



دانشگاه گیلان، دانشکده کشاورزی

نشریه کارآفرینی در کشاورزی

جلد دوم، شماره دوم، تابستان 1394

<http://jead.gau.ac.ir>

عامل‌های درون سازمانی مؤثر بر توسعه کارآفرینی دانشگاهی در پردیس کشاورزی دانشگاه تهران

* طیبه نیکرفتار¹ و حمید فرید²

¹ استادیار دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران،

² دانشجوی دکتری دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران

تاریخ دریافت: 1394/5/10؛ تاریخ پذیرش: 1394/6/25

چکیده

این پژوهش به شناسایی عامل‌های درون سازمانی مؤثر بر توسعه کارآفرینی دانشگاهی می‌پردازد. پژوهش حاضر در دو مرحله کیفی و کمی انجام شده است، برای نمونه‌گیری در مرحله کیفی از روش نمونه‌گیری گلوله برفی استفاده شد. به این ترتیب که شش عضو هیأت علمی و ده دانشجوی مورد مصاحبه قرار گرفتند تا اشباع نظری ایجاد شد. در بخش کمی پژوهش از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شد. پرسش‌نامه پژوهش برپایه مرور ادبیات و مصاحبه با خبرگان طراحی شده است. برای تأیید روایی آن از نظر خبرگان و تحلیل عاملی تأییدی و برای بررسی پایایی آن از ضریب آلفای کرونباخ ($\alpha=0/78$) استفاده شد. نمونه آماری 200 دانشجوی تحصیلات تکمیلی پردیس کشاورزی دانشگاه تهران بود که با استفاده از نمونه‌گیری هدفدار انتخاب شدند و پرسش‌نامه بین آن‌ها توزیع شد. از میان این شمار 148 پرسش‌نامه تکمیل شده مورد بررسی و ارزیابی قرار گرفت. یافته‌های پژوهش نشان دادند کارآفرینان پردیس کشاورزی با مشکلات و موانع تجاری، فیزیکی و مالی روبرو می‌باشند. همچنین عواملی مانند همکاری دانشگاه با صنعت، منابع انسانی و شهرت و موقعیت دانشگاه برای توسعه کارآفرینی در این پردیس در درجه دوم اهمیت قرار دارند.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی دانشگاهی، عامل‌های درون سازمانی، کشاورزی

* مسئول مکاتبه: nikraftar@ut.ac.ir

مقدمه

با آشکار شدن ضرورت توجه دانشگاه‌ها به کارآفرینی به‌عنوان یک کارکرد محوری در کنار آموزش و پژوهش، فراهم‌سازی زمینه مساعد برای کارآفرینی دانشگاهی بیش از پیش اهمیت یافته است. این مهم البته نیازمند فراهم‌سازی محیطی حمایتی و ارایه مشوق‌های لازم است.

کارآفرینان با استفاده از منابع و ایجاد نوآوری نقشی مهم و تعیین‌کننده‌ای در توسعه اقتصادی کشور دارند (ملک سعیدی و همکاران، 1392). کارآفرینی دانشگاهی که نوعی از کارآفرینی سازمانی است راهکار مهمی است که مشارکت دانشگاه‌ها در توسعه اقتصادی را به‌طور فزاینده فراهم می‌آورد. در زمینه کارآفرینی دانشگاهی تعریف‌های مختلفی ارائه شده است از جمله: انجام فعالیت‌های دانشگاهی به گونه‌ای که با نوآوری منجر به رقابتی شدن اقتصاد محلی یک کشور در بازار جهانی می‌شود (ویروینسکی، 2008). کارآفرینی دانشگاهی شامل حل مسایل علمی جامعه، دولت و ایجاد زمینه توسعه نوآوری در بین اعضای دانشگاه، عرضه نتایج تحقیقات دانشگاهی به بازار، تولید و عرضه فناوری‌های جدید و نوآوری در گسترش مرزهای دانش بشری است (یداللهی، 1384).

