

چارچوبی برای توسعه کارآفرینی دانشگاهی در رشته‌های علوم انسانی در ایران

ریحانه گودرزی¹ - سیدرسول حسینی^{2*} - سیدکمال طبائیان³

1. گروه کارآفرینی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران

2. گروه مدیریت آموزشی، پردیس شهید چمران، دانشگاه فرهنگیان، تهران، ایران

3. گروه مدیریت فناوری، دانشگاه مالک اشتر، تهران، ایران

تاریخ دریافت: 1397/9/2

تاریخ پذیرش: 1397/11/1

چکیده

کارآفرینی دانشگاهی اشاره به تجاری‌سازی تحقیقات دانشگاهی محققان دانشگاه، از طریق تأسیس کسب‌وکارهای جدید دارد از آنجا که ماهیت کارآفرینی در رشته‌های علوم انسانی بیشتر از نوع کارآفرینی خدماتی است، تحقیقات خاص خود را می‌طلبد. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی است. رویکرد پژوهش، کیفی از نوع تحلیل محتوا و هدف اصلی آن «تعیین چارچوبی برای توسعه کارآفرینی دانشگاهی در رشته‌های علوم انسانی» است. در این زمینه، پس از مروری بر پیشینه تحقیقات، با استفاده از روش مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با 15 نفر از خیرگان حوزه کارآفرینی دانشگاهی، کارآفرینان دانشگاهی در حوزه علوم انسانی از جمله هیأت علمی دانشگاه، استادان، دانشجویان و فارغ‌التحصیلانی که به ایجاد مؤسسات خدماتی و مشاوره‌ای تخصصی اقدام کرده‌اند، اطلاعات گردآوری شده و داده‌ها با روش تحلیل محتوا در نرم‌افزار MaxQDA 10 تجزیه و تحلیل شدند. در نهایت، 7 بُعد فرهنگ کارآفرینی شامل نقش دولت، ساختار دانشگاه‌ها، شیوه آموزشی دانشگاه، تحقیق و تجاری‌سازی، ارتباطات بیرونی و زیرساخت مالی برای توسعه دانشگاه کارآفرین در حوزه علوم انسانی شناسایی شد. داده‌های حاصل از این تحقیق می‌تواند گامی بلند و مهم برای توسعه و پیشرفت کارآفرینی در رشته‌های علوم انسانی محسوب شود.

واژه‌های کلیدی: آموزش عالی، کارآفرینی، کارآفرینی دانشگاهی، علوم انسانی

مقدمه

امروزه دانشگاه‌ها به انجام فعالیت‌های کارآفرینانه روی آورده‌اند. توزیع آموزش، محدودیت (و کاهش) بودجه دولتی، رقابت جهانی و تقاضاهای متغیر اقتصاد دانش‌محور موجب شده است، مؤسسات آموزش عالی بیشتر به توسعه اقتصادی و انجام فعالیت‌های کارآفرینانه توجه داشته باشند. اما انجام فعالیت‌های کارآفرینانه به صورت خودجوش، دانشگاه را تبدیل به دانشگاه کارآفرین نمی‌کند. تنها زمانی می‌توان گفت دانشگاه کارآفرین است که فعالیت‌های کارآفرینی، ارزشی را به آموزش و تحقیقات و برعکس آن بیفزاید (Sam & Sijde, 2014, p.902). با وجود پیدایش آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها، اما هنوز توافق کلی روی محتوای موضوعات کارآفرینی وجود ندارد (Abduh et al, 2012, p.873). دانشگاه کارآفرین باید به ایجاد موقعیت مناسب در بین دانشگاهیان و همچنین بازار آموزشی و علمی علاقمند باشد. علاوه بر این، دانشگاه فراتر از دستیابی به مأموریت اجتماعی باید قدرت اقتصادی‌اش را با استفاده از منابع و ملاحظات بیرونی تقویت کند. ویژگی مهم دانشگاه کارآفرین، دارا بودن نظام مناسبی از روابط با محیط اجتماعی و اقتصادی جامعه است. محیط دانشگاه شامل افراد، گروه‌ها، سایر دانشگاه‌ها، مؤسسات اجتماعی، مؤسسات اجرایی و بازارهایی است که انواع پیوندها را با مؤسسات آموزش عالی دارند. بخش مهمی از محیط دانشگاه ذی‌نفعان آن هستند؛ افراد و مؤسساتی که در قبال عملکرد خوب دانشگاه منافع را کسب می‌کنند. برای شکل‌گیری روابط مطلوب بین مؤسسات آموزش عالی و سایرین، شناسایی این ذی‌نفعان ضروری است (Olearnik & Pluta-Olearnik, 2015, p.117).

اکوسیستم اجتماعی دانشگاه‌ها بسیار پیچیده است و هر دانشگاهی باید استراتژی مناسب خود را انتخاب کند تا افراد، اقدامات و ابزارها در راستای تحقق آن باشند. به همین دلیل، هر دانشگاه باید الگوی خود را با شناسایی اجزای مناسب براساس پیشینه، فرهنگ، محیط حاکم بر آن و ماهیت دانشگاه‌ها به دست آورد (Volpe, 2018, p.20). افزایش تعداد فارغ‌التحصیلان کارآفرین برای موفقیت آتی کشور لازم است. بنابراین دانشگاه‌ها و سایر مؤسسات آموزشی باید با شیوه‌های مناسب، دانشجویان را در محیط‌هایی قرار دهند که موجب رشد و پرورش ذهنیت کارآفرینانه در آن‌ها شود. زیرا کارایی برنامه‌های کارآفرینی، عامل اساسی در پرورش هرچه بیشتر کارآفرینان جوان در آینده است (Hj, Rahim, & Usman, 2016, p.122).

طبق آمار بنیاد ملی علوم آمریکا (NSF)، رشته علوم انسانی با استقبال 80 درصدی از سوی جوانان این کشور روبه‌روست. این در حالی است که در ایران طبق آمار سازمان سنجش، سال گذشته رشته تجربی با استقبال 60 درصدی، در صدر قرار داشت که این موضوعی چالش‌برانگیز در نظام آموزش عالی کشور ماست. یکی از راه‌حل‌های تغییر مسیر توجه جامعه به سوی رشته‌های علوم انسانی که اساس و پایه کشور را شکل می‌دهند، توسعه کارآفرینی دانشگاهی این رشته است. طبق آمار وزارت علوم، 45 درصد فارغ‌التحصیلان دانشگاه در رشته علوم انسانی تحصیل کرده‌اند، بنابراین تقریباً بیشترین دانش‌آموختگان بیکار را به خود اختصاص می‌دهند. مرکز آمار ایران نیز گزارش داده که نسبت اشتغال در سال 1397 نسبت به سال قبل از آن کاهش یافته است. به این ترتیب می‌توان با بررسی فرصت‌های موجود در حوزه کارآفرینی خدماتی که عمدتاً در رشته‌های علوم انسانی مشهود است، موجبات رونق اشتغال در بخش‌های خدماتی را فراهم آورد. البته اگر فارغ‌التحصیلان دانشگاهی رشته‌های علوم انسانی، از آموزش لازم برای انجام وظایف شغلی موجود در جامعه برخوردار نباشند، کارفرماها به سادگی افرادی با مدارک دانشگاهی دیگر را جایگزین می‌کنند. بنابراین برای حفظ جایگاه رشته‌های علوم انسانی باید در جهت توسعه کارآفرینی دانشگاهی این رشته‌ها گام برداریم (Rogers, 2015, p.5). کارآفرینی در حوزه‌های فنی، علوم پایه و علوم طبیعی بسیار مورد اقبال قرار گرفته است تا جایی که وقتی صحبت از کارآفرینی به میان می‌آید، کارآفرینی در قالب ارائه محصول جدید به همراه تکنولوژی‌های مدرن تصور می‌شود. همچنین علوم انسانی این توانایی و قابلیت را دارد که در حوزه‌های خدماتی تخصصی و مشاوره‌های حرفه‌ای، اقدام به خلق فرصت کند. اهمیت علوم انسانی در برخورد نقادانه و منطقی با مسائل پیش‌روی جامعه است که قدرت تجزیه و تحلیل مسائل پیچیده اجتماعی و یافتن راه‌حل برای آن‌ها را در بشر تقویت می‌کند. در این مقاله تلاش شده است چارچوبی برای توسعه کارآفرینی دانشگاهی ترسیم شود. بنابراین به تعیین چارچوبی برای توسعه کارآفرینی دانشگاهی در رشته‌های علوم انسانی در ایران می‌پردازیم.

