

الگوی توسعه کارآفرینی در دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری

20.1001.1.24767220.1403.14.3.5.8

فاطمه قربانی پیرعلیده^۱
هما احمدیان^۲
زهرا سینائی‌راد^۳
زبیده کوچکی^۴

چکیده

کارآفرینی دانشگاهی رویکرد و ضرورتی برای آینده دانشگاه است تا افراد با گسترش فعالیت‌های کارآفرینانه، حضور مؤثرتری در زیست‌بوم کارآفرینی داشته باشند و شرایط توسعه پایدار جامعه پیرامون خود را فراهم کنند. از این رو در این مقاله طراحی الگوی توسعه کارآفرینی در دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری دنبال شده است و رویکرد کلی تحقیق کیفی است. از میان متخصصان و صاحب‌نظران کارآفرینی استان، تعداد ۴۲ نفر با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شده‌اند. داده‌های موردنیاز برای کار از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختارمند جمع‌آوری شده‌اند و با استفاده از الگوی پارادایمی نظریه بنیانی تجزیه و تحلیل شده‌اند. اعتبارسنجی یافته‌ها از طریق بازبینی یافته‌ها از سوی مشارکت‌کنندگان و شیوه مثلث‌سازی تأیید شد. نتایج نشان داد که اصلی‌ترین مؤلفه‌های گسترش کارآفرینی دانشگاهی در دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری شامل شش مؤلفه است: عوامل علی (بهبود شرایط فردی و سازمانی)، عوامل زمینه‌ای (شرایط مدیریتی مناسب، اعتمادسازی مناسب)، عوامل مداخله‌گر (پیش‌ران‌های فرهنگی-قانونی و پسران‌های مالی-فنی)، توسعه کارآفرینی (منافع درون سازمانی، منافع برون سازمانی)، راهبردها (آموزشی-فرهنگی، سیاست‌ها و برنامه‌های حمایتی) و پیامدها (اجتماعی، اقتصادی، فردی، سازمانی).

واژگان کلیدی: کارآفرینی دانشگاهی، اشتغال دانشجویان، تجاری‌سازی، شرکت‌های دانش‌بنیان

تاریخ پذیرش: ۳۰ بهمن ۱۴۰۲

تاریخ بازنگری: ۱۸ دی ۱۴۰۲

تاریخ دریافت: ۲۶ آذر ۱۴۰۲

۱. استادیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده علوم زراعی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری، ساری، ایران (نویسنده مسئول): Email: f.ghorbani@sanru.ac.ir

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده علوم زراعی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری، ساری، ایران.

۳. کارشناسی ارشد گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده علوم زراعی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری، ساری، ایران.

۴. کارشناسی ارشد گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده علوم زراعی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری، ساری، ایران.

مقدمه

امروزه، با رشد فزاینده بیکاری در سراسر جهان، بسیاری از دولت‌ها به کارآفرینی به‌منزله عنصری حیاتی توجه کرده‌اند که برای موفقیت در جامعه امروزی اهمیت ویژه‌ای دارد. این دولت‌ها سهم قابل توجهی از پژوهش‌ها را به این حوزه اختصاص داده‌اند و از آن برای ایجاد مشاغل پایدار و وابسته بهره می‌گیرند (Brown- hilder, 2019). کارآفرینی تأثیر زیادی بر رشد اقتصادی، نوآوری و اشتغال دارد (Laguía et al., 2019) و به‌مثابه کلید اصلی از بین‌برنده فقر در کشورهای در حال توسعه معرفی شده است (Gaspar, 2017).

کارآفرینی دانشگاهی که بر پایه دانش تولید شده در دانشگاه استوار است، یکی از انواع کارآفرینی به شمار می‌آید که با آن می‌توان نقش مهمی در توسعه اقتصادی کشورها ایفا کرد (Li et al., 2017). دانشگاه‌ها نقش مهمی در پویایی و رشد منطقه‌ای ایفا می‌کنند. از یک سو، به‌عنوان عاملان بزرگ اقتصادی، تأثیر مستقیمی بر فعالیت‌های مختلف اقتصادی در سطوح منطقه‌ای و محلی دارند و از سوی دیگر، به زیست‌بوم فرهنگی و محیط طبیعی منطقه‌ای که به آن تعلق دارند کمک می‌کنند (Riberio and Varum, 2020). بر این اساس، امروزه دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی نقشی اساسی در اقتصاد دانش‌بنیان ایفا می‌کنند؛ آن‌ها نه تنها قطب تولید دانش و علم جدید به شمار می‌آیند، بلکه تقویت‌کننده کارآفرینی و عاملی برای توسعه اقتصادی منطقه‌ای نیز به محسوب می‌شوند (Tixeiera et al., 2020).

توجه به کارآفرینی دانشگاهی دست‌کم از سه منظر اهمیت دارد: نخست آنکه در سال‌های اخیر، شمار زیادی از پژوهش‌های کاربردی به سوی صنعت سوق یافته‌اند؛ بنابراین، تجاری‌سازی نتایج علمی به‌طور روزافزون از سوی پژوهشگران و استادان دانشگاه دنبال می‌شود. دوم آنکه بسیاری از پژوهش‌های ارزشمند و مطالعات دانشگاهی سبب شده‌اند تا نوعی یادگیری دانشگاهی برای بازاریان، مدیران صنعت و همچنین مشتریان ایجاد شود و فرهنگ‌سازی صورت گیرد (Elliot et al., 2018). مورد سوم، پرورش کارآفرینان و توسعه کارآفرینی دانشگاهی است. امروزه توسعه کارآفرینی به‌منزله بخش مهمی از کارکردهای دانشگاه در جامعه به رسمیت شناخته می‌شود و دانشگاه‌ها نقش مؤثری در ارتقای مهارت‌های کارآفرینانه دانشجویان و پرورش کارآفرینان ایفا می‌کند (Davey et al., 2016).

محققان بر این باورند که کارآفرینی دانشگاهی به معنای ارتقای رفتارهای کارآفرینانه کارکنان و دانشجویان در محیط دانشگاهی است؛ جایی که در آن افراد کسب‌وکار خود را راه‌اندازی کرده و به کارآفرین تبدیل می‌شوند (Barcik et al., 2017). بر این اساس، کارآفرینی دانشگاهی افزون بر ایجاد فرصت مشارکت، حضور و نظریه‌پردازی در توسعه اقتصادی برای دانشگاه‌ها، به نیاز

دانشگاه‌ها به استقلال مالی و کسب درآمد از طریق فعالیت‌های کارآفرینانه تبدیل شده است؛ امری که منجر به توسعه و تعامل حرفه‌ای دانشگاهیان و سهام شدن آنان در فرایند کارآفرینی خواهد شد (Sharifzadeh and Abdollahzadeh, 2016). در سال‌های اخیر، به کارآفرینی دانشگاهی به‌منزله رویکرد و همچنین رسالت سوم دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی توجه شده است (Rezaei et al., 2013).

فعالیت‌های مختلفی از قبیل همکاری‌های پژوهشی با صنعت، برنامه‌های ثبت اختراع، افشای ایده در بنگاه‌های جدید، آموزش کارآفرینی افراد بامهارت و توسعه تجاری، ابزارهایی هستند که دانشگاه‌ها برای دستیابی به پیکربندی کارآفرینی خود در قالب کارآفرینی دانشگاهی از آن استفاده می‌کنند (Siegel and Wright, 2015). در دانشگاه‌های کارآفرین چارچوب‌هایی تعیین می‌شود که به بازیگران دانشگاه این امکان را می‌دهد تا با ایجاد انواع جدیدی از مؤسسات منطقه‌ای در فعالیت‌های توسعه جمعی مانند خوشه‌ها یا شبکه‌های انتقال فناوری، نقش مثبتی ایفا کنند. در این دانشگاه‌ها با اطمینان از همکاری سازنده، ارتباطات مداوم بین دانشگاهیان و افراد و ذی‌نفعان منطقه‌ای تقویت می‌شود (Nieth and Benneworth, 2020).

دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری یکی از سه دانشگاه تخصصی در حوزه کشاورزی در سطح کشور است که در آن به توسعه مهارت‌های علمی، فنی و قابلیت‌های کارآفرینانه اعضای هیئت علمی، دانشجویان و یاوران علمی دانشگاه توجه ویژه‌ای دارند. برای دستیابی به این هدف مهم، در واحدهای مرتبط با کارآفرینی دانشگاه، ازجمله در مرکز کارآفرینی، مرکز رشد واحدهای فناوری طبرستان، دفتر ارتباط با جامعه و صنعت، معاونت‌های مختلف دانشگاه، انجمن‌های علمی دانشجویی، گروه‌های آموزشی و غیره تلاش شده است کارگاه‌های آموزشی، دوره‌ها و کلاس‌هایی با هدف ارائه آموزش و ارتقای سطح آگاهی عمومی کارکنان و دانشجویان در زمینه کارآفرینی برگزار شود و از شرکت‌های نوپا (استارت‌آپ‌ها) کارآفرینی حمایت کنند. باین‌حال، سؤالات مختلفی درخصوص این‌گونه فعالیت‌های کارآفرینانه در دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری مطرح شده است. به‌طور خاص پرسش‌هایی چون: چگونه دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری می‌تواند به دانشگاه کارآفرین تبدیل شود؟ چه عواملی موجب تسریع کارآفرینی در دانشگاه خواهند شد و برعکس، چه موانعی بر سر راه کارآفرینی دانشگاه قرار گرفته است؟ الگوی توسعه کارآفرینی در دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری باید چگونه باشد تا بیشترین موفقیت را به همراه داشته باشد؟ این الگو در آینده چه پیامدهایی را برای کارکنان، دانشجویان و فارغ‌التحصیلان دانشگاه به دنبال خواهد داشت؟ آیا دانشگاه می‌تواند در این زمینه به الگویی برای

سایر دانشگاه‌ها تبدیل شود؟ این سؤالات موجب شده‌اند که الگوی توسعه کارآفرینی در سطح دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری، به یک ضرورت تبدیل شود.

۱. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

به نظر پژوهشگران، بر اساس تأثیرات بیرونی بر ساختارهای دانشگاهی و پویایی درونی آن‌ها، دو انقلاب دانشگاهی رخ داده است:

الف: انقلاب دانشگاهی اول در اواخر قرن نوزده در آلمان روی داد که به دنبال آن، دانشگاه‌های پژوهش محور نسل دوم معرفی شدند؛ **ب:** انقلاب دانشگاهی دوم در نیمه دوم قرن بیستم پس از جنگ جهانی دوم رخ داد. در این دوره دانشگاه‌های کارآفرین نسل سوم معرفی شدند و که هدف در آن‌ها تربیت نیروهای انسانی کارآفرین و ارتباط با صنعت شروع به فعالیت کردند. در فرایند انقلاب دانشگاهی دوم، دانشگاه‌ها نه تنها عهده‌دار مأموریت نوآوری فناورانه و در نتیجه، توسعه اقتصادی و اجتماعی شدند، بلکه آموزش فردی به آموزش سازمانی (آموزش کارآفرینی) و پژوهش‌های فردی به پژوهش‌های گروهی تبدیل شد. محققان معتقدند که تا انقلاب دوم دانشگاهی، در مراکز پژوهشی و آموزشگاه‌های دانشگاه‌ها، هرگز نگرانی درباره یافتن ایده‌های نویددهنده برای فعالیت اقتصادی وجود نداشت؛ اما امروزه اکثر دانشگاه‌ها برای توسعه توانایی‌ها و مهارت‌های نیازمند برای شناخت و ارزیابی ایده‌های اقتصادی در رشته‌های پژوهشی مختلف تخصصی سازمان‌دهی شده‌اند (Azizi and Shafie Zadeh, 2013).