اغلب تعاریف، کارآفرینی دانشگاهی را مشارکت مستقیم اندیشمندان دانشگاهی در توسعه و تجاری‌سازی تحقیقاتشان می‌داند (لکتر، 2008) با ورود به دوران اطلاعات و تبدیل شدن جوامع سنتی و صنعتی به جوامع اطلاعاتی، منبع قدرت از نیروی بازو، ماده، و انرژی به دانش انتقال یافته است. در واقع دانشگاه‌ها نیز به‌عنوان یکی از نهادهای عمده تولید دانش، در حال تغییر و دگرگونی هستند و به‌عنوان یک سازمان و جزئی اساسی از اجزای جامعه، می‌بایست توجه و تمرکز ویژه‌ای به کارآفرینی داشته باشند (احمدپور داریانی و مقیمی، 1385). از کارآفرینی دانشگاهی سه معنا استنباط می‌شود: دانشگاه به‌عنوان یک سازمان کارآفرین است و اعضای دانشگاه مانند هیأت علمی، دانشجویان و کارکنان رفتار کارآفرینانه دارند. از تعامل دانشگاه با محیط، جریانی از الگوهای کارآفرینی ایجاد می‌شود (طالبی و زارع یکتا، 1387).

نظر به این‌که کارآفرینی دانشگاهی حوزه‌ای از فعالیت‌های کارآفرینی است که با استفاده از توانمندی بدنه دانشگاهی کشور صورت می‌پذیرد و به نوعی تلفیق علم و عمل است، انجام پژوهشی در این زمینه ضروری به‌نظر می‌رسد تا عامل‌های مؤثر بر کارآفرینی دانشگاهی شناسایی شود. پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران هم اکنون با چهار دانشکده و یک مرکز تحقیقات بین‌المللی، با 15 گروه آموزشی و 5 گروه پژوهشی، کهنسال‌ترین، بزرگترین و جامع‌ترین مجموعه آموزش عالی در

کشاورزی و منابع طبیعی طبیعی در کشور می‌باشد که توان و قابلیت‌های زیادی برای فعالیت‌های کارآفرینانه دارد. این پژوهش به دنبال شناسایی بسترهای لازم برای توسعه کارآفرینی دانشگاهی در این پردیس است. لذا پرسش اصلی این است که عامل‌های درون سازمانی مؤثر بر فعالیت کارآفرینی دانشگاهی در پردیس کشاورزی دانشگاه تهران کدامند؟ هم‌اکنون این نهاد دانشگاهی از نظر این عامل‌ها در چه وضعیتی قرار دارد؟

مروری بر ادبیات و پیشینه پژوهش: به دلیل نو بودن تحقیقات کارآفرینی دانشگاهی این پژوهش‌ها نامتمرکز بوده و هر یک به زمینه خاصی اشاره دارد (چین و همکاران، 2005). لوئیس و همکاران (1989)، در پاسخ به این پرسش که انگاره‌ی رفتار اعضای هیأت علمی کارآفرین چیست؟ به بررسی 997 دانشمند و مدیر اداری کلیدی در دانشگاه‌های پژوهشی پرداختند. آنان دریافتند که اندیشمندان دانشگاه‌های پژوهشی کارآفرینانه‌تر عمل می‌کنند و نشانه‌های موجود گویای گرایش فزاینده آنان به فعالیت‌های تجاری است. متغیرهای فردی نیز در این زمینه تأثیرگذار هستند. کلافتن و ایوانز (2000)، در زمینه شناسایی و معرفی فعالیت‌های کارآفرینانه دانشگاهیان در دو کشور اروپایی کوچک به پیمایشی متشکل از 1194 دانشگاهی از چهار دانشگاه سوئد و 663 دانشگاهی از پنج دانشگاه در ایرلند پرداختند که نتایج پژوهش هشت فعالیت ویژه کارآفرینی را نشان داد که عبارت بودند از: مشاوره‌دهی، بستن قراردادهای پژوهشی، پروژه‌های علمی بزرگ، تدریس بیرون از دانشگاه، ثبت اختراع، فعالیت‌های فروش. فرانکلین و همکاران (2001)، در پژوهشی نشان دادند، دانشگاه‌هایی که به‌طور بهینه‌ای از کارآفرینان برتر استفاده می‌کنند به احتمال زیاد شرکت‌های زایشی بیشتری نیز ایجاد می‌کنند.

