

نقش مراکز آموزش عالی در اشتغال و کارآفرینی

علی عبدالله زاده سلماسی^۱

مسعود انوری^۲

نادر انوری^۳

سبحان شریفی^۴

چکیده

در دنیای امروز به دلیل وجود عواملی همچون رشد فزاینده رقابت در سطح ملی و بین‌المللی، تغییرات سریع محیطی و تکنولوژیکی، افزایش نوآوری و خلاقیت، اثربخشی، بهره‌وری و ایجاد کسب و کارهای جدید باعث شده است که دولت‌ها به گونه‌ای اثربخش به موضوع کارآفرینی بپردازند. در این رابطه، آموزش عالی کشور، در گسترش مفاهیم کارآفرینی از طریق ایجاد دانشگاه کارآفرین، نقش مهمی بر عهده دارد. با نگاهی بر سیر تاریخی نظریات توسعه صنعتی، درمی‌یابیم که جدیدترین این نظریات تأکید بر توسعه صنعت مبتنی بر علم و نوآوری دارند و بدون قرار گرفتن در صف پیشروان علم و نوآوری، هیچ کشوری در پیمودن سریع مسیر توسعه صنعتی موفق نخواهد بود. طبیعی است که بارزترین چیزی که می‌تواند ما را به این مقصود برساند، دانشگاه‌ها و مراکز کارآفرینی و تحقیقاتی است. در این مقاله تلاش شده است تا نقش دولت در ایجاد و اصلاح این ارتباط نیز تعیین شود. در پایان مقاله نیز نتیجه‌گیری‌هایی شده و بر مبنای آن پیشنهادات خاصی در راستای ایجاد «فرهنگ کارآفرینانه» در بالا بردن کارآفرینی دانشگاهها و چگونگی مدیریت دانش در توسعه و ارتباط توسعه صنعتی با آنها ارائه شده است.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، آموزش عالی، دانشگاه کارآفرین، توسعه اقتصادی.

۱. مدیر صندوق کارآفرینی امید، شهرستان خوی

۲. کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، مدیر شرکت مهر گستر توسعه، Email: masoud.qiau@gmail.com

۳ کارشناسی مهندسی صنایع.

۴ کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی.

مقدمه

با شروع صنعتی شدن به‌ویژه پس از جنگ جهانی دوم، پدیده فقر همواره به نحوی از انحاء افکار جوامع بشری، به ویژه کشورهای در حال توسعه را بیشتر به خود مشغول کرده است. این جوامع با توجه به سطح قرارگیری در مدار توسعه، به حل این معضل پرداخته و با اتخاذ راهبردهایی چون رشد اقتصادی، رشد توأم با توزیع و ... درصدد بهبود شرایط زندگی مردم کشورشان برآمدند. اما در بسیاری موارد خصوصاً در کشورهای جهان سوم به دلایل مختلف، گروه کثیری از مردم از اثرات توزیعی راهبردهای، رشد برخوردار نشدند و این امر منجر به بروز شکاف‌های اقتصادی، اجتماعی و گسترش پدیده فقر شد. با توجه به موارد مذکور، کارآفرینی را باید یکی از ضروریات هزاره جدید دانست. عصری که به جامعه اطلاعاتی و هنگامه جهانی شدن موسوم است و دربردارنده پیامدهایی همچون فراگیری فناوری‌های نوظهور و تغییرات و تحولات شتابناک در عرصه مبادلات بشری و رقابت شدید بین کسب و کارهاست. در سند چشم‌انداز بیست ساله ایران چنین آمده است که کشورمان باید در سال ۱۴۰۴ به جایگاه اول اقتصادی، علمی و فناوری در سطح آسیای جنوب غربی (شامل آسیای میانه، قفقاز، خاورمیانه و کشورهای همسایه) دست یابد. دستیابی به چنین جایگاهی مستلزم گسترش فعالیت‌های کارآفرینانه، ایجاد قابلیت‌های علمی، فنی و ایجاد فرهنگ حمایت‌گر از فعالیت‌های کارآفرینانه هم در بعد فردی و هم در بعد اجتماعی و سازمانی است. یکی از ارکان مهم در سند چشم‌انداز ایران ۱۴۰۴ توسعه‌یافتگی است. رسیدن به توسعه‌یافتگی نیازمند این است که عوامل ایجاد و بسترهای رشد آن فراهم شود. کارآفرینی به عنوان موتور محرکه اقتصاد یکی از عوامل مهم در حوزه توسعه اقتصادی کشور محسوب می‌شود. توسعه کارآفرینی یکی از عوامل مهم توسعه و رشد اقتصادی کشورها محسوب می‌شود (انوری، ۱۳۹۱). توجه به نقش دانش در اقتصاد و رشد اقتصادی موضوع جدیدی نیست، به نحوی که آدام اسمیت در قرن نوزدهم به نقش تخصص در تولید و اقتصاد توجه داشته و فردریک لیست تأکید کرده است که خلق و توزیع دانش به بهبود کارایی در اقتصاد کمک می‌کند. طرفداران شومپیتر نظیر هیرشمن، گالبرایت و گودوین به نقش ابداع و نوآوری در پویایی اقتصاد توجه خاص داشته و رومر و گروسمن نیز با عرضه نظریه جدید در زمینه سرمایه انسانی، برای علم و دانش در رشد بلندمدت اقتصادی نقش عمده‌ای قائل شده‌اند. اصطلاح اقتصاد دانش‌محور را اولین بار سازمان اقتصادی کشورهای در حال توسعه مطرح کرد که

نقش مراکز آموزش عالی در اشتغال و کارآفرینی. ۹

گویای نقش مهم دانش و فناوری در جریان اقتصاد دو دهه است و می‌توان گفت حداقل به دو ویژگی اقتصاد نوین اشاره می‌کند: اول آنکه در اقتصاد دانش‌محور، دانش از نظر کمی و کیفی با اهمیت‌تر از گذشته‌هاست. دوم آنکه کاربرد فناوری اطلاعات و ارتباطات عامل محرکه اقتصاد جدید است. طبق تعریف سازمان اقتصادی کشورهای در حال توسعه، اقتصاد دانش‌محور، اقتصادی است که بر اساس تولید، توزیع و کاربرد دانش و اطلاعات شکل گرفته و به سرمایه‌گذاری در دانش و صنایع دانش‌محور توجه خاص می‌شود. چنین سرمایه‌گذاری عبارت است از مجموع هزینه‌های انجام‌شده در تحقیق و توسعه تحصیلات عالی و نرم‌افزارها. به عبارت دیگر، سرمایه‌گذاری در دانش، به معنای هزینه فعالیت‌هایی که سبب ارتقاء سطح دانش موجود و یا کسب و اشاعه دانش جدید می‌شود. به طور کلی، در اقتصاد دانش‌محور، دانایی موتور اصلی رشد و ایجاد ثروت است و بیش از عوامل سنتی نظیر کار و سرمایه موجب تولید می‌شود. ارزش بسیاری از شرکت‌های نرم‌افزاری و فناوری زیستی، ناشی از دارایی‌هایی فیزیکی آنها به صورتی که حسابداران اندازه‌گیری می‌کنند، نیست؛ بلکه ناشی از سرمایه‌های غیرملموس آنها یعنی دانایی و جواز امتیازهای علمی است. در سال‌های اخیر بسیاری از نهادها و سازمان‌ها، دانایی را به عنوان عامل تولید شناسایی کرده و ارزیابی نقش دانایی در رقابت‌های جهان را در دستور کار خود قرار داده‌اند. آموزش عالی یکی از زیرساخت‌های اساسی توسعه در هر کشوری محسوب می‌شود. به همین دلیل توجه به مسائل آموزش عالی همواره یکی از دغدغه‌های مهم تصمیم‌گیران و برنامه‌ریزان بوده است (ویسی و نازک تبار، ۱۳۸۷). یکی از اهداف و وظایف مهم نظام آموزش عالی هر کشور، پرورش نیروی انسانی متخصص و کارآمد مورد نیاز جامعه است. گرچه دانشگاهها و مؤسسات آموزش عالی کشور تلاش‌هایی را در این زمینه آغاز کرده‌اند، ولی متأسفانه به علت نامناسب بودن سرفصل‌ها و عنوان درس‌های دانشگاهی با نیازهای جامعه، دانش‌آموختگان دانشگاهها از تخصص و کارآیی لازم برای تصدی مشاغل مربوطه برخوردار نیستند، زیرا آموخته‌هایشان چندان با نیازهای واقعی جامعه ارتباط ندارد.

از سوی دیگر، افزایش جمعیت، افزایش شمار دانشگاهها و مؤسسات آموزش عالی، ضعف در تدوین و اجرای درست برنامه‌های توسعه اقتصادی، نبود برنامه‌ای فراگیر و همه‌سونگر برای پرورش نیروی انسانی متخصص و مواردی از این دست از مهم‌ترین عواملی است که امروزه به مشکلی با عنوان «اشتغال دانش‌آموختگان آموزش عالی» تبدیل شده است. بیکاری از پیچیده‌ترین مشکلاتی است که در زمان حاضر وجود دارد

و به‌رغم توجه مسئولان برای ایجاد کار، ایران همواره با انبوهی از دانش‌آموختگان جویای کار روبه‌روست. دانش‌آموختگانی که با هزینه‌ای هنگفت و چندین سال صرف وقت تخصص‌هایی کسب کرده‌اند. از آنجا که این امر، مشکلی اجتماعی و اقتصادی است و ممکن است در آینده به یک «بحران» تبدیل شود، برای برطرف کردن آن به برنامه‌ریزی درست و هماهنگ نیازمندیم. با توجه به روند رو به افزایش افراد تحصیل‌کرده از یک سو و مشکلات اجتماعی اقتصادی دولت از سوی دیگر، در طول سال‌های گذشته مسأله «کارآفرینی» اهمیت ویژه‌ای یافته است.

مفهوم کارآفرینی

می‌توان گفت کارآفرینی شکل ویژه‌ای از نوآوری است و از پیاده‌سازی موفقیت‌آمیز ایده‌های خلاق برای ایجاد یک کسب و کار جدید یا یک ابتکار جدید در درون یک کسب به‌وجود می‌آید. در مورد تعریف کارآفرینی دیدگاه‌های مختلفی وجود دارد و درک کامل مفهوم و موضوع "کارآفرینی" نیازمند اطلاع از دیدگاه‌های بین رشته‌ای است. کارآفرینی برحسب ماهیت خود و توجه محققان رشته‌های مختلف از نظر روان‌شناسی، جامعه‌شناسی، اقتصاد، صنعت و حتی تاریخی تعریف شده است. کارآفرینی اولین بار مورد توجه اقتصاددانان قرار گرفت و تمامی مکاتب اقتصادی از قرن ۱۶ میلادی تا کنون به نحوی کارآفرینی را در نظریه‌های اقتصادی خویش تشریح کرده‌اند. کارآفرینی از مباحثی است که در تمامی ابعاد توسعه اقتصادی و اجتماعی از حدود ۲۰ سال به این طرف عملاً در دنیای تجارت و کسب و کار مطرح شده است. از جمله تعاریف کارآفرینی می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

❖ ژوزف شومپتر^۱ (۱۹۳۴) فرآیند کارآفرینی را "تخریب خلاق" می‌نامد. به عبارت دیگر، ویژگی تعیین‌کننده در کارآفرینی همانا انجام کارهای جدید و یا ابداع روش‌های نوین در امور جاری است. روش نوین همان "تخریب خلاق" است. از نظر وی نوآوری در هر یک از زمینه‌های ذیل کار آفرینی محسوب می‌شود:

- ✓ ارائه کالای جدید.
- ✓ ارائه روش جدید در فرآیند تولید.
- ✓ گشایش بازاری جدید.
- ✓ یافتن منابع جدید.

1. Joseph Schumpeter

نقش مراکز آموزش عالی در اشتغال و کارآفرینی. _____ ۱۱

✓ ایجاد هر گونه تشکیلات جدید در صنعت (همان منبع).

علل اهمیت کارآفرینی

کارآفرینی از محورهای اصلی رشد و توسعه است و از نظر برنامه‌ریزی توسعه اقتصادی و توسعه پایدار دارای اهمیت است زیرا:

- ✓ موجب ایجاد اشتغال می‌شود؛
- ✓ باعث افزایش سود و سرمایه سرمایه‌گذاران می‌شود؛
- ✓ موجب دگرگونی ارزش‌ها و تحول ماهیت آنها می‌شود و ارزش‌های تازه‌ای به وجود می‌آورد؛
- ✓ موجب پرشدن خلأها و شکاف‌های بازار کار می‌شود. یعنی با توجه به دگرگونی شرایط بازار کار و فراهم شدن فرصت‌های تازه، تصمیم‌های تازه‌ای گرفته می‌شود؛
- ✓ موجب گذار از رکود اقتصادی، جبران عقب‌ماندگی‌های اقتصادی و آسان شدن روند رشد و توسعه کشور می‌شود؛
- ✓ عوامل و شرایط لازم را برای تولید کالاها، محصولات و بازاریابی آنها فراهم می‌سازد؛
- ✓ کارآفرینی به هنگام بحران و ناتوانی بخش خصوصی در ایجاد اشتغال می‌تواند باعث جلوگیری از پس روی اقتصاد شود؛
- ✓ باعث تأمین رفاه اجتماعی می‌شود؛
- ✓ موجب رقابت صنایع به‌ویژه صنایع مشابه داخلی با یکدیگر و سرانجام موجب بهبود و بالا رفتن کیفیت کالاها می‌شود؛
- ✓ باعث تقویت و تکامل صنایع داخلی می‌شود و بدین ترتیب زمینه رقابت صنایع داخلی و خارجی فراهم می‌آید و سرانجام به افزایش صادرات و دریافت ارز برای کشور می‌انجامد؛
- ✓ کارآفرینی موجب به وجود آمدن محصولات، خدمات، روش‌ها، سیاست‌ها، افکار و راهکارهای نو برای حل مشکلات جامعه می‌شود (فرهنگی، حسینی، ۱۳۷۸).

نقش آموزش عالی در توسعه

به‌طور کلی، نظام آموزشی از دبستان تا دانشگاه مهم‌ترین عامل توسعه به‌ویژه توسعه انسانی و تربیت نیروی انسانی متخصص است. آنچه در این زمینه باید مورد توجه واقع

شود، این نکته است که آموزش‌ها و کیفیت آنها باید با نیازهای واقعی جامعه تناسب و هم‌آهنگی داشته باشد. گرچه آموزش امری معنوی است، ولی نتایج و آثار آن می‌تواند در راستای اهداف مادی رشد و توسعه اقتصادی نیز به کار رود و چون رشد و توسعه، کل جامعه را تحت الشعاع قرار می‌دهد، همه تخصص‌ها اعم از علوم انسانی، تجربی یا مهندسی در جهت پیشبرد اهداف موضوعیت پیدا می‌کند (اطاعت، ۱۳۷۸). اگر نظام آموزش عالی بتواند نقش مهم‌تری در قبال توسعه اقتصادی ایفا کند، جایگاه آن در جامعه روشن‌تر خواهد شد. در جوامعی که مراکز آموزشی و پژوهشی، پویا و زنده هستند و با جامعه ارتباط دوسویه دارند. پدیده رشد و توسعه در آنها جدی است و حرکت، نوآوری و ابداع وجود دارد. البته جایگاه واقعی آموزش عالی زمانی مشخص می‌شود که نقش آن در امر توسعه همه‌جانبه همچون توسعه فرهنگی، اجتماعی و سیاسی نیز مورد توجه قرار گیرد. در این شرایط است که می‌توان انتظار چشم‌اندازی روشن داشت و به آینده امیدوار بود (تسنیمی، سجادی، ۱۳۷۶). از سوی دیگر، با توجه به نقش کارآفرینی در گسترش فعالیت‌های نوآورانه اجتماعی و اقتصادی، امید می‌رود دانشگاه‌ها با تلاش بیشتر، برنامه‌های متناسب برای تربیت نیروهای متخصص و کارآفرین تنظیم و اجرا کنند. زیرا اساسی‌ترین عامل پایداری نظام آموزش عالی (دانشگاه)، پرورش و آماده‌ساختن نیروی انسانی کارآمد، شایسته و ماهر به منظور پاسخگویی به نیازهای واقعی جامعه در زمینه‌های گوناگون است، نظامی که می‌تواند دانشجویان را به عنوان نوآوران، اندیشمندان، حرفه‌شناسان و حتی مخترعان، تربیت و به جامعه عرضه کند (تسلیمی، ۱۳۷۸).

نقش دانشگاه در کارآفرینی

همکاری دانشگاه و صنعت از مصادیق توافقی‌های قراردادی است که در خصوص فعالیت‌های علمی و پژوهشی و شرکت‌های تجاری صورت می‌گیرد. این همکاری معمولاً با هدف دستیابی به توان علمی دانشگاه و تجربه‌های صنعت و استفاده از آنها صورت می‌پذیرد. در این ارتباط، دانشگاه و صنعت تلاش می‌کنند تا برخی از فعالیت‌های علمی خود را به‌طور مشترک و هماهنگ انجام دهند. به هر حال، همکاری‌های دوجانبه این دو نهاد فعالیت‌هایی را در بر می‌گیرد که هر یک از آنها به‌تنهایی قادر به انجام دادن آنها نیستند. اگر چه در سال‌های اخیر همکاری‌های دانشگاه و صنعت در برخی زمینه‌ها نظیر انرژی هسته‌ای و پتروشیمی دستاوردهای مهمی برای کشور به ارمغان آورده است، اما این همکاری‌ها و تحقیقات در آموزش عالی کشور

نقش مراکز آموزش عالی در اشتغال و کارآفرینی. _____ ۱۳

فاصله بسیاری با کشورهای پیشرفته دارد. این در حالی است که در آغاز قرن بیست و یکم دانش به عنوان منبعی راهبردی و حتی برتر از منابع طبیعی و اقتصادی قلمداد می‌شود و در این میان پاسخگویی به نیازهای جامعه، به ویژه در عرصه‌های فناوری، از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. بعضی از صاحب‌نظران معتقدند که فناوری پیشرفته محصول کار آفرینی است. هر مدیر کار آفرین می‌کوشد از پیشرفته‌ترین فناوری‌های قبلاً خلق شده در کار خود بهره جوید. اما حاصل فعالیت او نیز خود به ابداع فناوری جدیدتری می‌انجامد. دانشگاه کارآفرین در الگوی ایرانی اسلامی کارآفرینی مکانی است که مشاغل جدید در آن خلق می‌شوند. این مراکز از افراد کارآفرین حمایت می‌کند. این حمایت شامل حمایت‌های آموزشی مالی و بازاریابی 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. در این دانشگاه‌ها گرد هم آوردن ذخایر مالی اهمیت ویژه‌ای دارد و به‌خصوص به کمک‌های دولتی نیز نیازمندند. انجام پروژه‌های تجاری و اقتصادی همراه با فناوری روز کم‌هزینه است و استفاده بهینه از ذخایر مالی نیز از ویژگی‌های شاخص کارآفرینان است. نکته مهم دیگر وجود تقاضا برای فعالیت و سرویس‌دهی در بازار است. مشاغلی که از این دانشگاه‌ها بهره‌مند می‌شوند، مسلماً در توسعه فناوری‌های جدید پیش‌رو خواهند بود. این فناوری‌ها در تولید کالاها به‌کار رفته و منجر به بالا رفتن سطح استاندارد زندگی خواهد شد. دانشگاه کارآفرین 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 (انوری، ۱۳۹۱).

چالش‌های آموزش کار آفرینی

آموزش‌های کارآفرینی و تحقیقات مربوط به آن هم‌اکنون با چالش‌های متعددی مواجه شده است. یکی از چالش‌های موجود در زمینه کارآفرینی، ناشناخته بودن مقوله کارآفرینی می‌باشد که از موانع گسترش فرهنگ کارآفرینی در کشور است. ارزش نداشتن سرمایه در کشور، منزلت اجتماعی از جمله موانع موجود در راه گسترش فرهنگ کارآفرینی در کشور هستند. همچنین توسعه فناوری اطلاعات در کشور، فرصت‌های کارآفرینی جدیدی را ایجاد می‌کند. در دهه‌های اخیر، بخش خدمات یکی از بخش‌های اشتغال‌زا و بسیار پول‌ساز در کشورها بوده است. به عنوان مثال، کشورهای بزرگی همچون انگلستان که عمده درآمدشان از بخش خدمات است و

بخش صنایع، قسمت کمی از درآمد ملی انگلستان را تشکیل می‌دهد. بخش خدمات شامل مواردی همچون بانک، بیمه و تجارت الکترونیک است (صالحی، شاه حسینی، ۱۳۸۷). برخی دیگر از این چالش‌ها توسط بلاک و استامپ ارائه شده است. این چالش‌ها عبارتند از:

چالش در کیفیت مدرسان کارآفرینی، چالش در پذیرش آموزش کارآفرینی در دانشکده‌ها نسبت به کسب و کار، چالش در ایجاد یک پیکره عمومی در زمینه دانش‌های مختلف، چالش در اثربخشی روش‌های آموزشی، چالش در نیازهای یادگیری کارآفرینانی که در حال کسب و کار هستند متناسب با دوره زندگی کسب و کاری که هم‌اکنون در آن به سر می‌برند (تدین، ۱۳۸۶). امروزه اکثر دروس دانشگاه‌ها به‌ویژه رشته‌های علوم انسانی به‌طور نظری ارائه می‌شوند و تلاش جدی برای کاربردی کردن آنها صورت نگرفته است. به عبارت دیگر، افراد کارآفرین در آن کمتر تربیت می‌شوند. از این رو، اکثر خروجی‌های دانشگاه‌ها با نیازهای بازار کار هماهنگی و هم‌خوانی ندارند، تخصص‌ها و مهارت‌ها هم‌جهت و هم‌سو با نیازهای بازار کار شکل نمی‌گیرند و به خاطر کمتر کاربردی بودن دروس دانشگاهی، به‌ویژه در رشته‌های فنی، دانش‌آموختگان آمادگی برای کار ندارند. محدودیت اختیار دانشگاه‌ها در زمینه ایجاد و تأسیس دوره‌های بین رشته‌ای از جمله مشکلات قابل ذکر است. البته طی سال‌های اخیر اقداماتی در این زمینه صورت گرفته که باید گسترش یابد. بازار کار، هماهنگ با تحولات علوم و فناوری جهان در حال تحول است. از این رو، بازار کار نیازمند بعضی تخصص‌های جدید است که لزوماً دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها آنها را در دوران تحصیل فرا نمی‌گیرند. اشکال دیگر، عدم ارتباط دانشگاه‌ها با صنایع و مراکز تولیدی و صنعتی است؛ به طوری که امروزه به رغم ایجاد و گسترش دانشگاه‌های صنعتی، حلقه‌های اتصال آنها با صنعت و تولید چندان شکل نگرفته است. در واقع، وقتی ارتباط دانشگاه و صنعت به درستی صورت نگیرد، نمی‌توان انتظار پیشرفت و توسعه جدی کشور را داشت. عدم شناخت جوانان از بازار کار و مشارکت نداشتن فعال بخش خصوصی در زمینه‌های تحقیق، توسعه، فعالیت‌های تولیدی و کارآفرینی از جمله دیگر مشکلات مربوطه است (حیدری عبدی، ۱۳۸۳).

ضرورت کارآفرینی در دانشگاه

برخی از صاحب‌نظران معتقدند که فناوری پیشرفته محصول کارآفرینی است. هر مدیر کارآفرین می‌کوشد از فناوری‌های پیشرفته که قبلاً خلق شده در کار خود بهره جوید و

نقش مراکز آموزش عالی در اشتغال و کارآفرینی. ۱۵

نتایج فعالیت‌های خود او نیز به ابداع فناوی جدیدتری می‌انجامد. جهانی شدن بازارها، تشویق و توسعه فناوری پشتیبانی از کارآفرینی در کشورها را، امری ضروری ساخته است. دانشگاه کارآفرین به عنوان پل ارتباطی بین کارآفرینان و سرمایه‌داران است. از جمله عوامل مؤثر دیگری که به پیدایش و ظهور دانشگاه کارآفرین ضرورت می‌بخشد، می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- ✓ ناتوانی دانشگاه در پاسخگویی به تقاضاهای اجتماعی روزافزون برای برخورداری از خدمات آموزش عالی؛
 - ✓ مشکلات دانشگاه‌ها در تأمین منابع مالی؛
 - ✓ تغییرات اساسی در مفاهیم کار، بازار و درآمد که دانشگاه را ناگزیر از بازنگری برنامه‌های آموزشی خود می‌کند؛
 - ✓ گسترش مفهوم پاسخگویی در سازمان‌های تولیدی و خدماتی و الزام دانشگاه به عنوان سازمان ارائه‌کننده خدمات علمی و پژوهشی به پاسخگویی در قبال جامعه؛
 - ✓ ظهور مراکز علمی رسمی و غیررسمی به عنوان رقبای قدرتمند دانشگاه‌ها در تربیت و آموزش نیروهای انسانی؛
- در کل، ایجاد دانشگاه‌های کارآفرین نه تنها بر عناصر دانشگاهی همچون دانشجویان، مدیران و اساتید تأثیر می‌گذارد، بلکه بر جامعه و رشد و پیشرفت فرهنگ کارآفرینی اثرات مثبتی دارد.

آموزش در دانشگاه کارآفرین

بعد از اینکه درباره لزوم دانشگاه کارآفرین در بالا اشاره شد، به طور کلی، کارآفرینی اکتسابی است، لذا باید در فراهم آوردن محیط مناسب و آموزش‌هایی که ویژگی‌ها، تجربیات و مهارت‌های لازم را در افراد تقویت می‌کند، کوشید. پس یکی از جنبه‌های بسیار مهم دانشگاه کارآفرین، آموزش است. آموزش کارآفرینی امروزه در کشورهای صنعتی بخش قابل توجهی از برنامه‌های آموزشی دانشگاه را به خود اختصاص داده است. هدف این آموزش‌ها این است که فارغ‌التحصیلان بتوانند مؤسسان و بنیانگذاران شرکت‌های خصوصی باشند. دانشگاه‌ها می‌توانند بر حسب ویژگی گروه‌های تحت آموزش و نیازهای محلی، منطقه‌ای و ملی برنامه‌های آموزشی متعددی را برای سازمان‌های خصوصی و عمومی طراحی کنند. در این زمینه مطالعاتی از سال ۱۹۸۰ برای تحقیق در مورد رشته جدید تحقیقاتی کارآفرینی شروع شد. در این رشد، عقاید و نظرات و ایده‌های مانند سایر رشته‌های نوپا صورت گرفت و روز به روز در حال ارتقاء

است. در این سال‌ها در زمینه تأثیر کارآفرینی بر روی شرکت‌های نوپا، ارزش‌افزوده ناشی از ارائه برنامه آموزشی در دانشگاه‌ها، مزایای استفاده از این روش‌ها در ساختار فعلی و همچنین در واحدهای آموزش کارآفرینی، مطالعات و تحقیقاتی صورت گرفته است. این تحقیقات به‌منظور بهبود دوره‌های آموزشی و همچنین برای ارتقاء سطح علمی اساتید یک رشته دانشگاهی مفید و مناسب بوده و باعث می‌شود که محققین بازتاب فعالیت‌های خود را با توجه به معیارهای مورد ارزیابی، نظاره‌گر باشند و شیوه‌های آموزشی خود را ارتقا دهند تا دانشجویانی که اهداف مشابهی دارند استفاده مناسب‌تری از آنها ببرند. با این حال مطالعات انجام‌شده مرتبط با موضوع کارآفرینی در بیشتر موارد تجربی بوده و کمتر جنبه نظری داشته است. در سال‌های اولیه دهه ۱۹۹۰، تحقیق در خصوص آموزش کارآفرینی همچون یک رشته جدید مورد توجه قرار گرفت و به‌طور وضوح برای اجرای دوره‌های مناسب آموزش کارآفرینی، اهداف خاص و آموزش‌ها و شیوه‌های یادگیری، کیفیت محتوای درسی برای هر فرد تحت آموزش و نوع روش‌های مطالعاتی که اهداف آموزش کارآفرینی را به‌طور اثربخش برآورد نماید، به تحقیقات وسیعی نیاز دارد که در این میان مراکز کارآفرین می‌توانند ساز و کارهای سودمندی را برای حمایت از تحقیقات مورد نیاز در ابعاد مختلف به‌وجود آورند (حیدری عبدی، ۱۳۸۳).



شکل شماره (۱) راهکارهای برای توسعه کارآفرینی

تجربیات کشور کانادا در آموزش کارآفرینی

اهم برنامه‌های زنجیره‌وار توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌های کانادا به شرح زیر است:

- دوره‌های کوتاه‌مدت ۳ الی ۴۰ روزه در ارتباط با آشنایی با مفاهیم کارآفرینی، آشنایی با تفکر کارگروهی، تکنیک‌های حل مسئله، ایده‌سازی و تحلیل محیط کسب و کار؛

- ارائه مشاوره‌های فنی - مدیریتی و پژوهشی به دانشجویان صاحب ایده؛

- تأمین کارگاه‌های خاص چگونگی تبدیل ایده به فعالیت‌های اقتصادی تحت عنوان مهندسی تجاری‌سازی ایده از طریق نوشتن طرح تجاری؛

- تأمین بخشی از سرمایه موردنیاز کارآفرینان دانشجو توسط مرکز کارآفرینی که موفق به اقتصادی کردن ایده خود شده‌اند؛

- کمک به معرفی ایده‌های اقتصادی کارآفرینان به صاحبان سرمایه مخاطره‌آمیز؛

- اخذ وام و اعتبار برای آن دسته از دانشجویان کارآفرینی که طبق نظریه شورای مشورتی مرکز کارآفرینی از لحاظ قابلیت‌های کارآفرینی قادر به ایجاد و راه‌اندازی کسب و کار هستند. بانک توسعه کارآفرینی کانادا بزرگترین حامی تأمین وام و اعتبار برای کارآفرینان دانشگاهی است؛

- فقط ۱۰ درصد از کل هزینه‌های مربوط به استفاده از آزمایشگاه‌ها و امکانات دانشگاهی که دانشجویان کارآفرین از آنها برای تبدیل ایده خود به فعالیت اقتصادی استفاده می‌کنند، از دانشجویان دریافت می‌شود؛

- مراکز کارآفرینی به‌منظور تضمین، حفظ و تداوم ایده‌های نوآورانه و فعالیت‌هایی که نیاز به مراکز تحقیقاتی پیشرفته و امکانات گسترده تکنولوژیکی برای تبدیل به محصول و یا خدمات داشته باشند و دانشجویان کارآفرین که موفق به ایجاد شرکت‌های نوپا در این راستا شده‌اند را به مراکز رشد و انکوباتورهای پیشرفته برای شبیه‌سازی پایلوت ایده‌های فنی خود معرفی می‌کنند (طباطبایی، ۱۳۸۶).

نتیجه‌گیری

با توجه به مطالب یادشده و افزایش بیکاری و به‌طور خاص در بین قشر تحصیلکرده، این ضرورت که ما نیازمند یک برنامه‌ریزی بسیار دقیق و بلندمدت هستیم را بیان می‌کند. البته دانشگاه‌ها به عنوان متولیان پرورش نیروی متخصص جامعه، در توسعه کارآفرینی، نقش کلیدی دارند و علاوه بر این دانشگاه‌ها با داشتن نیروی انسانی و

نقش مراکز آموزش عالی در اشتغال و کارآفرینی. ۱۹

امکانات پژوهشی می‌توانند در زمینه کارآفرینی تحقیقات و پژوهش‌های در مورد نظام‌های صنعتی انجام داده و از دستاوردهای آن استفاده کند. این تحقیقات می‌توانند به‌منظور بهبود دوره‌های آموزشی در دانشگاه و همچنین برای ارتقاء سطح علمی اساتید دانشگاه مفید بوده و دانشجویان با گذراندن این دوره‌های آموزشی آماده‌ی رویاروی با نیازهای در حال تحول جامعه می‌شوند و به این صورت زمینه‌های کارآفرینی در جامعه فراهم خواهد شد. به‌طور کل، آموزش در دانشگاه‌های کارآفرین نقش بسیار مهمی را ایفا می‌کند که موانعی بر سر راه آموزش‌ها می‌باشد. از جمله آنها می‌توان به ضعف آموزش عالی، عدم توجه به آموزش در حین کار و عدم امنیت برای سرمایه‌گذاری اشاره کرد و برای اینکه کارآفرینی در جامعه توسعه یابد، دولت می‌تواند سیاست‌های تشویقی را برای کارآفرینان اتخاذ کند و بودجه خاصی به طرح‌های کارآفرین اختصاص دهد یا با حمایت از صاحبان سرمایه آنها را تشویق کرده که در بخش‌های تولیدی و خدماتی سرمایه‌گذاری کنند و دانشگاه نیز علاوه بر آموزش‌های خود با تربیت و تعلیم اساتید و آموزش‌های مجازی به ترویج آن سرعت می‌بخشد. اگر می‌خواهیم بحث کارآفرینی را در کشور جدی بگیریم، باید نظام آموزشی ما به این سو هدایت شود که افرادی که فارغ‌التحصیل می‌شوند ویژگی‌های کارآفرین را داشته باشند و البته خانواده هم نقش دارد، اما نقش اصلی را شاید نظام آموزشی ما به‌خصوص در مقاطع کارشناسی و بالاتر دارد. ما باید در بین فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌ها رغبت ایجاد کنیم که به تفکر خلاق بپردازند. ما باید با آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها «فرهنگ کارآفرینانه» را در میان قشرهای دانشگاهی پیشرفت دهیم که در روند توسعه صنعتی کشور ایجاد تحولی داشته باشیم. به همین دلیل است که در بسیاری از کشورها به‌ویژه کشورهای پیشرفته که حتی‌الامکان موانع و مشکلات برطرف شده‌اند، دولت‌ها به شکوفا کردن توان بالقوه مردم پرداخته‌اند. آموزش دانش کارآفرینی بسیار اهمیت دارد. با اجرای این سیاست همواره می‌توان به اهداف گوناگونی مانند شناخت فرصت‌ها و چگونگی بهره‌برداری از آنها، آشنایی با تکنولوژی و دانش فنی جدید و چگونگی به‌کارگیری آنها، روش‌های جدید علمی مدیریتی و بازرگانی جامعه عمل پوشید. آموزش می‌تواند بلندمدت (مانند آموزش از دوره دبیرستان به بعد) و یا کوتاه‌مدت (مانند سخنرانی‌های ادواری) باشد.

منابع

- اطاعت، ج. (۱۳۷۸). آموزش و توسعه، اطلاعات سیاسی - اقتصادی، سال سیزدهم، شماره یازدهم و دوازدهم (شماره مسلسل ۴۴-۱۴۳)، مرداد و شهریور ۱۳۷۸، ص ۲۱۴.
- انوری، م. (۱۳۹۰). الگوهای کارآفرینی ایرانی اسلامی، دومین کنفرانس کارآفرینی دانشجویی، تهران.
- تسنیمی، ع و سجادی، س م. (۱۳۷۶). شیوه‌های ارتقاء جایگاه آموزش عالی دولتی، مجلس و پژوهش، شماره ۲۳، سال پنجم، ص ۲۹۰.
- تسلیمی، م س. (۱۳۷۸). به سوی بازشناسی و تبیین مجدد نقش دانشگاه، دانش مدیریت، شماره ۴۷، سال دوازدهم، زمستان ص ۳.
- رحیم‌نژاد، م و نوییل، الف، ح. (۱۳۸۹). نقش دانشگاه در توسعه و ترویج کارآفرینی، همایش ملی کارآفرینی در ایران ۱۴۰۴، قزوین.
- تدین، الف. (۱۳۸۶). توسعه کارآفرینی دانشگاهی، همایش ملی آموزش عالی و کارآفرینی، دانشگاه سمنان، اسفند ۱۳۸۶.
- حیدری عبدی، الف. (۱۳۸۳). کارآفرینی، دایره‌المعارف آموزشی عالی، جلد دوم.
- صالحی، س ر، شاه‌حسینی، ع. (۱۳۸۷). نوآوری، کارآفرینی و چالش‌های پیش‌روی آن در کشور، تهران، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک، شماره ۲۰.
- فرهنگی، ع و حسینی، س ح. (۱۳۷۸). رهبری و مدیریت در دانشگاه‌ها، دوره ۴۷، شماره ۲. زمستان.
- طباطبایی، ن. (۱۳۸۶). بررسی و تحلیل الگوهای آموزش کارآفرینی در ایران، همایش ملی آموزش عالی و کارآفرینی، دانشگاه سمنان، اسفند.
- نیازی، م و نصرآبادی، م. (۱۳۸۶). دانشگاه کارآفرین، تهران، نشر ثامن الحجج.
- ویسی، ر و نازک‌تبار، ح. (۱۳۸۷). تحلیلی بر جایگاه اقتصاد دانش‌محور در آموزش عالی و اشتغال (چالش‌ها، فرصت‌ها و چشم‌اندازها)، کنگره علوم انسانی.