دانشگاه‌ها به مثابه رأس سیستم آموزشی و موتور نوآوری معرفی می‌شوند. منابع اولیه برای نوآوری، شامل افراد تحصیل کرده و ایده‌های نو، از سوی دانشگاه‌ها تأمین می‌شود. خروج دانشگاه از پبله خود و برقراری ارتباط با محیط و صنعت، سبب بهبود روند تحقیق، توسعه، نوآوری و حرکت به سمت رویکرد جدید نوآوری خواهد شد (Madhoshi and Kiakojori, 2018).

محققان معتقدند که کارآفرینی دانشگاهی تأثیر مثبتی بر تجاری‌سازی تحقیقات و انتقال فناوری در دانشگاه‌های مختلف دارد (Yusof et al., 2010). همچنین ارتباط فعالیت‌های علمی دانشگاه‌ها با روش‌های مهندسی، صنعت، کسب‌وکارها و مراجع حقوقی می‌تواند منجر به ایجاد یک زیست‌بوم کارآفرینانه دانشگاهی موفق شود (Nelson and Monsen, 2014).

کشور لهستان یکی از پیشتازان در زمینه کارآفرینی دانشگاهی است. به طور خاص، اولین پارک فناوری در لهستان در سال ۱۹۹۵ راه‌اندازی شد. در حال حاضر، حدود ۵۴ پارک فناوری در مراحل مختلف توسعه در لهستان وجود دارد. اکثر ساکنان این پارک‌ها، شرکت‌های کوچک و متوسط و به عبارت دیگر اسپین‌آف‌ها^۱ و اسپین‌آوت‌های^۲ دانشگاهی هستند که بیش از

۱۰ درصد از ساکنان این پارک‌ها را تشکیل می‌دهند. انجمن مراکز نوآوری تجاری لهستان در سال ۱۹۹۲ با هدف ترویج کارآفرینی دانشگاهی شروع به فعالیت کرد. کارشناسان این انجمن‌ها به انجام مطالعات امکان‌سنجی پرداختند و مفاهیم عملیاتی را برای این مراکز ایجاد کردند. آن‌ها همچنین کتاب‌های درسی راهنمای انکوباتور^۳ کسب‌وکار دانشگاهی برای مدیران و توسعه‌دهندگان، کارآفرینی دانشگاهی: تجربه بین‌المللی را تهیه و تدوین کردند. از جمله فعالیت‌های این انجمن‌ها می‌توان به برگزاری اجلاس سالانه، ارائه و انتقال یافته‌های پژوهشی در سطح کشور لهستان و سایر فعالیت‌های آموزشی اشاره کرد. مهم‌ترین چارچوب راهنمای تهیه‌شده برای توسعه کارآفرینی دانشگاهی، در قالب شکل ۱ ارائه شده است. بر اساس این شکل، کارآفرینی دانشگاهی تحت تأثیر هفت فعالیت مهم قرار دارد که شامل این موارد است: رهبری و حکمرانی مناسب، ایجاد ظرفیت‌های سازمانی و تربیت افراد و ارائه مشوق‌ها، آموزش و یادگیری، ایجاد مسیرهای مناسب برای کارآفرینان، ارتباط دانشگاه با خارج از آن برای تبادل دانش، تعریف دانشگاه کارآفرین به عنوان مؤسسه‌ای بین‌المللی، ارزیابی و سنجش تأثیر دانشگاه کارآفرین با هدف رصد فعالیت‌های آن (David et al., 2014).

محققان چینی در مطالعات خود گزارش کرده‌اند که کشور چین به منظور توسعه کارآفرینی دانشگاهی، راهبرد چهار مرحله‌ای را دنبال می‌کند:

- مرحله ۱:** برگزاری دوره‌های آموزش مربی کارآفرینی و برنامه‌های آموزشی برای بهبود مهارت‌های کارآفرینی استادان؛
- مرحله ۲:** احداث صندوق‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر برای کاهش فشار کسب سرمایه ویژه کارآفرینان دانشگاهی؛
- مرحله ۳:** احداث پایگاه‌های کارآفرینی و مراکز رشد (انکوباتور) کسب‌وکار در فضای دانشگاه؛
- مرحله ۴:** ارائه مشاوره به دانشجویان و برگزاری مسابقات کارآفرینی ویژه دانشجویان دانشگاه (You et al., 2017).

سنداستروم و همکاران با بررسی ادبیات کارآفرینی دانشگاهی، الگویی برای آن ارائه کرده‌اند که در شکل ۲ نشان داده شده است. بر اساس الگوی پیشنهادی آنان، برای موفقیت‌آمیز بودن کارآفرینی دانشگاهی، باید منافع سهام‌داران اصلی از جمله مخترعان دانشگاهی، مدیران آزمایشگاه‌ها، دفاتر انتقال فناوری و غیره، با هدف تعدیل ابتکار کارآفرینی دانشگاهی مدنظر مسئولان قرار گیرد. به عبارت دیگر، کارآفرینی دانشگاهی زمانی موفق‌تر خواهد بود که بتواند در جامعه تأثیرگذار باشد یا هدف ابتکارات کارآفرینی دانشگاهی با توانایی‌ها و علایق دانشگاهیان و دفاتر انتقال فناوری مطابقت داشته باشد (Sandström et al., 2018).

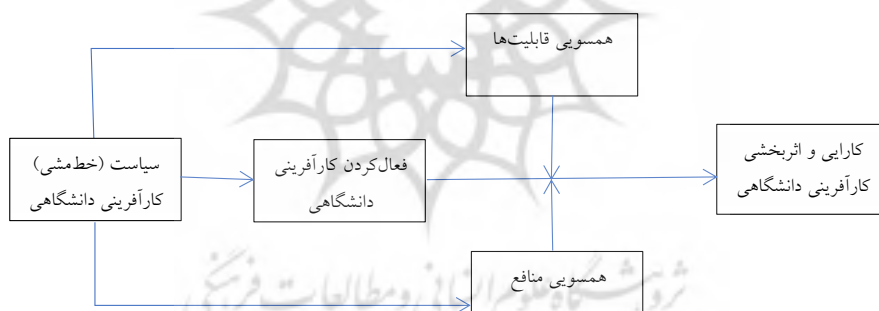
1. Spin-off

2. Spin out

3. Incubator



شکل ۱: الگوی کارآفرینی دانشگاهی در کشور لهستان (David et al., 2014)



شکل ۲: الگوی پیشنهادی کارآفرینی دانشگاهی (Sandström et al., 2018)

لی و وو^۱ در تحقیقات خود به این نتیجه رسیدند که کارآفرینی محرک رشد اقتصادی و شکوفایی ملی است. کالج و دانشگاه‌ها به اهمیت آموزش کارآفرینی پی برده‌اند و تلاش می‌کنند رشد شخصی دانشجویان را از طریق برنامه آموزش کارآفرینی تقویت کنند. هدف اصلی آموزش کارآفرینی، ایجاد فرصت‌های شغلی و اشتغال‌زایی و است. با این حال، سرمایه‌گذاری کلان در زمینه آموزش کارآفرینی در کالج‌ها و دانشگاه‌ها تأثیر چندانی در افزایش نرخ کارآفرینی دانشجویان نداشته است (Li and Wu, 2019).

جونز و پاتون^۲ در بررسی کارآفرینی دانشگاهی گزارش داده‌اند که مدیریت‌گرایی تأثیر مستقیمی بر کارآفرینی دانشگاهی دارد. آن‌ها کارآفرینی دانشگاهی را شکلی از خلاقیت اجتماعی، هنر نوآوری، ایجاد فضایی برای بازی و یا اختراع برای تحقق شیوه‌های جدید تعریف کرده‌اند و این ویژگی را عنصری گم‌شده در فرایند کارآفرینی دانشگاهی می‌دانند (Jones and Patton, 2020).

2. Ones and Patton

3. Su

1. Li and Wu

بر ایجاد فرصت‌های مشارکت، حضور و نظریه‌پردازی در توسعه اقتصادی برای دانشگاه‌ها، به نیاز این مؤسسات به استقلال مالی و کسب درآمد از فعالیت‌های کارآفرینانه تبدیل شده است. این امر منجر به توسعه و تعامل حرفه‌ای دانشگاهیان و مشارکت آنان در فرایند کارآفرینی خواهد شد (Sharifzadeh and Abdol-lahzadeh, 2016).

فرامرزی‌نیا و همکاران در مطالعه‌ای با هدف تحلیل امکان پیاده‌سازی دانشگاه کارآفرین در دانشگاه شهید چمران اهواز به بررسی این موضوع پرداختند. نتایج داده‌های کمی نشان داد که از نظر اعضای هیئت علمی، امکان پیاده‌سازی تمامی مؤلفه‌های دانشگاه کارآفرین در این دانشگاه وجود دارد. در بخش کیفی، نتایج نشان داد که اعضای هیئت علمی مشکلات و موانع دانشگاه و همچنین نبود زیرساخت‌ها و بسترهای سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی مناسب در کشور را پذیرفته‌اند و معتقدند که دانشگاه توانمندی‌ها و زمینه‌های مناسبی دارد و می‌تواند با اعمال راهکارهایی در مسیر تبدیل شدن به دانشگاه کارآفرین حرکت کند. الگوی امکان‌پذیری دانشگاه کارآفرین در دانشگاه شهید چمران در قالب شکل ۳ ارائه شده است. بر اساس نظر محققان، دانشگاه کارآفرین باید پنج مؤلفه اصلی شامل هسته رهبری قوی، توسعه محیط سازمانی، متنوع‌سازی منابع مالی، هسته فنی قوی و فرهنگ کارآفرینی را داشته باشد. تعامل سیستمی این پنج مؤلفه و نیز ارتباط مؤثر دانشگاه با جامعه از پیش‌نیازهای امکان‌پذیری دانشگاه کارآفرین است. در این الگو، فرهنگ کارآفرینی بستری برای چهار مؤلفه دیگر به شمار می‌آید. همچنین، الگوی ارائه شده در شکل ۱ نشان می‌دهد که دانشگاه کارآفرین در خلأ شکل نمی‌گیرد و برای تحقق آن نیاز به بستری اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی مناسب در جامعه است (Faramarzi Nia et al., 2016).

