



دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان

نشریه کارآفرینی در کشاورزی
جلد سوم، شماره سوم، پاییز ۱۳۹۵
<http://jead.gau.ac.ir>

مروری بر بازدارنده‌های کارآفرینی دانشگاهی در آموزش عالی کشاورزی با تأکید بر تجربه دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان

*سید غلامرضا موسوی^۱، محمدحسن مبارکی^۲ و ابوالقاسم عربیون^۳

^۱کارشناس ارشد مدیریت کارآفرینی دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان،

^۲دانشیار دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۶/۶؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۸/۲۷

چکیده

این مطالعه با هدف شناسایی و تحلیل بازدارنده‌های کارآفرینی دانشگاهی در دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان به انجام رسیده است. به منظور گردآوری داده‌ها به تدوین یک پرسشنامه به‌عنوان ابزار تحقیق اقدام شد. با بهره‌گیری از جدول کرجسی و مورگان، ۹۲ نفر از اعضای هیأت علمی دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان به‌عنوان نمونه انتخاب و از طریق روش نمونه‌گیری طبقه‌بندی تصادفی با انتساب متناسب مورد مطالعه قرار گرفتند. روی هم‌رفته دسته‌بندی مفهومی بازدارنده‌ها به استخراج ۱۲ مؤلفه مفهومی زیر منجر شده است: محدودیت سرمایه‌گذاری و تأمین اعتبار برای فعالیتهای کارآفرینانه، محدودیت ظرفیت تجاری‌سازی و پشتیبانی نامناسب از کارآفرینی اعضای هیأت علمی (مؤلفه حمایت از راه‌اندازی کسب‌وکار)، ضعف رویه‌ها و فرآیندها، ظرفیت محدود کسب‌وکار در سطح منطقه، کمبود منابع و زیرساخت‌ها (مؤلفه حمایت از توسعه کسب‌وکار)، ضعف آموزش و اطلاع‌رسانی در خصوص کارآفرینی دانشگاهی، رویکرد حرفه‌ای غیرکارآفرینانه و عدم تلفیق کارآفرینی در راهبرد مدیریتی دانشگاه (مؤلفه حمایت از کارآفرینی)، بازدارنده‌های انگیزشی، درک نامناسب از کارآفرینی دانشگاهی و ضعف ترویج و فرهنگ‌سازی برای

*مسئول مکاتبه: vahidmosavi@yahoo.com

کارآفرینی دانشگاهی (مؤلفه فرهنگ کارآفرینی). بر اساس بازدارنده‌های شناسایی شده، راهکارهایی برای بهبود کارآفرینی دانشگاهی در دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان ارائه شده است.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی دانشگاهی، اعضای هیأت علمی، مرور تجربی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان

مقدمه

تغییر و تحول در شرایط و نیازهای جامعه موجب تغییر و تحول در رسالت دانشگاه‌ها شده است، بدین صورت که رسالت اولیه آن‌ها که آموزش بوده به سمت پژوهش میل کرده و در ادامه در راستای کارآفرینی تغییر جهت داده است (شریف‌زاده و همکاران، ۱۳۸۸). در سال‌های اخیر، همسو با جریان پیشرفت فناوری و با آشکار شدن ضرورت مشارکت جدی دانشگاه در فرآیند توسعه یکپارچه و پایدار جامعه در کنار رسالت‌های مرسوم آموزش و پژوهش، فعالیت‌های کارآفرینانه دانشگاه‌ها در ابعاد ثبت اختراع و صدور مجوز بهره‌برداری، ایجاد مراکز رشد، پارک‌های علمی به منظور تسهیل انتقال فناوری، شرکت‌های زایشی، و سرمایه‌گذاری در کسب‌وکارهای نوین‌پدید آمده است (Mowery and Ziedonis, 2002; Siegel et al., 2001). تحولات انقلاب‌گونه معاصر از پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های هم‌افزاینده قابل ملاحظه‌ای جهت رشد اقتصادی و بالندگی همه جانبه در سطوح مختلف برخوردار می‌باشند. برای نمونه می‌توان از فرصت‌های حاصل از رشد فناوری برای ساماندهی کسب‌وکارهای کارآفرینانه بهره‌گرفت و از تسهیلات شبکه‌ای حاصل از رشد فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات به عنوان مظاهر تبلور یافته انقلاب دیجیتال برای توسعه کسب‌وکارهای شکل‌گرفته در سطح اقتصاد مقیاس، سود جست. همچنین، رشد کسب‌وکارهای کارآفرینانه نیازمند نوآوری مستمر، تلفیق فناوری در زنجیره‌های تولید و بازار و ساماندهی خردورانه امور بر مبنای دسترسی و پردازش اطلاعات و کاربست دانش است (به نقل از احمدپورداریانی، ۱۳۸۲).

گذر از چالش‌های پیش‌ارو و فرصت‌های برآینده از تحولات مزبور، نیازمند بازاندیشی نقش‌ها و رسالت‌های کنونی دانشگاه به‌عنوان یک کنشگر یا کارگزار اجتماعی، تدوین و تعریف رسالت‌ها و ماموریت‌های آتی دانشگاه بر مبنای درک سیر گذشته، موقعیت کنونی و چشم‌اندازهای آتی توسعه و ظرفیت‌سازی راهبردی در گستره نظام نوآوری و توسعه ملی است که دانشگاه یکی از مؤلفه‌های

اساسی آن به‌شمار می‌رود. از همین رو، همگام با تحول و پیشرانی فرآیند توسعه، گستره، ماهیت و ساختار نقش‌آفرینی دانشگاه نیز دستخوش تغییر شده است. توسعه و تلفیق نوآوری و فناوری جهت بهره‌گیری از فرصت‌ها و مزیت‌های نسبی و دستیابی به ارزش‌افزوده بیشتر از رهگذر رقابت پویا در محیط رقابت‌آمیز کنونی جهت دستیابی به توسعه پایدار، نیازمند جهت‌گیری کنشگران امر، از جمله دانشگاه در فرآیند توسعه کارآفرینی می‌باشد.

به‌طور کلی، مشارکت مؤثر در توسعه کارآفرینی به‌عنوان رسالت دانشگاه در تحقق جامعه دانایی‌محور از دو جنبه حایز اهمیت است (شریف‌زاده و اسدی، ۱۳۸۹). نخست، جنبه درونی و تحول کارکردها، مؤلفه‌ها، ساختار و روابط و فرآیندهای دانشگاهی در راستای فراهم‌سازی فضای توسعه کارآفرینی است. دوم، جنبه بیرونی و پیامدها و دستاوردهایی است که دانشگاه برای توسعه کارآفرینی در سطح جامعه به‌همراه دارد و متقابلاً از نیروها و نظام‌های پیرامونی ذینفع یا فعال در عرصه اقتصاد و توسعه مبتنی بر دانش، نوآوری و کارآفرینی (اقتصاد و توسعه دانایی‌محور، نظام ملی نوآوری و...) تأثیر می‌پذیرد. برای تسهیل نقش‌آفرینی دانشگاه در فرآیند مزبور، نیاز است که با اتخاذ یک دیدگاه سیستمی و کلیت‌گرا، سازه‌های سازنده و برساننده و بستر فرآیند توسعه کارآفرینی، ساختار و کارکرد نقش‌آفرینی دانشگاه در فرآیند مزبور و نیز سایر کنشگران نهادی درگیر در این فرآیند در سطوح و بخش‌های مختلف و پیوندهای بینایی به حساب آید. در این صورت با اتخاذ سیاست‌ها، طرح سازوکارها و مهیاسازی شرایط موجود، می‌توان انتظار داشت که دانشگاه بسان نظام کارآفرین‌پرور و نیز بسان کنشگر اجتماعی کارآفرین به مهندسی و معماری کارآفرینی در سطح جامعه جهت دستیابی به جامعه کارآفرین، مبادرت ورزد.

سیستم‌ها و فرایندهای دانشگاهی به سمت استراتژی‌ها و ساختارهایی برای توسعه دانشگاهی گرایش دارند و در این موقعیت، دانشگاه به‌منظور ایجاد ارتباط بین کارکردهای آموزشی، پژوهشی و اجرایی، نیازمند تحول در ساختار سازمانی است (Etzkowitz et al., 2003).

کارآفرینی دانشگاهی از مباحث جدید و مورد توجه صاحب‌نظران و پژوهشگران مختلف و ضرورت‌های قرن بیست‌ویکم به‌شمار می‌رود، تاکنون اندیشمندان متعددی کوشیده‌اند تا به توصیف و تعیین عوامل تأثیرگذار بر آن بپردازند، ولی تاکنون چارچوب و الگوی جامعی در مورد عوامل مؤثر بر کارآفرینی دانشگاهی که درآمد الگوسازی کارآفرینی دانشگاهی است، ارائه نشده است (شریف‌زاده و همکاران، ۱۳۸۸).

تاکنون، رویکردها و رهیافت‌های مختلفی برای شرکت دانشگاه و اعضای هیأت علمی در توسعه کارآفرینی معرفی شده است. بی تردید پیاده‌سازی یک الگو و رهیافت مناسب برای پیشبرد کارآفرینی اعضای هیأت علمی در هر دانشگاه نیازمند تحلیل وضعیت جاری آن دانشگاه از لحاظ پیشبرنده‌ها و بازدارنده‌های کارآفرینی است. این تحقیق در همین راستا و با هدف شناسایی عوامل بازدارنده کارآفرینی دانشگاهی در دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان به انجام رسیده است.

