

الگوی بین‌المللی‌سازی دانشگاه با رویکرد کارآفرینی (مورد مطالعه: دانشگاه‌های برتر ایران)

بابک ضیاء*^۱ - مهران رضوانی^۲ - محمدحسن مبارکی^۳ - مهدی تاج‌پور^۴

۱. استادیار دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

۲ و ۳. دانشیار دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

۴. دانشجوی دکترای کارآفرینی، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۱/۲۹

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۴/۳۰

چکیده

بین‌المللی‌سازی یکی از شاخص‌های مهم برای دانشگاه‌هاست. با این حال به‌رغم توجه بسیاری از مطالعات به مؤلفه‌های بین‌المللی‌سازی دانشگاه، تاکنون توجه چندانی به جایگاه کارآفرینی در این زمینه نشده و الگوی جامعی از بین‌المللی‌سازی دانشگاه با رویکرد کارآفرینی ارائه نشده است. پژوهش حاضر از لحاظ هدف بنیادی، از نظر نحوه به‌دست آوردن داده‌ها کیفی و از نوع نظریه داده‌بنیاد است. ابزار گردآوری داده‌ها مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با ۱۴ نفر از خبرگان حوزه بین‌المللی‌سازی دانشگاه و کارآفرینی بود که با روش نمونه‌گیری هدفمند انجام شد. همچنین تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از گدگذاری اولیه و ثانویه توسط اطلس تی ۸ انجام گرفت که در نهایت به شناسایی ۱۲ مقوله به همراه ۳۵ گد منجر شد. مفاهیمی مانند فرصت‌های دانشگاهی، محیط بین‌الملل و پیش‌شرط‌های علی برای بین‌المللی‌سازی دانشگاه با رویکرد کارآفرینی به نتایجی از قبیل قابلیت‌های پویا، مراکز نوآوری و مشارکت بین‌الملل منتهی می‌شود.

واژه‌های کلیدی: آموزش عالی، بین‌المللی‌سازی دانشگاه، دانشگاه کارآفرین، نوآوری

مقدمه

یکی از مباحث مهم در موضوع کارآفرینی، بین‌المللی‌سازی است (پاشاحمید و همکاران، ۱۳۹۳). فعالیت‌های کارآفرینی صرفاً داوری فرصت‌ها نیست، بلکه به شکل‌گیری و استفاده از ایده‌های جدیدی که توسط نهادها اتخاذ می‌شود توجه دارد (Ahmad, Halim, Ramayah, Popa, & Papa, 2018). کشورهای در حال توسعه برای رسیدن به رشد پایدار و رونق اقتصادی، چاره‌ای جز حمایت و برنامه‌ریزی برای توسعه مؤسسات موجود ندارند (مبینی دهکردی و همکاران، ۱۳۹۵). دانشگاه‌ها باید با چالش‌های جدیدی مواجه شوند تا به انتظارات روبه‌رشد کارآفرینی پاسخ دهند؛ چالش‌هایی که از طریق تعامل بین آموزش، پژوهش و کارآفرینی انجام می‌گیرد (Lahikainen, Kolhinen, Ruskovaara, & Pihkala, 2019). بین‌المللی‌سازی امروزه به‌عنوان یک راهبرد کارآمد برای مواجهه با نیازهای متنوع جامعه‌ی جهانی مطرح شده (Altbach & Knight, 2007) و شامل ارائه برنامه‌ها و گزینش دانشجویان در دانشگاه‌هاست. همچنین مدل جدیدی از کارآفرینی است که باعث می‌شود به سمت مفاهیم جدیدی از دانش و دانشجو‌گرایی پیدا کنیم (Knight, 2007). امروزه گسترش سریع دانشگاه‌ها، ماهیت آموزش عالی را به‌طور اساسی تغییر داده است (باقری مجد و همکاران، ۱۳۹۷). دولت‌ها و مؤسسات نیز منابع قابل توجهی برای بین‌المللی‌سازی سرمایه‌گذاری می‌کنند (Zaman & Mohsin, 2014).

دانشگاه‌هایی که در حوزه بین‌المللی‌سازی فعالیت می‌کنند، بیشتر به نیازهای نوآوری در جامعه، آموزش و پژوهش در زمینه کسب‌وکار و همچنین مراکز تحقیقاتی و صنعتی پاسخ می‌دهند (Tayauova & Bektas, 2018). دانشگاه‌های دولتی و خصوصی، روند کارآفرینی را با ایجاد محیط‌های پیشرفته و مبتنی بر انکوباتورهای تجاری و پارک‌های علم و فناوری تسهیل می‌کنند (Dalmarco, Hulsink, & Blois, 2018). دانشگاه‌ها باید رقابت بین‌المللی فعالیت‌های آموزشی و تحقیقاتی خود را تقویت کرده و سیستم‌های آموزشی‌ای که بتواند منابع انسانی را تولید و یا جذب کند، توسعه دهند (Take & Shoraku, 2018). اگر دانشگاه‌ها مانند دانشگاه کارآفرین به عامل نوآوری تبدیل نشوند، توسعه ملی، منطقه‌ای و نیز رقابت بین‌المللی را مختل می‌کنند (Arnaut, 2010). در اسناد بالادستی، به‌طور مشخص راهبردی برای بین‌المللی‌سازی

دانشگاه‌های کشور بیان نشده و تنها به ذکر مؤلفه‌هایی از بین‌المللی‌سازی و بدون ارائه برنامه‌ای عملی برای اجرای آن اکتفا شده است (Zaker salehi & Salehi Najafabadi, 2011). نتایج تحقیقات داخل کشور نشان می‌دهد که وضعیت موجود با توجه به ضوابط مصوب سازمان‌های بین‌المللی برای آموزش عالی فراملی، در سطح پایینی قرار دارد (احمدی و همکاران، ۱۳۹۶). امروزه کارآفرینی برای توسعه و رفاه اقتصادی کشورها و به‌عنوان سرمایه‌گذاری‌های جدید در ایجاد اشتغال و نوآوری، در بسیاری از سازمان‌ها امری ضروری محسوب می‌شود (Montoro-Sánchez, Ortiz-de-Urbina-Criado, & Romero-Martínez, 2009). براساس شاخص‌های رتبه‌بندی تایمز هایراجو کیشن^۱ در سال ۲۰۱۸، وضعیت دانشگاه‌های ایران در مقابل دانشگاه‌های کشورهای همسایه به شرح زیر است:

