنرا در توسعه اقتصادی نادیده گرفته و به خاطر غفلت از این عنصر حیاتی، موجبات عقب ماندگی را فراهم نموده‌اند (احمد پور و مقیمی، ۱۳۹۲). لذا مسئله اصلی این پژوهش عبارت است از ارائه الگوی بومی سازی دانشگاه‌های نسل چهارم کارآفرین دانشگاه آزاد شهر تهران و مناسب سازی این الگو با واقعیت‌ها و شرایط موجود دانشگاه‌ها از طریق انجام مطالعات میدانی و نظرسنجی از متخصصان آموزش عالی کشور، در رابطه با کارکردهای اصلی دانشگاه (آموزش، پژوهش، ارائه خدمات تخصصی) است.

روش

پژوهش حاضر به روش کیفی از نوع نظریه‌مبنایی صورت گرفته است. در این پژوهش، پژوهشگر با استفاده از یک طرح کیفی به شناسایی مولفه‌های سازنده الگوی بومی دانشگاه نسل چهارم کارآفرینی پرداخته است. در این مرحله ضمن مرور ادبیات نظری و پژوهشی و مطالعه تجارب جهانی در این خصوص، به شناسایی عناصر الگو پرداخته شده است. این امر به منظور کشف عناصر بومی در خصوص دانشگاه نسل چهارم کارآفرینی می‌باشد. در ادامه این بخش، الگوی بومی دانشگاه نسل چهارم کارآفرینی بر اساس نظرات به دست آمده از متخصصین طراحی شده است.

جامعه آماری شامل کلیه متون کتابخانه‌ای و صاحب نظران و خبرگان موضوع دانشگاه‌های نسل چهارم کارآفرینی بود. در بررسی مبانی کتابخانه‌ای، تلاش شد تا تمامی

منابع مرتبط با دانشگاه نسل چهارم کارآفرینی مطالعه شود. روش نمونه‌گیری از جامعه صاحب‌نظران به صورت هدفمند و از نوع گلوله برفی بود. نمونه‌گیری از صاحب‌نظران در این پژوهش تا زمانی ادامه پیدا کرد که فرایند اکتشاف و تجزیه و تحلیل به نقطه اشباع نظری رسید.

در این پژوهش ابتدا دو نفر از پژوهشگرانی که در زمینه کارآفرینی کار پژوهشی انجام داده بودند انتخاب و مصاحبه با آنها انجام گرفت. پس از انجام مصاحبه نفرات جدیدی توسط آنها معرفی شدند که مورد مصاحبه قرار گرفتند و به همین شکل فرایند مصاحبه ادامه یافت تا اینکه ۱۸ نفر از متخصصین این حوزه در پژوهش شرکت کردند. ابزار پژوهش شامل فرم مصاحبه نیمه سازمان یافته بوده است و محورهای مصاحبه براساس محورهای به دست آمده از مطالعه کتابخانه‌ای تعیین شد.

به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها از کدگذاری نظری استفاده شده است. کدگذاری نظری عبارت است از عملیاتی که طی آن داده‌ها تجزیه، مفهوم‌سازی، و به شکل تازه‌ای در کنار یکدیگر قرار داده می‌شوند، و فرایند اصلی است که طی آن نظریه بر اساس داده‌ها تدوین می‌شود (استراوس و کوربین، ۱۹۹۵). مراحل کدگذاری مورد استفاده در این تحقیق شامل کدگذاری باز بر مبنای مقولات استخراج شده از مطالعه مقدماتی مبنای نظری تحقیق، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی می‌باشد.

یافته‌ها

یافته‌های توصیفی

برای جمع‌آوری داده‌های بخش کیفی با ۱۸ نفر از خبرگان، متخصصین و افراد آگاه به امر در بومی‌سازی دانشگاه نسل چهارم کارآفرینی دانشگاه‌های آزاد اسلامی شهر تهران مصاحبه شد. به‌طور کلی مشخصات مصاحبه‌شوندگان در جدول زیر، ارائه شده است.

جدول ۱: آمار جمعیت شناختی بخش کیفی

متغیر	طبقه	فراوانی	متغیر	طبقه	فراوانی	متغیر	طبقه	فراوانی
	معاونین آموزشی	۴	سن	تمام مصاحبه شونده‌ها دارای مدرک دکتری هستند.	زن	جنسیت	اعضای هیئت علمی خبره با رتبه دانشیار	۶
	معاونین پژوهشی	۳						
	اعضای حق التدریس خبره	۵						
	اعضای هیئت علمی خبره با رتبه دانشیار	۶		مرد	۱۴		۴	
	سن	۴۰ تا ۴۵ سال	سابقه کار	۱۰ تا ۱۵ سال	۹			
	سن	۴۶ تا ۵۰ سال	سابقه کار	۱۶ تا ۲۰ سال	۵			
	سن	بالای ۵۰ سال	سابقه کار	بالای ۲۰ سال	۴			

یافته استنباطی

سوال پژوهش: شاخص‌ها، مولفه‌ها و ابعاد دانشگاه نسل چهارم کارآفرینی دانشگاه‌های آزاد شهر تهران کدام‌اند؟

برای پاسخ به سوال پژوهش، با ۱۸ خبره بر اساس مصاحبه نیمه ساختاریافته با ۳ سؤال مصاحبه شد. همچنین با استفاده از رویکرد گراند تئوری و استفاده از نرم‌افزار MAXQDA به این سؤال پاسخ داده می‌شود. در جدول ۲ سؤال‌های مصاحبه آورده شده است.

