

«علوم تربیتی»

سال اول، شماره دوم، تابستان ۱۳۸۷

صص ۴۱-۶۸

شناسایی وظایف و ماموریت های دانشگاه کارآفرین

هوشنگ تقی زاده^۱

مهرداد محمدپور شاطری^۲

چکیده

این مقاله به دنبال شناسایی وظایف و ماموریت های دانشگاه کارآفرین می باشد. جامعه آماری تحقیق حاضر را، اساتید دانشکده مدیریت، اقتصاد و حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز تشکیل می دهند. با استفاده از فرمول تعیین حجم نمونه، ۴۶ نفر، بعنوان نمونه آماری مشخص، و به روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب شده اند. پس از مشخص نمودن حجم نمونه، پرسشنامه ای در بین اعضای نمونه آماری توزیع و اطلاعات آن جمع آوری شده است. اطلاعات جمع آوری شده تلخیص و

۱. استادیار، عضو هیئت علمی گروه مدیریت صنعتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز

۲. کارشناس ارشد رشته مدیریت صنعتی، عضو باشگاه پژوهشگران جوان تبریز

طبقه بندی گردیده و به کمک نمودار پارتو وظایف و ماموریت های اصلی شناسایی شده است.

کلمات کلیدی: دانشگاه کارآفرین، اصل پارتو

مقدمه

در دنیای امروز با توجه به فرآیند جهانی شدن و دانش مدار بودن اقتصاد، کشورهای قادر خواهند بود در اقتصاد خود تحول ایجاد نموده و جایگاه جهانی برای خود پیدا و حفظ نمایند که با توجه به نهادهای علمی و تحقیقاتی، بتوانند در تولید علم و افراد فرهیخته و کارآفرین و مدیریت آن نسبت به رقبای پیشی بگیرند. بنابراین دانشگاه ها و مراکز تحقیقاتی، به عنوان رکن اساسی در تولید علم و افراد فرهیخته و به عنوان محور اصلی در تبدیل ایده به محصول و یا تبدیل دانش به صنعت، باید مورد توجه قرار گیرند.

دانشگاه به عنوان منشأ همه تحولات در جامعه، باید در این امر پیش قدم باشد. لذا پیش از همه باید انتظارات، اهداف و سیاست های دانشگاه را در تربیت کارآفرین مشخص نمود تا بتوان به یک استراتژی منسجم جهت تربیت نیروی انسانی کارآفرین دست یافت. به نظر می رسد در دانشگاه باید خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی و ضرورت رشد و شکوفایی آن به مثابه یک اصل اساسی تلقی شود تا بتوان فعالیت ها و برنامه های دانشگاه را با آن همسو و هماهنگ نمود. همچنین بایستی به آموزش اصول، روش ها و فنون کارآفرینی به منزله یکی از جنبه های اصلی فناوری، به طور بایسته و شایسته توجه شود. با ایجاد روحیه خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی به منزله مهمترین هدف راهبردی در دانشگاه، این روحیه به تدریج در فرهنگ جامعه حاکم شود.

با توجه به موارد فوق ملاحظه می شود که تفکر کارآفرینی در دانشگاهها امری ضروری و اجتناب ناپذیر است. علیرغم اهمیت موضوع، برخی از دانشگاهها هنوز کارآفرینی را عملیاتی ننموده اند. بنابراین این مقاله به دنبال بررسی و شناسایی وظایف

و ماموریت های دانشگاه کارآفرین می باشد. بر این اساس هدف اصلی این تحقیق، شناسایی وظایف و ماموریت های دانشگاه کارآفرین می باشد.

مفهوم دانشگاه کارآفرین

به دلیل نقش و جایگاه ویژه کارآفرینان در روند تحوّل اقتصادی، بسیاری از دولت‌ها در کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته تلاش می‌کنند با حداکثر امکانات و بهره‌برداری از دستاوردهای تحقیقاتی، شمار هر چه بیشتری از جامعه را که دارای ویژگی‌های کارآفرینی هستند، به آموزش در جهت کارآفرینی و فعالیت‌های کارآفرینانه، تشویق و هدایت کنند. لذا دانشگاه کارآفرین به عنوان اصلی‌ترین مرکز رشد و پرورش افراد کارآفرین و ایده‌ها و روشهای کارآفرینانه، نقش حیاتی را ایفا می‌کنند.

امروزه کارآفرینی در مفهوم جدید و به اعتبار پیامدهای ارزشمند خود، اقبال گسترده‌ی مجامع علمی و دانشگاهی را با خود همراه ساخته و می‌رود با حمایت‌های بخش‌های دیگر جامعه مانند بخش صنعت، کسب و کار، تجارت و بازار، به یکی از آروزهای دیرینه که همانان همکاری و هماهنگی دانشگاه و صنعت بعنوان دو بال پرواز و اوج‌گیری شهپر ترقی و پیشرفت است، جامعه عمل بپوشاند. بنابراین باید کارآفرینی و متعاقب آن، اقبال دانشگاه‌ها به آن را مولود خجسته و میمون دانست که نقطه تلاقی دو قطب تأثیرگذار جامعه را بوجود آورده است و از این رهگذر، جامعه صنعتی و تجاری را از دستاوردهای ارزنده علمی و پژوهشی دانشگاه‌ها که همواره به عنوان یک خلاء راهبردی بر پیکر نحیف و رنجور صنعت میتازید و آن را می‌رنجانند، متمتع سازد. از طرفی دانشگاه‌ها نقش بسیار مهمی در آموزش و ترویج فرهنگ کار و کارآفرینی در جامعه را دارا هستند و آن از این حقیقت بر می‌آید که این مراکز، پایگاه، جایگاه و خواستگاه تعداد کثیری از انسان‌های فرهیخته، توانمند با انگیزه، جویای نام و تعالی جو هست که می‌توانند به عنوان سرمایه‌های انسانی و نقش آفرینان تحوّل اقتصادی آینده، در صورت دیدن آموزش‌های اصولی کارآفرینی به همراه

فراگیری مهارت‌های مرتبط کسب و کار، رقم‌زندگان واقعی آینده اقتصاد یک جامعه تلقی کردند (www.creativ.com).

دانشگاه کار آفرین مکانی است که مشاغل جدید در آن خلق می‌شوند. این مراکز از افراد کارآفرین حمایت می‌کند. این حمایت شامل حمایت‌های آموزشی، مالی و بازار یابی است. در نتیجه کارآفرینان امکان دسترسی به کتاب‌خانه‌ها، آزمایشگاه‌ها و ... را پیدا می‌کنند. در چنین دانشگاه‌هایی برای سرمایه‌گذاران امکاناتی فراهم می‌شود تا مراکز جدید کسب و کار را فراهم آورند. با آنها همکاری می‌شود تا مشکلات آنها پیش‌بینی شده و از فرصت‌های بدست آمده استفاده کنند که خود تجربه‌ای ارزشمند در حیطه مالی و بازار یابی است.

