

طراحی الگوی مفهومی استفاده از ظرفیتهای خوابگاههای دانشجویی در توسعهی کارآفرینی دانشگاهی

دکتر داود فیض : عضو هیئت علمی دانشگاه سمنان

میلاذ صفائی : دانشجوی مدیریت بازرگانی دانشگاه سمنان

زهرا کماسی : دانشجوی مدیریت بازرگانی دانشگاه سمنان

چکیده :

ساختار اقتصادی دنیای امروز با گذشته به طور اساسی تفاوت دارد. شاخصهای سخت افزاری و داراییهای مشهود که دیروز در بنگاه اقتصادی نقشی تعیین کننده داشت جای خود را به نوآوری، ابداع، خلق محصولات جدید و داراییهای نرم افزاری داده است. اگر دیروز ثروتمندترین افراد دنیا آنهایی بودند که منابع مالی بیشتری در اختیار داشتند، امروزه ثروتمندترین مردم دنیا افراد صاحب دانش و کارآفرین هستند. از این رو توسعهی اقتصادی در دنیای امروز بر پایه نوآوری، خلاقیت، استفاده از دانش و کارآفرینی استوار است. اهمیت کارآفرینی و نقش کلیدی آن در پیشرفت جوامع، موجب شده است که بسیاری از دانشگاههای کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه، بهره گیری از کارآفرینی را مورد توجه قرار دهند و در این مسیر با تدوین استراتژی ها، سیاست ها و برنامه های علمی، در جهت بسط و تقویت روحیه و رفتار کارآفرینی در دانشجویان بکوشند. پرورش ویژگیهایی نظیر خلاقیت، خوش بینی به آینده، خطرپذیری، آینده نگری، مهارتهای رهبری، استقلال طلبی و کسب مهارتهای مختلف، می تواند فرصتهای کارآفرینی پیش روی دانشجویان را افزایش دهد.

خوابگاههای دانشجویی به عنوان یکی از زیر سیستم های مهم سیستم دانشگاه، دارای فرصتها و ظرفیتهای بالقوه بسیاری است که می توان با استفاده بهینه از این ظرفیت ها در جهت آموزش و توسعهی کارآفرینی به نتایج قابل توجهی دست یافت.

در این مقاله پس از بیان مقدمه ای کوتاه پیرامون مفهوم کارآفرینی و کارآفرین، تاریخچه ی آموزش کارآفرینی در دانشگاهها بیان می گردد. سپس مباحث مربوط به آموزش کارآفرینی مطرح، و در نهایت مدل تحقیق برای استفاده بهینه از ظرفیتهای خوابگاههای دانشجویی در جهت توسعهی کارآفرینی دانشگاهی، تبیین و تشریح می شود.

واژگان کلیدی: آموزش کارآفرینی، دانشگاه، کارآفرین، خوابگاه، فرصتها و ظرفیت ها

1. مقدمه :

گسترش کارآفرینی در هر جامعه ای باعث افزایش اشتغال، انتقال تکنولوژی، بهبود کیفیت زندگی مردم، افزایش رفاه، ثروت و سرمایه، توسعهی نوآوری و خلاقیت، افزایش سرمایه گذاری ها و رفع نیازهای پاسخ داده نشده بازار می شود. [1]

از جمله عوامل مؤثر در ارتقای سطح و توسعهی کارآفرینی جوامع، آموزش آن در دانشگاهها است. دانشگاهها به عنوان متولیان اصلی پرورش نیروی متخصص جامعه، نقشی کلیدی و تعیین کننده در توسعهی کارآفرینی در کشور دارند. از این رو، یکی از مهم ترین و جدیدترین مأموریت های کلیدی دانشگاهها، توسعه و پرورش کارآفرینان بالقوه است. از طرفی، شیوه کنونی ورود به دانشگاه و قبولی در کنکور، سبب شده است که موضوعات مهم و اساسی همچون چگونگی تحصیل و زندگی در دوران دانشجویی و استفاده از فرصتهای فراوان این دوران که نقشی بسیار تعیین کننده در آینده شغلی دانشجویان دارند، مورد غفلت واقع شوند. نرخ بیکاری در قشر فارغ التحصیلان دانشگاهها نشان می دهد که هرچند این قشر، قشر باسواد است اما سواد آنها در راستای بازار کار نیست. [2] در این راستا، ظرفیتهای متنوع و بالقوه خوابگاههای دانشجویی نیز که بخش قابل توجهی از فرصتهای قابل بهره برداری برای توسعهی کارآفرینی دانشگاهی است، اغلب مورد توجه جدی قرار نمی گیرد و متأسفانه به هدر می رود.

از این رو، استفاده بهینه از ظرفیتهای بالقوه زندگی دانشجویان در خوابگاه، در جهت توسعهی کارآفرینی دانشگاهی بسیار حائز اهمیت بوده و برنامه ریزی علمی-عملی دقیق و منسجمی را می طلبد.

۲. مفهوم کارآفرینی

۱-۲. **تعریف کارآفرینی**: کارآفرینی مفهومی است که تاکنون از دیدگاههای مختلف مورد بررسی قرار گرفته است و همگان بر این باورند که کارآفرینی (Entrepreneurship) موتور محرکهی توسعهی اقتصادی کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه است. ۳ دلیل مهم برای توجه به مقوله کارآفرینی در کشورهای توسعه یافته عبارتند از: تولید ثروت، توسعهی تکنولوژی و اشتغال مولد. در حالی که در کشور ما به اشتباه این مفهوم صرفاً با اشتغالزایی مترادف شده و فقط برای حل مشکل اشتغال به سمت کارآفرینی پیش می‌رویم. در خصوص ارائه یک تعریف مشخص، واقعیت این است که با وجود قدمت بررسی کارآفرینی و تلاش محققین فراوان در این حوزه، ارائه تعریفی جامع، مانع و مورد وفاق برای آن (مانند سایر مفاهیم علوم انسانی)، کاری دشوار و حتی غیرممکن است. صاحب‌نظران در حال حاضر از کارآفرینی تعریف‌های زیر را ارائه می‌کنند:

— فرایندی که بتواند با استفاده از خلاقیت و نوآوری، چیز جدیدی را همراه با ارزش جدید با استفاده از زمان، منابع، ریسک و بکارگیری همراهان به وجود آورد. [3]

— فراگرد شکار فرصتها به وسیله افراد (به طور انفرادی یا در سازمان‌ها)، بدون در نظر گرفتن منابع موجود [4] و [5]

— از نظر مارکس ویر کارآفرینی یک فرایند اجتماعی است که در آن کارآفرین با اشتیاق و پشتکار در کار، خویشتن خویش را پیدا می‌کند و از بند عادات و سنت‌های مرسوم رها می‌گردد. [6]

— روشی برای انجام دادن کسب و کار به شیوه‌ای مبتکرانه، با تمرکز بر مشتری و پذیرفتن خطرهای حساب شده. [7]

۲-۲. **کارآفرین کیست؟** کارآفرین فردی است دارای ایده و فکر جدید که از طریق ایجاد یک کسب و کار (کسب و کار خانگی، کسب و کار اینترنتی، کسب و کار فامیلی، کسب و کار کوچک و متوسط...) با بسیج منابع که توأم با مخاطره مالی، اجتماعی، آبرویی و حیثیتی می‌باشد محصول یا خدمتی جدید به بازار ارائه می‌نماید. [8] به طور خلاصه می‌توان گفت کارآفرین کسی است که:

— فرصتی را کشف و برای پیگیری و تحقق آن، سازمان مناسبی را ایجاد می‌کند.
— عمدتاً به منظور کسب سود و رشد، کسب و کاری را تاسیس و اداره می‌کند که مشخصات اصلی آن نوآوری و مدیریت استراتژیک است.

— سیاستگذاری کسب و کار با اوست و به حساب خود ریسک مالی آن را به عهده می‌گیرد.
— موسسه‌ی اقتصادی، خصوصاً کسب و کاری را که معمولاً مستلزم ابتکار و ریسک قابل توجهی باشد، سازماندهی و اداره می‌کند.

— در واقع کارآفرینان به هنگام تصور فرصتهای جدید، محدودیت‌های منابع جاری را نادیده می‌گیرند. [9]
۳-۲. **ویژگیهای شخصیتی کارآفرینان**: مطالعه و درک ویژگیهای کارآفرینان علاوه بر کمک به شناخت آنان، از آن جهت سودمند است که در برنامه ریزی بلند مدت جهت تربیت نیروی انسانی کارآفرین برای آینده جامعه نیز مورد استفاده قرار خواهد گرفت. [10] در اکثر مطالعات، در خصوص ویژگیهای شخصیتی کارآفرینان، موارد زیر مطرح شده است:

(۱) **ریسک پذیری**: کارآفرینان از خطر استقبال می‌کنند، در صورتی که خطر محاسبه شده باشد. به عبارت دیگر، آنها مسئولیت فعالیت‌هایی را که در آنها هیچ امکان موفقیتی وجود نداشته باشد و یا یک خودکشی مالی باشد را به عهده نمی‌گیرند. کارآفرینان برای قبول خطر باید جرأت داشته باشند و بدین وسیله سرنوشت خود را رقم می‌زنند.

(۲) **مسئولیت پذیری**: کارآفرینان مسئولیت پذیر هستند. یکی از انگیزه‌های اصلی برای دنبال کردن آینده، کارآفرینی است. او ترجیح می‌دهد که خودش تصمیم بگیرد و در جریان آن، تمام کوشش، دانش، مهارت و سرمایه خود را نیز به کار می‌گیرد. اگر شکست بخورد، فقط می‌تواند خود را مقصر بداند و اگر موفق بشود، فقط صلاحیت کارآفرینی خود را تایید کرده است.

(۳) **اعتماد به نفس** : کارآفرینان اعتماد به نفس بالایی دارند. کارآفرینان به خاطر اعتماد به نفس خود، شهرت دارند. آنها باور دارند که می‌توانند انتظاراتی که از آنها هست را برآورده کنند. به عبارت دیگر، آنها امکان موفقیت خود را بیش از آن چیزی که هست، در نظر می‌گیرند.

(۴) **بازخورد** : کارآفرینان به دنبال بازتاب عملکرد خود هستند. کارآفرینان به خاطر آگاهی از وضعیت موجود به دنبال بازتاب عملکرد خود چه خوب، چه بد، هستند. بدون داشتن این اطلاعات ادامه‌ی کار برای آنها خیلی مشکل است.

(۵) **توفیق طلبی** : کارآفرینان در هر کاری که انجام می‌دهند، هدف‌گرا هستند. بدین ترتیب که آنها همیشه به فکر اهداف طولانی مدت خود بوده و کارهایی که امروز انجام می‌دهند، در راستای اهداف آینده‌شان است. آنها همیشه چیزی را مورد هدف قرار داده و اهداف آنها معمولاً عادی نیستند. به همین خاطر دیگران اهداف آنها را بلندپروازانه می‌دانند.

(۶) **نوآوری** : کارآفرینان نوآور هستند و همواره در مقابله با موقعیت‌ها از راه‌ها و روش‌های جدید استفاده می‌کنند. آنها از توانایی خود در خلاقیت لذت می‌برند. از تصورات و ابتکارات شخصی خود برای یافتن راه‌های جدید و کنار هم گذاشتن پدیده‌ها استفاده می‌کنند. آنها پر از پرسش هستند.

۳. آموزش کارآفرینی :

در حال حاضر ضرورت توجه به توسعه‌ی کارآفرینی در تمام سطوح و بخش‌های جامعه و بالاخص در دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی بر کسی پوشیده نیست و صاحب‌نظران این حوزه بر پیامدهای مثبت و چشمگیر آموزش کارآفرینی اتفاق نظر دارند . [11] آموزش کارآفرینی فرآیندی نظام مند، آگاهانه و هدف‌گرا می‌باشد که طی آن افراد غیر کارآفرین ولی دارای توان بالقوه به صورتی خلاق تربیت می‌گردند. [12] در واقع، آموزش کارآفرینی فعالیتی است که از آن برای انتقال دانش و اطلاعات مورد نیاز جهت کارآفرینی استفاده می‌شود که افزایش، بهبود و توسعه‌ی نگرش‌ها، مهارت‌ها و توانایی‌های افراد غیر کارآفرین را در پی خواهد داشت.

