

توسعه کارآفرینی دانشگاهی

(مفاهیم، الگوها، فرصت‌ها، چالش‌ها و راهکارها)

دکتر علی اکبر امین بیدختی *

چکیده:

در جهان رقابتی امروز سازمان‌ها، دانشگاه‌ها و کشورهای موفق هستند که قادر به بهره‌گیری بیشتر از اطلاعات و دانش باشند. حمایت دانشگاهی می‌تواند ضریب موفقیت موسسات علمی و تحقیقاتی را تا حد شگفت‌آوری افزایش دهد. از این رو بسیاری از دانشگاه‌های کشورهای پیشرفته و در حال توسعه، بهره‌گیری از کارآفرینی را آغاز نموده‌اند و این بذل توجه در قالب تدوین استراتژی‌ها، سیاست‌ها و برنامه‌های علمی جهت بسط و تقویت روحیه و رفتار کارآفرینی و مهمتر از آن آموزش کارآفرین در موسسات علمی و آموزشی و دانشگاه‌ها ظاهر گردیده است. دانشگاه بهترین موقعیت برای شناسایی کارآفرینان است هر چند برای توسعه کارآفرینی به گذشت زمان نیاز است اما باید در استفاده از پتانسیل و دانش فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌ها تعجیل نمود.

در این مقاله ضمن بررسی مفاهیم کارآفرینی، ویژگی‌های دانشگاه کارآفرین، فرایند آموزش کارآفرینی، نگاهی به تجربه‌های کشورهای جهان در زمینه آموزش کارآفرینی و وضعیت دانشگاه‌های ایران در این مقوله خواهیم پرداخت و با در نظر گرفتن چالش‌ها و فرصت‌های موجود، راه‌های گسترش و توسعه کارآفرینی را مرور خواهیم کرد.

واژگان کلیدی:

کارآفرین، دانشگاه کارآفرین، آموزش کارآفرینی، توسعه صنعتی

مقدمه

بنا به بررسی‌های به عمل آمده و بر اساس آمارهای موجود، یکی از بزرگترین مشکلات فراروی جوامع در حال توسعه و حتی کشورهای صنعتی مشکل بیکاری است. با توجه به میزان رشد جمعیت در دو دهه گذشته، بیکاری را می‌توان مهم‌ترین چالش اجتماعی چند دهه آینده به حساب آورد. پیامدهای این بحران، گسترش فقر و افزایش پدیده‌های ناگوار اجتماعی است.

افزایش جمعیت در کشورهای در حال رشد، کاهش منابع و امکانات موجود در این کشورها و پیدایش نیازهای اجتماعی و اقتصادی جدید، همگی موجب توجه نهادها و مقامات مسئول در این کشورها به این نیازها و چاره‌اندیشی بنیادین یا مقطعی برای آنها شده است.

* عضو هیأت علمی دانشگاه سمنان

اول: اینکه چگونه یک جامعه، ثروت جدید ایجاد کند؟
دوم: اینکه چگونه یک جامعه، ثروت را میان افراد توزیع کند؟

به طور کلی در تعاریف اقتصادی فرض اصلی در برخورد اقتصادی با کارآفرین یا رفتار عقلانی انسان با منابع کمیاب است. در این نگرش اقتصادی دو محدودیت بارز به چشم می‌خورد که عبارتند از محدودیت‌های شناختی و ادراکی انسان و تأثیر قوی عوامل اجتماعی بر ادراک انسان و پردازش اطلاعات. (Klat, 2005, 197-200).

مک کله لند معتقد است که در انسان سه نیاز وجود دارد: نیاز به توفیق یا توفیق طلبی، نیاز به قدرت یا قدرت طلبی و نیاز عاطفی یا احساس تعلق. کارآفرینان موفق همیشه نقطه تمرکز خود را بر مبنای عوامل فوق قرار می‌دهند (مهاجر، نشریه اخبار، ۸۰/۹/۴).

اما مطابق نظر مکتب شیکاگو، مهمترین عامل در فرایند توسعه، نیروی انسانی و کارآفرین به عنوان یک ویژگی تنها از راه آموزش به نیروی انسانی حاصل خواهد شد (دیانی زاده، ۱۳۸۰).

ارتباط دانشگاه، صنعت و کارآفرینی

هر کشوری در هر کجای جهان، برای اداره هرچه بهتر نظام، از لحاظ مادی و معنوی در کنار نهاد دولت به دو نهاد بزرگ صنعت و دانشگاه نیازمند است (پیام ارتباطات، آبان ۸۰).
دولت قدرتمند دارای صنعت قوی است که این صنعت قوی نشأت گرفته از نیروی متخصص و تحصیلکرده دانشگاهی است. پس دانشگاه موجب تقویت و توسعه ساختار تمام دولت‌ها خواهد شد اگر که در صنعت دخیل باشد (Narques, 2005).

