

نقش آموزش عالی در توسعه کار آفرینی

رسول رنجبریان
عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی

آموزش، یکی از جنبه‌های مهم در گسترش کار آفرینی است که مورد توجه ویژه کشورهای جهان واقع شده است. با توجه به مطالعات مختلفی که صورت گرفته ثابت شده که ویژگی‌های کار آفرینان اغلب اکتسابی است و نه توارثی و از این رو در حال حاضر آموزش کار آفرینی به یکی از مهمترین و گسترده‌ترین فعالیت‌های دانشگاه‌ها تبدیل شده است. با توجه به این که کار آفرینی و اشتغال در روند رشد و توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورها نقش و تأثیر به‌سزایی دارد، دولت‌ها برای آموزش کار آفرینی به نیروی انسانی در جامعه تلاش‌های قابل توجهی از خود نشان می‌دهند. به خصوص در سال‌های اخیر در کشور عزیزمان ایران نیز بسیاری از دانشگاه‌ها با ایجاد مراکز کار آفرینی و توسعه آموزش کار آفرینی به دانشجویان و برگزار کردن دوره‌های مختلف آموزشی کوشش فراوانی نموده‌اند. در این مقاله سعی بر آن شده، ابتدا مقدمه از موضوع ارائه شود و سپس به تعریف کار آفرینی، اهمیت و ضرورت آموزش کار آفرینی، اهداف آموزش کار آفرینی، نیاز به درس کار آفرینی در دانشگاه‌های کشور، دانشگاه کار آفرین، اهداف دانشگاه‌ها در گسترش کار آفرینی، ویژگی‌های دانشگاه کار آفرین، شاخص‌های فرهنگ کار آفرینی در سطح دانشگاه و در پایان به نتیجه‌گیری و پیشنهادها پرداخته شده است.

واژگان کلیدی: آموزش عالی (دانشگاه) - توسعه - کار آفرینی.

مقدمه

برای دستیابی به کار آفرینی، ابتدا باید، در ابعاد و جنبه‌های مختلف، آن را شناسایی و سپس با سرمایه‌گذاری در ابعاد گوناگون کار آفرینی، این ابزار اقتصادی را در حد امکان تقویت کرد. یکی از مهم‌ترین ابعاد مورد نظر، بستر سازی فرهنگی برای کار آفرینی است. به منظور ایجاد و ترویج فرهنگ مناسب، ابتدا باید شاهره‌های مختلفی را شناخت که فرهنگ از طریق آن می‌تواند توانایی و استعداد کار آفرینی را به افراد تزریق کند و سپس سرمایه‌گذاری لازم را روی آن انجام داد.

کار آفرینی فرآیندی است که با نگاه فرصت‌گرایانه کار آفرین، آغاز می‌شود و نتیجه‌ی آن تولید محصولات و ارائه خدمات و ایجاد اشتغال و رفاه عمومی جامعه و در نهایت این که از هیچ چیز به همه چیز رسیدن است. برای این که یک جامعه را به سطح بالایی از میزان کار آفرینی بالا برد، لازم است آموزش‌های لازم را برای افراد آن جامعه تدارک دید و آگاهی‌ها و توانایی‌های آنان را به منظور بالا بردن کار آفرینی تقویت و افزایش داد. به این ترتیب در جامعه واحدهای کسب و کار توسعه پیدا خواهد کرد و این امر جزء از طریق توجه به نظام آموزشی در کشور امکان پذیر نخواهد شد. امروزه تقریباً در تمام مقاطع تحصیلی همه‌ی کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه آموزش و ترویج کار آفرینی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار می‌باشد (احمدپور داریانی و عزیزی، ۱۳۸۶، ۹).

دانشگاه‌ها می‌توانند ضمن ارائه آموزش‌های علمی و تخصصی به دانشجویان، با طراحی دوره‌های کارشناسی ارشد و دکتری و یا طراحی درس کار آفرینی برای کلیه رشته‌های تحصیلی به پرورش خصلت‌های کار آفرینانه و مهارت‌های مدیریتی در فارغ التحصیلان خود موجب افزایش میزان عرضه کار آفرین به بازار کار شوند تا با شناخت و فرصت‌های تازه، زمینه‌های تحقق فرآیندهای خلاقانه را فراهم نمایند.