مروری بر مفهوم کارآفرینی دانشگاهی و پیشینه موضوع: مفهوم کارآفرینی دانشگاهی با تجاری‌سازی دانش قرین می‌باشد (شریف‌زاده و همکاران، ۱۳۸۸). کارآفرینی دانشگاهی، مبین پرداختن دانشگاه و اعضای هیأت علمی به فعالیت‌های تجاری است که در قالب همکاری‌های دانشگاه و صنعت، سرمایه‌گذاری در شرکت‌های وابسته و برخاسته از دانشگاه، حمایت از شکل‌گیری و رشد کسب‌وکارها به کوشش دانشگاهیان و به صورتی وابسته به دانشگاه و فعالیت همزمان اعضای هیأت علمی در دانشگاه‌ها و شرکت‌های تجاری و دنیای کسب‌وکار صورت می‌گیرد. هر چند در بسیاری از مطالعات، کارآفرینی دانشگاهی هم‌تراز با تشکیل شرکت‌های انشعابی^۱ مبتنی بر فناوری و وابسته به دانشگاه (کسب‌وکارهای زایشی) معرفی شده است (Klofsten and Evans, 2000) و با این‌که چنین سازوکاری- در مقایسه با لیسانس‌دهی یا اعطای مجوز و امتیاز بهره‌برداری از دارایی‌های فکری به عنوان کوتاه‌ترین و ساده‌ترین گزینه برای تجاری‌سازی و کارآفرینی دانشگاهی- به دلیل شمول یکپارچه تمامی مؤلفه‌های یک فعالیت کارآفرینانه تمام عیار، در نوع خود شاخصی برجسته از کارآفرینی دانشگاهی، و به عبارتی پیچیده‌ترین و کارآفرینانه‌ترین نوع فعالیت‌های کارآفرینی دانشگاهی محسوب می‌شود، با اینحال سازوکارهای دیگری نیز برای کارآفرینی دانشگاهی مرسوم است (فکور و حاجی حسینی، ۱۳۸۷). در همین خصوص، کلارک (۲۰۰۴) در رد این پنداره که "دایرشدن شرکت‌های زایشی بیشتر، نشان دهنده کارآفرینانه‌تر بودن دانشگاه^۲ است"، تأکید نموده است که کارآفرینی‌گرایی در دانشگاه‌ها^۳ نایست هم‌تراز با تجاری‌سازی (از طریق کسب‌وکارهای انشعابی یا شرکت‌های زایشی) پنداشته شود.

1- Spin-off

2- More entrepreneurial university

3- Entrepreneurialism in universities

تعبیر متنوع صورت گرفته از کارآفرینی دانشگاهی روی هم رفته سه دیدگاه را بازتاب می‌دهند. نخستین دیدگاه مبین تضاد و تعارض بین کارآفرینی دانشگاهی و رویکرد سنتی دانشگاه است؛ از این رو کارآفرینی دانشگاهی به طور معمول در خارج از دانشگاه و فراسوی نقش‌های سنتی دانشگاه رخ می‌دهد (Louis et al., 1989; Klofsten and Jones-Evans, 2000; Laukkanen, 2003).

به طور کلی ضرورت حضور تمام وقت اعضای هیأت علمی در دانشگاه توأم با محدود کردن استانداردها و آیین‌نامه‌های شرح وظایف، برنامه زمان‌بندی هفتگی، تخصیص اعتبارات و ضوابط ارتقای حرفه‌ای اعضای هیأت علمی به تدریس، پژوهش، مدیریت امور اداری و دیگر امور غیرمرتبط و یا کمتر مرتبط با فعالیت کارآفرینانه در سطح دانشگاه، بازتاب نوعی حرفه‌گرایی دانشگاهی متعارف است. حرفه‌گرایی متعارف می‌تواند زمینه‌ساز تحقق انگاره برج‌عاج‌نشینی^۱ اعضای هیأت علمی مبتنی بر نوعی احساس اشرافیت دانشگاهی، مرزبندی دانشگاه با نهادهای دیگر (بازار، بخش خصوصی، صنعت، دولت و غیره)، انزوای و دوری‌گزیدن دانشگاهیان از نقش‌آفرینی مستقیم و عمل‌گرایانه در فرآیند توسعه پایدار جامعه خویش باشد. این رویکرد با ماهیت کارآفرینی دانشگاهی که نیازمند آزادی عمل، انعطاف‌پذیری، تعامل با محیط پیرامون و حضور ذهنی و عملی فعال در جامعه، درگیر شدن در ایده‌پردازی و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی و کسب‌وکار مبتنی بر ظرفیت‌های علمی و دانشگاهی، سیاست‌ها و مشوق‌های تسهیل‌گر و حمایتی و دیگر ملزومات اقدام کارآفرینانه در چارچوب حرفه دانشگاهی است، کمتر همساز و گاهی، ناهم‌ساز و تنش‌زا است. از این منظر، کارآفرینی دانشگاهی مستلزم گذار از حرفه‌گرایی متعارف به حرفه‌گرایی کارآفرینانه^۲ است که فراتر از نوعی چالش حرفه‌ای، مستلزم تحول یکپارچه نظام دانشگاهی در ابعاد مختلف سیاست‌ها و ضوابط، مشوق‌ها، برنامه‌ها و جهت‌گیری‌ها، ساختار، مدیریت و غیره است (شریف‌زاده و اسدی، ۱۳۸۹).

از دیدگاه دوم، کارآفرینی دانشگاهی بر ایجاد کسب‌وکارهای خطرپذیر جدید برپایه دارایی‌های فکری و علمی دانشگاه از طریق تجاری‌سازی نتایج تحقیقات دانشگاهی، انتقال فناوری و فعالیت‌های زایشی استوار است (Chrisman et al., 1995; O'Shea et al., 2004). دیدگاه سوم مبین برداشتی یکپارچه از کارآفرینی دانشگاهی بر پایه کارآفرینی شرکتی است و دربرگیرنده ایجاد، نوآوری و

1- Ivory-towering

2- Conventional professionalism to entrepreneurial professionalism

نوسازی راهبردی سازمانی است که ممکن است در داخل یا خارج دانشگاه صورت گیرد (Brennan et al., 2005; Brennan and McGowan, 2006).

کلوفستن و جونز-ایوانز (۲۰۰۰) هشت نوع مشخص از کارآفرینی دانشگاهی را برشمرده‌اند: مشاوره‌دهی، انعقاد قراردادهای تحقیقاتی، پروژه‌های علمی بزرگ مقیاس، تدریس در بیرون از دانشگاه، انجام آزمون، ثبت اختراع/لیسانس‌دهی، فعالیت‌های زایشی و فروش که برحسب میزان قرارداد بیرونی منعقد شده با صنعت از هم متمایز می‌شوند. در این خصوص، فکور (۱۳۸۸) تشکیل شرکت‌های انشعابی دانشگاهی را به‌عنوان یک فعالیت بارز کارآفرینی دانشگاهی، یکی از سازوکارهای رو به گسترش انتقال فناوری از دانشگاه و سازمان‌های تحقیقاتی معرفی نموده است که می‌تواند بیشترین بازگشت مالی را برای دارندگان فناوری به‌همراه داشته باشد و نقش مهمی را در توسعه اقتصادی محلی و ملی ایفا نماید.

کارآفرینی دانشگاهی به‌عنوان یکی از ابعاد یا رویکردهای برشمرده شده برای کارآفرینی در سطح دانشگاه، مبین پرداختن دانشگاه و اعضای هیأت علمی به فعالیت‌های تجاری است، که در قالب همکاری‌های دانشگاه و صنعت، سرمایه‌گذاری در شرکت‌های وابسته و برخاسته از دانشگاه، حمایت از شکل‌گیری و رشد کسب و کارها به کوشش دانشگاهیان و به‌صورتی وابسته به دانشگاه و فعالیت همزمان اعضای هیأت علمی در دانشگاه‌ها و شرکت‌های تجاری و دنیای کسبوکار صورت می‌گیرد (شریف‌زاده و اسدی، ۱۳۸۹). کارآفرینی مبتنی بر دانشگاه هم دربرگیرنده تجاری‌سازی (مانند خدمات مشاوره فعالیت‌های توسعه‌ای و ...) و هم کالاسازی (مانند حق اختراع، حق امتیاز، شرکت‌های تازه تأسیس متعلق به اعضای هیأت علمی یا دانشجویان) است (Jacob et al., 2003). هرچند در بسیاری از مطالعات، کارآفرینی دانشگاهی هم‌تراز با تشکیل شرکت‌های انشعابی مبتنی بر فناوری و وابسته به دانشگاه (کسب و کارهای زایشی) معرفی شده است (Klofeton and Evans, 2000).

به باور کریسمن و همکاران (۱۹۹۵)، دانشگاه‌ها ماشین رشد و توسعه و نه صرفاً موسسات یادگیری سطح عالی^۱ هستند و کارآفرینی دانشگاهی سازوکار موثری برای انتقال فناوری در جریان تعامل دانشگاه و صنعت به‌شمار می‌رود. از منظر آن‌ها کارآفرینی دانشگاهی عبارت است از ایجاد هر گونه کسب‌وکار مبتنی بر سرمایه‌گذاری خطرپذیر از سوی هر یک از کنشگران یا عاملان دانشگاه که

1- Institutions of higher learning

می‌تواند نه تنها در دانشکده‌های مهندسی و پزشکی، بلکه در دانشکده‌های علوم انسانی و هنرهای آزاد نیز رخ دهد. کریسمن و همکاران برای مقایسه سطح فعالیت‌های کارآفرینانه بین دانشکده‌های مختلف در سطح دانشگاه از واژه کارآفرینی دانشکده‌ای^۱ بهره گرفته‌اند. برنان و همکاران (۲۰۰۵) و برنان و مک‌گووان (۲۰۰۶) کارآفرینی دانشگاهی را بسان یک پدیده پیچیده به یکسری عناصر و مقوله‌های منطقی و مفهومی شکسته‌اند. با هم‌افزایی دیدگاه کارآفرینی شرکتی با الگوهای خلق دانش سازمانی، لایه‌های هستی‌شناختی و انواع دانش، چارچوبی برای این پدیده ارایه شده است که با برداشت سنتی از فرآیند کارآفرینی متفاوت است.

