

عوامل سوق‌دهنده و بازدارنده راه‌اندازی شرکت‌های مستقر در مرکز رشد علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد

محبوبه سلیمانی^۱، رضوان حسین‌قلی‌زاده^{۲*}، دکتر علیرضا خوراکیان^۳

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی، دانشگاه فردوسی مشهد

۲. استادیار گروه علوم تربیتی، دانشگاه فردوسی مشهد

۳. استادیار گروه مدیریت، دانشگاه فردوسی مشهد

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۱۱/۰۶

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۰۵/۲۶

چکیده

هدف اصلی این پژوهش، شناسایی عوامل سوق‌دهنده و بازدارنده شرکت‌های مستقر در مرکز رشد علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد است. پژوهش از نظر هدف، کاربردی است. رویکرد پژوهش کیفی و روش پژوهش، مطالعه موردی است. تمام شرکت‌های علوم انسانی مستقر در مرکز رشد دانشگاه فردوسی مشهد جامعه آماری را تشکیل دادند. به منظور گردآوری داده‌های مورد نیاز از مصاحبه نیمه‌ساخت یافته و تحلیل اسناد استفاده شد. بنابر نتایج، ویژگی‌های فردی کارآفرینان، ظرفیت‌های علوم انسانی، حمایت سازمانی دانشگاه، تناسب رشته تحصیلی، ایده نوآورانه، قابلیت‌های مرکز رشد، پویایی درونی، هدفمندبودن تیم کاری، تجربه کار گروهی و حمایت قانونی مهم‌ترین عوامل سوق‌دهنده شناسایی شدند. همچنین، ماهیت ناشناخته رشته‌های علوم انسانی، ضعف حمایت دانشگاه، نبود درک صحیح از فناوری‌های علوم انسانی، نبود خودباوری در دانشجویان، ضعف مشارکت گروهی، نبود منابع مالی کافی، نبود نگاه میان‌رشته‌ای به علوم انسانی، حضور ناموفق در بازار و ضعف حمایت‌های قانونی مهم‌ترین عوامل بازدارنده راه‌اندازی شرکت‌های مرکز رشد علوم انسانی دانشگاه فردوسی معرفی شدند.

واژه‌های کلیدی: دانشگاه فردوسی مشهد، راه‌اندازی شرکت، عوامل سوق‌دهنده و بازدارنده، مرکز رشد علوم انسانی.

مقدمه

دانشگاه‌ها از طریق سه کارکرد اصلی خود یعنی آموزش، پژوهش و ارائه خدمت به جامعه به توسعه اقتصادی، سرمایه اجتماعی و سرمایه انسانی کمک می‌کنند (Sedlacek, 2011). نقش دانشگاه در فرایند توسعه ایجاد نوآوری در یادگیری تحولی از نظر آموزش، پژوهش و خدمت به جامعه است (سهرابی و همکاران، ۱۳۹۱). در ادامه این سیاست‌ها و تغییر نقش، دانشگاه‌ها علاوه بر پژوهش و آموزش در راستای مأموریت جدید یعنی مشارکت در توسعه اقتصادی جامعه نیز نقش دارند؛ بنابراین، تجاری‌سازی دانش به ضرورتی انکارناپذیر برای دانشگاهیان تبدیل شده است (پورعزت و حیدری، ۱۳۹۰). ایجاد و راه‌اندازی مراکز رشد در دانشگاه‌ها به‌ویژه با تأکید بر علوم انسانی گامی مهم در راستای کاربردی کردن علوم انسانی به‌شمار می‌رود. مراکز رشد امروزه یکی از ابزارهای پذیرفته‌شده برای تبدیل خلاقیت‌ها و دستاوردهای علمی و تحقیقاتی به محصولات قابل‌ارائه به بازار و توسعه کارآفرینی محسوب می‌شوند (شهنازی و همکاران، ۱۳۹۲). به استناد آیین‌نامه تأسیس و راه‌اندازی مراکز رشد و واحدهای فناوری (۱۳۸۱)، مرکز رشد^۱ یکی از ابزارهای رشد اقتصادی است که به‌منظور حمایت از کارآفرینان تحصیل‌کرده تأسیس می‌شود و با ارائه امکانات و تسهیلات عمومی، زمینه‌پاگرفتن شرکت‌های جدید را فراهم می‌کند و با هدف بسترسازی به‌منظور ایجاد فرصت‌های شغلی مناسب برای جذب کارآفرینان و دانش‌آموختگان دانشگاهی در زمینه‌های فناوری، تولید و توسعه محصولات و فرایندهای فناوری قابل‌عرضه به بازار ایجاد می‌شوند (آراسته و جاهد، ۱۳۸۹).

در ایران اولین اندیشه در سال ۱۳۷۱ مطرح و اولین مرکز رشد در سال ۱۳۷۸ در شهرک علمی- تحقیقاتی اصفهان اجرا شد. قدم اولیه در این زمینه تصویب ضوابط گسترش مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری در ۱۷ اسفندماه سال ۱۳۸۱ توسط شورای گسترش آموزش عالی کشور بود. در سال ۱۳۸۲ مجوز موافقت با احداث مراکز رشد صادر شد (مرکز رشد فناوری رازی)^۲. براساس نتایج فکور و حاجی حسینی (۱۳۸۷)، دانشگاه‌های صنعتی امیرکبیر، علم و صنعت ایران، تربیت‌مدرس، پردیس دانشکده‌های فنی دانشگاه تهران، خواجه‌نصیرالدین

1. Incubator

2. Retrieved from <http://rvsri-stp.ir/fa-ir/about/incubator>

طوسی، دانشگاه تبریز و دانشگاه صنعتی اصفهان نیز در حوزه‌های علوم مهندسی و علوم پایه این مراکز را تأسیس کردند. تأسیس مراکز رشد در حوزه‌های غیر علوم انسانی در دانشگاه‌های کشور افزایش یافته است. همچنین، در سال‌های اخیر راه‌اندازی مراکز رشد علوم انسانی به‌عنوان یک ضرورت احساس شد و بدین ترتیب، دانشگاه‌های قم، یزد و دانشگاه فردوسی مشهد با اخذ مجوز وزارت علوم، تحقیقات و فناوری با تأکید بر فناوری‌های نرم این مراکز را در حوزه علوم انسانی راه‌اندازی کردند. بی‌تردید، برای موفقیت دانشگاه‌ها در ایجاد و راه‌اندازی مرکز رشد واحدهای فناور به‌ویژه در گرایش علوم انسانی باید به عواملی کرد که در مراحل مختلف رشد به‌عنوان عوامل سوق‌دهنده یا بازدارنده نقش مؤثری ایفا می‌کنند. با توجه به اهمیت تحول در علوم انسانی و سیاست‌های اخیر کشور در راستای کاربردی کردن علوم انسانی و بهره‌برداری از این دانش در زندگی اجتماعی، انجام دادن پژوهشی با تمرکز بر شناسایی مهم‌ترین عوامل سوق‌دهنده و بازدارنده راه‌اندازی و فعالیت شرکت‌های مستقر در مرکز رشد علوم انسانی در دانشگاه ضروری به‌نظر می‌رسد. شناسایی این عوامل به در نظر گرفتن تدابیری برای تقویت نیروهای سوق‌دهنده و کاهش نیروی بازدارنده می‌انجامد.

