

# طراحی نظام شناسایی، هدایت و حمایت از دانشجویان مستعد کارآفرینی در دانشگاه ها

محمدعلی شفیعا : مدرس مباحث کارآفرینی و خلاقیت در حیطه مدیریت اجرایی، دانشگاه علم و صنعت ایران  
امیرحسین دکتران : دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی در دوره آموزش از راه دور دانشگاه علم و صنعت ایران

## چکیده:

نیروهای با ذکاوت و هوشمند تحصیلکرده ، طی سالهای اخیر در جای جای جهان به سمت اشتغال در نهادهای کوچک و متوسط تولیدی و خدماتی سوق داده شده اند. اشتغالی که به تدریج براساس مشارکت و نیز خود استخدامی بوده است. موانع و بروکراسی های فزاینده نهادهای بزرگ مقیاس در اقتصاد جهانی، در بسیاری از موارد منجر به عدم ایجاد رضایت ذهنی در نیروهایی که به اشکال مختلف مستعد کارآفرینی و در قالب های موجود گیر کرده اند، شده است. آمارگواه سمت گیری مشخص جهانی است. ۸۴/۴٪ از جمعیت ژاپن در سال ۱۹۸۱ در بخش صنایع کوچک شاغل بوده اند. ۹۰٪ از اشتغال زایی در فرانسه بین سال های ۹-۱۹۸۸ مربوط به بخش صنایع کوچک بوده است. در سال ۱۹۸۱، ۹۹٪ از صنایع آلمان را واحد های کوچک و متوسط تشکیل داده اند. بین سال های ۶-۱۹۸۰ کارگاه های کوچک اقتصادی چینی ۲۱۴ برابر شده اند. در ایران در سال ۱۳۷۶ ، ۹۴/۵٪ از کل صنایع ایران از نوع کوچک و متوسط بوده اند.

بر اساس شناخت ایجاد شده در مسئولین سیاست گذار ایران، برای استفاده هرچه مطلوب تر از نیروهای با ذکاوت و مستعد در حال تحصیل در دانشگاه ها، و یافتن مدل های مطلوب تر برای توزیع سرمایه گذاری های انسانی، منجر به ارایه گسترده درس ۳ واحدی کارآفرینی در رشته های دانشگاهی شده است. توسعه ای واقع گرایانه این حرکات در دستور کار مسئولین مختلف نظام قرار گرفته است.

میزان تاثیرگذاری نهادهای سامان یافته دانشگاهی موجود روی دانشجویان مستعد کارآفرینی، خود در دستور کار تیم محقق و نگارنده این مقاله، که مجری برنامه ریزی و ساماندهی کارآفرینی در دانشگاه متبوع خویش اند قرار گرفت. سامان دهی مدلی برای جذب، شناسایی و هدایت دانشجویان مستعد کارآفرینی با الگو گرفتن از تجارب ایجاد شده در راه اندازی فرهنگسراهای چندگانه در دهه ۷۰ ایران، توسط تیم های پژوهشی و مجری، زمینه ساز ارزیابی ابعاد مهارتی اجرایی، میان فردی، فکری و شخصی در این مدل به عنوان راهنمایی در شناخت مستعدها گردیده است.

مقاله ای جاری مبادرت به تصویر کردن خطوط علمی محقق شدن کارآفرینی در بین تحصیلکرده های دانشگاهی، و سمت دهی حمایت های اثر بخش دانشگاه ها برای اتکای هرچه بیشتر دانشجویان به ظرافت ها و نهفته های ذاتی خویش در هدایت شخصی کارهای ارزش افزا نموده است.

**واژگان کلیدی :** شایستگی ، کارآفرینی ، صنایع کوچک و متوسط، حمایت از مستعدان

## مقدمه :

سیاست های حمایتی متعددی از سوی مسئولین کشور در خصوص کارآفرینی در موقعیتهای گوناگون اخذ شده است. منجمله وزیر کار در افتتاحیه دانشکده کارآفرینی اعلام می دارد، واحدهای کارآفرینی باید در تمامی رشته های دانشگاهی مطرح باشند. کارآفرینی را نباید فقط در حوزه اقتصاد ، بلکه در تمامی حوزه هایی سیاسی ، امنیتی ، اقتصادی و اجتماعی مطرح کرد. معاون علمی و فناوری رئیس جمهور در مراسم افتتاح شبکه شرکتهای نانو اعلام می دارد، که چون دنیا تصور درستی از اقتصاد ایرانی ندارد، ابتدا باید فرهنگ کسب و کار ایرانی را به وجود آورد. وزیر علوم اعلام می دارد، درس کارآفرینی برای تمامی دانشکده ها تعریف شده، و در ابتدا به صورت اختیاری ارائه می شود و در تکاپوی یافتن راهی برای نهادینه و الزامی شدن آن هستند. ریاست جمهور بر لزوم تدوین سند ملی توسعه کارآفرینی اشاره می دارند. از توسعه فرهنگ و دانش کارآفرینی بعنوان عامل و

محرك در دستیابی به اهداف آرمانی سند چشم انداز ۲۰ ساله و تحقق شعارهای چهارگانه دولت نهم اشاره نموده اند. تمامی این تدابیر ضرورت کنکاش برای یافتن رویکردهای محقق کننده این نیت و سیاستگذاری ها را فراروی قشر اندیشمند ایرانی را اعلام می نماید.

