

نقش دانشگاه در فرهنگ سازی و ایجاد زیرساخت‌های عملی برای تربیت نیروهای کارآفرین

محمد رضا نوروزی^۱

چکیده

این مقاله تأکید بر یک سری زیرساخت‌های اساسی در ایجاد فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه‌ها و مراکز عالی دارد و بیان می‌کند که یکی از وظایف اصلی و نمادین دانشگاه، بسترسازی و تربیت نیروهایی است که توان پیش‌بینی فرصت‌ها را داشته باشند. از ویژگی‌های متمایز علم مدیریت، خاصیت سینرژیک (هم‌افزایی) است به این معنی که جواب عبارت ۲+۲ همواره ۴ نیست بلکه بیشتر نیز است و ما می‌توانیم با استفاده از این اصل با ایجاد یک سری بنگاه‌های و تشکل‌ها یا انجمن‌های علمی که مسلط به علم روز، نیروهایی کاملاً آموخته را تربیت کنیم که بازار تجارت را بهتر شناخته و درک نمایند.

طبق یک اصل بازاریابی هزینه تبلیغات برای کالای خوب برابر صفر است، می‌توانیم با آشنا ساختن دانشجویان با علم روز، دانشجویان یا فارغ‌التحصیلان کارآمدی تربیت کنیم که نگران شغل نباشد بلکه به راحتی وارد چرخه بنگاه‌ها و سازمان‌های کشور گردد. ایجاد این فرهنگ نیز در کل، طبق نظریه سیستمی، بازخورد مثبتی را برای کشور به وجود می‌آورد که دیگر دانشجویان لازم نیست به فرصت‌سوزی و اتلاف وقت خود بپردازد و تازه بعد از فراغت از دانشگاه اقدام به تطبیق دانش خود با شرایط روز بازار نماید. در این مورد دانشگاه نیز می‌تواند با برگزاری دوره‌های کارآمد ارزان قیمت برای دانشجویان (مانند دوره‌های MS.OFFICE و با دوره‌های آموزش زبان برای آمادگی دوره‌های TOEFL/IELTS) گام‌های مهم‌تر و بلندتری بردارد.

با ارائه راهکارهای این مقاله جریان همرفتی بین سیستم دانشگاه و مراکز آموزش عالی با محیط بیرون حاصل می‌گردد و دانشجویان در دو فضای مختلف زندگی نمی‌کند و سیستم پیشنهادی کنترلی در این مقاله سیستم کنترلی آینده‌نگر یا همان کنترل قبل از وقوع می‌باشد.

واژگان کلیدی: دانشگاه، فرهنگ، کارآفرینی، تربیت کارآفرین

از نظر برخی از اقتصاددانان و صاحبان نظران و دانشمندان مدیریت، موتور حرکت و رشد اقتصاد یک جامعه، کارآفرینان هستند [۱] که در محیطی رقابتی و در شرایط عدم تعادل (و نه تعادل ایستا) جامعه را به حرکت در می‌آورند و توسعه می‌بخشند. کلید موفقیت کارآفرینی، یافتن روشهای خلاقانه‌ای است که با به کارگیری فناوریهای جدید یا بازاریابی بهتر، سریعتر و کم هزینه تر، نیازهای مشتری را به نحو احسن برآورده می‌سازند. این به معنای تولید محصولات موجود با هزینه های کمتر یا ارتقای کیفیت آنها و یا ایجاد بازارهایی برای محصولات کاملاً جدید است. [۲] کارآفرین با شناخت صحیح از فرصتها و استفاده از سرمایه های راکد امکاناتی را فراهم کرده و با سازماندهی و مدیریت مناسب منابع، ایده خویش را عملی می‌کند و علاوه بر آن نقش مهمی در تولید و «اشتغال مولد» دارد. [۳]

به دلیل نقش و جایگاه ویژه کارآفرینان در روند توسعه و رشد اقتصادی و نیز تحولات اجتماعی، بسیاری از دولتها در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه تلاش می‌کنند با حداکثر امکانات و بهره برداری 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. کارآفرینان با مهارتی که در تشخیص فرصتها و موقعیتهای و ایجاد حرکت در جهت توسعه این موقعیتهای دارند، پیشگامان حقیقی تغییر در اقتصاد و تحولات اجتماعی محسوب می‌شوند. [۴]

خوشبختانه در سالهای اخیر در کشور ما مقوله کارآفرینی مورد توجه قرار گرفته، با این وجود این مفهوم برای بسیاری از دست اندرکاران و افراد جامعه ناشناخته و غریب است. شاید به همین دلیل تاکنون برنامه ریزی و بسترسازی مناسبی در حوزه های اقتصادی، اجتماعی و نظام آموزشی کشور برای توسعه کارآفرینی به ویژه در دانشگاههای کشور صورت نپذیرفته است. در شرایط کنونی که اقتصاد کشورمان با مسائل و نارساییهای مهمی نظیر فرار مغزها، بیکاری (بویژه در فارغ التحصیلان دانشگاهها) کمبود نیروی انسانی متخصص، کاهش سرمایه گذاری دولت، عدم تحرک و رشد اقتصادی کافی روبروست، بنابراین پرورش و آموزش کارآفرینان ارزش آفرین از اهمیت مضاعفی برخوردار است.