اهمیت و ضرورت آموزش کارآفرینی

در حال حاضر سیر تحولات جهانی، کارآفرینان را در خط مقدم توسعه ی فن آوری و توسعه ی اقتصادی قرار داده است. تجربه موفقیت آمیز اغلب کشورهای پیشرفته و نیز برخی از کشورهای در حال توسعه در عبور از بحران های اقتصادی به واسطه توسعه کارآفرینی در آن کشورها، موجب گردیده تا سایر کشورها نیز برای کارآفرینی، کارآفرینان و شکل گیری کسب و کارهای نوآورانه اهمیت خاصی قائل گردند. با عنایت به پدیده جهانی شدن اقتصاد، برخی عقیده دارند که «بازارهای جهانی فردا از آن شرکت هایی است که به ریسک پذیری کارآفرینانه بهاء می دهند و برای گسترش سرمایه های فکری خود در حد کلان سرمایه گذاری می کنند، در بالندگی فردی پرتلاشند و در خط مشی گذاری، شرایط محیطی را مد نظر قرار می دهند. بر همین اساس، توسعه کارآفرینی از جنبه های گوناگون مدنظر قرار گرفته است. آموزش، یکی از جنبه های مهم در گسترش کارآفرینی است که مورد توجه ویژه ای واقع شده است. با توجه به مطالعات مختلفی که صورت گرفته ثابت شده که ویژگی های کارآفرینان اغلب اکتسابی است و نه توارثی و از این رو در حال حاضر آموزش کارآفرینی به یکی از مهمترین و گسترده ترین فعالیت های دانشگاه ها تبدیل شده است.

از اهمیت آموزش در کارآفرینی و فعالیت های کارآفرینانه می توان به شرح زیر مواردی را عنوان کرد:

۱. لازم است که کشورها با درآمد بالا بر اهمیت مسائلی همچون تحقیق و توسعه (R&D)، تجاری سازی فناوری و آموزش های علمی تأکید نمایند.

۲. ضرورت دارد کشورهای با درآمد پایین به منظور کاهش میزان کارآفرینی های قهری بر آموزش و تربیت نیروی انسانی تمرکز کنند.

۳. کشورهای با درآمد متوسط به منظور توسعه محیطی مساعد برای کارآفرینی به آموزش کارآفرینانه ملزم هستند (هاشمی، ۱۳۸۳، ۹).

به رغم آن که برخی از صاحب نظران معتقدند کارآفرینی با آموزش مستقیم حاصل نمی شود و باید به روش پرورشی کارآفرینان 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 ی افزایش رشته های دانشگاهی، کارآفرینی در کشور های توسعه یافته و در حال توسعه، اهمیت نظام آموزشی و پژوهشی در توسعه ی کارآفرینی و تربیت کارآفرینان بیشتر مشخص می شود. به عبارت دیگر ارتباط مستقیمی بین پیشرفت فناوری و ضرورت آموزش کارآفرینان وجود دارد (اکبری، ۱۳۸۰).

به طور کلی همراه با آشکار شدن نقش و تأثیر کارآفرینی بر روند اشتغال زایی و رشد اقتصادی کشورهای توسعه یافته، تلاش ها در جهت آموزش و تعمیم دانش و روحیه کارآفرینی در بین مدیران، تجار، دانشجویان (که جملگی کارآفرینان بالقوه محسوب می شوند) و کارآفرینان بالفعل شدت گرفت. به طور کلی هدف از آموزش کارآفرینی،

تربیت افرادی است که بتوانند پس از تکمیل تحصیلات خود افرادی «مؤسس» و کسب و کاری را ایجاد نمایند و این نیز می تواند فرهنگ کارآفرینی را در جامعه گسترش دهد.

اهداف آموزش کارآفرینی

یکی از مهم ترین و مقدم ترین عوامل در طراحی و اجرای یک دوره آموزشی، توجه به اهداف آن است. در تدوین اهداف یک دوره آموزش کارآفرینی نیز ابتدا باید هدف از برگزاری آن را مشخص نمود. دوره های آموزش کارآفرینی نیز همانند کلیه ی دوره های آموزشی بر اساس اهداف متفاوتی طراحی می گردند. با وجود این در مجموع فارغ از اهداف ویژه خود سه تغییر اساسی در فراگیران ایجاد می نمایند. این سه تغییر شامل؛ تغییر در دانش و معلومات و اطلاعات، تغییر در نگرش و بینش و طرز تلقی افراد نسبت به موضوعات و مسائل ویژه و در نهایت تغییر در مهارت ها و توانایی های عملی افراد است.

مهمترین اهداف آموزش کارآفرینی را می توان دست یابی به مهارت های لازم برای استفاده از فنون، تجزیه و تحلیل موقعیت های کسب و کار، شناسایی و تهییج انگیزه، استعداد و مهارت های کارآفرینی، حمایت از تمامی ابعاد منحصر به فرد کارآفرینی و هدایت نگرش ها به سمت تغییر و تحولات و همچنین ترغیب شرکت های تازه تأسیس و دیگر کسب و کارهای کارآفرینانه برشمرد (سعیدی کیا و همکاران، ۱۳۸۷، ۱۲).