جدول ۲: سؤال‌های مصاحبه

ردیف	سؤال
۱	از دیدگاه شما شاخص‌های تشکیل دهنده دانشگاه نسل چهارم کارآفرینی دانشگاه‌های آزاد شهر تهران کدام‌اند؟
۲	از دیدگاه جنابعالی مولفه‌ها و ابعاد تشکیل دهنده دانشگاه نسل چهارم کارآفرینی دانشگاه‌های آزاد شهر تهران کدامند؟
۳	از دیدگاه جنابعالی دانشگاه نسل چهارم کارآفرینی چه پیامدهایی به دنبال دارد؟

با توجه به داده‌های جمع‌آوری شده در فرمت مصاحبه که با فرایند تطبیق مستمر به نقطه اشباع نظری رسیده است بعد از تعریف سؤالات اصلی پژوهش (مصاحبه) که برای آن‌ها مقیاس کمی تعریف شده است، می‌توان کدگذاری مصاحبه‌های جمع‌آوری شده را با تعریف ویژگی‌ها و ابعاد آن و نمودارهای توصیف کننده این ویژگی‌ها شروع کرد. بعد از کدگذاری واحدهای معنایی و رسیدن به حد اشباع (زمانی که از تحلیل متن یا مصاحبه‌های جدید، مقولات یا کدهای جدیدی به دست نیاید)، بر اساس مشابهت کدها به یکدیگر مقوله‌بندی شدند و در نهایت ۳۰ مقوله از داده‌های کیفی پدیدار شدند. در نهایت خروجی حاصل از تحلیل، به شرح جدول زیر می‌توان مشاهده کرد. این جدول حاصل کدگذاری باز محوری و گزینشی است که با نظر اساتید راهنما و مشاور و نیز ادبیات تحقیق انجام شده است.

جدول ۳: کدگذاری باز، محوری و گزینشی (انتخابی)

کدگذاری (بعد انتخابی)	کدگذاری محوری (مؤلفه)	کدگذاری باز (شاخص)
اهداف دانشگاه کارآفرین	رشد و توسعه	توسعه و تعامل دانشگاه از طریق تحقیقات با کیفیت و نوآوری با اقتصاد
		تسهیل دسترسی زیرساخت‌ها با کیفیت بالا
		کسب جایگاه ویژه در ارائه خدمات علمی-تخصصی مورد نیاز جامعه
ارزش‌گذاری نوین	ارزش‌گذاری نوین	ارزش‌گذاری به نوآوری و خلاقیت
		فرهنگ‌سازی از طریق تغییر نگرش اداره کنندگان دانشگاه
		ارتقای آگاهی عمومی آحاد جامعه نسبت به کارآفرینان
تدوین استراتژی و چشم‌انداز	تدوین استراتژی و چشم‌انداز	آگاهی بخشی به دانشجویان در زمینه شغل و کارآفرینی
		سیاست‌های دانشگاه در جهت همگانی کردن دانش
		شناخت و تقویت استعدادها و ظرفیت‌ها
تقویت تفکر استراتژیک	تقویت تفکر استراتژیک	تدوین اهداف دقیق آموزش، تحقیق و استفاده از آن
		تقویت تفکر استراتژیک
استراتژیک	استراتژیک	شناخت فرصت‌ها و استفاده بهینه از آن‌ها

امکان برقراری ارتباط گسترده با سایر دانشگاه‌ها و داشتن شبکه‌های ارتباطی با نخبگان		
استفاده از دانش موجود به عنوان سکویی برای شناخت فرصت‌ها	یادگیری در عمل	محتوای دروس
یادگیری مهارت‌شناسایی یا خلق فرصت‌ها		
تقویت اصل ابتکار عمل		
استفاده از راهبرد حل مسئله در محتوای دروس	تقویت یادگیری حل مسئله	
تقویت تفکر مسئله‌شناسی در دانشجویان از طریق برنامه‌ریزی دقیق		
استفاده از کارگاه‌های عملی جهت بهبود یادگیری	کارگاه عملی	
ارزیابی از محیط و انجام پژوهش		
به کار بردن دروس کاربردی	دروس کاربردی	
متناسب بودن محتوای دروس با شغل و نیازهای بازار کار		
افزایش سطح فعالیت‌های کارآفرینانه		سطح فعالیت‌های کارآفرینانه
تجزیه و تحلیل مسائل/حل مسئله		
تصمیم‌گیری اثربخش		
انطباق توانایی دانش‌آموختگان با توجه به نیاز بازار کار	انطباق توانایی دانش‌آموختگان با نیاز بازار کار	کیفیت دانش‌آموختگان
انجام فعالیت‌ها و پژوهش‌های بین‌المللی در زمینه کارآفرینی		
مشارکت در ارائه نوآوری به سایرین	مشارکت	
اداره یک گروه کاری		
گوش دادن فعال و ارائه بازخورد اثربخش به دیگران		
حمایت از کار تیمی در انجام فعالیت‌ها	حمایت از کار تیمی	
تیم‌سازی و گسترش شبکه‌های کاری		
انجام فعالیت‌های بین‌رشته‌ای		
پرورش روحیه پژوهش محوری دانشجویان	روحیه پژوهش محوری	پژوهش
گسترش فرهنگ پژوهش و مطالعه		
توانمندی در برقراری ارتباط بین دانش و کاربرد آن	توانمندی بین دانش نظری و کاربرد آن	
انتشار نتایج پژوهش‌های دانشگاهیان (کتاب، مجله، کنفرانس و ...)		

