

کارآفرینی را می‌داند و نیازی به تعریف کارآفرینی نیست. به طور کلی به دلیل تغییر فضاها و نیازها، ماموریت ما نیز باید تغییر کند. پس این ماموریت در حال حاضر در چند حوزه کلیدی مطرح می‌شود که عبارتند از:

۱. آموزش به دانشجویان برای شناسایی ویژگی‌های یک فرد کارآفرین؛ در این آموزش‌ها دانشجویان نه تنها با ادبیات کارآفرینی بلکه با توسعه کسب و کارها آشنا می‌شوند. به عبارت دیگر محور اصلی کار ما آموزش به دانشجویان برای آشنایی با چگونگی راه‌اندازی کسب و کار است. به این ترتیب که دانشجویان با نگارش طرح کسب و کار، تبدیل ایده‌ها یا پایان‌نامه‌ها به طرح‌های کسب و کار آشنا می‌شوند ضمن این که این آموزش‌ها به طرق گوناگون از جمله شرکت در سمینارها و کنفرانس‌ها، کارگاه‌های آموزشی و برگزاری جشنواره‌ها صورت می‌گیرد.

۲. حمایت از طرح‌های پژوهشی دانشجویی؛ به این ترتیب که مصوبه‌ای را سال گذشته از هیات رئیسه دانشگاه مبنی بر حمایت از پژوهش‌های دانشجویی دریافت کردیم که به موجب آن گروه‌هایی از دانشجویان که فعالیت پژوهشی انجام می‌دادند شناسایی شدند. با توجه به این که تا پیش از آن در دانشگاه ساختاری برای حمایت از طرح‌های پژوهشی وجود نداشت، تاکید عمده ما بر تیم‌های دانشجویی بود و از طرح‌های دانشجویی حمایت به عمل می‌آوردیم. این کار منتج به راه‌اندازی اولین پژوهشکده دانشجویی در کشور به نام پژوهشکده طلوع شد که از پژوهش‌های دانشجویی حمایت می‌کند.

۳. ترویج پژوهش‌های دانش‌آموزی و طرح مباحث خلاقیت و نوآوری در دبیرستان‌ها؛ این موضوع جزء ماموریت‌های جدید ما به شمار می‌رود. زمانی که دانشجو وارد دانشگاه می‌شود ضرورت دارد تا با بسیاری از این مهارت‌ها از پیش آشنایی داشته باشد و خلاقیت و کارآفرینی را بشناسد. در حال حاضر نیز با یکی از دبیرستان‌های تهران در این خصوص همکاری داریم و مجری و نهاد مشخصی برای این کار در نظر گرفتیم تا این فعالیت را پیش برد.

۳. فعالیت‌های پژوهشی؛ به عنوان نمونه یکی از طرح‌های پژوهشی که اکنون در دست بررسی است بررسی آگاهی و نگرش دانشجویان نسبت به مبحث کارآفرینی علی‌الخصوص در مقطع کارشناسی ارشد و تحصیلات تکمیلی است. پس ۲ مورد آگاهی و نگرش را مورد سنجش قرار می‌دهیم تا دریابیم دانشجویان در چه سطحی از آگاهی و نگرش نسبت به مقوله کارآفرینی قرار دارند و بناست تا به چه سویی حرکت کنند.

از این کار دو هدف عمده را دنبال می‌کنیم: نخست این که نیاز دانشجویان را شناسایی کنیم و در صورتی که دانشجو نیاز به آموزش بیشتر و بهتر دارد آموزش‌هایمان را تغییر دهیم. دیگر این

مراکز به میزان حمایتی که از آنان به عمل می‌آید ماموریت‌های اضافی خود را تغییر می‌دهند به عبارت دیگر ماموریت‌ها با توسعه کسب و کار در دانشگاه‌ها مرتبط است و موجب توسعه کارآفرینی‌ها به واسطه دانشجویان می‌شود.

که نحوه هدایت و حمایت خود را متناسب با آن شناخت تعریف کنیم.

