

نقش انجمن های علمی دانشجویی در توسعه کارآفرینی

محمد کارکنان نصرآبادی : کارشناس ارشد جامعه شناسی و پژوهشگر دانشگاه کاشان

چکیده:

انجمنهای علمی دانشجویی از نهادهایی هستند که می توانند نقش مؤثری در توسعه اجتماعی و علمی جامعه داشته باشند و بر این اساس دارای کارکردها و وظایف آشکار و پنهان هستند که نتایج قابل پیش بینی نیز برای آنها متصور می باشند. این انجمن ها از طریق کارکردهای خود می توانند به تقویت و توسعه کارآفرینی در جامعه کمک کنند. هدف از تشکیل انجمن های علمی دانشجویی گسترش و ارتقاء علمی و توسعه کمی و کیفی نیرو های متخصص و بهبود وضعیت آموزشی و پژوهشی در زمینه فعالیت هر انجمن است. بهره گیری از عقل جمعی برای توسعه علم و فناوری در جهت توسعه کشور که به صورت تخصصی در بین رشته ها امکان پذیر می گردد، یکی از رسالت های مهم انجمن های علمی به شمار می رود. انجمن های علمی تخصصی برای مساعدت به باروری دانش های تخصصی و حرفه ای و نیز ایجاد شبکه های ارتباطات علمی و پژوهشی با اهداف مشارکت بیشتر اعضای هیأت علمی و متخصصان در امور علمی ایجاد شده اند در این نوشتار به برخی نقش های انجمن های علمی دانشجویی در توسعه کارآفرینی از جمله تمرین مشارکت و کار گروهی و تیمی، مدیریت و رهبری، ریسک پذیری، فردگرایی مثبت، توجه به منافع جمعی و اعتماد سازی اشاره شده است.

واژگان کلیدی: انجمن های علمی دانشجویی، کارآفرینی، دانشگاه کارآفرین، گروههای تیمی و کاری، فردگرایی مثبت

مقدمه:

انجمن های علمی دانشجویی دانشگاه ها به عنوان نهادی است که امکان مشارکت دانشجویان را زمینه های گوناگون علمی در کنار اساتید فراهم می سازد و نیز نهادی است که عهده دار یوبایی و شکوفایی استعدادها و پدید آورنده روح علمی و در نهایت توسعه علم که همان رسالت دانشگاه می باشد، توجه دارد. با در نظر گرفتن چشم اندازهای آینده علم و فناوری در جهان ضرورت و اهمیت تبیین نقش و کارکردهای انجمنهای علمی روشن می شود، زیرا این انجمنها دست کم در سطح ترمیمی برای دانشگاهها در ساختار علمی کشور ما مورد توجه خواهند بود. ترسیم این کارکرد ها می تواند جایگاه انجمنها را در ساختار کلان علمی کشور معلوم کند(ذاکر صالحی ، ۱۳۷۹ : ۶۵).

انجمنهای علمی رابط بسیار فعال و ارزشمندی بین جوامع دانشگاهی، بخش صنعت، کشاورزی و خدمات محسوب می شود. این انجمنها با تشکیل گروههای کاری آخرین دستاوردهای علمی و فناوری را در جامعه اشاعه می دهند. آنچه که مسلم است این است که انجمنها پس از قوام ساختار نیازمند دوام و بقا دارند و برای حفظ استقلال ساختاری و مالی می توانند از طریق تحصیل منابع مالی و مساعدتهای بنگاهها، مؤسسات علمی و دانشگاهی به درجه خواتکایی برسند. حفظ استقلال باعث می شود تا انجمنها به بررسی پیشنهادات و راهکارهای علمی اندیشمندان برای ادامه فعالیت پردازند و مناسب ترین جایگاه را در فعالیتهای علمی به دست آورند.

به عبارت دیگر انجمنهای علمی دانشجویی به عنوان نهادهای واسطه حلقه ارتباط سازمانهای رسمی و متخصصان حوزه های مختلف علمی، افزون بر آنکه می توانند خدمتوسط مشارکت در تولید دانش را در سطح جامعه بالا ببرند، قادرند با گردهم آوردن متخصصان و اهل فن در هر رشته تشکیلات قوی و منسجمی در جهت پیشبرد اهداف توسعه اجتماعی و پیشرفت اقتصادی از طریق تقویت کارآفرینی بنیان افکنند. از آنجا که در قرن حاضر دانشگاهها