مروری بر مبانی نظری و پیشینه تحقیق

نقش دانشگاه کارآفرین در محیط پویای اقتصاد دانشی، پشتیبانی از توسعه اقتصادی با افزایش تعداد و کیفیت تحقیقات و انتقال سریع دانش جدید به جامعه از طریق آموزش و

کارآفرینی است (Sultan, 2017, p.207). در حالی که دانشگاه کارآفرین وظیفه تسهیل تجاری سازی تحقیقات دانشگاهی را برعهده دارد و استارت آپ و کسب و کار مخاطره آمیز راه اندازی می کند، اما نقش وسیع تر و اساسی تر نیز در جامعه کارآفرین دارد؛ نقش تفکر، رهبری و فعالیت در راستای تقویت سرمایه کارآفرین. هدف دانشگاه در جامعه کارآفرین صرفاً ارتقای انتقال فناوری و افزایش تعداد استارت آپ ها نیست، بلکه اطمینان بخشی از رشد افراد در جامعه کارآفرین نوظهور نیز است (Audretsch, 2014, p.320).

امروزه دانشگاه ها نسبت به کارآفرینی دانشگاهی توجه و علاقه فراوانی نشان می دهند. نقش دفاتر انتقال فناوری در افزایش تعداد حق اختراعات و مجوزها، مشارکت جوامع علمی در صنعت و فرصت های شکل گیری استارت آپ ها در سال های اخیر پررنگ تر شده است (Siegel & Wright, 2015, p.585). کارآفرینی دانشگاهی عمدتاً به معنای فعالیت های پتنت محور، مانند اسپین اوت ها و مجوزها تعریف شده است، در صورتی که باید شامل سایر اقدامات تجاری و غیرتجاری غیررسمی که ماهیت کارآفرینانه دارند نیز باشد. به علاوه، کارآفرینی دانشگاهی هر نوع فعالیت نوآور همراه با ریسک را که فراتر از نقش های سنتی دانشگاهی، مانند تدریس یا تحقیق هستند و به نتایج مالی برای فرد یا دانشگاه می انجامند نیز دربرمی گیرد. دستاوردهای مالی این فعالیت ها می تواند مستقیم یا غیرمستقیم حاصل افزایش شهرت، پرستیژ، تأثیرات یا منافع اجتماعی باشد. معمولاً اقدامات غیررسمی زیادی در رشته های علوم اجتماعی، هنر و علوم انسانی رواج دارد که اغلب از نظر مراکز انتقال فناوری و دانشگاهیان نادیده گرفته می شود. رشته های علوم انسانی تمایل بیشتری به انجام اقدامات غیررسمی و غیرتجاری دارند (Abreu & Grinevich, 2013). مطالعاتی که به بررسی کارآفرینی دانشگاهی پرداخته اند، عمدتاً موضوعاتی مانند نقش دانشگاه در جامعه؛ ویژگی های دانشگاه کارآفرین؛ بررسی کارآفرینانه دانشگاه ها؛ فرایند انتقال فناوری؛ تعامل بین دولت - صنعت - دانشگاه؛ تأسیس اسپین اف ها؛ تجاری سازی تحقیقات دانشگاهی و عوامل محیطی مؤثر بر کارآفرینی دانشگاهی را دربرمی گیرند. کارآفرینی دانشگاهی دربرگیرنده همه فعالیت های کارآفرینانه دانشگاه ها، مانند تأسیس شرکت های جدید در دانشگاه، توسعه مراکز تحقیقاتی مشترک با صنعت، مقررات حمایتی از سرمایه معنوی و حقوق ثبت اختراع نتایج تحقیقات در دانشگاه است. همه مؤلفه های مرتبط با عوامل تأثیرگذار بر کارآفرینی دانشگاهی را می توان در

زیرمجموعه عوامل ساختاری رسمی و غیررسمی و عوامل داخلی (منابع و ظرفیت‌ها) تقسیم‌بندی کرد. قوانین، ساختار و مدیریت دانشگاه؛ برنامه‌های آموزش کارآفرینی و کسب و کار؛ پیوند دانشگاه و صنعت؛ خط‌مشی‌های دولتی و قوانین و مقررات؛ قوانین مالکیت معنوی و ساختار آموزشی و تحقیقاتی دانشگاه از عوامل ساختاری رسمی اولیه هستند. از سوی دیگر، چهار عامل مهم غیررسمی که بر کارآفرینی دانشگاهی تأثیرگذارند، عبارتند از: شیوه اجرای قوانین؛ جوانب سیاسی؛ الگوهای نقش و نظام پاداش‌دهی دانشگاه و نگرش دانشگاهیان نسبت به کارآفرینی (Davari et al., 2018, p.289). ماهیت تأسیس و توسعه یک استارت‌آپ در دانشگاه تحت تأثیر عملکرد کارآفرینان دانشگاهی آن است، زیرا ممکن است آن‌ها در جهت دستیابی به اهداف خود، در مسیری حرکت کنند که با استراتژی‌های مدیریت دانشگاه متفاوت باشد. در صورتی که اگر یک دانشگاه عملکرد نهایی مطلوبی داشته باشد، می‌تواند دیدگاه دانشکده‌ها و رشته‌های مختلف آن را نسبت به کارآفرینی تغییر دهد (Klofsten et al., 2019, p.153). طبق بررسی راجرز¹ (2015) در مورد رشته‌های علوم انسانی، مسیرهای شغلی این رشته‌ها در ابهام قرار دارد. به بیان دیگر، درحالی که سایر رشته‌ها رونق داشته‌اند، این رشته‌ها با افت مواجه بوده‌اند. فارغ‌التحصیلان رشته‌های علوم انسانی با فرصت‌های شغلی کمتری در بازار روبه‌رو هستند و مشکلات خاص رشته خود را دارند. کارفرمایان نیز تمایلی نسبت به استخدام افراد با مدارک علوم انسانی ندارند.