جدول ۱. رتبه‌بندی تایمز هایراجو کیشن در سال ۲۰۱۸

وجه بین‌المللی	کشور	دانشگاه
۹۲	عربستان سعودی	دانشگاه پادشاهی عبدالعزیز
۹۷/۹	امارات متحده عربی	دانشگاه خلیفا
۹۷/۴	عربستان سعودی	دانشگاه الفییسر
۵۳/۸	ترکیه	دانشگاه کوک
۲۱/۴	ایران	دانشگاه تهران
۱۶/۸	ایران	دانشگاه امیرکبیر
۱۶/۷	ایران	دانشگاه خواجه نصیر طوسی

نظام رتبه‌بندی (THE) از ۱۳ شاخص در ۵ گروه اصلی برای ارزیابی جامع دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی بهره می‌گیرد. با مقایسه دانشگاه‌های کشورهای همسایه با دانشگاه‌های ایران می‌توان به چند نکته اشاره کرد:

- ۱- تنوع برنامه‌های درسی و آموزشی که به زبان‌های عربی و انگلیسی تدریس می‌شود.
- ۲- استفاده از شبکه‌های اجتماعی از قبیل لینکدین، تویتر، فیس‌بوک و یوتیوب و فعالیت در آن‌ها.

با توجه به جدول ۱، دانشگاه‌های ایران در حوزه بین‌الملل نسبت به دانشگاه‌های کشورهای

همسایه و وضعیت مناسبی ندارند. همچنین با توجه به محدودیت پژوهشی در بین‌المللی سازی و کارآفرینی، الگویی جامع در ایران وجود ندارد؛ بنابراین پژوهشگران به دنبال شناسایی مفاهیم مهم در رابطه با بین‌المللی سازی دانشگاه با رویکرد کارآفرینی هستند.

مروری بر ادبیات و پیشینه پژوهش

کارآفرینی ترکیبی از عناصر اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی در یک منطقه است که از توسعه و رشد سرمایه‌گذاری‌های مبتنی بر خلاقیت و نوآوری حمایت می‌کنند (Audretsch et al., 2016; Cunningham et al., 2019). توجه به نیروی انسانی، تلاش برای جذب منابع مالی، ایجاد ساختار غیرمتمرکز و کاهش بوروکراسی از جمله تلاش‌هایی است که می‌تواند دانشگاه را به سوی کارآفرینی سوق دهد (کردنائیج و همکاران، ۱۳۹۱). هرچه دانشجویان مرتبط با کارآفرینی در دانشگاه‌ها بیشتر باشند، فعالیت‌های کارآفرینانه در دانشگاه‌ها افزایش می‌یابد (چوبین و همکاران، ۱۳۹۵). دانشگاه‌های نسل سوم، عموماً مبتنی بر کارآفرینی و نظام یافته در تعامل با محیط پیرامون هستند که به‌عنوان محور و مأموریت کانونی نظام دانشگاهی، قلمداد می‌شوند (Mascarenhas, Marques, Galvão, & Santos, 2017). شرکت‌های دانش‌بنیان با افزایش دانش بازار خارجی خود می‌توانند توان رقابت‌پذیری مؤسسه را افزایش داده و موجب تمایز با سایر رقبای شوند (صنوبر و همکاران، ۱۳۹۷). این دانشگاه‌ها مجموعه‌ای ارزشمند از خلاصه‌های مربوط به کارآفرینی دانشگاهی‌اند که به پژوهش در زمینه بین‌المللی‌سازی دانشگاه‌ها کمک می‌کنند. دانشگاه کارآفرین به‌عنوان یک کاتالیزور برای تسهیل کارآفرینی دانشگاه عمل می‌کند که به توسعه اقتصادی و اجتماعی منطقه منجر می‌شود (Centobelli, Cerchione, & Esposito, 2019). به‌طور کلی دانشگاه کارآفرین بر تجاری‌سازی نوآوری و همچنین دانش تولید شده در دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی تأکید دارد (Brito, 2018). دانشگاه‌ها، مؤسساتی هستند که از طریق تأسیس شرکت‌های زایشی دانشگاهی، ایده‌ها و فناوری‌های جدید را در کارآفرینی به مرحله ظهور می‌رسانند و به‌عنوان یک عنصر مهم در اکوسیستم کارآفرینی معرفی شده‌اند (Schillo, 2018). شرکت‌های زایشی دانشگاهی در تقاطع چندین جریان تحقیقاتی مانند اقتصاد، نوآوری و کارآفرینی شکل

می‌گیرند (Civera, Meoli, & Vismara, 2019). براین اساس، دانشگاه‌ها به‌عنوان ستون‌های مهم یک اکوسیستم کارآفرینی در نظر گرفته می‌شوند، زیرا به فعالیت و ایجاد نوع خاصی از شرکت جدید، یعنی شرکت‌های زایشی دانشگاهی، کمک می‌کنند (Colombo, D'Adda, & Piva, 2010). شرکت‌های زایشی دانشگاهی معمولاً فناوری‌های پیشرفته‌ای دارند که در بازارهای بین‌المللی محبوب هستند. از این رو مهم‌ترین نماینده برای بین‌المللی‌سازی قلمداد می‌شوند (Kiederich, 2007). شرکت‌های زایشی دانشگاهی به رشد اجتماعی و اقتصادی جامعه کمک کرده، همچنین ایده‌ها و فناوری‌های جدیدی را برای سایر عوامل اقتصادی در اکوسیستم کارآفرینی ارائه می‌دهند که یکی از مؤلفه‌های اصلی بین‌المللی‌سازی دانشگاه است (Schillo, 2018). دانشگاه‌های کارآفرین، انکوباتورهای طبیعی هستند که محلی را فراهم می‌کنند تا جامعه دانشگاهی (دانشگاهیان، دانشجویان و کارمندان) بتواند ایده‌های خلاقانه را که می‌توانند به سرمایه‌گذاری‌های جدید تبدیل شوند شناسایی، کشف و بهره‌برداری کنند (Guerrero, Urbano & Salamzadeh, 2015). دانشگاه‌های کارآفرین با منابع مالی متنوع و گستره بین‌المللی فعالیت‌های دانشگاهی مشخص می‌شوند (Budyldina, 2018). گرایش بخش دانشگاهی به کارآفرینی تحت تأثیر انتظارات عملی ناشی از ظهور نوآوری‌های بنیادین از دانش است (Ziyae & Tajpour, 2016). یکی از اهداف اصلی دانشگاه کارآفرین، ایجاد استحکامات و انتقال نتایج علمی به بازار است. از آنجا که فرآیند کارآفرینی خطی و استاندارد نشده است، دانشگاه‌ها باید ابتکارات و پروژه‌های مختلف را برای برخورد با انواع فرصت‌های تکنولوژیک و سرمایه‌گذاری‌های جدید بسیج کنند (Dalmarco et al., 2018). در نهایت، پژوهشگران دانشگاه کارآفرین را یک سیستم اجتماعی تعریف می‌کنند که به دنبال نوآوری در مورد فعالیت‌های کسب‌وکار است تا بتواند تغییرات شگرفی در شخصیت سازمان ایجاد کرده و آینده بهتری را برای آن رقم بزند (Centobelli et al., 2019). به همین دلیل تعامل جدید بین دانشگاه‌ها و جوامع، یک وضعیت بُرد-بُرد است. دانشگاه‌ها می‌توانند مأموریت‌های تحصیلی خود را تقویت کنند. با این حال، چالش‌ها و انتظارات جدیدی از سوی جامعه و دانشگاه فراهم می‌شود (Rubens, Spigarelli, Cavicchi, & Rinaldi, 2017). دانشگاه‌ها می‌توانند از طریق