به طور کلی هدف های مورد نظر در آموزش کارآفرینی به شرح ذیل می باشند:

الف) تحریک انگیزه ها: یکی از اهداف در آموزش و ترویج کارآفرینی تحریک انگیزه ها در افرادی است که دارای خصوصیات کارآفرینانه می باشند. شناخت این افراد از توانایی های خود و آگاهی دادن در این زمینه و برانگیختن آنها از اصلی ترین وظایف آموزش کارآفرینی است. تحریک انگیزه هایی از قبیل: میل به کسب ثروت، توفیق طلبی، استقلال طلبی، تمایل به ساختن چیزی نو، قبول نداشتن شیوه های موجود، قرار نگرفتن فرد در پایگاه اجتماعی که لیاقتش را دارد و نظایر آن موجب می شود که فرد را در مسیر کارآفرین شدن قرار دهد.

ب) پرورش ویژگی ها: چنان که ذکر شد ویژگی هایی که موجب می گردد فرد کارآفرین شود، توارثی نیست بلکه اکتسابی است. بنابراین پرورش این ویژگی ها در افراد مختلف لازم است. برخی از افراد در محیط هایی پرورش می یابند که زمینه برای تحریک انگیزه ها و پرورش ویژگی های آنان فراهم است، بنابراین در صورتی که این افراد کسب و کاری را شروع نمایند، مطالعات نشان داده که اغلب با موفقیت همراه خواهد بود. اما بیشتر مردم در چنین محیط هایی قرار ندارند، لذا ایجاد انگیزش و پرورش ویژگی ها از طریق برنامه های آموزشی برای آنان لازم است. این ویژگی ها شامل مواردی همچون آموزش تفکر خلاق، بالا بردن ریسک پذیری، بالا بردن قدرت تحمل ابهام، دادن اعتماد به نفس، فرصت شناسی، دادن اطلاعات آموزشی نسبت به خصوصیات

روانی شخص از قبیل مرکز کنترل می‌باشد.

ج) آموزش مهارت‌ها: این آموزش‌ها به سه قسمت تقسیم می‌گردند:

- قبل از تأسیس شرکت

- زمان تأسیس شرکت

- بعد از تأسیس شرکت (اداره شرکت)

قبل از تأسیس باید فرد کارآفرین چگونگی راه‌اندازی یک کسب و کار و مراحل آن، چگونگی انجام کارهای گروهی و مهارت‌های ارتباطی و نظایر آن را بیاموزد. در زمان تأسیس باید در زمینه‌ی مسائل مالی، شناخت بازار، اصول مدیریت، بیمه، اقتصاد، قانون کار و امور حقوقی، آگاهی و تبحر لازم را کسب نماید. توانایی مدیریت توسعه و رشد شرکت، یافتن شیوه‌های جدید، رقابت و حفظ موقعیت در بازار، یافتن بازارهای جدید نیز از جمله مهارت‌های مورد نیاز کارآفرین بعد از تأسیس شرکت هستند. کلیه هدف‌ها و مراحل فوق به منظور ایجاد انگیزش در بین افراد و ایجاد کارآفرینان جدید، آگاهی دادن، هدایت و تشویق کارآفرینان به سوی کسب مهارت‌های لازم و ارائه آموزش‌های لازم برای کسب مهارت‌های مورد نیاز به کارآفرینان صورت می‌گیرد و گذراندن این دوره‌ها برای موفقیت کارآفرینانی که قبلاً هیچ گونه سابقه و زمینه محیطی لازم برای آنان فراهم نبوده، ضروری است (احمدی مقیم، ۱۳۸۷، ۱۴).

نیاز به درس کارآفرینی در دانشگاه‌های کشور

آماده سازی در مورد کارآفرینی نباید بعد از فارغ التحصیلی باشد. بلکه این امر بایستی در حین تحصیل انجام شود و لازم است روح کارآفرینی در دانشگاه‌ها پرورش داده شود. دلایل نیاز به ارائه درس کارآفرینی را می‌توان در موارد زیر خلاصه نمود:

۱. تقویت ساختارهای دانایی محور در تولید علم و فن
۲. توجه به تولید علم و تولید ثروت از دانش
۳. ایجاد توان شناسایی نیازهای جامعه و تطبیق تخصص و تحصیلات
۴. ایجاد و پرورش فرهنگ کارآفرینی
۵. ایجاد توانایی کار گارگروهی
۶. بالا بردن توان ارزش آفرینی
۷. آشنایی با منابعی که به دانشجویان در جهت شناسایی فرصت‌های جدید و ایجاد توان پردازش ایده‌های نوکمک خواهد کرد
۸. ایجاد توانایی ارزیابی اقتصادی از طرح تجاری
۹. ایجاد توان شناسایی تحولات در نیازهای جامعه
۱۰. درک مفهوم کارآفرینی در ارتباط با توسعه اقتصادی
۱۱. ایجاد و تقویت برخی بسترها و ظرفیت‌های بالقوه برای مسائل علمی حل نشده، نیازهای کشور و ایده‌های نو.
۱۲. تشویق و گسترش خلاقیت برای خلق کسب و کارها و مفاهیم کسب و کارهای جدید.
۱۳. 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 (محسنیان و همکاران، ۱۳۸۷، ۱۰۱).

دانشگاه کارآفرین

یکی از مظاهر بارز تولید علم و اندیشه در جهان، مراکز علمی و دانشگاهی می‌باشند و اندیشمندان بر این باورند به اندازه‌ای که در یک کشور، تولید علم و اندیشه می‌شود، به همان اندازه، مظاهر حیات و شکوفایی و بالندگی بر آن کشور سایه انداخته و موجب رشد و توسعه آن می‌شود. چنانچه دانشگاه‌ها و سایر مراکز آموزش عالی در کشور، توجه و اهتمام اصلی خود را بر محور مبادلات علمی و مباحث آموزشی و ژرفابخشی به عملیات پژوهشی اختصاص دهند، بی‌شک افق روشن و درخشانی را برای کشور و جامعه ترسیم خواهند کرد (رنجبریان، ۱۳۹۱، ۱۳).

اساسی‌ترین عامل برقرار نمودن ارتباط نظام آموزش عالی (دانشگاه) با جامعه، تربیت و آماده ساختن نیروی انسانی کارآمد، شایسته و دارای مهارت، به منظور پاسخگویی به نیازهای واقعی جامعه در زمینه‌های مختلف می‌باشد. همچنین تولید و ارائه دانش بومی برای حل مسائل جاری و حیاتی جوامعی که دانشگاه‌ها در آن قرار دارند از عمده‌ترین نقش‌های نظام آموزش عالی به حساب می‌آید. دانشگاه‌ها به عنوان بالاترین و آخرین مرحله نظام آموزشی یا به عبارت دیگر رأس هرم آموزش در هر

می نمایند و دولت ها نیز اغلب حامی چنین برنامه هایی هستند (حسن مرادی، ۱۳۸۵، ۱۶۳).

اهداف دانشگاه ها در گسترش کار آفرینی

دانشگاه ها برای گسترش کارآفرینی اهداف متعددی را جست و جو می کنند که از آن جمله می توان به اهداف زیر اشاره کرد:

۱- کمک به فرآیند آموزش و پرورش در تربیت نسل آینده برای پیشرفت شخصی، تحرک فردی، مهارت های اجتماعی و ارتقای توانایی های فکری دانشجویان برای زندگی در شرایط و دنیای جدید.

۲- بسط و گسترش فرهنگ کارآفرینی با هدف تقویت ظرفیت های القوه دانشجویان برای مواجهه با جهان کار و تقویت درک و شناخت دانشجویان از شرایط کار و هنجارهای فضای شغلی آینده شان.

۳- بسط و گسترش فرهنگ علمی با هدف تقویت روح تحقیق و تفکر و افزایش نقش آگاهانه فراگیران در تولید دانش و گفتگوی علمی.

۴- فراهم آوردن زمینه های رشد و پرورش خلاقیت ها، قابلیت ها، استعدادهای انسانی، افزایش توانایی و مهارت های ذهنی و فکری در حل مسائل.

۵- افزایش روحیه ی کار جمعی، دیگرپذیری و مسئولیت پذیری از طریق مشارکت فراگیران در گروه ها و فعالیت های جمعی و گسترش مهارت های ارتباطی و آماده کردن آنان برای زندگی در جامعه متحول.

۶- کمک به ارتقای نشان و منزلت علمی و اجتماعی دانشجویان از طریق گسترش مشارکت دانشجویان در حیات فرهنگی جامعه (شاه حسینی، ۱۳۸۳، ۱۲۵).

ویژگی های دانشگاه کار آفرین

دانشگاه کارآفرین باید دارای ویژگی های باشد که این ویژگی های موجب تمایز این دانشگاه با سایر دانشگاه های دیگر شود. چرا که دانشگاه کارآفرین باید بیش از همه به نیاز های صنایع کوچک و کوتاه مدت و فوری کارخانجات و مراکز تولیدی و خدماتی پاسخ دهند.