فیچر و تیمن² (2018)، چهار حوزه تأثیرگذار بر تحول کارآفرینی دانشگاه‌ها را براساس پیشینه تحقیقات شناسایی کردند که عبارتند از: یک) چارچوب محیطی که دربرگیرنده عوامل بالقوه‌ای مانند دانشگاه ملی، نوآوری یا خط‌مشی کارآفرینی، استراتژی‌های توسعه منطقه‌ای یا نظام‌های نوآوری منطقه‌ای‌اند؛ دو) چارچوب زیربنایی دانشگاه که متشکل از استراتژی‌ها، ساختارها و فرهنگ دانشگاه است؛ سه) اعضای دانشگاه به‌عنوان فعالان حوزه‌های متعدد دانشگاهی (آموزش، تحقیق، انتقال یا پشتیبانی در تأسیس بنگاه جدید)؛ چهار) تعاملات بیرونی بین اعضای دانشگاه و فعالان بیرونی مانند شرکت‌ها، سازمان‌های تحقیقاتی، سازمان‌های توسعه‌ای کسب‌وکار یا حامیان. فیچر و تیمن در تحقیقات خود سه حوزه دیگر را به موارد قبلی

1 Rogers

2 Fichter & Tiemann

اضافه کردند: 1) اقدامات اصلی برای توسعه سیستم‌های حمایتی دانشگاه (تحقیق یا اجرای پروژه‌ها)، 2) سابقه سازمانی و پیشینه شایستگی‌های دانشگاه‌ها، 3) علاقه و تقاضای دانشجویان (Fichter & Tiemann, 2018, p.520). همچنین برای توسعه کارآفرینی در رشته مدیریت، برگزاری کارگاه، برنامه‌ها و سمینارهای آموزشی در زمینه کارآفرینی، توجه بیشتر دولت به تأسیس کسب و کار جدید با ارائه تسهیلات متنوع به کارآفرینان، ارائه تسهیلاتی از قبیل دسترسی به وام، آموزش و توسعه، خدمات مشاوره‌ای، تسهیلات زیرساختی و دسترسی آسان به تسهیلات پیشنهاد شده است. آموزش‌های کوتاه یا بلندمدت توسعه مهارت و انگیزش کارآفرینی باید در دانشگاه هماهنگ با سازمان‌های مختلف، مسئولان شهر و ادارات دولتی اصلی باشد (Kushwaha & Maru, 2015, pp. 328-9).

اما در مورد رشته‌های علوم انسانی، کارآفرینی بیشتر ماهیت خدماتی دارد. در واقع به دلیل تفاوت‌های موجود بین خدمات و کالا، و نوآوری خدماتی و نوآوری کالا، تضمینی برای یکسان بودن الگوهای نوآوری محصول فیزیکی با توسعه خدمات جدید وجود ندارد (Hydle et al, 2016, p.56). طراحی برنامه‌های درسی علوم انسانی که به صورت میان‌رشته‌ای است، در حال حاضر وضعیت خاکستری دارد، زیرا چنان‌که لازم است واقعیت‌ها و نیازهای واقعی کشورها در نظر گرفته نشده است (Nourabadi et al, 2015, p.78). اغلب نوآوری‌های خدماتی قبل از موفقیت در بازار، از مسیر قالب‌های نوآورانه پیروی می‌کنند. برخی قالب‌های نوآوری، درون فرایند توسعه خدمات جدید و بعضی دیگر خارج از فرایند آن رخ می‌دهد. یک قالب نوآوری بیانگر نوع خاصی از تغییرات در خصوصیات یک خدمت خاص یا ایجاد ویژگی‌های جدید برای یک خدمت است (Gremyr et al, 2014, p.123) که می‌تواند در توسعه کارآفرینی علوم انسانی قابل توجه باشد. به اعتقاد خبرگان دانشگاهی، علوم انسانی بستر تمام علوم در هر کشوری است، بنابراین قبل از علوم فنی و تجربی، باید بستر توسعه توسط علوم انسانی فراهم شود. حرکت دانشگاه‌های آموزش‌محور به سمت دانشگاه‌های کارآفرین‌محور، با ایده تبدیل تئوری به عمل و تجاری‌سازی دانش بوده و آنچه در این میان نادیده گرفته شده، جایگاه علوم انسانی در توسعه کارآفرینی است. علوم انسانی و شناختی را نباید صرفاً از بُعد اقتصادی یا اداری در نظر گرفت، بلکه باید از منظر فعالیت فکری و همچنین راهی برای توسعه خلاقیت‌ها و قابلیت‌های فردی به آن نگریست. اگر دانشگاه‌ها بتوانند به این

دو کارکرد علوم انسانی توجه کنند، دانش آموختگان این رشته‌ها، افراد قابل و توانایی خواهند شد که جامعه را برای رویارویی با فناوری نرم آماده خواهند کرد. در تعریف کلی، کاربردی کردن علوم انسانی به این معناست که این علوم به طریقی حرکت کند که ناظر به حل مسئله باشد و به از نیازهای جامعه پاسخ دهد. علوم انسانی را علوم فرهنگی نیز می‌نامند (عنایتی و عالی پور، 1393، ص 20). دانشگاهیانی که گرایش کارآفرینانه دانشگاه را بالا در نظر می‌گیرند، کمتر احتمال دارد مشارکت در انتقال فناوری و دانش برای علوم دانشگاهی را مفید ندانند (Kalar & Antoncic, 2015, p. 1). نقش رشته‌هایی مانند علوم انسانی و علوم اجتماعی در توسعه دانشگاه کارآفرین، نیازمند کاربردهای عملی آن در جامعه است تا بتوانند تأمین مالی بیرونی نیز داشته باشند (Reyes, 2016, p. 153). فقدان جهت‌گیری حرفه‌ای یکی از مشکلات اشتغال دانشجویان رشته‌های انسانی است. در دانشکده‌های مدیریت مانند مدیریت کسب و کار، حسابداری، مالی، مدیریت منابع انسانی، بازاریابی و غیره، ارتباط‌هایی با ساختارهای تخصصی داخلی و گاه بین‌المللی برقرار می‌شود که با این نحوه ارتباط دانشجویان می‌توانند مسیرهای شغلی آتی و استعداد‌های لازم خود را توسعه دهند (Ariyawansa, 2011, p. 94). بنابراین تدریس نباید تنها مسیر شغلی برای رشته‌های علوم انسانی در نظر گرفته شود، بلکه هر نوع فعالیت هوشمندانه مؤثر برای جامعه باید به‌عنوان مسیر شغلی موفقیت‌آمیز انتخاب شود. متأسفانه افراد با دیدگاه مدرس شدن وارد رشته‌های علوم انسانی می‌شوند و مشاوره و راهنمایی بسیار کمی برای ورود به سایر مسیرهای شغلی دریافت می‌کنند (Rogers, 2015, p. 5). از طرفی باید دقت کرد که نوع و ماهیت مؤسسات متفاوت است: در مؤسسات آموزش عالی مهندسی و علوم کامپیوتر، تمرکز اصلی مطالعات بر جنبه عملی است، در حالی که در دانشکده‌های علوم انسانی یا هنر این‌گونه نیست. بنابراین نوع دانشگاه نیز در توسعه کارآفرینی در دانشگاه مهم است (Sidrat & Frikha, 2018, p. 31). میزان منابع مالی قابل دسترس برای دانشگاه به‌منظور حمایت از طرح‌های کارآفرینانه و افزایش دانشجویان کارآفرین نیز عوامل دیگری برای توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌هاست (بهرام‌چوبین و همکاران، 1395، ص 707). همچنین تحول در نقش دانشگاه‌ها (پذیرش نقش جدید)، بسترسازی، شبکه‌سازی، ارتقای فعالیت‌های دانشگاهی و تغییرات مدیریتی، از جمله چالش‌ها و راهکارهای بهبود کارآفرینی دانشگاهی در حوزه علوم انسانی شناسایی شده است (رضایی و همکاران، 1392، ص 185).