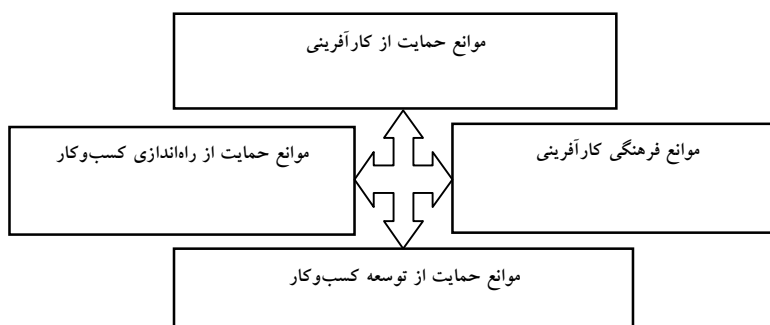
سیگل و رایت (۲۰۰۷)، تجاری‌سازی دانش در دانشگاه‌ها را مشتمل بر فعالیت‌های همانند ثبت دارایی‌های فکری، اعطای مجوز بهره‌برداری یا واگذاری حق امتیاز، همکاری‌های مشترک تحقیقاتی با شرکت‌ها و ایجاد کسب و کارهای انشعابی معرفی نموده‌اند و اظهار داشته‌اند که فعالیت‌های تجاری‌سازی را نمی‌توان به سادگی با ساختار و رویه‌های سنتی و متعارف دانشگاه‌ها تطبیق داد. بواقع نهادینه شدن یا به عبارت ساده‌جا افتادن و به بار نشستن کارآفرینی دانشگاهی نیازمند نوعی بازنگری در ساختار سازمانی و روش‌های کاری یا فرآیندهای دانشگاه و ظرفیت‌ها، قابلیت‌ها و مهارت‌های حرفه‌ای دانشگاهیان است. در غیر این صورت، تمرکز و جهت‌گیری کارآفرینانه یکی از مؤلفه‌های نظام دانشگاهی و عدم باز جهت‌دهی متوازن و همساز دیگر مؤلفه‌ها، منجر به اصطکاک، هرزروی منابع و نیروها، ناپایداری و عدم یکپارچگی فعالیت‌ها و نوعی تناقض چندگانه ساختاری (تشکیلات سازمانی و مناسبات نهادی)، فرآیندی (رویه‌های مدیریتی و اداری)، کارکردی (فعالیت‌ها و وظایف حرفه‌ای مورد انتظار از اعضای هیأت علمی) و دستاوری (نتایج و پیامدهای مورد انتظار) می‌شود، به گونه‌ای که نه تنها کارآفرینی دانشگاهی به بار نمی‌نشیند، بلکه کارکردها و رویه‌های متعارف دانشگاه نیز معطل می‌ماند و در نتیجه، نظام دانشگاه با از دست دادن وحدت رویه مؤلفه‌های شاکله، دچار وضعیتی آشوبناک می‌شود. لاندری و همکاران (۲۰۰۶)، معتقدند سه ساز و کار عمده‌ای که از دانشگاه‌ها برای انتقال دانش به کار می‌گیرند عبارتند از: انتشار دانش از طریق کنفرانس‌ها و انتشارات علمی، آموزش نیروی کار ماهر و تجاری‌سازی دانش نیز دارای ساز و کارهای متفاوتی همچون فعالیت‌های مشاوره‌ای، قراردادهای تحقیقاتی با صنعت، ثبت رسانی و تشکیل شرکت‌های انشعابی است. جاکوب و همکاران

(۲۰۰۳)، از اصطلاح "کارآفرینی مبتنی بر دانشگاه" استفاده کرده‌اند که پیوند معنایی و مفهومی نزدیکی با کارآفرینی در سطح دانشگاه دارد. آن‌ها کارآفرینی مبتنی بر دانشگاه شامل یکسری فعالیت‌های تجاری‌سازی، از قبیل ارائه خدمات مشاوره‌ای، ثبت پتنت، لیسانس‌دهی و تأسیس شرکت‌های نوپای متعلق به دانشجویان و اساتید و ارائه دوره‌های آموزشی برای متقاضیان می‌شود و نتیجه می‌گیرند، که کارآفرینی دانشگاهی به مفهوم تجاری‌سازی دانش به روش‌های مختلف مورد استفاده دانشگاهیان است. آروویو- وازکویز و همکاران (۲۰۰۸) برای تدوین یک چارچوب روشن برای ارایه خدمات حمایتی برای کارآفرینی دانشگاهی، الگویی را تحت عنوان فرآیند "تشویق کارآفرینی و حمایت از توسعه فعالیت‌های تجاری" در دانشگاه ارایه نموده‌اند. این الگو که به نوعی بر مفهوم فرهنگ کارآفرینانه استوار است، از دو بعد یا جهت‌گیری عمده برخوردار است. نخست، ترغیب و تشویق کارآفرینی است که به شکل‌دهی فرهنگ کارآفرینانه در بین دست‌اندرکاران امر و ترغیب فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی در زمینه کارآفرینی و حوزه‌های مرتبط می‌پردازد. بعد دوم عبارت است از حمایت از توسعه فعالیت‌های تجاری که در قالب فرآیند بررسی و شناسایی فرصت، توسعه فرصت، راه‌اندازی و رشد کسب‌وکار متبلور می‌شود. با تلفیق این دو بعد در فرآیند "تشویق کارآفرینی و حمایت از توسعه فعالیت‌های تجاری" می‌توان به یکپارچگی و هم‌افزایی لازم در سطح و بیرون دانشگاه بر مبنای یک درک و برداشت سیستمی از فرآیند امور دست یافت. ارایه‌دهندگان این الگو بر این باورند فرآیند حمایت از کارآفرینی در سطح دانشگاه نباید صرفاً به انتقال فناوری به شیوه‌ای تجاری از طریق راه‌اندازی شرکت‌های انشعابی یا زایشی محدود شود. راییت و همکاران (۲۰۰۴)، در بررسی موانع کارآفرینی دانشگاهی از طریق ایجاد شرکت‌های انشعابی، برای توصیف فقدان منابع مالی موردنیاز برای توسعه و انتقال تجاری فناوری، از اصطلاح "شکاف مالی"، و برای توصیف فقدان دانش مهارت در زمینه فعالیت‌های تجاری و راه‌اندازی و اداره کسب‌وکار، از اصطلاح "شکاف دانش" استفاده کرده و این دو شکاف را از عوامل عمده عدم گرایش دانشگاهیان به فعالیت تجاری می‌دانند. بنابراین دانشگاه‌ها هم باید به رفع نیازها و پوشاندن شکاف مالی مربوط به فعالیت‌های تجاری‌سازی دانش مبادرت کرده و هم به ایجاد و توسعه قابلیت‌ها و مهارت‌های کسب و کار موردنیاز برای فعالیت‌های انتقال فناوری توجه داشته باشند. این امر ممکن است موجب افزایش کارایی و کاهش هزینه‌های دانشگاه شود.

شریف‌زاده و همکاران (۱۳۸۸) در تحقیقی با عنوان طراحی و تبیین الگوی عوامل مؤثر بر کارآفرینی دانشگاهی در دانشگاه پیام‌نور سه دسته عوامل ساختاری (ارگانیک بودن ساختار، ساختار علمی، گستردگی قلمرو، امور آموزشی، پژوهشی، مالی و اداری)، عوامل محتوایی (چشم‌انداز و رسالت، اهداف و راهبرد، فرهنگ سازمانی، ویژگی‌های فردی، تفکر رهبری و فناوری) و عوامل زمینه‌ای (اجتماعی- فرهنگی و شبکه‌های نوآوری) را معرفی نموده‌اند. قناتی و همکاران (۱۳۸۹) با بررسی فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در دانشگاه تهران به این نتیجه رسیده‌اند که فرهنگ سازمانی کارآفرینانه دانشگاه تهران در وضعیت مطلوبی قرار ندارد. تنها دو بعد تفریح و سرگرمی، و ارزش‌مندی کار در وضعیت مطلوب بوده و سایر ابعاد فرهنگ سازمانی کارآفرینانه شامل جسارت، تحمل انحراف خلاق، آینده‌نگری جسورانه، خطرپذیری، ارتباط باز، همکاری و تشریک مساعی، نوآوری پیشگام، تحمل شنیدن اظهارنظرهای مخالف در وضعیت نامطلوب هستند. پورعزت و همکاران (۱۳۸۹). در تحقیقی با هدف تبیین بازدارنده‌های کارآفرینی دانشگاهی و تجاری‌سازی دانش در دانشگاه تهران به این نتیجه رسیده‌اند که عمده‌ترین بازدارنده‌های مزبور به شرح زیر است: بورکراسی و عدم انعطاف سیستم مدیریت دانشگاه، ضعف ارتباطات و فقدان شبکه‌های ارتباطی میان سرمایه‌گذاران، فعالان صنعت و دانشگاهیان، تفاوت فرهنگی صنعت و دانشگاه، قوانین ضعیف حفاظت از دارایی‌های فکری در سطح ملی، وابستگی دانشگاه به بودجه دولتی، ضعف اطلاعات دانشگاهیان درباره نیازها و اولویت‌های کسب‌وکار و عدم احساس نیاز و فقدان انگیزه در دانشگاه برای تجاری‌سازی دانش برشمرده شده است. مدهوشی و بخشی (۱۳۸۲)، با بررسی بازدارنده‌های کارآفرینی در دانشگاه مازندران به این نتیجه رسیده‌اند که بازدارنده‌های داخلی (تصمیمات نامناسب مدیریت عالی در انتصاب و انتخاب مدیران، عدم تفویض اختیار کافی به مدیران زیر دست، و دوگانگی و تعدد اهداف) بیشترین تأثیر منفی را در ایجاد کارآفرینی سازمانی در دانشگاه مازندران داشته‌اند و بازدارنده‌های محیطی (فقدان رقابت، نداشتن اختیار سیاست‌گذاری و تعیین مأموریت توسط مدیران، وجود گروه‌های ذینفع متعدد) در این زمینه کمترین نقش بازدارنده را در دانشگاه مازندران داشته‌اند. از بین بازدارنده‌های داخلی، "تصمیمات نامناسب مدیران عالی در انتصاب و انتخاب مدیران زیردست" و از بین بازدارنده‌های منتجی، "متغیر فرهنگی- اجتماعی" و از بین بازدارنده‌های محیطی نیز "فقدان رقابت"، بیشترین تأثیر منفی را بر کارآفرینی دانشگاه نهاده‌اند. سعیدی (۱۳۸۷) با بررسی ارتباط بودجه و توسعه کارآفرینی دانشگاهی، وجود سرمایه به سه شکل بودجه، نیروی انسانی و امکانات و تجهیزات را برای توسعه کارآفرینی دانشگاهی مؤثر قلمداد نموده است. طالبی و زارع یکتا (۱۳۸۷) در مطالعه‌ای با عنوان