با توجه به این که یکی از فعالیت‌های این مرکز حمایت از طرح‌های دانشجویی است در صورتی که دانشجویی طرح و یا ایده‌ای داشته و به این مرکز مراجعه کند فرآیند حمایت از این طرح توسط مرکز به چه شکل خواهد بود؟

برای این کار آیین‌نامه‌ای را طراحی و در معاونت پژوهشی به تصویب رساندیم و مراحل آن به این ترتیب است که ابتدا دانشجو فرم اولیه درخواست حمایت را تکمیل کرده و ایده محوری خود را شرح می‌دهد پس از آن سابقه طرح خود را برای ما ارسال کند (در برخی موارد تنها بر روی کاغذ و در برخی موارد به شکل محصول آماده است). در نهایت ما طرح را در ۲ سرفصل کلی بررسی می‌کنیم نخست شاخص‌هایی که مربوط به خود طرح می‌شود مثلاً این که طرح در چه مرحله‌ای قرار دارد؟ البته در این خصوص باید گفت از طرح‌هایی که در مرحله مفهومی هستند حمایتی صورت نمی‌دهیم بلکه طرح حتماً باید کاربردی بوده و جزئیات آن بررسی شده و تاییدیه اخذ کرده باشد که این خود شامل ۷ شاخص می‌شود که هر شاخص امتیازی مخصوص به خود دارد. در کل می‌توان گفت ۱۰ شاخص وجود دارد که هر شاخص ۱۰ امتیاز داشته و طرح‌هایی که بیش از ۷۰ امتیاز دارند قابل حمایت هستند. همانگونه که عرض کردم، این کار تا اندازه‌ای وسعت یافت که پژوهشگاهی برای آن در نظر گرفتیم و اولین پژوهشکده دانشجویی طلوع در کشور شکل گرفت. یکی از ماموریت‌های این پژوهشکده، حمایت از پژوهش‌های دانشجویی است به عبارت دیگر برای فعالیت‌هایی که در مرکز کارآفرینی صورت می‌دهیم ساختاری مستقل تشکیل دادیم که بودجه‌ای مستقل دارد. مطلبی که در این میان حائز اهمیت است، سهل و آسان بودن این راه است. یعنی دانشجو در پیچ و خم‌های اداری قرار نمی‌گیرد که از ادامه آن منصرف شود به عبارت دیگر دانشجو طرح را ارائه می‌کند و در صورتی که امتیاز لازم را کسب کند به سرعت تسهیلات لازم را اخذ خواهد کرد.

اهداف مرکز را به تفکیک عنوان نمایید.

عمده اهداف مرکز کارآفرینی دانشگاه صنعتی شریف عبارتند از:

• ترویج، ترغیب و ارتقای روحیه کارآفرینی در بین مخاطبان مرکز.

• طراحی، تدوین و برگزاری دوره‌های آموزش کارآفرینی (عمومی و اختصاصی) مورد نیاز حال و آینده.

• گسترش تحقیقات تفصیلی در خصوص کارآفرینان، پروژه‌های کارآفرینی، محیط و فضای کارآفرینان و سایر زمینه‌های مرتبط با توجه به شرایط و مقتضیات ایران.

• ارائه مشاوره‌های موثر به دانشجویان و اساتید، سازمانها و دیگر مخاطبان در مورد توسعه کارآفرینی و راه‌اندازی کسب و کار.

• زمینه‌سازی جهت دریافت تسهیلات مالی و اعتباری توسعه توسط کارآفرینان جوان حقوقی و حقیقی دانشگاه.

• شبکه‌سازی و ایجاد هم‌فرازی از طریق تسهیل ارتباطات ارگانیک بین مرکز، مراکز رشد و پارک‌های فناوری

• تبیین نظری و ترویج عملی ماموریتها، اهداف، و ساختارهای دانشگاه کارآفرین به عنوان رکن اصلی اقتصاد مبتنی بر دانایی.