تعریف کارآفرینی

کارآفرینی [۱]، واژه ای است نو که از معنی کلمه اش نمی توان به مفهوم واقعی آن پی برد. این واژه به جای کلمه و واژه لاتین ENTREPRENEURSHIP به کار می رود که در اصل از کلمه فرانسوی ENTREPRENDEUR به معنای متعهدشدن نشأت گرفته است. بنابر تعریف واژه نامه و بستر کارآفرین کسی است که متعهد می شود مخاطره یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل نماید». بعضی از دانشمندان نظیر شومپتر، کارآفرین را مهمترین عامل توسعه اقتصادی دانسته‌اند. وی معتقد است کارآفرین یک مدیر صاحب فکر و ابتکار است که همراه با خلاقیت، ریسک پذیری، هوش، اندیشه و وسعت دید، فرصتهای طلایی می آفریند. او قادر است که با نوآوریها تحول ایجاد کند و یک شرکت زیان ده را به سوددهی برساند. [۵] سیر تطور و تکامل فعالان اقتصادی یا کارآفرینان نشان می دهد که کارآفرینی در نظریه های اقتصادی تبلور یافته و به عنوان عامل اصلی ایجاد ثروت یا موجد ارزش اقتصادی شناخته و از قرن پانزدهم تاکنون در کانون بحث مکاتب مختلف اقتصادی قرار داشته است. اما سابقه مفهوم کارآفرینی در دانش امروزی به دو بیست سال پیش برمی گردد. اولین کسی که این مسئله را مطرح کرد فردی به نام کانتیلون است. امروزه بسیاری از شرکتهای به لزوم کارآفرینی سازمانی پی برده اند. کارآفرینی در سیر تاریخی و روند تکاملش چنین بیان شده است :

- کارآفرین فردی است که ابزار تولید را به منظور ادغام آنها برای تولید محصولات قابل عرضه به بازار، ارائه می‌کند (ریچارد کانتیلون [۶]، در حدود سال ۱۷۳۰).

- کارآفرین عاملی است که تمامی ابزار تولید را ترکیب می‌کند و مسئولیت ارزش تولیدات، بازیافت کل سرمایه‌های را که بکار می‌گیرد، ارزش دستمزدها، بهره و اجاره‌ای که می‌پردازد و همچنین سود حاصل را برعهده می‌گیرد (جان باتیست سی اقتصاددان فرانسوی در سال ۱۸۰۳ میلادی) [۷].

- کارآفرینی پلی است بین جامعه به عنوان یک کل، به ویژه جنبه‌های غیراقتصادی جامعه و موسسات انتفاعی تاسیس شده برای تمتع از مزیت‌های اقتصادی و ارضاء آرزوهای اقتصادی (آرتور کول [۸]، ۱۹۴۶).

- کارآفرین فردی است که تخصص وی تصمیم‌گیری عقلانی و منطقی درخصوص ایجاد هماهنگی در منابع کمیاب می‌باشد (کاسون، ۱۹۸۲).

- کارآفرین فردی است که شرکتهای جدیدی را که سبب ایجاد و رونق شغل‌های جدید می‌شوند، شکل می‌دهند (که چموف [۹]، ۱۹۹۴).

- (رابرت لمب [۶]، ۱۹۰۶) معتقد بود که «کارآفرینی یک نوع تصمیم‌گیری اجتماعی است که توسط نوآوران اقتصادی انجام می‌شود و نقش عمده کارآفرینان را اجرای فرآیند گسترده ایجاد جوامع محلی، ملی و بین‌المللی و یا دگرگون ساختن نمادهای اجتماعی و اقتصادی می‌دانست. [۱۰]

- (هربرتون ایوانز [۷]، ۱۹۵۷) معتقد بود که کارآفرین وظیفه تعیین نوع کسب و کار مورد نظر را بر عهده داشته و یا آن را می‌پذیرد.

- (ردلیج [۸]، ۱۹۵۸) معتقد است که کارآفرین در حالی که مدیر، سرپرست و هماهنگ کننده فعالیت‌های تولید است، برنامه‌ریز، نوآور و تصمیم‌گیرنده نهایی در یک شرکت تولیدی نیز می‌باشد.

- مک کله‌لند معتقد بود که کارآفرین کسی است که «یک شرکت (یا واحد اقتصادی) را سازماندهی می‌کند و ظرفیت تولیدی آن را افزایش می‌دهد.»

کارآفرینی به عنوان رئیس این شورا تعیین شده است. در این راستا فعالیتهای مختلفی در جهت توسعه کارآفرینی در وزارتخانه‌های مختلف (وزارت کار و امور اجتماعی و یا وزارت تعاون) آغاز و معاونتها و یا دفاتر کارآفرینی در وزارتخانه‌های مختلف تشکیل شده است.

در وزارت علوم، تحقیقات و فناوری نیز طرح کاراد (کارآفرینی دانشجویان) از چند سال پیش شکل گرفته است.

دبیرخانه طرح کاراد قبلا در سازمان سنجش کشور مستقر بود که هم اکنون در سازمان پژوهشهای علمی و صنعتی ایران قرار دارد.

براین اساس در دانشگاههای کشور به منظور تربیت متخصصان شایسته و ایجاد توانایی کارآفرینی، در بیش از ۴۲ دانشگاه، مرکز کارآفرینی راه اندازی شده است و سیاست وزارت علوم، تحقیقات و فناوری براین است که حتی دانشگاههای غیرانتفاعی نیز دارای مراکز کارآفرینی شوند تا سیستم آموزشی را باری کنند.

دلایل نیاز به درس کارآفرینی در دانشگاههای کشور:

یکی از چالشهای پیش روی جوامع مختلف، دانش آموختگان فاقد تواناییهای فردی و مهارتهای لازم برای راه اندازی کسب و کار مناسب است. این امر، آماده سازی فارغ التحصیلان دانشگاهی را به وسیله توسعه فرهنگ کارآفرینی در آنان مسلم می سازد. آماده سازی در مورد کارآفرینی نبایستی بعد از فارغ التحصیلی باشد. بلکه این امر بایستی در حین تحصیل انجام شود و لازم است روح کارآفرینی در دانشگاهها پرورش داده شود.