میر (2003)، در پی بررسی خود دریافت که سازوکارهای حمایتی به اجبار موجب پیشرفت کارآفرینی دانشگاهی نمی‌شود، بلکه بیشتر توسعه الگوهای رفتاری را به دنبال دارد. هم‌چنین سازوکارهای حمایتی که به‌صورت ضعیفی صورت می‌گیرند یا ارایه مشوق‌های نامناسب تأثیر منفی بر الگوی رشد بنگاه‌های کوچک و متوسط دانش بنیان دارد. اتزکوئیز (2003)، در تبیین گروه‌های پژوهشی به‌عنوان ساختار شبه شرکتی در تحقق دانشگاه کارآفرین بیان داشت که دانشگاه کارآفرین دربرگیرنده دانشگاه پژوهشی است. شکل‌گیری دانشگاه کارآفرین مستلزم تقویت کارکرد پژوهشی دانشگاه و مشارکت جدی دانشگاه در تولید، توسعه و تجاری‌سازی دانش و فناوری است. باینز (2005)، در پژوهشی با مصاحبه با دانشگاهیان کارآزموده در چندین دانشگاه بریتانیا به بررسی امکان

کسب درآمد مالی بیشتر توسط دانشگاهیان در انگلستان از راه گزینه‌های مختلف پرداخت و چهار گزینه را پیشنهاد کرده است: صدور مجوز مالکیت معنوی از راه دفتر انتقال فناوری، سهام داشتن در شرکت‌های زایشی، مشاوره‌دهی و نوشتن و چاپ کتاب در زمینه‌های علمی و تخصصی مرتبط. لاسرتا (2008)، مصاحبه‌ای با 160 کارآفرین دانشگاهی انجام داد و نتیجه گرفته است که بسیاری از کارآفرینان دانشگاهی به دلیل هزینه‌های سنگین گرایش به تجاری شدن نتیجه تحقیقات خود ندارند و آن را نیمه کاره رها می‌کنند. یوسف (2008)، به بررسی چهار دانشگاه در مالزی پرداخت و عناصر تأثیرگذار بر کارآفرینی دانشگاهی را برشمرد که شامل: مدیریت، ساختار، کنترل‌ها، منابع انسانی، مدیریت نظام‌ها و فرهنگ است. اده و همکاران (2009)، به طراحی و تبیین الگوی عوامل مؤثر بر کارآفرینی دانشگاهی در دانشگاه پیام‌نور پرداختند و نتایج پژوهش آنان سه عامل ساختاری، محتوایی و زمینه‌ای را مؤثر بر کارآفرینی دانشگاهی نشان داد. پورعزت و قلی‌پور و همکاران (2010)، به تبیین بازدارنده‌های کارآفرینی دانشگاهی و تجاری‌سازی دانش در دانشگاه تهران پرداختند. برپایه نظرسنجی از خبرگان در این پژوهش، مهم‌ترین بازدارنده‌های تجاری‌سازی دانش در دانشگاه تهران را به این صورت شناسایی کردند: دیوان سالاری و انعطاف‌ناپذیری نظام مدیریت دانشگاه، ضعف ارتباطات‌ها و نبود شبکه‌های ارتباطی میان سرمایه‌گذاران، فعالان صنعت و دانشگاهیان، فرهنگ متفاوت فعالان صنعت و دانشگاهیان، قوانین ضعیف حفاظت از دارایی‌های فکری در سطح ملی، وابسته بودن دانشگاه به بودجه‌های دولتی، ضعف اطلاعات دانشگاه درباره نیازها و اولویت‌های بخش کسب و کار، نبود احساس نیاز و انگیزه در دانشگاه برای تجاری‌سازی دانش. یداللهی فارسی و همکاران (1390)، به شناسایی عوامل ساختاری مؤثر بر کارآفرینی در دانشگاه جامع علمی، کاربردی پرداختند. آنان دریافتند که عوامل ساختاری مؤثر بر کارآفرینی دانشگاهی به ترتیب اهمیت شامل: ساختار سازمانی، امکانات فیزیکی، نظام پژوهشی، نظام مالی، نظام منابع انسانی، راهبرد سازمانی، نظام منابع اطلاعاتی، فرایندها و روش کار و نظام کنترل و نظارت است. دهقان و همکاران (1391)، به بررسی عوامل مؤثر بر نوآوری و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور پرداختند، نتایج پژوهش‌های آنان نشان داد که سه دسته عوامل ساختاری، رفتاری و زمینه‌ای بر نوآوری و کارآفرینی سازمانی تأثیر دارند. علیپور و دهقانی (1391)، به بررسی نگرش دانشجویان کشاورزی به فعالیت‌های کارآفرینانه در قالب تعاونی‌های کشاورزی پرداختند و رابطه مثبتی بین رشته تحصیلی و آشنایی با فعالیت‌های تعاونی و نگرش آن‌ها نسبت به فعالیت‌های کارآفرینانه پیدا کردند. در این پژوهش بعد از مرور ادبیات

نشریه کارآفرینی در کشاورزی (2)، شماره (2) تابستان 1394

چارچوب مفهومی پژوهش که شامل عوامل درون سازمانی است استخراج شد و شاخص‌ها براساس مرور ادبیات و مصاحبه با خبرگان تدوین گردید.