روش‌شناسی

پژوهش کیفی حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نوع تحلیل محتواست. جامعه آماری پژوهش نیز خبرگان حوزه کارآفرینی دانشگاهی شامل استادان رشته علوم انسانی یا کارآفرینان دانشگاهی شامل دانشجویان یا فارغ‌التحصیلان رشته‌های علوم انسانی هستند که فعالیت کارآفرینی آن‌ها از نوع کارآفرینی دانشگاهی و در حوزه علوم انسانی با سابقه بیش از یک سال است. حجم نمونه هم شامل 15 فعال حوزه کارآفرینی دانشگاهی در علوم انسانی است. در این پژوهش از روش نمونه‌گیری هدفمند، نمونه‌برداری زنجیره‌ای، برای شناسایی خبرگان استفاده شد. روش گردآوری داده‌ها، مصاحبه نیمه‌ساختاریافته است. انتخاب مصاحبه نیمه-ساختاریافته به این دلیل بود که علاوه بر تبادل نظرها، می‌توان بحث درباره موضوع را در راستای رسیدن به اهداف پژوهش هدایت کرد. همچنین در طول فرایند مصاحبه، امکان مشاهده احساسات و رسیدن به باورها و اعتقادات مصاحبه‌شونده درباره موضوع پژوهش وجود دارد. با رسیدن به مرحله اشباع نظری در مصاحبه پانزدهم، پژوهشگر تعداد مصاحبه‌های انجام گرفته را کافی دانست. محورهای اصلی که در فرایند مصاحبه مورد بررسی قرار گرفت، عبارتند از: چه عواملی در توسعه کارآفرینی دانشگاهی در علوم انسانی نقش دارند؟ دانشگاه‌ها چه قابلیت‌هایی باید در این زمینه داشته باشند؟ عوامل محیطی تأثیرگذار بر توسعه کارآفرینی دانشگاهی رشته علوم انسانی کدامند؟ برای کسب اعتبار تحقیق طبق دیدگاه گویا و لینکلن (1985)، به چهار معیار قابلیت اعتبار، قابلیت انتقال، قابلیت اتکا و قابلیت تأیید توجه شده است. برای تأیید نمونه نیز از بازنگری مصاحبه‌ها برای تأیید صحت داده‌ها استفاده شد. پژوهشگر با صرف زمان کافی، تأیید فرایند پژوهش توسط پنج متخصص، استفاده از دو کدگذار برای کدگذاری چند نمونه از مصاحبه‌ها برای کسب اطمینان از یکسانی دیدگاه کدگذاران، میزان موثق بودن داده‌های پژوهش را به حد قابل قبولی افزایش داده است. البته برای حصول اطمینان از انتقال‌پذیری یافته‌های پژوهش، دو استاد کارآفرینی که در پژوهش مشارکت نداشتند نیز در مورد یافته‌های پژوهش مورد مشورت قرار گرفتند. تجزیه و تحلیل داده‌ها با توجه به ماهیت کیفی اطلاعات به دست آمده از مصاحبه و استخراج مفاهیم مشابه در آن‌ها با روش کدگذاری داده‌های کیفی و با در نظر گرفتن مراحل مرور داده‌ها، تدوین راهنمای کدگذاری، سازماندهی داده‌ها، طبقه‌بندی داده‌ها، کدگذاری باز، کدگذاری محوری، تدوین گزارش نهایی و تحلیل

داده‌های کیفی انجام شد. این فرایند از بررسی گزاره‌های کلامی مصاحبه‌شوندگان با کمک نرم‌افزار مکس کیودی‌ای¹ شروع می‌شود. در واقع بعد از مطالعه متن هر یک از مصاحبه‌ها، قسمت‌هایی که با توجه به اهداف تحقیق می‌توانست به‌عنوان کد اولیه در نظر گرفته شود، مشخص شده و به‌عنوان مفهوم اولیه انتخاب شد. در ادامه، مؤلفه‌ها شناسایی شدند.

جدول 1. نمونه‌ای از گزاره‌های کلامی مصاحبه‌ها

کد مصاحبه شونده	گزاره‌های کلامی	کد اولیه	مفاهیم
K6	رشته ما (علوم انسانی) مثل رشته‌های مهندسی، پزشکی و .. نیست که مستقیم برای انجام شغل آماده می‌شوند. نقش ما غیرمستقیم با کار رابطه دارد. ما نحوه تفکر و حل مسئله را آموزش می‌بینیم و شاید به این دلیل هنگام تخصیص بودجه به بخش‌ها یا پروژه‌ها، بودجه‌ای برای ما در نظر گرفته نمی‌شود یا مقدار آن بسیار کم است.	کمبود بودجه تحقیقاتی	منابع مالی
K2	دولت باید نقشه‌راهی برایش (کارآفرینی دانشگاهی) تعریف کنه که کجا هستیم و کجا می‌خوایم بریم. مواردی که دولت به کارآفرینی پرداخته جسته گریخته است. هر کس از نگاه خود به اون می‌پردازه.	نقص در نقشه‌راه	چشم‌انداز دولت
K2	بستری داریم مثل فرهنگ. وقتی از اول به بچه می‌گیم، تو باید پزشک بشی یا مهندس، تمام باهوش‌ها پزشک و مهندس می‌شن. بعد همه اونایی که می‌مونن، مدیریت می‌خونن. بعد قراره شاگرد سوم چهارم‌ها، اول دوم‌ها رو اداره کنن.	القای طرز تفکر	فرهنگ کارآفرینی
K2	توجه مسئولین به مصرف‌کننده است و نگاه فیزیکی به محصول دارند. به اختراع توجه می‌کنند. ما بیشتر به تکنولوژی بها می‌دهیم تا کار فکری.	کوتاهی در توجه به دستاوردهای غیر ملموس	اهمیت به کارآفرینی در خدمات
R5	یکی از دلایل عدم موفقیت برخی دانشگاه‌ها، عدم وجود روابط شبکه‌ای بین استادان، عدم درک انتظارات متقابل و عدم توجه به هنجارهای رفتاری آنان است.	همکاری ضعیف	تقویت کار تیمی
k3	کارآموزی بین‌المللی یا از راه دور، یکی از ابتکارات در حوزه توسعه دانشگاه کارآفرین است که می‌توان در حوزه علوم انسانی آن را پیاده کرد.	استفاده از فضاهای مجازی	مهارت‌آموزی

یافته‌ها

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شونده‌ها عبارتند از: 3 زن و 12 مرد؛ 20-35 سال، 5 نفر، 35-50 سال، 10 نفر؛ تحصیلات کارشناسی 5 نفر، کارشناسی ارشد 6 نفر، دکترا 4 نفر؛ سابقه فعالیت کارآفرینی کمتر از سه سال 9 نفر، بیشتر از سه سال 6 نفر؛ استادان یا اعضای هیأت علمی وابسته به مراکز کارآفرینی دانشگاه 5 نفر، مدیران و معاونین پارک علم و فناوری 3 نفر،

فارغ التحصیلان رشته علوم انسانی 7 نفر. تحلیل داده‌های کیفی مصاحبه‌ها با استفاده از کدگذاری باز و محوری انجام گرفت.

کدگذاری باز: در این مرحله، متن کامل مصاحبه‌ها از روی فایل‌های صوتی در نرم‌افزار پیاده‌سازی شد. سپس از طریق تحلیل متن مصاحبه‌ها، شواهد معنادار و بااهمیت در راستای هدف پژوهش استخراج شد. نمونه‌ای از این مرحله در جدول 1 آمده است.