در این راستا، بازنگری در رشته های دانشگاهی و سرفصلهای دروس آموزشی در تمامی مقاطع بویژه در دانشگاهها و تاسیس رشته‌های علمی بویژه علومی که خلاء آنها در کشور محسوس است در جهت تأمین منافع ملی - امری لازم و ضروری به نظر می آید. [۱۳]

به طور کلی دلایل نیاز به ارائه درس کارآفرینی را می توان در موارد زیر خلاصه کرد:

- _ تقویت ساختارهای دانایی محور در تولید علم و فن
- _ توجه به تولید علم و تولید ثروت از دانش
- _ ایجاد توان شناسایی نیازهای جامعه و تطبیق تخصص و تحصیلات

- _ ایجاد و پرورش فرهنگ کارآفرینی
- _ ایجاد توانایی کار گروهی
- _ بالا بردن توان ارزش آفرینی
- _ آشنایی بامنابعی که به دانشجویان در جهت شناسایی فرصتهای

کارآفرین یعنی ترکیب متفکر با مجری، کارآفرین فردی است که فرصت‌ارائه یک محصول، خدمات، روش و سیاست جدید یا راه تفکری جدید برای یک مشکل قدیمی را می‌یابد. کارآفرین فردی است که می‌خواهد تاثیر اندیشه محصول یا خدمات خود را بر نظام مشاهده کند.

- پنروز (۱۰، ۱۹۶۸) جنبه اصلی کارآفرینی را همانا شناسایی و بهره‌برداری از کارهای فرصت‌طلبانه برای گسترش شرکتهای کوچکتر می‌داند.

- کارلند (۱۱، ۱۹۸۴) معتقد است که کارآفرین فردی است که جهت دستیابی به سود و رشد، شغلی را به وجود می‌آورد و مدیریت می‌کند. [۱۱]

- چل و هاروث (۱۲، ۱۹۸۸) در تحقیقات خود به این نتیجه رسیده‌اند که کارآفرینان افرادی

هستند که قابلیت مشاهده و ارزیابی فرصتهای تجاری، گردآوری منابع مورد نیاز و دستیابی به ارزیابی حاصل از آن را داشته و می‌توانند اقدامات صحیحی را برای رسیدن به موفقیت انجام دهند.

- پیتر دراکر (۱۳، ۱۹۸۵) معتقد است، کارآفرین کسی است که فعالیت اقتصادی کوچک و جدیدی را با سرمایه خود شروع می‌نماید. - ادی و اولم (۱۴، ۱۹۸۵) معتقدند که کارآفرین فردی است که مایل و قادر به مخاطره‌پذیری است و در عین حال ابزار تولیدی و اعتباری را در هم می‌آمیزد تا به سود یا اهداف دیگری همچون قدرت و احترام اجتماعی دست یابد.

- تراپ مان و مورنینگ استار (۱۵، ۱۹۸۹) در کتاب «نظام‌های کارآفرینانه» در دهه ۱۹۹۰ می‌نویسند:

کارآفرین یعنی ترکیب متفکر با مجری، کارآفرین فردی است که فرصت‌ارائه یک محصول، خدمات، روش و سیاست جدید یا راه تفکری جدید برای یک مشکل قدیمی را می‌یابد. کارآفرین فردی است که می‌خواهد تاثیر اندیشه محصول یا خدمات خود را بر نظام مشاهده کند.

- جفری تیمونز (۱۶، ۱۹۹۰) درخصوص کارآفرینی می‌نویسد: «کارآفرینی خلق و ایجاد بینشی ارزشمند از هیچ است.

کارآفرینی فرآیند ایجاد و دستیابی به فرصتها و دنبال کردن آنها بدون توجه به منابعی است که در حال حاضر موجود است. کارآفرینی شامل، خلق و توزیع ارزش و منافع بین افراد، گروهها، سازمانها و جامعه می‌باشد. [۱۲]

- دیوید مک کران و اریک فلانینگان [۱۷] کارآفرینان را افرادی نوآور، با فکری متمرکز، و به دنبال کسب توفیق و مایل به استفاده از میانبرها می‌دانند که کمتر مطابق کتاب کار می‌کنند و در نظام اقتصادی، شرکتهایی نوآور، سودآور و با رشدی سریع را ایجاد می‌نمایند.

کارآفرینی در ایران

از مهمترین اقدامات برای توسعه کارآفرینی در کشور، تشکیل شورای مرکزی کارآفرینی در سطح هیئت دولت است و با توجه به ماهیت فرهنگی، پژوهشی و آموزشی این امر، وزارت علوم و تحقیقات و فناوری به عنوان متولی مدیریت و سازماندهی

جدید و ایجاد توان پردازش ایده های نو کمک خواهد کرد.

- _ ایجاد توانایی ارزیابی اقتصادی از طرح تجاری
- _ ایجاد توان شناسایی تحولات در نیازهای جامعه
- _ درک مفهوم کارآفرینی در ارتباط با توسعه اقتصادی
- _ ایجاد و تقویت برخی بسترها و ظرفیتهای بالقوه برای مسائل علمی حل نشده، نیازهای کشور و ایده های نو
- _ تشویق و گسترش خلاقیت برای خلق کسب و کارها و مفاهیم کسب و کار جدید
- _ افزایش پویایی و بالا بردن قدرت تجزیه و تحلیل دانشجویان در شناسایی بازار، تکنولوژی، فرصتهای مالی و اقتصادی
- _ شناسایی قوت و ضعف کسب و کارهای موجود، تجزیه و تحلیل فرصتها و تهدیدها و ارائه راهکارهای بهبود آنها.