جدول 1- چارچوب عامل‌های درون سازمانی کارآفرینی دانشگاهی (منبع: پژوهشگر).

متغیر	مؤلفه
جذب اعضای علمی و متخصص تشویق اعضای علمی و متخصص توانمندسازی نیروی انسانی در حوزه کارآفرینی	منابع انسانی
وجود تسهیلات مالی مناسب وجود عامل‌های تسهیلگر بانکی تأمین مالی خرد مشارکت مالی دانشگاه با شرکت‌های کوچک و وام	منابع مالی
دستگاه‌ها زمین زراعی گلخانه دفاتر انتقال فناوری مراکز مشاوره و آموزش کارآفرینی	منابع فیزیکی
دسترسی به راه‌های بازاریابی دسترسی به تسهیلات شامل ارتباط با سرمایه‌گذاران، دستیابی به خدمات حقوقی، مشاوره‌ای و غیره	منابع تجاری
استفاده از نشان دانشگاه برای جذب همکاری استفاده از شهرت و موقعیت دانشگاه برای دستیابی به منابع	شهرت و موقعیت دانشگاه
پروژه‌های مشترک با صنعت دوره‌های کارآموزی دانشجویان در شرکت‌های صنعتی	همکاری دانشگاه و صنعت

روش‌شناسی: روش پژوهش به‌کار رفته در این تحقیق از لحاظ هدف، توصیفی و از لحاظ زمان، از نوع پیمایشی مقطعی است که در آن داده‌هایی درباره یک یا چند صفت جامعه در یک مقطع زمان گردآوری شد. جامعه آماری تحقیق در بخش کمی شامل 2000 دانشجوی درحال تحصیل مقطع تحصیلات تکمیلی در دوره کارشناسی‌ارشد و دکتری پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران

هستند. در این پژوهش عوامل مورد سنجش در بخش کمی با مرور ادبیات و مصاحبه با صاحب‌نظران موضوع تدوین شدند. به این معنا که مولفه‌های مدل (منابع انسانی، منابع مالی، منابع فیزیکی، شهرت و موقعیت دانشگاه و همکاری دانشگاه و صنعت) براساس مرور ادبیات طراحی گردید و متغیرهای موردنیاز برای سنجش این مؤلفه‌ها براساس مصاحبه با صاحب‌نظران و مرور ادبیات شکل گرفت. سپس شکاف میان وضعیت موجود و مطلوب از حیث متغیرهای سنجش عوامل درون سازمانی کارآفرینی دانشگاهی محاسبه شد.

برای طراحی متغیرهای پرسشنامه علاوه بر مرور ادبیات از نظر خبرگان نیز استفاده شد به این ترتیب که شش عضو هیأت علمی و ده دانشجو که به نوعی دانش و تجربه لازم را در موضوع مورد مطالعه داشتند مورد مصاحبه قرار گرفتند تا اشباع نظری ایجاد شود. در بخش کمی پژوهش از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شد (یعنی افرادی که به نوعی با فعالیت‌های کارآفرینانه آشنا هستند) در این نمونه گنجانده شد. اطلاعات لازم در مورد این دانشجویان از منابع مختلف نظیر آموزش دانشکده و مصاحبه با اساتید و دانشجویان به دست آمد. دویست دانشجوی تحصیلات تکمیلی که به نوعی، به دلیل دوره‌های آموزشی یا تجربه و مهارت‌هایی که در گذشته کسب کرده بودن و با فعالیت‌های کارآفرینی آشنایی داشتند شناسایی و پرسش‌نامه بین آن‌ها توزیع گردید. از این شمار، 148 پرسشنامه تکمیل شد و مورد ارزیابی و بررسی قرار گرفت. پس از تدوین پرسش‌نامه مقدماتی (در طیف لیکرت پنج گزینه‌ای)، میزان روایی و پایایی آن سنجیده شد. با استفاده از نظر خبرگان و تحلیل عاملی تأییدی روایی محتوا آن تأیید شد. برای سنجش پایایی نیز از آلفای کرونباخ استفاده شد ($\alpha=0/78$). برای تأیید تحلیل عاملی تأییدی از نرم‌افزار لیزرل استفاده شد.