نقش انحصاری تولید و خلق دانش را از دست خواهند داد و سیستم‌های فرا دانشگاهی و مؤسسات موازی به تولید و خلق دانش جدید خواهند پرداخت که این امر نیازمند شکل‌گیری و تقویت هرچه بیشتر انجمن‌ها و تشکلهای علمی دانشجویی است. گادت در کتاب «از انتظار تا عمل» متذکر می‌شود که «دانشگاه به عنوان یک نهاد اجتماعی باید آماده گردد که به ارزیابی و تحلیل منطقی وضع موجود جامعه بپردازد و هدفهایی را برای حرکت منسجم آینده کشور ترسیم نماید. در این فرایند از نظر ایشان مکانیسمهای مباحثه متعامل در جامعه نقش مؤثری خواهند داشت» (ذاکر صالحی، ۱۳۸۳: ۲۵۷). در واقع انجمن‌های علمی زیر بنای اصلی نهاد‌های مستقلی را تشکیل می‌دهند که اغلب آنها فراتر از حدود مرز سیاسی، نژادی، قومی، جنسی، مذهبی و غیره براساس ضرورت‌های جهان امروز و تقویت همبستگی‌های معنوی بشر پدید آمده‌اند و فضای مناسبی را برای آزاد اندیشی و استقرار فرهنگ گفتگو در راستای بسط و تحکیم جامعه توسعه یافته حول محور عقلانیت، تعهد، وفاق، آزادی و عدالت به ارمغان آورده‌اند.

انجمن‌های علمی از جمله نهاد‌های اجتماعی هستند که «نقش مؤثری در تولید دانش و دستیابی به توسعه‌ی علمی کشور دارد و با توجه به اهمیت این سازمان‌ها در آغاز هزاره سوم به عنوان حلقه مفقوده «دانشگاه و جامعه» فراهم کردن بستر مناسب برای فعالیت این سازمانها امری مهم است» (شیخ الاسلامی، ۱۳۸۱: ۲۴).

انجمن‌های علمی دانشجویی:

منظور از انجمن علمی نهاد مستقلی است که از به هم پیوستن یا اجتماع آگاهانه و داوطلبانه افراد در یک رشته‌ی علمی پدید می‌آید تا از طریق تعامل آزاد، خردمندانه و به دور از سلطه، بتواند بین صاحبان هر تخصص زمینه‌های لازم را برای پیشبرد علم و تنظیم و ترویج اصول و قواعد عمل جمعی یا اخلاق کار و فعالیت و پیوند علم و عمل در آن رشته‌ی علمی فراهم نماید (عبداللهی، ۱۳۸۱: ۴۷).

انجمن علمی سازمانی داوطلبانه است که بر اساس توافق و مشارکت داوطلبانه گروهی از افراد که در یک رشته‌ی علمی متخصص هستند تشکیل می‌شود (شیبانی، ۱۳۷۳: ۸۰).

هدف از تشکیل انجمن‌های علمی دانشجویی گسترش و ارتقاء علمی و توسعه‌ی کمی و کیفی نیروهای متخصص و بهبود وضعیت آموزشی و پژوهشی در زمینه‌ی فعالیت هر انجمن است. بهره‌گیری از عقل جمعی برای توسعه‌ی علم و فناوری در جهت توسعه‌ی کشور که به صورت تخصصی در بین رشته‌ها امکان پذیر می‌گردد، یکی از رسالت‌های مهم انجمن‌های علمی به شمار می‌رود. انجمن‌های علمی تخصصی برای مساعدت به باروری دانش‌های تخصصی و حرفه‌ای و نیز ایجاد شبکه‌های ارتباطات علمی و پژوهشی با اهداف مشارکت بیشتر اعضای هیأت علمی و متخصصان در امور علمی ایجاد شده‌اند (آراسته، ۱۳۸۳: ۲۵).

در واقع، انجمن‌های علمی سازمان‌هایی هستند که بر اساس توافق و مشارکت داوطلبانه گروهی از متخصصین و رویارویی اندیشه‌های آنها یاری می‌رساند و آنها را به سوی هدف‌های معلوم راهنمایی می‌کند. انجمن‌های علمی به دولت وابسته نیستند و از نظر سازمانی و تشکیلاتی مؤسساتی مستقل هستند که بر اساس اساسنامه و به وسیله مدیران منتخب اعضای خود اداره می‌شوند (نیازی و کارکنان نصرآبادی، ۱۳۸۵: ۳۴۳).

در کل انجمن‌های علمی دانشجویی همگرایی داوطلبانه تعدادی از دانشجویان یک رشته‌ی علمی و با تخصص مشترک می‌باشد که بر اساس ضوابط و مقررات معین در حوزه‌های مربوط به رشته‌ی تحصیلی خود فعالیت می‌کنند.