مجموعه راه حل‌هایی که برای رفع این مشکل جهانی ارائه شده است، «اصطلاحاً کارآفرینی» خوانده می‌شود. پرداختن به بحث کارآفرینی با توجه به این امر خالی از لطف نیست هر چند که در خصوص ماهیت و مفهوم آن، عده انگشت شماری از دانشمندان کرده‌اند، بنابراین تعریف استاندارد برای آن وجود ندارد. در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار امروزی که با تغییرات و تحولات سریع بین‌المللی همراه شده و فرایند گذر از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی را سبب ساز گردیده است، از کارآفرینی به عنوان موتور توسعه اقتصادی یاد می‌شود که می‌تواند در رشد اقتصادی کشورها و ایجاد اشتغال و رفاه اجتماعی نقش مهمی را بر عهده داشته باشد.

امروزه دیگر اقتصاد ملی جای خود را به اقتصاد جهانی داده است و در این عرصه کشورهای موفق خواهند بود که فرصت‌های شغلی را تنها به چارچوب جغرافیایی خود محدود نسازند، بلکه فضای کاری وسیعی به وسعت جهان در ذهن خود داشته باشند و در این راستا ضرورت داشتن مدل، الگو و راهکارهای مناسب جهت آموزش، تربیت و استفاده بهینه از نیروی فعال و کارآفرین بیشتر می‌شود.

کارآفرینی: تعاریف، نظریات

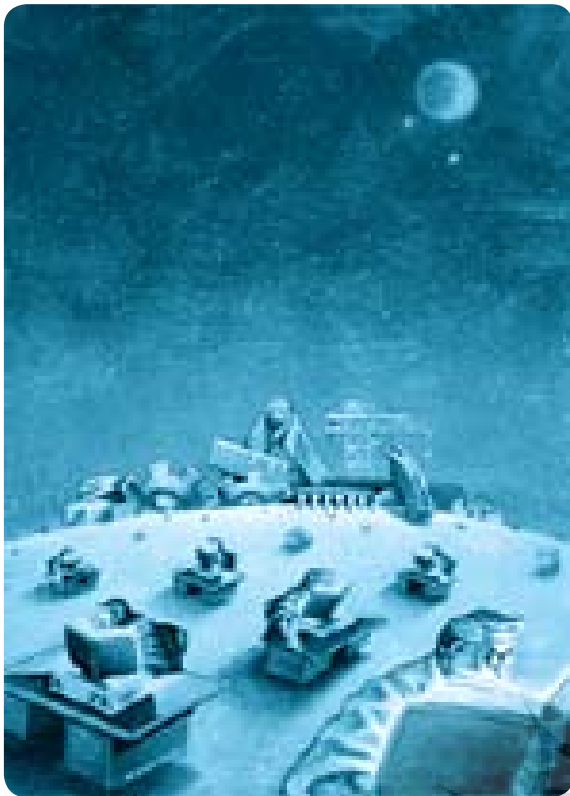
واژه کارآفرینی از کلمه فرانسوی (Enterperender) به معنای «متعهد شدن» است. اما بنا بر تعریف واژه نامه دانشگاهی ویستر، کارآفرین کسی است که متعهد می‌شود مخاطره‌های یک فعالیت اقتصادی را سازمان‌دهی، اداره و تقبل کند (Webster Dictionary).

واژه کارآفرینی در سال ۱۸۴۸ توسط جان استوارت میل به "Entrepreneur" در زبان انگلیسی ترجمه شد. او کارکرد و عمل کارآفرین را شامل هدایت، نظارت، کنترل و مخاطره‌پذیری می‌دانست و عامل متمایز کننده مدیر و کارآفرین را مخاطره‌پذیری معرفی کرد (باقری زاده، تدبیر، شماره ۱۰۶).

مطابق نظریه "دراکر" کارآفرینان در واقع ارزش‌ها را تغییر می‌دهند، مخاطره‌پذیرند، سرمایه‌گذار نیستند، به درستی تصمیم می‌گیرند و تغییر را مقوله‌ای بهنجار و سالم می‌انگارند (نوحی، ابرار اقتصادی).

شومپتر، کارآفرین را نیروی محرکه اصلی در توسعه اقتصادی قلمداد می‌کند که نقش آن عبارت است از نوآوری یا ایجاد ترکیب تازه از مواد (احمدپور، مدرس، شماره ۶).
مجموع نظریه‌ها و تعاریف موجود تنها در جهت پاسخگویی به دو پرسش اساسی طرح ریزی شده‌اند:





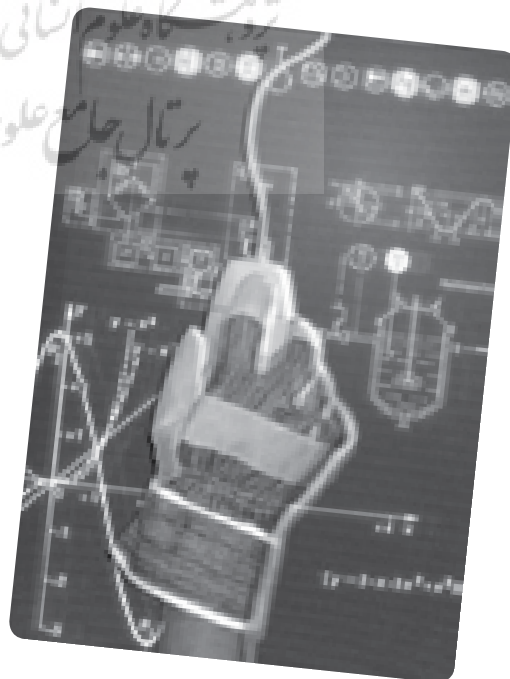
بر اساس تحقیقات صورت پذیرفته در ۵۰ سال اخیر، کشورهای تأثیرگذار بر صحنه بین‌المللی، علاوه بر دارا بودن سطح علمی و آموزشی دانشگاهی بسیار بالا و صنایع برتر و قدرتمند، دارای ارتباط قوی بین این دو می‌باشند. شاید بتوان نمونه علمی آن را کشور ژاپن دانست که پس از ویرانی‌های جنگ جهانی دوم بیشترین سهم بودجه کشور صرف آموزش شده و نتیجه آن از دهه ۷۰ و ۸۰ به این طرف در صنعت قوی این کشور قابل مشاهده است (Motohashi, 2005).