کاربردی نمودن	کاربردی نمودن و استفاده از نتایج به دست آمده از پژوهش
پژوهش	همکاری دانشگاه و صنعت در کاربردی نمودن پژوهش های انجام شده
ارزش گذاری	ارزش گذاری به فعالیت های پژوهش دادن امتیاز و تشویق فعالیت های پژوهشی
خودیادگیری در یادگیری	تسهیل دسترسی به کتاب ها و نشریات حوزه کارآفرینی یادگیری در طول نوآوری یادگیری دانش-نگرش-مهارت کارآفرینانه
اولویت سنجی پژوهش	اولویت سنجی در نیازهای پژوهش انجام پژوهش ها را بر مبنای نیازهای جامعه رتبه بندی کنیم
تنوع و انعقاد قراردادها	تنوع قراردادها در زمینه پژوهش با بخش های خصوصی و دولتی بکارگیری نیروی پژوهشی و مدیر پژوهشی حرفه ای و متخصص در سطح بالا در اجرای طرح های پژوهشی
ثبت اختراع	فراهم نمودن زمینه مناسب جهت ثبت اختراع و اعطای امتیاز حمایت و ثبت نوآوری و اختراعات به منظور حل مشکلات اقتصادی و اجتماعی
بالا رفتن سطح درآمد حاصل از پژوهش	ارائه راهکارهای جدید جهت صدور مجوزهای کارآفرینی، تولید، اشتغال و صادرات افزایش رغبت اعضای هیأت علمی به فعالیت های پژوهشی فعالیت های پژوهشی به عنوان بخشی از منابع مهم تامین درآمد دانشگاه
حمایت از اختراعات و نوآوریهای دانشجویی	انتشار رویکرد راهبردی و فرهنگ سازمانی نوآورانه و انعطاف پذیر ارتباط همکاری نزدیک با سازمان پژوهش های علمی و صنعتی کشور جهت عضویت دانشگاه آزاد اسلامی در کنار ۱۱ مرجع معتبر علمی کشور فراهم آوردن مقدمات لازم برای راه اندازی پیشخوان الکترونیک جهت تسهیل در امور مخترعان دانشگاه آزاد اسلامی با اداره ثبت مالکیت های صنعتی تهیه چارچوب ها، آیین نامه ها و قوانین مربوط به اختراعات، اکتشافات و نوآوریها در دانشگاه آزاد اسلامی تشکیل و پیگیری مصوبات کمیته تاییدکننده علمی اختراعات، اکتشافات و نوآوریها شناسایی اختراعات، ابداعات و اکتشافات اعضای هیات علمی و دانشجویان

برگزاری کارگاه آشنایی با روند ثبت اختراعات، مسایل حقوقی اختراعات، آشنایی با روند و نحوه حمایت دانشگاه از اختراعات و کارگاه چهار روزه روسای شورای پژوهشی واحدهای دانشگاهی		
همکاری در برگزاری المپیادهای اختراعات در واحدهای دانشگاهی		
تهیه بانک اختراعات و نوآوری‌های دانشگاه		
برگزاری جلسات شورای راهبردی ثبت و حمایت از نوآوری‌های علمی، فنی و هنری اعضای هیات علمی و دانشجویان		
تهیه سرمایه اولیه و منابع مالی مورد نیاز	جذب کمک‌های	
آگاهی از قوانین و مقررات راه اندازی کسب و کار	نقدی از شرکت	
تقسیم عادلانه سود حاصل از ارزش‌ها به حلقه‌های تولدی کننده ارزش	های خصوصی	
حمایت از پایان‌نامه‌های دانشجویی	حمایت از پایان‌نامه	ر ز و
برخورداری از قابلیت‌ها، توانمندی و انگیزه لازم برای پروسه کردن منابع و تبدیل آن‌ها به ارزش	های دانشجویی	
حمایت از کار تیمی و فراهم نمودن زمینه‌های مالی جهت انجام کار	حمایت از کار	
مهارت فروش ایده‌های ذهنی گروهی به دیگران	تیمی مالی	
تدوین چشم‌انداز مشترک مدیریت در کارآفرینی و نوآوری	تدوین چشم‌انداز	
برنامه‌ریزی جهت دوره‌های آموزشی	مشترک	
آموزش و برنامه‌های پویا برای دانش‌آموختگان دانشگاهی		
تشکیل هسته مرکزی مدیریت از کارآفرینان دانشگاهی	تشکیل هسته	
باور قلبی، مبحث کارآفرینی در انتخاب مدیران دانشگاه	مرکزی مدیریت از	
ایجاد ساختار مدیریتی جدید و متناسب با نیازهای دانشگاه	کارآفرینان	
	دانشگاهی	ر ز و
اهمیت به سرمایه‌های فکری و انسانی		
سرمایه‌گذاری متنوع در سطح ملی و بین‌المللی		
فرایند جذب و بکارگیری متناسب اعضای جامعه دانشگاهی به جهت نقش	اهمیت به سرمایه	
تأثیرگذار بر بالفعل کردن توانایی‌های بالقوه	های فکری و	
حمایت و نظارت دانشجویان و دانش‌آموختگان کارآفرین به عنوان الگو برای	انسانی	
دانشجویان		
برگزاری دوره‌ها و سمینارهای کوتاه مدت برای افزایش دانش کارآفرینی		