کارآفرینی:

واژه کارآفرین در ادبیات فارسی ابتدا به معنای کارفرما و سپس کارآفرین ترجمه شده است. می‌توان مفهوم کارآفرینی را به ارزش‌آفرین نیز تعبیر کرد. در این معنا، انسانی که دارای قدرت درک و پیداکردن خلاء و فرصت‌هاست و از طریق پرورش ایده و تبدیل فکر خود به یک محصول و خدمات جدید، در جامعه اقدام به ارزش‌آفرینی از هیچ می‌کند، «کارآفرین» نامیده می‌شود.

بنابراین اقتصاددانان بیشتر بر جنبه‌های اقتصادی کارآفرینی توجه داشتند و در نتیجه از ویژگی‌ها و عوامل فردی و اجتماعی که به‌طور مثبت و منفی بر کارآفرین تأثیر می‌گذارد غافل بودند و آنها را خارج از حیطه‌ی مطالعات خود

می‌دانستند. لیکن در سال‌های اخیر محققان از جنبه‌های جامعه‌شناسی و روان‌شناسی به مطالعه کارآفرینی پرداخته‌اند. روان‌شناسان ویژگی‌های فردی کارآفرینان را بررسی می‌کنند. از سال‌های ۱۹۶۰ به بعد جامعه‌شناسان و روان‌شناسان مطالعات دیگری تحت عنوان «رویکرد رفتاری» را نیز مورد توجه قرار دادند. در واقع در این رویکرد، فعالیت کارآفرین، دلایل و چگونگی تشکیل یک کسب و کار جدید و فرایندی که طی آن شرکت‌های جدید پا به عرصه وجود می‌گذارند را بررسی می‌کنند (نیازی و کارکنان نصرآبادی، ۱۳۸۶: ۷).

در دهه اخیر توجه خاصی به مفهوم کارآفرینی در جامعه ایران شده است. عده‌ای نگران آن هستند که این مفهوم با ارزش توسعه‌ی اقتصادی و به قول شومپتر، پدر کارآفرینی، «موتور توسعه‌ی اقتصادی» همانند سایر مفاهیم بهره‌وری و مدیریت مشارکتی، در لابه‌لای سایر مسایل جامعه گم یا کمرنگ شده و در حد شعار باقی بماند و وارد صحنه‌های کسب و کار و سازمان‌ها نشود. در کشورهای توسعه یافته این مفهوم در سطح اقتصادی جوامع و مردم، بسیار جا افتاده و مورد قبول واقع شده است، به طوری که آرزوی هر جوان و فرد جستجوگر، یافتن فرصت تبدیل رؤیاهای خویش به کسب و کار، تولید و ارایه‌ی محصول و خدمات و سرانجام، تبدیل شدن به یک قهرمان کسب و کار در صحنه اجتماعی است. بنابراین امروزه واژه کارآفرینی مفاهیم نوآوری، مخاطره‌پذیری، ایجاد یا تجدید ساختار یک واحد اقتصادی و اجتماعی و نیز استقلال‌طلبی را به ذهن متبادر می‌سازد. در واقع، کارآفرین ایده‌ای را یافته و آن را تبدیل به فرصتی اقتصادی و یا اجتماعی می‌کند. در فضای کسب و کار، فرصت، فکر نویی است که قابلیت تجاری شدن دارد. آگاهی از محیط، بازار و نیازهای مشتری و نگرش کارآفرین او را در یافتن فرصت و پرداختن به آن یاری می‌دهد. سپس کارآفرین یک طرح تجاری می‌نویسد که در آن مسایلی چون بازار محصول یا خدمت، مسایل حقوقی و قانونی شرکت، تأمین سرمایه راه‌اندازی و رشد، سازماندهی و مدیریت کسب و کار را بررسی می‌نماید.

اقتصاددانان نخستین کسانی بودند که در نظریه‌های اقتصادی خود به تشریح کارآفرین و کارآفرینی پرداختند و از قرن شانزدهم میلادی تا کنون به‌طور تقریبی کلیه‌ی مکاتب اقتصادی آن را مورد توجه قرار داده‌اند. از دیدگاه «سی» کارآفرین سازمان‌دهنده بنگاه اقتصادی می‌باشد و در عملکرد تولید و توزیع آن نقش محوری دارد. در واقع وی تنها بر اهمیت کارآفرینی در کسب و کار تأکید دارد و کارآفرین را در ارتباط با نوآوری یا ایجاد سرمایه مورد بحث قرار نمی‌دهد (پالمر، ۱۹۸۷: ۸۸).