از اساسی ترین سوالات مطرح فعلی، وقوف برچگونگی اجرائی شدن برنامه های کارآفرینی در سطح کشور به دلیل شرایط خاص جامعه کاری و به بار نشستن ثمرات انقلاب است که ، ممکن است الگوبرداری از تجربه سایر کشورها بطور قاطع نتواند برای پاسخگویی به سوالات روی در روی کاملاً مترواقع شود نگاه به این پرسش که، اگر هر کس طرح یا ایده خوبی برای ایجاد ارزش در جامعه داشت، می تواند کارآفرین باشد؟ اینکه آیا نظام حاکم و خدمت گذار، فقط بر اساس طرح ها و ایده های مطرح شده تسهیلات متنوع را در اختیار گذارد، یا در فرآیندی زمان دار و از پایه، از طریق نهادهای اندیشمند تدابیری برای هدایت صاحب ایده ها اخذ نماید؟ با چه ترفندهایی روی افراد مستعد کار شود که با ممیزه های تیزهوشی ایرانی تطابق داشته باشد؟ طیف زیادی از تجارب نامطلوب در بیار نشستن تدابیر اخذ شده ریشه در عدم عنایت به ویژگی ها و ممیزه های افشار ایرانی دارد. نگاه به این زوایا که، چگونه افراد مستعد به بار نشانیدن ارزش های کارآفرینی را شناسائی، طرحهای آنان را بصورت نمونه<sup>۱</sup> در نهادهای آموزشی- پژوهشی نظیر دانشگاه نظام مند نموده و سپس با ریسک کمتری، دولت ، سرمایه ملی را در اختیار کارآفرینان قرار دهد درخور تعمق و هدایت پژوهش های میدانی است.

### ۱- نیاز به مکانیزم شناسایی استعدادها ، فراروی نظام های تعلیم و تربیت کشور

اندیشمندان، استعدادهای انسان را به کوه یخ تشبیه کرده اند [۱]. طیف محدودی از آنها آشکار و بقیه نهان هستند. موارد نهفته، ممکن است گاه در اولین نگاه چهره ننماید. وظیفه محققین برای بهره گیری از ظرفیت های نهان انسانها، آشکارسازی این توانایی هابه اشکال و تمهیدات مختلف است. به فراخور شرایط حاکم بر جامعه، تمر مطالعات انجام شده توسط نگارندگان این مقاله، در قدم اول ارایه مدل استعدادیابی، برای کشف و بکارگیری استعدادهای نهفته انسانی افرادی است که برخوردار از ویژگی های برتر و مرتبط با جهت گیری های راهبردی کشور برای هم افزایی فرآیند اشتغال زایی و نیز محقق سازی تدابیر اخذ شده برای فرآیند توسعه ی جمهوری اسلامی است.

اندیشمندی همچون مک کلند<sup>۲</sup> روانشناس معروف از دانشگاه هاروارد، در سال ۱۹۷۱ نشان داده است که آزمون هوش ، پیش بینی کننده ضعیفی برای توفیق فرد در شغل است. او شناخت و ارزیابی شایستگی ها را ملاک موفقیت در برآوردن خواست های کارآفرینانه توصیه می نماید. منابع علمی افراد را در مقوله های لیست شده در جدول ۱ از هم متمایز ساخته اند. نهادهای تعلیم و تربیت، دامنه نگاه خویش را باید از محورهای محدود جاری که بیشتر به دانش و آگاهی ذخیره شده در اذهان تکیه دارد، گسترش دهند. با عنایت به مستندات علمی انتشار یافته اخیر در باب افراد متمایز از دیگران، و انعکاس

جدول ۱: ممیزه های ضرور برای متمایز سازی افراد به هنگام گزینش.

ردیف	ممیزه	مفهوم و آشکارساز
۱	دانش و آگاهی ها	معلومات شغلی ، اطلاعات و تخصص مرتبط با شغل
۲	قابلیت ها یا مهارت ها	توانایی انجام کارهای مرتبط با اهداف شغلی
۳	نگرش ها و ارزش ها	ترجیحات و یا مفروضات ذهنی فرد
۴	ویژگی ها	خصوصیات شخصیتی و نحوه واکنش به شرایط و افراد
۵	انگیزش	سائقه های درونی و اشتیاق برای اقدام

خصایص برتر گستره عظیمی از ایرانی ها در سطح جهان، تحت عناوین و خواص مختلف، شناخت افرادی با ممیزه های زیر، شاید بتواند تصویری فیلتر شده از کسانی که قادر به محقق کردن تلاش های کارآفرینانه با درجه مطلوبیت بالاتر رادارند ارایه نماید [۲]. نظام تعلیم و تربیت کشوری تواند در جستجو برای سامان دهی نهادهای شناسایی افرادی متمایز از دیگران در راستای امر تشدید اشتغال و جهت دادن حرکات کارآفرینی باشد:

- **بازکاوت ها** یا کسانی که، از نظر ذهنی سریع و با کفایت بوده، حضور ذهن داشته، خوش فکر، زبل و زیرک، علاقمند، و سرحال باشند.<sup>۳</sup>
  - **باهوشها**، یا آنانی که به روشن، شاهکار، دانا، سریع الجواب هم معروف شده اند. کسانی که از خود زبلی ذهنی نشان می دهند. آنهایی که توان مواجهه با مسایل جدید را داشته و از قدرت استدلال و ایجاد تمایز خویش به نحو موثری استفاده می کنند.
  - **برگزیده ها**، یا کسانی که به نوعی از وضعیت برتر از دیگران برخوردارند که از سوی اقشار لایه های پائین تر آن جامعه به عنوان برتر گزیده می شوند.<sup>۵</sup>
  - آنانی که موسوم به **تیز** اند و زمان برای آنان از اهمیت ویژه ای برخوردار بوده، آمادگی ذهنی داشته و دارای شفافیت اندیشه و برداشت هستند.
  - **اهدایی ها**<sup>۶</sup> یا کسانی که، برخوردار از نوعی توانایی هوشمندی اند که، نسبت به افراد معمولی در حد بسیار بالاتری قرار دارند. آنها که مغز آنان از نظر روانی جلوتر از دیگران کار کرده و نقش های احساسی آنان نسبت به سایرین متفاوت ظاهر می شود. مگر نه اینکه، آلبرت انشتاین نمی توانست تا سن دوسالگی حرف بزند ولی بعداً روانی صحبت و دستیابی به خواست های بیانی وی این تاخیر رو به نحو مطلوبی پوشش داد [3]
  - **خوش قریحه ها**<sup>۸</sup> که، در موضوع خاصی ویژگی و خواست آنان، کاملاً با بقیه فرق دارد.
  - **خلاقان**<sup>۹</sup>، یا آنانی که دارای توان و قدرت خلق کردن که نزدیکترین مخلوقات نسبت به وی ندارند. آنانی که نگاه آنها به موارد اصلی و غیر بدلی بوده از قدرت تخیل بالایی برخوردار اند.
  - **عاشقان دل بسته**<sup>۱۰</sup> یا افرادی که تمام و کمال خود را وقف یک اندیشه یا عمل خاص می کنند، و دارای احساس یا تمایل قوی یا وابستگی شدید به امری فکری یا اجرایی دارند.
- انسانهای ذکر شده در فوق، با ویژگی های اشاره به تناسب شناختی که از مولفه های مترتب در افراد مستعد بروز دگرگونی یا کارآفرینی مطرح شده، نسبت به قشر انبوه جامعه تمایزات آشکاری دارند. این افراد نیز، در ارزیابی های مرسوم از جمله برای ورود به نهادهای تعلیم و تربیت، با ابزارهای مشابه دیگران و خاصه نگاه به ظرفیت های اندوخته سازی دانش مورد بررسی قرار می گیرند. حتی اگر با شناخت منطقی نیز گزیده شوند، مسیر تربیتی یکسانی را با بقیه می پیمایند. عدم نگاه ویژه در امر ایجاد ارزش بدانها، زمینه ساز مناسبی برای زوال مغزها<sup>۱۱</sup> چه از طریق کشش<sup>۱۲</sup> بیگانگان با فضا سازی های ضرور، چه از طریق دفع<sup>۱۳</sup> آنان با عدم عنایت به توانایی های نهفته آنان می گردد.
- تجارب فعال سازی افراد مستعد دهه ۱۳۷۰ در جمهوری اسلامی برای نشر فرهنگ اندیشه و کار، در طی فرآیندی چهارساله با مساعد تنگاتنگ دانشگاه و شهرداری تهران، ضمن انجام آزمون و خطا برای شناسایی افراد مستعد کار بدون اتکاء به نهادهای حکومتی در قالب پروژه خانه های فرهنگ و نیز سامان دهی فرهنگ سرای خاوران و به تبع آن طیفی از این نهاد ها شد، علاوه بر شناخت حضوری افراد در میدان عمل، به تنوعی از آزمون ها نظیر هوش ریو، آزمون نئو و آزمون ام ام پی آی ورای مصاحبه دست یازیده شد. تبعات هدایت افرادی که با این رویکرد جذب این آزمون گردیدند، به بار نشستن طیف زیادی از حرفه های اجرایی در این مقطع گردید. هدایت این آموخته ها در قالب مدلی که بتواند در ورود متقاضیان تحصیل در مراکز آموزشی، آنان را که مستعد تراند بشناسد، و با ترفندهای سنجیده ای بسوی بهره گیری از فرصت ها هدایت کند، مد نظر تلاش مطالعاتی نگارندگان این نوشته است. با این نیت تعمق بر خصایص شناخته شده افرادی که تلاش آنان موجب ایجاد ارزش در قالب آفرینش کار می شود، ضروری است.

## ۲- افراد مستعد کار آفرینی<sup>۱۴</sup>

واژه کارآفرینی با ریشه ی فرانسوی، مفهوم تعهد کردن کاری را انتقال می دهد. فردی که، تعهد کند تا سازماندهی و مدیریت کسب و کار جدیدی را که توام با ریسک است، بپذیرد، در زمره این افراد جای می دهند [۸]. در این کشور ابتدا به کسی این صفت را ربط می دادند که، گروه موزیک یا دیگر فعالیت های تفریحی و سرگرم کننده را سازماندهی می کرد. در اوایل قرن ۱۶ میلادی این مفهوم برای کسانی به کار برده شد که، به ماموریت های نظامی اعزام می شدند. به تدریج این واژه در قرن ۱۷ کاربرد بیشتری

پیدا کرد. فعالیت های مهندسی ، همچون امور ساختمانی<sup>۱۵</sup> و سنگسازی را نیز شامل شد. در قرن ۱۸ ، این اصلاح برای فعالیت های اقتصادی نیز به کار گرفته شد. در این قالب ، مفهوم کارآفرین ، بیش از چهار قرن مسیر تکاملی خود را پیمود. از این زمان به بعد بود که واژه ی کارآفرین برای فعالیت های متنوع و در قالب دیدگاه های مختلف مطرح شد [۹].

کارآفرینی موضوعی میان رشته ای است که گستره تخصص هایی همچون اقتصاد ، روان شناسی ، مردم شناسی ، جامعه شناسی و مدیریت در تکامل آن نقش اساسی داشته اند [۴]. در تاریخ توسعه ی اقتصادی ، اقتصاد دانان کلاسیک ، همچون آدام اسمیت<sup>۱۶</sup> و دیوید ریکاردو<sup>۱۷</sup> ، نقش مهمی برای کارآفرینی در توسعه ی اقتصادی قائل نبودند. به نظر آنان عوامل تولید، عبارت اند از : سرمایه ، ماشین آلات و نیروی کار که به طور خودکار و خودتنظیم توسعه ی اقتصادی را موجب می شوند [۱۰].

ریچارد کانتیلون<sup>۱۸</sup> در حدود سال های ۱۷۳۰ میلادی برای اولین بار عوامل اقتصادی را به سه دسته مالکان زمین ، عوامل اقتصادی دستمزدبگیر و آن دسته از عوامل اقتصادی که با قبول خطر و ریسک در بازار بورس فعالیت می کنند، تقسیم نمود. ژان باتیست سی<sup>۱۹</sup> اولین کسی بود که بر نقش حیاتی کارآفرینان در بسیج منابع اقتصادی بر اساس اصول بهره وری تاکید کرد [۱۱]. ژوزف شومپتر<sup>۲۰</sup> اقتصاددان برجسته ، کارآفرینی را موتور محرکه ی که توسعه ی اقتصادی می داند و از آن تحت عنوان تخریب خلاق یاد می کند. این بدان معنی است که کارآفرین ، تعادل ایستا را در اقتصاد تخریب و تعادل پویایی را که لازمه ی توسعه ی اقتصادی است ، ایجاد می کند. کار شومپتر در مورد توسعه ی اقتصادی و کارآفرینی ، تاثیر به سزایی بر آثار بعدی در مورد کارآفرینی داشته است ، به طوری که وی را پدر کارآفرینی می نامند. بررسی مستندات علمی، سه مکتب اصلی اقتصادی نئوکلاسیک، اتریش و شومپتر در حوزه ی کارآفرینی را نشان داده است.