۳-۱. **آموزش پذیر بودن کارآفرینی** : برخی معتقدند کارآفرینی را نمی‌توان آموزش داد ، زیرا کارآفرینان ذاتاً کارآفرین هستند و همه کارآفرینان، یک صفت مشترک دارند و آن "راه اندازی کسب و کار" است . این برداشت عامیانه به معنای آن است که کارآفرینان، پرورش نمی‌یابند و ساخته نمی‌شوند، بلکه کارآفرین به دنیا می‌آیند. [13] چنین نگرشی در واقع، بیانگر رویکرد صفات مشخصه در زمینه‌ی کارآفرینی میباشد. هدف این رویکرد، متمایز ساختن کارآفرینان از غیر کارآفرینان و تعیین قلمرو مطالعه و ویژگیهای شخصیتی و روان شناختی کارآفرینان است. بر اساس این رویکرد، مهمترین ویژگیهای شخصیتی که برای کارآفرینی ضرورت دارند شامل توفیق طلبی، تمایل به خطرپذیری، مرکز کنترل درونی، روحیه ی خلاق و تحمل ابهام می‌باشد. [9] به طور کلی در رویکرد صفات مشخصه، هیچگونه توجهی به امر آموزش و توسعه رهبری یا کارآفرینی نمی‌شود.

رویکرد غیر اکتسابی بودن کارآفرینی از ابتدا با مخالفان سرسختی ، مواجه بوده است که می‌توان معروف ترین آن‌ها را پیتر دراگر دانست . به نظر وی، کارآفرینی، یک ویژگی متمایز فردی یا سازمانی نیست . به عبارت دیگر کارآفرینی، ویژگی شخصیتی نیست. تأمل در نوشته‌های وی در این مورد، مطالب مهمی را بیان می‌دارد: "...من در طول ۳۰ سال مشاهده کرده‌ام که بسیاری از افرادی که ویژگیهای شخصیتی و خلق و خوی متفاوتی [انه متمایزی] داشتند به خوبی از عهده فعالیت‌ها و چالشهای کارآفرینی برآمده‌اند. مطمئن باشید کسانی که نیاز به قطعیت دارند ، احتمالاً کارآفرین نخواهند شد، البته شاید این افراد در برخی فعالیت‌های دیگر از جمله سیاست یا در پستهای فرماندهی برای موقعیت‌های نظامی و یا به عنوان یک کاپیتان در دریا نیز نتوانند به خوبی عمل کنند. در همه این موارد (از جمله کارآفرینی) قدرت تصمیم‌گیری اهمیت زیادی دارد ، و اساس هر تصمیمی، عدم قطعیت است . هر شخصی که بتواند تصمیم بگیرد، می‌تواند کارآفرین شدن و رفتار کارآفرینانه را بیاموزد. " [14] در واقع در رویکرد رفتاری ، تمرکز بر شناسایی کارکردها و فعالیت‌های کارآفرینان ، و تبیین ماهیت کارآفرینی است . [9] بنا بر رویکرد رفتاری، کارآفرینی رفتار است ، نه ویژگی شخصیتی و پایه و اساس آن، متکی بر مفهوم و تئوری است، نه چیز دیگر . از این رو همان طوری که ۵۰ سال تحقیق در زمینه‌ی رهبری با هدف ارایه ویژگیها و خصوصیات شخصیتی جهت تمییز رهبران از غیر رهبران با شکست مواجه شد ، میتوان با اتکا به رویکرد رفتاری بودن کارآفرینی به شناخت

علمی کاملی از آن دست یافت. [15] کارآفرینان از برخی جهات و صفات همانند شخصیت، مشابه دیگران هستند. از طرف دیگر، گرچه آنها با ویژگیهای شخصیتی معینی مانند تیزهوشی و انرژی زیاد به دنیا می آیند، اما این مشخصات را به وسیله خودشان و یا از طریق آموزش، توسعه می دهند. پرورش یک فرد کارآفرین از طریق تجمیع مهارت های مربوطه، دانش فنی، تجربه و سال ها تلاش حاصل می شود. [13] بهترین تفکر نسبت به کارآفرینی، این است که آن را به عنوان یک پدیده رفتاری-اقتضایی تلقی کنیم تا این که تابعی از شخصیت بدانیم. بنابراین کارآفرینی به عنوان یک پدیده رفتاری، قابل آموزش بوده و ذاتی نیست. در اینجا لازم است مروری کوتاه بر مفاهیم آموزش کارآفرینی، ضرورت آموزش کارآفرینی و اهداف آموزش آن داشته باشیم.

۳-۲. ضرورت آموزش کارآفرینی: در حال حاضر سیر تحولات جهانی، کارآفرینان را در خط مقدم توسعه فناوری و توسعه اقتصادی قرار داده است. [16] تجربه موفقیت آمیز اغلب کشورهای پیشرفته و نیز برخی از کشورهای در حال توسعه در عبور از بحرانهای 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 در اختیار شرکت هایی است که به ریسک پذیری کارآفرینانه بها می دهند و برای گسترش سرمایه های فکری خود در حد کلان سرمایه گذاری می کنند، در بالندگی فردی پرتلاشند و در تعیین استراتژیها، شرایط محیطی را مد نظر قرار می دهند» (به نقل از محمود احمدپور) [17]. 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 مختلف، ثابت شده است که ویژگی های کارآفرینان اغلب اکتسابی است، نه وراثتی. از این رو در حال حاضر آموزش کارآفرینی به یکی از مهمترین و گسترده ترین فعالیت های دانشگاه ها تبدیل شده است.