«برنارد دوبلیدور»، اقتصاددان فرانسوی در قرن هیجدهم، کارآفرینی را عبارت از خریداری نیروی کار و مواد اولیه به بهایی نامعین و به فروش رساندن محصولات به بهایی طبق قرارداد می‌داند. آدام اسمیت نقش کارآفرین را در صحنه فعالیت فراگیر اقتصادی بسیار جزیی می‌داند. از نظر وی کارآفرین سرمایه فراهم می‌کند، اما هرگز نقش پیشرو و هدایت‌گرانه ندارد. اوشل دیگر اقتصاددان کلاسیک، با کارآفرین همچون یک انسان برخورد نمی‌کرد، بلکه به آن موجودیتی غیرانسانی می‌بخشید (احمدپور، ۱۳۷۹: ۴۲).

«شومپتر» که دیدگاهی اقتصادی دارد، کارآفرینی را مفهومی ایده‌آل می‌داند که به‌عنوان موتور نظریه پویای توسعه‌ی اقتصادی، ایفای نقش می‌کند. در این نگرش موارد نیروی خلاقانه، بینش، ایده کسب و کار، عدم تمایل به مدیران اداری غیرخلاق، مهارت و سوسه‌انگیز برای جلب سرمایه‌گذاری سرمایه‌داران، توانایی اعمال خطر برای حمله به موقعیت‌های ناشناخته مورد توجه است؛ و تنوع وسیعی از نوآوری‌ها، محصولات یا فرایندهای جدید، دگرگون‌سازی محصولات بازارهای جدید، تنوع‌سازی، مواد اولیه جدید یا ساختارهای بازارهای جدید در آن به اجرا در می‌آید (وان ون، ۱۹۹۲: ۲۱۵).

«واندرورف» و «براش» معتقدند: کارآفرینی یک فعالیت تجاری با ویژگی‌هایی چون ایجاد^۱ یک واحد تجاری جدید، مدیریت عمومی^۲، نوآوری^۳، مخاطره‌پذیری^۴ و انگیزه عملکرد^۵ می‌باشد (۱۹۸۹: ۶۴۸).

1. Creation
2. General management
3. Innovation
4. Risk Bearing
5. Performance Intention

یکی از انواع مهم دیگر کارآفرینی، نوع اجتماعی آن است. کارآفرینی اجتماعی یک زمینه‌ی نوظهوری می‌باشد که شامل سازمان‌های غیرانتفاعی است که این سازمان‌ها افراد را در شروع کسب و کارهای انتفاعی یاری می‌دهند. سازمان‌های غیرانتفاعی که برای ایجاد نقدینگی برای برنامه‌هایشان، ارزش اقتصادی ایجاد می‌کنند از منابع در دسترس به گونه‌ای خلاقانه برای موضوعات اجتماعی استفاده می‌کنند.

کارآفرینی اجتماعی شامل توسعه‌ی برنامه‌های نوآورانه برای کمک به بهبود معیشت کسانی است که فاقد کسب و کار و قدرت مالی هستند یا در استفاده از فرصت‌های خدمات اجتماعی با محدودیت مواجه‌اند. کارآفرین اجتماعی کسی است که سبک و کار غیرانتفاعی را برای ایجاد درآمد جهت هزینه کردن خدمات اجتماعی متقبل می‌شود (مقیمی، ۱۳۸۴: ۲۶).

کارآفرینی اجتماعی زمینه‌ی نوظهوری به‌ویژه در میان سازمان‌های غیرانتفاعی رایج است و عامل فعالیت‌های اجتماعی مخاطره‌آمیز، سبک و کارهایی با هدف اجتماعی و فعالیت‌های مخاطره‌آمیز در زمینه‌ی توسعه‌ی اجتماعی می‌شود.

لاری شاین^۶ معتقد است که مفهوم کارآفرینی اجتماعی، اصول کارآفرینی را با تمرکز بر کسب و کارهای سودآور هم برای توسعه‌ی اقتصادی و هم برای کالاهای عمومی به‌کار می‌گیرد (لاری شاین، ۲۰۰۰: ۲). تامسون و بولتون معتقدند که کارآفرینان افرادی هستند که از روی عادت، برای ایجاد ارزش از فرصت‌های به‌دست آمده به خلاقیت و نوآوری روی می‌آورند (مقیمی، ۱۳۸۲: ۵۲).