در مکتب نئوکلاسیک ، کارآفرین یک صاعقه ی حساسگر است. افرادی که به سرعت رعد و برق ، گزینه ها و فرآیندهای مولد را بررسی و بهترین گزینه ها را انتخاب می کنند. مکتب اقتصادی اتریش ، مفهومی پویاتر و غنی تر از کارآفرینی مطرح می کند. بر اساس آن ، کارآفرینان فرصت های بازار نامتعادل را کشف و از آن ها بهره برداری می کنند تا بازار به موقعیت تعادل برسد. شومپتر به عنوان دانشجوی مکتب اتریش ، کارآفرین را فردی متفکر، جسور و رهبری الهام بخش می داند که باید با ترکیب منابع اقتصادی در قالب روشی جدید ، عدم تعادل اقتصادی ایجاد کند [۱۲].

علاوه بر اقتصاددانان ، صاحب نظران روان شناسی ، مدیریت ، جامعه شناسی و مردم شناسی نیز به بررسی جنبه های مختلف کارآفرینی پرداخته اند. مطالعه ی کارآفرینی در روان شناسی بر درک این نکته که چطور صفات افراد مختلف با انگیزش و عملکرد کارآفرینانه ی آنان ارتباط دارد ، متمرکز بوده است. جامعه شناسان در شناسایی گروه بندی های اجتماعی بر اساس مذهب و نژاد و تاثیر آن ها در فعالیت های کارآفرینانه ، تلاش هایی کرده اند و مردم شناسان نیز بر نقش های فرهنگ و روابط اجتماعی در کارآفرینی تاکید داشته اند [۵]. در اواخر دهه ی هشتاد میلادی نیز نویسندگان علوم مدیریت ، به کارآفرینی و اداره ی امور کسب و کارهای کارآفرینانه توجه کردند.

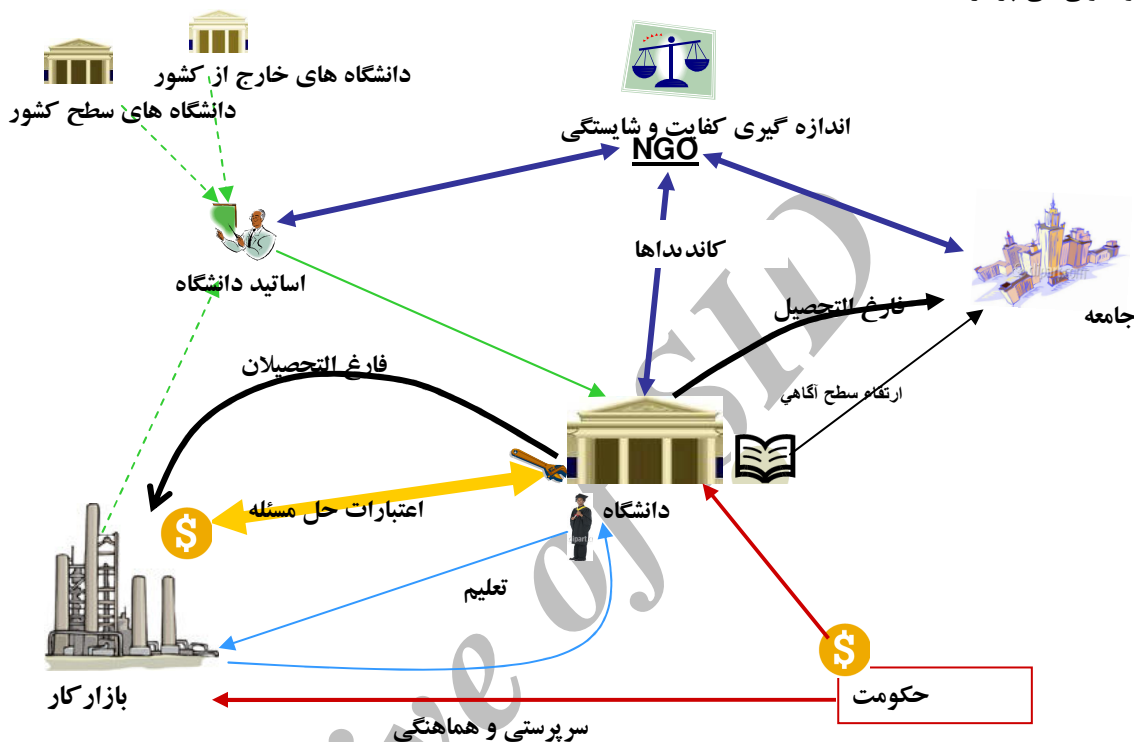
قبل از پرداختن به اولین بعد مطرح در نوشته جاری، یا تشخیص ورودی مناسب برای فرآیند کارآفرینی، طیفی از تعاریف مختلف که صاحب نظران از کارآفرینی و کارآفرین داده اند، نظیر جدول ۲ در قیاس با یکدیگر قرار می گیرند تا زیربنایی برای جهت گیری مطلوب تر برای برگزیدن دانشجویان مناسب کارآفرین شدن که به فراخور مکانیزم های پذیرش دانشگاهی تحصیلات خویش را آغاز کرده اند، ایجاد گردد..