آموزش کارآفرینی دانشگاهی و نقش آن در ایجاد و توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط دانش‌بنیان به این نتیجه رسیده‌اند که کارآفرینی دانشگاهی می‌تواند نقش مهمی در ایجاد و توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط دانش‌بنیان داشته باشد. از این رو فراهم‌سازی بستری هموار برای شکل‌گیری رفتار کارآفرینی دانشگاهی به‌صورتی ساختاریافته، نیازمند شناسایی و تقویت عوامل پیشبرنده یا تسهیلگر از یک سو و شناسایی و رفع بازدارنده‌ها از سوی دیگر است. فکور و حاجی‌حسینی (۱۳۸۷)، در تحقیقی که پیرامون کارآفرینی دانشگاهی و تجاری‌سازی نتایج تحقیقات در دانشگاه‌های ایران، به بررسی عوامل تأثیرگذار در رویکرد دانشگاه‌ها به دانشگاه کارآفرین و تعریف مفهوم دانشگاه کارآفرین به مصادیق فعالیت‌های کارآفرینی دانشگاهی پرداخته‌اند. نتایج حاصله از این مطالعه نشان می‌دهد که در دانشگاه‌های مورد پژوهش، انجام تحقیقات مشترک و عقد قرارداد با صنعت از وضعیت تثبیت شده‌ای برخوردار بوده و به ثبت و حفاظت حقوقی از نتایج تحقیقات به تازگی توجه شده است. ولی دیگر فعالیت‌ها نظیر لیسانس‌دهی و انتقال حقوق مالکیت نتایج تحقیقات و تشکیل شرکت‌های انشعابی دانشگاهی هنوز رایج نیستند.

در صورتی که دانشگاه یک نظام اجتماعی تصور شود، فرآیند حمایت از کارآفرینی می‌بایست به تأمین سرمایه‌ها و منابع موردنیاز برای فعالیت‌های کارآفرینانه منجر شود. با ترسیم پیوندها بین مؤلفه‌های مختلف شاکله این فرآیند، و تعیین کارکردها و مخاطبان می‌توان به یک الگوی یکپارچه دست یافت (شریفی و همکاران، ۱۳۹۲؛ ۱۳۹۳؛ ۱۳۹۴). در ادامه با مبنا قرار دادن چنین الگویی (شکل ۱) و با تلفیق یافته‌های مطالعات مورد استناد، الگوی زیر به‌عنوان چارچوب مفهومی این تحقیق به منظور تبیین بازدارنده‌های کارآفرینی دانشگاهی در دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان تدوین شده است.



شکل ۱- چارچوب مفهومی بازدارنده‌های کارآفرینی دانشگاهی.

روش تحقیق

این تحقیق به لحاظ پارادایم روش‌شناسی جزو تحقیقات کمی است و از نظر هدف، کاربردی، از لحاظ رویکرد، توصیفی و به لحاظ راهبرد تحقیق به صورت پیمایشی صورت گرفته است. جامعه آماری تحقیق حاضر را اعضای هیأت علمی دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان تشکیل داده است (N=120). حجم نمونه بر اساس جدول تعیین حجم نمونه کرجسی و مورگان^۱، ۹۲ نفر تعیین شد. برای انتخاب نمونه‌ها از تکنیک نمونه‌گیری طبقه‌بندی شده (دانشکده‌ها به‌عنوان طبقات) بهره گرفته شده است. ابزار اصلی تحقیق پرسش‌نامه‌ای بوده است که با توجه به اهداف و پرسش‌های تحقیق، تدوین شد. پرسشنامه تحقیق دارای چند بخش اصلی، شامل اطلاعات فردی پاسخگویان، موانع کارآفرینی دانشگاهی (به تفکیک چهار مؤلفه) روایی ظاهری و محتوایی ابزار تحقیق با استفاده از نظرات تعدادی از استادان و صاحب‌نظران حوزه کارآفرینی و پس از دریافت نظرات، اقدامات اصلاحی در پرسشنامه تأمین شد. برای پایایی ابزار تحقیق از روش آلفای کرونباخ استفاده شد. ضریب آلفای کرونباخ به تفکیک چهار مؤلفه موانع کارآفرینی دانشگاه، شامل حمایت از کارآفرینی، حمایت از راه‌اندازی کسب‌وکار، حمایت از توسعه کسب‌وکار و فرهنگ کارآفرینی پس از حذف گویه‌های ناهم‌ساز به ترتیب ۰/۷۶، ۰/۷۱، ۰/۸۰ و ۰/۸۳ محاسبه گردید که مبین پایایی قابل قبول پرسشنامه مورد استفاده است. پس از تکمیل پرسشنامه‌ها به صورت مصاحبه حضوری، داده‌های کدگذاری شده با استفاده از نسخه ۱۶ نرم‌افزار SPSS تحلیل شد.

بازدارنده‌های کارآفرینی دانشگاهی در دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان: بازدارنده‌های کارآفرینی شناسایی شده بر حسب چارچوب مفهومی به تفکیک چهار مؤلفه در جدول‌های ۱، ۲، ۳ و ۴ ارائه شده است. لازم به ذکر است برای اولویت‌بندی بازدارنده‌های مزبور بر حسب ضریب تغییرات اقدام شده است. چنانچه از یافته‌های مندرج در جدول (۱) بر می‌آید، بازدارنده‌های کارآفرینی دانشگاهی در دانشگاه مورد مطالعه را می‌توان بدین شرح دسته‌بندی نمود: تمرکز غالب بر تدریس و پژوهش و عدم پرداختن به اقدامات کارآفرینانه؛ نبود حمایت‌های تشویقی مناسب از اقدامات کارآفرینانه اعضای هیأت علمی؛ عدم تلفیق کارآفرینی در سیاست‌ها، راهبردها و چشم‌انداز کلان دانشگاه؛ ناکافی بودن سهم استادان از درآمدهای حاصل از تجاری‌سازی دانش؛ عدم در نظر گرفتن فعالیت‌های کارآفرینانه در شرح

1- Krejcie and Morgan, 1970

نشریه کارآفرینی در کشاورزی (۳)، شماره (۳) پاییز ۱۳۹۵

وظایف و ارتقای شغلی اعضای هیأت علمی؛ نبود قوانین و مقررات در سطح دانشگاه برای حفظ دارایی‌های فکری اعضای هیأت علمی؛ عدم آشنایی پژوهشگران دانشگاه با تجاری‌سازی یافته‌های تحقیقاتی؛ و عدم شناخت و آگاهی بهنگام اعضای هیأت علمی از فرصت‌های کسب‌وکار در قلمرو فعالیت خویش؛ عدم دسترسی به آموزشگر و متخصص کارآفرینی در سطح دانشگاه؛ و عدم آگاهی بهنگام اعضای هیأت علمی از نیازهای پژوهش و فناوری جامعه.

جدول ۱- توصیف موانع کارآفرینی دانشگاهی: مؤلفه حمایت از کارآفرینی.