عزیزی به بررسی مقایسه‌ای عملکرد مراکز کارآفرینی برتر دانشگاه‌های آمریکا و دانشگاه‌های منتخب ایران پرداخته است. نتایج مطالعات وی نشان داده است که مراکز کارآفرینی در دانشگاه‌های برتر آمریکا تعداد دانشجویان بیشتری جذب کرده‌اند (میانگین ۲۰۵ دانشجو به ازای ۵۵ دانشجو در دانشگاه‌های تهران). محقق معتقد است که داشتن سابقه و منابع بیشتر، رایج بودن روحیه کارآفرینی و وجود برنامه‌های باکیفیت از علل اصلی این تفاوت است. همچنین، در مراکز کارآفرینی آمریکا تمایل دارند تا برنامه‌های جامعی در زمینه آموزش کارآفرینی داشته باشند و تمرکز آموزشی خود را در دوره کارشناسی ارشد قرار داده‌اند. وجود برنامه کارآفرینی در سطح دانشگاه و ارائه آن به صورت دوره‌های مختلف و چندگانه می‌تواند نشان‌دهنده توجه به کارآفرینی برای یک مؤسسه دانشگاهی باشد. درحالی‌که، نداشتن برنامه‌های کارآفرینی در تمام سطوح دانشگاهی می‌تواند

و رفتارهای مشاهده‌شده را به شکل قابل‌توجهی کنترل می‌کند. همچنین نتیجه مطالعات آن‌ها نشان داد که حمایت دانشگاه نقش چشمگیری در شکل‌گیری نگرش مثبت دانشجویان نسبت به کارآفرینی ایفا می‌کند، که این موضوع بر اهمیت نقش حیاتی دانشگاه‌ها در ایجاد روحیه کارآفرینی در دانشجویان تأکید دارد (Su et al., 2021).

حلاج‌یوسفی و همکاران در مطالعه‌ای به بررسی ضرورت ایجاد کسب‌وکارهای انشعابی از سوی دانشگاه‌ها پرداخته‌اند. بر اساس این مطالعه، مؤسسه‌های آموزش عالی در نقش نهادهای تولید و انتشار دانش، نه تنها مکانی برای آموزش و تحقیق هستند، بلکه انتظار می‌رود نقش فعال‌تری در توسعه اقتصاد ملی و ناحیه‌ای ایفا کنند. در نتیجه، این انتظارات جدید، مؤسسات آموزش عالی را به سمت تحولی درونی و نیز تحول در نحوه تعامل با محیط اقتصادی و اجتماعی سوق داده است و موجب ظهور نسل جدیدی از دانشگاه‌ها با عنوان «دانشگاه‌های کارآفرین» شده است. تأسیس شرکت‌های انشعابی مختلف از سوی دانشگاه‌ها نمود برجسته‌ای از فعالیت‌های کارآفرینی دانشگاهی شناخته می‌شود (Hallaj Yusefi et al., 2013).

نیکرفتار و فرید در بررسی عوامل درون‌سازمانی مؤثر بر توسعه کارآفرینی دانشگاهی در پردیس کشاورزی دانشگاه تهران، این عوامل را در شش گروه کلی دسته‌بندی کرده‌اند.

۱- منابع انسانی: جذب اعضای هیئت علمی و متخصصان، تشویق اعضای هیئت علمی و متخصص و توانمندسازی نیروی انسانی در حوزه کارآفرینی؛

۲- منابع مالی: فراهم بودن تسهیلات مالی مناسب، وجود عامل‌های تسهیلگر بانکی، تأمین مالی خرد، مشارکت مالی دانشگاه با شرکت‌های کوچک و اعطای وام؛

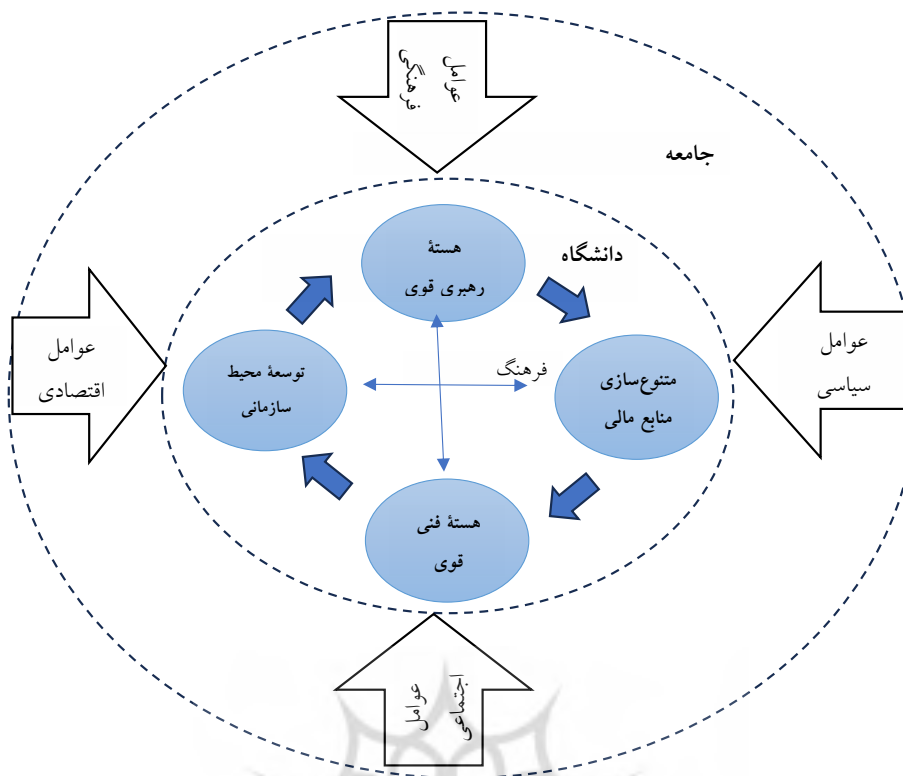
۳- منابع فیزیکی: دستگاه‌ها، زمین زراعی، گلخانه، دفاتر انتقال فناوری، مراکز مشاوره و آموزش کارآفرینی؛

۴- منابع تجاری: دسترسی به راه‌های بازاریابی، دسترسی به تسهیلاتی مانند ارتباط با سرمایه‌گذاران و خدمات حقوقی؛

۵- شهرت و موقعیت دانشگاه: بهره‌گیری از نشان دانشگاه برای جذب همکاری و استفاده از شهرت و موقعیت دانشگاه برای دستیابی به منابع؛ ۶- همکاری دانشگاه و صنعت: طرح‌های مشترک با صنعت دوره‌های کارآموزی دانشجویان در شرکت‌های صنعتی.

یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که کارآفرینان پردیس کشاورزی با موانع تجاری، فیزیکی و مالی مواجه‌اند. همچنین، عواملی چون همکاری دانشگاه با صنعت، منابع انسانی و شهرت و موقعیت دانشگاه، در درجه دوم اهمیت برای توسعه کارآفرینی در این پردیس قرار دارند (Nikraftar, and Farid, 2015).

به اعتقاد شریف‌زاده و عبدالله‌زاده، کارآفرینی دانشگاهی افزون



شکل ۳: الگوی امکان پذیری دانشگاه شهید چمران در مسیر تبدیل به دانشگاه کارآفرین (Faramarzi Nia et al., 2016)

بیش از پیش نمایان شده است، به گونه ای که برنامه ها و دوره های کارآفرینی با استقبال و علاقه زیادی برگزار می شود و مسئولان نیز حمایت های لازم را به عمل می آورند. رؤسای دانشگاه ها با جذب اعتبار و تأمین منابع از بیرون، خود را با شرایط موجود سازگار کرده و برنامه های مولد و با بهره وری بیشتر طراحی می کنند (Azizi, 2016).

پورتاشی در مطالعه خود به بررسی روندها، سیاست ها و اقدامات کشور هلند در راستای دستیابی به دانشگاه کارآفرین پرداخته است. کشور هلند جزء پیشرفته ترین اقتصادهای جهان است. بر اساس گزارش رتبه بندی مؤسسه پژوهشی لگاتوم^۱ در بین ۱۴۹ کشور، هلند رتبه ۹ را در شاخص رفاه کسب کرده است و در زیرشاخص های کیفیت اقتصاد، محیط کسب و کار و آموزش به ترتیب رتبه ۴، ۱۴ و ۲ را به دست آورده است. در این کشور گسترش کارآفرینی در بیشتر فعالیت ها و برنامه ها تعریف شده است. بر این اساس، نقاط عطف سیاست کارآفرینی هلند را می توان در چند مورد خلاصه کرد. این نقاط عطف عبارت اند از: کاهش چشمگیر در قوانین و مقررات، برنامه ضمانت برای کسب و کارهای کوچک و متوسط، برنامه تکنوپارتنر^۲، برنامه های

نشان دهنده این باشد که کارآفرینی تنها برای دانشکده های مدیریت بازرگانی، کسب و کار و کارآفرینی کاربرد دارد. هرچند این موضوع را می توان در برخی از دانشگاه ها از طریق ارائه رشته تحصیلی کارآفرینی برای همه در دوره کارشناسی ارشد و دکتری مقایسه کرد و نیازی به داشتن شرایط خاص پذیرش (مانند داشتن تخصص و تجربه در حوزه کارآفرینی) ندارد؛ اما موضوع مهم آموزش کارآفرینی با هدف راه اندازی کسب و کار برای فراگیری که مهارت و تجربه در صنعت خاصی ندارند به نظر نمی رسد خیلی موفقیت آمیز باشد.

از نظر اعضای هیئت علمی و مدیران مراکز کارآفرینی دانشگاه های برتر امریکا، معیارهای سنجش و موفقیت مراکز کارآفرینی عبارت اند از: ارزشیابی عملکرد دانشجویان، تعداد فارغ التحصیلان، و تعداد دانشجویان شرکت کننده در برنامه های کارآفرینی.

مدیران مراکز کارآفرینی دانشگاه های تهران نیز معیارهای سنجش موفقیت فعالیت های کارآفرینی را به ترتیب در تعداد دانشجویان ثبت نام کننده در برنامه ها و سپس ارزشیابی های دانشجویان می دانند. بنابراین، با وجود چنین تفاوت دیدگاه ها، مدیران و استادان دانشگاه های امریکا به آموزش دانشجویان اولویت بیشتری داده اند. در دانشگاه های امریکا اهمیت و جایگاه کارآفرینی برای مسئولان، استادان، دانشجویان و کارکنان

1. Legatum

2. Techno Partner Program

می‌شود. از آنجاکه این دانشگاه صنعتی است، در آن آموزش‌های کارآفرینی خود را با مأموریت‌های دانشگاه هماهنگ می‌کنند؛ بدین معنا که آموزش کارآفرینی به دانشجویان طراحی صنعتی با آموزش کارآفرینی دانشجویان فیزیک کاربردی متفاوت است. در نتیجه، آموزش کارآفرینی در دانشگاه دلفت بر کارآفرینی فناوری‌محور متمرکز است (Pouratashi, 2018).