یافته‌های پژوهشی: در این پژوهش 40 درصد از مشارکت‌کنندگان زن و 60 درصد مرد بودند. از نظر تحصیلات 30 درصد مشارکت‌کنندگان دانشجوی دکتری، 70 درصد دانشجوی کارشناسی ارشد بودند. جدول 2 بارهای عاملی هر یک از متغیرها را نشان می‌دهد که بیشترین مقدار 0/894 و کمترین مقدار آن 0/654 است، همچنین شاخص‌های برازش مدل با توجه به جدول 3 در وضعیت مناسبی قرار دارند، لذا کلیت مدل تهیه شده عوامل درون سازمانی مؤثر بر کارآفرینی سازمانی تأیید می‌گردد. یکی از پرسش‌های پژوهش این است که وضعیت موجود عامل‌های درون سازمانی چگونه است، برای بررسی وضعیت این عامل‌ها از آزمون مقایسه میانگین t تک نمونه‌ای استفاده شد. فرض صفر بیان می‌کند که میانگین نمونه کوچکتر یا برابر با 3 است و فرض یک ما بیان می‌کند که میانگین نمونه

نشریه کارآفرینی در کشاورزی (2)، شماره (2) تابستان 1394

بزرگتر از 3 است. جدول 4 دربردارنده نتیجه آزمون t برای بررسی مناسبت وضعیت سازه‌ها است که با توجه به اعداد معناداری این آزمون می‌توان گفت به غیر از سازه شهرت و موقعیت دانشگاه که آماره t آن بزرگتر از 3 است، برای سایر متغیرها وضعیت موجود آن‌ها مناسب نیست.

جدول 2- متغیرهای مربوط به هریک از عامل‌ها و بارهای عاملی به دست آمده.

مؤلفه	متغیر	بارهای عاملی
منابع انسانی	جذب اعضای هیأت علمی متخصص	0/875
	تشویق اعضای علمی و متخصص	0/879
	توانمندسازی نیروی انسانی در حوزه کارآفرینی	0/88
منابع مالی	وجود تسهیلات مالی مناسب	0/851
	وجود عامل‌های تسهیلگر بانکی	0/773
	تأمین مالی خرد	0/828
	مشارکت مالی دانشگاه با شرکت‌های کوچک	0/665
	وام	0/735
منابع فیزیکی	دستگاه‌ها	0/742
	زمین زراعی	0/885
	گلخانه	0/873
	دفاتر انتقال فناوری	0/894
	مراکز مشاوره و آموزش کارآفرینی	0/854
منابع تجاری	دسترسی به راه‌های بازاریابی	0/744
	دسترسی به تسهیلات شامل ارتباط با سرمایه‌گذاران	0/891
شهرت و موقعیت دانشگاه	استفاده از نشان دانشگاه برای جذب همکاری	0/651
	استفاده از شهرت و موقعیت دانشگاه برای دستیابی به منابع	0/773
همکاری دانشگاه و	پروژه‌های مشترک با صنعت	0/882
صنعت	دوره‌های کارآموزی دانشجویان در شرکت‌های صنعتی	0/876

جدول 3- خلاصه تحلیل عاملی تأییدی و شاخص‌های نیکویی برازش.

RMSEA	P-value	NNFI	AGFI	IFI	GFI	χ^2	شاخص برازندگی
0/044	0/19	0/93	0/77	0/92	0/9	54	مقدار

جدول 4- وضعیت عوامل درون سازمانی مؤثر بر توسعه کارآفرینی دانشگاهی.

عامل	t	میانگین تفاوت	حد پایین	حد بالا
انسانی	-3/964	-0/3	-0/55	-0/2
مالی	-7/239	-0/61	-0/77	-0/48
فیزیکی	-10/275	-0/97	-1/1	-0/8
تجاری	-12/541	-1/1	-2/1	-1
شهرت و موقعیت دانشگاه	7/897	0/7	0/5	-0/88
همکاری دانشگاه با صنعت	-13/028	-1/3	-2/2	-1/8

برای رتبه‌بندی عامل‌های کارآفرینی سازمانی برپایه تفاوت بین وضع موجود و وضع مطلوب (اهمیت هر یک از متغیرهای پژوهش) از آزمون میانگین مقایسه زوجی استفاده شد، تا وضعیت میانگین جامعه در دو حالت بررسی گردد (جدول 5).

جدول 5- رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر کارآفرینی دانشگاهی بر پایه شکاف بین وضع موجود و مطلوب.