انجمن های علمی دانشجویی و توسعه‌ی کارآفرینی:

کارآفرینی در حوزه‌ی فردی از ابتدای زندگی بشر وجود داشته است و همواره زمینه‌ی برای توسعه‌ی انسانی و اجتماعی مدنظر بوده است. اما این امر نمی‌تواند زمینه‌ی کامل برای توسعه‌ی پایدار جامعه باشد. لذا در نظر گرفتن پتانسیل‌ها و توانایی‌های جمعی و گروهی نیز مد نظر قرار گرفت. این امر در محافل و مؤسسات علمی و دانشگاهی و پررنگ تر است که می‌توان تجلی آن را در انجمن های علمی دانشجویی دانست.

انجمن های علمی دانشجویی به عنوان یک نهاد دانشجویی در دانشگاه ها می توانند نقش مؤثری در گذار دانشگاه از یک نهاد نظریه پرداز صرف به نهادی کارآفرین ایفا کنند. این انجمن ها می توانند پس از طی مراحل استقرار و تثبیت به نقد و بررسی و یافتن راهکارهایی برای رفع مشکلات صنفی حوزه‌ی تخصصی خود بپردازند. انجمن های علمی دانشجویی از طرق زیر می توانند در توسعه‌ی کارآفرین نقش داشته باشند:

۱- داشتن کارکرد و وظایف مشخص:

نهاد انجمن علمی دانشجویی به عنوان فعالیتی زیر بنایی که به عنوان بستر طبیعی فعالیت دانشجویی است به منظور کار آمد تر کردن سطوح مختلف آموزش نقش ایفا می کند. این نهاد به عنوان حلقه واسط و عامل تعامل میان آموزش های ارائه شده در دانشگاه و نیازهای جامعه است. از این منظر نهاد انجمن علمی خلأ و گسست بین جامعه و دانشگاه را ترمیم نموده و فاصله بین این دو را کاهش می دهد .

کارکردهای انجمن های علمی دانشجویی در ترویج و توسعه‌ی کارآفرینی در قالب دو رویکرد فنی و نظری مطرح است. در رویکرد نظری، از دیدگاه جامعه شناسی مورد تحلیل قرار می گیرد.

واژه کارکرد در جامعه شناسی به نتایج و آثار عینی پدیده ها یا ساختهای اجتماعی اطلاق می شود. بنابر نظریه کارکردگرایی، هر پدیده‌ی اجتماعی کارکرد معینی به عهده دارد که به نحوی در دوام و اداره جامعه مؤثر می باشد) ادیبی و انصاری، ۱۳۵۸: ۵۹).

از نظر رابرت مرتن کارکرد اجتماعی هر یک از جلوه های عینی و قابل مشاهده ای است که انطباق و سازگاری را ممکن می کند و در برابر آن دژ کارکرد عمل یا نتیجه ای خواهد بود که درجهت مخالف انطباق با نظام اجتماعی صورت پذیرد (ساروخانی، ۱۳۷۰: ۲۸۵).

⁶. Shine, Lary

در جامعه شناسی کارکرد مفهوم نقش را می رساند که یک عضو یا جزئی از کل تقبل کرده و به انجام می رساند. در نظریه تعادل ، زمانی که کارکرد انطباق با نظام اجتماعی را موجب شود یا نیازهای اساسی را پاسخ دهد کارکرد مطلوب و درحالت عکس دژ کارکرد یا کارکرد نامطلوب خواهد بود . هرگاه یک پدیده‌ی اجتماعی همان نتایج مشخصی را ببار آورد که مورد نظر بوده است، اثرات حاصله را نتایج آشکاری نامند. به عبارت دیگر کارکرد آشکار در صورتی است که نتایج بدست آمده مطابق نظر قانون گذاران باشد. از نیازهای اساسی و بنیادین جامعه برای توسعه‌ی هر چه بیشتر اقتصادی و اجتماعی ارتباط تنگاتنگ دانشگاه و جامعه است. این ارتباط موجب اتصال و هماهنگی دانشگاه با بخشهای مختلف صنعت، اقتصاد و عرصه های اجتماعی و فرهنگی است. انجمن‌های علمی علاوه بر کارکردهای مشخص و آشکار، دارای کارکردهای مثبت و پنهان نیز می باشند. انجمن‌های علمی در فعالیت خود در واقع نرم افزاری انسانی از نیروهای جوان و در حال فراگیری تخصص در رشته های مختلف شکل می دهند که در طی آن بستری مناسب برای فعالیت و مشارکت جمعی دانشجویان فراهم می گردد. ارتباط مبتنی بر رفتارهای خرد گرایانه و خلاق، تقویت ارتباط بین استاد و دانشجو و ایجاد نشاط و تقویت خودباوری و روح علمی در محیط دانشگاهی از کارکردهای مهم و بسیار مؤثر انجمنهای علمی دانشجویی محسوب می شود (کارکنان نصرآبادی، ۱۳۸۵: ۳-۲۷۱).