در این دانشگاه‌ها گرد هم آوردن ذخایر مالی اهمیت ویژه‌ای دارد و خصوصاً به کمک‌های دولتی نیز نیازمندند. مشاغلی که از این دانشگاه‌ها بهره‌مند می‌شوند مسلماً در توسعه فناوری‌های جدید، پیش‌رو خواهند بود. این فناوریها در تولید کالاها به کار رفته و منجر به بالا رفتن سطح استاندارد زندگی خواهد شد. دانشگاه کار آفرین باید به بازار دسترسی داشته و از تجارب افراد صاحب تجربه در بازار کمال بهره را ببرد. همچنین وجود افراد توانا و شایسته، علاقه‌مند و خلاق در چنین مجموعه‌هایی ضروری است. در این مراکز ارتباطات افراد و گروه‌ها به صورت باز و افقی است که معمولاً غیر رسمی نیز می‌باشد. وجود جلسات برای تبادل اطلاعات و فعالیت‌ها ضروری است و از ایده‌های جدید و خلاق استقبال می‌شود. در این دانشگاه‌ها نیروی انسانی و خصوصاً دانشجویان، با ارزش‌ترین منبع به حساب می‌آیند و از ریسک‌پذیری و نوآوری آنها نیز حمایت به عمل خواهد آمد. می‌توان شعار این دانشگاه‌ها را آرمان مدون، آینده‌نگر، مشتری‌گرا و نوآور نوشت.

ظهور دانشگاه کارآفرین و مفهوم کار آفرینی

طی سالهای اخیر ورود جوانان جویای کار و کاهش تقاضا برای نیروی کار، بحران اشتغال را در کشور تشدید نموده است؛ که باید به صورت بنیادی مورد توجه

دولتمردان قرار گیرد. در این بین ورود دانشگاهیان به این حیطه نیز می تواند بسیار مؤثر باشد. رویارویی صحیح و تدابیر خاص برای حل معضل بیکاری، مبتنی بر پژوهش و مطالعه ضرورت دارد. با توجه به میزان رشد جمعیت در دو دهه گذشته، بیکاری را می توان مهمترین چالش اجتماعی چند دهه آینده به حساب آورد. پیامدهای این بحران، گسترش فقر و افزایش پدیده های ناگوار اجتماعی است. پرداختن به بحث کار آفرینی با توجه به این امر خالی از لطف نیست؛ هر چند که در خصوص ماهیت و مفهوم آن عده انگشت شماری از دانشمندان به آن پرداخته اند، بنابراین تعریف استاندارد برای آن وجود ندارد. جلیل صمد آقایی در کتاب سازمان های کار آفرینی در ضمن گرد آوری مفهوم کار آفرینی از دیدگاه دانشمندان، مهمترین تعریف ها را به شرح زیر ارائه نموده است (صمد آقایی، ۱۳۷۸، ۱۳):

- پروسه ایجاد ثروت؛
 - پروسه هدایت به خلق سازمان جدید بدون توجه به نوع پتانسیل سازمان؛
 - توسعه موقعیت ها و اقدامهای نوآورانه همراه با خطر؛
 - روش اداره ای است که فرصت ها را بدون در نظر گرفتن منابع موجود و قابل کنترل فعلی تعقیب می کند؛
 - وظایف، فعالیت ها و اعمالی که برای تحقق فرصت شناخته شده و ایجاد سازمانی مناسب با آن، کمک می کند؛
- کار آفرینی را در کل می توان ایجاد کسب و کارهای نوآورانه تلقی کرد. فعلاً در کشور ما نظام آموزش دهنده دانشگاهها، افرادی را پرورش می دهد که فقط می توانند شکافهای شغلی بسیار تعریف شده را پر کنند و بنابراین باید حرکتی عظیم در راستای تولید کار آفرینان در دانشگاهها به عنوان قطب علمی کشور صورت گیرد، که این به معنای اتصال دانشگاه با صنعت و فن آوری است. نظام آموزشی دانشگاه مبتنی بر یادگیری نیست، آموزش مبتنی بر تعلیم است و این خود عاملی برای عدم پرورش

افراد کار آفرین است. فرد کار آفرین کسی است که توانایی تشخیص و ارزیابی فرصت های کسب و کار دارد و می تواند منابع لازم را جمع آوری کرده و از آنها بهره برداری نموده و عملیات مناسبی را برای رسیدن به موفقیت پی ریزی کند (مردیث، ۱۳۷۱، ۱).

دانشگاهها می توانند بخشی از فعالیت خود را به پرورش کار آفرینان تخصیص دهند. هر چند دانشگاه می تواند فقط به تولید و عرضه فن آوری و دانش بسنده کند و آن را در اختیار دانشجویان و جامعه بگذارد، اما این به معنای موفقیت نیست. اگر این فن آوری بدست آمده را در جامعه بکار گیرد و آن را در اختیار کار آفرینان بگذارد، به معنای دیگر جنبه عملی این فن آوری را نیز خودش تا حدودی عهده دار باشد، به موفقیت علمی و عملی توأم دست یافته است. دانشگاه می تواند افقها و فرصت های بهره‌وری فن آوری را برای افراد ترسیم نماید و آنها را در جهت استفاده هدایت کند. نگاهی که دانشگاه نسبت به فن آوری دارد نباید صرفاً خود فن آوری باشد، بلکه کار آفرینی را در جهت استفاده بهینه و اشتغال زایی برای جوانان در بحث توسعه فن آوری در نظر داشته باشد. به این دلیل مسئولین دانشگاه به تنهایی نمی توانند عهده دار چنین مسئولیت خطیری شوند. چون در کشور ما هنوز پدیده کار آفرینی به صورت گسترده عملی نشده است، مردم به یک نقش هدایتی نیازمندند که در عرصه عملی فن آوری پیش قدم شوند. از آنجایی که در بخشهای خصوصی و صنعتی امکان ریسک بسیار بالا است، دانشگاه می تواند به عنوان حوزه دولتی، حامی مردم شود تا با ایجاد محیط رقابتی فناوری، فرصت بیشتری برای رشد پیدا نماید. ایجاد مؤسسات و شهرکهای تحقیقاتی و پژوهشی وابسته به دانشگاهها می تواند بسیار مؤثر باشد، چرا که دانشجویان و فارغ‌التحصیلان در محیط و بستری علمی و تحقیقاتی قرار می گیرند که می توانند آنچه در این دانشگاه آموخته اند، در معرض حضور قرار دهند. در حقیقت به بیانی زیباتر، آنچه را که بالقوه دارند در این مسیر بالفعل نمایند. می توان امیدوار بود که با

شناخت دقیق این عمل و باتوجه به ظرفیت‌ها و محدودیت‌های کشور از لحاظ کار آفرینی و میزان بهره برداری از عوامل و منابع پایه ای تولید، بتوان تصمیم‌ها و سیاست گذاری های مفید و مؤثر تری برای مقابله با بحران بی کاری اتخاذ نمود .