شاخص‌ها	میانگین وضع موجود	میانگین وضع مطلوب	شکاف بین وضع موجود و مطلوب	رتبه
منابع انسانی	2/8	4/3	1/506	3
منابع مالی	2/55	4/28	1/72	4
منابع فیزیکی	2/277	4/04	1/76	5
منابع تجاری	2/31	4/35	2/04	6
شهرت و موقعیت دانشگاه	3/52	4/35	0/82	1
همکاری دانشگاه و صنعت	2/23	3/8	1/62	2

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

این مقاله با هدف شناسایی عوامل درون سازمانی مؤثر بر کارآفرینی دانشگاهی در پردیس کشاورزی دانشگاه تهران انجام شد. آنچه در زیر به آن اشاره می‌شود مهم‌ترین عوامل کارآفرینی دانشگاهی در پردیس کشاورزی دانشگاه تهران هستند که در این تحقیق مشخص شده‌اند. عامل‌های تجاری، شامل تسهیلات لازم برای فعالیت‌های کارآفرینانه از جمله دسترسی به مشاوران، حقوقدانان، امکانات قانونی و شرکت‌های سرمایه‌گذار مهم‌ترین عامل در فعالیت‌های کارآفرینی در این پردیس است.

وجود عوامل فیزیکی نیز که شامل تجهیزات، دفتر کار و ساختمان، زمین و امکانات جانبی است در راه‌اندازی کسب و کارهای مربوط به رشته‌های کشاورزی و منابع طبیعی اهمیت به‌سزایی دارند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که این عامل در وضعیت مطلوبی قرار ندارد. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که عامل مالی به‌عنوان یک الزام فعالیت‌های کارآفرینی به یک شاخص بدیهی تبدیل شده است و به‌طور عموم به‌عنوان یک عامل کمیاب مورد توجه قرار می‌گیرد. تحلیل داده‌های به‌دست آمده نیز نشان داد که فاصله میان وضع موجود دانشگاه با وضعیت مطلوب بسیار گسترده است. نتایج پژوهش‌های پیشین نیز نشان می‌دهد که عوامل فیزیکی نقش مهمی در توسعه کارآفرینی دانشگاهی دارد. به‌عنوان مثال بلومنتال و همکاران (1996) در پیمایشی در 2052 دانشکده در 50 دانشگاه علوم اجتماعی دریافتند که اعضای علمی حمایت شده از نظر مالی و تجاری بهره‌ورتر از آن‌هایی بودند که حمایت مالی نشدند. به همین نحو در تحقیق بر روی دانشگاه‌هایی که دوره دکتری دارند پاورز و مک داگال، رابطه مثبت معنی‌داری بین هزینه‌های سالانه تحقیق و توسعه در گستره دانشگاه و کارآفرینی دانشگاهی یافته‌اند (پاور و مک دوگال، 2005).

همکاری میان دانشگاه با بخش کشاورزی نیز سبب می‌شود که ارتباط جدی میان دانشگاه و صنعت برای رفع نیازهای واقعی بخش کشاورزی به وجود آید و از این رابطه فرصت‌های کارآفرینی کشف شوند. وجود این رابطه باعث می‌شود که دانشجویان درکی واقعی از صنعت کشاورزی پیدا کنند. در نتیجه به موفقیت فعالیت‌های کارآفرینی منجر می‌شود.

نظام منابع انسانی، از حیث جذب اعضای علمی و متخصص و تشویق و انگیزش آنان، همین‌طور ایجاد سازوکاری برای تعامل آنان می‌تواند توسعه کارآفرینی دانشگاهی را بهبود بخشد. نتایج پژوهش

نشان می‌دهد که شمار اندکی از استادان، عامل‌های اجرایی و مدیران در پردیس کشاورزی دارای کسب و کار هستند و یا به نوعی فعالیت کارآفرینانه انجام می‌دهند.

توانمندی در استفاده از شهرت و موقعیت دانشگاه یک عامل مهم در فعالیت‌های کارآفرینی به شمار می‌آید. بنابراین، دانشگاه تهران و به تبع آن پردیس کشاورزی و منابع طبیعی با پیشینه و اعتبار بالای خود از نظر علمی و توانایی در استفاده بهینه از این جایگاه می‌تواند در توسعه کارآفرینی نقش متمتازی در کشور داشته باشد. شین (2004) بیان می‌کند که شهرت و موقعیت باعث ایجاد اعتبار می‌شود و منابع مالی و مشتریان را به راحتی می‌توان جذب کرد و منجر به افزایش تعداد شرکت‌های زایشی دانشگاهی می‌گردد.