۳-۳. اهداف آموزش کارآفرینی: (۱) کسب دانش مربوط به کارآفرینی (۲) حل مشکلات اشتغال و بهبود بهره وری (۳) شناسایی و تحریک استعدادها و مهارت های کارآفرینانه (۴) القای مخاطره پذیری با استفاده از فنون آموزشی (۵) تجدید نگرشها در جهت پذیرش تغییر

۳-۴. آموزش کارآفرینی در دانشگاهها: دانشگاهها مغز متفکر و نیروی محرکه هر جامعه محسوب می شوند و پیشرفت یا عقب ماندگی جوامع تا حد زیادی به کیفیت و کمیت خدمات مراکز دانشگاهی بستگی دارد. همزمان با پیشرفت جوامع از جوامع سنتی به جوامع صنعتی و اطلاعاتی، نقش دانشگاهها نیز تغییر یافته و دانشگاهها از یک انتقال دهنده دانش صرف به منبع قدرت ملت ها در تولید دانش و تکنولوژی تبدیل شده اند. [18] عدم تطابق و سازگاری به موقع دانشگاه با محیط پیرامون، سبب اختلال و تنش در ایفای کارکردهای دانشگاه خواهد شد. لذا یکی از الگوهای جدید، رویکرد سیستمی به نظام آموزش عالی می باشد که در این رویکرد دو مولفه مشتری گرایی و پیوسته است. دانشگاه باید باور داشته باشد که یک مجموعه و سیستم اجتماعی است و هر سیستم زمانی که رابطه بهینه خود را با محیط از دست بدهد و به داد و ستد مادی و اطلاعاتی با محیط نپردازد یا در این روند حالت ایستا به خود بگیرد، هویت مستقل و جامعیت خود را از دست خواهد داد. وسپس در خصوص تحصیلات معتقد است کارآفرینانی که احتمال شکستشان بیشتر است کسانی هستند که تجربه دارند اما تحصیلات ندارند. تحقیقات نشان می دهد در سال ۱۹۷۵ دروس کارآفرینی در ۱۰۴ دانشگاه یا دانشکده ارائه گردید، در سال ۱۹۸۰، این تعداد به ۱۶۳ مرکز آموزش عالی رسید و در ابتدای دهه ۱۹۹۰ این تعداد به ۲۵۳ دانشگاه یا دانشکده رسید. [19] در این راستا در جدول ۱ برخی فعالیت های کارآفرینی در دانشگاههای معتبر جهان انعکاس یافته است: [12]

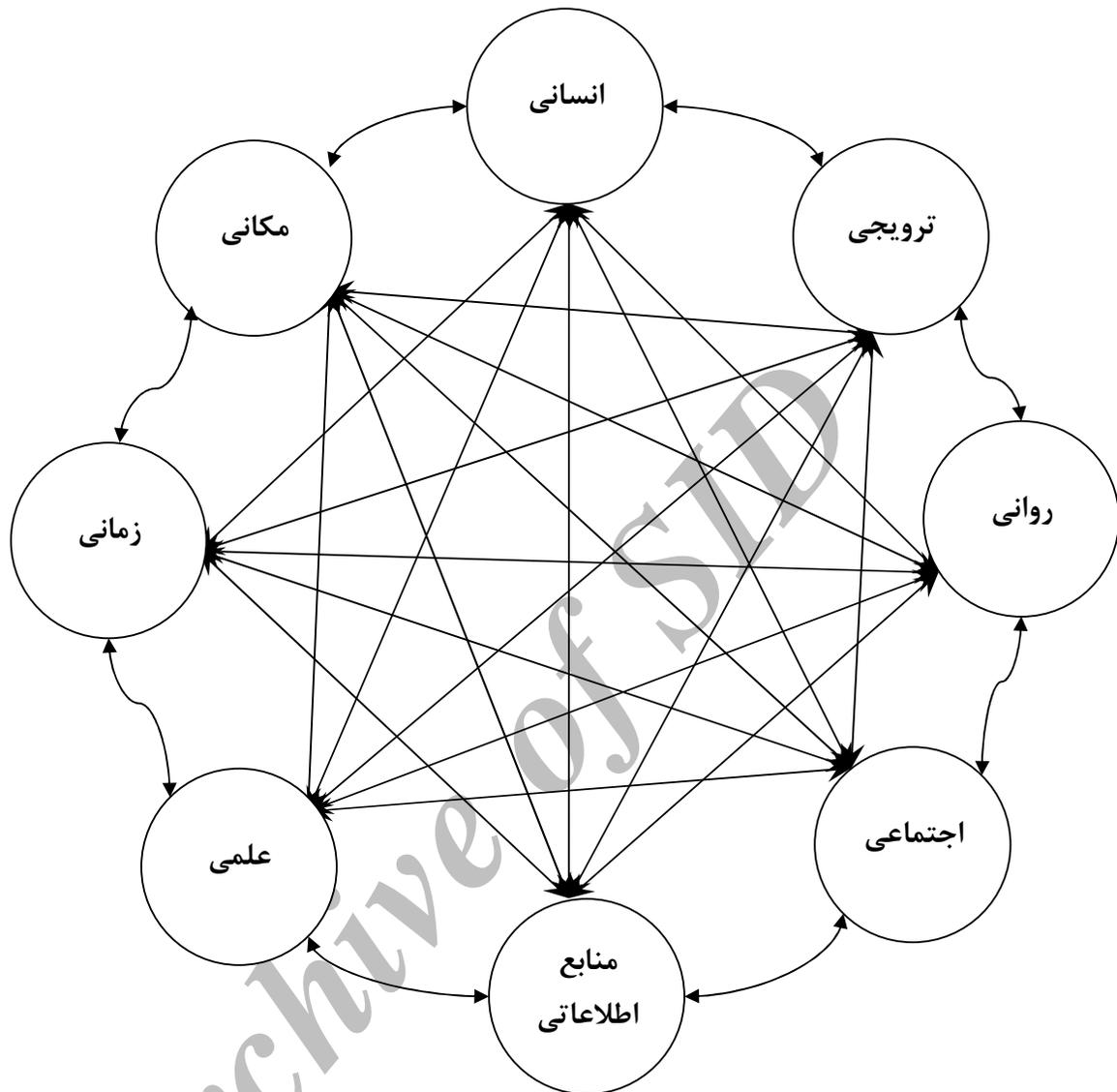
جدول ۱: برخی فعالیت های کارآفرینی در دانشگاههای معتبر جهان