ضرورت کار آفرینی در دانشگاهها:

بعضی از صاحب‌نظران معتقدند که فناوری پیشرفته، محصول کار آفرینی است . هر مدیر کار آفرین می کوشد از پیشرفته ترین فناوریهای قبلاً خلق شده در کار خود بهره جوید . اما حاصل فعالیت او نیز خود به ابداع فناوری جدید تری می انجامد . فناوری دارای سه بعد (دانش ، ابزار و روش) است. تحول در هر یک از این ابعاد منجر به تحول در فناوری می شود. به عبارت دیگر تغییر هر بعد به طور طبیعی ابعاد دیگر را نیز متناسب با خود تغییر می دهد . فناوری همانند مثلثی است که دارای سه وجه دانش - روش - ابزار است. تحول در هر یک از ساق های مثلث ، دو ساق دیگر را نیز متحول می کند . هر اقدامی که یکی از ابعاد این مثلث را تحول بخشد کار آفرینی تلقی می شود .

بنابراین کار آفرینی عبارت است از (مهندسی مثلث دانش - روش - ابزار) . مدیران متعارف می کوشند در درون یک مثلث قبلاً تشکیل شده فعالیت کنند، اما کار آفرینان می کوشند ابعاد مثلث فناوری را تغییر دهند. در عموم موارد بعد دانش یا ابزار رو به گسترش است؛ بنابراین مساحت مثلث را افزایش می دهد و مساحت مثلث شاخص گسترش فناوری است. به همین دلیل است که نقش دانشگاه در این پروسه پررنگ تر به نظر می رسد.

جهانی شدن بازارها ، تشویق و پشتیبانی از کار آفرینی در کشورها را به عنوان امری ضروری ساخته است. ایجاد مرکز و جایگاهی برای کار آفرینان که منابع تولید ثروت اند، به سود جامعه است. ایجاد این مراکز ، انتقال فناوری از دانشگاهها به بازار و استخدام دانشجویان خالق ایده است، که به این سبب ایجاد این مراکز برای دانشگاهیان نیز سودمند است . یکی از ضرورت های ایجاد دانشگاه کار آفرین ایجاد سرمایه است.

کار آفرینان برای عملی ساختن ایده های خود با مشکل مواجهند. از یک سو، سرمایه داران بزرگ فرصت شنیدن ایده های کار آفرینان و پرداختن به کار های کوچک را ندارند و از سوی دیگر سرمایه های خود را صرف پروژه های کلان می نمایند، در نتیجه وجود دانشگاه که نقش مرکز پشتیبانی از کار آفرینی را به عنوان پل ارتباطی بین کار آفرینان و سرمایه داران ایجاد می کند، ضروری است.

(اکبری، ۱۳۸۰، ۲۲) معتقد است، به رغم آنکه برخی از صاحب نظران که معتقدند، کار آفرینی با آموزش مستقیم حاصل نمی شود و باید به روش پرورشی کار آفرینان را تربیت کرد، اما هیچ کس منکر این مطالب نیست که استفاده از فناوری-های نو و ایجاد کسب و کار جدید بدون آموزش و پژوهش در عمل دست نیافتنی است. با مراجعه به اطلاعات موجود درباره افزایش رشته های دانشگاهی، در کشور های توسعه یافته و در حال توسعه، اهمیت نظام آموزشی و پژوهشی در توسعه کار آفرینی و تربیت کار آفرینان بیشتر مشخص می شود. به عبارت دیگر ارتباط مستقیمی بین پیشرفت فناوری و ضرورت آموزش کار آفرینان وجود دارد.

اولین مرکزی که در دنیا، دوره آموزش ویژه کار آفرینی درون سازمانی را برگزار کرد؛ مؤسسه کار آفرینی در هند است. از جمله هدفهای اصلی این دوره می توان به نمونه های زیر اشاره کرد:

- آگاهی شرکت کنندگان از استعداد های نهفته کار آفرینی و هدایت آنها به سوی نوآوری؛

- کسب اطمینان از بینش و بصیرت به وجود آمده برای توسعه بیشتر؛

- کمک به توسعه شیوه رهبری کار آفرینان در سازمان؛

- انگیزه افراد برای تبدیل شدن به مدیران موفق در سازمان.

ارزش کار آفرینی:

(بهزادیان نژاد، ۱۳۸۰، ۱۸) معتقد است که کار آفرینی و کار آفرینان منشأ آثار

ارزشمندی هستند که در اینجا به اجمال به آنها اشاره می شود:

۱- ایجاد اشتغال : رابطه تنگاتنگ کار آفرین و اشتغال به گونه ای است که محققان بر این باورند و تجارب کشورهای مختلف نیز آنرا تأیید می کند که هرگاه فعالیت های کارآفرینی در یک جامعه کند و آهسته شود، نرخ بیکاری آن جامعه فزونی خواهد یافت .

۲- کار آفرینی موجب توزیع متناسب درآمدها و کاهش اضطراب های اجتماعی می شوند .

۳- کار آفرینی موجب بهره برداری از منابع و فعال شدن آنها برای توسعه کشور می شود .

۴- بهبود کیفیت زندگی ، کشف نیازها ، ابداع و توسعه کالاها و ایجاد خدمات جدید از جمله ویژگیهای کار آفرینان است .

(صمد آقائی ، ۱۳۷۸، ۴۲) برای سازمانهای کار آفرین، ویژگیهایی در نظر گرفته است که از آنجایی که دانشگاه نیز به عنوان یک سازمان محسوب می شود می توان این ویژگیها را به آن نیز تعمیم داد:

- غیر متمرکز بودن؛
- غیر رسمی بودن؛
- در انحصار نبودن اطلاعات؛
- گروهی بودن کارها؛
- برخوردار بودن از ساختار سازمانی که مانع ایجاد ایده های نو نباشد؛
- کنترل سهل گیر و غیر رسمی؛
- داشتن کارکنان توانمند؛
- حمایت مدیریت؛
- قدردانی مدیریت از افراد ریسک پذیر؛
- قدر دانی مدیریت از افراد صاحب ایده؛

- متولی شدن طرحهای کار آفرینانه؛
- حمایت مدیریت از طرحهای کوچک آزمایشی؛
- به کار گیری ایده های جدید کارکنان؛

دانشگاه کار آفرین و صنعت:

شرکتهای صنعتی که با یک دانشگاه کار آفرین در ارتباط باشند، از مزایای فناوری آن نیز بهره می جویند. به این جهت فرآیند های علمی و صنعتی دانشگاهها باید تکمیل شده و ایجاد این شرکتها از دل پژوهشهای دانشگاهی رخ دهد. در این مجموعه ها، دانشجویان باید مجموعه ای از دانش و مدیریت کار آفرینی را تماماً آموخته و با امکانات لازم که دانشگاه در اختیار آنها قرار می دهد، شروع به فعالیت در عرصه صنعت نمایند. در چنین مواردی معمولاً امکان ایجاد شرکتهای خصوصی مهیا شده و این شرکتها کم کم و با آمادگی کامل می توانند از دانشگاهها جدا شوند، ولی همچنان از حمایت و پشتیبانی دانشگاه بهره مند خواهند بود. ضمن این که این مراکز صنعتی نیز در صورت موفقیت، به اجرای پروژه ها و توسعه تحقیقات و فن آوری دانشگاهها کمک خواهند نمود. این ارتباط، ارتباطی دو جانبه است که مراکز صنعتی از دانش و تکنولوژی دانشگاهها و از دانشجویان و کار آفرینان خلاق و با استعداد بهره گرفته و دانشگاه نیز از کمک های مالی این مراکز بهره مند خواهد بود. با تسهیل روابط علمی و صنعتی مرتبط با کار آفرینی، پیشرفت علم و صنعت سهل تر و سریع تر خواهد گشت. یکی از نهادهای مؤثر در حمایت از دانشگاههای کار آفرین، مؤسسات و شرکتهای صنعتی و تحقیقی است.

مراحل اجرایی ساختار دانشگاه کار آفرین:

- ۱- بررسی وضعیت موجود ساختار دانشگاه از طریق تحقیق و پژوهش؛
- ۲- جمع آوری و تجزیه و تحلیل اطلاعات جمع آوری شده برای ترویج کار آفرینی و فناوری؛
- ۳- اصلاح ساختار موجود برای تبدیل به ساختار کار آفرین؛

۴- طراحی و توصیف مدل ساختار کار آفرینی؛

۵- اجرای آزمایشی مدل ساختار کار آفرینی؛

۶- ارزیابی و نهایی کردن مدل ساختار کار آفرینی.

اصولاً دانشگاهی که به دنبال ترویج شیوه های کار آفرینی و فناوری پیشرفته است، از ساختی برخوردار است که امکان به روز کردن خلاقیت ها و ایده پردازی را تشویق می کند و به نوعی آن را در وظایف مختلف دانشگاه پیش بینی می کند. در دانشگاه ها از صرف منابع برای استفاده از خلاقیت ها هراسی وجود ندارد. اگر دانشجویان می توانند به صورت فردی یا گروهی با فرآیند ایده پردازی و نوآوری درگیر شده تا مهارت لازم را کسب کرده و بکار ببندند، امکان رشد در دانشگاه دور از ذهن نیست و دانشجویان یقین دارند که بر اساس شایستگی ها و قابلیت های خود می توانند در دانشگاه رشد کرده و به برآورده ساختن آرمانهای آن کمک کنند. رقابت سالم به عنوان ارزشی مطلوب انگاشته می شود. ساخت چنین دانشگاهی افقی و پویا است. در چنین مرکزی انعطاف پذیری برای ایجاد تحول و حرکت به سوی رشد و بالندگی فردی و گروهی در سطح بسیار بالایی است. آنچه مسلم است؛ این است که دانشگاه خود تحت تأثیر متغیرهایی چون فناوری، فرهنگ و محیط است که در ترکیب اهداف کار آفرینی دخیل خواهند بود. برای به وجود آوردن دانشگاهی که متناسب با ترویج کار آفرینی توأم با فن آفرینی باشد؛ راهکارهای زیر پیشنهاد می شود:

- معین نمودن اهداف؛

- بررسی وضعیت دانشگاه از نظر سازماندهی و کار آفرینی؛

- توجه به توسعه تکنولوژی و فناوری؛

- تجزیه و تحلیل نیازها؛

- طبقه بندی و ارزیابی طرح های قابل انجام؛

- ایجاد دوره های آموزشی برای اساتید؛

- ایجاد دوره های ارتباطات و بازار یابی؛
- افزودن واحد کار آفرینی به واحدهای عمومی دانشگاه؛
- ایجاد شرایط احراز مشاغل با هدف ارتقای سطح مهارت های شاغلین؛
- کسب مهارت همراه با دانش لازم برای انجام کار آفرینی؛
- مدل سازمانی مناسب که به صورت بالقوه و بالفعل به رشد کار آفرینی کمک کند.

ارزش های بنیادی دانشگاه کارآفرین:

دانشگاه کارآفرین همواره ارزش های بنیادی زیر را سرلوحه کار خود قرار می دهد: (رحیمی، ۱۳۸۶، ۴۷).

- ۱- ایده پردازی عملگرا؛
- ۲- ارزش افزایی؛
- ۳- خلاقیت؛
- ۴- مشارکت گرایی؛
- ۵- کار بین رشته ای؛
- ۶- یادگیری مستمر؛
- ۷- پشتکار کاری؛
- ۸- رقابت پذیری.

ترویج کار آفرینی به عنوان یک فلسفه زندگی در دانشگاه کارآفرین:

در دانشگاه کارآفرین، کارآفرینی به عنوان یک فلسفه زندگی، سبک تفکر و الگوی رفتاری آموزش داده می شود و ترویج می گردد. جهت گیری کلی در تغییر نگرش، اصلاح رفتار و توانمندسازی کارآفرینانه به شرح زیر می باشد:

۱- نگرش کارآفرینی:

- می توان بر تغییرات تأثیر گذاشت؛
- همیشه یک راه بهتری وجود دارد؛

- فرصت‌ها همیشه و همه جا هستند؛
- پیامد هر شکست، موفقیت و یادگیری است؛
- نتیجه نوآوری، رشد است.

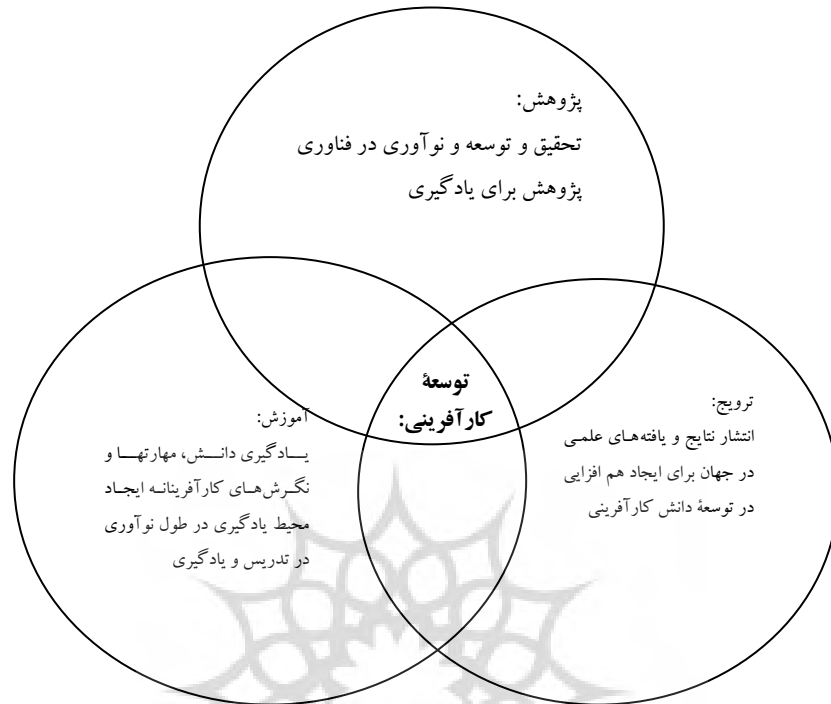
۲- اصلاح رفتار:

- فرصت جویی؛
- نوآوری؛
- مخاطره پذیری.