مطالعات قناعتی و همکاران نشان داد که آموزش کارآفرینی تأثیر مثبتی بر افزایش باور دانشجویان به کارآمدی خود و تبدیل شدن به کارآفرین داشته است (Ghanaati et al., 2018). سیدموسوی و همکاران در پژوهش خود به دنبال ارائه الگوی دانشگاه کارآفرین برای دانشگاه آزاد اسلامی شهر تهران بودند. نتایج تحقیق نشان داد که برای ایجاد کارآفرینی دانشگاهی در دانشگاه آزاد ۵ بُعد، ۱۳ مؤلفه و ۱۰۴ شاخص شناسایی شده است. در میان ابعاد مختلف، بعد محیطی - زمینه‌ای بیشترین تأثیر را داشته است، درحالی‌که بعد فرایندی کمترین تأثیر را در توسعه دانشگاه آزاد به مثابه دانشگاه کارآفرین داشته است. مهم‌ترین ابعاد و مؤلفه‌ها شامل موارد زیر است:

- در بعد ساختاری مؤلفه چشم‌انداز و مأموریت، ساختار حمایتی، نظام پژوهشی؛
- در بعد محیطی - زمینه‌ای مؤلفه وضعیت اجتماعی-فرهنگی، وضعیت اقتصادی، تغییرات محیطی؛
- در بعد فرایندی مؤلفه رهبری، فرایند تجاری‌سازی؛
- در بعد رفتاری مؤلفه فرهنگ نوآوری، قابلیت شبکه‌سازی و ارتباطی؛
- در بعد توسعه‌ای مؤلفه شایستگی، برنامه‌ریزی درسی، فرایند یاددهی-یادگیری (Seyed Mousavi et al., 2019).

میرفخرالدینی در مطالعه مروری خود با هدف بررسی استلزامات و نیازهای دانشگاه کارآفرین، عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی دانشگاهی را در چندین حوزه جمع‌بندی کرده است؛ این موارد شامل منابع مالی متنوع، توسعه محیطی، حمایت از فروش اختراعات ثبت شده، واگذاری پروانه‌ها، ایجاد شرکت زایشی، توسعه مراکز رشد، حمایت از مالکیت معنوی، توسعه گروه‌های تحقیقاتی، ارتباط مؤثر با صنعت، دولت و دانشگاه، آموزش کارآفرینی، رهبری دانشگاهی، ساختار سازمانی مناسب، ترویج فرهنگ کارآفرینی، توجه به محتوای تحقیقات دانشگاهی، دفاتر انتقال فناوری، تشویق و انگیزش اعضای دانشگاه، درگیری اجتماعی دانشجویان و استادان، حمایت از مرحله شروع، سرمایه‌گذاری در تحقیقات، حمایت در فرایند اخذ مجوزها است (Mirfakhredini, 2020).

فضلی‌فرد و همکاران در پژوهش خود بر اهمیت تحول دانشگاه‌ها با هدف زمینه‌سازی برای شکوفایی فعالیت‌های نوآورانه و کارآفرینانه تأکید کرده‌اند. به اعتقاد آنان در بسیاری

آموزش کارآفرینی و طرح تأمین مالی خرد.

تکنوپارتریکی از برنامه‌های موفق هلند است که از سوی دولت حمایت می‌شود. هدف این برنامه حمایت از کسب‌وکارهای نوپا در بخش فناوری است که می‌خواهند به مرتبه بالایی در کشور برسند. همچنین، این برنامه به دنبال ارتقای تصور از هلند برای نوآوری‌های کسب‌وکارهای فناوری‌محور است. این برنامه برای مؤسسات پژوهشی و مخترعان فرصت‌هایی را فراهم می‌کند تا در توسعه شرکت‌های فناوری جدید در هلند مشارکت داشته باشند. این برنامه از چهار زیربرنامه تشکیل شده است:

(الف) برنامه، بودجه و بهره‌برداری؛

(ب) تسهیلات سید^۱؛

(ج) گواهی‌نامه تکنوپارتر؛

(د) برنامه فرشتگان کسب‌وکار^۲.

دانشگاه صنعتی دلفت^۳ یکی از بزرگ‌ترین دانشگاه‌های صنعتی هلند است که بسیاری از اختراعات و یافته‌های پژوهشی دانشگاهیان طی سال‌های گذشته در آن تجاری‌سازی شده است. از جمله اقداماتی که در دانشگاه دلفت در راستای کارآفرینی انجام شده است می‌توان به برگزاری دوره‌های کارآفرینی، فعالیت‌های آگاهی‌بخش، راه‌اندازی انکوباتور و مرکز کارآفرینی و تشویق استادان و دانشجویان به کارآفرینی اشاره کرد. کارآفرینی در مأموریت دانشگاه دلفت تأکید شده است؛ بنابراین، در دانشگاه به ارائه خدمات آموزشی باکیفیت، انجام پژوهش‌های علمی و فنی، تشکیل استارت‌آپ‌های دانشجویی و برقراری ارتباط با صنعت از طریق قراردادهای پژوهشی استادان پرداخته‌اند. مهم‌ترین هدف‌ها در مراکز کارآفرینی دانشگاه دلفت را می‌توان در این موارد خلاصه کرد:

(الف) مرکز یس! دلفت: در این مرکز به کارآفرینان کمک می‌کنند تا شرکت‌های فناوری پیشرو را راه‌اندازی کنند و آن را رشد و توسعه بدهند. در این مرکز به دانش‌آموختگان، دانشمندان، مهندسان و شاغلان در راه‌اندازی کسب‌وکار خود مشاوره می‌دهند و از آن‌ها حمایت می‌کنند.

(ب) مرکز ارزش‌گذاری: در این مرکز به کارکنان و دانشجویان دانشگاه در زمینه تعیین ارزش دانش کمک می‌کنند.

(ج) مرکز کارآفرینی: در آن با ارائه دوره‌هایی در زمینه کارآفرینی (مانند دوره مالی و توسعه محصولات، بازاریابی) و حمایت از پژوهشگران در انتقال دانش به بازار کار، به دانشجویان کمک می‌کنند تا دانش خود را در زمینه کارآفرینی و کسب‌وکار ارتقا دهند. در دانشگاه دلفت توجه خاصی به آموزش کارآفرینی

1. SEED

2. Business Angle Program (BAP)

3. Delft

(and merriitt gray, 2002). بنابراین، جامعه مورد مطالعه، اعضای هیئت علمی دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری، فارغ التحصیلان، مدیران شرکت های دانش بنیان مستقر در مرکز رشد دانشگاه و پارک علم و فناوری استان مازندران، سایر کارشناسان کارآفرینی دانشگاه، دانشجویان تحصیلات تکمیلی و محققان در سطح استان بوده اند که اطلاعات مفید و مرتبطی درباره مفهوم کارآفرینی به طور عام و کارآفرینی کشاورزی به طور ویژه داشته اند یا در این زمینه مطالعات پژوهشی انجام داده اند. به عبارت دیگر، افرادی که در سه سال گذشته فعالیت علمی یا عملی مرتبط با کارآفرینی داشته اند و حاضر به همکاری با گروه تحقیق در انجام پژوهش شده اند.

بر اساس مصاحبه ها ۴۲ نفر از افراد نمونه بررسی شدند. روش جمع آوری اطلاعات از طریق مصاحبه های عمیق و نیمه ساختارمند انجام شد. میانگین مدت زمان هر مصاحبه ۴۰ دقیقه بود. پس از انجام مصاحبه ها، داده های به دست آمده از طریق تحلیل محتوای کیفی از نوع متعارف، خلاصه و تفسیر شدند و مفاهیم اصلی موجود در مصاحبه ها استخراج و کدگذاری (کدگذاری باز) شدند. سپس، عبارات و مفاهیمی که دارای ماهیت مشابه بودند با یکدیگر ترکیب شدند و خرده مفاهیم شکل گرفت. در مرحله بعدی، خرده مفاهیم حاصل از مرحله قبل دسته بندی شدند و مفاهیم گسترده تر در قالب مفاهیم جامع و مانع و با توجه به الگوی پارادایمی نظریه بنیانی^۲ سازمان دهی شدند. الگوی مفهومی پژوهش نیز با استفاده از نرم افزار مکس کیودا^۳ طراحی شد. اعتبارسنجی یافته های به دست آمده از طریق بازبینی یافته ها از سوی مشارکت کنندگان^۴ و استفاده از روش مثلث سازی^۵ انجام شد.

الگوی پارادایمی نظریه بنیانی یا داده بنیاد از شش قسمت اصلی تشکیل شده است که شامل شرایط علی، زمینه ای، مداخله گر، پدیده یا مقوله اصلی، راهبردها و پیامدهاست.

– شرایط علی معمولاً به آن دسته از رویدادها و وقایع اطلاق می شود که بر پدیده ها اثر می گذارند یا منجر به وقوع یا توسعه پدیده ای خاص می شوند.

– شرایط مداخله گر به شرایط عام و وسیعی اطلاق می شود که شرایط علی را تخفیف و یا به نحوی تغییر می دهند؛ یعنی اثر یک یا چند عامل را فعال تر، کندتر، شدیدتر یا ضعیف تر می کنند.

– شرایط زمینه ای مجموعه خاصی از شرایط هستند که در مکان و زمان خاصی جمع می آیند تا مجموعه ای از اوضاع و احوال یا مسائلی را ایجاد کنند که افراد با عمل و تعامل های خود به آنها

از نقاط جهان، سازمان های دولتی و میان دولتی تأثیر بسزایی در ترویج مفاهیم، ایجاد ذهنیت و فرهنگ کارآفرینی و تشویق دانشگاه ها داشته اند. بر این اساس، یکی از راهکارهای کاربردی در این زمینه، اعطای جوایز ملی و بین المللی به دانشگاه هایی است که در آن توانسته اند در مسیر جامعه محوری و کارآفرینی گام های مؤثری بردارند (Fazlifard et al., 2022).

نورمحمدی نجف آبادی و همکاران در پژوهش خود با هدف شناسایی عوامل مؤثر دانشگاهی در ایجاد زیست بوم کارآفرینی منطقه ای، مورد مطالعه در دانشگاه های آزاد استان اصفهان، به این نتیجه رسیده اند که موارد زیر متغیرهای مؤثر در ایجاد زیست بوم کارآفرینی منطقه ای شناخته می شوند:

– عوامل فرهنگی شامل ترویج فرهنگ کارآفرینی، آموزش کارآفرینی، مهارت آموزی؛

– عوامل زمینه ای شامل سرمایه انسانی، تولید دانش، انتقال دانش، تجاری سازی دانش؛

– عوامل ساختاری شامل شبکه سازی، مراکز رشد و دفاتر فناوری، شرکت های زایشی. (Noormohammadi naja- fabadi et al., 2022). با توجه به اهمیت کارآفرینی در سطح دانشگاه ها و لزوم گسترش دانشگاه های کارآفرین، این تحقیق با هدف کلی شناسایی الگوی توسعه کارآفرینی دانشگاهی در دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری انجام شد. به منظور دستیابی به این هدف کلی، اهداف اختصاصی زیر مدنظر قرار گرفتند:

– شناسایی شرایط مؤثر مانند شرایط علی، زمینه ای و مداخله گر در توسعه کارآفرینی دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری؛

– بررسی ابعاد و مؤلفه های توسعه کارآفرینی در دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری؛

– تدوین مهم ترین راهبردهای توسعه کارآفرینی در دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری؛

– بررسی پیامدهای توسعه کارآفرینی در دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری.

۲. روش پژوهش

از نظر هدف، این پژوهش اکتشافی و کاربردی است و از لحاظ رویکرد کلی، روش تحقیق در این پژوهش کیفی است. روش نمونه گیری پژوهش نیز به صورت نمونه گیری هدفمند از نوع نمونه گیری نظری است. در نمونه گیری نظری پژوهشگران با اجرای نظام مند مراحل کار، در صورت مواجهه با کمبود اطلاعات، برای جمع آوری داده های بیشتر به نمونه های بعدی مراجعه می کنند و این روند تا زمانی ادامه دارد که محقق به اشباع نظری^۱ برسد (Wuest).