اولویت	ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین	موانع
۱	۰/۲۱۹	۰/۹۰۶	۴/۱۴	تمرکز غالب بر تدریس و پژوهش و عدم پرداختن به اقدامات کارآفرینانه
۳	۰/۲۵۷	۰/۹۹۹	۳/۸۹	عدم تلفیق کارآفرینی در سیاست‌ها، راهبردها و چشم‌انداز کلان دانشگاه
۲	۰/۲۵۵	۰/۹۵۸	۳/۷۶	نبود حمایت‌های تشویقی مناسب از اقدامات کارآفرینانه اعضای هیأت علمی
۶	۰/۲۸۲	۱/۰۴۰	۳/۶۹	نبود قوانین و مقررات در سطح دانشگاه برای حفظ دارایی‌های فکری اعضای هیأت علمی
۵	۰/۲۷۷	۱/۰۰۴	۳/۶۲	عدم در نظر گرفتن فعالیت‌های کارآفرینانه در شرح وظایف و ارتقای شغلی اعضای هیأت علمی
۴	۰/۲۷۰	۰/۹۶۸	۳/۵۸	ناکافی بودن سهم استادان از درآمدهای حاصل از تجاری‌سازی دانش
۷	۰/۳۱۸	۱/۰۹۲	۳/۴۳	عدم آشنایی پژوهشگران دانشگاه با تجاری‌سازی یافته‌های تحقیقاتی
۹	۰/۳۳۵	۱/۱۰۸	۳/۳۱	عدم دسترسی به آموزشگر و متخصص کارآفرینی در سطح دانشگاه
۸	۰/۳۲۳	۱/۰۴۱	۳/۲۲	عدم شناخت و آگاهی بهنگام اعضای هیأت علمی از فرصت‌های کسب وکار در قلمرو فعالیت خویش
۱۰	۰/۳۷۴	۱/۱۵۵	۳/۰۹	عدم آگاهی بهنگام اعضای هیأت علمی از نیازهای پژوهش و فناوری جامعه

بر اساس یافته‌های مندرج در جدول (۲)، بازدارنده‌های کارآفرینی دانشگاهی مرتبط با مؤلفه حمایت از راه‌اندازی کسب‌وکار را می‌توان به‌ترتیب زیر اولویت‌بندی نمود: عدم دسترسی اعضای هیأت علمی دانشگاه به تشکیلاتی همانند مرکز رشد، پارک علم و فناوری در سطح منطقه برای فعالیت‌های کارآفرینانه؛ عدم سرمایه‌گذاری و همکاری پژوهشی و فناوری مشترک دانشگاه با سایر دستگاه‌ها؛ عدم برخورداری اعضای هیأت علمی از مهارت‌های کارآفرینی و توسعه کسب وکار؛ نبود

اعتبار یا تأمین مالی مناسب برای اقدامات کارآفرینانه اعضای هیأت علمی از سوی دانشگاه؛ نبود سازوکاری منظم برای بازاریابی محصولات علمی اعضای هیأت علمی؛ دشواری ثبت اختراع و واگذاری امتیاز آن توسط اعضای هیأت علمی؛ کیفیت پایین دانش و فناوری تولید شده در دانشگاه و غیرقابل عرضه بودن آن به بازار به شیوه تجاری؛ نبود حمایت مناسب دستگاه‌های اجرایی از فعالیت کارآفرینانه اعضای هیأت علمی با دادن امتیاز ویژه؛ و دشواری اعضای هیأت علمی برای تأمین منابع سرمایه‌گذاری برای فعالیت‌های کارآفرینانه.

جدول ۲- توصیف موانع کارآفرینی دانشگاهی: مؤلفه حمایت از راه‌اندازی کسب‌وکار.

اولویت	ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین	موانع
۸	۰/۷۲۲	۳/۰۸۵	۴/۲۷	نبود حمایت مناسب دستگاه‌های اجرایی از فعالیت کارآفرینانه اعضای هیأت علمی با دادن امتیاز ویژه
۹	۰/۷۸۸	۳/۳۱۲	۴/۲۰	دشواری اعضای هیأت علمی برای تأمین منابع سرمایه‌گذاری برای فعالیت‌های کارآفرینانه
۱	۰/۲۱۸	۱/۸۵۵	۳/۹۲	عدم دسترسی اعضای هیأت علمی دانشگاه به تشکیلاتی همانند مرکز رشد، پارک علم و فناوری در سطح منطقه برای فعالیت‌های کارآفرینانه
۲	۰/۲۴۲	۱/۹۳۳	۳/۸۶	عدم سرمایه‌گذاری و همکاری پژوهشی و فناوری مشترک دانشگاه با سایر دستگاه‌ها
۵	۰/۲۸۵	۱/۰۷۸	۳/۷۸	نبود سازوکاری منظم برای بازاریابی محصولات علمی اعضای هیأت علمی (کتاب، نمونه‌های اولیه، اختراع و...)
۴	۰/۲۸۱	۱/۰۵۶	۳/۷۶	نبود اعتبار یا تأمین مالی مناسب برای اقدامات کارآفرینانه اعضای هیأت علمی از سوی دانشگاه
۳	۰/۲۶۱	۰/۸۷۲	۳/۳۴	عدم برخورداری اعضای هیأت علمی از مهارت‌های کارآفرینی و توسعه کسب‌وکار
۷	۰/۳۳۰	۰/۹۸۹	۳/۰۰	کیفیت پایین دانش و فناوری تولید شده در دانشگاه و غیر قابل عرضه بودن آن به بازار به شیوه تجاری
۶	۰/۲۹۳	۰/۸۷۲	۲/۹۸	دشواری ثبت اختراع و واگذاری امتیاز آن توسط اعضای هیأت علمی

نشریه کارآفرینی در کشاورزی (۳)، شماره (۳) پاییز ۱۳۹۵

بر اساس یافته‌های مندرج در جدول (۳)، بازدارنده‌های کارآفرینی دانشگاهی مرتبط با مؤلفه حمایت از توسعه کسب و کار را می‌توان به ترتیب زیر اولویت‌بندی نمود: دسترسی نامناسب اعضای هیأت علمی به خدمات فنی موردنیاز برای انجام فعالیت‌های کارآفرینانه در سطح منطقه؛ عدم وجود فرآیند و رویه‌ای تعریف شده برای تجاری‌سازی یافته‌های تحقیقاتی به صورت اعطای مجوز یا راه‌اندازی شرکت‌های انشعابی دانشگاهی؛ نبود تعریف و معیار مناسب برای فعالیت‌های کارآفرینانه اعضای هیأت علمی؛ محدود بودن ظرفیت بخش خصوصی به لحاظ فرصت‌های کارآفرینی و کسب و کار مرتبط با فعالیت اعضای هیأت علمی در سطح منطقه؛ عدم دسترسی مناسب به منابع و زیرساخت‌های تحقیقاتی موردنیاز در سطح دانشگاه؛ عدم استقرار یک واحد اداری منسجم در سطح دانشگاه برای مدیریت تجاری‌سازی تحقیقات و هدایت کارآفرینی اعضای هیأت علمی؛ عدم آشنایی پژوهشگران دانشگاه با مهارت‌های کسب و کار؛ و عدم تقاضا برای فعالیت‌های کارآفرینانه اعضای هیأت علمی رشته در سطح منطقه.

جدول ۳- توصیف موانع کارآفرینی دانشگاهی: مؤلفه حمایت از توسعه کسب و کار.

اولویت	ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین	موانع
۲	۰/۲۴۴	۰/۹۴۸	۳/۸۹	عدم وجود فرآیند و رویه‌ای تعریف شده برای تجاری‌سازی یافته‌های تحقیقاتی به صورت اعطای مجوز (لیسانس‌دهی) یا راه‌اندازی شرکت‌های انشعابی دانشگاهی
۱	۰/۲۰۶	۰/۷۹۲	۳/۸۴	دسترسی نامناسب اعضای هیأت علمی به خدمات فنی موردنیاز برای انجام فعالیت‌های کارآفرینانه در سطح منطقه
۳	۰/۲۵۶	۰/۹۶۴	۳/۷۶	نبود تعریف و معیار مناسب برای فعالیت‌های کارآفرینانه اعضای هیأت علمی
۴	۰/۲۶۹	۰/۹۹۴	۳/۷۰	محدود بودن ظرفیت بخش خصوصی به لحاظ فرصت‌های کارآفرینی و کسب و کار مرتبط با فعالیت اعضای هیأت علمی در سطح منطقه
۶	۰/۲۷۴	۱/۰۰۷	۳/۶۷	ضعف واحد اداری منسجم در سطح دانشگاه برای مدیریت تجاری‌سازی تحقیقات و هدایت فعالیت‌های کارآفرینانه اعضای هیأت علمی
۵	۰/۲۷۳	۰/۹۸۴	۳/۶۰	عدم دسترسی مناسب به منابع و زیرساخت‌های تحقیقاتی موردنیاز در سطح دانشگاه
۷	۰/۲۸۸	۰/۹۸۹	۳/۴۳	عدم آشنایی پژوهشگران دانشگاه با مهارت‌های کسب و کار
۸	۰/۳۲۷	۱/۱۱۵	۳/۴۱	عدم تقاضا برای فعالیت‌های کارآفرینانه اعضای هیأت علمی رشته در سطح منطقه

بر اساس یافته‌های مندرج در جدول (۴)، بازدارنده‌های کارآفرینی دانشگاهی مرتبط با مؤلفه فرهنگ کارآفرینی را می‌توان به ترتیب زیر اولویت‌بندی نمود: عدم حضور اعضای هیأت علمی کارآفرین در رشته‌های مختلف در سطح دانشگاه به‌عنوان الگو؛ عدم طرح مباحث کارآفرینی در سطح دانشگاه در بین اعضای هیأت علمی و مدیران؛ عدم درک مناسب اعضای هیأت علمی و مدیران دانشگاه از موضوع و اهمیت کارآفرینی دانشگاهی؛ عدم ارج نهادن و بهره‌گیری مدیران دانشگاه از ایده‌های خلاق مطرح شده توسط اعضای هیأت علمی، کارکنان و دانشجویان؛ حاکم بودن نگرش تناقض کارعلمی با فعالیت کارآفرینی و کسب و کار؛ عدم احساس نیاز و فقدان انگیزه اعضای هیأت علمی به تجاری‌سازی یافته‌های تحقیقاتی؛ عدم رقابت سالم بین اعضای هیأت علمی؛ و نگرش منفی پژوهشگران دانشگاه با تجاری‌سازی یافته‌های تحقیقاتی.