۳- توانمند سازی:

- یاددهی مشارکتی دانش و مهارت‌های کارآفرینانه در حدّ کلاس جهانی به همه دانشجویان با تمرکز بر یادگیری تعاملی؛
 - ایجاد هم افزایی همکاری بین رشته‌ای؛
 - برنامه ریزی جذب منابع انسانی ممتاز برای توسعه برنامه‌های آموزشی، پژوهشی و ترویجی دانشگاه؛
 - دعوت از متخصصان و خبرگان کارآفرینی (دانشگاهی و تجربی) برای مشاوره و همکاری در کلیه برنامه‌های مرکز کارآفرینی.
- جامعه از دانشگاه این انتظار را دارد که دانش آموختگان کارآفرین به جامعه عرضه کند و نیازهای دانش عملگرای جامعه را تأمین نماید. دانش آموخته کارآفرین کسی است که قابلیت‌های پردازش و اجرای ایده نو را داشته، آنرا به صورت کالا یا خدمت به بازار عرضه نماید. با توجه به اینکه قابلیت‌سازی، توانمند سازی و توسعه سرمایه انسانی در دانشگاه انجام می‌شود؛ انتظار می‌رود که در طی برنامه‌های آموزشی، پردازش ایده در دانشجویان نهادینه شود و بسیاری از مهارت‌های کارآفرینی به طور نامحسوس از طریق اجرای تمام برنامه‌های آموزشی، تفریحی و اداری دانشگاهی، به آنان منتقل شود. اجرای وظایف دانشگاهی در توسعه قابلیت‌های کارآفرینی براساس

مدل سه بعدی آموزش، پژوهش، ترویج، قابل تبیین است. در زیر این الگو ارائه شده است (رحیمی، ۱۳۸۶، ۴۹).



شکل (۱): الگوی سه بعدی توسعه کارآفرینی در دانشگاهها (رحیمی، ۱۳۸۳، ۲۵)

شاخص‌های تعریف شده برای رتبه بندی دانشگاه‌های کارآفرین و امتیازدهی آنها:

۱- فرهنگی:

الف) تهیه مطالب کارآفرینی برای ارائه در رسانه‌های گروهی (روزنامه، رادیو، تلویزیون، و اینترنت)؛

ب) ترغیب متقاضیان کار به تشکیل تیم‌های کسب و کار در قالب تأسیس شرکت‌های خصوصی و یا تعاونی.

۲- آموزشی:

الف) تهیه مقالات علمی، تألیف کتب، دوره‌های آموزشی کارآفرینی عمومی (BP) و طرح توجیهی ... و تخصصی؛

ب) وجود رشته کارآفرینی در دانشگاه.

۳- پژوهشی:

الف) انجام مطالعات پژوهشی مرتبط با کارآفرین؛

ب) پایان نامه‌های دانشجویی مرتبط با کارآفرین.

۴- هدایت و راهنمایی کارآفرینان:

الف) مراکز رشد؛

ب) کلینیک‌های اشتغال؛

ج) اتاق فکر کارآفرینی.

۵- مالی:

الف) تسهیلات؛

ب) یارانه سود و کارمزد تسهیلات؛

ج) سرمایه‌گذاری مخاطره آمیز و حمایت از کارآفرینان خطرپذیر در قالب

اعطای تسهیلات این بخش؛

د) تسهیلات حمایتی از طرح‌های ورشکست شده؛

ه) حمایت از طرح‌های اقتصادی برای ورود به بازار بورس سهام؛

و) حمایت از طرح‌ها در قالب کاهش مالیات بر درآمد.

۶- اداری:

الف) حضور تمام وقت مسئول دفتر کارآفرینی بدون سمت دیگر؛

ب) شرکت در همایش‌ها و جلسات هم‌اندیشی؛

ج) نظم و انضباط؛

د) گزارش دهی؛

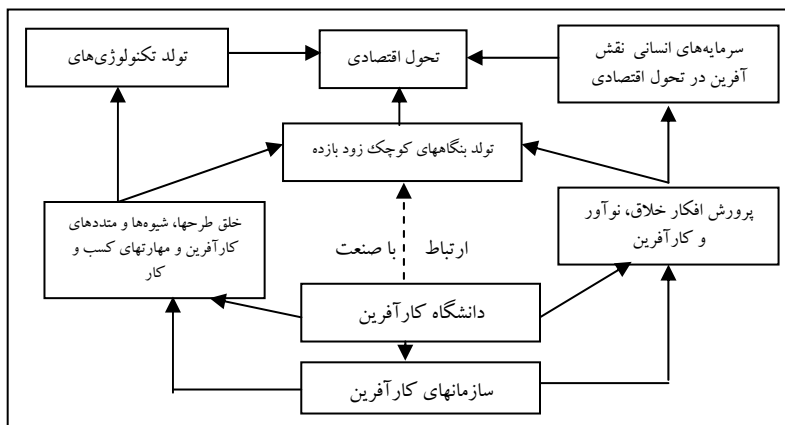
ه) ارائه پیشنهادات، ابتکارات، راهکارهای علمی و عملی قابل تعمیم به کل دانشگاه‌ها؛

و) تعداد کارشناس دفتر، تعداد اتاق، بودجه تخصص یافته برای دفتر و... (سلامی، ۱۳۸۰، ۱۲).