مروری بر مبانی نظری و پیشینه تحقیق

مرور تحقیقات صورت‌گرفته در زمینه مراکز رشد دانشگاهی بیانگر تمرکز اصلی محققان این حوزه بر عوامل موفقیت این مراکز در دانشگاه‌ها بوده است. چنانکه براساس برخی شواهد عواملی مانند ایجاد زمینه کارآفرینی و حمایت از نوآوری و خلاقیت نیروهای جوان، کمک به رونق اقتصادی، ایجاد فضای لازم برای گسترش و رشد واحدهای کوچک و متوسط دانش‌مدار و فناور فعال در زمینه‌های مختلف فناوری، تولید و توسعه محصولات و فرایندهای فناوری قابل عرضه به بازار، حمایت‌های قانونی، همکاری مشترک دانشگاه و صنعت، ایجاد و گسترش فرهنگ مشوق فعالیت‌های کارآفرینی و تجاری‌سازی بر ایجاد و توسعه مراکز رشد در دانشگاه‌ها و نیز تجاری‌سازی مؤثرند (سلطان‌پناه و خاکسار، ۱۳۸۷؛ شاهوردیانی، ۱۳۸۹؛ ملک‌زاده و کاظمی، ۱۳۸۹). از اساس فرایند تأسیس شرکت‌های زایشی دانشگاهی تحت تأثیر عوامل مختلف در مراکز رشد دانشگاهی صورت می‌گیرد که بدون شناخت آن‌ها، هدایت و سازماندهی

و بهبود فعالیت‌های زایشی در بستر فعالیت‌های دانشگاهی و مسیر توسعه آن امکان‌پذیر نیست (حافظیان و همکاران، ۱۳۹۴). به‌ویژه آنکه در مطالعات اخیر، جهت‌گیری اصلی به سمت اولویت‌بندی این عوامل سوق یافته است. شایان ذکر است بر این عوامل صرف‌نظر از نوع آن‌ها، از نظر ارائه محصولات و خدمات فناوری تمرکز شده است. از این‌رو، پس از جست‌وجو منابعی یافت نشد که تجارب و عوامل سوق‌دهنده و بازدارنده راه‌اندازی مراکز رشد علوم انسانی را به‌طور ویژه بررسی کرده باشد. در نتیجه، پژوهشگران در مطالعات خود دغدغه تفکیک این مراکز را براساس ماهیت علوم زیربنایی آن نداشتند. به عقیده عزیزی (۱۳۸۷) نبود درک و تلقی درست درباره ماهیت و اعتبار علوم انسانی و نقش انکارناپذیر و حیاتی آن در مطالعه ریشه‌یابی و حل بحران‌ها و معضلات حاد اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی جامعه از یک‌سو و غیرمثبت و غیردقیق خواندن آن در مقایسه با حوزه محسوس، مادی و فیزیکی علم از سوی دیگر، سبب شده است تا به‌صورتی نازل با مقوله علوم انسانی در دانشگاه‌ها برخورد شود.

بایز و مبیوانا (۲۰۰۷) در پژوهشی با بررسی عوامل کلیدی موفقیت بیست مرکز کسب‌وکار، هشت عامل اصلی موفقیت مراکز رشد (دسترسی به تجربیات و تسهیلات علم و فناوری، منابع مالی، شایستگی‌های کارآفرینان، حمایت سهامداران، سیاست‌های حمایتی دولت، مدیریت شایسته و بانگیزه، پایداری منابع مالی و شبکه‌سازی) را شناسایی کردند (Buys & Mbewana, 2007). اونیل در پژوهشی با مطالعه عوامل موفقیت واحدهای فناور دانشگاه فلوریدای مرکزی - که در سال ۲۰۰۴ برنده جایزه سال انجمن ملی مراکز رشد شد - این عوامل را چنین معرفی کردند: یکپارچه کردن مشتریان درون سیستم توسعه فناوری بزرگ‌تر، تقویت تعاملات بین مشتریان، تعامل مشتریان با مدیریت مرکز، سایر کارکنان، افراد خارج از مرکز رشد و هیئت نظارت بر مرکز رشد، فراهم کردن امکان دسترسی به منابع مالی خارجی، منابع مالی دانشگاه، مؤسسات توسعه اقتصادی و حکومت محلی و جامعه، دسترسی به حمایت‌های کارآفرینانه سایر سازمان‌ها (O'Neal, 2005). سامساک و لاسری هانگ تانگ (۲۰۱۴) نیز در مطالعه‌ای با تکیه بر رویکرد منابع راهبردی، عوامل موفقیت مراکز رشد دانشگاهی تایلند را بررسی کردند. از مجموع عوامل منابع انسانی، مالی، فناوری و سازمانی مؤثر، اصلاحات سیاست‌گذاری و مدیریتی به‌منظور تصمیم‌گیری راهبردی برای ارتقای مراکز شد دانشگاهی پیشنهاد شد

(Somsuk & Laosirihongthong, 2014). شایان ذکر است انگیزه دانشگاه‌ها و سیاست‌های آن‌ها برای انتقال فناوری به‌ویژه با در نظر گرفتن شرایط فرهنگی کشورها متفاوت است (Decter, Bennett & Leseure, 2007).

ویسی و همکاران (۲۰۰۵) در پژوهشی نشان دادند مراکز کسب‌وکار برای موفقیت خود به شدت به تعامل با بخش خصوصی و دولتی نیاز دارند. تنگه و چوتو (۲۰۱۵) در پژوهشی با بررسی تناسب و چالش‌های مراکز رشد در حمایت از کارآفرینان در آفریقای جنوبی نشان دادند ۵۵/۱ درصد کارآفرینان فعال از برنامه‌های حمایتی مراکز رشد (دسترس‌ی به شبکه‌های کسب‌وکار، منابع مالی، منابع فیزیکی و حمایت اداری) بهره‌مند شده بودند، در حالی که ۴۴/۹ درصد آنان تحت حمایت این برنامه‌ها بودند. نبود منابع مالی چالش اصلی مراکز مورد مطالعه بود (Tengeh & Choto, 2015). استال و همکاران (۲۰۱۶) در مطالعه‌ای با بررسی دلایل موفق نبودن مراکز رشد دانشگاهی برزیل به این نتیجه رسیدند که به‌رغم تمایل این مراکز به انجام دادن پروژه‌های دارای قابلیت بالا و تعامل با دانشگاه، هیچ اولویتی برای شرکت‌های ایجادشده از نتایج تحقیقات دانشگاهی وجود ندارد؛ به‌عبارت دیگر، این مراکز چشم‌انداز دانشگاهی زایشی^۱ ندارند. عبدالله خالد و همکاران (۲۰۱۲) (Stal, Andreassi & Fujino, 2016). نیز در پژوهشی پس از تحلیل عاملی - اکتشافی، یازده مؤلفه اصلی را شناسایی کردند که در چهار عامل اصلی نظارت و معاونت کسب‌وکار، تخصیص منابع و خدمات حرفه‌ای مدیریت دسته‌بندی شدند. حافظیان و همکاران (۱۳۹۴) در مطالعه‌ای کیفی ضمن شناسایی چهارده عامل اثرگذار بر زیرساخت انکوباتورهای دانشگاهی، نقش خط‌مشی‌های سازمانی را بیش از سایر عوامل در دیدگاه پاسخگویان برجسته دانستند. کاظمی و همکاران (۱۳۹۴) نیز در مطالعه‌ای تأثیر قوانین دولتی، دانشگاه مادر و مکان جغرافیایی را بر موفقیت شرکت‌های زایشی دانشگاهی شرکت‌های مستقر در شهرک علمی - تحقیقاتی استان اصفهان تأیید کردند.