نام دانشگاه	فعالیت های صورت گرفته	نام دانشگاه	فعالیت های صورت گرفته
دانشگاه کالیفرنیا جنوبی (دانشکده تجاری مارشال)	تاکید بر امکانات تجاری و استفاده از فرصتهایی برای پیوند فن آوری و تجارت در کسب و کارها و جامعه‌ی تجاری لس آنجلس	دانشگاه مرلند (دانشکده تجاری رابرت اسمیت)	اجرای دوره هایی که بر سرمایه گذاری روی پروژه های اقتصادی، فن آوری و مدیریت شبکه های اعطای وام امدادی تاکید دارد
دانشگاه دوپل (دانشکده تجاری جوت گلشتاد)	فعالیت و طراحی دوره کارآفرینی درباره مشکلات چرخه حیات شرکت های رشدگرا	دانشگاه کلمبیا (دانشکده تجاری کلمبیا)	اجرای دوره هایی در زمینه‌ی ارزیابی فرصتهایی تجاری، مدیریت پروژه های اقتصاد جدید، کارآفرینی داخلی و مدیریت تغییرات ارائه می دهد
دانشگاه پنسیلوانیا (دانشکده وارتن)	یکی از اولین موسسات پژوهش ملی در زمینه‌ی کارآفرینی که بیش از ۱۰۰۰۰۰ ساعت مشاوره ارائه داده است	دانشگاه هاروارد (دانشکده تجاری هاروارد)	اجرای دوره هایی در زمینه‌ی پژوهشهای میدانی و آموزش برای امور کارآفرینی
UCLA (دانشکده اندرسن)	بیش از ده رشته قابل انتخاب در زمینه‌ی کارآفرینی و ۲۰ فعالیت کارآفرینی را ارائه می دهد	دانشگاه بریگهام یانگ (دانشکده مدیریت ماریوت)	اجرای دوره هایی در زمینه‌ی راه اندازی و رشد یک تجارت، بازاریابی، سرمایه گذاری در کسب و کار با یک برنامه ارشادی شدید
دانشگاه سنت لویس (دانشکده تجارت)	کلاس های فشرده و منعطف برای تقویت تعاملهای کارآفرینی شدید میان دانشجویان دوره ها ی شامل توسعه طرحهای تجاری و تجارتهای خانوادگی می شود	دانشگاه کالیفرنیا در برکلی (دانشکده تجاری والتر ای، هاس)	یک برنامه پژوهشی قوی ترتیب داده است که به دانشجویان فرصت می دهد تا با همتایان خود در کالج مهندسی کارآفرینی دانشگاه کار کنند
دانشگاه لوزول (کالج تجارت و مدیریت)	فعالیت گسترده در راه اندازی شرکت های تجاری و نیز کارآفرینی داخلی	دانشگاه ایالتی سن دیه گو (دانشکده مدیریت تجارت)	اجرای دوره هایی کارشناسی ارشد در زمینه‌ی کارآفرینی و با دوره های تخصصی در زمینه‌ی انتقال فن آوری و مدیریت توسعه.
دانشگاه تکزاس در اوستین (دانشکده تجاری تکزاس)	برنامه ریزی دوره های کارآفرینی بعنوان بخش کاملی از هسته مرکزی MBA	دانشگاه واشینگتن (دانشکده تجارت)	برنامه کارآفرینی به گونه ای تدوین شده که رشته های گوناگون از قبیل مهندسی، حقوق و علوم را به هم پیوند می دهد

۴. مدل تحقیق :

دانشگاهها به عنوان مغز متفکر جامعه در توسعه مرزهای دانش و فناوری در رشته های مختلف نقش اساسی و کلیدی بر عهده دارند. یکی از الزامات توسعه اقتصادی در هر جامعه، گسترش کارآفرینی است و دانشگاهها با در اختیار داشتن امکانات، تجهیزات و دارایی های سخت افزاری و نرم افزاری مختلف، می توانند در توسعه کارآفرینی نقش مهم و موثری ایفا نمایند. یکی از مهمترین ظرفیتهای دانشگاهها جهت توسعه روحیه و مهارت های کارآفرینانه در دانشجویان، خوابگاههای دانشجویی است. به نظر می رسد تا کنون از این ظرفیت آنچنان که شایسته است، استفاده به عمل نیامده و بیشتر توجهات به برگزاری دوره های آموزشی رسمی کوتاه مدت و بلند مدت و نیز انجام پژوهش ها معطوف شده است. استفاده بهینه از ظرفیتهای خوابگاههای دانشجویی می تواند تاثیر بسزایی در تبدیل توانایی های بالقوه دانشجویان به صورت بالفعل داشته باشد. زیرا در بسیاری از موارد با ایجاد یک جرقه، قابلیت توان افزایی دانشجو تقویت می گردد. مفهوم توان افزایی، آزاد نمودن نیروهای درونی افراد برای کسب دستاوردهای شگفت انگیز است. [20] بنابراین برای استفاده از ظرفیتهای خوابگاههای دانشجویی برای توسعه کارآفرینی، مدل مفهومی زیر طراحی و ارائه شده است. در این الگو، ابتدا ظرفیتهای خوابگاهی را به ۸ بخش تقسیم بندی کرده، و

در ادامه ، پس از تبیین مفهوم هریک ، به تشریح راهکارهای استفاده بهینه از این ظرفیت ها می پردازیم. شکل ۱ ، ظرفیتهای خوابگاههای دانشجویی برای توسعه کارآفرینی دانشگاهی ، و تاثیرات متقابل آنها بر همدیگر را نشان می دهد .