آیا شما با سازمان‌ها، نهادها، تشکلات

صنعتی به عنوان مثال وزارت کار و یا

سازمان صنایع و معادن تعاملاتی دارید؟

یکی از ویژگی‌های ممتاز دانشگاه صنعتی شریف این است که این دانشگاه ارتباط خوبی با صنعت دارد و آمار قراردادهای ارتباط با صنعت نیز دلیلی بر این مدعاست.

فعالیتی که ما دنبال می‌کنیم یعنی توسعه کسب و کار، با دو نهاد مرکز کارآفرینی و مرکز رشد در داخل دانشگاه مرتبط است که مسئولیت هر ۲ مرکز نیز با اینجانب است و با توجه به این موضوع، تا اندازه‌ای تفکیک ماموریت کردیم یعنی امری که از جنس ارتباط با دانشجوست را در مرکز کارآفرینی و امری که از جنس ارتباط با صنعت است چون رشد و توسعه شرکتها را در مرکز رشد دنبال می‌کنیم. ارتباط ما در مرکز رشد با سازمانها بسیار خوب است به عنوان مثال در

حال حاضر ۳۰ شرکت زیر مجموعه این مرکز، با برخی از این سازمان‌ها مرتبط بوده و همکاری دارد. در بخش ستادی هم با وزارت علوم، معاونت علمی، وزارت کار و سازمان پژوهش‌های علمی صنعتی و وزارت تعاون در ارتباط هستیم. هم چنین با نهادهای بیرونی نیز تعاملاتی داریم و به عقیده من شرط پویایی و زنده بودن یک مرکز همین تعاملات با خارج از مجموعه است چراکه جنس کارآفرینی از جنس ارتباط با صنعت است و ما در داخل این مجموعه آن را تفکیک کرده ایم اگرچه ممکن است وزن ارتباطی ما با خارج از مجموعه در مرکز کارآفرینی محدود باشد ولی در صورتی که این ۲ مرکز را با هم در نظر بگیریم ارتباط ما با سازمان‌های بیرونی بسیار است و در برنامه‌های مختلف از حضور تشکل‌ها و انجمن‌ها بهره‌مند می‌شویم.

به عقیده شما این سازمان‌ها تا چه اندازه می‌توانند در ایجاد فرهنگ کارآفرینی در سطح کشور موثر باشند؟

مراکز به میزان حمایتی که از آنان به عمل می‌آید ماموریت‌های اضافی خود را تغییر می‌دهند به عبارت دیگر ماموریت‌ها با توسعه کسب و کار در دانشگاه‌ها مرتبط است و موجب توسعه کارآفرینی‌ها به واسطه دانشجویان می‌شود. به این دلیل که حمایت‌های سازمان‌های بیرونی تاثیر به‌سزایی در ماموریت‌ها و ماموریت‌ها در آگاهی، نگرش و عملکرد افراد دارند پس در نهایت کمک‌های بیرونی در عملکرد مراکز بسیار تاثیرگذار خواهد بود. به عنوان مثال کمک‌هایی را که معاونت علمی فناوری از واحدهای مرکز رشد به عمل می‌آورد شدیداً مورد استقبال واحدها قرار گرفته است و اگر در سال جاری آمار فروش ما نسبت به سال گذشته ۲ برابر شده است نتیجه ملموس کمک‌های سال گذشته است و بسیار بدیهی است که کمک موجب توسعه کار و عدم کمک نتیجه عکس خواهد داشت.

به عقیده شما طی سال‌های اخیر مراکز کارآفرینی تا چه اندازه رشد و توسعه داشته‌اند؟

سالانه نزدیک به ۱۰۰ درخواست برای استقرار در مرکز رشد داریم که این درخواست‌ها به دلیل فعالیت‌های چشم‌گیر مراکز کارآفرینی و تبلیغاتی است که مراکز رشد در دانشگاه داشته‌اند. از این تعداد تنها ۱۰ درخواست را مورد پذیرش است ولی میزان بالای درخواست‌ها نشان می‌دهد که فعالیت‌های این مرکز قابل توجه بوده و منجر به آرایه برخی طرح‌ها می‌شود. طی سال‌های ۱۳۸۵ تا کنون نمودار درخواست‌های کارآفرینی کاملاً صعودی است و این نتیجه فعالیت‌های ترویجی و آموزشی این مراکز در دانشگاه است.