براساس مدل تحلیل میدان نیرو کرت لوین (۱۹۵۱)، در مقابل نیروهای سوق‌دهنده تغییر، نیروهای دیگری وجود دارند که به‌عنوان عامل بازدارنده عمل می‌کنند. مرور شواهد موجود در این

زمینه بیانگر وجود برخی موانع از جمله کمبود اعتبارات و بودجه و فضا، ناآشنایی با مرکز رشد در دانشگاه‌ها، ناآشنایی صنعت با قابلیت‌ها و توانمندی‌های دانشگاه، نبود روحیه همکاری بین اعضای هیئت علمی، نبود ارتباطات و شبکه‌های ارتباطی میان سرمایه‌گذاران و فعالان صنعت و دانشگاهیان، وابسته‌بودن دانشگاه به بودجه‌های دولتی، شناخت‌نداشتن دانشگاه از نیازها و اولویت‌های بخش کسب‌وکار است (شاهوردیانی، ۱۳۸۹؛ پورعزت و همکاران، ۱۳۸۹؛ محمودپور و همکاران، ۱۳۹۱). گروه دیگری از محققان با تمرکز بر قصد و نیت فرد به‌عنوان عامل اصلی در راه‌اندازی فعالیت‌های کارآفرینانه کوشیده‌اند با استفاده از مدل رفتار برنامه‌ریزی، عوامل مؤثر بر آن را بررسی کنند. کردنائیج و همکاران (۱۳۹۳) در مطالعه‌ای متغیر خانواده را در پیش‌بینی قصد کارآفرینانه دانشجویان بیش از هر عامل دیگری مؤثر دانستند. در پژوهش کریمی (۱۳۹۴) نیز شکل‌گیری قصد کارآفرینانه دانشجویان بیشتر مبتنی بر ملاحظات فردی گزارش شد تا ملاحظات هنجاری و اجتماعی. در این مطالعه، اثر محیط نهادی در قالب خط‌مشی‌ها، استانداردها و مقررات بنیادین اجتماعی، سیاسی و قانونی به‌صورت غیرمستقیم تأیید شد. نائیجی و اسفندیاری (۱۳۹۴) نیز در مطالعه دیگری بر تأثیر اعتمادبه‌نفس بیش از حد و خوش‌بینی بر تصمیم به شروع فعالیت‌های نوآورانه از طریق کاهش ادراک خطر تأکید کردند. همچنین، نتایج مطالعه غلامی و همکاران (۱۳۹۴) بیانگر تأثیر مثبت و معنی‌دار شایستگی‌های کارآفرینانه در شکل‌گیری هوشیاری کارآفرینانه شرکت‌های خدمات مشاوره کشاورزی استان کرمان است. جاهد و همکاران (۱۳۹۰) خودکارآمدی، موفقیت‌طلبی، قدرت‌طلبی، خلاقیت و نوآوری، رقابت‌طلبی و منبع کنترل درونی را از مهم‌ترین ویژگی‌های فردی معرفی کردند. همچنین، ارتقای سطح دانش تخصصی افراد و افزایش انگیزه کارآفرینان در فرایند اجرای کار از دیگر عوامل فردی مؤثر است (Acrapol et al., 2011).

روش تحقیق

پژوهش از نظر هدف، کاربردی است. رویکرد پژوهش کیفی و روش پژوهش، مطالعه موردی^۱ است. در این مطالعه، میدان پژوهش مرکز رشد علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد و واحدهای فناور واقع‌شده در آن است که شامل شانزده شرکت می‌شود. در این مطالعه، هشت شرکت از

مجموع یازده شرکت مستقر در مرکز رشد علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد مطالعه شد. مصاحبه با شانزده نفر از مطلعان کلیدی (مدیران شرکت‌ها، مدیران و کارشناسان دفتر مرکز رشد دانشگاه فردوسی مشهد و متخصصان حوزه کارآفرینی) صورت گرفت. نمونه‌گیری به شیوه هدفمند^۱ انجام گرفت. با رسیدن به مرحله اشباع نظری^۲ در مصاحبه شانزدهم، پژوهشگر تعداد مصاحبه‌های انجام گرفته را کافی دانست. به منظور تحلیل داده‌های کیفی از روش تفسیری استفاده شد. البته طی مرحله کدگذاری باز، نکات کلیدی مستخرج از مصاحبه‌ها شناسایی و در مرحله کدگذاری محوری مفهوم‌سازی شد. سپس مفاهیم مستخرج برحسب مضامین و معانی مشترک آن‌ها در قالب مقوله‌های اصلی دسته‌بندی شدند. این مقوله‌ها عوامل سوق‌دهنده یا بازدارنده راه‌اندازی شرکت‌های مستقر در مرکز رشد علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد معرفی شدند. با تکیه بر دیدگاه لینکلن و گوبا (۱۹۸۵) به منظور اعتبار نتایج پژوهش به چهار معیار قابلیت اعتبار یا قابل قبول بودن،^۳ قابلیت انتقال یا انتقال‌پذیری،^۴ قابلیت اتکا یا قابلیت اطمینان^۵ و قابلیت تأیید یا تأییدپذیری^۶ (به نقل از دانایی فرد و مظفری، ۱۳۸۷) توجه شد؛ برای نمونه، به منظور بررسی معیار قابلیت اعتبار از بازنگری مصاحبه‌شوندگان برای تأیید صحت داده‌ها و کدها استفاده شد. همچنین، برای تأمین قابلیت انتقال، میدان پژوهش و وضعیت شرکت‌ها توصیف و معرفی شدند. قابلیت اتکا به یافته‌های پژوهش نیز از مستندسازی فرایند ثبت و تحلیل داده‌ها، روش و تصمیمات مربوط به پژوهش تأمین شد. در نهایت، به منظور حصول اطمینان از عینیت داده‌ها و نتایج از کدگذار ثانوی استفاده شد.