قدرت تصمیم‌گیری در فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی	تعهد مدیریت به حمایت و توسعه نوآوری	نوسازی فرآیند آموزش
فراهم نمودن جو بحث‌های گروهی برای دانشجویان		
هدایت دانشجویان برای کاربردی نمودن تخصص خود		
حمایت از افراد مستعد، خلاق و کارآفرین		
استفاده از فناوری‌های آموزش جدید	استفاده از فناوری‌های آموزش جدید	
ایجاد و راه‌اندازی پارک‌های علم و فناوری		
ترویج فرآیند نوآوری و ایجاد گروه‌ها با خلاقیت و بهره‌وری بالا		
طراحی محصول یا خدمت جدید و توسعه راه‌های جدید انجام کار		
انتشار نتایج و یافته‌های علمی در جهان برای ایجاد هم‌افزایی در توسعه کارآفرینی		
نوسازی آموزش به لحاظ ارتباط آن با تغییرات		
انتشار رویکرد گرایش انتقال دانش به روند انتقال فناوری به دانش و اطلاعات		

در مرحله آخر از فرآیند تحلیل کیفی حاضر، یافته‌های حاصل از تجزیه و تحلیل، حول محور هدف اصلی قرار گرفت و با پیوند دادن کدها (کدگذاری باز)، مفاهیم (کدگذاری محوری) مشخص شد. طبقات به دست آمده حول مدل بومی سازی دانشگاه نسل چهارم کارآفرینی در جدول زیر قابل مشاهده می‌باشد.

جدول ۴-: کدگذاری نهایی حاصل از تکنیک مصاحبه نیمه ساختار یافته

کدگذاری (انتخابی (بعد)	کدگذاری (محوری (مؤلفه)	کدگذاری باز (شاخص)	
اهداف دانشگاه کارآفرین	رشد و توسعه	توسعه و تعامل دانشگاه از طریق تحقیقات با کیفیت و نوآوری با اقتصاد	
		تسهیل دسترسی زیرساخت‌ها با کیفیت بالا	
		کسب جایگاه ویژه در ارائه خدمات علمی-تخصصی مورد نیاز جامعه	
	ارزش‌گذاری نوین	ارزش‌گذاری به نوآوری و خلاقیت	فرهنگ سازی از طریق تغییر نگرش اداره کنندگان دانشگاه
		ارتقای آگاهی عمومی آحاد جامعه نسبت به کارآفرینان	آگاهی بخشی به دانشجویان در زمینه شغل و کارآفرینی
		تدوین استراتژی و چشم‌انداز	سیاست‌های دانشگاه در جهت همگانی کردن دانش
			شناخت و تقویت استعدادها و ظرفیت‌ها

تدوین اهداف دقیق آموزش، تحقیق و استفاده از آن		
تقویت تفکر استراتژیک	تقویت تفکر استراتژیک	
شناخت فرصت‌ها و استفاده بهینه از آن‌ها		
امکان برقراری ارتباط گسترده با سایر دانشگاه‌ها و داشتن شبکه‌های ارتباطی با نخبگان		
استفاده از دانش موجود به عنوان سکویی برای شناخت فرصت‌ها	یادگیری در عمل	
یادگیری مهارت‌شناسایی یا خلق فرصت‌ها		
تقویت اصل ابتکار عمل		
استفاده از راهبرد حل مسئله در محتوای دروس	تقویت یادگیری	محتوای دروس
تقویت تفکر مسئله‌شناسی در دانشجویان از طریق برنامه ریزی دقیق	حل مسئله	
استفاده از کارگاه‌های عملی جهت بهبود یادگیری	کارگاه عملی	
ارزیابی از محیط و انجام پژوهش		
به کار بردن دروس کاربردی	دروس کاربردی	
متناسب بودن محتوای دروس با شغل و نیازهای بازار کار		
افزایش سطح فعالیت‌های کارآفرینانه	سطح فعالیت‌های کارآفرینانه	
تجزیه و تحلیل مسائل / حل مسئله	کارآفرینانه	
تصمیم‌گیری اثربخش		
انطباق توانایی دانش‌آموختگان با توجه به نیاز بازار کار	انطباق توانایی دانش‌آموختگان با نیاز بازار کار	
انجام فعالیت‌ها و پژوهش‌های بین‌المللی در زمینه کارآفرینی		
مشارکت در ارائه نوآوری به سایرین		
اداره یک گروه کاری	مشارکت	فعالیت دانش‌آموختگان
گوش دادن فعال و ارایه بازخورد اثربخش به دیگران		
حمایت از کار تیمی در انجام فعالیت‌ها	حمایت از کار تیمی	
تیم‌سازی و گسترش شبکه‌های کاری		
انجام فعالیت‌های بین‌رشته‌ای		
پرورش روحیه پژوهش محوری دانشجویان	روحیه پژوهش محوری	پژوهش
گسترش فرهنگ پژوهش و مطالعه		