دانشگاه کارآفرین و نقش آن در تحوّل اقتصادی:

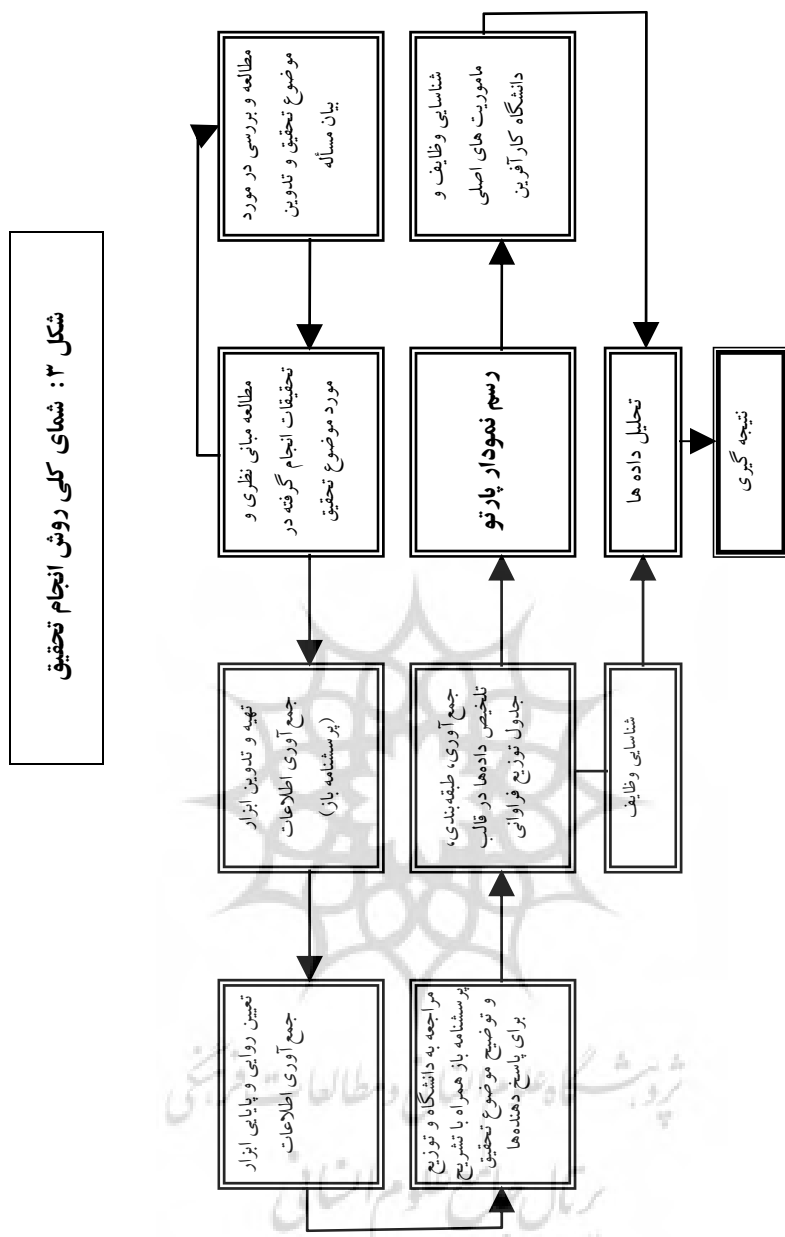
تحوّل اقتصادی یکی از برنامه‌ها و اهداف کلیه کشورها می‌باشد. برای رسیدن به این امر مهم، ناگزیر به استفاده از توانمندی‌های درونی (مدیریت، نیروی انسانی، اطلاعات و امکانات) با الگوهای علمی در اقتصاد مبتنی بر دانش می‌باشیم. اقتصاد نوظهوری که تأکید آن به صنایع کوچک با درآمدزایی بسیار می‌باشد. صنعت و دانشگاه کارآفرین، مرتبط و هماهنگ با هم، از ابزارهای رسیدن به این هدف می‌باشد. شکل (۸-۱) فرایند رسیدن به این هدف مهم را نشان می‌دهد، بدین صورت که دانشگاه کارآفرین با خلق و پرورش افراد کارآفرین و با ابداع روش‌ها و طرح‌های جدید و با از میان برداشتن موانع و مشکلات ارتباط خود با صنعت، منجر به تأسیس و راه اندازی صنایع کوچک شده و در نهایت تحوّل اقتصادی را به همراه دارد. همچنین باعث افزایش توان سرمایه‌های انسانی (نقش مهمی در تحوّل اقتصادی دارند)، و تولّد تکنولوژی‌های جدید و نوظهور (در تحوّل اقتصادی به عنوان کاتالیزور عمل می‌کند)، می‌گردد (محمد پورشاطری، ۱۳۸۵، ۱۶).

شکل (۲): دانشگاه کارآفرین و نقش آن در تحول اقتصادی (همان منبع، ۱۶)



روش انجام تحقیق

این تحقیق از نظر هدف از نوع کاربردی و از دید روش انجام تحقیق از نوع توصیفی است. بطور کلی، شکل صفحه بعد شمای کلی این تحقیق را نشان می دهد:



همانگونه که فرایند انجام تحقیق نشان می دهد، در انجام این تحقیق از نمودار پارتو بهره گیری شده است. نام نمودار پارتو از نام یک اقتصاددان ایتالیایی گرفته شده است. طبق نظریه او در بعضی از جوامع، بیشتر ثروت در دست عده کمی از مردم است (آذر و مومنی، ۱۳۸۲، ۸۹).

ابزار جمع آوری اطلاعات و تعیین روایی و پایایی آنها

به منظور جمع آوری اطلاعات، فرمی در قالب پرسشنامه باز طراحی و تدوین شده است. ابتدا روایی فرم تدوین شده بصورت محتوایی درونی با استفاده از نظرات حداقل سه نفر از متخصصین و اهل فن تعیین شده است. سپس جهت تعیین پایایی پرسشنامه، محقق تعداد بیست نفر از اعضای جامعه آماری را انتخاب و در دو نوبت مختلف با فاصله زمانی حداقل دو هفته فرم مورد نظر را در اختیار آنان قرار داده است تا نظرات خود را در روی فرم درج کنند. اطلاعات جمع آوری شده در هر دو مرحله، پس از طبقه بندی و تلخیص به فراوانی های نسبی تبدیل شده است. از آنجایی که استفاده از فرمول ضریب همبستگی پیرسون ضرورت نرمال بودن داده ها را طلب می کند، بنابراین تست نرمال بودن داده ها امری اجتناب ناپذیر است. به همین منظور، با استفاده از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف نرمال بودن داده های حاصل از فراوانی نسبی در هر دو نوبت مورد آزمون قرار گرفته است. نتایج حاصل از آزمون در جداول زیر آورده شده است:

H_0 : توزیع داده ها نرمال است.

H_1 : توزیع داده ها نرمال نیست.

جدول (۴): نتایج حاصل از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	shift1	shift2
N	19	19
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	9.0000
	Std. Deviation	6.20036
Most Extreme Differences	Absolute	.162
	Positive	.134
	Negative	-.162
Kolmogorov-Smirnov Z	.705	.638
Asymp. Sig. (2-tailed)	.704	.810

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

با توجه به اینکه مقدار P- Value از ۵٪ بیشتر است بنابراین H_0 رد نمی‌شود. در نتیجه

می‌توان گفت توزیع داده‌های حاصل از توزیع نرمال تبعیت می‌کنند. در نهایت ضریب همبستگی دو گروه محاسبه شده است که نتایج نشان دهنده همبستگی بالا می‌باشد. خروجی حاصل از نرم افزار SPSS در باره همبستگی پیرسون در جداول زیر ارائه شده است.