پویایی و توسعه دانشگاه و صنعت موجب توسعه بسیاری از کشورها از دهه ۶۰ و ۷۰ به این طرف گردیده است. از طرفی عدم پویایی این ارتباط در کشورهای کمتر توسعه یافته امروزی به دلیل عدم توجه به این امر در گذشته است. پیشگامان این پویایی را در کشورهای آمریکا، ژاپن و آلمان پس از جنگ جهانی شاهد هستیم. در واقع مهم‌ترین و اثرگذارترین عامل کشورهای مذکور در توسعه صنعت و دانشگاه و ایجاد ارتباط بین آن دو بوده است (Inzeh, 2004, 975-995). شاید عمده‌ترین دلیل توسعه کشورهای بزرگ صنعتی به‌کارگیری نیروهای متخصص و تحصیلکرده دانشگاهی در زمینه‌های کشاورزی، صنعتی، خدماتی بوده است که نه تنها به نحو مطلوب و شایسته از منابع طبیعی و انسانی استفاده شده، بلکه با ایجاد کارکرد علمی در فرایند صنعتی شدن (ارتباط دانشگاه و صنعت) موجب ابداعات و نوآوری‌های بی‌شماری گردیده است.

از مجموع مطالب ذکر شده تأکید بر اهمیت کارآفرینی و ارتباط دانشگاه و صنعت استنباط می‌شود و حال جای این پرسش باقی است که چگونه می‌توان از طریق کارآفرینی ارتباط کاربردی و تأثیر گذارتر بین دانشگاه و صنعت پدید آورد؟ از مجموع تحقیقات صورت پذیرفته می‌توان چندین تحقیق مستند و مبسوط در این زمینه نام برد که به ارائه راهکارهای اجرایی و علمی پرداخته اند.

آقای جان دیکسون در مقاله‌ای تحت عنوان "تجارت در تحقیقات دانشگاهی" عمده‌ترین عامل ایجاد ارتباط نزدیک‌تر بین صنعت و دانشگاه و تأثیر کارآفرینی را در آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها معرفی می‌نماید: "ضروریست در هر دانشگاهی کمیته‌ای یا مرکزی تحت عنوان کارآفرینی تأسیس گردد که در آن به آموزش، پژوهش، تحقیقات پایه و کاربردی، اطلاع رسانی و ایجاد ارتباطات و ترویج مسأله کارآفرینی و ارائه خدمات مشاوره‌ای بپردازد. در ادامه فرایند آموزش می‌توان شناسایی بازار مصرف، بازار تولید، شناسایی فرصت‌ها و موقعیت‌های شغلی، شناخت مسائل مالی، نحوه تأسیس شرکت و موسسه، شناخت مفاهیم حقوقی مورد نیاز یک موسسه و هر آنچه را که یک دانشجو و یک فرد تحصیلکرده تحت عنوان دانش کسب و کار نیاز دارد ارائه کرد (173-143 Vielson, 2004).

از مجموع فرایند ذکر شده می‌توان به شناخت موقعیت‌های شغلی اشاره نمود. مطمئناً کمیته کارآفرین می‌تواند با برقراری ارتباط نزدیک با وزارتخانه‌های اقتصاد و دارایی، صنایع، کار و امور اجتماعی و دیگر وزارتخانه‌های مرتبط در جهت شناخت میزان و تعداد متخصصان مورد نیاز توسط شرکت‌ها و موسسات مختلف عملکرد شایان توجهی داشته باشد که البته ضروری است مجموع اطلاعات به همراه پیش‌بینی‌ها، حداقل برای سال آینده را در نظر بگیرند. برای مثال، در صورت مشخص شدن تعداد متخصصان مورد نیاز در صنایع الکترونیک در سه یا چهار سال آینده می‌توان کسانی را که عملاً علاقه‌مند به این گرایش‌ها هستند به ادامه تحصیل در آن رشته و یا گرایش ترغیب کرد.