برداشتن موانع سازمانی، آموزش کارکنان ماهر و کارآفرینان و حمایت از برنامه های سرمایه گذاری از قبیل رویدادهای شبکه، از فرهنگ و شبکه های کارآفرینی حمایت کنند (Bischoff, Volkmann, & Audretsch, 2018; Wright, Siegel, & Mustar, 2017).

بین المللی سازی دانشگاه عبارت است از: فرایند ادغام ابعاد بین المللی، بین فرهنگی و جهانی به سوی اهداف، کارکردها و خدمات دانشگاه ها می باشد (Knight, 2007). بین المللی سازی برنامه درسی فارغ التحصیلان با مهارت های جهانی و یک هدف استراتژیک مشترک در آموزش عالی مدرن است (Kirk, Newstead, Gann, & Rounsville, 2018). روند تحول دانشگاه ها نیز از بالا به پایین بیشتر است؛ جایی که ابتکار عمل از دولت آغاز می شود (Baporikar, 2019). اغلب دانشگاه ها دارای زیرساخت های کارآفرینی (مراکز کارآفرینی و انکوباتورها) هستند؛ موضوعی که با فعالیت های کارآفرینی مرتبط است و توسط دانشگاه ها (کارگاه های آموزشی برای کارآفرینی و ...) انجام می شود (Errasti, Bezanilla, & García-Olalla, Auzmendi, & Paños, 2018).

نظریه بین المللی سازی به توضیح ارزش و وابستگی دانشگاه در زمینه بین المللی سازی کمک می کند. این وابستگی توسط سرمایه گذاران خارجی مشخص می شود (Meoli et al., 2013; Bonardo et al., 2011). مشارکت علمی در انتقال تکنولوژی، تشکیل شرکت و توسعه منطقه ای، نشانگر دانشگاه کارآفرین است (Etzkowitz, 2014). دانشگاه کارآفرین یک انکوباتور طبیعی تجاری سازی دانش، منبع دانش و تکنولوژی جدید است (Alexander & Evgeniy, 2012). پژوهشگران اعتقاد دارند، دانشگاه باید به محیطی پویا تبدیل شود و تغییر و تحولاتی از جمله خلق و انتشار ایده های نو در ساختار خود ایجاد کند. برای ایجاد کارآفرینی در دانشگاه ها، باید از استراتژی ها و سازوکارهای مختلف استفاده شود (Baporikar, 2019). دانشگاه زیرساخت های پشتیبانی کارآفرینانه را همچون مرکز کارآفرینی، دفتر انتقال فناوری، انکوباتور تجاری و پارک فناوری فراهم می کند. دانشگاه ها باید ابتکارات و پروژه های مختلف را برای برخورد با انواع فرصت های تکنولوژیک و سرمایه گذاری های جدید بسیج کنند (Dalmarco et al., 2018). این ساختار اصلی کارآفرینی است. در نتیجه شیوه جدیدی از مدیریت در دانشگاه ها

برای کارآمدتر شدن شکل می‌گیرد (Garcia-Morales, Llorens-Montes, & Verdú-Jover., 2006). وو و ژو (۲۰۱۸)، اعتقاد دارند که نوع جدیدی از بین‌المللی‌سازی آموزش عالی در داخل و خارج براساس گسترش نوآوری‌ها از قبیل دانش، فرهنگ، مدل‌های آموزش عالی و هنجارها وجود دارد (Wu & Zha, 2018). برکوئیس و هلمس (۲۰۱۸)، اعتقاد دارند که در تلاش برای بین‌المللی‌سازی، هنوز جابه‌جایی دانشجو و مشارکت‌های بین‌المللی در اولویت اول هستند و در مقابل، بر برنامه‌های درسی، برنامه آموزشی و پیشرفت حرفه‌ای استادان کمتر تأکید شده است (Brajkovic & Helms, 2018). تیک و شوراکو (۲۰۱۸)، در مقاله خود به ارزیابی تغییرات سازمانی در دانشگاه‌های ژاپن و انگلیس که به فعالیت‌های کارآفرینانه مشغول هستند، پرداختند. یافته‌های پژوهش آن‌ها نشان می‌دهد که استراتژی‌های نهادی جدید (نظارت، مدیریت، رهبری و سرمایه‌داری) موجب ایجاد پنج نوع دانشگاه کارآفرین شده است (Take & Shoraku, 2018). کانیگهام و همکاران (۲۰۱۷)، به این نتیجه رسیده‌اند که دانشگاه‌های کارآفرین سازمان‌های حیاتی در اقتصاد و جوامع محلی، منطقه‌ای و ملی هستند. اهمیت و تأثیر آن‌ها نیز از طریق تحقیقات تجربی مورد ارزیابی قرار گرفته که برخی از آن‌ها عبارت‌اند از: تأثیر دانشگاه‌های کارآفرین در شکل دادن به جهت‌گیری کارآفرینی یک مکان یا منطقه نفوذ جمعی، ظرفیت نوآورانه و کارآفرینی برای توسعه، رفاه اجتماعی و اقتصادی را تأمین می‌کند (Cunningham, Guerrero & Urbano, 2017). اشمیت و همکاران (۲۰۱۷)، در پژوهش خود با عنوان «نوآوری و کارآفرینی در محیط دانشگاهی»، دانش را یک عامل مهم تولید و توسعه در جامعه شناسایی می‌کنند. با این حال به نقش نوآوری و کارآفرینی به‌عنوان مأموریت دانشگاه توجه کافی نشده است. همچنین تکنیک‌های تدریس جدید و برنامه‌های درسی نوآورانه می‌تواند از برنامه‌های کارآفرینی و نوآوری حمایت کند (Schmitz, Urbano, Dandolini, de Souza, & Guerrero, 2017). به‌طور خلاصه می‌توان نتیجه گرفت، براساس مقالاتی که در حوزه بین‌المللی‌سازی دانشگاه، کارآفرینی و دانشگاه کارآفرین تدوین شده، پژوهشگران وجود یک الگوی یکپارچه را برای بین‌المللی‌سازی دانشگاه با رویکرد کارآفرینی در دانشگاه‌های ایران مهم و حیاتی می‌دانند.