2. Grounded theory

3. Maxqda

4. Member Checking

5. Triangulation

1. Theoretical saturation

به‌دست‌آمده از مرحله قبل، کدهایی که به یک جنبه مشترک در پدیده موردبررسی اشاره داشتند، عنوان یک مفهوم را به خود اختصاص دادند که ۱۴ مقوله فرعی از این روند استخراج شد؛ (۴) کدگذاری انتخابی: در این مرحله مفاهیم به‌دست‌آمده به شش مقوله اصلی تقسیم شدند: عوامل علی، عوامل زمینه‌ای، عوامل مداخله‌گر، پدیده اصلی، راهکارها، پیامدها. (۵) بررسی اعتبار و اعتماد یافته‌های پژوهش: در مرحله پایانی، اعتبارسنجی یافته‌های به‌دست‌آمده از طریق بازبینی یافته‌ها از سوی مشارکت‌کنندگان (افراد مصاحبه‌شونده) و استفاده از روش مثلث‌سازی (بررسی منابع داده‌ای مختلف) انجام شد.

۳. یافته‌ها و بحث

پس از انجام مصاحبه‌ها، تجزیه و تحلیل مصاحبه‌ها آغاز شد. برخی از ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای مصاحبه‌شونده‌ها در قالب جدول ۱ ارائه شده است.

پاسخ می‌دهند. شرایط زمینه‌ای ریشه در شرایط علی و مداخله‌گر دارند و محصول تعامل و تلاقی آن‌ها به یکدیگر هستند که به‌طور خاص به شکل‌گیری الگوها و ساختارهای مختلف با ابعاد گوناگون منجر می‌شود (Strauss and Corbin, 2008).

در مجموع، مراحل تحلیل محتوای کیفی با رویکرد استقرایی در این پژوهش در شش مرحله انجام شد:

(۱) مرحله طرح پژوهش: در این مرحله، مسئله اصلی پژوهش بررسی شد یا به عبارت دیگر، سؤال اصلی این بود که «الگوی توسعه کارآفرینی در دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری چیست؟»

(۲) مرحله گردآوری و تنظیم داده‌ها: در این مرحله داده‌های پژوهش از طریق مصاحبه با ۴۲ نفر از متخصصان و خبرگان، به همراه یادداشتبرداری میدانی جمع‌آوری شد.

(۳) کدگذاری باز: در این مرحله نکات کلیدی داده‌ها در قالب ۱۱۶ نقل قول مستقیم و ۶۴ مفهوم از متن مصاحبه‌ها استخراج شد؛

(۴) کدگذاری محوری: در این مرحله با مقایسه کدهای

جدول ۱: ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای مصاحبه‌شونده‌ها

متغیرها	گروه‌ها	قراوانی	درصد	میانگین	انحراف معیار
سن				۴۳/۲۵	۲/۱
جنسیت	زن	۱۲	۲۸/۵۷		
	مرد	۳۰	۷۱/۴۳		
سطح تحصیلات	کارشناسی ارشد	۱۴	۳۳/۳۳		
	دکتری	۲۸	۶۶/۶۷		
	...			۱۵/۳۵	۱/۵
سابقه آشنایی با مفهوم کارآفرینی (سال)	...				

گروه تحقیق بررسی شد. سپس، با توجه به اهداف تحقیق، اصلی‌ترین مفاهیم و مقوله‌های فرعی و اصلی استخراج شدند.

به‌منظور پیاده‌سازی مراحل الگوی پارادایمی نظریه بنیانی، نوارهای ضبط‌شده مصاحبه‌ها و یادداشت‌های ثبت‌شده از سوی

جدول ۲: بررسی شرایط مؤثر (شرایط علی، زمینه‌ای و مداخله‌گر) در توسعه کارآفرینی دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری

مقوله‌های اصلی	مقوله‌های فرعی	مفاهیم استخراج شده	فراوانی
شرایط علی	بهبود شرایط فردی	نیاز به توانمندسازی دانشجویان/ کارکنان و استادان	۴۲
		آموزش مهارت‌محور به دانشجویان	۴۰
		بهبود شرایط مالی دانشجویان/ کارکنان و استادان	۲۵
		انگیزه‌بخشی به استادان علاقه‌مند به کارآفرینی	۳۲
	بهبود شرایط سازمانی	اشاعه دانش و مهارت‌های جدید در دانشگاه	۴۲
		نیاز به کسب درآمد برای دانشگاه	۳۸
شرایط زمینه‌ای	شرایط مدیریتی مناسب	لزوم دستیابی به اهداف اسناد بالادستی (مانند سیاست‌های ۱۳ گانه اشتغال ابلاغی مقام معظم رهبری، سند راهبردی توسعه کارآفرینی، سند چشم‌انداز ۱۴۰۴، نقشه جامع علمی کشور و...)	۳۵
		ایجاد ساختارهای مناسب جهت پیاده‌سازی کارآفرینی دانشگاهی و نوسازی آن بر اساس تغییرات محیطی	۴۰
	اعتمادسازی مناسب	وجود سیستم مدیریت قوی و کارآمد در دانشگاه	۴۰
		لزوم تقویت ارتباط با سایر اعضای زیست‌بوم کارآفرینی	۴۲
	پیش‌ران‌های فرهنگی - قانونی	ایجاد نگرش مثبت نسبت به اهمیت و جایگاه کارآفرینی دانشگاهی در توسعه اقتصادی - اجتماعی کشور	۴۱
		لزوم تغییر دیدگاه‌های سنتی نسبت به دانشگاه (تغییر از دیدگاه دانشگاه آموزش‌محور به دانشگاه کارآفرین و جامعه‌محور)	۳۴
شرایط مداخله‌گر	گسترش کارآفرینی دانشگاهی	حمایت‌های قانونی و سیاست‌های مناسب جهت استقرار کارآفرینی در دانشگاه	۳۶
		نظارت مداوم و مسئولانه نسبت به فعالیت‌های کارآفرینی دانشگاهی	۲۶
	پس‌ران‌ها و موانع مالی - فنی	کمیود زیرساخت‌های مناسب برای گسترش کارآفرینی دانشگاهی	۴۲
		کمیود دانش و مهارت فعلی استادان جهت کارآفرین شدن دانشگاه‌ها	۴۱

از نتیجه بررسی ابعاد و مؤلفه‌های توسعه کارآفرینی در دانشگاه گردید که نتایج نیز در قالب جدول ۳ ارائه شده است. علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری ۶ مفهوم کلی استخراج

جدول ۳: بررسی ابعاد و مؤلفه‌های توسعه کارآفرینی در دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری

مقوله‌های اصلی	مقوله‌های فرعی	مفاهیم استخراج شده	فراوانی
توسعه کارآفرینی دانشگاهی	منافع درون‌سازمانی	شناسایی فرصت‌های کارآفرینی و جدید	۴۲
		راه‌اندازی کسب‌وکارها/ بهبود کسب‌وکارهای موجود	۴۰
		ایجاد رضایت در دانشجویان و دانشگاهیان	۳۹
	منافع برون‌سازمانی	نوآوری‌گرایی در آموزش عالی	۴۲
		منفعت‌گرایی و پررنگ‌تر شدن نقش دانشگاه کشاورزی در جامعه	۴۱
		اعتماد جامعه و کشاورزان به فعالیت‌های دانشگاه	۳۸

به‌منظور تدوین مهم‌ترین راهبردهای توسعه کارآفرینی در به‌عمل‌آمده بررسی شدند و ۱۳ مفهوم کلی از آن‌ها استخراج دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری، متن مصاحبه‌های گردید. نتیجه‌ها در جدول ۴ ارائه شده است.

جدول ۴: مهم‌ترین راهبردهای توسعه کارآفرینی در دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری

مقوله‌های اصلی	مقوله‌های فرعی	مفاهیم استخراج‌شده	فراوانی
آموزشی - فرهنگی		آموزش‌های منسجم کارآفرینی به دانشجویان/ استادان و کارکنان	۳۸
		ایجاد شبکه‌ها و دفاتر انتقال فناوری در دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری	۲۲
		تغییر نگرش و بهبود فرهنگ کارآفرینی در بین دانشجویان و دانشگاهیان از طریق گسترش فعالیت‌های مرکز کارآفرینی، مرکز رشد و....	۴۰
		بهره‌گیری از رسانه‌های مختلف برای تقویت ارتباط دانشگاهیان با فضای خارج از دانشگاه	۳۷
		اجرای واحدهای عملی درس‌های مهارتی، مانند کارآموزی، در فضای کارآفرینی خارج از دانشگاه برای کسب تجربه بیشتر دانشجویان	۳۸
راهبردهای توسعه کارآفرینی دانشگاهی		همکاری‌های پژوهشی با صنعت در قالب طرح فرصت مطالعاتی، پارساهای دانشجویی (پایان‌نامه‌های کارشناسی ارشد و رساله‌های دکتری) و....	۴۱
		حمایت از استارت‌آپ‌ها یا شرکت‌های نوپا و دانش‌بنیان از سوی دانشگاه،	۴۲
		متنوع‌سازی سیاست‌های مالی و فیزیکی برای انجام فعالیت‌های کارآفرینانه دانشگاهی	۴۲
		تقویت شکل‌ها و کارگروهی جهت گسترش امکان انجام فعالیت‌های کارآفرینی در دانشگاه	۳۳
		توسعه مراکز رشد از طریق تفاهم‌نامه با پارک‌های علم و فناوری برای تأسیس پردیس مشترک	۳۰
سیاست‌ها و برنامه‌های حمایتی		استفاده از موقعیت و شهرت دانشگاه در جذب همکاری سایر سازمان‌ها و بخش خصوصی	۴۱
		حمایت از مالکیت معنوی	۳۶
		تدوین نظام پاداش و تشویق از کارآفرینی دانشگاهی	۴۱

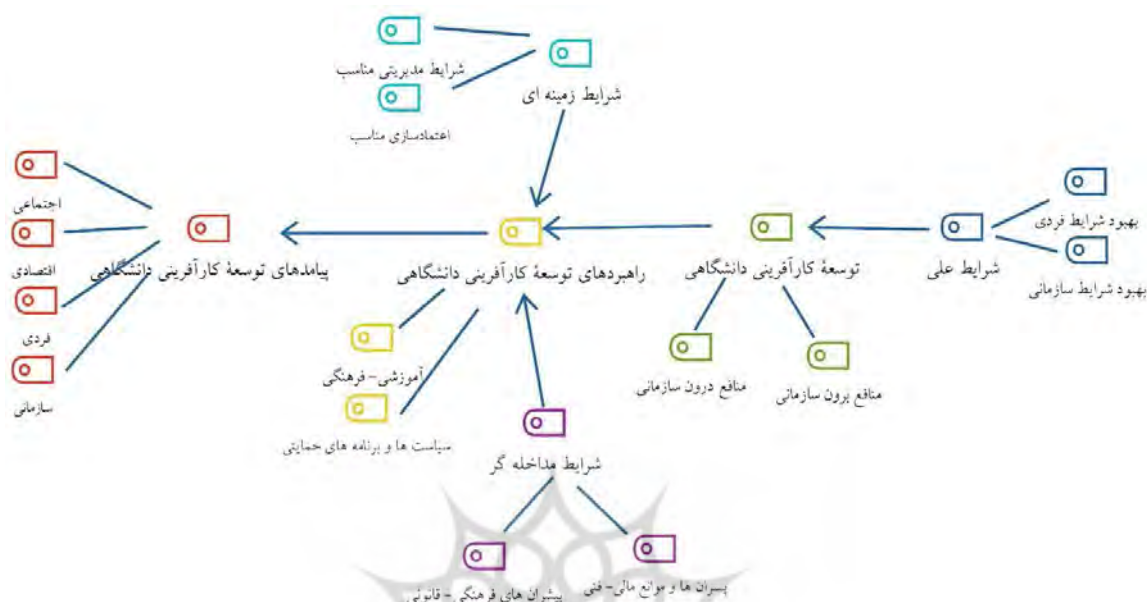
بر اساس مصاحبه‌هایی که با صاحب‌نظران موردبررسی انجام شده است، از قسمت بررسی پیامدهای توسعه کارآفرینی در دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری ۲۹ مفهوم کلی استخراج شد که نتایج حاصل از آن در قالب جدول ۵ خلاصه شده است.