جدول ۲- تعاریف کارآفرینی و کارآفرین از دیدگاه صاحب نظران

ردیف	صاحب نظران کارآفرینی	تعاریف کارآفرینی و کارآفرین
۱	ژان باتیست سی	فردی است که منابع اقتصادی را از حوزه ای که دارای بهره وری و سود پایین تر است ، به حوزه ای بالاتر، منتقل می کند [۱۳]
۲	ژوزف شومپتر	کسی که ترکیبات جدیدی را در تولید ایجاد می کند. کارآفرینی عبارت است از عرضه ی کالایی جدید ، روشی جدید در فرآیند تولید ، ایجاد بازاری جدید ، یافتن منابع جدید و ایجاد هر گونه تشکیلات جدید در کسب و کار.
۳	کرایزنر <sup>۲۱</sup>	کارآفرینی بهره برداری از فرصت ها برای ایجاد تغییر است و کارآفرین همواره به دنبال تغییر ، پاسخ دادن به آن و بهره برداری از آن به عنوان یک فرصت است . کارآفرینان افرادی اند که رقابت را افزایش می دهند ، به دنبال فرصت های مناسبی اند تا در محیط بازار ، نیازهای برآورده نشده را برآورده کنند و عقاید جدید را خلق و اجرا کنند.

### ۳- مولفه های دخیل در مطلوب عملکرد نهادهای آموزش عالی

شکل نموداری مفهومی از ارتباطات ضرور برای محقق شدن خواست بازار کار به تربیت نیروی کار مورد نظر را به تصویر کشیده است [۱۰]. در آن به چگونگی ایجاد ارتباط بین عناصر دخیل در برآورده ساختن نیازهای یکدیگر توجه دقیق شده است. دانشگاه علاوه بر تعمق برخواست های جامعه به عنوان مشتری جدی و روی در روی، به حل مسایل بازار کار و حکومت با رویکردهای گوناگونی می پردازد.



شکل ۱: ارتباط دانشگاه و بازار کار و حکومت برای تربیت نیروی کار لازم جامعه

از جمله توجهات عمیقی که برای موفق عملکرد دانشگاه نسبت به نیازهای روی در روی تربیت نیروی کار، توسعه مرز آگاهی ها و نیز ارایه خدمات مشاوره در ابعاد مورد احتیاج جامعه مطرح است، تعمق کیفی و واقع گرایانه ورودی های دانشگاه به عنوان کلیدی ترین عناصر اثرگذار بر عملکرد نهایی اوست [۷]. بجای محک زدن بخشی از ارزش های آشکار شده دانشجو که در قالب بهره گیری از قدرت حافظه سنجیده می شود، ضروری است به گستره عمیق تری از توانایی های پنهان وی هم توجه نماید. تمهیداتی بیندیشد که در مسیر اجرای وظایف خویش، مبادرت به اخذ تدابیری راهگشا برای توسعه هرچه بیشتر توانمندی های نهانی او بنماید. راهکارها و تسهیلاتی را سامان دهد تا دانشجو با واقعیت ها و نیازمندی های واقعی آشنا شده و از ظرفیت های دورنی خود در راستای استفاده معقول از توانمندی های گسترده جامعه که با بهره وری اندک استفاده می شوند، استفاده موثر کند. منطقی است دانشگاه در حین ارایه خدمات متنوع آموزشی و پژوهشی خویش به دانشجویان، با اقدامات خاص مبادرت به شناسایی ظرفیت های نهفته نموده و در جهت باروری آنان بکوشد.

### ۴- ممیزه هایی که می توانند به شناخت دانشگاه از افراد مستعد کارآفرینی مساعدت بدهد

شواهد انتشار یافته در باب شناخت کارآفرینان بیشتر بر خصایص ویژه ای تاکید دارند. طیفی از دانشجویان که همه آنان برگزیده های اجتماع اند، می توانند برخوردار از خصایص کارآفرینانه باشند، که دانشگاه با تمهیداتی که می اندیشد با ظرافت باید

مبادرت به هدایت این اقشار در راستای توانایی های نهفته آنان که در اکثر موارد با توده دانشجویی تفاوت دارد بنماید. آنها می توانند دارای حالت های ذهنی مثبت باشند، نیاز به موفقیت را بیشتر احساس کنند، تمایل به ریسک و مخاطره در آنان از سایرین بالاتر باشد، گرایش نسبتاً معقولی به حرکات اجرایی توأم با خلاقیت و نوآوری داشته باشند. روحیه ی شکست ناپذیری داشته و خویش را بجای کنترل از بیرون و توسط دیگران از درون کنترل و هدایت کنند. همواره نیاز به استقلال در وجود آنان موج می زند.

طیفی از خصایص کارآفرینانه آنان به سابقه و پیشینه آنان باز می گردد. اینکه چه شرایطی در کودکی بر آنان حاکم بوده، در روند انجام تحصیلات قبلی چگونه با چالش ها روبرو شده اند، از چه کسانی الگوبرداری می کرده اند، و چه عواملی منجر به خرسندی و کدامین شرایط منجر به بروز کدورت در آنان می شده، آنان را از سایر دانشجویان متمایز می کند. ضروری است دانشگاه ضمن عرضه خدمات تعریف شده خویش، تسهیلاتی را برای شناسایی این افراد از بین تمامی ورودی ها در نظر گیرد. آموزش هایی ورای برنامه های مصوب و به عنوان فعالیت های فوق برنامه برای عرضه دانش هایی که اندیشه را به کسب و کار بدل سازد بنا به خواسته به آنها بدهند. دانشگاه در حین توانمندسازی او با برنامه های آموزشی رسمی به او در انجام طراحی مساعدت داده، در اوقدرت حل مسئله پدید آورده به او قدرت مذاکره و چانه زنی داده و راهکارهای تاثیرگذاری بردیگران را بیاموزد. به وی اطلاعاتی نه در قالب درس، بلکه در مسیر برآوردن نیازهای درونی متناسب با موضوعات مطرح شده در جدول ۳ ارائه شود.

جدول ۳: طیفی از مباحث که به دانشجوی مستعد کارآفرینی در قالب ایجاد فرصت باید عرضه شود

شماره	عنوان موضوع آموزشی	زمینه اطلاع رسانی
۱	مبانی کارآفرینی	درک الزامات کارآفرین شدن
۲	ابتکار، خلاقیت، نوآوری و ایده پردازی	شناسایی ظرفیت های رشد درونی انسان و ایجاد ارزش
۳	تدوین طرح کسب و کار	ایجاد ساختار فکری از ابتدا تا انتهای یک فرآیند اجرایی مولد ارزش
۴	مدیریت فرآورده و خدمت	ایجاد درک لازم برای محقق کردن بهره گری از توانایی های دیگران
۵	بازاریابی و فروش	شناساندن راهکارهای عرضه ارزش به دیگران و بدل کردن به دیگر ارزش ها
۶	قوانین و مسیرهای اداری	شناسایی ضوابط حاکم بر راه اندازی کسب و کار، کسب اطلاعات، اخذ مجوزها، تامین مالی
۷	تامین مالی	شناخت راهکارهای تامین مالی برای انجام تلاش ها

به او حتی می توان مبانی حقوق جنایی، ظرافت های مالکیت معنوی در طرح تجاری، رویکردهای غیرمرسوم در تدارک منابع مالی، مبانی تدارکات بین المللی و حتی نحوه انجام کارها بصورت تیمی را بصورت کششی نه بخشی از برنامه درسی تعلیم داد.

## ۵- مدل محقق سازی کارآفرینی در فرآیند آموزش عالی

براساس شناخت ایجاد شده از کسانی که به صورت مختلف مبادرت به راه اندازی حرفه های گوناگون بدون تکیه بر امکانات دولتی داشته اند، الگوی فکری زیر برای کارآفرین سازی را می توان مبتنی بر واقعیت های رخداده پیشین ارائه نمود:

- ۱- کلیه دانشجویانی که با مکانیزم های مرسوم پذیرش وارد دانشگاه شده اند، از نظر برخورداری از شایستگی های لازم کارآفرین شدن با نمونه مدل های شایسته سنجی شناخته شده که در ادامه آمده اند، محک بخورند.
- ۲- به فراخور تجارب کسب شده در پیگیری فعالیت های کارآموزی دانشجویان در نهادهای اجرایی که به دلایل عدیده باعث عدم موفقیت فرآیند گردیده، ضروری است که ضوابطی در فرآیند کارآفرین سازی تدوین و به تصویب برسد که، صنعتگر یا نهاد ارائه دهنده خدمت در قالبی برنده برنده نه صرف صدور فرمان از نهادهای بالادستی به میدان بیاید. از جمله طیفی از مالیات هایی که براساس قوانین باید به دولت بپردازد را در قالب هزینه هایی که از حمایت از اندیشه های کارآفرینان معرفی شده از سوی دانشگاه ها با مکانیزم های دقیق ارزیابی و هدایت به وی معرفی شده از او پذیرفته شود.

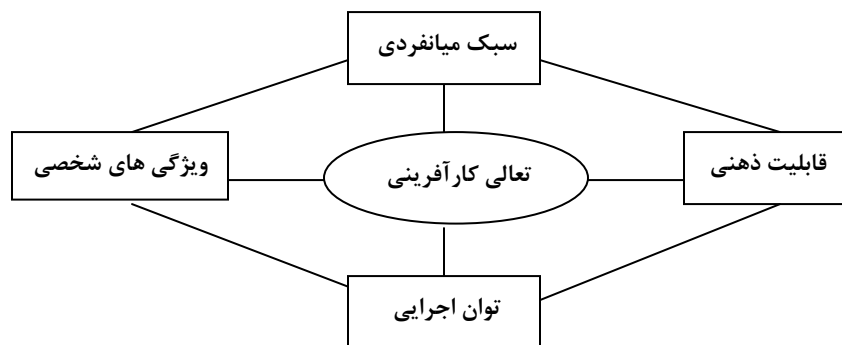
- بجای پرداخت بخشی از مالیات نظیر تجربه کسب شده در توسعه ورزش در کشور، طیفی از بودجه را به کارآفرینی در صنعت اختصاص داده شود. بجای بانک ها که غالباً برخوردار از تخصص عمیق توسعه فرآورده صنعتی و خدمت نیستند، برای نظر دادن ارزش کار صنعت مطلع و متخصص به خدمت گرفته شود.
  - برای ایجاد فضای برنده برنده در واحدهای اجرایی، تسهیلاتی برای نهادهایی که خدمت کارآفرینانه را به مدد نیروهای تخصصی خویش حمایت می کنند داده شود. با به بار نشستن طرح کارآفرینانه منجر به اجازه ورود سهمی از نیروهای متخصص واحد کمک کننده به مراکز آموزش عالی برای ارتقاء آگاهی ویا مدرک تحصیلی تخصصی ورای مکانیزم های مرسوم ورود به دانشگاه باشد.
  - ایجاد تسهیلات آموزشی به فرزندان متخصصینی که در مساعدت طرح دخیل بوده اند.
  - هدایت وام های متنوع مرسوم برای تقویت کارآفرینی که به اشکل گوناگون تامین می شوند، به صنعت ذریبط برای مقاصد توسعه ای.
  - دادن سهمیه های خاص برای ورودی به دانشکده های کارآفرینی به متخصصین حمایت کننده.
  - دادن مدارک خاص اعتباری و افتخاری و نیز ایجاد فرصت برای عرضه خدمات تخصصی به دانشگاه ها علیرغم نداشتن مدارک خاص حرفه ای دانشگاهی، از سوی مراکز آموزش عالی به حمایت کنندگان طرح اجرایی کارآفرینی.
- در این فرآیند صنعت، دانشگاه، دانشجو و حکومت هر یک در منافع خاص خویش سهیم بوده و در جریان تحکیم آن می کوشند.
- ۳- با تسهیلاتی که در اختیار همه ی دانشجویان دانشگاه قرار می گیرد، در جوار برنامه های درسی، درسالهای دانشگاه روی توانمندی افراد مستعد کار شده و در عین حال زمینه تجربه اندوزی و محک خوردن اندیشه های آنان از طریق برقراری ارتباط ویژه و طراحی شده با بازار کار پدید آید. دانشگاه می تواند امکانی را نظیر مراکز رشد<sup>۲۲</sup> یا نهادهای علاقمند به همکاری با دانشگاه در قالب برنده برنده تجهیز نماید که، با بودجه های کارآفرینانه دانشجویان مبادرت به محقق سازی الگوهای ذهنی خویش نمایند. این زمینه به نوعی دانشجویان را به سمت ایده مطرح کردن سوق می دهد.
- ۴- پس از ارزیابی های کارشناسی در توانایی های شناخته شده که به تدریج بافوق برنامه های جهت دار دانشگاه تقویت می شوند، فرد مستعد به واحد صنعتی معرفی می شود که با قانون گذاری های مشخص برای منتفع شدن آماده شده باشد.

#### ۶- شایستگی هارا چگونه باید در دانشجویان جستجو کرد

شایستگی مجموعه ی دانش ، مهارت ها ، خصوصیات شخصیتی ، علائق ، تجارب و توانمندی های مرتبط با شغل است که فرد را قادر می سازد در سطحی بالاتر از حد متوسط به ایفای مسئولیت بپردازد. در واقع شایستگی ها الگویی را ارائه می کنند که نشان دهنده فرد با عملکرد برتر در کاری که به وی محول شده می باشد. طی سالهای اخیر تلاش های گسترده ای برای متمایز ساختن عناصر کاری مختلف در سطح کشور با استفاده از تنوعی از الگو انجام گرفته است. برخی از مدل شایستگی دولت کانادا، عده ای به گروه شایستگی شرکت شل روی آورده اند و افراد را برای از هم متمایز ساختن با این مدل ها محک زده اند.

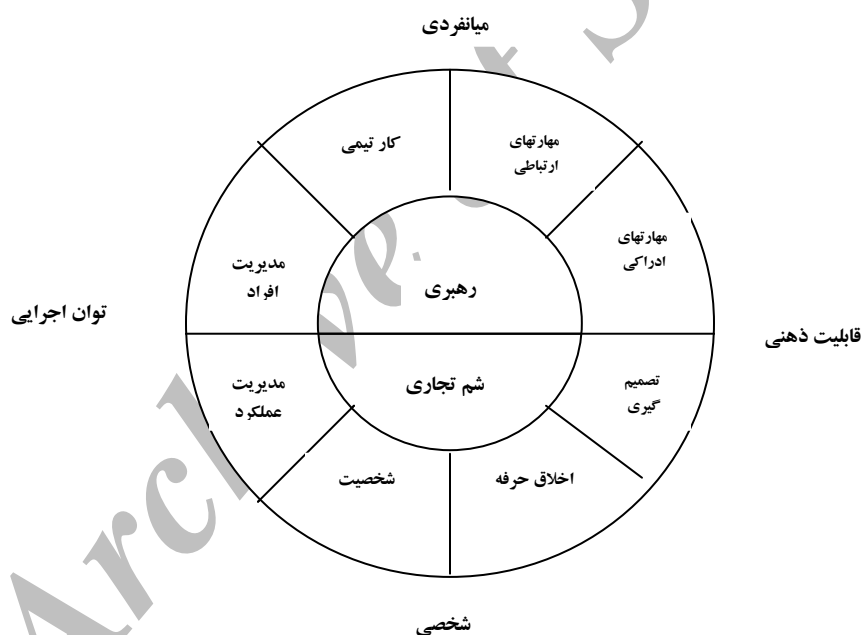
مدل هایی چون سازمان تامین اجتماعی، شرکت ایساکو، سازمان گسترش و نوسازی ایران در حیطه صنعت ایران و متناسب با ویژگی های فرهنگی این کشور طراحی و با موفقیت به خدمت گرفته شده اند [۶]. این مدل ها از دهه ۱۹۹۰ میلادی ، مطرح و بهره گیری از آنان به عنوان ابزار شناسایی توانایی های نهفته انسانی به سرعت گسترش یافته است. تا سال ۱۹۹۹ ، از بین ۳۰ شرکت بزرگ دنیا ، ۲۹ شرکت آنها را بکار برده اند. در سال ۲۰۰۱ بیش از ۷۵٪ سازمانهای معتبر جهانی از این مدلها برای دستیابی به شناسایی افراد بهره گرفته وطی سالهای ۲۰۰۲ تا کنون اکثریت شرکت های تولیدی جهان به ویژه آنان که در حیطه کالاهای صنعتی سروکار دارند به نحو گسترده ای از مدل شایستگی APQC استفاده می کنند.

از آنجا که مدل سازمان گسترش در راستای ممیزه های شناخته شده کارآفرینی و در سطح صنعت و نیز صنعت آفرینی طراحی و به خدمت گرفته شده است، می تواند به عنوان زیربنایی برای تمیز دادن دانشجویان مستعد کارآفرینی به خدمت گرفته شود. ارکان اصلی مدل شایستگی عبارت است از سبک های میانفردی ، قابلیت ذهنی ، توان اجرایی ، ویژگی های شخصی در راستای تعالی کارآفرینی که در شکل ۲ به تصویر کشیده شده اند.



شکل ۲: مدل شایستگی برای شناخت مستعدکارآفرینی

در این مدل تعالی که برای شناسایی کسانی که مستعد کارآفرینی هستند بکار گرفته می شود، دو بخش رهبری و شم تجاری از ارزش خاصی برخوردار هستند. قابلیت ذهنی نیز شامل تصمیم گیری و مهارت های ادراکی می باشد. سبک میان فردی نیز شامل مهارت های ارتباطی، کار تیمی بوده و توان اجرایی نیز شامل مدیریت افراد و مدیریت عملکرد است. در این مدل، ویژگی های شخصی نیز به دو مولفه شخصیت را خلاق حرفه ای تقسیم می گردد.