کدگذاری محوری: روش ایجاد مفاهیم، از طریق تحلیل مقایسه‌ای پیوسته و کشف ارتباط منطقی بین کدها با رجوع مکرر به متن اصلی مصاحبه‌ها است. جدول 2 مقوله‌های مصاحبه‌ها را نشان می‌دهد.

جدول 2. کدگذاری محوری و استخراج مفاهیم

ردیف	مقوله‌ها	مفاهیم
1	نقش دولت	چشم‌انداز دولت، اصلاح قوانین و مقررات، بهبود منابع اطلاعاتی
2	فرهنگ کارآفرینی	ارزش آفرینی، برگزاری برنامه‌های مرتبط با کارآفرینی، تغییر نگرش، تقویت ریسک‌پذیری در جامعه دانشگاهی، پذیرش ایده‌های جدید
3	تحقیق و تجاری‌سازی	اولویت‌دهی به کارآفرینی در خدمات، بهبود مقررات ثبت اختراع، تخصیص بودجه به خدمات، تخصیص زمان لازم، تقویت کار تیمی، تقویت کیفیت تحقیقات، دآوری کارشناسانه محصولات/ایده‌ها
4	تقویت منابع مالی دانشگاه	انجام پروژه‌های متعدد، قرارداد با سازمان‌های دولتی، قوانین و مقررات، مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی و فرهنگی شهر، پنت‌ها
5	زیرساخت آموزشی	آشنایی با مدل کسب و کار خدماتی، اعطای مزایا به مبتکران، به‌روزرسانی محتوای آموزشی، تغییر شیوه آموزش و تدریس، مهارت‌آموزی در دانشگاه
6	زیرساخت دانشگاه	بین‌المللی کردن دانشگاه، تغییر در مدیریت دانشگاه‌ها، تغییرات در حوزه اساتدان، تغییرات در داخل دانشگاه، توسعه پارک دانشگاهی علوم انسانی، حرکت به سمت نسل چهارم دانشگاه‌ها، چشم‌انداز دانشگاه
7	ارتباطات بیرونی	افراد شاخص، شرکت‌ها/سازمان‌ها، فارغ‌التحصیلان، مراکز کارآفرینی

نقش دولت: مصاحبه‌شوندگان به تعریف روشن و درست چشم‌انداز دولت از کارآفرینی و نحوه حمایت از آن، و تطبیق چشم‌انداز دولت با چشم‌انداز و برنامه‌های دانشگاهی اشاره کردند. باتوجه به عدم تعادل بین خروجی‌های دانشگاه با تقاضای بازار کار در برنامه‌ریزی‌ها، باید به این مورد توجه بیشتری مبذول شود. تصویب و بازنگری قوانین و مقررات راه‌اندازی و حمایتی، تهیه و در دسترس قرار دادن منابع اطلاعاتی به‌روز و دقیق برای انجام پروژه‌ها و حتی ایده‌یابی برای کارآفرینی نیز از جمله وظایف نهادهای دولتی است. ممکن است کارکنان دولتی از مشکلات و مسائل موجود در راه کارآفرینی و ایده‌پردازی بی‌اطلاع باشند، بنابراین

لازم است برنامه‌ها و قوانین کارآفرینی با حضور کارآفرینان یا حداقل با بهره‌گیری از نظرات و انتقادات آنان تدوین شود. همچنین دولت برای حمایت از کارآفرینی در رشته‌های علوم انسانی، باید قوانین خاصی در زمینه ثبت اختراع و مالکیت فکری ویژه این گروه وضع کند. زیرا ماهیت این نوآوری‌ها از جنس کالا و ملموس نبوده و غیرملموس و خدماتی است. در نتیجه ممکن است کارایی لازم را در رشته‌های علوم انسانی نداشته باشند. یکی از مسئولان دانشگاهی بیان کرد: "برای توسعه و ارتقای دانشگاه کارآفرین، باید همراهی و استفاده از نظرات و مشاوره‌های استادان سایر دانشگاه‌های جهان و تدریس آن‌ها را در ایران داشته باشیم. در واقع دولت با وضع قوانین در این زمینه می‌تواند کارگشای رفت‌وآمدهای استادان باشد تا دانشگاه‌ها از این نوع امکانات به راحتی بهره‌مند شوند."

فرهنگ کارآفرینی: ارزش آفرینی، برگزاری جشنواره‌ها و همایش‌ها و ... و تغییر نگرش و طرز فکر افراد و کارکنان دانشگاه و افراد جامعه را می‌توان از جمله اقدامات فرهنگ‌سازی نام برد. کارکنان دانشگاهی نیز باید اهمیت نوآوری و کارآفرینی را درک کنند تا بتوانند مشوق دانشجویان باشند. از دیگر مشکلات در زمینه اشتغال رشته‌های انسانی، نهادینه نشدن فرهنگ کارآفرینی در سطوح گوناگون جامعه است. متأسفانه در ایران رشته‌های علوم انسانی در جایگاه پائینی قرار داشته و از نظر خانواده‌ها ارزش کمتری نسبت به سایر رشته‌ها دارند. از این رو ابتدا باید ارزش و جایگاه این رشته‌ها در جامعه پررنگ‌تر شود. سپس باید برای سوق دادن آن‌ها به سمت کارآفرینی و خلاقیت اقدام کرد. به گفته یکی از مصاحبه‌شوندگان: "باید به افراد بگوئیم تو قدرت تحلیل‌ات خوب نیست، پس برو رشته انسانی." از آنجا که اغلب رشته‌های علوم انسانی در ابتدای زنجیره نوآوری و کارآفرینی قرار دارند، نقش و اهمیت آن‌ها نادیده گرفته می‌شود. بنابراین ارزش آفرینی کارآفرینی رشته‌های علوم انسانی باید پررنگ‌تر شود. با برگزاری سمینارها، مراسم متعدد با محور کارآفرینی و کسب‌وکار ویژه این حوزه، می‌توان افراد را به این مقوله علاقمند کرده و با پشتیبانی و هدایت‌شان به موفقیت رسید. این در حالی است که به جای ایجاد فرهنگ کارآفرینی، امروز فرهنگ کارمندپروری در جامعه رشد و گسترش یافته است. البته طبق نظرات مصاحبه‌شونده‌ها، تغییر تفکر ابتدا باید در خانواده‌ها، سپس استادان و بعد دانشجویان روی دهد.

تحقیق و تجاری‌سازی: اغلب کارآفرینان علوم انسانی، از عدم شناخت داوران و کارشناسان

از مدل‌های کسب و کار خدماتی و تخصیص بودجه به طرح‌های آن‌ها ابراز نارضایتی می‌کردند. زیرا برآورد مالی در خدمات، برخلاف کالاهای ملموس که با تعیین هزینه‌های ساخت می‌توان قیمت تمام‌شده را به راحتی تعیین و درصد سود را اعلام کرد، بسیار دشوار است. از سوی دیگر، ثبت اختراع در حوزه ایده فکری و ذهنی دشوار بوده و مراحل آن با ثبت محصول متفاوت است. در ایران اما برای ثبت اختراع باید فناوری را همراه آن کرد تا موفق به ثبت شد. از سوی دیگر، پروژه‌های علوم انسانی زمان‌بر است و نمی‌توان فرد را ملزم به ارائه نمونه کار در مدت محدود کرد.