جدول ۵: مهم‌ترین پیامدهای توسعه کارآفرینی در دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری

مقوله‌های اصلی	مقوله‌های فرعی	مفاهیم استخراج شده	فراوانی
اجتماعی		گسترش نوآوری‌های مبتنی بر دانش در سطح جامعه روستایی و کشاورزی	۴۰
		گسترش فرصت مشارکت دانشگاهیان در فعالیت‌های کارآفرینانه در سطح جامعه	۳۷
		تولید و اشاعه دانش در سطح منطقه (مدیریت دانش)	۳۹
		بهبود نگرش جامعه به نقش سازنده دانشگاه در گسترش کارآفرینی	۳۶
		ایجاد فرصت‌های جدید برای توسعه کارآفرینی در سطح جامعه	۳۲
		ارتقای جایگاه آموزش و علم در گسترش کسب‌وکارهای جدید	۳۴
		کمک به رفع نیازهای علمی بهره‌برداران و کشاورزان	۴۱
		ایجاد تحرک و نشاط اجتماعی در دانشگاه	۳۶
		تقویت تشکلهای دانشگاهیان و دانشجویان	۳۰
		توسعه اقتصادی منطقه در حضور دانشگاه کارآفرین	۳۳
اقتصادی		توسعه توان مالی فارغ‌التحصیلان دانشگاهی	۳۴
		استقلال مالی دانشگاه و ارائه راهکارهای جدید کسب درآمد از سوی دانشگاه	۳۶
		بهبود سرمایه‌گذاری در فعالیت‌ها و زیرساخت‌های کارآفرینانه در دانشگاه	۴۰
		گسترش رفتارهای کارآفرینانه فارغ‌التحصیلان دانشگاهی در سطح جامعه	۴۱
پیامدهای توسعه کارآفرینی دانشگاهی	فردی	مهارت‌پروری کارآفرینانه در بین کارکنان و دانشجویان دانشگاه	۴۲
		افزایش اشتغال‌پذیری فارغ‌التحصیلان دانشگاهی	۳۸
		بهبود شایستگی‌ها و مهارت‌های کارآفرینانه دانشگاهیان و دانشجویان	۴۰
		بهبود اعتمادبه‌نفس در دانشجویان، دانشگاهیان و فارغ‌التحصیلان دانشگاهی	۳۹
		انگیزه‌بخشی استادان و تشویق فعالیت‌های آنان	۳۵
		تقویت نقش کنشگری دانشگاه‌ها در بین کارآفرینان و فعالان منطقه (بهبود قابلیت شبکه‌سازی دانشگاه)	۳۸
		تبدیل دانشگاه به سازمان یادگیرنده و بهبود فرایند یاددهی-یادگیری	۳۸
		تجاری‌سازی و کاربردی شدن تحقیقات دانشگاهی	۳۵
		تغییر دیدگاه برخی از مدیران و برنامه‌ریزان آموزش عالی به سوی توسعه دانشگاه‌های کارآفرین	۳۱
		ارتقای اثرگذاری درس‌های دانشگاهی	۳۰
سازمانی		بهبود شهرت و موقعیت دانشگاه (توسعه نمانام سازمانی)	۳۳
		بهبود برگزاری درس‌های عملی و کارآموزی	۳۰
		افزایش همکاری دانشگاه با صنعت و جامعه	۴۱
		تدوین و بازنگری قوانین و آیین‌نامه‌های ابلاغی در راستای توسعه دانشگاه کارآفرین	۳۸
		تعامل گسترده‌تر دانشگاه با کارآفرینان و فعالان کشاورزی	۴۰

سازی در قالب شکل ۴ طراحی شد. به منظور اعتبارسنجی یافته‌های به‌دست‌آمده، الگوی ارائه‌شده در شکل ۲ مجدد به افراد مصاحبه‌شونده نشان داده شد و تأیید نهایی آن‌ها درباره الگو دریافت گردید.

باتوجه به الگوی پارادایمی نظریه بنیانی (داده‌بنیاد)، مراحل کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی طی شد. در پایان، با استفاده از نرم‌افزار مکس کیودا، الگوی توسعه کارآفرینی دانشگاهی در دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی



شکل ۴: الگوی نهایی توسعه کارآفرینی دانشگاهی در دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری

بر این باورند که با حمایت‌های مختلف در دانشگاه‌ها، می‌توان نگرش و روحیه مطلوبی نسبت به کارآفرینی ایجاد کرد. در این حالت است که می‌توان در دانشگاه‌ها گام مثبتی به‌سوی کارآفرین شدن برداشت (Su et al., 2021). اهمیت انگیزه‌بخشی برای کارآفرین شدن از سوی پژوهشگران تأکید شده است (Mir-fakhredini, 2020). در مراکز کارآفرینی امریکا اهمیت ارتقای روحیه کارآفرینی دانشجویان و دانشجویان توجه ویژه‌ای دارد. نتیجه این فعالیت آن است که هرگونه فعالیت کارآفرینانه باعلاقه و استقبال عمومی دانشجویان، استادان و کارکنان مواجه می‌شود (Azizi, 2016). لذا به دنبال تغییر نگرش دانشجویان، فرهنگ متناسب با کارآفرینی در آن‌ها حاکم خواهد شد و این فرهنگ قلب سایر فعالیت‌های کارآفرینانه در دانشگاه‌ها خواهد بود (Faramarzi Nia et al., 2016). نتایج این پژوهش نشان داد که وجود مدیریت قوی و کارآمد در دانشگاه عاملی مهم در استقرار دانشگاه کارآفرین در حوزه علوم کشاورزی است. سایر پژوهشگران ضمن تأیید این مطلب، بر اهمیت مدیریت‌گرایی صحیح در توسعه کارآفرینی دانشگاهی تأکید داشته‌اند (Faramarzi Nia et al., 2016; Seyed Mousavi et al., 2019; Jones and Patton, 2020).

حمایت‌های سیاسی مناسب نیز ازجمله عوامل مداخله‌گری

تحقیق با هدف طراحی الگوی توسعه کارآفرینی در دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری انجام شده است. نتایج پژوهش نشان داده است که عوامل مختلفی بر ایجاد این الگو مؤثر هستند. یکی از مؤلفه‌های کلیدی در الگوسازی برای دانشگاه کارآفرین، بهبود مهارت‌های دانشجویان و توانمندسازی دانشگاهیان است. این امر اهمیت ویژه‌ای دارد، زیرا اصلی‌ترین ویژگی دانشگاه‌ها و سایر مؤسسات آموزشی این است که نیروی انسانی ماهر را در درون خود جای داده‌اند. هرچه این نیرو و از نظر کیفی کارآمدتر و مجهزتر از گذشته باشد، بیشتر می‌تواند زمینه‌های توسعه کارآفرینی را فراهم سازد. به‌طور خاص، آموزش مهارت‌های کارآفرینی به استادان از اهمیت زیادی برخوردار است که حتی در چین، محققان به‌عنوان اولین راهبرد برای پیاده‌سازی دانشگاه کارآفرین بر آن تأکید دارند (You et al., 2017). اهمیت ارتقای توانمندی‌های کارآفرینانه دانشجویان و دانشجویان با نتایج مطالعات سایر محققان کاملاً مطابقت دارد (David et al., 2014; Nikraftar and Farid, 2015; Faramarzi Nia et al., 2016; Noormohammadi najafabadi et al., 2022). ایجاد نگرش مثبت نسبت به کارآفرینی، تشویق و انگیزه‌بخشی به دانشجویان ازجمله عوامل زمینه‌ای مهمی است که می‌تواند دانشگاه‌ها را در مسیر کارآفرین شدن هدایت کند. محققان نیز

این نتیجه، نشان‌دهنده لزوم ادامه‌دار بودن آموزش کارآفرینی در مقاطع تحصیلی بالاتر است. به عبارت دیگر، پس از آنکه دانشجویان مهارت‌های پایه و اولیه رشته خود را کسب کردند، باید در مراحل تحصیلات تکمیلی نیز آموزش‌های کارآفرینی ادامه یابد تا به نوعی مهارت‌های کارآفرینانه ملکه ذهن دانشجویان شود.

ازجمله راهبردهایی که فرایند کارآفرینی در دانشگاه را تسریع می‌کند می‌توان به این موارد اشاره کرد:

بهبود فرهنگ کارآفرینی در فضای دانشگاه از طریق گسترش فعالیت مراکز کارآفرینی دانشگاهی، معرفی کارآفرینان موفق به دانشجویان، نشست صمیمانه با خانواده‌های دانشجویان؛ همکاری مؤثر دانشگاه با صنعت در قالب طرح‌های فرصت مطالعاتی اعضای هیئت علمی، پارساهای دانشجویی و طرح‌های پژوهشی؛

حمایت از شرکت‌های نوپای دانش‌بنیان در قالب حمایت در اخذ مجوز، حمایت در مرحله راه‌اندازی، سرمایه‌گذاری در تحقیقات، کمک به فروش محصولات و غیره.

همچنین، پژوهشگران لزوم تشکیل شرکت‌های انشعابی دانشگاه کارآفرین را تأکید کرده‌اند و آن را عامل تولید و نشر دانش به بیرون از دانشگاه و در سطح منطقه‌ای و ملی می‌دانند (Hallaj Yusefi et al., 2013). گسترش کارآفرینی دانشگاهی مؤثر می‌داند (Seyed Mousavi et al., 2019; Mirfakhredini, 2020).

نتایج بررسی دیدگاه خبرگان تحقیق نشان داد که حمایت از مالکیت معنوی و تدوین نظام پاداش و تشویق مناسب، عامل بسیار مهم و انگیزه‌بخش به فعالیت‌های کارآفرینانه دانشگاهی است. (Mirfakhredini, 2020) این یافته با مطالعات محققان دیگر مطابقت داشته و آن‌ها اعطای جوایز ملی به دانشگاه‌های کارآفرین را بسیار انگیزه‌بخش بیان کرده است (Fazlifard et al., 2022).