شکل ۱ : مدل تحقیق :

ظرفیتهای خوابگاههای دانشجویی برای توسعه کارآفرینی دانشگاهی و تاثیرات متقابل آنها بر یکدیگر

همانطور که در شکل ۱ مشخص شده است ، هر یک از ظرفیتهای خوابگاهی برای توسعه کارآفرینی به طور متقابل، هم بر ظرفیتهای دیگر تاثیر می گذارد ، و هم از آنها تاثیر می پذیرد . **هم افزایی** حاصل از برنامه ریزی منسجم و بهره گیری موازی از کلیه ظرفیتهای بالقوه خوابگاهها، می تواند باعث افزایش سرعت و کیفیت نیل به هدف توسعه کارآفرینی دانشگاهی در خوابگاهها شود .

۵ . تشریح مدل تحقیق :

۵-۱. ظرفیتهای زمانی :

طبق قوانین آموزشی هر دانشجو حداکثر ۲۰ الی ۲۴ واحد درسی در طول هفته در اختیار دارد . اگر فرض کنیم دانشجو در هر هفته ۲۴ ساعت را در کلاسها و ۲۰ ساعت را در کتابخانه و ... بگذراند و حدود ۲۰ ساعت نیز برای رفت و آمد وقت صرف نماید ، در طول هفته حدود ۱۰۴ ساعت را در خوابگاه دانشجویی سپری می کند . معمولا

دانشجویان از زمان حضور در خوابگاه استفاده مفید و موثری نکرده و عمدتاً برای استراحت از آن بهره می برند. لذا در صورتیکه از این ظرفیتهای زمانی جهت آموزش مهارتهای کارآفرینی اقدام شود، می توان از وقت دانشجویان به نحوی مطلوب و اثربخش استفاده نمود. برای بهره گیری اثربخش از ظرفیتهای زمانی دانشجویان در خوابگاههای دانشجویی، راهکارهای زیر پیشنهاد می شود.

۱- برگزاری دوره های آموزش مفاهیم کارآفرینی

۲- برگزاری جلسات سازمان یافته و هدفمند هم اندیشی و بحث و گفتگو پیرامون مباحث کارآفرینی

۳- ایده پروری

۴- فعالیت های تیمی

۵- برگزاری مسابقات خلاقیت

۶- ایجاد گروه کارآفرینان، تعریف وظایف و اختیارات گروه و ثبت نام دانشجویان علاقه مند

۷- برگزاری مراسم تشویق دانشجویان فعال در زمینه ی کارآفرینی

۸- دعوت از کارآفرینان موفق برای سخنرانی و پرسش و پاسخ

۹- انجام تحقیقات کارآفرینی توسط دانشجویان

۱۰- معرفی رشته ی دانشگاهی کارآفرینی

۵-۲. ظرفیتهای مکانی :

هر خوابگاه دارای دو بخش فضاهای عمومی و فضاهای اختصاصی است. فضاهای عمومی شامل: نمازخانه، سالن اجتماعات، راهروهای مشترک و سالن مطالعه بوده و فضای اختصاصی شامل اتاقها می شود. برای آموزش کارآفرینی و توسعه ویژگیهای کارآفرینانه در دانشجویان می توان از این ظرفیتهای مکانی به شرح زیر استفاده کرد:

۱- ایجاد اتاق فکر

۲- ایجاد دفتر کارآفرینی

۳- ایجاد مرکز پیش رشد موقت

۴- ایجاد نمایشگاه دستاوردهای دانشجویان در زمینه ی کارآفرینی

۵- ایجاد کارگاه انتقال مهارت ها

۶- ایجاد بازار بورس ایده

۷- ایجاد کتابخانه کارآفرینی

۸- استفاده از اماکن عمومی خوابگاه ها برای انجام مراسم ها و سخنرانی ها

۵-۳. ظرفیتهای روانی :

اکثر دانشجویان ساکن خوابگاهها از قشر جوان جامعه هستند و جوانی دوران تربیت پذیری است و فرصتی است که در آن عقاید و فرهنگ ها ریشه دار شده و تثبیت می گردد. بنابراین توسعه خصوصیات کارآفرینانه در آنها می تواند عامل موثری در توسعه روحیه کارآفرینی و اشتغال باشد. گسترش روحیه کارآفرینی در دانشجویان، باعث نزدیکتر شدن شغل آنها به علایقشان و در نتیجه افزایش چشمگیر بهره وری می شود. از آنجا که تغییر محیط باعث تغییر

احساسات در افراد می شود ، [21] راهکارهای زیر برای گسترش روحیه کارآفرینی در محیط خوابگاهها پیشنهاد می شود :

- ۱_ تقویت روحیه مسئولیت پذیری
- ۲_ کاهش روحیه خود تخریبی
- ۳_ افزایش امید به زندگی
- ۴_ تقویت ریسک پذیری
- ۵_ تقویت اعتماد به نفس
- ۶_ تقویت آینده نگری
- ۷_ تقویت روحیه فرصت گرایی
- ۸_ تقویت واقع بینی
- ۹_ تقویت انعطاف پذیری
- ۱۰_ تقویت هدف گرایی
- ۱۱_ تقویت روحیه همکاری و کار گروهی
- ۱۲_ تقویت روحیه خود اتکایی
- ۱۳_ تقویت اراده و پشتکار
- ۱۴_ تقویت روحیه آرمان گرایی
- ۱۵_ تقویت مثبت اندیشی
- ۱۶_ تقویت روحیه سرسختی در برابر شکست

۵-۴. ظرفیتهای علمی :

دانشجویان ساکن خوابگاه در رشته های مختلف دانشگاهی تحصیل می کنند و هریک ، اطلاعات و مهارتهایی دارند که به دلیل عدم توجه کافی و پرورش آنها و عدم توانایی در به کارگیری آنها ، در بازار کار هم ، از تمام ظرفیت بالقوه خود بهره نمی گیرند . راهکارهای زیر می تواند بر استفاده بهینه از این ظرفیت ها موثر بوده و ضمن توسعه کارآفرینی دانشگاهی ، باعث جلوگیری از اتلاف وقت و انرژیهای گرانبهایی شود که برای آموزش این دانشجویان صرف شده است .