این دانشگاه ها باید به منابع انسانی، فنون، امکانات و تجهیزات لازم مجهز باشند تا بتوانند از طریق به کارگیری آن ها به نیازهای جامعه پاسخ سریع نشان دهند. در زیر به ویژگی های اصلی یک دانشگاه کارآفرین اشاره می گردد.

۱- دانشگاه کارآفرین خودگردان است و از راه های متنوع به کسب درآمد می پردازد تا استانداردهای کیفی خود را حفظ نماید و متکی به منابع خاص (دولتی - ایالتی) نباشد و بخش خصوصی را در این زمینه فعال می کند.

۲- دانشجو به منزله مشتری مورد توجه ویژه قرار دارد و با دقت نیازهای آموزشی وی جهت زندگی در دنیای واقعی شناسایی و تأمین می شود. لذا در تصمیم گیری ها مشارکت دارد، اظهار نظر می کند و بخشی از هزینه های تحصیل خود را پرداخت می کند.

۳- دانشگاه کارآفرین با حذف تشریفات اداری و تعدیل ساختار سنتی

کشور است. اهداف و نقش دانشگاه ها در کشور، تربیت نیروی انسانی متخصص مورد نیاز جامعه، ترویج و ارتقای دانش، گسترش تحقیق و فراهم نمودن زمینه مساعد برای توسعه و پیشرفت کشور است (بیک زاد و رنجبریان، ۱۳۸۷، ۱۲).

در عصر حاضر ضرورت توجه دانشگاه ها به تأمین نیازهای متنوع اجتماعی و احساس مسئولیت و پاسخگویی نسبت به آن تأکید شده است که دانشگاه ها باید در عین داشتن استقلال و خودگردانی و آزادی آکادمیک، در قبال استفاده از منابع عمومی، خصوصی، ملی و بین المللی، احساس مسئولیت نمایند. جایگاه رفیع دانشگاه ها در جامعه موجب ایجاد انتظاراتی جدید شده است و سیاستگذاران، مدیران و مجریان دانشگاهی را ملزم می نماید تا ضمن درک نیازهای متحول دنیای کار و اشتغال، آموزش های خود را کارآمد و معطوف به حل مسئله نمایند و ضمن پرورش انسان های خلاق و کارآفرین و دارای مهارت های عملی برای ورود به عرصه های اقتصادی - اجتماعی کار و زندگی، تعادلی بین پژوهش های بنیادی و کاربردی ایجاد نمایند و توانایی ارائه خدمات مشاوره ای به روز و کارساز را به جامعه داشته باشند.

در عصر حاضر، دانشگاه ها با تأسیس پارک های فناوری، شهرک های تحقیقاتی و انکوباتورها برآندند که از کارآفرینی و کاربردی کردن ایده های جدید حمایت کنند. دانشگاه کارآفرین موضوع جدیدی است که از یک سو توجه آن به دانش آموختگان است که بتوانند فعالیت های کارآفرینانه از خود بروز دهند و از سوی دیگر به تنوع بخشی، نوآوری در ارائه ی محصولات و خدمات آموزشی و پژوهشی تأکید دارد.

دانشگاه کارآفرین، دانشگاه سیستمی است که مهم ترین واژه ی در ادبیات آن نتیجه گرایی و مشتری گرایی است؛ زیرا این دانشگاه شامل گروهی از وظایف به هم پیوسته است که با هم نتیجه ی ارزشمندی از دید مشتری به بار می آورند. در این دانشگاه با بهره گیری از ابزارهای مدیریت کارآفرین و رویکرد سیستمی فعالیت های آموزشی را با نیازهای جهان امروز و جهان آینده منطبق می شود (سعیدی کیا، ۱۳۸۶، ۱۲).

توجه و تأکید روزافزون به آموزش و پرورش نیروهای انسانی خلاق و کارآفرین از یک سو و رسالت دانشگاه ها و مراکز آموزش عالی در انجام این مهم موجب گردید تا در ربع آخر قرن بیستم دانشگاه ها به مفهوم کارآفرینی توجه ویژه ای نمایند. در اواسط دهه ۱۹۷۰ دانشگاه ها فعالیت های پراکنده و غیر منسجمی در رابطه با آموزش کارآفرینی انجام می دادند و از ابتدای دهه ی ۱۹۸۰ فعالیت در این زمینه گسترده تر و علمی تر گردید و تعداد دانشگاه هایی که به تدریس دروس کارآفرینی می پرداختند روز به روز بیشتر می شد. تا آنجا که امروزه آموزش کارآفرینی بعنوان یکی از مهمترین و گسترده ترین فعالیت های دانشگاه ها قلمداد می شود و اکثر دانشگاه های بزرگ دنیا بر حسب ویژگی های کارورزان و نیازهای محلی و منطقه ای برنامه های آموزشی متعددی را در این زمینه برای سازمان های خصوصی و عمومی طراحی و اجرا

پاسخگوی نیازهای فردی و اجتماعی است که این امر موجب ارتقاء جایگاه و منزلت علمی و پژوهشی این نهاد می‌گردد.