بررسی مقایسه ای ارائه درس کارآفرینی در ایران و جهان

الف (خارج از کشور

برای به دست آوردن محتوا، روش تدریس و ارزشیابی صحیح، برنامه درسی کارآفرینی در بیش از ۵ دانشگاه آمریکایی و اروپایی مورد بررسی قرار گرفته است: دانشگاههای استنفورد، پنسیلوانیا، بریتیش، کلمبیا، آتاباسکا و مریلند.

از لحاظ نحوه ارائه درس به طور کلی در دانشگاههای بررسی شده، مشاهده شد که تاکید بیشتر بر مطالعات موردی، ارائه سمینار در کلاس به وسیله دانشجویان، کار گروهی، مشارکت در کلاس، تهیه یک طرح تجاری و دعوت از کارآفرینان برای ارائه مطالب بوده است. در این دانشگاهها ارتقای مهارتهای فردی و گروهی، همگام با افزایش دانش نظری در نظر گرفته شده است.

نحوه ارزشیابی به صورت ترکیبی از امتحان میان ترم، امتحان پایان ترم، کار گروهی (ارائه سمینار)، کار فردی (پاسخ به سوالات و امتحانات استاد) و مشارکت در کلاس، مورد توجه قرار گرفته است که تاکید بیشتر بر جنبه عملی قضیه و کار تیمی است. در برخی موارد امتحان پایان ترم به صورت «کتاب باز» برگزار می شود.

ب (داخل کشور

خوشبختانه تعداد دانشگاههایی که در ایران تصمیم به ارائه واحد درسی کارآفرینی به صورت واحد اختیاری، گرفته اند روبه رشد است و از این میان می توان به دانشگاههای تهران، صنعتی امیر کبیر، صنعتی شریف، تربیت مدرس، فردوسی مشهد، صنعتی اصفهان، علامه طباطبایی، شهید چمران اهواز و ... اشاره کرد.

در اکثر موارد این واحد به صورت درس اختیاری ۳ واحدی شامل ۲ واحد نظری و ۱ واحد عملی طراحی شده است که بخش عملی آن شامل تهیه و تکمیل یک طرح تجاری است.

نحوه تدریس بدین صورت است که این درس توسط یک، دو یا سه استاد متناسب با محتوای مواد درسی، ارائه می شود در بعضی موارد یک کارآفرین برای سخنرانی و ارائه مطلب دعوت به عمل می آید.

نحوه ارزشیابی معمولاً به صورت امتحان میان ترم، پایان ترم و تهیه طرح تجاری در قسمت عملی است.

لازم به تذکر است که وزارت علوم نیز در ارتباط با درس کارآفرینی سرفصلهایی ارائه داده است که در قسمت جمع بندی، در کنار سرفصلهایی ارائه شده در داخل و خارج از کشور مورد توجه قرار گرفته است. [۱۴]

ج (جمع بندی

به طور کلی علاوه بر موارد گفته شده، راهکارهای زیر می تواند ما را در رسیدن به اهدافمان یاری کند:

- استفاده از مدرسان مجرب و توانا برای ارائه این درس (یکی از مهمترین عوامل موفقیت)
- ایجاد تیم های کار گروهی و نیز آنالیز و تجزیه و تحلیل کار سایر تیمها

درک درست از نیازهای جامعه و پرورش نیروهای کارآمد و صاحب فن و تحلیل واضح از شغل‌های مورد نیاز جامعه در ایجاد انگیزه نقش مهمی ایفا می‌کند. انگیزه در راستای پرورش نیروهای خلاق و آشنا به پیشرفت جامعه، قابل خلق کردن می‌باشد.

پاییزه و بهار یک سلسله فرصت‌های سنتی و تجربی در اختیار دانشجویان قرار می‌گیرد که همه آنها با هدف بهبود کیفیت تجربه آموزش کارآفرینی طراحی گردیده‌اند.

با پیش بینی سرعت تولید علم و رصد جوامع پیشرفته، در یک افق راهبردی نسبی دانشگاه را به مثابه جامعه آینده طراحی می‌کنیم. در این محیط دانشجو برای آینده تربیت می‌شود و در واقع متعلق به آینده می‌باشد. عناصر و فاکتورهای دخیل در آینده در تمام زوایای دانشگاه در برنامه درسی، روابط دانشجویی دخالت داده می‌شود. دانشجویی که در این محیط تربیت می‌شود قدرت کارآفرینی و درک معادلات تجاری و علل الخصوص نیازهای اجتماعی محتمل الوقوع آینده را خواهد داشت، به عبارت دیگر آینده را با فاکتورهای ذیل پیش بینی می‌نماییم:

رصد جوامع پیشرفته، مدت زمان لازم برای درک اقتصاد افغانستان مانند ژاپن

سرعت پیشرفت علم، با درک درست از تولید علم و تاثیر آن بر زندگی بشر

دخالت ابتکار در جهت جبران عقب ماندگی، بعضی از کشورها با اجرای طرح‌های ابتکاری با سرعت بیشتر از میانگین سرعت سایر کشورهای پیشرفته. به طور مثال در دانشگاه جامعه مشابه جامعه کنونی را تصور می‌شود و سپس آینده همان جامعه طراحی شده و به اجرا گذاشته می‌شود.