رویکرد فنی انجمن ها به کارآفرینی منوط به تخصص و مهارت دانشجویان می باشد. دانشجویان بر اساس رشته های تحصیلی خود دارای تخصص فنی و علمی می باشند. انجمن های علمی دانشجویی بهترین محل برای استقرار و بکارگیری تکنولوژی فرایند کارآفرینی می باشند. از آنجا که این فرایند دارای دو مرحله استفاده بهینه از تمام منابع و ظرفیت های موجود و نیز شناسایی و کشف منابع بالقوه و تلاش برای فعال کردن آنها می باشد، این انجمن ها توانایی فعالیت در هر دو مرحله را دارا هستند.

۲- ترغیب فردگرایی مثبت :

فردگرایی مثبت به معنای ارج نهادن به انسانها و ویژگیها و توانایی های آنها می باشد. جامعه دانشگاهی می تواند با ایجاد شرایط و زمینه های مناسب به انگیزه ها و عقاید دانشجویان بها داده و فضای فکری آنها را فراهم نماید. این امر در قالب تشکیل انجمن های علمی دانشجویی امکان پذیر است. دانشجویان از طریق عضویت در این انجمن ها می توانند از انگیزه و اعتماد به نفس بالایی برخوردار گردند و زمینه های خلاقیت و کارآفرینی خود را فراهم نمایند. از دیدگاه جامعه شناختی فعالیت دانشجویان در انجمن های علمی دانشجویی باعث می گردد تا دانشجویان به ارزش ها و میزان توانایی ها و استعدادهای خلاق خویش پی برده و مهمترین ویژگی یک کارآفرین که ریسک پذیری است را کسب نمایند.

۳- استفاده از تفکر و عقلانیت جمعی:

یکی از نظریه های مهم جامعه شناسی در تبیین گفتگو و مذاکره و تصمیم جمعی بر اساس خرد جمعی، نظریه حوزه‌ی عمومی یورگن هابرماس می باشد. حوزه‌ی عمومی قبل از اینکه کارکرد سیاسی داشته باشد، دارای کارکرد غیر سیاسی دارد. از نظر هابر ماس ذهنیت برخاسته از فضای صمیمی خانواده هسته ای امر عمومی مختص خود را شکل داده بود ، یعنی ابتدا گونه ای حوزه‌ی عمومی غیر سیاسی شکل گرفته بود.

چارلز تیلور حوزه‌ی عمومی را به عنوان گونه ای فضای عمومی توصیف می کند که در آن اعضای جامعه از راه رسانه های گوناگون نظیر مطبوعات، رسانه های الکترونیکی و حتی ارتباط چهره به چهره با همدیگر ملاقات می کنند درباره موضوعات مورد علاقه مشترک بحث و گفتگو می کنند و بنابراین قادرند در مورد این موضوعات ذهنیت یا عقیده مشترکی را تشکیل دهند. یعنی بحث عقلانی ای که در نهایت به توافق منجر می شود. علاوه بر این تمام افراد در این حوزه‌ی عمومی باید به دور از هر گونه تبعیض و به راحتی در مباحث حوزه‌ی عمومی وارد شوند. حوزه‌ی عمومی که از آن گروه های معین یا افراد معینی طرد شوند نه تنها کامل نیستند بلکه عمومی نیستند . علاوه بر این در حوزه‌ی عمومی هر بحثی باید مطرح شود و منعی برای مطرح بعضی از موضوعات وجود نداشته باشد. بنابراین حوزه‌ی عمومی فضا به گونه ای است که در آن :۱- افراد به شیوه عقلانی به بحث می پردازند. ۲- این بحث به توافق

منجر می شود. ۳- قدرت در این بحث ها دخالتی ندارد. ۴- افراد مختلفی در این بحث ها می توانند شرکت کنند. ۵- هر موضوعی در این بحث ها میتواند مطرح شود. ۶- در این بحث ها جنبه علنی بودن وجود دارد یعنی افراد می توانند حتی مشکل خصوصی خود را مطرح کنند و نتایج مباحث را در معرض عموم قرار دهند. ۷- این بحث ها همیشه باز است و می توان به آنها رجوع کرد و دوباره درباره آنها بحث کرد (آزاد ارمکی، ۱۳۸۳: ۶۴-۶۲). بنابراین می توان اذعان داشت که وجود خرد جمعی و جلوگیری از فردگرایی محض در انجمن های علمی دانشجویی می تواند راهی برای توسعه کارآفرینی در بین دانشجویان باشد.