جدول ۴- توصیف موانع کارآفرینی دانشگاهی: مؤلفه فرهنگ کارآفرینی.

اولویت	ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین	موانع
۱	۰/۲۵۸	۰/۹۶۲	۳/۷۳	عدم حضور اعضای هیأت علمی کارآفرین در رشته‌های مختلف در سطح دانشگاه به‌عنوان الگو
۲	۰/۲۵۹	۰/۹۵۸	۳/۷۰	عدم طرح مباحث کارآفرینی در سطح دانشگاه در بین اعضای هیأت علمی و مدیران
۳	۰/۳۰۵	۱/۰۳۹	۳/۴۱	عدم درک مناسب اعضای هیأت علمی و مدیران دانشگاه از موضوع و اهمیت کارآفرینی دانشگاهی
۵	۰/۳۳۴	۱/۰۸۶	۳/۲۵	حاکم بودن نگرش تناقض کارعلمی با فعالیت کارآفرینی و کسب و کار (عدم تلقی فعالیت کارآفرینانه به‌عنوان یک کار حرفه‌ای)
۶	۰/۳۶۴	۱/۱۸۰	۳/۲۴	عدم احساس نیاز و فقدان انگیزه اعضای هیأت علمی به تجاری‌سازی یافته‌های تحقیقاتی
۴	۰/۳۱۳	۱/۰۰۲	۳/۲۰	عدم ارج نهادن و بهره‌گیری مدیران دانشگاه از ایده‌های خلاق مطرح شده توسط اعضای هیأت علمی، کارکنان و دانشجویان
۸	۰/۳۷۶	۱/۱۸۹	۳/۱۶	نگرش منفی پژوهشگران دانشگاه با تجاری‌سازی یافته‌های تحقیقاتی
۷	۰/۳۷۳	۱/۰۸۲	۲/۹۰	عدم رقابت سالم بین اعضای هیأت علمی

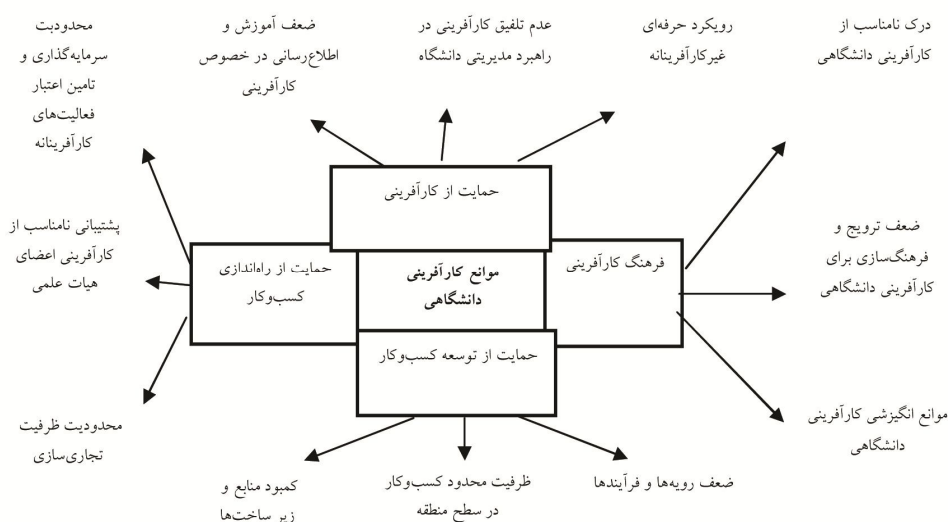
در جدول (۵) مؤلفه‌های تبیین‌کننده موانع کارآفرینی دانشگاهی بر حسب میانگین کلی احراز شده به ترتیب اولویت‌بندی شده است.

نشریه کارآفرینی در کشاورزی (۳)، شماره (۳) پاییز ۱۳۹۵

جدول ۵- اولویت بندی مؤلفه‌های تبیین کننده موانع کارآفرینی دانشگاهی.

رتبه	میانگین	مؤلفه‌های کارآفرینی دانشگاهی
۱	۳/۶۷	حمایت از راه‌اندازی کسب و کار
۲	۳/۶۶	حمایت از توسعه کسب و کار
۳	۳/۵۷	حمایت از کارآفرینی
۴	۳/۳۲	فرهنگ کارآفرینی

ساختار مفهومی بازدارنده‌های کارآفرینی دانشگاهی: به‌منظور دستیابی به ساختار مناسبی از مؤلفه‌های مفهومی زیربنایی بازدارنده‌های کارآفرینی دانشگاهی به گروه‌بندی آن‌ها بر حسب مضمون مشترک اقدام شده است. سپس برای هر گروه نام متناسب با مضمون مشترک هر مؤلفه اقدام شده است. در شکل (۲) با یکپارچه‌سازی عوامل مستخرج از هر مؤلفه، به بسط مفهومی الگوی نظری تحقیق اقدام شده است.



شکل ۲- الگوی مفهومی نمایای بازدارنده‌های کارآفرینی دانشگاهی در دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان.

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج ارزیابی بازدارنده‌های کارآفرینی دانشگاهی در دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان حاکی از بالا بودن میانگین این بازدارنده‌ها در دانشگاه مورد مطالعه است. بر اساس نتایج مطالعه، مؤلفه‌های نمایای بازدارنده‌های کارآفرینی دانشگاهی را می‌توان به شرح زیر اولویت‌بندی نمود: (۱) حمایت از راه اندازی کسب و کار، (۲) حمایت از توسعه کسب‌وکار، (۳) حمایت از کارآفرینی و (۴) فرهنگ کارآفرینی.

دسته‌بندی مفهومی مؤلفه‌های چهارگانه بازدارنده‌های کارآفرینی دانشگاهی روی‌همرفته به استخراج ۱۲ مؤلفه مفهومی منجر شده است. بر این اساس، حمایت از راه‌اندازی کسب‌وکار در دانشگاه با محدودیت‌های اساسی، شامل محدودیت سرمایه‌گذاری و تأمین اعتبار برای فعالیت‌های کارآفرینانه، محدودیت ظرفیت تجاری‌سازی و پشتیبانی نامناسب از کارآفرینی اعضای هیأت علمی روبرو است. این نتایج با یافته‌های تحقیق شین (۲۰۰۴) و روثرمل و همکاران (۲۰۰۷) مشابهت دارد آن‌ها به خط مشی‌ها، قوانین و مقررات، قوانین و سیاست‌های اعمال شده و آزادی عمل دانشگاهیان برای ورود به عرصه کسب‌وکار و چگونگی واگذاری امتیاز استفاده از دارایی‌های فکری و ... به‌عنوان عوامل اثرگذار در حمایت از کارآفرینی دست یافتند. چنانچه پیشتر برخی محققان (Blumenthal et al., 1996; Bains, 2005; Coupe, 2003; Debackere and Veugelers, 2005) اشاره نموده‌اند، برای ایجاد تحول در دانشگاه و حرکت به سمت کارآفرینی دانشگاهی نیازمند چشم‌انداز مطلوب و آرمانی است و این تحول با مشارکت همه اعضای هیأت علمی به نتیجه می‌رسد این مشارکت با وضع قوانین و مقررات در جهت حفظ دارایی‌های فکری، ایجاد سیستم پاداش‌دهی به اقدامات کارآفرینانه و کافی بودن سهم استادان از درآمد فعالیت‌های کارآفرینی دانشگاهی تقویت خواهد شد.

بازدارنده‌های اصلی در خصوص حمایت از توسعه کسب‌وکار در دانشگاه، شامل ضعف رویه‌ها و فرآیندها، ظرفیت محدود کسب‌وکار در سطح منطقه و کمبود منابع و زیر ساخت‌ها می‌باشد. در همین خصوص، شریف‌زاده و همکاران (۱۳۸۸) به عوامل زمینه‌ای (اجتماعی- فرهنگی و شبکه‌های نوآوری)، پورعزت و همکاران (۱۳۸۹) به ضعف ارتباطات و فقدان شبکه‌های ارتباطی میان سرمایه‌گذاران، فعالان صنعت و دانشگاهیان، تفاوت فرهنگی صنعت و دانشگاه، و قوانین ضعیف حفاظت از دارایی‌های فکری در سطح ملی اشاره نموده‌اند. با توجه به این یافته‌ها می‌توان نتیجه گرفت کارآفرینی دانشگاهی یک فرآیند و رفتار است که عناصری بهم پیوسته نظیر تلفیق کارآفرینی در

چشم‌انداز و رسالت دانشگاه، هدف‌گذاری و تدوین راهبرد مناسب در سطح دانشگاه، تعهد و حمایت مدیریت دانشگاه از کارآفرینی اعضای هیأت علمی، شکل‌دهی یک فرهنگ سازمانی کارآفرینانه، وجود الگوهای نقش برای کارآفرینی اعضای هیأت علمی، برخورداری کارآفرینان از ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای لازم را شامل می‌شود. عناصر برشمرده شده نه به صورتی مجزا، بلکه به صورتی یکپارچه و در چارچوبی نهادمند تبلور می‌یابد. کارآفرینی اعضای هیأت علمی نیازمند وجود تشکیلات و ساختار مناسب برای اجرای مناسب امور علمی، آموزشی، پژوهشی، اداری، مالی، و نیز وجود تشکیلات خاص و مراکز تحت پوشش دانشگاه برای کانالیزه کردن تعامل کارآفرینانه اعضای هیأت علمی به محیط پیرامون در قالب شبکه‌های نوآوری است (فکور و حاجی حسینی، ۱۳۸۷).