یافته‌ها

وضعیت شرکت‌های مستقر در مرکز رشد علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد

مرکز رشد علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد شانزده شرکت دارد. از این مجموع، دوازده

-
1. Purposlve Smpling
 2. Saturation point
 3. Credibility
 4. transferability
 5. dependability
 6. confirmability

شرکت در مرحله پیش از رشد و چهار شرکت در مرحله رشد قرار دارد. شایان ذکر است تاکنون هیچ شرکتی از واحد فناور علوم انسانی به مرحله خارج از رشد راه نیافته است. شرکت‌های فعال و البته یک شرکت نیمه‌فعال در این مرکز رشد عبارت‌اند از: شرکت آمارپژوهان پویا، تدبیراندیشان ارکا، ایده‌پردازان آمار نهاد امید، نواندیشان جغرافیایی آسف، رحیل آریان‌مهر، مؤسسه توسعه رهیافت‌های نوین مدیریت (ترنم)، شهتا (ترنم دانش آینده)، دانش‌بنیان سلامت آریانا بوعلی سینا، زبان‌پردازان جوان آینده، فرااندیشان رشد خراسان، واحد فناوری گردشگری شمال شرق، آرتا پویا گامان سناباد، معرفت پردیس طوس، آئینه شهر فردا، راهبرسازان آینده آریا، همیاران مدیر پیشرو امروز.

براساس یافته‌های این پژوهش، اولین شرکت مرکز رشد علوم انسانی در دانشگاه فردوسی مشهد در سال ۱۳۸۳ با هدف بومی‌کردن فناوری سامانه‌های اطلاعات جغرافیایی تأسیس شد. دومین شرکت در سال ۱۳۸۴ و سومین شرکت علوم انسانی در سال ۱۳۸۹ در دانشگاه کار خود را آغاز کرد. دو شرکت دیگر نیز در سال ۱۳۹۰، سه شرکت در سال ۱۳۹۱ و هفت شرکت دیگر در سال ۱۳۹۲ به این مجموعه پیوستند. در سال ۱۳۹۳ نیز شرکت دیگری تأسیس شد. روند تأسیس شرکت‌ها در مرکز رشد علوم انسانی در دانشگاه فردوسی مشهد بیانگر روندی افزایشی است. محصولات و خدمات این شرکت‌ها اغلب در زمینه طراحی نرم‌افزار، برگزاری کارگاه‌ها و دوره‌های آموزشی، ارائه خدمات مشاوره‌ای، تدوین کتاب، مالکیت فکری، استفاده از تکنیک‌های نظرسنجی، طراحی پرسشنامه، تولید و ارائه خدمات فرهنگی - آموزشی و درمانی، خدمات تحقیقاتی و ارائه خدمات ترجمه و ویرایش، هوشمندسازی فرایند تحقیقاتی و ارائه خدمات روان‌شناختی است. رشته‌های فعال دانشگاهی در راه‌اندازی شرکت‌های مستقر در مرکز رشد شامل رشته‌های جغرافیا، آمار، زبان انگلیسی، مهندسی صنایع، تربیت‌بدنی، روان‌شناسی، مدیریت، حقوق و مدیریت بازرگانی می‌شود.

عوامل سوق‌دهنده و بازدارنده راه‌اندازی شرکت‌های مرکز رشد علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد

در نتیجه تحلیل داده‌های به‌دست آمده از مصاحبه‌ها، ۱۳۸۳ کد اولیه، ۱۲۲ مفهوم و نیز ۱۰ مقوله

در پاسخ به عوامل سوق‌دهنده شناسایی و استخراج شدند. مهم‌ترین مقوله‌های مستخرج از مصاحبه‌ها که ناظر بر مهم‌ترین عوامل سوق‌دهنده و بازدارنده راه‌اندازی شرکت‌های مستقر در مرکز رشد علوم انسانی هستند، عبارت‌اند از:

عوامل سوق‌دهنده:

۱. **ویژگی‌های فردی کارآفرینان:** از مهم‌ترین ویژگی‌های فردی می‌توان به علاقه به کارآفرینی، انگیزه درونی، انگیزه مالی، امید به کار، تسلیم‌نشدن، تمایل به مؤثر بودن، میل به پیشرفت، تمایل به تأثیرگذاری مثبت بر محیط، تمایل به انجام‌دادن کار مؤثر، ایمان به خود، خودباوری، شناخت خود، باور به توانایی‌های درونی، داشتن هدف عمیق، داشتن هدف مشخص، هدف متمرکز، عرق ملی و احساس نیاز اشاره کرد.

۲. **ظرفیت‌های علوم انسانی:** تعداد شایان توجه دانشکده‌های علوم انسانی، دانشجویان علوم انسانی و اعضای هیئت‌علمی علوم انسانی به مثابه یک ظرفیت، تقاضا از طرف جامعه، تبدیل دستاوردهای پژوهشی به تقاضای جامعه، قابلیت انتقال نتایج پژوهشی به جامعه، مرکز رشد به‌عنوان پل ارتباطی پژوهش با جامعه و فعال‌بودن دانشگاه نسل سوم در بخش فناوری مهم‌ترین مفاهیم مستخرج از مصاحبه‌ها هستند که در این مقوله طبقه‌بندی شدند.

۳. **حمایت سازمانی دانشگاه:** تلاش برای پرکردن شکاف بین علوم انسانی و فناوری، مزایای اقتصادی مراکز رشد برای دانشگاه، حمایت مسئولان دانشگاه، حمایت دانشگاه از ثبت شرکت، اهمیت کار در داخل دانشگاه در ابتدای فعالیت، شروع به کار شرکت در داخل دانشگاه، استفاده از برند دانشگاه، نبود مراکز مشابه (بی‌نظیر)، جهت‌دهی پایان‌نامه‌ها به سمت فناوری و فناوری در کنار آموزش و پژوهش از مفاهیم مربوط به این مقوله دانشگاه هستند.

۴. **تناسب رشته تحصیلی:** از عوامل سوق‌دهنده دیگر می‌توان به تناسب رشته تحصیلی اشاره کرد که پیوند کار با رشته تحصیلی و مرتبط‌بودن رشته با کار از مفاهیم مربوط به مقوله تناسب رشته تحصیلی است. شرکت‌های فعال در مرکز رشد سعی می‌کنند بین رشته تحصیلی و ایده خود ارتباط برقرار کنند. برقراری این ارتباط موجب موفقیت و تلاش در کسب و کار می‌شود.

۵. ایده نوآورانه: نوآوری از طریق فناوری نرم، نبودن ایده و جدید بودن کار از مفاهیم مربوط به مقوله ایده نوآورانه هستند. براساس نتایج، شرکت‌های مستقر در مرکز رشد علوم انسانی دانشگاه فردوسی جزء اولین شرکت‌هایی هستند که محصولات و خدمات آن‌ها جزء خدمات منحصربه‌فرد در ایران محسوب می‌شوند.

۶. قابلیت‌های مرکز رشد: زمینه‌سازی برای ورود دانشجویان علوم انسانی به فناوری‌های نرم، اشتغال مولد در دانشگاه، تمرکز بر دانشگاه کارآفرین، بسترسازی برای تجاری‌سازی ایده‌های علوم انسانی، تبدیل دستاوردهای پژوهشی به تقاضای جامعه، قابلیت انتقال نتایج پژوهشی به جامعه، مرکز رشد به‌عنوان پل ارتباطی پژوهش با جامعه، فعال بودن دانشگاه نسل سوم در بخش فناوری، مزایای اقتصادی مراکز رشد برای دانشگاه و فناوری در کنار آموزش و پژوهش مفاهیم به این مقوله مربوط است.