روش‌شناسی

این پژوهش از لحاظ هدف جزو پژوهش‌های بنیادی و از نظر نحوه به دست آوردن داده‌ها، کیفی، از نوع نظریه داده‌بنیاد است. به همین دلیل به دنبال پاسخ‌گویی به این پرسش هستیم که الگوی بین‌المللی‌سازی دانشگاه با رویکرد کارآفرینی در دانشگاه‌های برتر ایران چگونه است؟ جامعه آماری در این پژوهش، کارشناسان، مدیران و اعضای هیأت علمی در حوزه بین‌المللی‌سازی و کارآفرینی دانشگاه‌های تهران، شریف، تربیت مدرس و امیرکبیر به‌عنوان دانشگاه‌های برتر کشور هستند. روش نمونه‌گیری نیز به صورت هدفمند است. کفایت نمونه‌گیری طبق قاعده اشباع نظری مشخص شد (Corbin et al., 2015). به همین منظور ۱۴ مصاحبه انجام شد که پژوهشگر در مصاحبه یازدهم به اشباع نظری رسید و ۱۱ مصاحبه مورد تحلیل قرار گرفت. برای تعیین پایایی، نتایج توسط چندین متخصص مرتبط با موضوع پژوهش مورد ارزیابی و طبقه‌بندی قرار گرفت. در صورتی که خروجی آن بیشتر از ۶۵ درصد باشد، پایایی مورد قبول است (Arasti et al, 2014). در نهایت براساس توافق بین دو کُدگذار، ضریب پایایی ۷۵ درصد مشخص شد. شرکت‌کننده‌ها متشکل از ۵ نفر در زمینه بین‌المللی‌سازی دانشگاه و ۶ نفر از کارشناسان و استادان حوزه کارآفرینی و بین‌الملل هستند که سابقه اجرایی دارند. همچنین ملاک انتخاب جامعه آماری، اعضای هیأت علمی بود که دارای ۵ سال سابقه اجرایی در زمینه بین‌المللی‌سازی، چاپ مقالات و تألیفات مختلف در زمینه بین‌المللی‌سازی و کارآفرینی بوده‌اند. همچنین با مدیران و کارشناسانی که در رابطه با واحد بین‌الملل و کارآفرینی فعالیت داشتند، مصاحبه شد.

در این پژوهش از طریق مصاحبه نیمه‌ساختاریافته و تکنیک 5w1h، به دنبال پاسخ‌گویی به پرسش‌هایی همچون: چطور، چرا، چه چیزی، چه جایی، چه کسی و چه وقتی بوده‌ایم. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها، دو مرحله کُدگذاری اولیه و ثانویه انجام شده است. کُدگذاری با استفاده از نرم‌افزار اطلس تی^۱ نسخه ۸ انجام شد. برای تحقق روایی ابزار پژوهش نیز از سه روش به شرح زیر استفاده شد:

استفاده از دو ابزار نگارش پرسش‌ها، اصلاح سؤال‌ها توسط خبرگان و در نهایت بازبینی سؤال‌ها با انجام دو مصاحبه مقدماتی صورت گرفت. همچنین از روش کُدگذاری برای تحلیل داده‌ها استفاده شده و تحلیل داده‌ها در ۳ مرحله کُدگذاری اولیه، ثانویه و انتخابی انجام شد.

یافته‌ها

ویژگی‌های جمعیت شناختی شرکت‌کنندگان به این شرح است: ۵۴ درصد مرد و ۴۵ درصد زن، ۴۵ درصد دارای مدرک دکترا، ۴۵ درصد کارشناسی ارشد و ۱۰ درصد کارشناسی، و ۶۵ درصد از افراد ۵-۱۵ سال سابقه کار دارند.

در این پژوهش، ۱۵ سؤال مرتبط با موضوع بین‌المللی‌سازی و کارآفرینی به تأیید خبرگان این حوزه رسید. پرسش اصلی این است که «الگوی بین‌المللی‌سازی دانشگاه با رویکرد کارآفرینی چگونه است؟» در پی آن، ابتدا مصاحبه باز و سپس دو مرحله کُدگذاری اولیه و ثانویه به انجام رسید. به‌طور خلاصه نمونه‌ای از پرسش‌های مصاحبه‌ها عبارتند از: تعریف شما از بین‌المللی‌سازی دانشگاه با رویکرد کارآفرینی چیست؟

چه ورودی‌ها و بستری‌هایی برای بین‌المللی‌سازی دانشگاه با رویکرد کارآفرینی موردنیاز است؟ پیامدها و ضرورت‌های بین‌المللی‌سازی دانشگاه با رویکرد کارآفرینی را چه می‌دانید؟ چگونه می‌توان از طریق کارآفرینی، به سمت بین‌المللی‌سازی دانشگاه حرکت کرد؟ ویژگی‌های دانشگاهی که قصد رفتن به سوی کارآفرینی را دارد، چه مواردی است؟

مدیران و اعضای هیأت علمی چه کمکی می‌توانند در زمینه تسهیل کارآفرینی در دانشگاه انجام دهند؟ در مرحله نخست کُدگذاری (کُدگذاری اولیه)، ۷۸ کُد مقدماتی شناسایی شد که پس از پالایش و ادغام کُد‌های مشابه، ۳۵ کُد نهایی شناسایی شدند. برای تحلیل داده‌ها از روش کُدگذاری سه‌مرحله‌ای شامل کُدگذاری اولیه (شناسایی ۷۸ کُد و ۱۷ مقوله)، کُدگذاری ثانویه (احصای ۱۲ مقوله، شناسایی رابطه بین مقوله‌ها و تعیین پدیده محوری، تشریح شرایط علی، تعمیم راهبردها، شرایط مداخله‌گر، پیامدها و نتایج راهبردها) و کُدگذاری انتخابی (برقراری ارتباط بین مقوله محوری و سایر مقوله‌ها و اصلاح آن‌ها) استفاده شده است

(Corbin et al, 2015).