چه معیارهایی برای انتخاب برخی طرح‌ها وجود دارد؟

به دلیل تقاضاهای بسیار، در پذیرش طرح‌ها در مرکز رشد دقت بسیار به خرج می‌دهیم و پروسه‌ای را جهت پذیرش طرح‌ها در نظر می‌گیریم. این پروسه به این ترتیب است که در ابتدا ایده محوری معرفی شده و اهداف و عملکردها مطرح می‌شود. در صورتی که این اهداف متناسب با ماموریت‌های مرکز نباشد در همان مرحله حذف می‌شود و در صورتی که مرتبط باشد طی یک جلسه مصاحبه صاحب ایده، ایده و عملکرد طرح خود را تعریف می‌کند. در صورتی که در جلسه مصاحبه این طرح خوب ارزیابی شد به صاحب ایده پیشنهاد می‌دهیم طرح کسب و کار فراهم آورد. پس از آن شاخص‌های مختلفی وجود دارد از جمله این که فرد طرح کسب و کار را ارایه و بازار، صنعت و رقبا را بررسی کرده و هزینه‌های مالی را در نظر می‌گیرد ضمن این که باید برنامه ۳ سال آینده خود را به تفکیک در پایان هر سال مشخص کند. در این مرحله ۳ حالت وجود دارد: در صورتی که طرح خوب بوده و نیاز به اصلاح نداشته باشد برای جلسه دفاع و در صورتی که ناقص باشد برای اصلاحات فرستاده می‌شود و در صورتی که ضعیف باشد از دور خارج می‌شود.

جلسه دفاع آخرین مرحله سنجش طرح است که فرد از طرح کسب و کار دفاع کرده و پرسنل یا تیم خود را گرد آورده و به سئوالات احتمالی که بیشتر جنبه صنعت، بازار و رقبا را دارد پاسخ می‌گوید و در صورتی که امتیاز لازم را کسب کرده و از خود دفاع کند برای استقرار در مرکز رشد پذیرفته می‌شود. در این زمان قرارداد تحقیقات فناوری با وی منعقد می‌شود و هر ۳ ماه یک بار موظف است تا گزارش کار ارایه کند. این افراد عمدتاً از دانشجویان دانشگاه صنعتی شریف هستند و اگرچه ماموریت اصلی ما در وهله اول این دانشجویان هستند ولی صد در صد ظرفیت را به دانشجویان این دانشگاه اختصاص نداده ایم.

در حوزه حمایت از کارآفرینان چون قوانین و مقررات و قانون مالکیت فکری و مواردی از این دست که به عنوان دغدغه‌هایی برای کارآفرینان مطرح می‌شود چه راهکارهایی را در مرکز کارآفرینی و مرکز رشد دانشگاه صنعتی شریف اندیشیده اید؟

حمایت‌هایی که در ماموریت‌های مرکز کارآفرینی می‌گنجد، بحث آموزش و حمایت از پژوهش‌های دانشجویی است که موجب می‌شود پژوهش‌های دانشجویی پایدار شده و دانشجو خود به خود انگیزه پیشرفت داشته باشد پس حمایت در این مرحله اهمیت بسیار دارد. مورد دیگر چاپ کتاب ۳۰ کارآفرین است که در سال جاری منتشر خواهد شد. در این کتاب ضمن

کارآفرین باید مسئولیت‌ها را بپذیرد و این به آن معنا نیست که فرد دیگری مسئولیت ندارد بلکه دولت مسئول است تا شرایط کسب و کار را تسهیل نموده و نهادهایی که متولی ایجاد اشتغال هستند به کارآفرین که یکی از محصولاتش ایجاد شغل است کمک نماید.