۷. پویایی درونی گروه: از دیگر عوامل سوق‌دهنده می‌توان به پویایی درونی گروه اشاره کرد. تلاش برای به ثمر رساندن ایده، داشتن تیم فعال، پویایی درونی اعضای تیم شرکت، تلاش زیاد اعضای تیم شرکت، پشتکار تیم، اشتیاق اعضای تیم، وجود نیروی فعال در تأسیس شرکت تلاش برای رفع مشکلات از مفاهیم مربوط به این مقوله هستند.

۸. هدفمند بودن تیم کاری و تجربه کار گروهی: داشتن تجربه کار قبلی، داشتن تجربه کار گروهی، پخته بودن اعضای تیم، باتجربه بودن تیم، تجربه همکاری قبلی و انجام دادن پروژه‌های مشترک پیشین از مفاهیم تشکیل‌دهنده تجربه کار گروهی هستند.

۹. حمایت قانونی: حمایت قانونی عامل مهم دیگری برای راه‌اندازی مراکز رشد در دانشگاه تلقی می‌شود. این مقوله ناظر بر دو مفهوم مالیات و معاف از بیمه است. برخی شواهد مربوط به روند کدگذاری داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها در جدول ۱ نشان داده می‌شود.

جدول ۱. برخی شواهد مربوط به کدگذاری مصاحبه‌ها - عوامل سوق‌دهنده

مقوله	مفاهیم	نکات کلیدی مستخرج از مصاحبه‌ها
ویژگی فردی کارآفرینان	داشتن انگیزه درونی امید به کار	«عامل مؤثر دیگری که بتونه ما رو به کار وادار کنه و کمک‌کننده باشه متأسفانه نیست به‌جز همون انگیزه درونی چیز دیگه‌ای نیست.» «البته به خودم گفتم آگه درنهایت پروژه‌ام به شکست بخوره من چیزی رو از دست نمی‌دم.»
تناسب رشته تحصیلی	پیوند کار با رشته تحصیلی	«کاری که قراره انجام بدم کاری باشه که در ارتباط با رشته‌مون باشه.»
ایده نوآورانه	نوآوری از طریق فناوری نرم	«فناوری محل تلاقی یک دستاورد و یک تقاضا و نوآوری است. کسی این رو نگفته که اون دستاورد حتماً جنسش سخت باشه این میتونه دستاوردی توی حوزه نرم باشه و دوباره با یک نوآوری بشه اون رو به یک تقاضایی از جامعه ارتباط دارد.»
	نوبودن ایده	«دوست داشتیم سریع‌تر اون شرکت رو ثبت کنیم بعنوان یک کار نو همون برای ما یک عامل برانگیزنده بود یک عامل مؤثر بود.»

عوامل بازدارنده

۱. **ضعف حمایت دانشگاه:** این عامل ناظر بر نبود فرهنگ همکاری مسئولان با شرکت‌ها، نبود سازوکارهای انگیزشی، باورنداشتن به توانمندی‌های دانشجویان، تأخیر در ارائه امکانات و نبود استفاده مفید از آن‌ها، ضعف حمایت مالی دانشگاه، نبود حمایت مادی و معنوی دانشگاه، استقبال نکردن استادان، نبود حمایت دانشگاه در امور مربوط به ثبت شرکت، عملی نشدن وعده‌های دانشگاه، تمایل نداشتن دانشگاه به همکاری با مراکز رشد، نبود حمایت‌های مشاوره‌ای، تأخیر در تشکیل جلسات دفاع از ایده در مرکز رشد، پیگیری در پذیرش ایده، خوب معرفی نشدن مراکز رشد به جامعه، بی‌اعتمادی به شرکت‌های علوم انسانی است.

۲. **ماهیت ناشناخته رشته‌های علوم انسانی:** از دیگر عوامل بازدارنده می‌توان به شناخت نداشتن دولت و جامعه از رشته‌های علوم انسانی و قابلیت‌های آن، دیدگاه منفی جامعه

درباره رشته‌های علوم انسانی، ناشناخته‌بودن شرکت‌ها، حمایت ضعیف ادارات دولتی و عارداستن همکاری مؤسسات دولتی با شرکت‌های جوان تحت مقوله ماهیت ناشناخته رشته‌های علوم انسانی اشاره کرد.

۳. نبود درک صحیح از فناوری‌های علوم انسانی: دشواری تشخیص صحیح محصول یا خدمت قابل عرضه در مراکز رشد علوم انسانی، خاص‌بودن جنس فناوری‌های علوم انسانی، دانش‌نیان‌نبودن شرکت‌ها در رشته‌های علوم انسانی، انتظار اختراع از علوم انسانی نزد داورها، تناسب‌نداشتن تخصص داوران با رشته‌های علوم انسانی در جلسه دفاع از ایده، ضرورت توجیه کار در هنگام پذیرش، شفافیت‌نداشتن در تشخیص نوع خدمت یا فرایند قابل عرضه در مراکز رشد علوم انسانی از مهم‌ترین موانع راه‌اندازی شرکت‌های دانشگاهی به‌شمار می‌روند.

۴. نبود خودباوری در دانشجویان: مفاهیم معرف این مقوله عبارت‌اند از: پایین‌بودن اعتمادبه‌نفس دانشجویان علوم انسانی، نبود خودباوری در دانشجویان علوم انسانی. براساس نتایج تحلیل مصاحبه‌ها، اعتمادبه‌نفس دانشجویان مهندسی بیشتر از دانشجویان علوم انسانی است.

۵. ضعف مشارکت گروهی: ضعف مشارکت گروهی با توجه به نبود اتحاد تیم، همکاری‌نکردن اعضای گروه شرکت با یکدیگر و نداشتن تجربه مدیریت داخلی شرکت از دیگر عوامل بازدارنده محسوب می‌شود.

۶. نبود نگاه میان‌رشته‌ای به علوم انسانی: از مهم‌ترین عوامل بازدارنده شرکت‌های مستقر در مرکز رشد دانشگاه، نبود نگاه میان‌رشته‌ای به علوم انسانی است. گرایش مهندسی (نگاه مهندسی به علوم انسانی)، دشواری تعامل رشته‌های علوم انسانی با رشته‌های مهندسی، چالش علوم انسانی در تولید محصول، نگاه تک‌رشته‌ای، نبود تعامل بین رشته‌ها، خدماتی‌بودن ایده‌های علوم انسانی از مفاهیم مربوط به این مقوله هستند.

۷. حضور ناموفق در بازار: وجود رقبای قوی‌تر در حین فعالیت، دشواری فعالیت دانشگاهیان در بازار، تنش‌زایبودن بازار، مشکل در فروش محصول و بازاریابی، نگرانی از وجود رقبای بازار، نبود حامی قوی، نبود راهبرد ورود به بازار، تجربه‌نداشتن در فعالیت‌های اقتصادی در این مقوله قرار می‌گیرند.

۸. ضعف حمایت‌های قانونی: نبود قوانین لازم در حمایت از مراکز رشد، مشکلات مربوط به امور مالیاتی، وجود مشکلات مربوط به بیمه، دشواری گرفتن مجوزها، سختگیری در فرایند ثبت شرکت، زمان‌بر بودن فرایند تأسیس شرکت‌ها و وقت‌گیر بودن کارهای اداری از مهم‌ترین مفاهیم این مقوله است.