- ۱_ شناسایی مهارت های علمی و عملی دانشجویان
- ۲_ آگاهی بخشی به دانشجویان نسبت به ظرفیت های علمی موجود در خوابگاه
- ۳_ آموزش به کارگیری مهارت ها
- ۴_ تشویق دانشجویانی که فعالیتهای عملیاتی انجام می دهند
- ۵_ استفاده از دانشجویان فعال در زمینهی کارآفرینی در جهت آموزش دیگر دانشجویان
- ۶_ فراخوان مقاله در مورد ارتباط موضوعات مختلف در رشته های متنوع دانشگاهی با کارآفرینی
- ۷_ تشویق دانشجویان به انجام تحقیقات کارآفرینی

۵-۵. ظرفیتهای انسانی :

دانشجویان ساکن خوابگاه نیروهای انسانی بسیار خوبی برای انجام فعالیت های مربوط به توسعه کارآفرینی دانشگاهی هستند که می توان با ایجاد انگیزه در آنان از طریق راهکارهای زیر ، برای پیشرفتشان استفاده کرد .

۱- در نظر گرفتن کار دانشجویی برای فعالیت های مربوط به دفتر کارآفرینی ، اتاق فکر، مرکز پیش رشد موقت، نمایشگاه

دستاوردهای دانشجویان ، کارگاه مهارت ها ، کتابخانه کارآفرینی و ...

۲- اهدای جوایزی به دانشجویان فعال در زمینه‌ی کارآفرینی

۳- در نظر گرفتن تسهیلاتی در اعطای وام دانشجویی برای دانشجویان فعال کارآفرینی

۴- معرفی و تشویق دانشجویان فعال در زمینه‌ی کارآفرینی در مراسم ها

۵-۶. ظرفیتهای اجتماعی :

دانشجویان ساکن خوابگاه در فضایی غیر رسمی ، با امکانات کم ، فارغ از تمایزات تحصیلی، جغرافیایی ، قومی، زبانی و حتی سنی ، در کنار هم و به شکل گروهی زندگی می کنند . این ویژگیهای اجتماعی در جامعه‌ی خوابگاه ، از آن، یک اجتماع خاص و منحصر به فرد می سازد . روابط غیر رسمی رایج در جامعه‌ی دانشجویی خوابگاه ، جو این زیر سیستم را از سایر زیر سیستمهای دانشگاه متمایز می کند . غیر رسمی بودن روابط و جو محیطی خوابگاه ، به عنوان یکی از ویژگیهای سازمانهای کارآفرین، می تواند بسیار قابل توجه بوده و اهمیت بهره گیری از سایر ظرفیتهای بالقوه ذکر شده را در چنین جوی دو چندان کند .

۵-۷. منابع اطلاعاتی :

در مقطع آموزش عالی ، دانشجو باید به منابع دسترسی داشته باشد و از محدودیت های پژوهش و نیز پژوهش هایی که در پیرامونش انجام می گردد ، مطلع گردد. [22] هر خوابگاه می تواند دارای یک یا چند کتابخانه و سایت کامپیوتری باشد که منابع اطلاعاتی مناسبی برای انجام تحقیقات و آموزش های کارآفرینی هستند . راهکارهای زیر می تواند در تقویت این ظرفیت ها و بهره گیری بهینه از آنها موثر باشند :

۱- تجهیز کمی و کیفی سایت های کامپیوتری خوابگاه ها

۲- اتصال کامپیوترهای سایت های کامپیوتری خوابگاه ها به شبکه اینترنت

۳- تجهیز کتابخانه های خوابگاه ها به نشریات ، مقالات و کتابهای کارآفرینی

۵-۸. ظرفیتهای ترویجی و تبلیغی خوابگاهها :

خوابگاه فضای بسیار مناسبی برای تبلیغات مستقیم و غیر مستقیم ، و ترویج روحیه و فرهنگ کارآفرینی است . در این راستا راهکارهای زیر می تواند در توسعه کارآفرینی دانشگاهی بسیار موثر باشد :

۱- پخش منظم ، مستمر و هدفمند بروشورهای آموزش کارآفرینی در اتاقهای خوابگاه

۲- پخش مستمر داستان زندگی کارآفرینان موفق

۳- نصب پوسترهایی مربوط به کارآفرینی در محیط خوابگاه

۴_ نصب شعارهای کارآفرینی در محیط خوابگاه

۵_ برگزاری مسابقاتی برای ترویج فرهنگ و روحیه کارآفرینی مانند مسابقه بهترین شعار کارآفرینی ، مسابقه خلاقیت و ...

۶_ معرفی یک روز به عنوان روز کارآفرینی در خوابگاه ها

۷_ انتشار نشریه کارآفرینی شامل اخبار و ...

۶. جمع بندی و نتیجه گیری :

بدون شک دانشگاهها و مراکز آموزش عالی یکی از مهمترین منابع توسعه کارآفرینی در کشور محسوب می شوند . نقش کلیدی دانشگاهها در توسعه کارآفرینی ، موجب شده است تا کشورهای مختلف به امر توسعه کارآفرینی از طریق نظام آموزش عالی خود اقدام نموده و در این راه برنامه های بلند مدت ، میان مدت و کوتاه مدت را تدوین و اجرا نمایند . در مقاله حاضر ، برای توسعه کارآفرینی در دانشگاهها ، مدل مفهومی خاصی طراحی و ارائه شده و در این مدل بر استفاده هر چه بیشتر از ظرفیتهای خوابگاههای دانشجویی برای توسعه کارآفرینی توجه شده است . به عنوان جمع بندی ، نکات زیر قابل توجه است :

۱. مدل ارائه شده یک مدل ایده آلی و حداکثری بوده و در آن تمام ظرفیتهای موجود در خوابگاهها مورد توجه قرار گرفته است . هرچند ممکن است استفاده از تمام ظرفیت ها امکان پذیر نباشد ، اما استفاده از هر یک از ظرفیتهای مورد اشاره و بهره گیری از راهکارهای پیشنهادی می تواند بسیار مفید و موثر بوده و به توسعه کارآفرینی کمک کند .