مصاحبه با کارآفرینان، نکات کلیدی زندگی آنان مطرح می‌شود تا کارآفرینان جوان از این راه کسب تجربه کنند و این نگاه به فرموده حضرت علی (ع) است که فرمودند "تجربه بهترین استاد است". فعالیت‌های مرکز رشد در این حوزه، تدوین لوح فشرده آموزشی طرح کسب و کار ای گونه است که شامل کتاب، cd، مقاله و... می‌شود.

در اختیار گذاردن فضای استقرار و امکانات و تجهیزات و خدمات آزمایشگاهی و پژوهشی پس از استقرار افراد نیز از جمله خدمات این مرکز است و سالانه بنابر ایده محوری و ارزیابی که از آن شرکت‌ها به عمل می‌آوریم به آنها تسهیلات مالی اعطا می‌کنیم. هم چنین هر ماه در داخل مجموعه برای شرکت‌ها آموزش و جلسات مشاوره برگزار می‌کنیم ضمن این که بحث ارزیابی واحدها را برای آگاهی واحد‌ها و خودمان مطرح می‌کنیم و در نهایت بحث معرفی واحدها به سازمان‌های مختلف را داریم که در بازار یابی آنها تاثیر به سزایی دارد. خلاصه این که ما تلاش داریم تا در این فرآیند ریسک ایجاد کسب و کار را کاهش دهیم.

با توجه به این که در دو حوزه مرکز کارآفرینی و مرکز رشد فعالیت دارید به نظر می‌رسد که موفق‌تر عمل می‌کنید. بله به بسیاری از مراکز هم پیشنهاد کردیم تا برای دو مرکز کارآفرینی و مرکز رشد مدیریتی واحد در نظر بگیرند چرا که به اعتقاد بنده ماهیت مرکز رشد با ماهیت مرکز کارآفرینی مشترک است اگرچه عملکرد آنان متفاوت است و بودجه و مراحل اداری آن مجزاست ولی ما نوعی پیوستگی در این میان ایجاد نمودیم، از عملکرد آن رضایت داریم و آن را به تمام دانشگاه‌ها توصیه می‌کنیم و معتقدیم حتی اگر این دو مرکز با هم ادغام نشوند اتصالاتشان بسیار حائز اهمیت است و باید تحت مدیریت واحد اداره شوند.

با توجه به این که کارآفرینی در هر کشور موانعی دارد به اعتقاد شما موانع کارآفرینی در حوزه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و... در کشور ما چیست؟

در ارزیابی‌هایی که از فضای کسب و کار در کشور ما به دست آمده است نشان می‌دهد که موانع بسیار در راه کسب و کار در کشور وجود دارد و به عبارت دیگر فضای مناسب برای شکل‌گیری کسب و کار در کشور مهیا نیست و آیا در این شرایط باید دست بر روی دست گذارد و تماشا کرد؟! نگاه من اینطور نیست. به نظرم در همین شرایط هم می‌شود کارآفرین بود و توسعه کسب و کار داد.

تعریف من از فرآیند کارآفرینی این است که فرد بر مبنای دانش و تخصص خود و با استفاده از ابزارها و امکانات موجود، با بهره‌گیری از این دانش و تخصص آن را به ثروت تبدیل کرده و یا ارزش افزوده ایجاد کند که این امر ایجاد شغل را نیز به همراه دارد. در این جاست که تفاوت اشتغالزایی و کارآفرینی مشخص می‌شود. هدف اشتغال، ایجاد شغل و هدف کارآفرینی ایجاد ارزش افزوده و ثروت است که به عنوان محصول جانبی شغل هم ایجاد می‌کند.

از این تعریف دو نکته به دست می‌آید نخست آن که فرد کارآفرین باید بدانند امکانات و ابزارها و دانش و تخصص، محدود است و تمام این فرآیند باید در ظرف خاصی اتفاق افتد. ضمن این که کارآفرینی در هر جایی متفاوت است و کارآفرین باید بدانند در چه شرایطی فعالیت می‌کند و در صورتی که شرایط مهیا نیست نباید به آن سمت حرکت کند بلکه باید به سمت پوشش ریسک‌های موجود حرکت کند.