امروزه در جوامع تحقیقاتی و دانشگاهی، بیشتر نوآوری‌های فیزیکی مورد توجه قرار دارد، در حالی که باید کارآفرینی و نوآوری در خدمات هم ارزشمند جلوه کند. همچنین باید فعالیت‌های تیمی در دانشگاه‌های علوم انسانی رونق بیشتری داشته باشد تا به سوی کارآفرینی پیش برویم. یکی از اجزای لازم در اجرای پروژه‌های بین‌رشته‌ای، کار تیمی و مشترک است. یکی از مصاحبه‌شوندگان بیان کرد: "در دنیا پژوهشگاه‌هایی وجود دارد که رشته‌های علوم انسانی در آن به صورت آزاد کار پژوهشی انجام می‌دهند و از این راه درآمد کسب می‌کنند. ولی در ایران چنین چیزهایی نیست، اگر هم باشد خیلی کم و محدود است."

زیرساخت دانشگاه: در کشور ما مسائل علمی، پژوهشی و کارآفرینی به‌عنوان اولویت اول در دانشگاه‌های علوم انسانی و حتی دانشگاه‌های دیگر مطرح نیستند. عدم آشنایی استادان با فرایندها و نحوه انجام امور در واحدهای خدماتی مرتبط با رشته‌های علوم انسانی، منجر به ضعف هدایت دانشجویان و فارغ‌التحصیلان به سوی کسب و کار می‌شود. این معضل نیازمند تغییر و بازنگری شرایط و چارچوب دانشگاه در به کارگیری و جذب استادان یا آموزش‌دهی به آنان است. برای این مؤلفه نیازمند تعریف و شفاف‌سازی چشم‌انداز دانشگاه در حوزه کارآفرینی، تغییر شیوه‌های مدیریت، تغییرات داخلی از جمله اصلاحات در قوانین و محیط دانشگاه، بازنگری و به عبارتی آموزش به استادان در جهت اهمیت دادن به کارآفرینی در رشته علوم انسانی و تغییر نگرش آن‌ها، و بین‌المللی کردن دانشگاه به‌عنوان پلی برای تسهیل در امر کارآفرینی حوزه علوم انسانی هستیم. یکی از نکات قابل توجه که در مصاحبه‌ها بیان شد، کارآموزی بین‌المللی بود که می‌توان در این دوره زمانی به خوبی از آن بهره برد.

زیر ساخت آموزشی: یکی از مهم‌ترین اهداف نظام‌های آموزشی جوامع، فراهم آوردن

امکان ارائه آموزش متناسب با مهارت‌های شغلی موردنیاز جامعه است. بنابراین در طراحی هر نظام آموزشی اثربخش، عوامل مهمی همچون شرایط و ویژگی‌های داوطلبان، محتوای دروس، تسهیلات و تجهیزات موردنیاز، روش‌های تدریس و غیره مدنظر قرار می‌گیرند. از طرف دیگر، هنگام طراحی مشاغل، شرح شغل و شرایط و مهارت‌های موردنیاز برای احراز آن هم تنظیم می‌شود. این مهارت‌ها شامل مهارت‌های فنی، انسانی، ادراکی و آشنایی با رایانه است.. ضمن اینکه داشتن توانایی‌های ذهنی، فیزیکی و سطح تحصیلات و همچنین ویژگی‌های رفتاری همچون شخصیت، نوع نگرش، انگیزش و ارزش‌های فردی نیز در اینجا مطرح هستند. مهارت‌ها، استعداد‌های بالفعل و توانایی‌ها، استعداد‌های بالقوه تلقی می‌شوند.

در حال حاضر در آموزش عالی، سطح تحصیلات بیشتر به‌عنوان یک توان یا استعداد بالفعل در نظر گرفته می‌شود. این در حالی است که فارغ‌التحصیلان برای صعود به قله اشتغال، به مهارت نیز نیاز دارند. با توجه به آنچه بیان شد، بازبینی سرفصل‌های دروس دوره‌های آموزشی و تنظیم آن‌ها بر اساس اطلاعات علمی (نظری) و عملی موردنیاز رشته‌ها و زمینه‌های شغلی مرتبط با رشته تحصیلی موردنظر و ایجاد هماهنگی و همسویی بین سرفصل دروس با شرایط احراز مشاغل موردنظر، ضروری به‌نظر می‌رسد. مصاحبه‌شوندگان بر تغییر شیوه‌های آموزش و تدریس؛ تمرکز بر مهارت‌آموزی در دانشگاه، اهمیت قائل شدن برای واحدهای درسی عملی، عملیات دانشجویی، دروس آزمایشگاهی و کارگاهی و به‌ویژه دوره‌های کارآموزی و پروژه‌های درسی؛ آشنایی با مدل‌های کسب و کار خدماتی؛ به‌روزرسانی محتوای آموزشی و اعطای مزایا به مبتکران تأکید کردند.

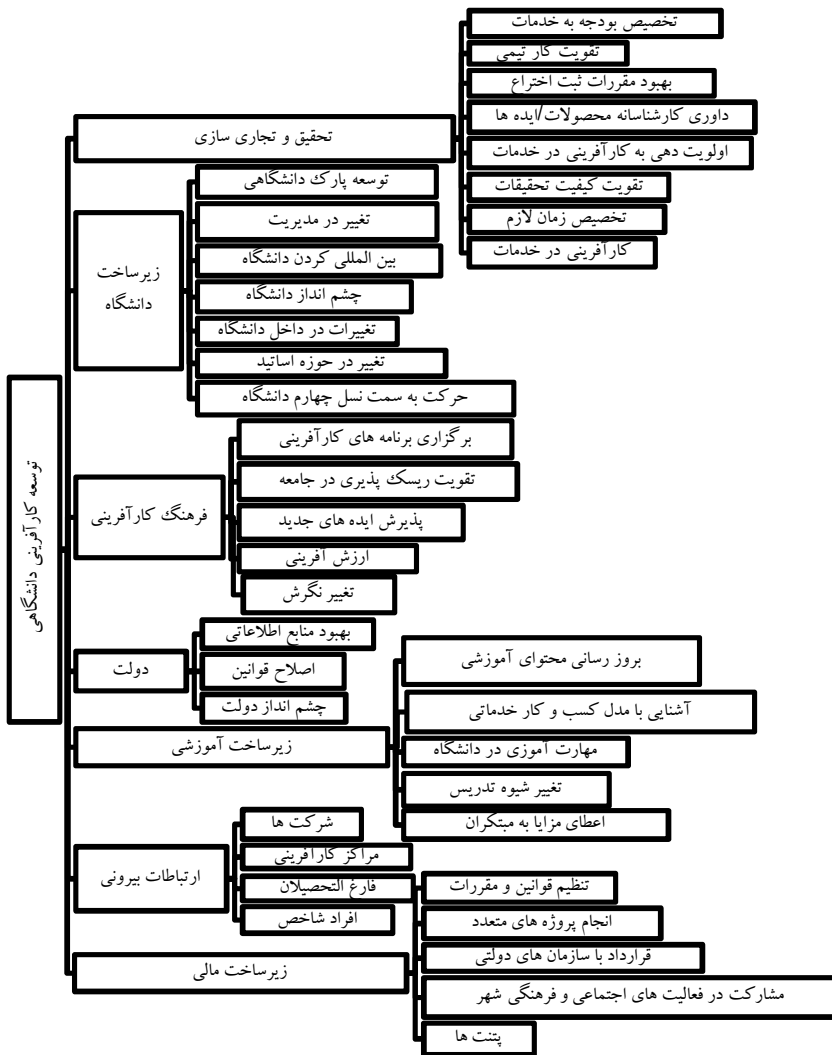
ارتباطات بیرونی: کارآفرینی به همفکری و کسب تجربه و تخصص دیگران نیاز دارد. بنابراین لازمه دانشگاه کارآفرین برای توسعه، برقراری پیوند با افراد شاخص و برجسته در کسب و کار، فارغ‌التحصیلان، مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری و شرکت‌ها یا سازمان‌ها است. عدم ارتباط میان دانشگاه‌ها، به‌ویژه رشته‌های علوم انسانی، با مراکز تولیدی و صنعتی به‌گونه‌ای است که جایگاه دانشجویان رشته‌های مدیریتی، در صنعت و تولید چندان شکل نگرفته است. در واقع تا زمانی که ارتباط دانشگاه و صنعت به‌درستی شکل نگیرد، نمی‌توان به توسعه جدی کشور امیدوار بود. یکی از مصاحبه‌شوندگان بیان کرد: "در حال حاضر دانشگاه کار خود را انجام می‌دهد و صنعت و جامعه مسیر خود را طی می‌کنند، در حالی که باید

همگرایی را در میان آن‌ها توسعه داد."