۴- مدیریت و رهبری:

یکی از مهم ترین ویژگی های فرد کارآفرین، توانایی مدیریت و رهبری است که در اینجا مدیریت هم به شکل مدیریت منابع فیزیکی و هم به شکل مدیریت منابع انسانی مطرح است. البته منظور از توانایی مدیریت این نیست که لزوماً کارآفرین باید در رشته ای مدیریت تحصیل کرده باشد، بلکه باید بتواند در فرایندهای مختلف زندگی نحوه مدیریت را بیاموزد. در حالی که توانایی ذاتی برخی افراد را در مدیریت نمی توان نادیده گرفت، اما برای اینکه بتوان به صورت برنامه ریزی شده کارآفرین تربیت نمود باید به صورت برنامه ریزی شده نیز بتوان مراحل و فرایندهایی ایجاد کرد که در آن، افراد توانایی مدیریت را بیاموزند، زیرا توانایی مدیریت جز با اندوختن تجربه حاصل نمی شود. در انجمن های علمی دانشجویی، دانشجویان با انتخاب رهبر و مدیر از بین خود و تبعیت از دستورات و تصمیمات او می توانند تمرین رهبری و مسئولیت پذیری داشته باشند. بنابراین رهبری در انجمن ها باید فردی با ویژگی های کارآفرین، مسئولیت پذیر، اعتماد ساز و متقاعد کردن خود و دیگران، پرهیز از خود محوری، صداقت و غیره باشد.

۵- آموزش الگوهای رفتاری و کار جمعی:

از دیدگاه جامعه شناختی هر چه فرد دارای ایده های خلاق و کارآفرینانه باشد ولی نتواند با دیگران ارتباط و تعامل اجتماعی داشته باشد نمی تواند خلاقیت و ایده های خود را عملی سازد. لذا برقراری ارتباط صحیح و منطقی دانشجویان با دیگران از طریق انجمن های علمی دانشجویی می تواند به دانشجویان کارآفرین موارد زیر را آموزش دهد:

- شکل گیری بلوغ اجتماعی

- کارگروهی و استفاده از تجربه دیگران

- شکل گیری فردگرایی مثبت در راستای تأمین منافع عمومی و جمعی

- ایجاد و تقویت و گسترش انگیزه کارآفرین در بین دانشجویان

- کاهش خود محوری و فردگرایی مطلق

- آموزش رهبری و مدیریت کارآفرینانه.

۶- تشکیل شبکه های کارآفرینانه:

از دیدگاه جامعه شناختی، نظریه شبکه اجتماعی، نظریه ای است که کارآفرینی را فرایندی می داند که در شبکه های متغیری از روابط اجتماعی واقع شده است. نتیجه این روابط اجتماعی، تسهیل روابط کارآفرین با منابع و خدمات می باشد. شبکه های اجتماعی دارای سه ویژگی عمده و ممتاز می باشند:

الف- تراکم یعنی دامنه و کثرت روابط اجتماعی بین افراد در انجمن های علمی دانشجویی.

ب- دسترس پذیری یعنی قلمرو شبکه و تعداد واسطه های ارتباطی یا گروه های ارتباطی اشاره دارد.

ج- مرکزیت یعنی میزان فاصله کلی فرد از تمامی افراد دیگر و تعداد افرادی که می توانند به فرد در گروه یا انجمن دسترسی داشته باشند (جعفر زاده، ۱۳۸۵: ۵۱).

بر این اساس شبکه یا گروه یا انجمن علمی دانشجویی عبارت است از تمامی افرادی که از طریق روابطی خاص با یکدیگر ارتباط دارند و می توانند نقش های مهم زیر را در فرایند کار در انجمن ها ایفا نمایند:

- تسهیل تبدیل فکر به طرح کارآفرینانه (تئوری به عملی)

- بالا بردن انگیزه و روحیه کارآفرینانه

- برانگیختن ایده ها و تفکرات جدید
- ارائه‌ی کمک عملی
- حمایت و پشتیبانی از فعالیت های کارآفرینانه.