جدول ۲. نتایج گدگذاری محوری کدها

ردیف	مؤلفه‌ها	کد ثانویه	کد انتخابی	
۱	راهبردها	سرمایه انسانی	آموزش برای ایجاد انگیزه‌های کارآفرینی	
			نیروی انسانی کارآفرین با ارتباطات بین‌الملل	
	ارتباطات و شبکه‌سازی دانشگاهی	ارتباط با صنعت، ذی‌نفعان و دولت	توسعه R & D	جذب اعضای هیأت علمی خارجی
				ارتباطات داخلی با سازمان
				شبکه‌های اجتماعی
				ایجاد دانشگاه‌های مجازی از راه دور
				ایجاد مکانیزم کارآفرینی
۲	فرصت‌های دانشگاهی	توسعه R & D	توسعه R & D در حوزه کارآفرینی	
			کنفرانس‌های بین‌المللی در حوزه کارآفرینی	
			استقبال از ایده‌های جدید در زمینه دانشگاه بین‌الملل	
			ایجاد فرصت‌های کارآفرینی دانشگاهی	
	فرصت‌های علمی	خلق فرصت‌های دانشگاهی	توسعه R & D	فراهم آوردن جذب نخبگان در حوزه کارآفرینی
				فرصت برای جذب نخبگان در دانشگاه
				درآمدزایی از دانشجویان خارجی
محیط بین‌الملل	روابط دیپلماتیک	توسعه R & D	تقویت روابط دیپلماتیک بین‌الملل	
			همکاری با دانشگاه‌های بین‌الملل در حوزه کارآفرینی	
			همکاری با پروژه‌های کارآفرینی و بین‌المللی	
۳	ساختار سازمانی	مدیریت دانشگاه	اصلاح قوانین و آیین‌نامه‌ها در حوزه بین‌الملل و کارآفرینی	
			توسعه ساختارهای سازمان	
			تقویت سیاست‌ها و استراتژی‌های سازمان	
	دولت	تعاملات سیاسی و فرهنگی	تعاملات سیاسی و فرهنگی	ایجاد تعاملات سیاسی و فرهنگی در حوزه کارآفرینی
				استفاده از ساختارهای ارگانیک در حوزه کارآفرینی
				محیط حمایتی از فعالیتهای کارآفرین
				آموزش کارآفرینانه کارکنان
				تقویت آموزش زبان انگلیسی برای ارتباطات بین‌الملل
				توسعه کیفیت آموزش و تدریس در حوزه کارآفرینی
۴	پیامدها	مشارکت	تعامل استادان با استادان خارجی	
			تعامل استادان کارآفرینی در حوزه بین‌الملل	
			تعامل استادان کارآفرینی در حوزه بین‌الملل	

ردیف	مؤلفه‌ها	کد ثانویه	کد انتخابی	
	بین‌المللی	تبادل دانشجو	ایجاد تبادل دانشجویان کارآفرینی در حوزه بین‌الملل	
		انتشار آثار بین‌الملل در حوزه بین‌المللی‌سازی و کارآفرینی	ایجاد انجمن دانش‌آموختگان کارآفرینی بین‌الملل	
		تشکیل انجمن دانش‌آموختگان بین‌الملل		
	مراکز نوآوری	ایجاد پارک علم و فناوری	ایجاد پارک علم و فناوری	ایجاد پارک علم و فناوری
		پروژه‌های کارآفرینی	پروژه‌های کارآفرینی	پروژه‌های کارآفرینی
		مراکز علمی دانشگاهی	مراکز علمی دانشگاهی	تقویت مراکز علمی کارآفرینی در دانشگاه‌ها
	قابلیت‌های پویا	نوآوری دانشگاه	نوآوری دانشگاه	نوآوری دانشگاه
		توسعه خدمات علمی دانشگاه	توسعه خدمات علمی دانشگاه	توسعه خدمات علمی کارآفرینی در دانشگاه‌ها
		توسعه قابلیت‌های پویایی دانشگاه	توسعه قابلیت‌های پویایی دانشگاه	توسعه قابلیت‌های پویایی دانشگاه
		شکل‌گیری استارت‌آپ‌ها	شکل‌گیری استارت‌آپ‌ها	شکل‌گیری استارت‌آپ‌ها
۵ شرایط زمینه‌ای	تجاری سازی دانش	انتقال دانش و تکنولوژی	انتقال دانش و تکنولوژی در حوزه کارآفرینی	
		فعالیت‌های تجاری (فناوری دانش)	فعالیت‌های تجاری (فناوری دانش)	
	فرهنگ دانشگاهی	رفتار کارکنان	ارزش‌ها و باورهای دانشگاه در حوزه بین‌الملل	
		ارزش‌ها و باورهای دانشگاهی		
		ترویج فرهنگ کارآفرینانه	ترویج فرهنگ کارآفرینانه	

پس از استخراج گدها توسط نرم‌افزار اطلس تی در یک فرآیند رفت و برگشتی، تبدیل گدها به عامل‌های مفهومی تر در هر مصاحبه و بررسی اسناد و مدارک، عوامل کلیدی بین‌المللی‌سازی دانشگاه با رویکرد کارآفرینی به دست آمد. الگوی بین‌المللی‌سازی دانشگاه با رویکرد کارآفرینی با توجه به عامل‌های مفهومی و گدهای انتخابی مربوط به ۵ بُعد نظریه داده‌بنیاد در شکل یک مشخص شده است.

با توجه به بررسی‌های صورت گرفته و تحلیل گد‌های مصاحبه‌شوندگان، ۱۰ مقوله از لحاظ علمی به اثبات رسیده و دارای استناد علمی است. دو مقوله قابلیت‌های پویا و فرصت‌های دانشگاهی نیز از نتایج نوآورانه این پژوهش است. مقوله‌های قابلیت‌های پویا، توانایی یک دانشگاه در یکپارچه‌سازی، ساخت و صورت‌بندی مجدد قابلیت‌های درونی و بیرونی برای مواجهه با تغییر سریع محیط است. فرصت‌های دانشگاهی نیز باید مدیران را قادر به شناسایی و درک قابلیت‌های دانشگاه خودشان سازد. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که بین قابلیت‌های پویا و فرصت‌های دانشگاهی ارتباطی وجود دارد که به بین‌المللی‌سازی و کارآفرینی دانشگاهی در دانشگاه‌های ایران منجر می‌شود.

از سوی دیگر، فرهنگ‌های کارآفرینانه دانشگاهی در توانمندسازی افراد دانشگاه نیز اهمیت دارند و به آن‌ها امکان می‌دهند خلا قانه عمل کنند و از مهارت‌های خود بهره ببرند (Duane Ireland, Kuratko, & Morris, 2006). فرهنگ کارآفرینی در برنامه درسی باعث می‌شود، تغییر استراتژیک در ساختار دانشگاه و فرهنگ کارآفرینی به صورت انفرادی انجام شود (Lombardi, Lardo, Cuozzo, & Trequattrini, 2017). بین‌المللی‌سازی به یک محیط دانشگاهی نیاز دارد که باعث ایجاد ذهن حامی در میان افراد مختلف شده که به مشارکت فعال منجر می‌شود (Yonezawa, 2017).