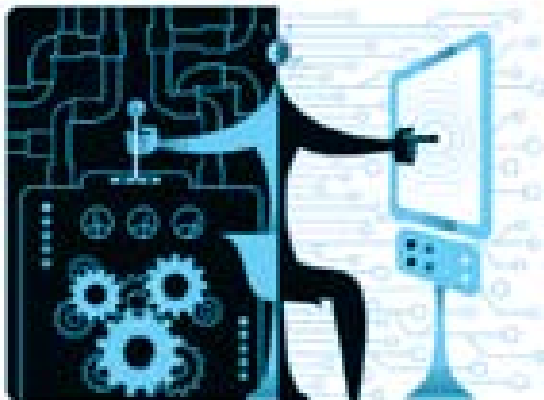
دانشگاه کارآفرین

دانشگاه کارآفرین مکانی است که مشاغل جدید در آن خلق می‌شوند. این مرکز از افراد کارآفرین حمایت می‌کند. این حمایت شامل حمایت آموزشی، مالی و بازاریابی است. در نتیجه کارآفرینان امکان دسترسی به کتابخانه‌ها و 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 پیش بینی شده و از فرصت‌های به دست آمده استفاده کنند که خود تجربه ارزشمندی در حیطه مالی و بازاریابی است. مشاغلی که از این دانشگاه‌ها بهره‌مند می‌شوند مسلماً در توسعه فناوری جدید پیشرو خواهند بود. این فناوری‌ها در تولید کالاها به کار رفته و منجر به بالا رفتن سطح استاندارد زندگی خواهد شد (عباس زاده، ۱۳۷۴). دانشگاه کارآفرین باید به بازار دسترسی داشته باشد و از تجارب افراد صاحب تجربه در بازار کمال بهره را ببرد و 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 استفاده می‌شود. هرچند که باید مکانیزم‌هایی برای ارتباط ایده‌های نو وجود داشته باشد و کار گروهی و سودمند محسوب شود (اکبر افجه‌ای، ۱۳۶۹).

یک دانشگاه کارآفرین باید ویژگی‌های زیر را داشته باشد:

◀ ساختار: غیر متمرکز بودن، غیر رسمی بودن، عمودی و افقی بودن، ارتباطات، در انحصار نبودن اطلاعات، گروهی بودن کارها، برخورداری از ساختار سازمانی که مانع ایجاد ایده‌های نو نباشد، کنترل سهل گیر و غیر رسمی، داشتن کارکنان توانمند.

◀ مدیریت: قدردانی مدیریت از افراد ریسک پذیر، قدردانی مدیریت از افراد صاحب ایده، تحمل کردن انحراف از قواعد کارکنان، متولی شدن طرح‌های کارآفرینانه، داشتن تنوع در حمایت مالی مدیریت، حمایت مدیریت از طرح‌های کوچک آزمایشی، تغذیه مالی برای شروع و حرکت طرح‌های نو، قدرت تصمیم‌گیری مدیریت (صمد آقایی، ۱۳۷۸).



اما دان کش و رابرت ری کرافت در تحقیق خود کارآمدتر شدن ارتباط دانشگاه و صنعت را در گرو کارآفرینی مطرح کرده‌اند (Kash, 2005).

این دو محقق در تحقیقات خویش، مهم‌ترین عامل تأثیرگذاری هر چه بیشتر کارآفرینی را در ایجاد S.M.E و انکوباتورها بیان داشته‌اند. طبق تحقیق صورت پذیرفته، در کشورهای شرقی آسیا، ۹۵ درصد از کل بنیادهای اقتصادی و صنعتی را S.M.E و انکوباتورها تشکیل می‌دهند.

انکوباتورها و S.M.E ها، طرح‌هایی مبتنی بر نوآوری هستند که از کادر مدیریت کوچکی تشکیل شده و دارای مکان فیزیکی و تسهیلات مشترک هستند (Polkovinchenko, 2003).

انکوباتورها معمولاً در کنار یک مرکز تحقیقاتی یا دانشگاهی که خدمات پشتیبانی (اعم از فنی یا غیر فنی) را برای تبدیل یک نوآوری یا یک اختراع به یک شرکت صنعتی ارائه می‌کند تأسیس می‌شوند. اما نکته حائز اهمیت در ایجاد انکوباتورها حمایت‌های دولت می‌باشد، از قبیل حذف تعرفه‌های مالیات، ارائه وام‌های بلند مدت با بهره پایین، ارائه خدمات اطلاعاتی و دسترسی به اسناد و اطلاعات دولتی و غیره.

دانشگاه کارآفرین باید به بازار دسترسی داشته باشد و از تجارب افراد صاحب تجربه در بازار کمال بهره را ببرد و همچنین وجود افراد توانا و شایسته، علاقه‌مند و خلاق در چنین مجموعه‌هایی ضروری است

مهم‌ترین اهداف انکوباتورها و یا S.M.E ها:

اینها نه موسسات محض صنعتی هستند و نه موسسات محض آموزشی به حساب می‌آیند، بلکه یک موسسه دانشگاهی هنوز به یک موسسه اقتصادی مبدل نشده تعریف می‌گردند. به بیان دیگر اینها موسسات آموزشی در حوزه صنعتی و اقتصادی می‌باشند که مهم‌ترین اهداف آنها عبارتند از: (Park, 2005)

الف- ایجاد اشتغال

ب- آموزش و کمک به تأسیس شرکت‌های نوپا و حمایت از آنها

پ- توسعه یک محصول یا فرایند قابل عرضه

ت- نوسازی، انتقال فناوری و استفاده از اکتشافات علمی جدید

ث- ارائه کمک‌های ارائه شده از سوی دولت به این شرکت‌های نوپا

د- جستجوی مبدا خرید یا فروش محصول و یا فرایند تولیدی (بازاریابی)