مهارتهایی که دانشجویان در دانشگاه‌های کارآفرین و پیشرو فرا می‌گیرند عبارتند از:

- نیاز سنجی
- انگیزه
- مهارت ادراکی
- مهارت فنی

نیاز سنجی

با توجه به شناخت عمیق دانشجو در دانشگاه فوق الذکر. بسان کسی است که در کلاس بالاتر درس خوانده است. از نیازهای کلاسهای پایین تر آگاه می‌شود. اولین قدم کارآفرینی یعنی نیاز موجود را درک نموده و در راستای این نیاز اقدام به ایجاد کار می‌کند. شناخت نیاز جامعه و پاسخ به آن نیاز با ایجاد شغل مناسب فی الواقع موفقیت را بدنبال خواهد داشت. این شناخت از قرار گرفتن در محیطی که مشابهت به آینده دارد ایجاد خواهد شد.

انگیزه

درک درست از نیازهای جامعه و پرورش نیروهای کارآمد و صاحب فن و تحلیل واضح از شغل‌های مورد نیاز جامعه در ایجاد انگیزه نقش مهمی ایفا می‌کند. انگیزه در راستای پرورش نیروهای خلاق و آشنا به پیشرفت جامعه، قابل خلق کردن می‌باشد.

به عبارت دیگر در تصور خود احداث یک ساختمان را مجسم می‌کنیم بعد از ایجاد فونداسیون نیاز به علم برپا کردن ستونها خواهد بود. نیاز به ساخت ستونها و برپا کردن آن در آینده انگیزه ایجاد

- مقالات و مطالعات موردی

- دعوت مهمانان کارآفرین به کلاس و مشارکت دانشجویان

- پروژه عملی و طراحی فرایندهای یک طرح تجاری یا امکان سنجی

- استفاده از فیلم‌های آموزشی و اسلاید

- برگزاری کارگاه‌های آموزشی.

الگو و برنامه‌های موفق کارآفرینی انجمن کسب و کارهای کوچک در دانشگاه‌های امریکا:

در مقطع کارشناسی:

دانشگاه بایلور {۱۸}

این برنامه آموزشی یک تعادل متناسب را میان نظریه و عمل برقرار می‌نماید و از زمان شروع در سال ۱۹۸۰، همگام با پیشرفتهای حاصل در این رشته تغییر یافته و تکامل پیدا کرده است. واحدهای متشکل از یک کلاس کوچک، اعضای هیأت علمی را قادر می‌سازد تا شناخت مناسبی از دانشجویان به دست آورند و به آنها در جهت رشد مناسب یاری رسانند. ارزشهای اخلاقی نیز به همراه تعامل و مشارکت جمعی، در خلال این برنامه‌ها مورد تاکید و توجه قرار می‌گیرند. نه تنها در کلاس، بلکه از طریق فعالیتهای فوق برنامه از قبیل انجمنهای کارآفرینان دانشجو ۱۹ و برنامه‌های مرکز جان ف. باو در زمینه کارآفرینی ۲۰ بر مشارکت جمعی تاکید می‌شود. هیئت علمی در تحقیق مشارکت نموده و در بسیاری از انجمنهای تخصصی نیز فعالیت دارد و همواره در جستجوی فرصتهای تازه برای توسعه می‌باشند. با افزایش تمرکز و توجه بر این عرصه برای دانشجویان فرصت‌های وسیعی در آینده وجود خواهد داشت.

در مقطع کارشناسی ارشد:

دانشگاه آریزونا {۲۱}

این برنامه با فرآیند انتخاب همکار در فصل بهار آغاز می‌شود که پیش از سال دوم و پس از پذیرش در برنامه کارآفرینی، صورت می‌گیرد. تیمهای دانشجویی به منظور تکمیل و اصلاح یک مطالعه میزان امکان‌پذیر بودن برنامه آینده کسب و کارشان، با یکدیگر کار می‌کنند و با مفهوم و تصویری از برنامه مورد نظرشان و نیز زیربنای توسعه آن که در ترمهای بهار و پاییز پایه‌گذاری شده است، وارد سال تحصیلی می‌شوند. در طی ترمهای تابستانی،

شغل های جانبی مرتبط با این نیاز را در بر خواهد داشت. پس تشابه دانشگاه با آینده، در ایجاد انگیزه، نقش ایفا خواهد کرد. بطور مثال یک استاد از یکی از دانشگاههای پایتخت اگر برای تدریس به یکی از واحدهای دانشگاهی شهرستانی دعوت گردد چنین استادی در همان دید اول می تواند نیازهای ده سال آینده این واحد جدید التاسیس را تشخیص دهد و انگیزه ساخت و خلق و پاسخ به آن نیازها برای دانشگاه جدید التاسیس، اجتناب ناپذیر است. در مقایسه با مثال از دانشجو و دانشگاه خود. یک دانشجوی تربیت شده، نقش همان استاد را بازی می کند و جامعه همان واحد دانشگاهی در نظر گرفته می شود و نیازهای دانشگاه، همان نیازهای اجتماع تصور می شود. در این حالت دانشجوی فوق با درک نیاز جامعه با تکیه بر اطلاعات خویش که از زندگی کردن در یک جامعه پیشرو (دانشگاه) نشأت گرفته، انگیزه کار را پیدا می کند.

مهارت ادراکی

در آموزشهای دانشگاه با تاکید بر اطلاعات بالا و به خاطر قرار گرفتن در موقعیتی شبیه به آینده مهارت ادراکی خلق می شود و دانشجو مهارت ادراکی لازم را جهت درک و تعامل با اصول حاکم بر جامعه علی الخصوص حاکم بر بازار را یاد می گیرد و با درک مناسبات، نقش آفرینی می کند. فلذا در صورتی که دانشجو فاقد این مهارت باشد حتی اگر از لحاظ فنی مستعد و قوی و انگیزه کافی را داشته باشد کارآفرین نخواهد بود زیرا برای کارآفرینی موثرترین فاکتور داشتن مهارت ادراکی است. این مهم برآورده نخواهد شد مگر در سایه زندگی و تعامل و پرورش در محیطی مشابه آینده.