زیرساخت مالی: زیرساخت مالی موردنیاز کارآفرینان، در شکل‌گیری فعالیت‌های کارآفرینانه و بنگاه‌های تازه تأسیس نقش حیاتی دارد. با وجود انواع برنامه‌های حمایت مالی دولتی، اما هنوز این حمایت‌ها کافی نیست. برای توسعه دانشگاه کارآفرین نیازمند وضع قوانین و مقررات مالی ساده و مشخص هستیم تا بتوان ضمن حفظ حقوق دانشگاه و افراد، درآمدی نیز برای دانشگاه کسب کرد. یکی از کارآفرینان در مورد قوانین و مقررات مالی حمایت از طرح‌ها بیان کرد: "حداکثر بودجه حمایتی 20 میلیون تومان است. درحالی که اگر تنها یک استاد ساده بخواهد کار ما را بازنگری کند، برای 6 جلد کتاب، 10 میلیون تومان می‌گیرد." از جمله مواردی که در مصاحبه‌ها برای درآمدزایی به آن اشاره شد، کارآفرینی آموزشی و انجام پروژه‌های تحقیقاتی بین‌رشته‌ای است. از آنجا که رشته‌های انسانی بیشتر معطوف به سازمان‌ها و ادارات دولتی، مانند رشته‌های مدیریت دولتی و روانشناسی هستند، علاوه بر همکاری دانشگاه‌ها با شرکت‌ها، می‌توان از طریق انعقاد قرارداد با ادارات دولتی کسب درآمد کرد. همچنین دانشجویان علوم انسانی می‌توانند فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی متنوعی را در سطح شهر اجرا کنند. در نهایت خروجی تحلیلی نرم‌افزار مکس کیودی‌ای از ابعاد و مؤلفه‌های توسعه کارآفرینی دانشگاهی در علوم انسانی را می‌توان در شکل 1 مشاهده کرد.

بحث و نتیجه‌گیری

براساس یافته‌های این پژوهش نقش دولت، زیرساخت آموزشی، فرهنگ کارآفرینی، تحقیق و تجاری‌سازی، زیرساخت دانشگاه، زیرساخت مالی، و ارتباطات دانشگاه، هفت بُعد توسعه کارآفرینی دانشگاهی در علوم انسانی هستند. در این زمینه برخی محققان بر نقش خطمشی‌ها و بودجه‌های دولت برای حمایت از کارآفرینی و تأمین مالی کارآفرینی دانشگاهی تأکید کرده‌اند (Reyes, 2016 ; Rasmussen & Gulbrandsen, 2012). بیشترین تأکید مصاحبه‌شوندگان نسبت به زیرساخت آموزشی بود که بیانگر اهمیت دادن همه مسئولان به این بُعد در راستای توسعه کارآفرینی دانشگاهی است. استفاده بهینه از فضاها و مجازی در زمینه مهارت‌آموزی دانشجویان، مانند فعالیت‌های جدید در تولید محتوا و کارآموزی‌های فرامرزی، در این رشته به راحتی قابل اجراست.



شکل 1. چارچوب پیشنهادی توسعه کارآفرینی دانشگاهی مبتنی بر علوم انسانی

تحقیقات صورت گرفته نیز به تغییرات در شیوه آموزش و استفاده از ابزارهای آموزشی خاص (Kushwaha & Maru, 2015)، بازنگری برنامه‌های درسی و ارائه مطالب کارآفرینی در راستای توسعه کارآفرینی دانشگاهی اشاره کرده‌اند (Tofighi et.al, 2017). ارزش آفرینی،

برگزاری برنامه‌های فرهنگ‌آفرینی، و تغییر نگرش و طرزفکر افراد، کارکنان و جامعه را می‌توان از جمله اقدامات فرهنگ‌سازی نام برد. در تحقیقات صورت گرفته، یکی از عوامل توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌ها، ظهور فرهنگ جدید مبتنی بر ارزش‌های کارآفرینانه در دانشگاه بیان شده است (Mkrtychyan, 2016; Nelles and Vorley, 2010; Hayter et.al, 2018; Bili, 2017).

در بحث تحقیق و تجاری‌سازی، باید جایگاه پژوهش‌های علوم انسانی در مراکز رشد و شتاب‌دهنده‌ها نمایان‌تر شود. دانشگاه‌ها و سایر مؤسسات آموزش عالی باید نتایج اقدامات کارآفرینی را تعریف و مشخص سازند تا به دانشجویان اطمینان دهند که می‌توانند مطالب بیشتری در زمینه مهارت‌های کارآفرینانه بیاموزند و در آینده از آموخته‌های خود استفاده کنند (Hj et al., 2016, p.122). در زیرساخت دانشگاه، تعریف و شفاف‌سازی چشم‌انداز دانشگاه در حوزه کارآفرینی (Tofighi et.al, 2017)، تغییر شیوه‌های مدیریت، تغییرات داخلی از جمله اصلاحات در قوانین و محیط دانشگاه، بازنگری استادان یا به عبارتی آموزش به استادان در جهت اهمیت دادن به کارآفرینی در رشته علوم انسانی و تغییر نگرش آن‌ها، و بین‌المللی کردن دانشگاه به عنوان پلی برای تسهیل در امر کارآفرینی حوزه علوم انسانی، ضروری است. پژوهش‌های صورت گرفته نیز وجود ساختار کارآفرینانه در دانشگاه‌ها را برای انجام تحقیقات و پروژه‌های مشارکتی با استفاده از استراتژی‌های کارآمد و تقویت مهارت‌های کارآفرینانه در دانشجویان، لازم و ضروری بیان کرده‌اند. در تحقیق سیگل و رایت¹ (2015)، به وضع قوانین ثبت اختراع و مشخص بودن حقوق مالکیت معنوی نوآوری برای توسعه کارآفرینی دانشگاهی اشاره شده است. برای توسعه کارآفرینی دانشگاهی، نیازمند آموزش مهارت‌هایی فارغ از دانش تئوری کلاس درس، مهارت‌های نسبی، ظرفیت‌های سازمانی، حل مسئله و کار تیمی هستیم که موجب تقویت شخصیت دانشجویان می‌شود (Volpe, 2018, p.22). کارآفرینی نیاز به همفکری و کسب تجربه و تخصص دیگران دارد و دانشگاه‌های علوم انسانی باید پیوندهای ارتباطی قوی برقرار کنند. در نتایج بررسی بیلی² (2017) و توفیقی و همکاران³ (2017) هم بر اهمیت پیوند دانشگاه با صنعت و مراکز انتقال فناوری در جهت توسعه کارآفرینی دانشگاهی

1 Siegel & Wright

2 Bili

3 Tofighi et al

اشاره شده است. در توسعه زیرساخت مالی دانشگاه‌ها می‌توان به اصلاح قوانین و مقررات مالی، انجام پروژه‌های متعدد، قرارداد با سازمان‌های دولتی، مشارکت در فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی شهر و پنت‌ها اشاره کرد. در تحقیقات محققان قبلی نیز تأمین بودجه مالی تحقیق و توسعه دانشگاه‌ها، از جمله عوامل توسعه کارآفرینی دانشگاهی و شناسایی فرصت‌های جدید بیان شده بود (Hayter et al, 2018; Bili, 2017).