ذ- معرفی نیازهای نیروی انسانی و علمی و فنی صنعت از طریق دانشگاه‌ها و انتقال امکانات مالی و شغلی صنعتی به داخل دانشگاه



دانشگاه کارآفرین سوئین برن: طرح توسعه کارآفرینی در این دانشگاه یکی از محورهای فعالیت‌های اساسی است که در چشم انداز توسعه ۱۰ ساله این دانشگاه تعیین شده است. برنامه کارآفرینی در چارچوبی وسیع و گسترده و با اهدافی کلان که نه تنها دارای فعالیت‌ها و برنامه‌های درون دانشگاهی، بلکه علاوه بر آن به طور جدی شامل ارتباطات محیطی با مراکز تولیدی، خدماتی و صنعتی می‌باشد، در نظر گرفته شده است.



دانشگاه کارآفرین توونت: در اواسط دهه ۱۹۹۰ و پس از مواجه شدن با چالش‌ها و مشکلات بیرونی و درونی از یک سو و مطالعات و پژوهش‌های محققان جوان و نوآور خود از سوی دیگر، بحث کارآفرینی را به طور جدی مطرح و پیگیری نموده به نحوی که در سال‌های آغازین قرن جدید، خود را به عنوان یک دانشگاه پیشرو در طرح‌های کارآفرین معرفی کرده است. در سال ۲۰۰۳ این دانشگاه دارای یکی از پارک‌های علمی تحقیقاتی فعال و گسترده بود که از طریق آن در سال‌های گذشته با بیش از ۵۰۰ شرکت تولیدی با تکنولوژی‌های سطح بالا و پیشرفته که بیش از ۲۵۰۰ عضو را شامل می‌شوند در ارتباط بوده است (Clark, 1998, p3).

به طور خلاصه می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد که دانشگاه کارآفرین بدون تردید نیازمند به‌کارگیری فنون و تکنولوژی‌های جدید در حوزه‌های مختلف برنامه‌ریزی، مدیریت، عملیات و کنترل و نظارت بر فعالیت‌هاست که طیف وسیعی از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی (ICT) تا ابزارها و سخت‌افزارها و نرم‌افزارهای آزمایشگاهی و کارگاهی را در بر می‌گیرد.

تجربیات برخی از کشورها در پیاده سازی برنامه‌های آموزش کارآفرینی

بررسی ادبیات پیشینه پژوهش نشان می‌دهد که تا قبل از شروع برنامه سوم توسعه جمهوری اسلامی ایران، توجه چندانی به کارآفرینی نشده بود. حتی در محافل علمی و دانشگاهی نیز به جز موارد بسیار نادر، فعالیتی در این زمینه صورت نگرفته بود. مسائل و مشکلات مربوط به بیکاری و پیش‌بینی حادثه شدن آن، به ویژه در بین فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌ها موجب گردید تا در زمان تدوین برنامه سوم توسعه، موضوع کارآفرینی در سطح چند وزارتخانه از جمله وزارت علوم، تحقیقات و فناوری مطرح شود و اعتباراتی در این راستا پیش‌بینی گردد. براساس برنامه سوم توسعه، طرحی تحت عنوان "طرح توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌های کشور" که به اختصار "کاراد" نام گرفت تدوین و اجرای آن با نظر سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی و وزارت علوم، تحقیقات و فناوری در اواخر سال ۷۹ به سازمان سنجش آموزش کشور واگذار گردید.

در دانشگاه ویرجینیای غربی به عنوان یکی از دانشگاه‌های معتبر که از اواخر دهه ۹۰ به طور جدی با چالش‌ها و مشکلات متعدد درونی و محیطی روبه‌رو بوده است، هیأتی از محققان و سیاستگذاران توسعه دانشگاهی با مدیریت دانشکده اقتصاد و بازرگانی مسئولیت انجام بررسی‌های بیشتر و یافتن راهکارهای اثربخش را به عهده گرفتند اما توصیه اصلی این گروه مطالعات، ایجاد و بسط نظریه کارآفرینی و سازگار نمودن ابعاد مختلف دانشگاه با این نظریه بود. بارزترین نتیجه مطالعه مذکور تأسیس مرکز کارآفرینی در این دانشگاه بوده است.



West Virginia University

دانشگاه مارکوئیت به عنوان یکی از ۱۰۰ دانشگاه کارآفرین برتر ایالات متحده در سال ۲۰۰۲ معرفی شده است. در یک بررسی که دانشگاه‌ها بر اساس ۳۰ معیار کارآفرینی دانشگاه، همچون ارائه رشته‌ها و دوره‌های آموزشی جدید، به‌کارگیری روش‌های نوین آموزشی با تأسیس موسسات و مراکز پژوهشی، مورد ارزیابی و طبقه‌بندی قرار گرفته‌اند، این دانشگاه با بیش از ۷۰۰ برنامه کارآفرینی از جمله دانشگاه‌های موفق در زمینه کارآفرینی شناخته شده است. این مرکز بر این اعتقاد است که کارآفرینی نه تنها دارای فوائد اقتصادی است بلکه منجر به رشد کلی و عمومی جامعه می‌گردد.