دانشگاه‌ها باید کارآفرینی را در زمینه ارائه، چشم‌انداز و فرهنگ خود بیشتر مدنظر داشته باشند (Miller, Alexander, Cunningham, & Albats, 2018). در این راستا پیشنهاد می‌شود، دانشگاه خود را از بوروکراسی و شرکت‌های سازمانی نجات داده و به تیم چندرشته‌ای و کارآفرینی تبدیل کند، چراکه این سازمان‌ها تمایلی به ساختار کارآفرینی ندارند (Guerrero et al., 2015). حمایت مدیریتی، تمایل مدیران را به تسهیل و ارتقای فعالیت‌های کارآفرینانه در دانشگاه نشان می‌دهد. این حمایت‌ها می‌توانند به شکل‌های مختلف ایجاد شوند، از جمله: حمایت از ایده‌های نوآورانه، فراهم کردن منابع یا تخصص‌های ضروری و نهادینه کردن فعالیت‌های کارآفرینانه در سیستم‌ها و فرایندهای سازمان. بنابراین باید در سرتاسر دانشگاه‌های

برتر عامل انگیزشی وجود داشته باشد تا فرهنگ و ذهنیت افراد به سمت تجاری سازی دانش تغییر کند. راهبردها در این مقاله سرمایه انسانی، ارتباطات و شبکه سازی دانشگاهی است.

بین المللی سازی شرکت های زایشی^۱ دانشگاهی را می توان با استفاده از تئوری های رویکرد شبکه و بین المللی سازی توضیح داد. شبکه ها مخصوصاً برای مؤسساتی که از طریق تجاری سازی تحقیقات دانشگاهی تأسیس شده اند، اهمیت دارند. زیرا یادگیری و توسعه دانش وظایف اساسی این مؤسسه ها است (Civera et al., 2019). همچنین سرمایه انسانی مهم ترین عامل در فرآیند تحول کارآفرینی آنهاست (Guerrero et al., 2015). سرمایه انسانی مهم ترین عنصر برای توسعه کیفیت آموزشی و تولید نوآوری است. به همین علت، سرمایه انسانی جزو راهبردها قرار گرفت. عوامل محسوس نیز زیرساخت هایی مانند انکوباتورهای تجاری و دفاتر انتقال فناوری هستند که سازوکار حمایتی قوی برای فعالیت تجاری سازی دانش مانند شکل گیری استارت آپ ها و سرمایه گذاری مشترک است. عوامل نامحسوس نیز شامل عواملی مانند کانون راهبردی، سیستم های پاداش، طرح های کارآفرینی، شهرت و شبکه ها است (Bronstein & Reihlen, 2014). پیشنهاد شود از طریق جایگزینی کارکنان منعطف و فعال در بخش های مختلف دانشگاه های برتر، فرهنگ خشک سازمان را به سمت کارآفرینانه بودن هدایت کنند.

شرایط مداخله گر، ساختار سازمانی، دولت و آموزش از پژوهش حاضر استخراج شد. آموزش کارآفرینانه می تواند به عنوان توسعه مهارت های خاص به فرد تعریف شود (رفتار، دانش، مهارت ها و نگرش ها) که ممکن است در طول زمان حرفه ای خود در تولید مزایای درازمدت برای جامعه و اقتصاد مفید باشد (Rae & Wang, 2015). استفاده از زبان انگلیسی به عنوان زبان آموزشی، باعث ایجاد فرصت های اشتغال و پتانسیل کسب درآمد بعد از فارغ التحصیلی برای دانشجویان می شود (Chankseliani, 2018). دانشگاه بیشتر باید به ابزارهای حمایت از نوآوری و کارآفرینی تجهیز شود و بستر مناسب تری برای تجاری سازی ایده ها و انتقال فناوری های تولید شده ایجاد کند تا بتواند در انجام رسالت خود موفق تر باشد. پیشنهاد

می‌شود، با بازنگری مجدد استراتژی‌ها و اهداف دانشگاه‌ها در جهت بین‌المللی‌سازی با رویکرد کارآفرینی، دولت چارچوبی قانونی برای ایجاد همکاری دوجانبه بین فعالان صنعت- دولت و دانشگاه ایجاد کند. برگزاری فرآیندهای خارج از فعالیت‌های اصلی آموزشی برای تشویق فعالیت‌های کارآفرینانه در حوزه بین‌الملل نیز باید انجام گیرد. در این پژوهش شرایط علی شامل: فرصت‌های دانشگاهی و محیط بین‌الملل استخراج شد. بنابراین برای داشتن درک عمیق‌تر از دانشگاه کارآفرین، فرایندهای چندمرحله‌ای توسط فعالان باید شناسایی شده و عوامل و فعالیت‌های کلیدی هر مرحله در نظر گرفته شود (Wood, 2011; Salamzadeh et al, 2011). به‌طور خاص، روند آموزش برای دانشگاه کارآفرین به فعالیت‌های آموزشی‌ای اشاره دارد که در خارج از برنامه‌های درسی، مانند آگاهی‌رسانی، کارگاه‌های آموزشی برای شناسایی فرصت‌ها، دوره‌هایی برای اجرای پروژه‌های نوآورانه و راه‌اندازی شرکت‌های زایشی است. پیشنهاد می‌شود که هر نظام آموزشی دانشجویان را برای کار در یک محیط در حال تغییر، پویا، کارآفرین و جهانی با تقویت مهارت‌ها، ویژگی‌ها و تفکر انتقادی و خلاقانه آماده کند. در نهایت، پیامدها شامل قابلیت‌های پویا، مراکز نوآوری و مشارکت بین‌الملل شناسایی شده است. با توجه به این که مصاحبه‌شونده‌ها در ۲ حوزه بین‌الملل و کارآفرینی فعال بودند، از حوزه بین‌الملل کُد آموزش زبان انگلیسی به‌عنوان مهم‌ترین کُد و در حوزه کارآفرینی کُد نوآوری دانشگاه، از سوی خبرگان با پنج‌بار تکرار به‌عنوان مهم‌ترین کُدها انتخاب شدند که تأثیر بسزایی در بین‌المللی‌سازی دانشگاه با رویکرد کارآفرینی دارند. سرانجام می‌توان نتیجه گرفت که ویژگی‌های ساختار مطلوب، سبک‌های مدیریتی خلاق و منحصر به فرد را پرورش می‌دهد. از بین بردن تمرکز موجود در قدرت و مسئولیت‌پذیری، به افزایش برقراری ارتباط اثربخش از سوی کارکنان در سراسر دانشگاه منجر خواهد شد. همین امر موجب می‌شود دانش با شیوه‌هایی به اشتراک گذاشته شود که موجب بهبود نوآوری، ریسک‌پذیری و تمایل به رفتار پیش‌تازانه شود. پیشنهاد می‌شود، مطالعات آینده نقش تیم‌های کارآفرین را در روند بین‌المللی‌سازی دانشگاه با رویکرد کارآفرینی مورد بررسی قرار دهند.