نتیجه گیری:

با توجه به مطالب ارائه‌ی شده، کارآفرینی مهمترین زمینه‌ی توسعه‌ی اقتصادی و اجتماعی جامعه می باشد و می توان به قول شومپیتر، کارآفرینی را موتور توسعه جامعه دانست. امروزه کارآفرینان نیاز مبرم به تخصص و مهارت دارند که دانشگاه می توانند مهمترین وسیله کسب این مهارتها باشند. در دانشگاه و مراکز علمی، انجمن های علمی دانشجویی یکی از مهمترین زمینه های تحقق این هدف می باشد. انجمن های علمی دانشجویی با تقویت روحیه جمع گرایی، استفاده از خرد جمعی، ریسک پذیری، مدیریت و رهبری و آموزش کارآفرینی می توانند در تقویت و توسعه کارآفرین و ترویج فرهنگ کارآفرین نقش داشته باشند.

منابع:

- آراسته، حمیدرضا(۱۳۸۳)، فلسفه انجمن های علمی ، مجله سیاست علمی و پژوهشی رهیافت، شماره ۳۲
- آزاد ارمکی، تقی و امامی، یحیی(۱۳۸۳)، تکوین حوزه‌ی عمومی و گفتگوی عقلانی، نامه انجمن جامعه شناسی ایران، دوره پنجم، شماره ۲
- احمدپور داریانی، محمود (۱۳۷۹)، کارآفرینی: تعاریف، نظریات، الگوها، تهران، انتشارات دانشگاه تهران
- ادیبی، حسین و انصاری، عبدالعزیز(۱۳۵۸)، نظریه های جامعه شناسی
- جعفرزاده، امیر(۱۳۸۵)، کارکرد انجمن های علمی دانشجویی در زمینه کارآفرینی، مجموعه مقالات نخستین سمینار آسیب شناسی انجمن های علمی دانشجویی، دانشگاه شهرکرد.
- ذاکر صالحی ، غلامرضا (۱۳۷۹)، بررسی کارکردهای آشکار و پنهان انجمنهای علمی کشور، فصلنامه سیاست علمی و پژوهشی رهیافت، شماره ۲۳.
- ذاکر صالحی، غلامرضا(۱۳۸۳)، دانشگاه ایرانی، درآمدی بر جامعه شناسی آموزش عالی، تهران، انتشارات کویر، چاپ اول
- ساروخانی ، باقر (۱۳۷۰)، درآمدی بر دایره المعارف علوم اجتماعی ، تهران ، انتشارات کیهان .
- شببانی، امیر(۱۳۷۳)، نگرش تاریخی به انجمن های علمی در ایران، فصلنامه رهیافت
- شیخ الاسلامی، نازلی(۱۳۸۱)، وقتی قانون نیست مهمترین مشکل سازمان های غیر دولتی در کشور، ماهنامه نواندیشان
- عبداللهی، محمد(۱۳۸۱)، عملکردانجمن های علمی در زمینه ترویج وتوسعه‌ی علم واخلاق علمی، مجله جامعه شناسی ایران ، دوره چهارم، شماره ۱
- کارکنان نصرآبادی، محمد(۱۳۸۵)، کارکردهای اجتماعی انجمن های علمی دانشجویی، مجموعه مقالات نخستین سمینار آسیب شناسی انجمن های علمی دانشجویی، دانشگاه شهرکرد.
- مقیمی، سیدمحمد (۱۳۸۲)، کارآفرینی اجتماعی، فصلنامه سیاست علمی - پژوهشی رهیافت، شماره ۲۹
- مقیمی، سیدمحمد(۱۳۸۴)، کارآفرینی در سازمان های دولتی، تهران، نشر فرازپیش
- نیازی، محسن و کارکنان نصرآبادی(۱۳۸۵)، آسیب شناسی انجمن های علمی دانشجویی، مجموعه مقالات نخستین سمینار آسیب شناسی انجمن های علمی دانشجویی، دانشگاه شهرکرد.
- نیازی، محسن و کارکنان نصرآبادی(۱۳۸۶)، دانشگاه کارآفرین، تهران، انتشارات ثامن الحجج
- Larry, shinn (2000), Entrepreneurship for Appalochain Fature, the Brushy fork Institute.

- Palmer, M (1987), The Application of psychological Testing to Enterpreneurial potential In C. Baumbach & J. mancuso (eds), Enterpreneurship and venture management N.J: prentice-Hall Inc -
- Van de ven, Andrew (1999), Longitudinal methods for studying the process of Entrepreneurship, in sexton & kasarda. The state of the of Entrepreneurship. Boston : pws-kent publishing co. -
- Wanderwerf.P.S Brush, C. (1989), Toward Agreement on the Focus of Entrepreneurship Research: Progress Without Befinition. Washington D.C. -

Archive of SID