فرایند آموزش کارآفرین در دانشگاه‌ها

فرایند آموزش کارآفرین یک فرایند چند مرحله‌ای است که حداقل در پنج مرحله متفاوت از زندگی توسعه و تحقق می‌یابد. (Blake, 2002, 5-20).

مراحل آموزش کارآفرینی عبارتند از:

مرحله اول سطح پایه: دانش آموزان در دوره‌های ابتدایی، راهنمایی و دبیرستان باید رویه‌های مختلف حاکمیت کسب و کار را تجربه کنند.

مرحله دوم سطح پرورش شایستگی‌ها: در این مرحله دانش آموزان باید زبان تجارت و کسب و کار را یاد بگیرند و با مسائل و دیدگاه‌هایی که از نظر صاحبان موسسه و بنگاه مهم هستند آشنا شوند. سطح پرورش شایستگی‌ها به‌طور محسوس به آموزش‌های حرفه‌ای نیاز دارد (رضائیان، ۱۳۸۰).

مرحله سوم سطح کاربرد خلاق: این سطح از فرایند آموزش کارآفرینی در برگزیده حداقل دروسی است که یادگیری آنها برای تشریح یک کسب و کار نوین الزامی است. در این مرحله فراگیران باید فرصت‌های آشنایی با ایده‌های متفاوت و روش‌های گوناگون برای برنامه‌ریزی کسب و کار را یاد بگیرند.

مرحله چهارم سطح رشد و توسعه: اغلب صاحبان کسب و کار علاقه‌ای به درخواست کمک و مساعدت برای افزایش آگاهی‌های خود ندارند مگر اینکه در آن زمینه احساس نیاز کنند. دوره‌های مستمر آموزشی، سمینارها و گردهمایی‌های علمی می‌تواند به این افراد کمک کند تا توانایی‌های کسب و کار خود را بالا برده و تقویت نمایند.

ضرورت‌های توسعه کارآفرینی دانشگاهی

ضرورت توجه جدی به کارآفرینی در دانشگاه‌ها یکی از محورهای کنفرانس روسای دانشگاه‌های اسپانیا در دسامبر ۲۰۰۳ بوده که مورد بحث و بررسی قرار گرفته است. گزارش نسبتاً جامعی از مباحث کنفرانس مذکور در "خبرنامه آموزش عالی" به چاپ رسیده است. بر اساس این گزارش موارد زیر از جمله عوامل موثر بر پیدایش و ظهور دانشگاه‌های کارآفرین بوده است (مجموعه گزارش‌ها، ۱۳۸۱، ۱۳-۵).

۱- ناتوانی دانشگاه‌ها در پاسخگویی به تقاضاهای اجتماعی روز افزون برای برخورداری از خدمات آموزش عالی؛

۲- مشکلات دانشگاه‌ها در تأمین منابع مالی؛

۳- تغییرات اساسی در مفاهیم کار، کالا، بازار و درآمد که دانشگاه را ناگزیر از بازنگری برنامه‌های آموزشی خود می‌کرد؛

۴- گسترش مفهوم پاسخگویی در سازمان‌های تولیدی و خدماتی و الزام دانشگاه به عنوان سازمان ارائه‌کننده خدمات علمی و پژوهشی به پاسخگویی در قبال جامعه؛

۵- ظهور مراکز علمی رسمی و غیر رسمی به عنوان رقبای قدرتمند دانشگاه‌ها در تربیت و آموزش نیروهای انسانی

در جمع بندی کلی می‌توان گفت که ایجاد دانشگاه‌های کارآفرینی نه تنها بر عناصر درون دانشگاهی همچون دانشجویان، اعضای هیأت علمی، مدیران و کارشناسان تأثیر می‌گذارد، بلکه به طرق مختلف به رشد و پیشرفت فرهنگ کارآفرین جامعه و در نگرش کلی‌تر بر جامعه و حتی فضای بین‌المللی نیز اثرات مثبت دارد. موارد زیر را می‌توان از جمله مهم‌ترین اثرهای اقتصادی، اجتماعی، علمی و فنی دانشگاه‌های کارآفرین به شمار آورد (هینگینز، ۱۳۸۱).

● شناسایی و پرورش استعدادها و خلاقیت‌ها به عنوان ارزشمندترین سرمایه‌های اجتماعی؛

● توسعه و همگانی شدن علم و فناوری؛

● توسعه فرهنگ مولد بودن و کارآفرینی؛

● کشف و معرفی منابع و راه‌های نوین ارزش افزوده؛

● تأمین منابع مالی مورد نیاز دانشگاه و کمک به استقلال و خودگردانی آنها؛

● ارائه خدمات مشاوره تخصصی به صنایع کوچک؛

● حمایت و هدایت کارآفرینان جوان تا حصول نتیجه و امکان فعالیت مستقل؛

● کمک به کاهش نرخ بیکاری و افزایش اشتغال واقعی (غیر کاذب)؛

● افزایش درآمد قشرهای متوسط جامعه و کاهش فاصله‌های طبقاتی؛

● ترویج کارگروهی و اشتراک مساعی در فعالیت‌های تولیدی و خدماتی؛

● نهادینه سازی فرهنگ پاسخگویی در قبال جامعه، سهامداران و ذینفعان؛

● کاهش جرائم و ناهنجاری‌های اجتماعی؛

● ارائه الگوهای موفق کارآفرین به سایر مراکز آموزشی و پژوهشی؛

● ترغیب مدارس در دوره‌های پیش از دانشگاه برای پرورش روحیه کارآفرینی در دانش آموزان