راهبردهای اقتصادی مانند متنوع‌سازی منابع مالی و راهبردهای مؤثر در شبکه‌سازی، ازجمله تقویت شکل‌های مختلف صنفی و اصلاح شیوه ارائه دروس عملی به صورت حضور در فضای کارآفرینی خارج از دانشگاه، بهره‌گیری از رسانه‌های مختلف جهت تقویت ارتباط دانشگاهیان با فضای خارج از دانشگاه مانند طراحی سایت کارآفرینی دانشگاه، پیام‌رسان‌های مجازی و ... ازجمله راهبردهایی هستند که در راستای ایجاد و گسترش کارآفرینی دانشگاهی نقش دارند. مطالعات محققان دیگر نیز این یافته را تأیید می‌کند.

احداث صندوق‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر (You et al., 2017)، تأمین اعتبار از بیرون از دانشگاه (Azizi, 2016)، تشکیل استارت‌آپ‌های دانشجویی (Pouratashi, 2018)،

است که در کارآفرین شدن دانشگاه بسیار تأثیرگذار است. محققان نیز بر لزوم حمایت‌های سیاسی از فعالیت‌های کارآفرینانه دانشگاه‌ها اشاره کرده‌اند (David et al., 2014; Faramarzi Nia et al., 2016; Seyed Mousavi et al., 2019; Mirfakhredini, 2020; Jones and Patton, 2020). علاوه بر مسائل اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، مسائل اقتصادی نیز عامل مهمی در گسترش کارآفرینی فضای دانشگاه‌ها هستند. کارآفرینی می‌تواند به بهبود وضعیت اقتصادی دانشجویان و دانشگاهیان کمک شایانی کند؛ به همین دلیل، فرصتی طلایی برای تأمین نیاز مالی دانشگاه‌ها است. پژوهشگران بر لزوم استقلال مالی دانشگاه‌ها تأکید کرده‌اند و راه‌گزینه از وابستگی مالی را در توسعه کارآفرینی دانشگاهی می‌بینند (Sharifzadeh and Abdol-lahzadeh, 2016).

بررسی الگوی کارآفرینی در دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری نشان داد که وجود کارآفرینی دانشگاهی می‌تواند منافع درون‌سازمانی و برون‌سازمانی گسترده‌ای برای دانشگاه‌ها به ارمغان بیاورد. نوآوری‌گرایی، سرمایه‌گذاری در نتایج تحقیقات و تجاری‌سازی یافته‌های پژوهش، ایجاد علاقه و اعتماد در جامعه نسبت به فعالیت‌های دانشگاه و معتبر شدن دانشگاه در سطح جامعه ازجمله منافع مهم استقرار دانشگاه کارآفرین هستند. سایر محققان نیز به اهمیت ایجاد دانشگاه کارآفرین اشاره کرده‌اند و موارد مطرح‌شده را تأیید می‌کنند (Yusof et al., 2010; Nel-son and Monsen, 2014; Nikraftar and Farid, 2015; Sharifzadeh and Abdollahzadeh, 2016; Faramarzi et al., 2016; Mirfakhredini, 2020).

بررسی راهبردهای توسعه کارآفرینی دانشگاهی در دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری نشان داد که راهبردهای آموزشی ازجمله برگزاری کارگاه‌ها، نشست‌های تخصصی، جلسات هم‌اندیشی و تبادل نظر با کارآفرینان، ایجاد شبکه‌ها و دفاتر انتقال فناوری (مراکز مشاوره حقوقی توسط دانشگاه‌ها) ویژه دانشگاهیان و دانشجویان می‌تواند راهبردی مؤثر در توسعه کارآفرینی باشد. محققان بر اهمیت آموزش کارآفرینی در ایجاد خودکارآمدی و توسعه کارآفرینی دانشگاهی تأکید کرده‌اند (Ghanaati et al., 2018; Li and Wu, 2019). همچنین، آن‌ها در مطالعات خود به اهمیت ارائه خدمات آموزشی باکیفیت و مداوم به دانشگاهیان و دانشجویان اشاره داشته‌اند (Da-vid et al., 2014; Azizi, 2016; Pouratashi, 2018). پژوهشگران چینی نیز بر اهمیت ارائه آموزش به صورت مشاوره و برگزاری مسابقات کارآفرینی تأکید کرده‌اند (You et al., 2017). عزیزی (2016) در بررسی مراکز کارآفرینی برتر امریکا به اهمیت آموزش کارآفرینی، به خصوص در مقاطع تحصیلی بالاتر (کارشناسی ارشد)، تأکید شده است (Azizi, 2016).

منابع

- Azizi, M., and Shafie Zadeh, E. (2013). "Entrepreneurial University, Necessity, Characteristics and Requirements. Report of Social Studies Office (Higher Education and Research Group), Research". *Center of Islamic Council*, pp. 4-45. {In Persian}
- Azizi, M. (2019). "Analytical-Comparative Study Of the Performance of Top Entrepreneurship Centers of American Universities and Entrepreneurship Centers of Selected Iranian Universities". *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 4(8), pp. 21-32. {In Persian}
- Barcik, A., Dziwinski, P., and Jakubiec, M. (2017). "The Potential of Academic Entrepreneurship in Universities of Visegrad Group Countries". *Zeszyty Naukowe Politechniki Czestochowskiej Zarzadzanie*, 27(1), pp. 18-35.
- Brownhilder, N. (2019). "From Entrepreneurial Alertness to Entrepreneurial Behavior: The Role of Trait Competitiveness and Proactive Personality". *Personality and Individual Differences*, 138(1), pp. 273-279.
- Davey, T., Hannon, P., and Penaluna, A. (2016). "Entrepreneurship Education and the Role of Universities in Entrepreneurship: Introduction to the Special Issue". *Industry and Higher Education*, 30(3), pp. 171-182.
- David, H. A. (2014). Supporting Graduate Entrepreneurship-in Wielkopolska and Kujawsko-Pomorskie, Poland-OECD Reviews on Skills and Competences for Entrepreneurship, P. 131, DOI: <https://doi.org/10.1787/3812a064-en>.
- Elliot, E., Jamal, A., and Chrian, J. (2018). "Artrepreneurship and learning in Ethnic Markets". *Journal of Business Research*, 82 (C), pp. 391-399.
- Famararzi Nia, Z., Farhadirad, H., and Mehralizadeh, Y. (2016). "Analysis of the Feasibility of Implementing an Entrepreneurial University Model: A Case Study of Shahid Chamran University". *Iranian Journal of Engineering Education*, 18(71), pp. 65-86. doi: 10.22047/ijee.2016.31970 {In Persian}
- Azizi, 2016; You et al., 2017) تشکیل دفاتر فناوری و انکوباتور (Seyed Mousavi 2017)، شبکه‌سازی و تقویت تعاملات (et al., 2019)، برقراری طرح‌های پژوهشی ارتباط با صنعت توسط استادان (David et al., 2014; Pouratashi, 2018) و تجاری‌سازی و تأثیرگذاری بیشتر بر جامعه از سوی دانشگاه کارآفرین (Seyed Mousavi et al., 2019) ازجمله مواردی بودند که توسط سایر پژوهشگران اشاره شده است.
- ### نتیجه‌گیری
- به اعتقاد صاحب‌نظران، کارآفرینی دانشگاهی نه تنها یک پیشنهاد بلکه یک ضرورت برای آینده دانشگاه‌هاست که در پرتو آن می‌توان دانشگاه‌هایی قدرتمندتر و مؤثرتر در زیست‌بوم کارآفرینی ایجاد کرد و به توسعه کسب‌وکار و به دنبال آن توسعه اقتصادی-اجتماعی در سطح جامعه دست یافت. بر این اساس، دانشگاه‌ها با توجه به شرایط داخلی خود، فعالیت‌هایی را برای کارآفرین شدن دنبال می‌کنند که گاهی به دلیل موازی‌کاری واحدهای مختلف و انجام فعالیت‌های پراکنده و بدون نظارت کافی، به نتایج مطلوب نمی‌رسند. ازاین‌رو، به نظر می‌رسد که طراحی الگوی مناسب کارآفرینی دانشگاهی ویژه هر دانشگاه یک ضرورت و آینده‌نگری است. درنتیجه، این پژوهش با چنین ضرورتی انجام شد.
- از دیدگاه خبرگان بررسی شده، الگوی کارآفرینی دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری تحت تأثیر عوامل مختلفی چون عوامل اقتصادی، آموزشی، مدیریتی، اجتماعی و غیره قرار دارد. علاوه بر آن پیش‌ران‌های فرهنگی-قانونی و پسران‌ها و موانع مالی-فنی در طراحی و پیاده‌سازی این الگو مداخله می‌کنند. این در حالی است که به‌منظور یکپارچه شدن و جلوگیری از انجام فعالیت‌های جزیره‌ای و پراکنده، لزوم طراحی چنین الگویی بر همگان مشخص و مبرهن است. علی‌رغم وجود عوامل علی، زمینه‌ای و مداخله‌گر مؤثر بر الگوی توسعه کارآفرینی دانشگاهی، راهبردهای متنوع آموزشی-فرهنگی و سیاست‌ها و برنامه‌های حمایتی به‌منظور تسهیل این الگو پیشنهاد شده‌اند. این راهبردها ضمن مهارت‌پروری، توانمندسازی و گسترش رفتارهای کارآفرینانه در فضای دانشگاهی، تلاش می‌کنند تا زمینه‌های استقلال مالی، تجاری‌سازی تحقیقات دانشگاهی و توسعه نوآوری‌ها را در سطح دانشگاه و به دنبال آن در سطح ملی و منطقه‌ای فراهم کنند.
- ### سپاس‌گزاری
- این مقاله از فعالیت هسته دانشجویی پژوهش محور تحت عنوان «طراحی الگوی استقرار کارآفرینی دانشگاهی (مورد واکاوی؛ دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری)» و با حمایت مالی دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری انجام شده است که بدین ترتیب از آنان سپاس‌گزاری می‌شود.