توانمندی در برقراری ارتباط بین دانش و کاربرد آن	توانمندی بین دانش نظری و کاربرد آن	
انتشار نتایج پژوهش های دانشگاهیان (کتاب، مجله، کنفرانس و ...)		
کاربردی نمودن و استفاده از نتایج به دست آمده از پژوهش	کاربردی نمودن پژوهش	
همکاری دانشگاه و صنعت در کاربردی نمودن پژوهش های انجام شده		
ارزش گذاری به فعالیت های پژوهش	ارزش گذاری	
دادن امتیاز و تشویق فعالیت های پژوهشی		
تسهیل دسترسی به کتاب ها و نشریات حوزه کارآفرینی	خودیادگیری در یادگیری	
یادگیری در طول نوآوری		
یادگیری دانش-نگرش-مهارت کارآفرینانه		
اولویت سنجی در نیازهای پژوهش	اولویت سنجی پژوهش	
انجام پژوهش ها را بر مبنای نیازهای جامعه رتبه بندی کنیم		
تنوع قراردادهای در زمینه پژوهش با بخش های خصوصی و دولتی	تنوع و انعقاد قراردادهای	
بکارگیری نیروی پژوهشی و مدیر پژوهشی حرفه ای و متخصص در سطح بالا در اجرای طرح های پژوهشی		
فراهم نمودن زمینه مناسب جهت ثبت اختراع و اعطای امتیاز	ثبت اختراع	
حمایت و ثبت نوآوری و اختراعات به منظور حل مشکلات اقتصادی و اجتماعی		
ارائه راهکارهای جدید جهت صدور مجوزهای کارآفرینی، تولید، اشتغال و صادرات	بالا رفتن سطح درآمد حاصل از پژوهش	
افزایش رغبت اعضای هیأت علمی به فعالیت های پژوهشی		
فعالیت های پژوهشی به عنوان بخشی از منابع مهم تامین درآمد دانشگاه		
انتشار رویکرد راهبردی و فرهنگ سازمانی نوآورانه و انعطاف پذیر	حمایت از اختراعات و نوآوریهای دانشجویی	
ارتباط همکاری نزدیک با سازمان پژوهش های علمی و صنعتی کشور جهت عضویت دانشگاه آزاد اسلامی در کنار ۱۱ مرجع معتبر علمی کشور		
فراهم آوردن مقدمات لازم برای راه اندازی پیشخوان الکترونیک جهت تسهیل در امور مخترعان دانشگاه آزاد اسلامی با اداره ثبت مالکیت های صنعتی		

تهیه چارچوب‌ها، آیین‌نامه‌ها و قوانین مربوط به اختراعات، اکتشافات و نوآوری‌ها در دانشگاه آزاد اسلامی		
تشکیل و پیگیری مصوبات کمیته تایید‌کننده علمی اختراعات، اکتشافات و نوآوری‌ها		
شناسایی اختراعات، ابداعات و اکتشافات اعضای هیات علمی و دانشجویان		
برگزاری کارگاه‌های آشنایی با روند ثبت اختراعات، مسایل حقوقی اختراعات، آشنایی با روند و نحوه حمایت دانشگاه از اختراعات و کارگاه چهار روزه روسای شورای پژوهشی واحدهای دانشگاهی		
همکاری در برگزاری المپیادهای اختراعات در واحدهای دانشگاهی		
تهیه بانک اختراعات و نوآوری‌های دانشگاه		
برگزاری جلسات شورای راهبردی ثبت و حمایت از نوآوری‌های علمی، فنی و هنری اعضای هیات علمی و دانشجویان		
تهیه سرمایه اولیه و منابع مالی مورد نیاز	جذب کمک‌های نقدی از شرکت‌های خصوصی	ر ز م
آگاهی از قوانین و مقررات راه‌اندازی کسب و کار		
تقسیم عادلانه سود حاصل از ارزش‌ها به حلقه‌های تولدی‌کننده ارزش		
حمایت از پایان‌نامه‌های دانشجویی	حمایت از پایان‌نامه‌های دانشجویی	ر ز م
برخوردارگی از قابلیت‌ها، توانمندی و انگیزه لازم برای پروسه کردن منابع و تبدیل آن‌ها به ارزش		
حمایت از کار تیمی و فراهم نمودن زمینه‌های مالی جهت انجام کار مهارت‌فروش ایده‌های ذهنی گروهی به دیگران	حمایت از کار تیمی مالی	
تدوین چشم‌انداز مشترک مدیریت در کارآفرینی و نوآوری	تدوین چشم‌انداز مشترک	ر ز م
برنامه‌ریزی جهت دوره‌های آموزشی		
آموزش و برنامه‌های پویا برای دانش‌آموختگان دانشگاهی		
تشکیل هسته مرکزی مدیریت از کارآفرینان دانشگاهی	تشکیل هسته مرکزی مدیریت از کارآفرینان دانشگاهی	
باور قلبی، مبحث کارآفرینی در انتخاب مدیران دانشگاه		ر ز م
ایجاد ساختار مدیریتی جدید و متناسب با نیازهای دانشگاه		
اهمیت به سرمایه‌های فکری و انسانی	اهمیت به سرمایه	

سرمایه گذاری متنوع در سطح ملی و بین المللی	های فکری و انسانی	
فرایند جذب و بکارگیری متناسب اعضای جامعه دانشگاهی به جهت نقش تأثیرگذار بر بالفعل کردن توانایی های بالقوه		
حمایت و نظارت دانشجویان و دانش آموختگان کارآفرین به عنوان الگو برای دانشجویان		
برگزاری دوره ها و سمینارهای کوتاه مدت برای افزایش دانش کارآفرینی		
قدرت تصمیم گیری در فعالیت های آموزشی و پژوهشی	تعهد مدیریت به حمایت و توسعه نوآوری	
فراهم نمودن جو بحث های گروهی برای دانشجویان		
هدایت دانشجویان برای کاربردی نمودن تخصص خود		
حمایت از افراد مستعد، خلاق و کارآفرین		
استفاده از فناوری های آموزش جدید	استفاده از فناوری های آموزش جدید	فناوری فرایند آموزش
ایجاد و راه اندازی پارک های علم و فناوری		
ترویج فرایند نوآوری و ایجاد گروه ها با خلاقیت و بهره وری بالا		
طراحی محصول یا خدمت جدید و توسعه راه های جدید انجام کار		
انتشار نتایج و یافته های علمی در جهان برای ایجاد هم افزایی در توسعه کارآفرینی		
نوسازی آموزش به لحاظ ارتباط آن با تغییرات		
انتشار رویکرد گرایش انتقال دانش به روند انتقال فناوری به دانش و اطلاعات		

نتایج حاصل از تحلیل عاملی نشان می دهد که از میان ۹۲ شاخص (گویه) موجود، ۳۰ مؤلفه و ۹ بعد قابل شناسایی است. بر اساس یافته های پژوهش، مدل مفهومی پژوهش به شکل زیر قابل ترسیم می باشد.