۴- با القای فرهنگ منسجم کارآفرینی چشم انداز مشترک و ایجاد انگیزه ارتباط بین اعضای هیئت علمی، مدیران، دانشجویان و کارکنان در کلیه ی بخش ها نزدیک تر و همکاری و همراهی بیشتر می‌گردد (حسن مرادی، ۱۳۸۵، ۱۷۱).

از دیدگاه دیگر، برای سازمان های کارآفرین ویژگی هایی در نظر گرفته اند، از آن جایی که دانشگاه نیز به عنوان یک سازمان محسوب می‌شود می‌توان این ویژگی ها را به آن نیز تعمیم داد:

- ساختار،
- غیر متمرکز بودن،
- غیر رسمی بودن،
- عمودی و افقی بودن ارتباطات،
- در انحصار نبودن اطلاعات،
- گروهی بودن کارها،
- برخوردار بودن از ساختار سازمانی که مانع ایجاد ایده های نو نباشد،
- کنترل سهل گیر و غیررسمی،
- داشتن کارکنان توانمند،
- حمایت مدیریت،
- قدردانی مدیریت از افراد ریسک پذیر،
- قدر دانی مدیریت از افراد صاحب ایده،
- تحمل کردن انحراف از قواعد کارکنان،
- متولی شدن طرحهای کار آفرینانه، داشتن تنوع در حمایت های مالی مدیریت،
- حمایت مدیریت از طرحهای کوچک آزمایشی،
- به کار گیری ایده های جدید کارکنان،
- تغذیه مالی برای شروع و حرکت طرح های نو،
- قدرت تصمیم گیری مدیریت (صمد آقائی، ۱۳۷۸، ۱۳).

شاخص های فرهنگ کار آفرینی در سطح دانشگاه

۱. احساس رسالت:

رسالت در حقیقت حلقه اتصالی بین وظایف اجتماعی و فردی و اهداف مشخص تر دانشگاه است. رهبر گروه کارآفرینی باید در مورد این که رسالت گروه خیلی محدود یا گسترده باشد، تصمیم بگیرد. در دانشگاه برای آنان که احساس رسالت می‌کنند، چهار ویژگی را می‌توان معرفی کرد: الف) مقصد گروه را می‌دانند؛ ب) می‌گذارند که رهبر گروه، رهبری کند؛ ج) اول توفیق گروه را می‌خواهند بعد توفیق خود را؛ د) به هر کاری که لازم است دست می‌زنند تا رسالت خود را انجام دهند (خانی جزنی، ۱۳۸۷، ۱۸۸).

۲. خلاقیت و نوآوری:

در دانشگاه باید افراد به خلاقیت و ابتکار عمل تشویق شوند. بها دادن به خلاقیت نه تنها در درازمدت باعث رشد و توسعه کارآفرینی در دانشگاه ها می‌شود، بلکه زمینه مناسبی را برای رشد و شکوفایی استعدادها و ظرفیت های انسانی فراهم می‌کند و این شکوفایی خود بستر مناسبی برای رشد فضایل اخلاقی و معنوی انسانها است. به منظور محور قرار دادن کارآفرینی باید فرهنگ آموزشی دانشگاه به سمت خلاقیت بیشتر گام بر دارد تا از این طریق فرهنگ کارآفرینی دانشگاه تأثیر مثبتی بپذیرد (خانی جزنی، ۱۳۸۷، ۱۸۹).

۳. مخاطره پذیری:

مخاطره پذیری عبارت است از پذیرش مخاطره های معتدل که می‌تواند با تلاش های شخصی مهار شود. دولت یا دیگر حامیان مانند دانشگاه ها باید حاضر به پذیرش ریسک مورد نیاز کارآفرین بوده، سرمایه مخاطره پذیر برای وی

فراهم نموده و او را در مراحل مختلف کارآفرینی همراهی کنند.