با این تعریف کارآفرین باید مسئولیت‌ها را بپذیرد و این به آن معنا نیست که فرد دیگری مسئولیت ندارد بلکه دولت مسئول است تا شرایط کسب و کار را تسهیل نموده و نهادهایی که متولی ایجاد اشتغال هستند به کارآفرین که یکی از محصولاتش ایجاد شغل است کمک نماید.

نکته مهم این که برای کمک به کارآفرینان باید ابزارها و منابع مالی شکل گیرد به عبارت دیگر کارآفرین به منابع مالی نیاز دارد و بانک‌ها نیز هرگز منبع مناسبی جهت تامین مالی نیستند و باید به دنبال ابزارها و نهادهای مالی هم چون صندوق‌های سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر و یا VC باشیم یعنی هم روش و هم نهاد مالی را دنبال کنیم.

در حال حاضر یکی از مهم‌ترین مشکلاتی که موجب ناخرسندی کارآفرینان شده عبارت است از: بالا بودن خطر پذیری ناشی از آغاز کسب و کار به این ترتیب که افراد در سال نخست راه‌اندازی کسب و کار تا اندازه‌ای مشکلات دارند که دچار سرخوردگی می‌شوند پس ضرورت دارد تا ابزارها و نهادهای لازم و فضای مناسب جهت کسب و کار را برای کارآفرینان فراهم نمود.

برنامه‌های آتی مرکز کارآفرینی و مرکز رشد دانشگاه صنعتی شریف چیست؟

یک سری ماموریت‌های مرکز ثابت بوده و طبیعتاً در ظاهر تغییر نمی‌کند به عنوان مثال استقرار واحدهای فناوری و یا آموزش دانشجویان در مرکز کارآفرینی همواره ثابت است.

برنامه‌های جدید علی‌الخصوص در مرکز رشد که نتیجه کارآفرینی را در آن شاهد هستیم، استقرار مجازی واحدها و بهره‌گیری از خدمات مادی و معنوی این مجموعه است به این ترتیب که این مجموعه‌ها می‌توانند در خارج از این مرکز استقرار داشته و از خدمات حمایتی و معنوی ما بهره‌برند.

در حال حاضر نیز با کمک سایر نهادها در حال شکل‌دهی یک نهاد مالی و صندوق سرمایه‌گذاری خطرپذیر هستیم و قصد داریم تا این صندوق را برای حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان راه‌اندازی کنیم. بحث دیگری که دنبال می‌کنیم این است که ما باید تعداد شرکت‌های دانش‌بنیان را افزایش دهیم به عنوان مثال تا کنون ۷۸ شرکت در این مجموعه پذیرش شده‌اند و در حال حاضر ۲۸ شرکت در مجموعه مستقر هستند به عبارت دیگر ۵۰ شرکت این مجموعه را ترک کرده‌اند و می‌توان گفت به طور متوسط سالانه ۲۰ واحد در مجموعه مرکز رشد حضور داشته‌اند و این می‌تواند به توسعه فضا و یا توسعه خدمات دهیم تا واحدهای بیشتری را جذب نماییم. امید است تا در سال آینده تعداد واحدهای مجازی را افزایش داده و یک سری شرکت‌های مادر تخصصی را در دانشگاه ایجاد کنیم ضمن این که باید از فضای موجود فاصله گرفته و با سرعت بیشتری پیش رویم.

در پایان آیا مطلبی را لازم به ذکر می‌دانید؟

ضمن سپاس از ماهنامه کارآفرینی که به نوعی با یکی از دانشگاه‌های معتبر کشور همکاری داشته و در جهت ترویج فرهنگ کارآفرینی تلاش می‌کند لازم است بگویم هر اندازه فعالیت‌های ترویجی در زمینه کارآفرینی و کسب و کار انجام شود باز هم کم است و نیاز است تا در این زمینه بیشتر فعالیت شود.