محدودیت‌ها

باید گفت این مطالعه جدید است، ولی بدون محدودیت نیست. نخست به دلیل آنکه تجزیه و تحلیل انجام شده مربوط به دانشگاه‌های برتر ایران است. بنابراین تعمیم یافته‌ها باید با احتیاط استفاده شوند، زیرا ممکن است برای شرایط منطقه‌ای مختلف اعتبار نداشته باشند. دوم، پژوهشگران بین‌المللی‌سازی دانشگاه با رویکرد کارآفرینی را تنها از طریق مصاحبه بررسی کرده‌اند و بهتر است با روش‌های دیگر نیز مورد سنجش قرار بگیرند. در خاتمه از تمام کسانی که پژوهشگران را در انجام مطالعه حاضر یاری کردند، تقدیر و تشکر می‌شود.

منابع

احمدی، سیداحمد؛ تقوی‌نیا، منصوره؛ سلطانی عربشاهی، سید کامران و قاسمی، محمد صادق (۱۳۹۶). «نقش متقابل رتبه‌بندی دانشگاه‌ها و بین‌المللی‌سازی آموزش». فصل‌نامه مرکز مطالعات و توسعه آموزش پزشکی، ۱۴(۲): ۸۳-۹۳.

باقری‌مجد، روح‌الله؛ مهدی‌پور، پوسف و باقری‌مجد، عادل (۱۳۹۷). «تأثیر رهبری کارآفرینی بر رفتار نوآوران با نقش میانجی محرک‌های نوآوران در آموزش عالی (دانشگاه سیستان و بلوچستان)». توسعه کارآفرینی، ۱۱(۴): ۷۳۹-۷۵۸.

بهرام‌چوبین، مینا؛ مشرف‌جوادی، محمدحسین و صفری، علی (۱۳۹۵). «ارزیابی و رتبه‌بندی معیارهای دانشگاه کارآفرین (مورد مطالعه: دانشگاه‌های استان اصفهان)». توسعه کارآفرینی، ۹(۴): ۶۹۱-۷۱۰.

حمیدپاشا؛ موسوی میرکلایی، محبوبه‌السادات و دلفانی، ساناز (۱۳۹۳). «کارآفرینی در دانشگاه‌های نسل سوم و چالش‌های پیش‌رو در عرصه منابع انسانی»، همایش بین‌المللی مدیریت. کردناجیح، اسدالله؛ احمدی، پرویز؛ قربانی، زهرا و نیاکان‌لاهیجی، نازیلا (۱۳۹۱). «بررسی ویژگی‌های دانشگاه کارآفرین در دانشگاه تربیت مدرس». فصلنامه توسعه کارآفرینی، ۵(۳): ۴۷-۶۴.

صنوبر، ناصر؛ سروری، رحیم و جبارزاده، یونس (۱۳۹۷). «بین‌المللی شدن شرکت‌های دانش‌بنیان: نقش دانش بازار خارجی و تشخیص فرصت کارآفرینانه بین‌الملل»، توسعه کارآفرینی، ۱۱(۳): ۴۶۱-۴۷۹.

مبینی دهکردی، علی؛ نانکلی، علیرضا و جامه بزرگی، محمدجواد (۱۳۹۵). «بررسی تأثیر گرایش کارآفرینانه بر بین‌المللی‌سازی شرکت‌های موجود در صنعت شیشه و بلور ایران با نقش میانجی گری فرهنگ سازمانی»، فصلنامه توسعه کارآفرینی، ۹(۴): ۷۱۱-۷۲۹.

Ahmad, N. H., Halim, H. A., Ramayah, T., Popa, S., & Papa, A. (2018). The ecosystem of entrepreneurial university: the case of higher education in a developing country. *International Journal of Technology Management*, 78(1-2): 52-69.

Alexander, U., & Evgeniy, P. (2012). The entrepreneurial university in Russia: from idea to reality. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 52, 45-51.

Altbach, P. G., & Knight, J. (2007). The internationalization of higher education: Motivations and realities. *Journal of studies in international education*, 11(3-4): 290-305.

- Arasti, Z. Zarei, H., & Didehvar, F. (2014). Identifying the Evaluative Indicators of Regulatory Policies for the Development of Social Entrepreneurshi, Springer Science+Business Media New York.
- Arnaut, D. (2010). "Towards an Entrepreneurial University". *IJMS*, 3(1). 136-152.
- Audretsch, D. B., Lehmann, E. E., & Menter, M. (2016). Public cluster policy and new venture creation. *Economia e Politica Industriale*, 43(4):, 357-381.
- Baporikar, N. (2019). Significance and Role of Entrepreneurial University in Emerging Economies. *International Journal of Applied Management Sciences and Engineering (IJAMSE)*, 6(1): 46-61.
- Bischoff, K., Volkman, C. K., & Audretsch, D. B. (2018). Stakeholder collaboration in entrepreneurship education: An analysis of the entrepreneurial ecosystems of European higher educational institutions. *The Journal of Technology Transfer*, 43(1): 20-46.
- Bonardo, D., Paleari, S., & Vismara, S. (2011). Valuing university-based firms: The effects of academic affiliation on IPO performance. *Entrepreneurship theory and practice*, 35(4): 755-776.
- Brajkovic, L., & Helms, R. M. (2018). Mapping Internationalization on US Campuses. *International Higher Education*(92): 11-13.
- Brito, S. M. d. R. B. (2018). Introductory Chapter: Entrepreneurship as a Trend and as a Challenge *Entrepreneurship-Trends and Challenges*: IntechOpen.
- Bronstein, J., & Reihlen, M. (2014). Entrepreneurial university archetypes: A meta-synthesis of case study literature. *Industry and Higher Education*, 28(4):262-245.
- Budyldina, N. (2018). Entrepreneurial universities and regional contribution. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14(2): 265-277.
- Centobelli, P., Cerchione, R., & Esposito, E. (2019). Exploration and exploitation in the development of more entrepreneurial universities: A twisting learning path model of ambidexterity. *Technological Forecasting and Social Change*, 141, 172-194.
- Chankseliani, M. (2018). Four rationales of HE internationalization: Perspectives of UK universities on attracting students from former Soviet countries. *Journal of studies in international education*, 22(1): 53-70.
- Civera, A., Meoli, M., & Vismara, S. (2019). Do academic spinoffs internationalize? *The Journal of Technology Transfer*, 44(2), 381-403.
- Colombo, M. G., D'Adda, D., & Piva, E. (2010). The contribution of university research to the growth of academic start-ups: an empirical analysis. *The Journal of Technology Transfer*, 35(1), 113-140.
- Corbin, J., Strauss, A. L., & Strauss, A. (2015). *Basics of qualitative research*: sage.
- Cunningham, J. A., Guerrero, M., & Urbano, D. (2017). Entrepreneurial universities—overview, reflections, and future research agendas *THE WORLD SCIENTIFIC REFERENCE ON ENTREPRENEURSHIP: Volume 1: Entrepreneurial Universities Technology and Knowledge Transfer* (pp. 3-19): World Scientific.
- Cunningham, J. A., Menter, M., & Wirsching, K. (2019). Entrepreneurial ecosystem governance: A principal investigator-centered governance framework. *Small Business Economics*, 52(2), 545-562.
- Dalmarco, G., Hulsink, W., & Blois, G. V. (2018). Creating entrepreneurial universities in an emerging economy: Evidence from Brazil. *Technological Forecasting and Social Change*, 135, 99-111.