درک و شناخت صحیح از اصول حاکم بر ایجاد فرصت شغلی و موفقیت در آن شغل نیاز به درک صحیح از اصول حاکم بر ضوابط کاری می باشد.

همچنین قدرت برخورد با عوامل متفاوت پیش بینی نشده را نیز باید داشته باشیم به طور خلاصه دانشجویی که در آینده زندگی کرده می تواند درک روابط و فاکتورها را داشته باشد.

طرح کاراد اقدامی از سوی دولت در جهت تقویت کار آفرینی دانشگاهی

براساس برنامه سوم توسعه، طرحی تحت عنوان «طرح توسعه کار آفرینی در دانشگاههای کشور» که به اختصار «کاراد» نام گرفته است. تدوین و اجرای آن با نظر سازمان مدیریت و برنامه ریزی و وزارت علوم، تحقیقات و فناوری در ۱۲ دانشگاه کشور شروع و مسئولیت پیگیری، اجرا و امور ستادی آن از سوی وزارت علوم در

اواخر سال ۱۳۷۹ به سازمان سنجش آموزش کشور واگذار گردید. مطالعه و بررسی در زمینه اقدامات به عمل آمده در رابطه با موضوع کار آفرینی در کشورهای مختلف بیانگر این است که دانشگاهها در زمینه های آموزشی و پژوهشی پیشقدم بوده اند. لذا در ایران نیز چنین رسالتی برای دانشگاهها متصور است. علاوه بر این سیستم نظام آموزشی کشور ما، بویژه در بخش آموزش عالی با هدف تربیت نیروی انسانی متخصص برای بخش دولتی شکل گرفته است. این مساله موجب گردیده که فارغ التحصیلان بدون توجه و قصد بکارگیری آموخته ها و نیز قوه خلاقیت و ابتکار خود در راستای شروع کاری نو و ارایه محصول و یا خدمتی جدید، صرفاً به دنبال یافتن موقعیت های شغلی وارد بازار کار نیروی انسانی شوند. این در حالی است که در شرایط فعلی کشور ما جذب نیروی انسانی آماده به کار تقریباً متوقف شده است و بخش خصوصی نیز توان جذب فارغ التحصیلان آماده به کار را ندارد.

براساس برنامه سوم توسعه، طرحی تحت عنوان «طرح توسعه کار آفرینی در دانشگاههای کشور» که به اختصار «کاراد» نام گرفته است. تدوین و اجرای آن با نظر سازمان مدیریت و برنامه ریزی و وزارت علوم، تحقیقات و فناوری در ۱۲ دانشگاه کشور شروع و مسئولیت پیگیری، اجرا و امور ستادی آن از سوی وزارت علوم در اواخر سال ۱۳۷۹ به سازمان سنجش آموزش کشور واگذار گردید.

با توجه به اینکه یکی از پیامدهای مثبت پدیده کار آفرینی اشتغال مولد می باشد، طرح کاراد با هدف رفع معضل فعلی کشور در زمینه بیکاری و نیز بهره مند شدن از سایر پیامدهای کار آفرینی همانند بروز خلاقیتها، تولید ثروت، ایجاد و به کارگیری فن آوری، رشد اعتماد به نفس در بین دانشجویان و فارغ التحصیلان و جلوگیری از مهاجرت نخبگان ارایه شده است.

به طور خلاصه اهداف طرح کاراد به شرح ذیل می باشد:

- ترویج روحیه و فرهنگ کار آفرینی و ارتقاء شناخت جامعه دانشگاهی نسبت به کار آفرینی، کارآفرینان و نقش آنان در رونق اقتصادی، ایجاد اشتغال و رفاه.

- ترغیب و جذب جامعه دانشگاهی به دوره های آموزش کار آفرینی - گسترش تحقیقات تفصیلی در خصوص کارآفرینان، پروژه های کار آفرینی، محیط و فضای کارآفرینان و سایر زمینه های مرتبط با توجه به شرایط و مقتضیات ایران.

نکات قابل توجه برای رشد و پرورش و آموزش کار آفرینی دانشگاهها و موسسات آموزش عالی در سراسر کشور:

- ۱ - ایجاد شرایط برای ورود دانش جوان به دنیای کار از طریق بارور کردن دروس عملی. کارورزی، کارآموزی، پروژه و ...
- ۲ - سرمایه گذاری جدی روی آموزش کار آفرینی نه به عنوان کار جنبی، همانطور که بیش از هفت سال برای تربیت یک پزشک هزینه می کنیم، برای ورود یک جوان به دنیای کار و تولید نیز سرمایه گذاری کنیم.
- ۳ - سرمایه گذاری در منابع انسانی از طریق تقویت مشوق های توسعه آموزش خانگی و تشویق طالبان کار برای استفاده از فرصت های ایجاد شده (اطلاع رسانی مطلوب).