نتیجه گیری

پژوهش حاضر با هدف ارائه الگوی بومی دانشگاه نسل چهارم کارآفرینی دانشگاه اجرا شده است. یافته‌های به دست آمده از پژوهش حاضر نشان می‌دهد که الگوی بومی دانشگاه نسل چهارم کارآفرینی شامل ۹ مولفه اساسی اهداف، محتوای دروس، کیفیت دانش آموختگان، فعالیت دانش آموختگان، پژوهش، اختراعات، منبع مالی، مدیریت و فرایند نوسازی است. در محور اهداف، بر رشد و توسعه، ارزش گذاری نوین، تدوین چشم انداز مشترک و تقویت تفکر استراتژیک تاکید شده است. در محور محتوای دروس، بر یادگیری در عمل و یادگیری حل مساله تاکید شده است. مولفه‌های اصلی در محور

کیفیت دانش آموختگان شامل سطح فعالیت کارآفرینانه و انطباق توانایی دانش آموختگان با نیاز بازار کار است. فعالیت دانش آموختگان شامل مشارکت و حمایت از کار تیمی است. محور پژوهش شامل مولفه‌های روحیه پژوهش محوری، توانمندی بین دانش نظری و کاربرد آن و کاربردی نمودن پژوهش است. در محور اختراعات، مولفه‌های ثبت اختراع و حمایت از اختراعات و نوآوریهای دانشجویی وجود دارد. منابع مالی شامل جذب کمک‌های نقدی از شرکت‌های خصوصی و حمایت از کار تیمی است. محور مدیریت شامل مولفه‌های تشکیل هسته مرکزی مدیریت از کارآفرینان دانشگاهی، اهمیت به سرمایه‌های فکری و انسانی و تعهد مدیریت به حمایت و توسعه نوآوری است. در نهایت، محور فرایند نوسازی شامل استفاده از فناوری‌های آموزش جدید در دانشگاه است.

مبانی نظری و پژوهشی در خصوص دانشگاه کارآفرین نشان می‌دهد که از ویژگیهای مهم دانشگاه نسل چهارم این است که تحقیقات آنها ارزش عملی داشته باشد و بتواند مشکلی را حل کند (گودرزوند چگینی، ۱۳۹۷). دانشگاه‌های نسل چهارم، دانشگاه‌هایی با ماموریت آموزشی، پژوهشی، کارآفرینی و مبتنی بر فناوری نرم هستند. اساساً فناوری نرم به عنوان یک پارادایم جدید در حوزه فناوری، به زودی نگرشی همگام را نسبت به صنعت، تولید، پژوهش، آموزش، بازاریابی، کسب و کار و حتی امنیت و دفاع تغییر خواهد داد (زوئینگ^۱، ۲۰۰۵). بنابراین، در گام اول ضروری است رسالت‌های دانشگاه نسل دوم، که همانان پژوهش محوری است، تحقق یابد تا ورود به گام‌های بعد ممکن شود.

در یافته‌های به دست آمده، چشم انداز کارآفرینانه مشترک یکی از پرتکرارترین موارد در منابع کتابخانه‌ای و مصاحبه‌ها بود. ابرجو^۲ (۲۰۱۵) نیز در پژوهش خود نشان داده است توافق عمومی از مفهوم کارآفرینی به عنوان زمینه ساز رشد و توسعه اقتصادی، خود یکی از عوامل توسعه و پیشرفت دانشگاه‌های نسل چهارم در جهان است. علاوه بر این، تاکید بر

¹ Zhouying

² Abereijo

کارآفرینی و آموزش آن در دانشگاه‌ها، یعنی آماده‌سازی دانشجویان و اساتید برای دنیای کسب و کار و نیز تبدیل دانش نظری به دانش‌های کاربردی و عملی که با انجام و ایفای درست این مأموریت توسط دانشگاه‌ها شاهد تحولی شگرف در تولید اشتغال و در رشد و توسعه پایدار خواهیم بود.

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

کارآفرینی دانشگاهی می‌تواند شامل همه رفتارهای کارآفرینانه دانشگاهیان، مانند ایجاد شرکت‌های جدید در دانشگاه، ایجاد مراکزی برای پژوهش‌های مشترک با صنعت، تمهیداتی برای حفاظت از داراییهای فکری و واگذاری حق امتیاز نتایج پژوهش‌های دانشگاهی باشد (زالی و همکاران، ۱۳۹۲). نتایج حاصل از دانشگاه کمبریج، هاروارد و استنفورد نشان می‌دهد که در گام اول داشتن نظام آموزشی پایدار و سپس جدیدترین روش‌های تحقیق و پژوهش مدنظر است که توسط شرکت‌های مالی در هر دانشگاه حمایت می‌شوند. این شرکت‌ها وظیفه، تولید، خدمات، بازریابی داخلی و خارجی و عقد قراردادها را

برعهده دارند. عملکرد هر سه دانشگاه و سایر دانشگاه‌ها در این سطح نشان می‌دهد که دانشجویان این دانشگاه‌ها پس از فراغت از تحصیل به دلیل توانمند شدن و فراهم بودن شرایط، مستقیم جذب بازار کار می‌شوند (گودرزوند چگینی، ۱۳۹۷).