برخی شواهد مربوط به روند کدگذاری داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها در جدول ۲ نشان داده می‌شود.

جدول ۲. برخی شواهد مربوط به کدگذاری مصاحبه‌ها - عوامل بازدارنده

نکات کلیدی مستخرج از مصاحبه‌ها	مفاهیم	مقوله
ما در این مرحله (مرحلهٔ فعالیت) رقبای بزرگ‌تری داشتیم.	وجود رقبای بزرگ‌تر در حین فعالیت	حضور ناموفق در بازار
شرکت‌امون برای راه‌برد ورود به بازار مشکل دارن چون با ادبیاتش درگیریم.	راه‌برد ورود به بازار	نبود نگاه میان‌رشته‌ای
مراکز رشد براساس الگو و کار مهندسی‌ها تأسیس شدن.	گرایش مهندسی	به علوم انسانی
... که هرکسی از دریچهٔ خودش می‌خواه گریزی بزنه و وارد بحث بشه. هرکس از زاویهٔ دید خودش تک‌رشته‌ای نگاه میکنه.	نگاه تک‌رشته‌ای	
ما توی مرکز رشد به متقاضی می‌گیم ایده‌ات خوبه برو با رشتهٔ فلانی بشین و کار رو انجام بده می‌گه آقا ما با هم نمیتونیم کنار بیایم. ما توی علوم انسانی باید بین‌رشته‌ای کار کنیم.	عدم تعامل بین رشته‌ها	
آقای X کارمند یک شرکت یا ارگان رسمی است و آقای Y کارمند یه جای دیگه‌ای است و می‌خوان پاره‌وقت بیان وقتشون رو برای شرکت بذارن قطعاً این شرکت به جواب نمیرسه و موفق نمیشه.	همکاری نکردن اعضای گروه شرکت با یکدیگر	ضعف مشارکت گروهی
مهم‌ترین مانعی که شرکت‌ها در ادامهٔ کار با اون مواجه میشن نحوهٔ مدیریت درونی خودشون هست که اگر خوب نتوانند مدیریت بکنند در طولانی مدت با شکست مواجه میشه این مهم‌ترین مشکل درونی هست.	نداشتن تجربهٔ مدیریت داخلی شرکت	

بحث و نتیجه گیری

براساس یافته‌های این پژوهش، علاقه به کارآفرینی، انگیزه درونی، انگیزه مالی، میل به پیشرفت، خودباوری، هدف‌داربودن، تمایل به تأثیرگذاری مثبت بر محیط مهم‌ترین ویژگی‌هایی فردی کارآفرینانه سوق‌دهنده راه‌اندازی شرکت‌های دانش‌بنیان علوم انسانی به شمار می‌آیند. پژوهش‌های صورت گرفته نیز بیانگر نقش مهم ویژگی فردی کارآفرینی در ایجاد کسب‌وکار است. در این راستا، برخی محققان بر نقش شایستگی‌های فردی کارآفرینان در ایجاد و راه‌اندازی واحدهای کسب‌وکار دانشگاهی تأکید کرده‌اند (Buys & Mbewana, 2007; Somsuk & Laosirihongthong, 2014; Acrapol et al., 2011؛ کریمی، ۱۳۹۴؛ نائیجی و اسفندیاری، ۱۳۹۴؛ غلامی و همکاران، ۱۳۹۴). از مهم‌ترین ویژگی‌های فردی مؤثر می‌توان به خودکارآمدی، موفقیت‌طلبی، قدرت‌طلبی، خلاقیت و نوآوری، رقابت‌طلبی و منبع کنترل درونی اشاره کرد (جاهد و همکاران، ۱۳۹۰). براساس یافته‌های غلامی و همکاران (۱۳۹۴) و کریمی (۱۳۹۴) نیز شکل‌گیری قصد کارآفرینانه بیشتر به ملاحظات فردی و شایستگی‌های کارآفرینانه تا هنجاری و اجتماعی وابسته است. در بین این ویژگی‌ها می‌توان اعتماد به نفس بیش از حد و خوش‌بینی را در تصمیم به شروع فعالیت‌های نوآورانه مؤثر دانست (نائیجی و اسفندیاری، ۱۳۹۴). علاوه بر این، می‌توان به ظرفیت‌ها و قابلیت‌های رشته‌های علوم انسانی در کل و نیز کمیت و کیفیت آن به‌طور ویژه در سطح دانشگاه فردوسی اشاره کرد که در این زمینه از نظر تعداد گروه‌های آموزشی، اعضای هیئت‌علمی و دانشجویان سهم بیشتری داشتند. در این میان، موضوع کار تیمی و تجربه کار در گروه با هدف ایجاد پویایی گروهی عامل مهم دیگری است؛ به بیان دیگر، شرط موفقیت فعالیت اعضا در مراکز رشد به‌شمار می‌آید. از دیدگاه مصاحبه‌شوندگان، داشتن تجربه کار گروهی اغلب به دوران تحصیل و زندگی دانشجویی برمی‌گردد که به‌دنبال آن دانشجویان از طریق مشارکت و همکاری در پروژه‌های کوچک و طرح‌های پژوهشی استادان تجربه کسب می‌کنند. در نتیجه، تعریف فعالیت‌های علمی-پژوهشی به‌صورت گروهی برای دانشجویان زمینه کسب تجربه کار گروهی و تیمی را فراهم می‌کند و به‌نوعی آن‌ها را برای کار در محیط واقعی آماده می‌کند.

به‌رغم وجود نیروهای سوق‌دهنده درونی و بیرونی بسیاری که اعضای هیئت علمی و

دانشجویان رشته‌های علوم انسانی را در دانشگاه فردوسی مشهد به سوی راه‌اندازی در شرکت‌های دانش‌بنیان دانشگاهی ترغیب می‌کنند، نیروهای بازدارنده مختلفی نیز وجود دارند که مانع از استقبال و همکاری دانشگاهیان با این شرکت‌های دانش‌بنیان می‌شوند. یکی از مهم‌ترین این عوامل ضعف حمایت دانشگاه است. پژوهش‌های صورت گرفته نیز نشان می‌دهد حمایت دانشگاه نقش مهمی در موفقیت مراکز رشد دارد (کاظمی و همکاران، ۱۳۹۴؛ O'Neal, 2005). علاوه بر این، نبود درک صحیح درباره فناوری‌های علوم انسانی و ماهیت ناشناخته رشته‌های علوم انسانی از دیگر عوامل بازدارنده مراکز رشد محسوب می‌شود. پژوهش در رشته‌های علوم انسانی و علوم طبیعی تفاوت ماهوی دارد؛ بنابراین، در علوم انسانی ابداع فناوری، تولید محصول و دانش فنی به صورت کالا یا محصولی ملموس (مانند محصول در علوم غیرانسانی) با دشواری و پیچیدگی‌های زیادی روبه‌رو می‌شود. ماهیت خاص و تفاوت ذاتی علوم انسانی با سایر علوم بشری، ارتباط بیشتر رشته‌های آن با امور ذهنی و معنوی و به‌دست‌نیاب بودن محصولات ملموس و نتایج ثابت موجب ضعف جایگاه آن و ناآگاهی عمومی در مورد کارکرد و کاربرد آن شده است (محمودپور و همکاران، ۱۳۹۱). اثر این عامل بازدارنده در مانع دیگری با عنوان حضور ناموفق در بازار ملاحظه می‌شود، زیرا به دلیل تفاوت ماهیت علوم انسانی با علوم طبیعی، بازار دانش در این علوم همپای سایر علوم گسترش نیافته است و از اساس بازار فناوری‌های اجتماعی و انسانی واژه‌های غریبی به نظر می‌آیند (عزیزی، ۱۳۸۷). از دیگر عوامل بازدارنده می‌توان به نبود نگاه میان‌رشته‌ای به علوم انسانی اشاره کرد. چه بسا فراهم کردن زمینه‌های تعامل و همکاری بین‌رشته‌ای (علوم انسانی و غیر علوم انسانی) و رهایی از انحصارگرایی در علوم انسانی بتواند بر قابلیت‌های اعضای هیئت‌علمی و دانشجویان بیفزاید و محصولات و خدمات مشترک مؤثرتری را به جامعه ارائه دهد.