- منابع مالی تخصیص یافته .
- ۲۵ - دسترسی سریع کارآفرینان به منابع اطلاع رسانی خدمات فنی، تخصصی و منابع مالی .
- ۲۶ - تجدیدی نظر جدی در برنامه مالیاتی واحدهای کوچک.
- ۲۷ - آموزش کارآفرینان و آشنا نمودن آنها با مسائل مختلف مدیریتی، حقوقی، تخصصی و غیره .
- ۲۸ - توجه به نقش والدین در پرورش و ایجاد خلاقیت فرزندان

نتیجه گیری و پیشنهادات:

چنانکه گفته شد، افزایش چشمگیر بیکاری بویژه در میان گروههای تحصیلکرده زنگ خطر را برای مقامات کشور به صدا در می آورد و از این رو ضروری است که برای حل این مشکل برنامه ریزی دقیق، فراگیر و درازمدت صورت گیرد. (کارآفرینی) یکی از این راههایی است که شایسته است به عنوان اقدامی پایدار در جهت اشتغالزایی در اولویت قرار گیرد به گونه ای که مردم بویژه جوانان را چنان تربیت کند که توانایی اقدام و عمل مناسب همراه با انعطاف پذیری و پذیرش موقعیتهای شغلی ناام و پیچیده را در بازار کار داشته باشند و بتوانند مشاغل تازه ای همراه با نوآوری و خطرپذیری شایسته ایجاد کنند. در این راستا، دانشگاهها و مؤسسات آموزش عالی دولتی به علت داشتن اعضای هیأت علمی ثابت و امکانات پژوهشی پیشرفته در سطحی که مراکز غیردولتی به سختی توان فراهم کردن آنها را دارند می توانند در زمینه تولید دانش و تکنولوژی با شتاب حرکت کنند، در مورد نظامهای صنعتی پیشرفته پژوهش کنند و از دستاوردهای آنها بهره مند شوند. این مراکز با در اختیار داشتن امکانات پیشرفته و مؤسسات پژوهشی می توانند در زمینه تولید مواد، دستگاهها و قطعات گوناگون فعالیت کنند، با ارائه طرحها و مشاوره های لازم به سازمانها و شرکتهای دولتی و غیر دولتی، زمینه ایجاد شرکتهای واحدهای تولیدی سودآور را فراهم آورند، دانشجویان را با گذراندن دوره های آموزشی ویژه برای هماهنگی با نیازهای در حال تحول جامعه آماده سازند و از این راه زمینه های کارآفرینی را در جامعه فراهم کنند.

دانشگاهها و مؤسسات آموزش عالی برای رسیدن به این هدف باید در برنامه های آموزشی و درسی خود، آموزشهای کارآفرینی را مورد توجه قرار دهند و گامهای اساسی در جهت پشتیبانی از اقدامات و فعالیتهای کارآفرینی بردارند. این گامها می تواند دربرگیرنده موارد زیر باشد:

۱- دانشگاهها و مؤسسات آموزش عالی باید تلاش کنند تا دانشجویان را با دانش و تئوریهای اقتصادی و کارآفرین آشنا سازند، تا آنها را در موقعیت مناسبی برای شناخت عوامل اقتصادی و غیراقتصادی مؤثر در رشد و توسعه کشور قرار دهند و دانشجویان بتوانند به بینش و وسعت نظر کافی برای درک پدیده های توسعه علمی و اقتصادی دست یابند. این پدیده ها در برگیرنده کسب دانش و درک مفاهیم مدیریت اقتصادی و موارد زیر می شود:

- ۴ - الگوسازی برای جوانان از طریق معرفی نوآوران و شناسایی کارآفرینان موفق به ورودی در بازارهای جهانی و معرفی آنان به جامعه.
- ۵ - توجه به استعدادها و قابلیت های محلی و سرمایه گذاری روی دانش بومی مردم در ایجاد اشتغال و کار و نیز روحیه کارآفرینی
- ۶ - توجه ویژه به هنرستانهای کار دانش و فنی و حرفه ای از نظر بودجه، نیروی انسانی، متخصص، تجهیزات و ... زیرا که برای پرورش و آموزش کارآفرینی فضای بسیار مناسبی هستند
- ۷ - توجه به صنایع و تولیدات زنجیره ای و روی آوردن به طرف صنایع کوچک به ویژه در بخش کشاورزی و روستایی که قابلیت استقرار در روستاها داشته باشند، کارساز خواهد بود.
- ۸ - ایجاد مراکز مهم و دقیق اطلاع رسانی برای کارآفرینان در مورد نیازهای جامعه که زحمات و سرمایه ی صرف شده آنان تکراری و بی نتیجه نباشد.
- ۹ - تصویب قوانین در جهت تسریع در واگذاری منابع مورد نیاز به کار آفرینان و تقلیل مشکلات اداری.
- ۱۰ - برنامه ریزی برای دست یابی به بازارهای دور دست داخلی و خارجی در مورد محصولات واحدهای کوچک.
- ۱۱ - آموزش شعار «کوچک زیباست» در تمامی سطوح آموزش رسمی.
- ۱۲ - آموزش همگانی از طریق رسانه ها در مورد ایجاد روحیه عمومی کارآفرینی.
- ۱۳ - ایجاد شرایط برای ورود دانش آموزان به دنیای کار و بازدید از مراکز مختلف.
- ۱۴ - وارد نمودن واژه های کارآفرینی در کتب درسی دانش آموزان کلیه سطوح.
- ۱۵ - بها دادن به کلاس به عنوان اولین محل انجام کار گروهی.
- ۱۶ - فراهم آوردن زمینه ای جهت رشد پویا و ایجاد نوآوری و خلاقیت در کشور و عکس العمل مثبت نسبت به ایده های خلاق و نوآورانه.
- ۱۷ - فراهم آوردن بستر و زمینه مناسب جهت شکوفایی و بالفعل شدن استعدادهای کارآفرینی.
- ۱۸ - شناخت، طراحی و اشاعه فرهنگ کارآفرینی در سطوح سیاست مردان و دولت مردان .
- ۱۹ - ایجاد فرصتهای مساوی برای تمام افراد جامعه که توانایی بالایی در زمینه کارآفرینی دارند.
- ۲۰ - توجه به کارآفرینان و دادن آزادی عمل در راستای تحقق یافتن ایده های آنان.
- ۲۱ - دادن فضا، امکانات و آرامش فکری به کارآفرینان و هدایت آنان .
- ۲۲ - حمایت دولت و سیستم بانکی کشور از کارآفرین در جهت ایجاد اشتغال مولد .
- ۲۳ - هماهنگی بین سیستم بانکی و تسهیلات تصویب شده از طریق مقررات و قوانین کشور .
- ۲۴ - ایجاد یک ارتباط معقول بین طرح های کارآفرینی و