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

وجود استعدادهای منحصر به فرد در میان کارمندان، از جمله انعطاف‌پذیری، خلاقیت، بازدهی بالاتر، بهره‌وری بیشتر و خدمات رسانی مناسب به مشتری راه‌هایی است که کارمندان می‌توانند از آنها برای ایفای نقش اساسی در ارتقای موقعیت رقابتی سازمان استفاده کنند. بزرگ‌ترین دغدغه دانشگاه‌ها این است که هر کدام تا چه حد می‌توانند مأموریت خود را اجرا کنند و به دیدگاه و اهداف خود در زمینه خدمات رسانی مؤثر جامعه عمل پیوشانند. با ادغام کردن به کارگیری روابط انسانی در فرایند برنامه‌ریزی راهبردی، دانشگاه‌ها را قادر خواهد ساخت تا اهداف خود را تامین کنند. در حال حاضر، افق دانشگاه‌ها تربیت نیروی انسانی با ارزش افزوده و کیفیت فراملی است، از این رو کارکرد و مأموریت دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی در دهه‌های مختلف در مسیر تغییر و تحول و هویت‌یابی قرار گرفته‌اند. در واقع، موفقیت دانشگاه بستگی به کارکرد آنها دارد (گودرزوند چگینی، ۱۳۹۷).

باید در نظر داشت که کارآفرین شدن دانشگاه‌ها در آموزش و توسعه خدمات آموزشی - تحقیقاتی در کشور ما، بازتاب ملموسی در سطح جامعه ندارد. مسئله مهم مدیران دانشگاه‌ها می‌باشد که مانع از توسعه ماموریت کارآفرینی در دانشگاه‌ها می‌شود. به صورت مختصر می‌توان گفت به دانشگاهی، دانشگاه کارآفرین گفته می‌شود که کارآفرینی علمی در آن بتواند نیرویی برای رشد اقتصادی ایجاد کند و باعث رقابت در بازارهای جهانی شود. در بحث دانشگاه کارآفرین، از موضوع فناوری اطلاعات نمی‌توان غافل شد. در مطالعات بدست آمده توسط سازمان بین‌المللی کار بر این نکته تاکید شده است که در عصر اطلاعات و ارتباطات، آن نوع آموزش باید در دستور کار قرار گیرد که توانایی تقویت اشتغال‌پذیری را در افراد داشته باشد که رسالت آموزش عالی تنها پیشرفت ذهنی نیست بلکه می‌توان به آماده‌سازی شغلی در افراد منجر شود.

بر اساس یافته‌های بدست آمده از پژوهش حاضر، چندین پیشنهاد می‌توان ارائه داد که در ذیل به آنها اشاره می‌شود:

- فعالیتهای پژوهشی و اوقات فراات دانشگاهها نیز می‌بایست منطبق بر کارآفرینی در حوزه‌های مختلف باشد.
- بکارگیری نیروی پژوهشی و مدیر پژوهشی حرفه‌ای که سابقه کار در صنعت مربوطه را هم دارد و متخصص در سطح بالا در اجرای طرح‌های پژوهشی
- تنوع قراردادهای در زمینه پژوهش با بخش‌های خصوصی و دولتی
- پیشنهاد می‌شود انجام پژوهش‌ها را بر مبنای نیازهای جامعه و نیازها و اولویت‌های پژوهشی موجود در صنعت رتبه‌بندی کنیم.
- تقسیم عادلانه سود حاصل از ارزش‌ها به حلقه‌های تولیدکننده ارزش برای ایجاد انگیزه در آنها
- برخورداری از قابلیت‌ها، توانمندی و انگیزه لازم برای پروسه کردن منابع و تبدیل آن‌ها به ارزش با برگزاری کلاسها و کارگاه‌های آموزشی

- حمایت از کار تیمی و فراهم نمودن زمینه های مالی جهت انجام کار بخصوص برای اولویت های پژوهشی تقسیم بندی مبالغ کاملا شفاف و عادلانه باشد.
- حمایت و فروش ایده های ذهنی گروهی دانشجویان و کارآفرینان به دیگران و ایجاد اشتغال برای آنها در راستای انجام این کار
- تغییر مدیریت ضعیف و ناکارآمد دستگاه های اجرایی و جایگزینی بسیاری از مدیران و کارکنان کلیدی سازمان دولتی ضعیف و ناتوان با دانش آموختگان پرانگیزه دانشگاهی انقلابی و متدین، تغییر رویکرد دانشگاه ها از پژوهش های نظری و محتوایی به سمت پژوهش های کاربردی، اثرگذار و بومی و ایجاد نهاد علم سنج برای ممیزی مقالات و پژوهش های علمی و امتیاز بندی آن و هدایت گری پژوهشگران زیر نظر وزارت علوم یا نهادی کاملا مستقل برای انجام پژوهش های مستقل و بومی
- تیم سازی و گسترش شبکه های کاری دانشجویی و معرفی پژوهش های مرتبط با صنایع به تیم های دانشجویی برای بالا بردن تخصص آنها و کاهش مشکلات در صنایع و کسب و کارها
- دانشگاه ها در ارتباط نزدیک با سازمانها، واحدهای تولیدی و ... اقدام به بررسی نیازهای این سازمان ها نموده و در راستای اعتلای فعالیت این سازمانه، اقدام به تعریف رشته تحصیلی نموده و دانشجویان را آموزش دهند.
- انجام گفتگوها، هدف گذاری ها، ارائه تکالیف و پروژه های عملی به دانشجویان، اهمیت فکری و ارزشی در اساتید و مسئولین و ... برای نمایان ساختن فرهنگ کارآفرینی.