جدول (۵): ضریب همبستگی فراوانی نسبی بین دو نوبت

Correlations

	shift1	shift2
shift1	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	19
shift2	Pearson Correlation	.993**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	19

**. Correlation is significant at the 0.01 level

همانطور که در جدول (۵) دیده می شود، مقدار ۲ برابر ۰/۹۹۳ که نتایج نشان دهنده همبستگی بالا می باشد. جهت تعمیم یافته های حاصل از آزمون نمونه به جامعه آماری از آزمون t استفاده گردیده است. نتایج این آزمون در زیر ارائه شده است :

H_0 : بین نتایج حاصل از نوبت اول و نوبت دوم رابطه وجود ندارد .

H_1 : بین نتایج حاصل از نوبت اول و

نوبت دوم رابطه وجود دارد.

$$t = \frac{r}{\sqrt{\frac{1-r^2}{n-2}}} = \frac{0.97}{\sqrt{\frac{1-0.97^2}{35-2}}} = 12/84$$

از طرفی با سطح اطمینان ۹۵٪ ناحیه بحرانی برابر با $w(t \leq -1/96, t \geq 1/96)$ است ؛چون t محاسبه شده در ناحیه بحرانی قرار می گیرد بنابراین H_0 رد می شود. در نتیجه میتوان گفت بین نتایج حاصل از نوبت اول و نوبت دوم همبستگی وجود دارد . یعنی پرسشنامه دارای ثبات است.

جامعه و نمونه آماری

این تحقیق در طول سال ۱۳۸۷ انجام شده است. جامعه آماری تحقیق حاضر را، اساتید دانشکده مدیریت، اقتصاد و حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز تشکیل می دهند. براساس اطلاعاتی که از دانشکده مدیریت، اقتصاد و حسابداری اخذ گردیده است، در این دانشکده حدود ۷۳ نفر به صورت هیئت علمی تمام وقت، نیمه وقت و حق التدریس مشغول به تدریس هستند، لذا برای تعیین نمونه آماری با توجه به

محدود بودن حجم جامعه آماری، با استفاده از رابطه ذیل و با در نظر گرفتن

($P = \frac{1}{2}$ ، $e^2 = 0.09$ ، $N = 73$ و $\alpha = 5\%$)^۱ خواهیم داشت:

$$n = \frac{Nz_{\frac{\alpha}{2}}^2 pq}{e^2(N-1) + z_{\frac{\alpha}{2}}^2 pq}$$

$$n = 45.41 \approx 46$$

در تحقیق حاضر لازم گردید مطالبی کلی درباره موضوع تحقیق برای اعضای نمونه توضیح داده شود و سپس با ارایه فرم، درخواست گردید که وظایف و ماموریت های دانشگاه کارآفرین را مشخص کنند. محققین بر حسب لزوم با افراد مصاحبه و نظرات آنها را روی فرم های مربوطه درج نمودند.

تعیین وظایف و ماموریت های دانشگاه کارآفرین

پس از جمع بندی اطلاعات بدست آمده و تحلیل پارتو^۲، نتایج حاصل در تعیین وظایف و ماموریت های دانشگاه کارآفرین تهیه گردید. در صفحه بعد این دلایل آورده شده است:

^۱ - در محاسبه حجم نمونه با استفاده از رابطه (۶)، اگر $P = \frac{1}{2}$ در نظر گرفته شود، n حداکثر مقدار ممکن را پیدا خواهد کرد.

^۲ اصل پارتو یا قانون ۸۰:۲۰ روشی است برای نشان دادن اطلاعات به صورت نمودار تا معلوم شود چه علت هایی - در واقع - در شکل گیری بیشترین بخش معلول نقش دارند. این قانون بیان کننده این است که بیست درصد عوامل مسبب هشتاد درصد مسائل هستند (Robson, 2002, 97-98). در این تحقیق عواملی که مسبب ۷۵٪ مسائل هستند به عنوان عوامل تاثیرگذار بر ارزش قطعات انتخاب شده اند.

جدول (۶): تعیین وظایف و ماموریت های دانشگاه کارآفرین

ردیف	وظایف و ماموریتها	فراوانی (f _i)	فراوانی تجمعی (F _i)	درصد فراوانی تجمعی	طبقه بندی
۱	آموزش و پرورش دانش آموختگانی خلاق، نوآور، پایبند به اصول اخلاقی و پذیرای مسئولیت اجتماعی جهت ایجاد و راه اندازی کسب و کار، تحصیل درآمد و سرمایه گذاری توسعه کسب و کار	۳۳	۳۳	۰/۱۱۳۴	A
۲	ترویج و اشاعه تفکر و روحیه کارآفرینی در بین جامعه دانشگاهیان (اساتید، دانشجویان، مدیران، مشاوران، کارشناسان، و کارکنان واحدهای دانشگاهی)	۳۳	۶۶	۰/۲۲۶۸	A
۳	انجام پژوهش های علمی، کاربردی، توسعه ای، در زمینه شناخت موانع، مشکلات و توسعه کارآفرینی	۳۰	۹۶	۰/۳۲۹۹	A
۴	انجام تعاملات محیطی با سایر مراکز، مؤسسات تحقیقاتی، دانشگاه ها، دستگاه ها، نهادها، بنگاه ها و سازمان های کارآفرین در سطح ملی و فراملی در جهت ترویج کارآفرینی	۲۸	۱۲۴	۰/۴۲۶۱	A
۵	انجام مشاوره های راهبردی مدیریتی در زمینه ایجاد کسب و کار جدید، توسعه کسب و کارهای کوچک در سطح ملی برای بنگاه ها، مؤسسات، دستگاه ها، نهادها و سازمان های اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، ورزشی، هنری و حقوقی	۲۶	۱۵۰	۰/۵۱۵۵	A
۶	ایجاد، تجهیز و توسعه مرکز کارآفرینی به عنوان قطب اصلی آموزش کارآفرینی در سطح کشور	۲۶	۱۷۶	۰/۶۰۴۸	A
۷	عرضه خدمات کارآفرینی به اساتید، دانشجویان، مدیران، کارکنان و نهاد های مرتبط با مراکز کارآفرینی	۲۱	۱۹۷	۰/۶۷۷۰	A
۸	مستندسازی تجربیات کارآفرینان	۲۰	۲۱۷	۰/۷۴۵۷	A
۹	انتشار مجله های علمی پژوهشی و ترویجی فارسی و انگلیسی در مورد کارآفرینی	۲۰	۲۳۷	۰/۸۱۴۴	B
۱۰	برگزاری جشنواره ها، نمایشگاه، مسابقه و سمینار کارآفرینی (دانشگاهی، ملی، منطقه ای)	۲۰	۲۵۷	۰/۸۸۳۲	B
۱۱	ارائه خدمات مشاوره کارآفرینی به اشخاص حقیقی و حقوقی	۱۸	۲۷۵	۰/۹۴۵۰	B
۱۲	همکاری و هماهنگی با پارک علمی- فن آوری، مرکز رشد و دفتر ارتباط دانشگاه با صنعت به منظور تکمیل فرآیند کارآفرینی	۱۶	۲۹۱	۱	C