۲. به نظر می رسد در طرح کاراد (طرح توسعه کارآفرینی در دانشگاهها) و سایر برنامه های اجرا شده در نظام آموزش عالی در ارتباط با توسعه کارآفرینی ، توجه ویژه ای به ظرفیتهای خوابگاههای دانشجویی نشده است . هرچند برخی دانشگاهها و در برخی ایام خاص ، فعالیت های محدودی در ارتباط با توسعه کارآفرینی در خوابگاهها داشته اند .

۳. در الگوی مفهومی ارائه شده ، برنامه اجرایی می تواند مبتنی بر مدل یادگیری دانشجو محور باشد (Student centered learning) که در آن ، دانشجویان استقلال بیشتری در مورد چگونگی ، زمان و مکان یادگیری دارند . این استراتژی شامل فعالیت های دسته جمعی ، وظایف مبتنی بر اهداف ، اکتشاف فکری ، فعالیت هایی که تفکر و اندیشه را تقویت می کنند و فعالیت هایی که مهارت هایی یادگیری در عمل را ارایه می کنند ، می باشد . هدف ، ایجاد محیطی است که در آن دانشجویان برای مشارکت فعال در فرآیند کارآفرینانه تشویق شوند . [23]

۴. خوابگاههای دانشجویی به دلیل حاکمیت روابط غیر رسمی و عدم وجود اجبار و وقت فراوان دانشجویان ، زمینه مناسبی برای توسعه مهارت ها ، روحیه و ویژگیهای کارآفرینانه محسوب می شوند .

منابع :

- ۱) سعیدی کیا ، مهدی ، (۱۳۸۲) ، آشنایی با کارآفرینی ، نشر سپاس ، تهران ، ص ۳۶ .
- ۲) فرشلاف ماهرویان ، جواد ، (۱۳۸۵) ، تازه های کارآفرینی مرکز کارآفرینی دانشگاه شریف ، گزارش خبرنگار کار و اشتغال ایسنا
- ۳) کاترجان ، کتاب رهبری کارآفرین : ماتسیوشیتا درخشانترین کارآفرین سده ۲۰ ، ترجمه محمد علی طوسی ، تهران ، مرکز آموزش مدیریت دولتی

4) Tefft, Sheila (1993) ; "from Tiananmen to office tower ", the christain science monitor; march.

5) Nulty, peter (1995) ; " A chefs secret ingredient for building a business : perfection," fortune; august.

۶) عابدی اردکانی ، مصطفی ، فرهنگ کارآفرینی ، روزنامه حمایت ، شماره ۶۶۷ ، ۳ مهر ۱۳۸۳

۷) کارترایت ، راجر ، (۱۹۴۸) ، سازمانهای کارآفرین ، ترجمه علی پارسیان ، تهران ، انتشارات ترمه ، ۱۳۸۳

۸) احمد پور داریانی ، محمود ، مقاله آموزش عالی موتور اصلی محرک توسعه کارآفرینی در ایران ، سمینار

کارآفرینی مشهد ، اسفند ۱۳۸۲ www.karafariny.com/ahmadpour.asp

- ۹) رضائیان ، علی ، (۱۳۸۳) ، مبانی سازمان و مدیریت ، انتشارات سمت
- ۱۰) سپه‌ی ، شادی ، (۱۳۸۵) ، عوامل تاثیر گذار در توسعه کارآفرینی و اشتغال زایی دانش آموختگان دانشگاهی ، مجموعه مقالات اولین همایش شناسایی توانمندی ها ، موانع و راهکارهای اشتغال فارغ التحصیلان دانشگاهی ، ص ۱۹۹-۲۱۴
- ۱۱) فیض ، داود ، (۱۳۸۵)، تحلیل استراتژیک وضعیت کارآفرینی در دانشگاههای کشور و ارائه استراتژی هایی جهت رفع موانع و توسعه کارآفرینی دانشگاهی با استفاده از مدل SWOT ، مجموعه مقالات اولین همایش شناسایی توانمندی ها ، موانع و راهکارهای اشتغال فارغ التحصیلان دانشگاهی ، ص ۳۱۱-۳۲۷
- 12) ضرورت توسعه کارآفرینی در دانشگاهها / وزارت کار و امور اجتماعی
- ۱۳) Timmons, Jeffrey A., (1999) *“New venture creation: Entrepreneurship for the century 21st.”*, Boston: Irwin McGraw-Hill.
- 14) Drucker, peter F., (1993) *“Innovation and Entrepreneurship: practice and principles”*, New York: Harper Business.
- 15) Hershey Paul, Blanchard, Kenneth and Dewey, Johnson, (1996) *“Management of organization al Behavior: utilizing Human Resources”*, 7 ed. New Jersey: prentice-Hall
- ۱۶) احمد پور داریانی ، محمود و مقیمی ، سید محمد ، (۱۳۸۵) ، مبانی کارآفرینی، نشر فرا اندیش، تهران، ص ۱۶
- 17) http://karad.irost.org/index_complete.asp
- ۱۸) صمد آقایی، جلیل، سازمان های کار آفرین، مرکز انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی، چاپ اول، ۳۷۸
- 19) Vesper , k , (1982) ; research on education for entrepreneurship , in encyclopedia of entrepreneursh. D sexton , c kent , k prentice .
- 20) کنت بلانچارد ، جان پی کارلوس ، آلن رندولف ، کتاب سه کلید توان افزایی ، ترجمه مهندس فضل اله امینی ، چاپ اول ، انتشارات افرا ، ۱۳۷۹
- 21) professor frank wicker ; " seminar in emotions and motivations", University of texas at Austin , sept. 15th 1999.
- 22) جایانت وی.نارلیکا ، علم را ساده کنیم ، نشریه خبری و آموزشی و تحلیلی ، ماهنامه صنعت و کارآفرینی ، شماره پانزدهم ، آذر ۸۵ ، ص ۲۷
- 23) Jones Calin and English Jack, (2004) *“A Contemporary approach to Entrepreneurship education”*, Education + Training, V.46, N.819, PP.416-423
- 24) استفاده بهینه از دوران تحصیل / مهندس عطیه فلاح شهیدی - مهدی ترابی مهربانی / اداره طرح و توسعه سازمان همیاری اشتغال فارغ التحصیلان