پیشنهادها

یافته‌های این پژوهش بیانگر توجه به نیروهایی است که مانع یا راه‌گشای ایجاد و راه‌اندازی مراکز رشد دانشگاهی با تأکید بر علوم انسانی هستند. پیش از ارائه هرگونه پیشنهاد بر مبنای جزئیات عوامل شناسایی شده، باید الگویی مناسب از مراکز رشد علوم انسانی طراحی شود. الگوی مدیریت مراکز رشد علوم انسانی بر گرفته از تفکر مراکز رشد وابسته به علوم مهندسی

است. به طور مشخص می‌توان به معیارها و ضوابط ارزیابی محصول و خدمات این مراکز اشاره کرد که اغلب فرایند و عملکرد آن‌ها براساس معیارهای ملموس، عینی و مبتنی بر فناوری سخت ارزیابی می‌شود، درحالی‌که از اساس مأموریت، ماهیت و کارکرد و مسائل مبتلا به رشته‌های علوم انسانی از سایر علوم غیرانسانی متفاوت است. به تبع این الگو، می‌توان جهت‌گیری رشته‌های علوم انسانی را در پیوند نظر و عمل و تعریف فناوری و کارکردهای انسانی و نرم آن تعریف و مشخص کرد. پیشنهاد می‌شود ظرفیت‌ها و قابلیت‌های رشته‌های علوم انسانی در دانشگاه در پیوند با نیازها و مسائل جامعه شناسایی شود که اقدام در این زمینه از سوی متولیان علوم انسانی ضروری به نظر می‌رسد.

با توجه به اهمیت موضوع مراکز رشد علوم انسانی در دانشگاه‌ها، انتظار می‌رود محققان علاقه‌مند به این حوزه در پژوهش‌های آتی به موضوعات زیر توجه کنند: ارزیابی عملکرد شرکت‌های مستقر در مرکز رشد حوزه علوم انسانی، بررسی عوامل موفقیت و شکست آن‌ها از طریق واکاوی تجربیات موفق شرکت‌های مستقر در مرکز رشد علوم انسانی در فرایند تجاری‌سازی دانش، شناسایی ظرفیت‌های رشته‌های علوم انسانی برای تولید فناوری نرم و بررسی ظرفیت‌های میان‌رشته‌ای رشته‌های علوم انسانی با رشته‌های غیر علوم انسانی.

منابع

- آراسته، حمیدرضا و حسینعلی جاهد (۱۳۸۹)، «نقش پارک‌ها و مراکز رشد علم و فناوری در تجاری‌سازی یافته‌های پژوهشی»، نشریه صنعت و دانشگاه، سال دوم، شماره ۹-۱۰: ۳۵-۴۳.
- آیین‌نامه تأسیس و اساسنامه مراکز رشد واحدهای فناوری، معاونت اداره کل پارک‌ها و مراکز رشد علم و فناوری، مصوب شورای گسترش آموزش عالی (۱۳۸۱).
- پورعزت، علی اصغر و الهام حیدری (۱۳۹۰)، «شناسایی و دسته‌بندی چالش‌های و موانع تجاری‌سازی دانش با استفاده روش کیو»، فصلنامه علمی- پژوهشی سیاست علم و فناوری، سال چهارم، شماره ۱: ۴۹-۶۲.
- پورعزت، علی اصغر، قلی‌پور، آرین و سمیرا ندیر خانلو (۱۳۸۹)، «تبیین موانع کارآفرینی دانشگاهی و تجاری‌سازی دانش در دانشگاه تهران، فصلنامه علمی- پژوهشی سیاست علم و فناوری، سال دوم، شماره ۴: ۶۵-۷۵.

جاهد، حسینعلی، آراسته، حمیدرضا و پریش جعفری (۱۳۹۰)، «تعیین و تبیین عوامل فردی مؤثر در تجاری‌سازی نتایج پژوهشی؛ مطالعه موردی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات»، فصلنامه سیاست علم و فناوری، دوره چهارم، شماره ۱: ۱-۱۶.

حافظیان، مریم، صالحی، محمد و ترانه عنایتی (۱۳۹۴)، «عوامل تأثیرگذار بر زیرساخت انکوباتورهای دانشگاهی و نقش آن در تأسیس شرکت‌های زایشی دانشگاه»، توسعه کارآفرینی، دوره هفتم، شماره ۴: ۷۱۵-۷۳۲.

حسینقلی‌پور، حکیمه، قلی‌پور، آریز، محمدی قاضی محله، مهدی و طاهر روشندل اربطانی (۱۳۸۹)، «الزامات، ضرورت‌ها و مکانیزم‌های تجاری‌سازی دانش در دانشکده‌های مدیریت»، فصلنامه مدیریت بازرگانی، دوره دوم، شماره ۶: ۴۱-۶۰.

دانایی‌فرد، حسن و زینب مظفری (۱۳۸۷)، «ارتقاء روایی و پایایی در پژوهش‌های کیفی مدیریتی: تأملی بر استراتژی‌های متمیزی پژوهشی»، پژوهش‌های مدیریت، سال اول، شماره ۱: ۱۳۱-۱۶۲.

سلطان‌پناه، هیرش و رؤیا خاکسار (۱۳۸۷)، «بررسی اثرات ایجاد و گسترش مراکز رشد و پارک‌های علمی و فناوری بر موفقیت واحدهای صنعتی»، مدیریت صنعتی دانشکده علوم انسانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج، سال سوم، شماره ۴: ۲۵-۳۶.

سهرابی، ابوالفضل، بردبار، حامد و حسن نوری (۱۳۹۱)، «بررسی وضعیت همگامی دانشگاه‌های دولتی ایران با توسعه پایدار براساس الگوی ELA»، مدیریت در دانشگاه اسلامی، سال اول، شماره ۱: صص ۱۷۱-۱۹۵.