- Duane Ireland, R., Kuratko, D. F., & Morris, M. H. (2006). A health audit for corporate entrepreneurship: innovation at all levels: part II. *Journal of business strategy*, 27(2), 21-30.
- Errasti, N., Bezanilla, M.-J., García-Olalla, A., Auzmendi, E., & Paños, J. (2018). Factors and maturity level of entrepreneurial universities in Spain. *International Journal of Innovation Science*, 10(1), 71-91.
- Etzkowitz, H. (2014). The entrepreneurial university wave: from ivory tower to global economic engine. *Industry and Higher Education*, 28(4), 223-232.
- Garcia-Morales, V. J., Llorens-Montes, F. J., & Verdú-Jover, A. J. (2006). Antecedents and consequences of organizational innovation and organizational learning in entrepreneurship. *Industrial Management & Data Systems*, 106(1), 21-42.
- Guerrero, M., Urbano, D., & Salamzadeh, A. (2015). Entrepreneurial transformation in the Middle East: experiences from Tehran Universities. *Technics Technologies Education Management*, 10(4), 533-537.
- Kiederich, A. (2007). Investigating New Technology Based Firm (NTBF) internationalization: The impact on performance, the process and the antecedents.
- Kirk, S. H., Newstead, C., Gann, R., & Rounsaville, C. (2018). Empowerment and ownership in effective internationalisation of the higher education curriculum. *Higher Education*, 76(6), 989-1005.
- Knight, J. (2007). Internationalization: Concepts, complexities and challenges *International handbook of higher education* (pp. 207-227): Springer.
- Lahikainen, K., Kolhinen, J., Ruskovaara, E., & Pihkala, T. (2019). Challenges to the development of an entrepreneurial university ecosystem: The case of a Finnish university campus. *Industry and Higher Education*, 33(2), 96-107.
- Lombardi, R., Lardo, A., Cuozzo, B., & Trequattrini, R. (2017). Emerging trends in entrepreneurial universities within Mediterranean regions: an international comparison. *EuroMed Journal of Business*, 12(2), 130-145.
- Mascarenhas, C., Marques, C. S., Galvão, A. R., & Santos, G. (2017). Entrepreneurial university: towards a better understanding of past trends and future directions. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 11(03), 316-338.
- Meoli, M., Paleari, S., & Vismara, S. (2013). Completing the technology transfer process: M&As of science-based IPOs. *Small Business Economics*, 40(2), 227-248.
- Miller, K., Alexander, A., Cunningham, J., & Albats, E. (2018). Entrepreneurial academics and academic entrepreneurs: A systematic literature review.
- Montoro-Sánchez, Á., Ortiz-de-Urbina-Criado, M., & Romero-Martínez, A. M. (2009). The decision to use alliances as corporate entrepreneurship: The role of resources and skills. *Group Decision and Negotiation*, 18(5), 431.
- Rae, D., & Wang, C. L. (2015). *Entrepreneurial learning: New perspectives in research, education and practice*: Routledge.
- Rubens, A., Spigarelli, F., Cavicchi, A., & Rinaldi, C. (2017). Universities' third mission and the entrepreneurial university and the challenges they bring to higher education institutions. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 11(03), 354-372.

- Salamzadeh, A., Salamzadeh, Y., & Daraei, M. (2011). Toward a systematic framework for an entrepreneurial university: a study in Iranian context with an IPOO model. *Global Business and Management Research: An International Journal*, 3(1), 31-37.
- Schillo, R. S. (2018). based spin-offs as agents in the entrepreneurial ecosystem. *The Journal of Technology Transfer*, 43(1), 222-239.
- Schmitz, A., Urbano, D., Dandolini, G. A., de Souza, J. A., & Guerrero, M. (2017). Innovation and entrepreneurship in the academic setting: a systematic literature review. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13(2), 369-395.
- Take, H., & Shoraku, A. (2018). Universities' Expectations for Study-Abroad Programs Fostering Internationalization: Educational Policies. *Journal of studies in international education*, 22(1), 37-52.
- Tayauova, G. T., & Bektas, C. B. (2018). An Overview of Entrepreneurial Universities and Main Barriers to Entrepreneurial University Development in Kazakhstan. *The Journal of Economic Research & Business Administration*, 124(2), 245-253.
- Wood, M. S. (2011). A process model of academic entrepreneurship. *Business horizons*, 54(2), 153-161.
- Wright, M., Siegel, D. S., & Mustar, P. (2017). An emerging ecosystem for student start-ups. *The Journal of Technology Transfer*, 42(4), 909-922.
- Wu, H., & Zha, Q. (2018). A new typology for analyzing the direction of movement in higher education internationalization. *Journal of studies in international education*, 22(3), 259-277.
- Yonezawa, Y. (2017). Internationalization management in Japanese universities: the effects of institutional structures and cultures. *Journal of studies in international education*, 21(4), 375-390.
- Zaman, K., & Mohsin, A. (2014). Internationalization of universities: emerging trends, challenges and opportunities. *Journal of Economic Info*, 1(1), 1-9.
- Ziyae, B., & Tajpour, M. (2016). Designing a comprehensive model of entrepreneurial university in the science and technology parks. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 12(3), 267-280.