۴. توفیق طلبی:

انگیزه توفیق طلبی هم متأثر از فرهنگ حاکم بر جامعه و هم موثر بر آن است. یکی از عمده ترین عوامل رشد و توسعه کارآفرینی وجود انگیزه توفیق طلبی در دانشجویان دانشگاه است. توفیق طلبی در دانشجویان گروه‌های شخصیتی نظم‌گرا، فکر‌گرا و حس‌گرا؛ در وضعیت مطلوبتری وجود دارد (شریف زاده، ۱۳۸۵).

۵. لایق و با کفایت:

اعضای با کفایت هرگروه توانایی و صلاحیت انجام کار را در بهترین وجه ممکن آن دارند. افراد لایق و با کفایت تعالی طلب هستند. تعالی، ارزش ما را بر پایه توانایی و ظرفیت خود ما می‌سنجد. انسان‌های با کفایت به متوسط قانع نمی‌شوند. نیروی خود را بر کار خویش متمرکز می‌سازند و در طبق اخلاص می‌گذارند. آنها، کیفیت کار خود را پایین نمی‌آورند (خانی جزنی، ۱۳۸۷، ۱۹۲).

۶. هدف‌گرا:

یکی از موضوع‌های اصلی مورد بحث در کارآفرینی، هدف و هدف‌گذاری است. اهمیت تعیین هدف در دانشگاه به حدی است که آن را به صورت یک شاخصه فرهنگ کارآفرینی مطرح می‌نمایند. دانشجویان از طریق تمرکز بر اهداف قابل دستیابی نوآورانه و حصول بهترین نتایج ممکن با استفاده بهینه از منابع در دسترس می‌توانند در راستای تقویت و توسعه کارآفرینی در دانشگاه گام بردارند.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

اصولاً دانشگاهی که به دنبال ترویج شیوه‌های کارآفرینی و فناوری پیشرفته است از ساختی برخوردار است که امکان به روز کردن خلاقیتها و ایده پردازی را تشویق می‌کند و به نوعی آن را در وظایف مختلف دانشگاه پیش بینی می‌کند. در دانشگاه‌ها از صرف منابع برای استفاده از خلاقیت‌ها هراسی وجود ندارد اگر دانشجویان می‌توانند به صورت فردی یا گروهی با فرآیند ایده پردازی و نوآوری درگیر شده تا مهارت لازم را کسب کرده و به کار ببنند، امکان رشد در دانشگاه دور از ذهن نیست و دانشجویان یقین دارند که بر اساس شایستگیها و قابلیت‌های خود می‌توانند در دانشگاه رشد کرده و به برآورده ساختن آرمانهای آن کمک کنند. رقابت سالم به عنوان ارزشی مطلوب انگاشته می‌شود. 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. از آنجایی که تخصیص منابع به سوی دستیابی به کارآفرینی بالا است تضمین کیفیت نهادینه خواهد شد.

به دلیل نقش و جایگاه ویژه کارآفرینان در روند توسعه و رشد اقتصادی، 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 نقش کلیدی در توسعه اقتصادی و تحولات اجتماعی دارند. کارآفرینان به عنوان عناصر اصلی در تسریع توسعه کشورهای در حال توسعه و در تجدید حیات و استمرار توسعه کشورهای صنعتی مورد توجه و مطالعه بوده‌اند. در شرایط کنونی اقتصاد کشورمان که با مسائل و نارسایی‌های مهمی نظیر فرار مغزها، بیکاری یا کم‌کاری به ویژه فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌ها و نیروی انسانی متخصص، کاهش سرمایه‌گذاری دولت، عدم تحرک و رشد اقتصادی کافی روبروست، پرورش و آموزش کارآفرینان توسعه کشور از اهمیت مضاعفی برخوردار است.

پیشنهادهایی که در خصوص رسیدن به اهداف جامعه از طریق دانشگاه‌ها در مورد کارآفرینی می‌توان مطرح نمود به شرح زیر می‌باشد:

۱. برنامه ریزی محتوای آموزشی، تربیت استادان آموزش کارآفرینی، ارائه آموزش‌های کارآفرینی در قالب برگزاری کلاس‌ها، سمینارها و کارگاه‌ها و ایجا رشته کارآفرینی در دانشگاه‌ها در مقاطع مختلف.
۲. ایجاد تیم‌های کار گروهی و نیز تجزیه و تحلیل کار گروه‌ها در فعالیت‌های کارآفرینی دانشگاه‌ها.
۳. انتقال دانش و دستاوردهای تحقیقاتی مرتبط با کارآفرینی از خارج به داخل کشور.
۴. درخواست پروژه‌های عملی و طراحی فرآیند یک طرح تجاری از دانشجویان در دانشگاه‌ها.
۵. بسترسازی و حمایت مالی، اطلاعاتی و مشاوره‌ای مناسب در جهت راه‌اندازی فعالیت‌های کارآفرینی دانشجویان.
۶. استفاده از فیلم‌های آموزش و اسلایدها و برگزاری دوره‌های مختلف آموزشی برای دانش‌آموختگان و دانشجویان فنی.