شکل ۳: ارتباط ارکان مدل شایستگی کارآفرینان و شایستگی مرتبط

در مهارت های ارتباطی توانایی های گفتار کلامی و شنیداری، موارد غیر شنیداری و نوشتاری و ارتباط موثر فرد محک می خورد. در ارزیابی فرد از نظر توانایی کار با تیم، به روحیه همکاری وی، چگونگی درک دیگران و نحوه حضور در فعالیت های گروهی وزن داده می شود. در سنجش مهارت های ادراکی، دانشجوی مورد ارزیابی از این نظر که دیدی راهبردی دارد، برخوردار از قدرت خلاقیت هست، و چقدر بطور نظام مند می اندیشد، محک می خورد. در میزهی تصمیم گیری بررسی می شود که او چقدر ریسک های سنجیده می کند، مسئله شناس هست به نحوی روبه حل مسئله می کند که به حل خلاقانه آن منجر شود، و اینکه آیا راهکارها را ارزیابی می کند مورد داوری قرار می دهد.



در تعمق بر ابعاد شخصیتی دانشجوی برای محک خوردن برای کارآفرین شدن، به میزان اعتماد به نفس او، به مسئولیت پذیری و پایداری او عنایت می شود. اخلاق حرفه ای، زاویه دیگری از شایستگی های مورد انتظار از فرد است. در این شایستگی، صداقت و درستی، برخورداری از وجدان کاری و عنایت به کمال جویی حرفه ای مورد توجه قرار می گیرد. بعد دیگری که او محک می خورد اینکه توان مدیریتی او در برخورد با دیگران چقدر است. آیا می تواند در دیگران انگیزه ایجاد کند، افراد را می تواند بپروراند، قادر به مشارکت دادن دیگران در کارها از طریق تفیض کردن به آنان هست. توان رهبری ممیزه دیگری است که در فرد جستجو می شود، اینکه می تواند منجر به تغییر و تحول شود، دارای قدرت و نفوذ در دیگران هست، می تواند آنان را به گونه ای که مدنظر اوست سازماندهی نماید. علاوه بر آن بررسی می شود که او برخوردار از شم تجاری هست. نسبت به رخدادهای محیط خویش هوشیار هست. نسبت به ابعاد مالی دارای هوشیاری و هوشمندی هست یا نه. رقابت و بازار را درک می کند.

## ۷- نتیجه گیری

مقاله‌ی جاری با عنایت به تجربه های کسب شده در ایران در قالب توسعه‌ی فرهنگسراها، مبادرت به تصویر کردن خطوط علمی محقق شدن کارآفرینی در بین تحصیل کرده های دانشگاهی نموده است. این خط فکر را ترسیم کرده است که فضای آموزشی ویژه ای برای کارآفرینی ایجاد شود نه کارآفرین، تا تمامی دانشجویان فرصت استفاده از مواهب را داشته و کمتر درگیر مسیرهای بروکراسی هدایت به سمت مسایل اجرایی واقعی شوند. بازیکنان دخیل در امر کارآفرینی به نحوی در مدل ارائه شده در منافع آن دخیل شده و افراد مستعد کارآفرینی بر مبنای مدل های شایسته شناسی طراحی شده خاص کشور محک خورده می شوند.

## ۸- منابع و مراجع

- ۱- استعداد یابی و پرورش مدیران جوان، دکتر عباس غفاری، نشست های تخصصی هم افزایی صنعت و تجارت، سازمان توسعه و تجارت ایران، سال ۱۳۸۶
- ۲- عرب مازاریزی، علی، دانشگاه علامه طباطبائی، سمینار مهارتهای تفکر، شهریور ۱۳۸۴
- ۳- صوفی، مریم، زندگی نامه دانشمندان، انتشارات جاجرمی، ۱۳۷۳
- ۴- مقیمی سیدمحمد، ۱۳۸۱، "کارآفرینی موضوعی میان رشته ای و فراگیر" ماهنامه ی بازاریابی شماره ۲۲، ص ۲
- ۵- مقیمی، سیدمحمد، ۱۳۸۳، کارآفرینی در نهادهای جامعه مدنی: پژوهشی در سازمانهای غیردولتی ایران، تهران: انتشارات دانشگاه تهران و مرکز کارآفرینی دانشگاه تهران ص ۷۸-۷۹
- ۶- استعداد یابی و پرورش مدیران جوان، دکتر عباس غفاری، نشست های تخصصی هم افزایی صنعت و تجارت، سازمان توسعه و تجارت ایران، سال ۱۳۸۶
- ۷- موانع، رویکردها و تجارب در ارتباط صنعت و دانشگاه، دکتر سید نورانی، مرکز آموزش ایران خودرو ۱۳۸۳.

۸- Kuratko & Hodgettes, 2001, Entrepreneurship: A contemporary Approach, Philadelphia: Harcourt College

Publisher p.28

9- Khanka, 2003, Entrepreneurial Development, New Delhi: Chand an Company Ltd p.1

10- How Higher Education's activities can meet market's human force requirements in Islamic Countries, Mohammad Ali Shafia, World Islamic Bank, 2005

11- Schiller & Crewson, 1997, Entrepreneurial origin: longitudinal in quire, Hunting ton Beach, p.2

12- Loundsbury, 1998, 'Collective Entrepreneurship: The Mobilization of College & University Recycling Coordinators' journal of organizational change Management. Vol.11 pp. 3-2

13- Prokopenko & Pavlin, 1991, Entrepreneurship Development in Public Enterprises, International Labor Organization p. 6

- 
- <sup>1</sup> Pilot
  - <sup>2</sup> McClelland
  - <sup>3</sup> Smart
  - <sup>4</sup> Intelligent
  - <sup>5</sup> Elite
  - <sup>6</sup> Sharp
  - <sup>7</sup> Gifted
  - <sup>8</sup> Talented
  - <sup>9</sup> Creative
  - <sup>10</sup> Dedicated
  - <sup>11</sup> Brain Drain
  - <sup>12</sup> Attraction
  - <sup>13</sup> Denial
  - <sup>14</sup> Entrepreneur
  - <sup>15</sup> Construction
  - <sup>16</sup> Adam Smith
  - <sup>17</sup> David Ricardo
  - <sup>18</sup> Richard Cantillon
  - <sup>19</sup> Jean Baptis Say
  - <sup>20</sup> Joseph Schumpeter
  - <sup>21</sup> Krizner
  - <sup>22</sup> Incubator

Archive of SID