سعیدنیا (1387)، به تغییر ساختار و فرهنگ داخلی توجه کرده است و آن را مهم‌ترین عامل در کارآفرینی دانشگاهی می‌داند که در این پژوهش ساختار در قالب منابع مورد توجه قرار گرفته است. طالبی و زارع یکتا (1387)، به همکاری دانشگاه و صنعت و نیز تغییر در نوع آموزش به‌عنوان مهم‌ترین عامل در کارآفرینی دانشگاهی اشاره داشته‌اند که با نتایج این پژوهش همخوانی دارد. همچنین پژوهشی که توسط یداللهی و همکاران (1390)، انجام شده است نتایج این تحقیق را تأیید می‌کند و عامل فیزیکی، مالی و انسانی را مهم‌ترین عامل در کارآفرینی دانشگاهی در نظر می‌گیرد.

با توجه به نتایج به‌دست آمده پیشنهاد می‌گردد پردیس دانشگاه تهران تسهیلات زیر را فراهم نماید.

- ✓ ایجاد تسهیلات و کمک‌های مالی لازم مانند وام‌ها با بهره پایین و ایجاد زمینه لازم برای صادر کردن محصولات کارآفرین
- ✓ ایجاد ارتباطات لازم بین دانشگاه و صنایع پشتیبان و مرتبط با حوزه کشاورزی توسط دانشگاه برقرار گردد تا فعالیت‌های کارآفرینانه مرتبط با حوزه صنعت باشد.
- ✓ ایجاد مراکز مشاوره‌ای و برگزاری دوره‌های آموزشی در پردیس برای توسعه کارآفرینی در بخش کشاورزی

- ✓ برگزاری نمایشگاه‌های دستاورهای کارآفرینانه بخش کشاورزی
- ✓ استفاده از موقعیت و شهرت دانشگاه و تقویت شبکه‌های اجتماعی پردیس شامل ایجاد ارتباط با مراکز رشد، پارک‌های علمی فناوری، فرشتگان کسب و کار و سرمایه‌گذاران خطرپذیر
- ✓ ایجاد مشوق‌های لازم برای اساتید و دانشجویان در صورت راه‌اندازی کسب و کار
- ✓ تغییر ساختار پردیس به یک سازمان یادگیرنده

منابع

1. احمدپور داریانی، م. و مقیمی، م. 1385. مبانی کارآفرینی. تهران: انتشارات فراندیش، چاپ سوم.
2. پورعزت، ع. الف.، قلی‌پور، الف. و ندیرخانلو، س. 1389. تبیین موانع کارآفرینی دانشگاهی و تجاری‌سازی دانش در دانشگاه تهران. فصلنامه سیاست و علم و فناوری، 4: 56-67.
3. دهقان، ر.، طالبی، ک. و عربیون، ا. 1391. پژوهشی پیرامون عوامل مؤثر بر نوآوری و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور. مجله دانشکده پیراپزشکی دانشگاه علوم پزشکی تهران، 6 (10): 22-32.
4. طالبی، ک. و زارع یکتا، م. ر. 1387. آموزش کارآفرینی دانشگاهی و نقش آن در ایجاد و توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط دانش بنیان. فصلنامه توسعه کارآفرینی، 1 (1): 111-131.
5. علیپور، ح. و دهقانی، ک. 1391. نگرش دانشجویان رشته‌های کشاورزی نسبت به فعالیت کارآفرینانه در قالب تعاونی‌های کشاورزی. علوم ترویج و آموزش کشاورزی ایران، 8 (2): 93-105.
6. سعیدنیا، س. 1387. تبیین الگوی کارآفرینی دانشگاهی در ایران، بر اساس نقش دانشگاه در اقتصاد دانش محور. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، دانشکده فنی دانشگاه تهران.
7. شریف‌زاده، ف.، رضوی، م.، زاهدی، ش. و نجاری، ر. 1388. طراحی و تبیین الگوی عوامل مؤثر بر کارآفرینی دانشگاهی (مطالعه موردی دانشگاه پیام‌نور). توسعه کارآفرینی، 2 (6): 589-611.
8. ملک سعیدی، ح.، بخشی جهرمی، ا. و فروزانی، م. 1392. عوامل مؤثر بر انگیزه پیشرفت کارآفرینان زن روستایی: مورد مطالعه شهرستان مرودشت. علوم ترویج و آموزش کشاورزی ایران، 9 (1): 57-92.
9. یداللهی فارسی، ج. 1384. نقش دانشگاه‌ها در توسعه کارآفرینی. همایش کارآفرینی.
10. یداللهی فارسی، ج.، زالی، م. و باقری فرد، م. 1390. شناسایی عوامل ساختاری مؤثر بر توسعه کارآفرینی دانشگاهی، مطالعه موردی دانشگاه جامع علمی - کاربردی. سیاست علم و فناوری، 4 (1): 17-33.
11. Baines, W. 2005. How academics can make (extra) money out of their science. *Journal of Commercial Biotechnology*, 11(4): 353-63.
12. Blumenthal, D., Campbell, C., Causino, N. and Louis, K. 1996. Participation of life science faculty in Research Relationships with industry. *New England Journal of Medicine*, 335(23): 1734-1739.