براساس نمودار پارتو و تحلیل آن ملاحظه می‌شود که مهمترین وظایف و ماموریت های دانشگاه کارآفرین براساس اولویت به شرح ذیل می‌باشند:

جدول (۲): وظایف و ماموریت های اصلی دانشگاه کارآفرین

ردیف	وظایف و ماموریت های اصلی	ردیف	وظایف و ماموریت های اصلی
۱	آموزش و پرورش دانش آموختگانی خلاق، نوآور، پایبند به اصول اخلاقی و پذیرای مسئولیت اجتماعی جهت ایجاد راه اندازی کسب و کار، تحصیل درآمد و سرمایه گذاری توسعه کسب و کار	۵	انجام مشاوره‌های راهبردی مدیریتی در زمینه ایجاد کسب و کار جدید، توسعه کسب و کارهای کوچک در سطح ملی برای بنگاه‌ها، مؤسسات، دستگاه‌ها، نهادها و سازمان‌های اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، ورزشی، هنری و حقوقی
۲	ترویج و اشاعه تفکر و روحیه کارآفرینی در بین جامعه دانشگاهیان (اساتید، دانشجویان، مدیران، مشاوران، کارشناسان، و کارکنان واحدهای دانشگاهی)	۶	ایجاد، تجهیز و توسعه مرکز کارآفرینی به عنوان قطب اصلی آموزش کارآفرینی در سطح کشور
۳	انجام پژوهش‌های علمی، کاربردی، توسعه‌ای، در زمینه شناخت موانع، مشکلات و توسعه کارآفرینی	۷	عرضه خدمات کارآفرینی به اساتید، دانشجویان، مدیران، کارکنان و نهادهای مرتبط با مراکز کارآفرینی
۴	انجام تعاملات محیطی با سایر مراکز، مؤسسات تحقیقاتی، دانشگاه‌ها، دستگاه‌ها، نهادها، بنگاه‌ها و سازمان‌های کارآفرین در سطح ملی و فراملی در جهت ترویج کارآفرینی	۸	مستندسازی تجربیات کارآفرینان

نتیجه گیری

در این مقاله به بررسی شناسایی وظایف و ماموریت های دانشگاه کارآفرین پرداخته شده است. براساس اصل پارتو و تحلیل آن، وظایف و ماموریت های دانشگاه کارآفرین براساس اولویت مشخص گردید. وظایف و ماموریت های اصلی این دانشگاه عبارتند از:

- ۱- آموزش و پرورش دانش آموختگانی خلاق، نوآور، پایبند به اصول اخلاقی و پذیرای مسئولیت اجتماعی جهت ایجاد و راه اندازی کسب و کار، تحصیل درآمد و سرمایه گذاری توسعه کسب و کار؛
- ۲- ترویج و اشاعه تفکر و روحیه کارآفرینی در بین جامعه دانشگاهیان (اساتید، دانشجویان، مدیران، مشاوران، کارشناسان، و کارکنان واحدهای دانشگاهی)؛
- ۳- انجام پژوهش های علمی، کاربردی، توسعه ای، در زمینه شناخت موانع، مشکلات و توسعه کارآفرینی؛
- ۴- انجام تعاملات محیطی با سایر مراکز، مؤسسات تحقیقاتی، دانشگاه ها، دستگاه ها، نهادها، بنگاه ها و سازمان های کارآفرین در سطح ملی و فراملی در جهت ترویج کارآفرینی؛
- ۵- انجام مشاوره های راهبردی مدیریتی در زمینه ایجاد کسب و کار جدید، توسعه کسب و کارهای کوچک در سطح ملی برای بنگاه ها، مؤسسات، دستگاه ها، نهادها و سازمان های اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، ورزشی، هنری و حقوقی؛
- ۶- ایجاد، تجهیز و توسعه مرکز کارآفرینی به عنوان قطب اصلی آموزش کارآفرینی در سطح کشور؛
- ۷- عرضه خدمات کارآفرینی به اساتید، دانشجویان، مدیران، کارکنان و نهادهای مرتبط با مراکز کارآفرینی؛
- ۸- مستندسازی تجربیات کارآفرینان. مطالعات فرهنگی

منابع و مأخذ

- ۱- آذر، عادل و منصور مومنی (۱۳۸۲)، آمار و کاربرد آن در مدیریت، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی (سمت)، تهران، چاپ نهم.
- ۲- اکبری، کرامت الله (۱۳۸۰)، نقش نظام آموزشی - پژوهشی در توسعه کار آفرینی، مجموعه مقالات کار آفرینی و فن آوری های اطلاعات پیشرفته.
- ۳- برانسون (۱۳۷۴)، «توسعه اقتصادی» چاپ دوم، انتشارات نور تهران.
- ۴- بهزادیان نژاد، قربان (۱۳۸۰)، ضرورت توجه به کار آفرینی و فناوریهای های پیشرفته، مجموعه مقالات کار آفرینی و فن آوری پیشرفته.
- ۵- صمد آقایی، جلیل (۱۳۷۸)، سازمان های کار آفرین، مرکز انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی، چاپ اول.
- ۶- سلامی، محمود (۱۳۸۰) «کار آفرینی؛ تعاریف، الگوها و نظریات»؛ تهران: شرکت پردیس.
- ۷- محمدپور شاطری، مهرداد (۱۳۸۵)، «دانشگاه کار آفرین و نقش آن در تحول اقتصادی» مجموعه مقالات اولین همایش نوآوری و کار آفرینی در استان آذربایجان شرقی.
- ۸- مردیث، جفری و دیگران (۱۳۷۱)، کار آفرینی، انتشارات دفتر بین المللی کار، مترجم: محمد صادق بنی ثیان، مؤسسه کار و تامین اجتماعی، تهران.
- ۹- رحیمی، مهدی (۱۳۸۶)، «اصول و مبانی کار آفرینی»، چاپ ششم، انتشارات کیا تهران.
- 10- Tino mishalSHK(2001), corporate entrepreneurship: a Competence based management Perspective, Harvard business School
- 11- Ferriera,j.(2002), corporate Entrepreneurship: a Strategic And Structural Perspective, International council for small Business, 47 the world conference.
- 12-Robson, Mike (2002), "Problem Solving In Groups ", Gower publishing company limited, 3rd ed. pp. 99-100.

سایت های اینترنتی

۱۳- سایت (<http://www.agiliance.com/resources/road>)

۱۴- سایت (<http://www.gnet.ca/lean.htm>)

۱۵- سایت (<http://database.irandoc.ir/scripts/wnis.exe.2006>)

۱۶- سایت (<http://www.gnet.mb.ca.2006>)

۱۷- سایت (<http://www.yassie.com/lean>)





پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی