

## توسعه کارآفرینی دانشگاهی ( مفاهیم، الگوها، فرصت ها، چالش ها و راهکارها)

دکتر علی اکبر امین بیدختی : عضو هیأت علمی دانشگاه سمنان

### چکیده :

در جهان رقابتی امروز سازمان ها، دانشگاه ها و کشورهایی موفق هستند که قادر به بهره گیری بیشتر از اطلاعات و دانش باشند. امروزه کشورهایی که به توسعه اقتصادی و صنعتی بها می دهند حمایت از ایجاد بستر کاری به پایه فن آوری را به طور جدی در برنامه های خود به کار می گیرند. کارآفرین با هدف تبدیل فن آوری و دانش محققین به کسب و کار ایده ای زیباست .

حمایت دانشگاهی می تواند ضریب موفقیت موسسات علمی و تحقیقاتی را تا حد شگفت آوری افزایش دهد . از این رو بسیاری از دانشگاه های کشورهای پیشرفته و در حال توسعه بهره گیری از کارآفرین را آغاز نموده اند و این بذل توجه در قالب تدوین استراتژی ها ، سیاست ها و برنامه های علمی جهت بسط و تقویت روحیه و رفتار کارآفرین و مهمتر از آن آموزش کار آفرین در موسسات علمی و آموزشی و دانشگاه ها ظاهر گردیده است . در دانشگاه بهترین موفقیت برای شناسایی کارآفرینان است هرچند برای توسعه کارآفرینی به گذشت زمان نیاز است اما باید در استفاده از پتانسیل و دانش فارغ التحصیلان دانشگاه ها تعجیل نمود.

در این مقاله ضمن بررسی مفاهیم کارآفرینی ، ویژگی های دانشگاه کارآفرین، فرایند آموزش کارآفرینی ، نگاهی به تجربه های کشورهای جهان در زمینه آموزش کارآفرینی و وضعیت دانشگاه های ایران در این مقوله خواهیم پرداخت و با درنظر گرفتن چالش ها و فرصت های موجود و راه های گسترش و توسعه کارآفرینی را مرور خواهیم کرد.

### واژه های کلیدی: کارآفرین، دانشگاه کارآفرین، آموزش کارآفرینی، توسعه صنعتی

### مقدمه :

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 چاره اندیشی بنیادین یا مقطعی برای آنها شده است . بنابه بررسی های 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 می توان مهم ترین چالش اجتماعی چند دهه آینده به حساب آورد . پیامدهای این بحران گسترش فقر و افزایش پدیده های ناگوار اجتماعی است .

مجموعه ای راه حل هایی که برای رفع این مشکل جهانی ارائه شده است ، « اصطلاحاً کارآفرینی» خوانده می شود . پرداختن به بحث کارآفرینی با توجه به این امر خالی از لطف نیست هرچند که درخصوص ماهیت و مفهوم آن عده انگشت شماری از دانشمندان به آن پرداخته اند، بنابراین تعریف استاندارد برای آن وجود ندارد. در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار امروزی که با تغییرات و تحولات سریع بین المللی همراه شده و فرایند گذر از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی را سبب ساز گردیده است ، از کارآفرینی به عنوان موتور توسعه ای اقتصادی یاد می شود که می تواند در رشد اقتصادی کشورها، 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 کشورهایی موفق خواهند بود که فرصت های 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 بیشتری شود.

### کارآفرینی: تعاریف، نظریات

واژه‌ی کارآفرینی از کلمه‌ی فرانسوی (Enter per ender) به معنای « متعهد شدن » است. اما بنابر تعریف واژه نامه دانشگاهی وبستر، کارآفرین کسی است که متعهد می شود مخاطره های یک فعالیت اقتصادی را سازمان دهی، 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 مخاطره پذیری می دانست و عامل متمایز کننده مدیر و کارآفرینی را مخاطره پذیری معرفی کرد (باقری زاده، تدبیر، شماره ۱۰۶).

مطابق نظریه "دراکر" کارآفرینان در واقع ارزش ها را تغییر می دهند، مخاطره پذیرند، سرمایه گذار نیستند، به درستی تصمیم می گیرند و تغییر را مقوله ای بهنجار و سالم می انگارند (نوحی، ابرار اقتصادی).

شو هپیتر کارآفرین را نیروی محرکه اصلی در توسعه‌ی اقتصادی قلمداد می کند که نقش آن عبارت است از نو آوری یا ایجاد ترکیب تازه از مواد (احمدپور، مدرس، شماره ۶).

مجموع نظریه ها و تعاریف موجود تنها در جهت پاسخگویی به دو پرسش اساسی طرح ریزی شده اند:

اول: اینکه چگونه یک جامعه، ثروت جدید را ایجاد کند؟

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

بطور 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 می خورد که عبارتند از محدودیت های شناختی و ادراکی انسان و تأثیر قوی عوامل اجتماعی بر ادراک انسان و پردازش اطلاعات است (Klat, 2005, 197-200).

مک کله ند 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 می دهند (مهاجر، نشریه اخبار، ۸۰/۹/۴).

اما مطابق نظر مکتب شیکاگو مهمترین عامل در فرایند توسعه‌ی 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 اداره‌ی 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 توسعه‌ی ساختار تمام دولت ها خواهد شد اگر که در صنعت دخیل باشد (Narques, 2005).

بر اساس تحقیقات صورت پذیرفته در ۵۰ سال اخیر کشورهای تأثیرگذار بر صفحه بین المللی علاوه بر دارا بودن سطح علمی و آموزشی دانشگاهی بسیار بالا و صنایع برتر و قدرتمند، دارای ارتباط قوی بین این دو می باشند. شاید بتوان نمونه علمی آن را خود کشور ژاپن دانست که پس از ویرانی های 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 می توان دید که رویکرد این دو موجب ایجاد دولت قدرتمند ژاپن گردید (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 کشورها کمتر توسعه یافته امروزی به دلیل عدم توجه به این امر در گذشته دارد. شاید از پیشگامان این پویایی را در کشورهای آمریکا، ژاپن و آلمان پس از جنگ جهانی شاهد هستیم. در واقع مهم ترین و اثرگذارترین عامل کشورهای مذکور در توسعه صنعت و دانشگاه و ایجاد ارتباط بین آن دو بوده است (Inzeh, 2004, 975-995). شاید عمده ترین دلیل توسعه کشورهای بزرگ صنعتی بکارگیری نیروهای متخصص و تحصیلکرده دانشگاهی در زمینه های کشاورزی، صنعتی، خدماتی بوده است، که نه تنها به نحو مطلوب و شایسته از منابع طبیعی و انسانی استفاده شده است، بلکه با ایجاد کارکرد علمی در فرایند صنعتی شدن (ارتباط دانشگاه و صنعت) موجب ابداعات و نوع آوریهای بیشماری گردیده است.

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

آقای حان دیکسون در مقاله ای تحت عنوان "تجارت در تحقیقات دانشگاهی" عمده ترین عامل ایجاد ارتباط نزدیک تر بین صنعت و دانشگاه و تأثیر کارآفرینی را در آموزش کارآفرینی در دانشگاه ها معرفی می نماید: "ضروریست در هر دانشگاهی کمیته ای 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 مشاوره ای بپردازد. در ادامه فرایند آموزش می توان شناسایی بازار مصرف، بازار تولید، شناسایی فرصت ها و موقعیت های 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 شود" (Vielson, 2004, 143-173).

از مجموع فرایند ذکر شده می توان به شناخت موقعیت های شغلی اشاره نمود. مطمئناً کمیته کارآفرین می تواند با برقراری ارتباط نزدیک با وزارت خانه های اقتصاد و دارایی، صنایع، کار و امور اجتماعی و دیگر وزارت خانه های مرتبط در جهت شناخت میزان و تعداد متخصصان مورد نیاز توسط شرکت ها و موسسات مختلف عملکرد شایان توجهی داشته باشد که البته ضروری است مجموع اطلاعات به همراه پیش بینی ها 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 می توان کسانی را که عملاً علاقه مند به این گرایش ها هستند به ادامه تحصیل در آن رشته و یا گرایش ترغیب کرد. اما دان کش و رابرت ری کرافت در تحقیق خود کارآمدتر شدن ارتباط دانشگاه و صنعت را در گروه کارآفرینی مطرح کرده اند (Kash, 2005).

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

انکوباتورها و S.M.E ها، طرح هایی 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 می کند تأسیس می شوند. اما نکته حائز اهمیت در ایجاد

انکوباتورها حمایت های دولت می باشد ، از قبیل حذف تعرفه های مالیات، ارائه ی وام های بلند مدت با بهره پایین ، ارائه ی خدمات اطلاعاتی و دسترسی به اسناد و اطلاعات دولتی و غیره می باشد.

### مهمترین اهداف انکوباتورها و یا S,M,E ها :

اینها نه موسسات محض صنعتی هستند و نه موسسات محض آموزشی به حساب می آیند، بلکه یک موسسه ی دانشگاهی هنوز به یک موسسه ی اقتصادی مبدل نشده تعریف می گردند . به بیان دیگر اینها موسسات آموزشی در حوزه صنعتی و اقتصادی می باشند که مهم ترین اهداف آنها عبارتند از (Park, 2005) :

الف- ایجاد اشتغال

ب- آموزش و کمک به تأسیس شرکت های نوپا و حمایت از آنها

پ- توسعه ی یک محصول یا فرایند قابل عرضه این شرکت ها در ادامه فرایند حمایت از این شرکت ها

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

د- ارائه ی کمک های ارائه ی شده از سوی دولت به این شرکت های نوپا

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

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

### دانشگاه کارآفرین

دانشگاه کارآفرین مکانی است که مشاغل جدید در آن خلق می شوند . این مرکز از افراد کارآفرین حمایت می کند . این حمایت شامل حمایت آموزشی، مالی، و بازاریابی است. در نتیجه کارآفرینان امکان دسترسی به کتابخانه ها، آزمایشگاه ها و ... را پیدا می کنند . در چنین دانشگاه هایی برای سرمایه گذاران امکاناتی فراهم می شود تا مراکز جدید کسب و کار را فراهم آورند ، با آنها همکاری می شود تا مشکلات آنها پیش بینی شده و از فرصت های بدست آمده استفاده کنند خود تجربه ارزشمندی در حیطه ی مالی و بازاریابی است . مشاغلی که از این دانشگاه ها بهره مند می شوند مسلماً در توسعه ی فن آوری جدید پیش رو خواهند بود . این فن آوری ها 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 ببرد و همچنین وجود افراد توانا و شایسته ، علاقه مند و خلاق در چنین مجموعه هایی ضروری است. در این مراکز ارتباطات افراد و گروه ها بصورت باز و افقی است که معمولاً غیر رسمی نیز می باشد. وجود جلسات برای تبادل اطلاعات و فعالیت ها ضروری است و از ایده های جدید و خلاق استفاده می شود . هرچند که باید مکانیزم هایی برای ارتباط ایده های نو وجود داشته باشد و کار گروهی و سودمند محسوب شود(اکبر افجری، 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 ایده های نو نباشد، کنترل سهل گیر و غیر رسمی ، داشتن کارکنان توانمند .
- حمایت مدیریت ، قدردانی مدیریت از افراد ریسک پذیر ، قدردانی مدیریت از افراد صاحب ایده ، تحمل کردن انحراف از قواعد کارکنان، متولی شدن طرح های کارآفرینانه ، داشتن تنوع در حمایت مالی مدیریت ، حمایت

مدیریت از طرح های کوچک آزمایشی، تغذیه مالی برای شروع و حرکت طرح های نو، قدرت تصمیم گیری مدیریت (صمد آقایی، ۱۳۷۸).

### تجربیات برخی از کشورها در پیاده سازی برنامه های آموزش کارآفرینی

بررسی ادبیات پیشینه‌ی پژوهش نشان می دهد که تا قبل از شروع برنامه سوم توسعه‌ی جمهوری اسلامی ایران توجه چندانی به کارآفرین 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 پیش بینی حادثه شدن آن به ویژه در بین فارغ التحصیلان دانشگاه ها موجب گردید تا در زمان تدوین برنامه‌ی سوم توسعه، موضوع کارآفرین در سطح چند وزارت خانه من جمله وزارت علوم، تحقیقات و فناوری مطرح شود و اعتباراتی در این راستا پیش بینی گردد. براساس برنامه سوم توسعه طرحی تحت عنوان " طرح توسعه‌ی کارآفرینی در دانشگاه های کشور که به اختصار "کارآد" نام گرفت تدوین و اجرای آن بانظر سازمان مدیریت و برنامه ریزی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری در اواخر سال ۷۹ به سازمان سنجش آموزش کشور واگذار گردید.

دانشگاه ویرجینیای غربی به عنوان یکی از دانشگاه های معتبر که از اواخر دهه ۹۰ به طور جدی با چالش ها و مشکلات متعددی درونی و محیطی روبه رو بود است. هیأتی از محققان و سیاستگذاران توسعه‌ی دانشگاهی با مدیریت دانشکده اقتصاد و بازرگانی مسئولیت انجام بررسی های بیشتر و یافتن راه کارهای اثربخش را به عهده گرفت اما توصیه اصلی این گروه مطالعات بر 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.

(<http://www.be.wru.edu/ec/about>)

دانشگاه مارکوئیت به عنوان یکی از ۱۰۰ دانشگاه کارآفرین برتر ایالات متحده در سال ۲۰۰۲ معرفی شده است. در یک بررسی که دانشگاه ها بر اساس ۳۰ معیار کارآفرینی دانشگاه همچون ارائه‌ی رشته ها و دوره‌های آموزشی جدید، بکارگیری روش های نوین آموزشی با تأسیس موسسات و مراکز پژوهشی، مورد ارزیابی و طبقه بندی قرار گرفته‌اند. این دانشگاه با بیش از ۷۰۰ برنامه‌ی کارآفرینی از جمله دانشگاه های موفق در زمینه کارآفرینی شناخته شده است. این مرکز بر این اعتقاد است که کارآفرین نه تنها دارای فوائد اقتصادی است بلکه منجر به رشد کلی و عمومی جامعه می گردد.

(<http://www.mor.edu.2003>)

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

(<http://cgi:swim.edu.du/forums>)

دانشگاه کارآفرین توونت: در اواسط دهه ۱۹۹۰ و پس از مواجه شدن با چالش ها و مشکلات بیرونی و درونی از یک سو و مطالعات و پژوهش های محققان جوان و نوآور خود از سوی دیگر، بحث کارآفرینی را به طور جدی مطرح و پیگیری نموده به نحوی که در سال های آغازین قرن جدید خود را به عنوان یک دانشگاه پیشرو در طرح های کارآفرین معرفی کرده است. در سال ۲۰۰۳ این دانشگاه دارای یکی از پارک های علمی تحقیقاتی فعال و گسترده است که از طریق آن در ۱۰ سال گذشته با بیش از ۵۰۰ شرکت تولیدی یا تکنولوژی های سطح بالا و پیشرفته که بیش از ۳۵۰۰ عضو را شامل می شوند در ارتباط بوده است (Clark, 1998, p3).

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

### فرآیند آموزش کارآفرین در دانشگاه‌ها

فرآیند آموزش کارآفرین یک فرآیند 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 بطور محسوس به آموزش‌های حرفه‌ای نیاز دارد (رضائیان، ۱۳۸۰).

**مرحله سوم-** سطح کاربرد خلاق: این سطح از فرآیند آموزش کارآفرینی در برگرفته 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 را 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 تفویض نمایند.

### ضرورت‌های توسعه‌ی 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 می توان گفت که ایجاد دانشگاه های کارآفرین نه تنها بر عناصر درون دانشگاهی همچون دانشجویان ، اعضای هیأت علمی ، مدیران و کارشناسان تأثیر می گذارد، بلکه به طرق مختلف به رشد و پیشرفت فرهنگ کارآفرین جامعه محلی و در نگرش کلی تر بر جامعه و حتی فضای بین المللی نیز اثرات مثبت دارد. موارد زیر را می توان از جمله مهم ترین اثرهای اقتصادی ، اجتماعی، علمی و فنی دانشگاه های کارآفرین به شمار آورد( هینگینز، ۱۳۸۱).

- شناسایی و پرورش استعدادها و خلاقیت ها به عنوان ارزشمندترین سرمایه های اجتماعی؛
- توسعه و همگانی شدن علم و فناوری ؛
- توسعهی فرهنگ مولد بودن و کارآفرینی؛
- کشف و معرفی منابع و راه های نوین ارزش افزوده؛
- تأمین منابع مالی مورد نیاز دانشگاه و کمک به استقلال و خودگردانی آنها؛
- ارائهی 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 قشرها متوسط جامعه و کاهش فاصله های طبقاتی؛
- ترویج کارگروهی و اشتراک مساعی در فعالیت های تولیدی و خدماتی؛
- نهادینه سازی فرهنگ پاسخگویی در قبال جامعه ، سهامداران و ذینفعان؛
- کاهش جرائم و ناهنجاریهای اجتماعی؛
- ارائهی الگوهای موفق کارآفرین به سایر مراکز آموزشی و پژوهشی ؛
- ترغیب مدارس در دوره های پیش از دانشگاه در آموزش و پرورش روحیه کارآفرینی در دانش آموزان

### چالش های پیش روی مراکز کارآفرینی در دانشگاه ها

از جمله چالش ها و موانع پیش روی توسعهی کارآفرین می توان به موارد زیر اشاره کرد:

- ۱- طولانی بودن فرایند ایجاد یک مرکز پیش رشد و به ثمر نشستن فعالیت های دانشجویان و یافتن بازار مناسب اصلی ترین چالش بر سر راه مراکز کارآفرین است. آن هم در شرایطی که هنوز فرهنگ استخدام شدن و استخدام کردن ترجیح داده می شود و اکثریت دانشجویان به دنبال فرصت های شغلی کم مخاطره و حاضر و آماده ولو به قیمت از دست رفتن استعدادها و توانایی های شان می باشند.
- ۲- عدم همگونی طرح های اشتغال با واقعیت.
- ۳- افزایش فاصله علمی کشور با سطح جهانی ناشی از کندی سرعت تحولات علمی دانشگاه ها و مراکز پژوهشی در مقایسه با روند شتابان دنیای علم و فن آوری.
- ۴- کارآفرین نبودن فارغ التحصیلان ، رواج روحیه مدرک گرایی در جامعه و افزایش انتظارات دانش آموختگان 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 دانش آموختگان.
- ۷- کمبود کادر هیأت علمی دانشگاه ها از نظر تعداد ، ترکیب، مراتب علمی و روزآمدی.