13. Chein, Chang, Y., Hua, Chen, M.H. and Yang, P. 2005. Factor Influencing Academic Entrepreneurship: the Case Study of Taiwan Innovation Technology Program. Taiwan: Dept of Business Administration.
14. Etzkowitz, H. 2003. Research groups and "quasi-firms": The Invention of the entrepreneurial university. *Research Policy*, 32: 109-121.
15. Franklin, S.J., Wright, M.S. and Lockett, A. 2001. Academic and Surrogate Entrepreneurs in University Spin-Out Companies. *Journal of Technology Transfer*, 26(1-2): 127:141.
16. Klofsten, M. and Jones-Evans, D. 2000. Comparing academic entrepreneurship in Europe- the case of Sweden and Ireland. *Small Business Economics*, 14(4): 299-309.
17. Lacetera, N. 2008. Academic Entrepreneurship. MIT doctoral dissertation. USA, Massachusetts Institute of Technology.
18. Louis, K.S., Blumenthal, D.M., Gluck E. and Stoto, M.A. 1989. Entrepreneurs in academe: an exploration of behaviors among life scientists. *Admin Sci Q*, 34(1): 110-131.
19. Meyer, M. 2003. Academic Entrepreneurs or Entrepreneurial Academic? Research-based ventures and public supports mechanisms. *R&D management*, 32(2): 79-106.
20. Powers, J.B. and McDougall P.P. 2005. Policy orientation effects on performance with licensing to start-ups and small companies. *Research policy*, 34(7): 1028-1042.
21. Shane, S. 2004. Academic Entrepreneurship: University Spinoffs and Wealth Creation Cheltenham, UK and Northampton, MA.: Elgar.
22. Yusuf, M. 2008. Organizational Antecedents of Academic Entrepreneurship Public Research Universities: Framework, Malaysia. *Tun Abdul Razak University E-Journal*, 5(2): 36-51.
23. Wyrwinski, J. 2008. New Technologies, New Firms, New Challenges: Academic Entrepreneurship. *Wyrwinski*, 112-118.



Gorgan University of Agricultural
Sciences and Natural Resources

Journal of Entrepreneurship in Agriculture Vol. 2(2), 2015
<http://jead.gau.ac.ir>

Internal Factors Affecting the Development of Academic Entrepreneurship at College of Agriculture of Tehran University

***T. Nikraftar¹ and H. Farid²**

¹Assistant Prof., Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran,

²Ph.D. Student, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran

Received: 1/8/2015; Accepted: 16/9/2015

Abstract

This study aimed to identify factors affecting the development of academic entrepreneurship. Qualitative and quantitative research method was applied in two steps. In qualitative phase snowball sampling was used. Thus, six faculty members and ten students were interviewed until theoretical saturation was established. In the quantitative study, purposive sampling was used. Research questionnaire was designed based on the literature review and interviews with experts. The experts' results and confirmatory factor analysis were used to confirm validity of the questionnaire. To assess the reliability coefficient, Cronbach's α ($\alpha= 0.78$) was used. Purposeful sampling was applied to collect data from 200 students at the Agriculture College of Tehran University. From them, 148 questionnaires were collected and evaluated. Research findings indicated that commercial, physical and financial resources were the most important factors in academic entrepreneurship. Factors such as university-industry collaboration, human resources, reputation and position of university have the second importance stance.

Keywords: Academic entrepreneurship, Intra- organizational factors, Agriculture

*Corresponding author: nikraftar@ut.ac.ir