- دانشگاه ها و آموزشکده های فنی و حرفه ای.
۷. در دانشگاه ها از افراد کارآفرین نمونه و موفق برای راهنمایی دانشجویان و فارغ التحصیلان دانشگاهی استفاده شود.
۸. استفاده از مدرسان مجرب و توانا برای ارائه درس کارآفرینی.
۹. ایجاد و راه اندازی رشته های کارآفرینی در مقطع تحصیلات تکمیلی در گرایش های مختلف برای دانشگاه ها.
۱۰. ترغیب و جلب جامعه دانشگاهی به دوره های آموزشی کارآفرینی.
۱۱. گسترش تحقیقات تفصیلی در خصوص کارآفرینان، پروژه های کارآفرینی، محیط و فضای کارآفرینان و سایر زمینه های مرتبط با توجه به شرایط و مقتضیات کشور.
۱۲. ترویج روحیه و فرهنگ کارآفرینی و ارتقاء شناخت جامعه دانشگاهی به ویژه دانشجویان نسبت به کارآفرینی، کارآفرینان و نقش آنها در رونق اقتصادی، ایجاد اشتغال و رفاه.

منابع

۱. احمد پور داریانی، محمود و عزیزی، محمد؛ (۱۳۸۶)، «کارآفرینی»، قم: انتشارات محراب قلم.
۲. احمدی مقیم، عباس؛ (۱۳۸۷)، «کارآفرینی»، همدان: انتشارات فراگیر هگمتانه، چاپ دوم.
۳. اکبری، کرامت الله (۱۳۸۰)، «نقش نظام آموزشی - پژوهشی در توسعه ی کارآفرینی»، مجموعه مقالات کار آفرینی و فن آوری های اطلاعات پیشرفته، صفحات ۶۴-۵۳.
۴. بیک زاد، جعفر و رنجبریان، رسول؛ (۱۳۸۷)، «آموزش عالی، دانشگاه آزاد اسلامی و سند چشم انداز ۲۰ ساله کشور»، مجموعه مقالات هفتمین همایش از سلسله همایش های منطقه ای چشم انداز جمهوری اسلامی ایران در افق ۱۴۰۴، تبریز: انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی تبریز، ۲۱ و ۲۲ اسفند، صفحات ۲۷-۱۲.
۵. خانی جزنی، جمال، (۱۳۸۷)، «اصول و مبانی فرهنگ کارآفرینی»، تهران: انتشارات مهرآوش، چاپ اول.
۶. حسن مرادی، نرگس؛ (۱۳۸۵)، «مدیریت کارآفرینی»، کرج: انتشارات مؤسسه تحقیقات و آموزش مدیریت وابسته به وزارت نیرو، چاپ اول.
۷. رنجبریان، رسول، (۱۳۹۱)، «مبانی کارآفرینی (کارآفرینی عمومی)»، ارومیه: انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد ارومیه، چاپ دوم.
۸. سعیدی کیا، مهدی (۱۳۸۶)، «اصول و مبانی کارآفرینی»، تهران: انتشارات کیا، چاپ ششم.
۹. سعیدی کیا، مهدی و همکاران؛ (۱۳۸۷)، «راهنمای تدریس کارآفرینی»، تهران: انتشارات کیا، چاپ اول.
۱۰. شاه حسینی، علی؛ (۱۳۸۳)، «کارآفرینی»، تهران: انتشارات نشر آبیژن، چاپ اول.
۱۱. صمدآقایی، جلیل؛ (۱۳۷۸)، «سازمان های کارآفرین»، تهران: انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی، چاپ اول.
۱۲. محسنیان، ندا و محسنیان، نسا (۱۳۸۷)، جایگاه نظام آموزش عالی در توسعه تعاونی های کارآفرین، ماهنامه تعاون، شماره ۱۹۸ و ۱۹۹، دی و بهمن ماه، صص ۱۰۲-۹۷.
۱۳. هاشمی، حمید؛ (۱۳۸۳)، «عصر شکوفایی کارآفرینی»، فصلنامه تخصصی اشتغال و کارآفرینی رویش، شماره ۷، پاییز، صص ۱۵-۷.
۱۴. شریف زاده، مریم، (۱۳۸۵)، «کارآفرینی، بررسی نیازهای دانشجویان کشاورزی در راستای تقویت روحیه»، دبیرخانه طرح توسعه کارآفرینی در دانشگاه، تهران.