گذشته از کار کردن به هنگام تحصیل، تجربه‌های همخوان با رشته تحصیلی‌شان نیز با توجه به امکانات کنونی دانشگاهها پیش از فارغ‌التحصیل شدن به دست آورند. ۴- یکی از علومی که با وجود گستره وسیع آن در عرصه صنعت و اقتصاد کشور و ایجاد فرصتهای شغلی، کمتر مورد استفاده قرار می‌گیرد، بیولوژی است.

ایجاد نظام آموزشی و پژوهشی در زمینه بیولوژی کاربردی با توجه به شرایط اقلیمی کشورمان می‌تواند در بسیاری موارد به بومی‌سازی فناوریهای پیشرفته و کارآفرینی منجر گردد. تربیت تکنسین بیولوژی کاربردی که هنوز جای آن در برنامه‌های آموزشی کشورمان خالی است باید مورد تأکید قرار گیرد. این امر می‌تواند یکی از راهکارهای مناسب برای حل بخشی از بیکاری جوانان باشد. در این خصوص ایجاد دانشکده علوم زیستی کاربردی به منظور توسعه آموزشهای علمی و کاربردی بیولوژی پیشنهاد می‌شود.

۵- دانشکده‌های مدیریت تلاش کنند به دانشجویان رشته‌های مدیریت، مجموعه‌ای از دانش و مهارتهای مدیریت و فناوری و کارآفرینی مرتبط با صنایع کوچک بیاموزند.

دگرگونیها را داشته باشند.

۲- ایجاد یا گسترش رشته‌های، دوره‌ای، واحدهای درسی و مراکز کارآفرینی در دانشگاهها و سازماندهی این مراکز در قالب شبکه‌های کارآفرینی ضروری است. در این برنامه‌ها باید مناسب بودن محتوای دوره آموزشی، گزینش مفاهیم درسی مفید و مناسب، استفاده از فنون گوناگون برای بهبود عملکرد آموزشی و کیفیت یادگیری دانشجویان در مراحل مختلف آموزشی مورد توجه قرار گیرد. دوره‌های ویژه آموزشی نظری و عملی می‌تواند دربرگیرنده دوره‌های مقدماتی و عالی باشد. تدریس این درسها در دانشکده‌های بازرگانی و مهندسی ضروری است. برنامه‌ریزی برای تربیت کادر آموزشی کارآفرینی در دانشگاهها نیز باید در این راستا مدنظر قرار گیرد.

۳- ایجاد یا گسترش مراکز کارآفرینی در دانشگاهها و سازماندهی آنها در قالب شبه‌های کارآفرینی ضروری است. به سخن دیگر، باید سازمانها و تشکیلاتی در دانشگاهها ایجاد شود که دانشجویان افزون بر فعالیتهای آموزشی و پژوهشی، در فعالیتهای اقتصادی نیز مشارکت داده شوند. ایجاد کارگاههای خوداشتغالی در دانشگاهها باعث می‌شود که دانشجویان

شناسایی فرصتها و چگونگی بهره‌گیری از آنها، چگونگی دستیابی به منابع اقتصادی، کسب دانش و مهارت در کاربرد فنون تحلیلی و مدیریتی مانند توانایی تحلیل یک موقعیت اقتصادی، ترکیب یک طرح عملیاتی، تعیین و تقویت ظرفیت استعداد و مهارتهای کارآفرینی.

در درسهای یادشده باید تلاش شود تا در دانشجویان انگیزه و روحیه کارآفرینی ایجاد شود. افزون بر اینها سعی شود دانشجویان را خودباور و شجاع، نوآور و خلاق، مسئولیت‌پذیر و هدایت‌گر، استقلال‌طلب و آینده‌نگر و توانمند در رویارویی با ابهام و خطرپذیر و متکی به نفس بار آورند.

در همین راستا باید تلاش شود دانشجویان را به دنبال ایده‌های نو بکشانند تا برای رسیدن به اهداف خود قادر به کنار گذاشتن روشهای معمول باشند و راهکارهای تازه‌ای بیازمایند، توانایی کشف و ارزیابی پرشتاب فرصتها، تصمیم‌گیری درست و به موقع، گردآوری منابع و برنامه‌ریزی برای فعالیتهای اشتغال‌زا و توسعه و گسترش آنها بیابند و نگرشهای آنها به گونه‌ای سازماندهی شود که در شرایط گوناگون توانایی پذیرش

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

پی‌نوشتها:

1	Entrepreneurship	12	E.Chell & J.Haworth
2	R. Cantillon	13	P.Draker
3	Jean Baptiste Say	14	G.Eddy & K.Olm
4	A. Cole	15	J.Torpman & G.Morningstar
5	B - Kirchhoff	16	J.Timmons
6	R.K .Lamb	17	D. Mckeran & E.Flannigan
7	Herberton G.Evans	18	Baylor University
8	F.Redlich	19	the Associations of Collegiate Entrepreneurs
9	D.M.Clelland	20	The John F. Baugh Center for
10	E.Penrose	21	Entrepreneurship
11	J.c.carland		University of Arizona

کار و جامعه