- Fazlifard, S., Lotfi Heravi, M. M., and Samandar Ali Eshtehardi, M. (2021). "Awards to Entrepreneurship and Engagement in Higher education". *Science and Technology Policy Letters*, 11(4), pp. 98-114. {In Persian}
- Gaspar, R., E. (2017). "Large Firm Dominance on Country's Entrepreneurship Potentials". *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 7(1), pp. 1-16.
- Ghanaati, M., Ndehi, H., Ghodrati, A., and Jalalifar, A. (2017). "Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intentions of Students Sabzevar University of Medical Sciences". *Journal of Sabzevar University of Medical Sciences*, 24(5), pp. 319-325. {In Persian}
- Hallaj Yusefi, M. R., Niki Esfahlan, H., and Khalilzadeh, J. (2013). "Requirements of the Creation of University's Spin-off". *Science and Technology Policy Letters*, 02(1), pp. 11-24. {In Persian}
- Jones, D. R., and Patton, D. (2020). "An Academic Challenges to the Entrepreneurial University: the Spatial Power of the Slow Swimming Club". *Studies in Higher Education*, 45(2), pp. 375-389.
- Laguía, A., Moriano, J. A., and Gorgievski, M. J. (2019). "A Psychosocial Study of Self- Perceived Creativity and Entrepreneurial Intentions in a sample of University Students". *Thinking Skills and Creativity*, 31, pp. 44-57.
- Li, L., and Wu, D. (2019). "Entrepreneurial Education And Students Entrepreneurial Intention: Does Team Cooperation Matter?". *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(35), pp. 1-13. DOI:10.1186/s40497-019-0157-3.
- Li, W., Du, W., and Yin, J. (2017). "Digital Entrepreneurship Ecosystem as a New Form of Organizing: the Case of Zhongguancun". *Frontiers of Business Research in China*, 11(5), pp. 1- 21.
- Madhoshi, M., and Kiakojori, K. (2018). "The Impact Of Open Innovation In Collaboration With The University And Industry Using The PLS Technique". *Journal of Teaching in Marine Sciences*, 5(2), pp.51-65. magiran.com/p1878962. {In Persian}
- Mirfakhredini, S. H. (2020). "Entrepreneurial University, Requirements and Needs". *Journal of industry and university*, 13(47), pp. 75-86. {In Persian}
- Nelson, A. J., and Monsen, E. (2014). "Teaching Technology Commercialization: Introduction to Special Section". *The Journal of Technology Transfer*, 39(5), pp. 774-779. DOI:10.1007/s10961-014-9341-3. Available in: <https://www.researchgate.net/>
- Nieth, L., and Benneworth, P. (2020). "Regional Policy Implications of the Entrepreneurial University: Lessons from the ECIU". In *Examining the Role of Entrepreneurial Universities in Regional Development*, pp. 242-259. IGI Globa.
- Nikraftar, T., and Farid, H. (2015). "Internal Factors Affecting the Development of Academic Entrepreneurship at College of Agriculture of Tehran University". *Journal of Studies in Entrepreneurship and Sustainable Agricultural Development*, 2(2), pp. 67-80. {In Persian}
- Noormohammadi Najafabadi, R., karimi, O., and Jamshedi, A. (2022). "Identifying the Effective Factors in Creating Entrepreneurial Regional Ecosystem: The Case of Islamic Azad Universities in Isfahan province". *Science and Technology Policy Letters*, 12(2), pp. 84-106. {In Persian}
- pour atashi, M. (2018). "Entrepreneurship and Entrepreneurial University in Netherlands: Trends, Policies, and Actions". *Rahyafi*, 28(70), pp. 51-66. {In Persian}
- Rezaei, B., Abbaspour, A., Niknami, M., Rahimiyan, H., and Delavar, A. (2013). "Improvement of Academic Entrepreneurship in the Field of Humanities and Analyzed to Provide a Grounded Theory". *Journal of Innovation and Creativity in Human Sciences*, 3(2), pp. 185-215. {In Persian}
- Ribeiro, C., and Varum, A. D. (2020). *Role of Universities in the Level of Regional Growth in Portugal*. Available in: <https://www.igi-global.com/>.
- Sandström, C., Wennberg, K., Wallin, M.W., and Zherlygina, Y. (2018). "Public Policy for Academic Entrepreneurship Initiatives: a Review and Critical Discussion". *The Journal of Technology Transfer*, 43(5), pp.1232-1256.

- Seyed Mousavi, L., Shariatmadari, M., Hamidifar, F., Khosravi, P., and Shirzadkebria, B. (2020). "Providing an Entrepreneurial University Model for Islamic Azad University (Case Study of Tehran)". *Islamic Lifestyle With a Focus on Health*, 3(5), pp. 228-237. {In Persian}
- Sharifzadeh, M., Sh., and Abdollahzadeh, Gh. H. (2016). "Criteria and Mechanisms of Academic Entrepreneurship in Higher Agricultural Education From the View of Entrepreneurship Experts". *Agricultural Education Administration Research*, 8(38), pp. 3-17. {In Persian}
- Siegel, D. S., and Wright, M. (2015). "Academic Entrepreneurship: Time for a Rethink?". *Journal of Management*, 26(4), pp. 582-595.
- Strauss, A., and Corbin, J. M. (2008). *Principles of Qualitative Research Method: Basic Theory, Procedures and Methods*. Translated by Buyuk Mohammadi. Tehran: Research Institute of Humanities and Cultural Studies. {In Persian}
- Su, Y., Zhu, Z., Chen, J., Jin, Y., Wang, T., Lin, C. L., and Xu, D. (2021). "Factors Influencing Entrepreneurial Intention of University Students in China: Integrating the Perceived University Support and Theory of Planned Behavior. MDPI". *Journal sustainability*, 13(8), pp. 19-45. <https://doi.org/10.3390/su13084519>.
- Teixeira, A. A. C., Oliveria, A., Daniel, A. D., Preto, M. T., Brás, G. R., and Rodrigues, C. (2020). "The Impact of Universities on Regional Competitiveness: a Review of the Main Theoretical and Methodological Approaches". *Examining the Role of Entrepreneurial Universities in Regional Development*, 67-92.
- Wuest, J., Merritt-Gray, M., Berman, H., and Ford-Gilboe, M. (2002). "Illuminating Social Determinations of Women, s Health Using Rounded Theory". *Health Case for Women International*, 23(8), pp. 794-808.
- You, Y., Zhu, F., and Ding, X. (2017). "College Student Entrepreneurship in China: Results From a National Survey of Directors of Career Services in Chinese Higher Education Institutions". *Current Issues in Comparative Education*, 19 (2), pp. 64-83.
- Yusof, M., and Jain, K. K. (2010). "Categories of University-Level Entrepreneurship: a Literature Survey". *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(1), pp. 81-96.



The Model of Entrepreneurship Development in Sari Agricultural Sciences and Natural Resources University

Fatemeh Ghorbani Piralidehi¹

Homa Ahmadian²

Zahra Sinaei Rad³

Zobeydeh Kouchaky⁴

Abstract

Academic entrepreneurship is an approach and necessity for the future of university so that individuals can have a more effective presence in the entrepreneurial ecosystem by expanding their entrepreneurial activities and provide conditions for the sustainable development of the society around them. Therefore, in this article, the design of an entrepreneurship development model at Sari Agricultural Sciences and Natural Resources University has been pursued and the general research approach is qualitative. Among the province's entrepreneurship experts and specialists, 42 people were selected using a purposive sampling method. The required data were collected through semi-structured interviews and analyzed using the grounded theory paradigm model. The validation of findings was confirmed through member checking of the findings and the triangulation technique. The results showed that the main components of the development of academic entrepreneurship at Sari Agricultural Sciences and Natural Resources University include six components: causal factors (improvement of individual and organizational conditions), background factors (proper management conditions, proper trust building), intervening factors (cultural-legal drivers and financial-technical obstacles), development entrepreneurship (intra-organizational interests, extra-organizational interests), strategies (educational-cultural, policies and support programs) and consequences (social, economic, individual, organizational).

Keywords: Academic Entrepreneurship, Student Employment, Commercialization, Knowledge-based Companies

1. Assistant Professor of Department of Agricultural Extension and Education, Faculty of Crop Sciences, Sari Agricultural Sciences and Natural Resources University, Sari, Iran (Corresponding Author), Email: f.ghorbani@sanru.ac.ir

2. M.Sc. Student of Department of Agricultural Extension and Education, Faculty of Crop Sciences, Sari Agricultural Sciences and Natural Resources University, Sari, Iran

3. M.Sc. of Department of Agricultural Extension and Education, Faculty of Crop Sciences, Sari Agricultural Sciences and Natural Resources University, Sari, Iran

4. M.Sc. of Department of Agricultural Extension and Education, Faculty of Crop Sciences, Sari Agricultural Sciences and Natural Resources University, Sari, Iran

نقش‌نامه و فرم تعارض منافع

الف) نقش‌نامه

پدیدآورندگان	فاطمه قربانی پیرعلیدهی	هما احمدیان	زهرا سینائی راد	زبیده کوچکی
نقش	نویسنده مسئول	نویسنده همکار	نویسنده همکار	نویسنده همکار
نگارش متن	نگارش متن اصلی و پیشینه تحقیق، پاسخ به داوران، بازنگری	نگارش مرور ادبیات	—	همکاری در نگارش پیشینه تحقیق و انجام ترجمه مقالات تخصصی
ویرایش متن و ...	ویرایش متن و کامنت‌دهی	—	—	—
طراحی / مفهوم‌پردازی	طراحی الگو	همکاری در مفهوم‌پردازی	—	—
گردآوری داده	انجام مصاحبه‌ها	انجام مصاحبه‌ها در سطح دانشگاه	همکاری در پیاده‌سازی متن مصاحبه‌ها	همکاری در پیاده‌سازی متن مصاحبه‌ها
تحلیل / تفسیر داده	تحلیل و تفسیر داده با انجام پارادایم نظریه بنیانی	کدگذاری باز	کدگذاری باز	—
سایر نقش‌ها	مدیریت کل پروژه	همکاری در تدوین و نهایی‌سازی شکل‌ها	عضو تیم تحقیقاتی	عضو تیم تحقیقاتی

ب) اعلام تعارض منافع

در جریان انتشار مقالات علمی تعارض منافع به این معنی است که نویسندگان، داوران و یا حتی سردبیران مجلات دارای ارتباطات شخصی و یا اقتصادی می‌باشند که ممکن است به طور ناعادلانه‌ای بر تصمیم‌گیری آن‌ها در چاپ یک مقاله تأثیرگذار باشد. تعارض منافع به خودی خود مشکلی ندارد بلکه عدم اظهار آن است که مسئله‌ساز می‌شود.

بدین وسیله نویسندگان اعلام می‌کنند که رابطه مالی یا غیرمالی با سازمان، نهاد یا اشخاصی که موضوع یا مفاد این تحقیق هستند ندارند، اعم از رابطه و انتساب رسمی یا غیررسمی. منظور از رابطه و انتفاع مالی از جمله عبارت است از دریافت پژوهانه، گرنت آموزشی، ایراد سخنرانی، عضویت سازمانی، افتخاری

یا غیررسمی، اشتغال، مالکیت سهام، و دریافت حق اختراع، و البته محدود به این موارد نیست. منظور از رابطه و انتفاع غیرمالی عبارت است از روابط شخصی، خانوادگی یا حرفه‌ای، اندیشه‌ای یا باورمندانه، و غیره. چنانچه هر یک از نویسندگان تعارض منافی داشته باشد (و یا نداشته باشد) در فرم زیر تصریح و اعلام خواهد کرد:

مثال: نویسنده الف هیچ‌گونه تعارض منافی ندارد. نویسنده ب از شرکت فلان که موضوع تحقیق بوده است گرنت دریافت کرده است. نویسندگان ج و د در سازمان فلان که موضوع تحقیق بوده است سخنرانی افتخاری داشته‌اند و در شرکت فلان که موضوع تحقیق بوده است سهامدارند.

اظهار (عدم) تعارض منافع: با سلام و احترام؛ به استحضار می‌رساند نویسندگان مقاله هیچ‌گونه تعارض منافی ندارد.

نویسنده مسئول: فاطمه قربانی پیرعلیدهی

تاریخ: ۱۴۰۳/۰۹/۱۸