چالش‌های پیش‌روی مراکز کارآفرینی در دانشگاه‌ها
از جمله چالش‌ها و موانع پیش‌روی توسعه کارآفرینی می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱- طولانی بودن فرایند ایجاد یک مرکز و به ثمر نشستن فعالیت‌های دانشجویان و یافتن بازار مناسب اصلی‌ترین چالش بر سر راه مراکز کارآفرینی است. آن هم در شرایطی که هنوز فرهنگ استخدام شدن و استخدام کردن ترجیح داده می‌شود و اکثریت دانشجویان به دنبال فرصت‌های شغلی کم‌مخاطره و حاضر و آماده ولو به قیمت از دست رفتن استعدادها و توانایی‌هایشان می‌باشند.

۲- عدم همگونی طرح‌های اشتغال با واقعیت.

۳- افزایش فاصله علمی کشور با سطح جهانی ناشی از کندی سرعت تحولات علمی دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی در مقایسه با روند شتابان دنیای علم و فناوری.

۴- کارآفرین نبودن فارغ‌التحصیلان، رواج روحیه مدرک‌گرایی در جامعه و افزایش انتظارات دانش‌آموختگان از دولت برای ایجاد اشتغال و استخدام آنها.

۵- بیکاری‌های ساختاری توأم با کمبود نیروی متخصص.

۶- کمبود محقق کارآمد ناشی از ضعف سیستم آموزشی در پرورش روحیه پژوهشگری و خلاقیت در دانش‌آموختگان.

۷- کمبود کادر هیأت علمی دانشگاه‌ها از نظر تعداد، ترکیب، مراتب علمی و روزآمدی.

۸- فقدان زیر ساخت‌های اطلاع‌رسانی و فناوری‌های نوین در شیوه‌های آموزشی.

۹- پائین بودن تولید دانش سازمان یافته و جایگاه علمی دانشگاه‌ها در سطح جهانی، پائین بودن مراودات و همکاری‌های علمی با موسسات علمی بین‌المللی و نبودن ساز و کارهای مناسب برای بهره‌گیری از دستاوردهای نوین علمی و فناوری جهانی (رضانی، ۸۱).

راهکارهای گسترش آموزش کارآفرین

یکی از جدی‌ترین نیازهای محیطی کارآفرینان، دانش فنی قابل استفاده در فرایند کارآفرینی می‌باشد. پس اقداماتی که در این زمینه لازم است انجام گیرد عبارتند از:

■ نهادینه سازی فرهنگ خلاقیت و کارآفرین در دانشگاه و جامعه

■ اختصاص بودجه ای مشخص به منظور ترویج فرهنگ کارآفرینی و حمایت از طرح‌های کارآفرینی

■ ارائه آموزش در قالب مهارت‌های تخصصی در مرکز پیش‌رشد، متناسب با نیازهای کارآفرینان

■ حمایت از صاحبان سرمایه برای تشویق به سرمایه‌گذاری در بخش‌های تولیدی و خدماتی با ایجاد ثبات اقتصادی در دولت

■ آشنایی مردم با ارزش کار کارآفرینان در جهت رشد جامعه توسط رسانه‌های جمعی و مقابله با برداشت‌های تنگ‌نظرانه در این زمینه.

■ تدوین سرفصل‌های جدید در گروه‌های آموزشی متناسب با نیازهای کارآفرینان

■ ارتباط تنگاتنگ مرکز با معاونت آموزشی دانشگاه جهت تدوین سرفصل‌های دروس

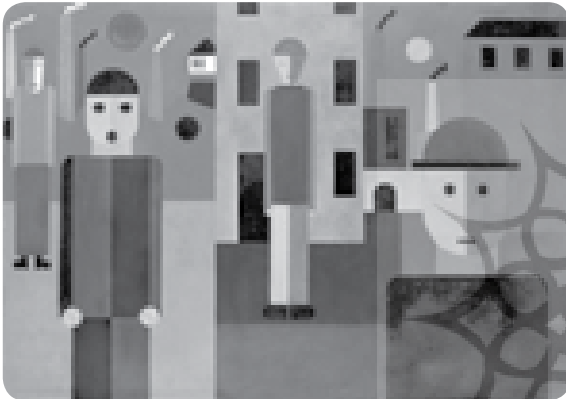
■ کشف زمینه تخصص‌های پژوهشی علاوه بر رشته‌های آموزشی موجود در دانشگاه

■ ارتباط و همکاری مرکز با کمیسیون‌های پژوهش‌های کاربردی و فناوری دانشگاه

■ تولید گواهینامه‌های علمی و برگه ثبت اختراع

■ برگزاری کارگاه‌های آموزشی و همایش‌های علمی و کاربردی درباره خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی

■ ارائه واحدهای درسی خلاقیت در مقاطع کارشناسی ارشد و دکترا و نیز ایجاد گرایش خلاقیت در رشته‌های مرتبط



نتیجه‌گیری

کشورهای پیشرفته و صنعتی سابق وارد فاز اقتصاد دانش شده‌اند و در حال تحکیم پایه‌های خود به عنوان صاحبان اقتصاد مبتنی بر دانش هستند و زیرا اقتصادی می‌تواند پیشرفت کند که در مسیر توسعه صنعتی موفق باشد. پس ما باید سعی بر پیشرفت و توسعه صنعتی کشورمان داشته باشیم. با به کارگیری مطلوب مدیریت دانش و نهادینه‌سازی مدیریت دانش در دانشگاه‌ها و موسسات می‌توانیم به توسعه صنعتی پایدار در صنعت برسیم و با سعی بر کارآفرین کردن دانشگاه‌ها با ایجاد رشته‌های کارآفرینی و همچنین گذاشتن دروسی برای دانشجویان فنی و مهندسی تحت عنوان کارآفرینی و با استفاده از اساتید برجسته که در صنعت کار کرده‌اند دانشجویان کارآفرین و مستعد را شناسایی کرده و توان و قابلیت آنها را با حمایت‌های مالی آزمایشگاهی و ... در دانشگاه‌های کارآفرین به ظهور برسانیم. دولت می‌تواند با تخصیص منابع مالی بیشتر به این بخش فرهنگ کارآفرینانه را در میان قشر دانشگاهی پیشرفت دهد که در روند توسعه صنعتی ایران تحول عظیمی داشته‌باشیم. □

منابع و مأخذ:

- ۱- احمد پور داریانی، محمود، سیر تکاملی کارآفرینی، مفهوم، دیدگاه‌ها، فرایند و آموزش، مدرس شماره ۶
- ۲- اکبر افجه‌ای، سید علی، مدیریت اسلامی، واحد انتشارات بخش مرکزی جهاد دانشگاهی، پائیز ۱۳۶۹
- ۳- باقری زاده، محمد، - احمدپور، محمد، نقدی بر کتاب احمدپور، " کارآفرینی، تعاریف، الگوها و نظریات " تدبیر شماره ۱۰۶
- ۴- پیام ارتباطات، بزرگراه ارتباطی میان صنعت و دانشگاه، آبان ۸۰
- ۵- دیانی زاده، محمد علی، کارآفرین از حرف تا عمل (بخش اول، دوم و پایانی)، نشریه کارآفرین، شماره مرداد، آبان، دی ۱۳۸۰
- ۶- رضائیان، علی، میانی سازمان و مدیریت، انتشارات سمت، چاپ دوم، ۱۳۸۰، تهران
- ۷- رضایی، رضا، مشکلات کنونی دانشگاه‌ها و نظام توسعه علمی کشور، فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی، سال هشتم، شماره ۲۵، پائیز ۱۳۸۱
- ۸- صمدآقایی، جلیل، سازمان‌های کارآفرین، مرکز انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی، چاپ اول ۱۳۷۸
- ۹- عباس زاده، میر محمد، کلیات مدیریت، انتشارات دانشگاه ارومیه، چاپ سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، تابستان ۱۳۷۴
- ۱۰- مجموعه گزارش‌های همایش چالش‌ها و چشم اندازهای توسعه ایران، توسعه عالی آموزش و پژوهش در مدیریت و برنامه ریزی، دفتر اول، بخش اول، توسعه آموزش عالی، ۱۳۸۱
- ۱۱- مهاجر، مسعود، کارآفرینی آسان در سطح معاونت وزارتخانه، نشریه اخبار مورخ ۸۰/۹/۴
- ۱۲- نوحی، مرتضی، بسترهای مورد نیاز کارآفرین، ابرار اقتصادی، مورخ ۸۰/۱۰/۱۲

13-Blake, M.(2002). *Entrepreneurship, academy of management review, No.15, pp 5-20*

14-Clark, Burton R. *creating Entrepreneurial Universities, pergamon, 1998, chapter3, pp 39-61.*

15-Inzelt, Anna-Maria, *the evolution of university_ industry_ government relationships during transition, research policy, Vol33, issues 6-7, September 2004, pp 975-995.*

16-Kash, Don, Raycroft, Robert, *technology & education performance: Lesson from Japan, Washington D.C , Harvard university, 2005, USA*

17-Klat, Smith, Alex; *management consulting : emergency and dynamics of knowledge industry, Scandinavian Journal of management, Vol20, issues 1-2, march_ June 2005, pp 197-200*

18-Motohashi, Kazuyuki, *university_ industry collaborations in Japan, research policy, Vol34, issue5, June2005.*

19-Narques, J.P.C, *How can university industry government interaction change the innovation scenario in Portugal, corrected press, 2005.*

20-Park, John, *opportunity recognition in high_ teach institutions, Journal of teach ovation, Vol25, issue 7, July2005, pp 739-752.*

21-Polkavnichenko, Valery; *human capital and private equity premium, review of economic dynamics, Vol6, issue4, Oct2003, pp 831-845.*

22-Vielson, John, *trade in university training, Journal of econometrics, Vol121, issues1-2, July – August2004, pp 143-173*