پیشنهادها

پیشنهادهای کاربردی: واگذاری اجرای پروژه‌های جدید فرهنگی و اجتماعی منطقه به دانشجویان و استادان علوم انسانی-مشارکت دانشگاهیان علوم انسانی در حل عملی مشکلات کسب و کارها و جامعه تا ضمن فرهنگ‌سازی، اهمیت علوم انسانی، به‌روز بودن و کارآمدی این رشته نیز معلوم شود.

پیشنهادهای تحقیقاتی: عملیاتی کردن سازه‌های پژوهش برای آزمون مدل تحقیق به‌صورت کمی.

منابع

بهرام چوبین، مینا؛ مشرف جوادی، محمدحسین و صفری، علی (1395). "ارزیابی و رتبه‌بندی معیارهای دانشگاه کارآفرین"، توسعه کارآفرینی، 9(4): 691-710.

رضایی، بیژن؛ عباس‌پور، عباس؛ نیکنامی، مصطفی؛ حمید، رحیمیان و دلاور، علی (1392). "واکاوی راه کارهای بهبود کارآفرینی دانشگاهی در حوزه علوم انسانی و ارائه یک نظریه زمینه‌ای"، ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، 3(2): 185-215.

عنایتی، ترانه و عالی‌پور، علیرضا (1393). "پیشنهاد مدل مراکز رشد زایشی علوم انسانی دانشگاهی، حرکت به سوی دانشگاه‌های نسل چهارم". فصل‌نامه رشد فناوری، 10(39): 28-20.

- Abduh, M., & Maritz, A., & Rushworth, S. (2012). "An Evaluation of the Entrepreneurship Education in Indonesia : A Case Study of Bengkulu University" *International Journal of Organizational Innovation (Online)*, 4(4):871-882.
- Abreu, M., & Grinevich, V. (2013). "The nature of academic entrepreneurship in the UK: Widening the focus on entrepreneurial activities". *Research Policy*, 42(2): 408–422.
- Ariyawansa, R. G. (2011). "Employability of Graduates of Sri Lankan Universities". *Sri Lankan Journal of Human Resource Management*, 1(2): 91–104.
- Audretsch, D. B. (2014). "From the entrepreneurial university to the university for the entrepreneurial society". *Technology Transfer*, 39: 313–321.
- Bili, I.(2017). "Academic Entrepreneurship in Post-transition Country-Case Study of Croatia". *Journal of knowledge Economy*, 1-15
- Davari, A., Emami, A., Ramadani, V., Taherkhani, S. (2018). "Factors influencing academic entrepreneurship: a case-based study". *Science and Technology Policy Management*, 9(3):284-295.
- Fichter, K., & Tiemann, I. (2018). "Factors influencing university support for sustainable entrepreneurship: Insights from explorative case studies" *Journal of Cleaner Production*, 175: 512–524.
- Gremyr, I., Witell, L., Löfberg, N., Edvardsson, B., & Fundin, A. (2014). "Understanding new service development and service innovation through innovation modes" *Journal of Business & Industrial Marketing*, 29(2): 123–131.
- Hayter, C. S., Nelson, A. J., Zayed, S., & O'Connor, A. C. (2018). "Conceptualizing academic entrepreneurship ecosystems: a review, analysis and extension of the literature". *Journal of Technology Transfer*, 43(4): 1039–1082.
- Hj, B., Rahim, A., & Usman, M. (2016). "The Effectiveness of the Entrepreneurship Education Program in Upgrading Entrepreneurial Skills among Public University Students." *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 224(August 2015): 117–123.
- Hydle, K. M., Aas, T. H., & Breunig, K. J. (2016). "Toward a Framework of New Service Development Practices." *Journal of Innovation Management*, 4(4): 55–67.
- Kalar, B., & Antoncic, B. (2015). "The entrepreneurial university , academic activities and technology and knowledge transfer in four European countries." *Technovation*, 36–37: 1–11.
- Klofsten, M., Fayolle, A., Guerrero, Maribel., Mian, S., Urbano., D & Wright., M.

- (2019). "The entrepreneurial university as driver for economic growth and social change - Key strategic challenges". *Technological Forecasting & Social Change*. 141:149-158.
- Kushwaha, B. P., & Maru, F. Y. (2015). "The Attitude of Management Students Towards Entrepreneur & Entrepreneurship". *International Journal of Research in Management & Technology*, 5(4): 325-329.
- Mkrtychyan, G. A. (2016). "Entrepreneurial University Culture: the clash of values and resistance to change". *Higher School of Economics*, Research Paper No. WP BRP, 31.
- Nelles, J., & Vorley, T. (2010). "Constructing an entrepreneurial architecture: An emergent framework for studying the contemporary university beyond the entrepreneurial turn". *Innovative Higher Education*, 35(3):161-176.
- Nourabadi, S., Mosapour, N., Aliasgari, M., & Hoseinnejhad, G. (2015). "Evaluating the Quality of Interdisciplinary Curricula of In Iranian Higher Education Humanities." *Theory & Practice in Curriculum*, 4(2): 55-84.
- Olearnik, J., & Pluta-Olearnik, M. (2015). "Entrepreneurial University – from Ideas to Reality." *Optimum. Studia Ekonomiczne*, 5(77): 110-120.
- Rasmussen, E., & Gulbrandsen, M. (2012) "Government support programmes to promote academic entrepreneurship: a principal-agent perspective", *European Planning Studies*, 20(4):527-546
- Reyes, Charisse N. (2016). "Framing the entrepreneurial university: the case of the National University of Singapore." *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 8(2): 148-167.
- Rogers, K. (2015). "Humanities Unbound : Supporting Careers and Scholarship Beyond the Tenure Track." *Digital Humanities Quarterly*, 9(1): 1-17.
- Sam, C., & Sijde, P. Van Der. (2014). "Understanding the concept of the entrepreneurial university from the perspective of higher education model"s. *High Educ*, 68(6): 891-908.
- Sidrat, S., & Frikha, M. A. (2018). "Impact of the qualities of the manager and type of university on the development of the entrepreneurial university." *Journal of High Technology Management Research*, 29(1): 27-34.
- Siegel, D. S., & Wright, M. (2015). "Academic Entrepreneurship : Time for a Rethink ?" *British Journal of Management*, 26(4): 582-595.
- Sultan, S. S. (2017). "Moving from a Traditional into an Entrepreneurial University : Evidencing from Palestine." *International Journal of Business and Social Science*, 8(2): 207-214.
- Tofighi, Sharam., Teymourzadeh, Ehsan., Ghanizadeh, Ghader. (2017). "Academic Entrepreneurship in a Medical University: A System Dynamics Approach". *international Review*, 1(2):58-72.
- Volpe, M. della. (2018). "Entrepreneurial University and Business Education: Towards a Network Model". *International Journal of Business and Management*, 13(3): 13-27.