شاهوردپانی، شادی (۱۳۸۹)، «بررسی تأثیر عوامل محیطی بر ایجاد و توسعه مراکز رشد دانشگاه‌ها. رهیافتی نو بر دانشگاه کارآفرین و ارتباط بین صنعت و دانشگاه»، نشریه صنعت و دانشگاه، سال سوم، شماره ۷-۸: ۴۵-۵۶.

شهنازی، روح‌اله، مؤذن جمشیدی، هما و نعمت‌اله اکبری (۱۳۹۲)، «نقش و جایگاه اقتصاد دانش‌محور بر شکل‌گیری مناطق ویژه علم و فناوری: مطالعه موردی اقتصاد ایران»، رشد فناوری، فصلنامه تخصصی پارک‌ها و مراکز رشد، سال نهم، شماره ۳۶: ۲-۱۰.

عزیزی، نعمت‌اله (۱۳۸۷)، «نقش علوم انسانی در توسعه سرمایه اجتماعی»، فصلنامه علمی-پژوهشی فرایند مدیریت و توسعه، دوره بیست‌ویکم، شماره ۲: ۵۷-۷۸.

غلامی، حسام‌الدین، علم‌بیگی، امیر، صفا، لیلا و روح‌الله درینی (۱۳۹۴)، «تأثیر شایستگی‌های کارآفرینانه در شکل‌گیری هوشیاری کارآفرینانه (مورد مطالعه: شرکت‌های خدمات مشاوره کشاورزی استان کرمان)»، توسعه کارآفرینی، دوره هشتم، شماره ۳: ۵۵۱-۵۷۰.

فکور، بهمن و حجت‌اله حاجی حسینی (۱۳۸۷)، «کارآفرینی دانشگاهی و تجاری‌سازی نتایج تحقیقات در دانشگاه‌های ایران (مطالعه موردی هفت دانشگاه مهم کشور)»، فصلنامه سیاست علم و فناوری، سال اول، شماره ۲: ۵۹-۷۰.

کاظمی، علی، صفری، علی و سهیلا اعرابی (۱۳۹۴)، «بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت شرکت‌های زایشی دانشگاهی (مطالعه موردی: شرکت‌های مستقر در شهرک علمی تحقیقاتی- استان اصفهان)»، توسعه کارآفرینی، دوره هشتم، شماره ۱: ۱۱۹-۱۳۷.

کردناجیح، اسدالله، شاه‌پهماسبی، اسماعیل و محمد کریمی (۱۳۹۴)، «بررسی تأثیر مؤلفه‌های زمینه‌ای بر قصد کارآفرینانه در دانشجویان کشور، با تأکید بر قومیت دانشجویان»، توسعه کارآفرینی، دوره هفتم، شماره ۳: ۵۰۹-۵۲۸.

کریمی، سعید (۱۳۹۴)، «بررسی آثار مستقیم، غیرمستقیم و تعدیلی محیط نهادی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی»، توسعه کارآفرینی، دوره هشتم، شماره ۲: ۳۷۱-۳۹۰.

محمودپور، بختیار، رحیمان، حمید، عباس‌پور، عباس و علی دلاور (۱۳۹۱)، «واکاوی چالش‌های فراروی تجاری‌سازی تحقیقات علوم انسانی و ارائه یک نظریه زمینه‌ای»، ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، دوره دوم، شماره ۲: ۱۹-۴۹.

مقیم، سیدمحمد، صدیق‌زاده، اصغر، جعفرزاده کوچکی، احمد و عزت نظری (۱۳۸۹)، «تأثیر عوامل محیطی بر تجاری‌سازی ایده‌ها و نتایج تحقیقات، فصلنامه مطالعات مدیریت راهبردی، سال اول، شماره دوم: ۱۱۳-۱۲۶.

ملک‌زاده، غلام‌رضا و مصطفی کاظمی (۱۳۸۹)، «عوامل مؤثر بر عملکرد شرکت‌های کوچک در مراحل اولیه رشد (مطالعه موردی شرکت‌های مستقر در مراکز رشد پارک‌های علم و فناوری کشور) نشریه کاوش‌های مدیریت بازرگانی، سال دوم، شماره ۳: ۱۶۳-۱۸۸.

نائیجی، محمدجواد و زینب اسفندیاری (۱۳۹۴)، «تأثیر اعتمادبه‌نفس بیش از حد و خوش‌بینی بر تصمیم به شروع فعالیت‌های نوآورانه؛ نقش میانجی ادراک از خطر»، توسعه کارآفرینی، دوره هشتم، شماره ۳: ۵۳۱-۵۵۰.

Abdul Khalid, F., Gilbert, D. & Huq, A. (2012). "Investigating the underlying components in business incubation process in Malaysian ICT incubators", *Asian Journal of Social Sciences and Humanities*, 1(1): 88- 102.

Acrapol, N., Nopasit, CH. & Matteo, M. S. (2011). Enhancing expert contribution in university business incubation: Case study of college of arts, media and technology new product development project: 1- 8. Nimmolrat,

- A., Chakpitak, N., & Savino, M. M. (2011, September). Enhancing expert contribution in university business incubation: Case study of college of arts, media and technology new product development project. In Software, Knowledge Information, Industrial Management and Applications (SKIMA), 2011 5th International Conference on (pp. 1-8). IEEE.
- Bizzotto, C. E. N. (2003). The incubation process. Santa Catarina: infoDev Incubator Support Center (iDISC).
- Buys, A. J. & Mbewana, P. N. (2007). "Key success factors for business incubation in South Africa: the Godisa case study", *South African Journal of Science*, 103(9- 10): 356- 358.
- Decter, M., Bennett, D. & Leseure, M. (2007). "University to business echnology transfer—UK and USA comparisons", *Technovation*, 27(3): 145–155.
- O'neal, T. (2005). "Evolving a successful university-based incubator: Lessons learned from the UCF technology incubator", *Engineering Management Journal*, 17(3): 11- 25.
- Sedlacek, S. (2011). "Universities as facilitators of sustainable regional development: The role of knowledge, leadership and governance", *In ERSA Conference papers* Sedlacek, S. (2010). Universities as facilitators of sustainable regional development: The role of knowledge, leadership and governance. MODUL University Vienna. *European Regional Science Association*.
- Somsuk, N. & Laosirihongthong, T. (2014). "A fuzzy AHP to prioritize enabling factors for strategic management of university business incubators: Resource-based view", *Technological Forecasting & Social Change*, 85:198– 210.
- Stal, E., Andreassi, T. & Fujino, A. (2016). "The role of university incubators in stimulating academic entrepreneurship", *RAI Revista de Administração e Inovação*, Stal, E., Andreassi, T., & Fujino, A. (2016). The role of university incubators in stimulating academic entrepreneurship. *RAI Revista de Administração e Inovação*, 13(2), 89-98.
- Tengeh, R. K. & Choto, P. (2015). "The relevance and challenges of business incubators that support survivalist entrepreneurs", *Investment Management and Financial Innovations*, 12(2): pp. 150-161.
- Voisey, P., Gornall, L., Jones, P. & Thomas, B. (2005). "Developing a model for a "ladder of incubation" linked to higher and further education institutions in Wales", *Industry and Higher Education*, 19(6): 445- 456.