طبق نتایج، روند حمایت از کارآفرینی در سطح دانشگاه با بازدارنده‌های اساسی نظیر ضعف آموزش و اطلاع‌رسانی در خصوص کارآفرینی دانشگاهی، رویکرد حرفه‌ای غیرکارآفرینانه و عدم تلفیق کارآفرینی در راهبرد مدیریتی دانشگاه روبرو می‌باشد. در همین ارتباط، رایت و همکاران (۲۰۰۴) "شکاف مالی" و "شکاف دانش"، شریف‌زاده و همکاران (۱۳۸۸) عوامل ساختاری (ارگانیک بودن ساختار، ساختار علمی، گستردگی قلمرو، امور آموزشی، پژوهشی، مالی و اداری)، پورعزت و همکاران (۱۳۸۹) بورکراسی و عدم انعطاف سیستم مدیریت دانشگاه، وابستگی دانشگاه به بودجه دولتی، ضعف اطلاعات دانشگاهیان درباره نیازها و اولویت‌های کسب‌وکار، مدهوشی و بخشی (۱۳۸۲) تصمیمات نامناسب مدیریت عالی در انتصاب و انتخاب مدیران، عدم تفویض اختیار کافی به مدیران زیر دست، و دوگانگی و تعدد اهداف، و سعیدی (۱۳۸۷) عوامل بودجه‌ای را مؤثر قلمداد نموده‌اند.

بخشی از بازدارنده‌های کارآفرینی دانشگاهی در دانشگاه مورد مطالعه نیز به فرهنگ کارآفرینی بر می‌گردد. عمده این بازدارنده‌ها عبارتند از بازدارنده‌های انگیزشی، درک نامناسب از کارآفرینی دانشگاهی و ضعف ترویج و فرهنگ‌سازی برای کارآفرینی دانشگاهی. در همین راستا، در برخی تحقیقات پیشین، عواملی همانند ضعف فرهنگ سازمانی کارآفرینانه (قناتی و همکاران، ۱۳۸۹)، عدم احساس نیاز و فقدان انگیزه در دانشگاه برای تجاری‌سازی دانش (پورعزت و همکاران، ۱۳۸۹)، عوامل فرهنگی-اجتماعی و فقدان رقابت (مدهوشی و بخشی، ۱۳۸۲) به‌عنوان بازدارنده‌های فرهنگی کارآفرینی دانشگاهی برشمرده است. همچنین، لویس و همکاران (۲۰۰۱، ۱۹۸۹)، دریافته‌اند هنجارهای حاکم در محیط‌های دانشگاهی، از جمله نگرش و رفتارهای مدیران مافوق یا نظر استادان یا روسای واحدهای مختلف دانشگاه که کارآفرینی را تشویق نمی‌کنند، مانع فعالیت اعضای هیأت علمی

در قالب کسب و کارهای انشقاقی می‌شوند. در فرایند تحول دانشگاه فرهنگ سازمانی می‌تواند هم به عنوان مانع و هم تسهیل کننده مطرح باشد برای جلب مشارکت اعضای دانشگاه و ایجاد اثر بخشی در فعالیت‌های کارآفرینی دانشگاهی می‌بایست فرهنگ کارآفرینی در اعضای دانشگاه ترویج شود براساس نتایج تحقیق فرهنگ کارآفرینی دانشگاهی در دانشگاه مورد مطالعه ضعیف است و دانشگاه به‌طور جدی به موضوع کارآفرینی تأکید ندارد. بهره‌مندی اعضای هیأت علمی از نتایج کوشش‌های کارآفرینانه، امتیازدهی به فعالیت کارآفرینی در آیین‌نامه ارتقاء اعضای هیأت علمی و مشارکت در تصمیم‌گیری دانشگاهی از جمله عواملی است که در انگیزه‌زدایی اعضای هیأت علمی مؤثر می‌باشد. مسلماً در دانشگاهی که نگرش مثبتی نسبت به کارآفرینی و ایجاد کسب و کار و کسب درآمد از طریق تجاری‌سازی نتایج پژوهش وجود داشته باشد امکان گسترش کارآفرینی دانشگاهی بیشتر خواهد شد. با توجه به ماهیت بازدارنده‌های شناسایی شده، پیشنهادهای زیر را می‌توان به منظور رفع بازدارنده‌های شناسایی شده و هموارسازی کارآفرینی اعضای هیأت علمی ارایه نمود:

- مؤلفه حمایت از راه‌اندازی کسب و کار از طریق: تأمین اعتبار کافی برای فعالیت‌های کارآفرینانه اعضای هیأت علمی از سوی دانشگاه، تسهیل دسترسی آن‌ها به مراکز رشد، طراحی سازوکاری برای بازاریابی محصولات علمی اعضای هیأت علمی (کتاب، نمونه‌های اولیه، اختراع و...)، سرمایه‌گذاری و همکاری مشترک دانشگاه با بخش خصوصی، تعریف و تضمین سهم دریافتی اعضای هیأت علمی از تجاری‌سازی تحقیقات و اقدامات کارآفرینانه، تأمین منابع مالی و تسهیل دسترسی به منابع مالی برای انجام پژوه با رویکرد تجاری‌سازی، آسیب‌شناسی و تسهیل روند اداری، ارتقای مهارت‌های کسب و کار اعضای هیأت علمی از طریق برگزاری دوره‌های آموزشی، شناسایی و معرفی نمونه‌های موفق همکاری مشترک و تیمی دانشجویان و اعضای هیأت علمی در خصوص کسب و کار و کارآفرینی، ارتقای کیفیت دانش فنی و فناوری قابل عرضه به بازار دانشگاهیان و تأمین پرسنل مجرب و متخصص برای ارایه خدمات لازم به اعضای هیأت علمی متقاضی کارآفرینی در دانشگاه.

- مؤلفه حمایت از توسعه کسب و کار از طریق: استقرار یک واحد اداری منسجم در سطح دانشگاه برای مدیریت تجاری‌سازی تحقیقات و امور کارآفرینی، تعریف فرآیند تجاری‌سازی یافته‌های تحقیقاتی در دانشگاه، تعریف رویه‌ای برای انتقال یا اعطای مجوز (لیسانس‌دهی) بهره‌برداری از یافته‌های تحقیقاتی و علمی در دانشگاه، پیگیری ساز و کار راه‌اندازی شرکت‌های انشقاقی دانشگاهی،

تسهیل دسترسی اعضای هیأت علمی به خدمات فنی موردنیاز برای فعالیتهای کارآفرینانه در سطح منطقه، مشارکت مؤثر دانشگاه در پارک علم و فناوری جدیدالتاسیس استان، شناسایی و اولویت‌بندی نیازهای تحقیقاتی جامعه (بخش خصوصی، دستگاه‌های اجرایی و غیره) در رشته‌های مختلف و ابلاغ آن‌ها به پژوهشگران دانشگاه، توسعه زیرساخت‌های تحقیقاتی دانشگاه و اعطای آزادی عمل متوازن به اعضای هیأت علمی در بهره‌برداری تجاری از یافته‌های تحقیقاتی و علمی خویش با نظارت دانشگاه.

- **مؤلفه حمایت از کارآفرینی** در سطح دانشگاه از طریق: تعریف و تدوین چشم‌انداز دانشگاه در حوزه کارآفرینی، رویکرد حمایتی مدیریت دانشگاه از کارآفرینی دانشگاهی، ارائه خدمات آموزشی در قالب سمینار، کارگاه آموزشی و ... به اعضای هیأت علمی در سطح دانشگاه در خصوص فعالیتهای کارآفرینانه، تأمین بخشی از بودجه دانشگاه از محل فعالیتهای کارآفرینانه، لحاظ نمودن اقدامات کارآفرینانه در ارتقاء شغلی اعضای هیأت علمی توأم با تشویق‌های مناسب، تسهیل انعقاد قراردادهای خدمات دانشگاهی توسط اعضای هیأت علمی با بیرون دانشگاه، دعوت از افراد کارآفرین موفق در رشته‌های مختلف برای ارائه تجربیات در دانشگاه در قالب سخنرانی، تدریس، کارگاه آموزشی و غیره، و بازدید از کسب‌وکارهای موفق به‌عنوان یک فرصت آموزشی در رشته‌های مختلف.

- **مؤلفه تقویت فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه** از طریق: ارج‌نهی به خلاقیت و نوآوری افراد (اعم از دانشجو، کارمند، مدیر، عضو هیأت علمی) در سطح دانشگاه، طرح مباحث کارآفرینی در سطح دانشگاه در بین اعضای هیأت علمی، مدیران، کارکنان و دانشجویان، آموزش کارآفرینی از طریق افزودن واحدهای درسی جدید به برنامه‌های درسی رشته‌های مختلف، راه‌اندازی رشته کسب‌وکار و کارآفرینی در کشاورزی و منابع طبیعی، و ارائه دوره‌های آموزشی کوتاه‌مدت در سطح دانشگاه، ترویج رقابت سازنده در سطح دانشگاه با طرح جوایز و امتیازهای حرفه‌ای، ترویج نیازمندی، عرضه‌مداری، بازاریگرایی و تجاری‌سازی در تحقیقات اعضای هیأت علمی، ترویج شناخت و آگاهی بهنگام اعضای هیأت علمی از فرصت‌های کسب‌وکار در قلمرو فعالیت خویش، تغییر دیدگاه متعارف به تحقیق (از ایده به گزارش به از ایده به بازار) و تسهیل حضور اعضای هیأت علمی کارآفرین در رشته‌های مختلف در سطح دانشگاه.

منابع

۱. احمدپور داریانی، م. ۱۳۸۲. آیا کارآفرینی استراتژی دانشگاه‌ها را تغییر می‌دهد؟ رهیافت، شماره ۲۹، صص ۲۶-۱۵.
۲. پورعزت، ع. ا.، قلی‌پور، آ. و ندیرخانلو، س. ۱۳۸۹. تبیین موانع کارآفرینی دانشگاهی و تجاری‌سازی دانش در دانشگاه تهران. سیاست علم و فناوری، ۲(۴): ۶۵-۷۵.
۳. سعیدی، پ. ۱۳۸۷. ارتباط بودجه و توسعه کارآفرینی دانشگاهی. کار و جامعه؛ ۱۰۱: ۶۰-۶۵.
۴. شریف‌زاده، ا. و اسدی، ع. ۱۳۸۹. دانشگاه، کارآفرینی و توسعه دانش بنیان. تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی واحد تهران، چاپ اول.
۵. شریف‌زاده، ف.، رضوی، س.م.، زاهدی، ش.، و نجاری، ر. ۱۳۸۸. طراحی و تبیین الگوی عوامل مؤثر بر کارآفرینی دانشگاهی (مطالعه موردی: دانشگاه پیام‌نور). توسعه کارآفرینی، ۲(۶): ۱۱-۳۸.
۶. شریفی، م.، رضوانفر، ا.، حسینی، س.م. و موحد محمدی، س.ح. ۱۳۹۲. بازننگری حرفه‌گرایی متعارف دانشگاهی: شناسایی مهارت‌های موردنیاز برای تجاری‌سازی تحقیقات دانشگاهی. مهارت‌آموزی، ۱(۴): ۸۵-۱۰۱.
۷. شریفی، م.، رضوانفر، ا.، حسینی، س.م. و موحد محمدی، س.ح. ۱۳۹۳. تجاری‌سازی تحقیقات دانشگاهی در بخش کشاورزی. کارآفرینی در کشاورزی، ۱(۲): ۲-۱۵.
۸. شریفی، م.، رضوانفر، ا.، حسینی، س.م. و موحد محمدی، س.ح. ۱۳۹۴. الگوسازی مفهومی تجاری‌سازی تحقیقات دانشگاهی در بخش کشاورزی. کارآفرینی در کشاورزی، ۲(۵): ۹۳-۱۰۹.
۹. طالبی، ک. و زارع یکتا، م.ر. ۱۳۸۷. آموزش کارآفرینی دانشگاهی و نقش آن در ایجاد و توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط دانش‌بنیان. توسعه کارآفرینی، ۱(۱): ۱۱۱-۱۳۱. فکور، ب. ۱۳۸۸. شناخت شرکت‌های انشعابی دانشگاهی و انواع آن‌ها. رشد فناوری. ۱۰: ۲۰-۱۸.
۱۰. فکور، ب. ۱۳۸۳. شرکت‌های تجاری دانشگاهی بستری برای توسعه استقلال دانشگاه‌ها (تجربه دانشگاه‌های بریتانیا). رهیافت، ۳۴: ۴۲-۵۲.
۱۱. فکور، ب. و حاجی حسینی، ح. ۱۳۸۷. کارآفرینی دانشگاهی و تجاری‌سازی نتایج تحقیقات در دانشگاه‌های ایران (مطالعه موردی ۷ دانشگاه مهم کشور). فصلنامه سیاست علم و فناوری، ۱(۲): ۷۰-۵۹.

۱۲. قناتی، س.، کردنائیچ، ا.، یزدانی، ح.ر. ۱۳۸۹. بررسی فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در دانشگاه تهران. توسعه کارآفرینی، ۳ (۱۰): ۱۱۵-۱۳۳.
۱۳. مدهوشی، م. و بخشسی، غ. ۱۳۸۲. بررسی موانع کارآفرینی در دانشگاه مازندران. پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، شماره ۲۷ و ۲۸: ۱۵۷-۲۱۳.
14. Arroyo-Va'zquez, M., and Van der Sijde, P.C. 2008. Entrepreneurship encouragement and business development support at universities and science parks. *Ind. High. Educ.*, 22(1): 37-48
15. Bains, W. 2005. How academics can make (extra) money out of their science. *Journal of Commercial Biotechnology*; 11(4): 353-363.
16. 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.
17. Brennan, M.C., and McGowan, P. 2006. Academic entrepreneurship: An exploratory case study. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 12(3): 144-164.
18. Brennan, M.C., Wall, A.P., and McGowan, P. 2005. Academic entrepreneurship. Assessing preferences in nascent entrepreneurs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 12(3): 307-322.
19. Chrisman, J.J., Hynes, T., and Fraser, S. 1995. Faculty entrepreneurship and economic development: the case of the University of Calgary. *Journal of Business Venturing*, 10(4): 267-281.
20. Clark, B. 2004. Delineating the character of the entrepreneurial university. *High Edue Pol*; 17(4): 355-370
21. Coupe, T. 2003. Science is golden: academic R&D and university patents. *Journal of Technology Transfer*, 28(1): 31-46.
22. Debackere, K., and Veugelers, R. 2005. The role of academic technology transfer organizations in improving industry science links. *Research Policy*, 34: 321-342.
23. Etzkowitz, H. 2003. Research groups as 'quasi-firms': The invention of the entrepreneurial university. *Research Policy*, 32: 109-121.
24. Jacob, M., Lundqvist, M., and Hellsmark, H. 2003. Entrepreneurial transformations in the Swedish University system: the case of Chalmers University of Technology. *Research Policy*, 32: 1555-1568.
25. Klofsten, M., and Jones-Evans, D. 2000. Comparing Academic Entrepreneurship in Europe -The Case of Sweden and Ireland. *Small Business Economics*, 14: 299-309.
26. Landry, R., Amara, N., and Rherrad, I. 2006. Why are some university Researchers more likely to create spin offs than others? Evidence from Canadian universities. *Research Policy*, 35: 1599-1615

27. Louis, K.S., Blumenthal, D.M., Gluck, E., and Stoto, M.A. 1989. Entrepreneurs in academe: an exploration of behaviors among life scientists. *Administrative Science Quarterly*, 34(1): 110–131.
28. Louis, K.S., Jones, L.M., Anderson, M.S., Blumenthal, D., and Campbell, E.G., 2001. Entrepreneurship, secrecy, and productivity: a comparison of clinical and non-clinical life sciences faculty. *Journal of Technology Transfer*, 26(3): 233–245.
29. Mowery, D.C., and Ziedonis, A.A. 2002. Academic patent quality and quantity before and after the Bayh–Dole Act in the United States. *Research Policy*, 31: 399–418.
30. O’Shea, R.P., Allen, T.J., O., Gorman, C., and Roche, F. 2004. Universities technology transfer: A review of academic entrepreneurship literature. *Irish Journal of Management*, 25(2): 11–29.
31. Rothaermel, F.T., Agung, S.D., and Jiang, L. 2007. University entrepreneurship: taxonomy of the literature. *Industrial and Corporate Change*, 16(4): 691–791.
32. Shane, S. 2004. Encouraging university entrepreneurship: The effect of the Bayh-Dole act on university patenting in the United states. *Journal of Business Venturing*, 19(1): 127-151.
33. Siegel, D.S., and Wright, M. 2007. Intellectual property: the assessment. *Oxford Review of Economic Policy*; 23(4): 529–40.
34. Siegel, D.S., Thursby, J.G., Thursby, M.C., and Ziedonis, A.A. 2001. Organizational issues in university–industry technology transfer: An overview of the symposium issue. *Journal of Technology Transfer*, 26(1–2): 5–11.
35. Wright, M., Birley, S., and Mosey, S. 2004. Entrepreneurship and university technology transfer. *Journal of Technology Transfer*, 29(3–4): 235–246.



Gorgan University of Agricultural
Sciences and Natural Resources

Journal of Entrepreneurship in Agriculture Vol. 3(3), 2016
<http://jead.gau.ac.ir>

Reviewing Obstacles of Academic Entrepreneurship in Gorgan University of Agricultural Sciences and Natural Resources

***S.Gh.R. Mossavi¹, M.H. Mobaraki² and A. Arabion³**

¹B.S. in Entrepreneurship Management, Gorgan University of Agricultural Sciences and
Natural Resources, ²Associate Prof., Entrepreneurship Faculty, Tehran University

Received: 27/09/2016 ; Accepted: 17/11/2016

Abstract

This research was done with aim of identifying and analyzing barriers of academic entrepreneurship at the University of Agricultural Sciences and Natural Resources of Gorgan. A researcher-made questionnaire, as a research tool, was used for collecting data. Using Krejcie and Morgan Table, 92 faculty members of the University of Agricultural Sciences and Natural Resources of Gorgan were selected and studied through random sampling through appropriate assignment. Conceptual categorizing of the four dimension of academic entrepreneurship barriers has been led to the extraction of the following 12 principal conceptual components: non-entrepreneurship professional approach, lack of entrepreneurship integration for university's management strategy and poor training and information about entrepreneurship (entrepreneurship support component), investment and funding restrictions for entrepreneurship activities, improper support of faculty members' entrepreneurship and limited capacity (business launch support component), poor procedures and processes, limited capacity of business in the region and lack of resources and infrastructures (business development support component), insufficient understanding of academic entrepreneurship, insufficiency of propagation and developing culture for academic entrepreneurship and motivational obstacles of academic entrepreneurship (entrepreneurship culture component). Based on the identified obstacles, some strategies have been suggested for improving academic entrepreneurship at the University of Agricultural Sciences and Natural Resources of Gorgan.

Keywords: Academic entrepreneurship, Faculty members, Empirical Review, University of Agricultural Sciences and Natural Resources of Gorgan