منابع

- ۱) احمدپور داریانی، محمد و مقیمی، محمد (۱۳۹۲). **مبانی کارآفرینی**، تهران: نگاه دانش.
- ۲) آقاجانی، حسنعلی؛ صمدی میار کلایی، حسین؛ صمدی میار کلایی، حمزه. (۱۳۹۲). «تبیین و بررسی اثربخشی دوره‌های آموزش کارآفرینی طرح‌های زودبازده بر کارآفرینان زن»، **فصلنامه زن و جامعه**، سال چهارم، شماره ۱۵(۳)، صص ۲۷-۱.
- ۳) جاودانی، حمید (۱۳۹۳). «طراحی الگوی توسعه‌سازی در نظام مدیریت آموزش عالی ایران»، **پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی**، شماره ۲۰(۴)، صص ۷۴-۵۵.
- ۴) زالی، محمدرضا؛ رضوی، مصطفی و محمدزاده، ناهید (۱۳۹۲). «تبیین نقش فرهنگ کارآفرینی سازمانی بر کارآفرینی دانشگاهی در دانشگاه تهران»، **مدیریت بازرگانی**، شماره ۵(۲)، صص ۱۱۴-۸۹.
- ۵) سراجی، فرهاد (۱۳۹۷). «راه‌های ترویج و توسعه صلاحیت‌های کارآفرینی در دانشجویان»، **فصلنامه آموزش مهندسی ایران**، شماره ۲۰(۷۸)، صص ۵۷-۳۷.
- ۶) سعیدی کیا، مهدی و همکاران (۱۳۹۲). **راهنمای تدریس کارآفرینی**، تهران: انتشارات کیا، چاپ اول.
- ۷) کیخا، احمد؛ عزتی، میترا و صالحی، محمد جواد (۱۳۹۸). «طراحی الگوی دانشگاه کارآفرین: رویکرد کیفی (مورد پژوهی: دانشگاه تهران)»، **فصلنامه آموزش مهندسی ایران**، شماره ۲۱(۸۳)، صص ۷۷-۵۱.
- ۸) شهرکی پور، حسن، ندیری، خدیجه، شیر محمدی، رحمان (۱۳۹۰). «بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی با کارآفرینی سازمانی در بین کارکنان دانشگاه لرستان»، **نشریه تحقیقات مدیریت آموزشی**، شماره ۱(۴)، صص ۱۳۶-۱۰۹.
- ۹) گودرزوند چگینی، مهرداد (۱۳۹۷). رویکرد دانشگاه‌های نسل چهارم کار و عمل»، **فصلنامه آموزش مهندسی ایران**، تابستان، شماره ۲۰(۷۸)، صص ۱۶-۱.
- ۱۰) مدرسی سریزدی، سیده جمیله؛ عباس پور، عباس؛ غیاثی، سعید و سخدری، کمال (۱۳۹۸). «ارائه الگوی دانشگاه کارآفرین با رویکرد فرا ترکیب»، **آموزش عالی ایران**، شماره ۱(۱)، صص ۶۷-۹۸.

- (۱) یزدان پناه، مسعود و زبیدی، طاهره (۱۳۹۶). «تأثیر ویژگیهای کارآفرینی بر نیت کارآفرینانه در دانشگاه رامین خوزستان»، فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی، شماره ۲۳(۲)، صص ۱۳۱-۱۱۵.
- 12) Abereijo, I. (2015). Developing Entrepreneurial Competences in University Lecturers: Obafemi Awolowo University Experience. *KJBM*, 6(1), pp. 30-42. O., 2015.
- 13) Ahmed, T., Chandran, V. G. R., Klobas, J. E., Liñán, F., & Kokkalis, P. (2020). Entrepreneurship education programmes: How learning, inspiration and resources affect intentions for new venture creation in a developing economy. *The International Journal of Management Education*, 18(1), 100327.
- 14) Anderson, B. S., Eshima, Y., & Hornsby, J. S. (2019). Strategic entrepreneurial behaviors: Construct and scale development. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 13(2), 199-220.
- 15) Bhatia, R., Bhatia, A., & Banerji, B. (2021). Entrepreneurship Development: Managing Change And Complexity with Innovation. *Psychology and Education Journal*, 58(2), 5159-5171.
- 16) Cadenas, G. A., Cantú, E. A., Lynn, N., Spence, T., & Ruth, A. (2020). A programmatic intervention to promote entrepreneurial self-efficacy, critical behavior, and technology readiness among underrepresented college students. *Journal of Vocational Behavior*, 116, 103350.
- 17) Khoshnevisan, F., Abbaspour, A., Fazeli, N., & Neyestani, M. (2020). Human Sciences in the Third Generation of University Phenomenological Analysis of the Barriers of the Entrepreneur Human Sciences. *Critical Studies in Texts & Programs of Human Sciences*, 20(10), 79-102.
- 18) Mardiana, L., Nilawati, F. E., Zulfiningrum, R., & Umami, Z. (2020, October). Strategic Communication of Entrepreneurship Education for Digital Generation. In *Brawijaya International Conference on Multidisciplinary Sciences and Technology (BICMST 2020)* (pp. 68-71). Atlantis Press.
- 19) Nicotra, M., Del Giudice, M., & Romano, M. (2021). Fulfilling University third mission: towards an ecosystemic strategy of entrepreneurship education. *Studies in Higher Education*, 1-11.
- 20) Salamzadeh, A.; Salamzadeh, Y. and Daraei, M. R. (2011). Toward a systematic framework for an entrepreneurial university: A study ini context with an IPOO model *Global Business and Management Research: An International Journal*, 3(1), 30-37. 2011
- 21) Zhouxing, JIN. (2005). *Gobal Technology*, Translated by Kelvin W. Willoughby, Bristol, UK.