- ۸- فقدان زیر ساخت های اطلاع رسانی و فن آوری های نوین در شیوه های آموزشی.
- ۹- پائین بودن تولید دانش سازمان یافته و جایگاه علمی دانشگاه هادر سطح جهانی ، پائین بودن مرادوات و همکاری های علمی با موسسات علمی بین المللی و نبودن ساز و کارهای مناسب برای بهره گیری از دستاوردهای نوین علمی و فناوری جهانی ( رضانی، ۸۱).

### راهکارهای گسترش آموزش کارآفرین

یکی از جدی ترین نیازهای محیطی کارآفرینان ، دانش فنی قابل استفاده در فرایند کارآفرین می باشد . 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 طرح های کارآفرینی
- ارائه آموزش در قالب مهارت های تخصصی در مرکز پیش رشد متناسب با نیازهای کارآفرینان
- حمایت از صاحبان سرمایه جهت تشویق به سرمایه گذاری در بخشهای تولیدی و خدماتی با ایجاد ثبات اقتصادی در دولت
- آشنایی مردم با ارزش کار کارآفرینان در جهت رشد جامعه توسط رسانه های جمعی و مقابله با برداشت های تنگ نظرانه در این زمینه
- تدوین سر فصل های جدید در گروه های آموزشی متناسب با نیازهای کارآفرینان
- ارتباط تنگاتنگ مرکز با معاونت آموزشی دانشگاه جهت تدوین سرفصل های دروس
- کشف زمینه های تخصص های پژوهشی علاوه بر رشته های آموزشی موجود در دانشگاه
- ارتباط و همکاری مرکز با کمیسیون های پژوهش های کاربردی و فناوری دانشگاه
- تولید گواهینامه های علمی و برگه های ثبت اختراع
- برگزاری کارگاه های آموزشی و همایش های علمی و کاربردی درباره خلاقیت ، نوآوری و کارآفرینی
- ارائه واحدهای درسی خلاقیت در مقاطع کارشناسی ارشد و دکترا و نیز ایجاد گرایش خلاقیت در رشته های مرتبط

### نتیجه گیری

کشورهای پیشرفته و صنعتی سابق وارد فاز اقتصاد دانش شده اند و در حال تحکیم پایه های خود که ان به عنوان اقتصاد مبتنی بر دانش هستند و همینطور اقتصادی می تواند پیشرفت کند که در مسیر توسعه صنعتی موفق باشد . پس ما باید سعی بر پیشرفت و توسعه صنعتی کشورمان داشته باشیم . با بکار گیری مطلوب مدیریت دانش و نهادینه سازی مدیریت دانش در دانشگاه ها و موسسات می توانیم به توسعه صنعتی پایدار در صنعت برسیم و با سعی بر کارآفرین کردن دانشگاه ها با ایجاد رشته های کارآفرینی و مربوط به آن و همچنین با گذاشتن دروسی برای دانشجویان فنی و مهندسی تحت عنوان کارآفرینی و با استفاده از اساتید برجسته که در صنعت کار کرده اند دانشجویان کارآفرین و مستعد کارآفرین را شناسایی کرده و توان و قابلیت آنها را با حمایت های مالی آزمایشگاهی و ... در دانشگاه های کارآفرین به ظهور برسانیم و دولت می تواند 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 داشته باشیم.



- ۱- احمد پور داریانی، محمود، سیر تکاملی کارآفرین، مفهوم، دیدگاه ها، فرآیند و آموزش، مدرس شماره ۶
- ۲- اکبر افجرای، 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، مبانی سازمان و مدیریت، انتشارات سمت، چاپ دوم، ۱۳۸۰، تهران
- ۷- رضائی، رضا، مشکلات کنونی دانشگاه ها و نظام توسعه‌ی علمی کشور، فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی، سال هشتم، شماره ۲۵، پائیز ۱۳۸۱
- ۸- صمدآقایی، جلیل، سازمان های 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 گزارش های همایش چالش ها 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

Archive of SID