

نقش و وظایف دانشگاهها در توسعه کارآفرینی و حمایت از کارآفرینان دانشگاهی

گلناز پیوندی : عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد سمنان

چکیده :

کار آفرینی موضوعی است که از اواخر قرن بیستم مورد توجه محافل آموزشی کشور های جهان قرار گرفته است و از آن به عنوان کلید پیشرفت و توسعه در آن عصر یاد شده. که می تواند در ایجاد اشتغال و رفاه اجتماعی نقش مهمی داشته باشد. کار آفرینی باهدف تبدیل فن آوری و دانش محققین به کسب و کار ایده ال زیباست و می تواند پیامد هایی نظیر افزایش بهره وری ، ایجاد ثروت و رفاه را به دنبال داشته باشد. حمایت دانشگاهی در توسعه آن می تواند ضریب موفقیت مؤسسات علمی و تحقیقاتی را تا حد شگفت آوری افزونی دهد. امروزه نیاز کشور به توسعه کار آفرینی در تمامی عرصه ها از جمله دانشگاهها بیش از پیش احساس می شود. یکی از راهکارهای مؤثر در این رابطه راه اندازی و توسعه مراکز کار آفرینی در دانشگاههاست. توسعه این رویکرد مهم به گذشت زمان نیازمند است اما باید در استفاده از پتانسیل ، توانایی و علم فارغ التحصیلان شتاب نمود. معضل بیکاری در کشور با گذر از مرحله کارجویی به کار آفرینی قابل حل می باشد که خود مستلزم پرورش دانشجویانی است که در دوران تحصیل علاوه بر کسب دانش نظری، شیوه ها و مهارت های کار آفرینی را نیز آموخته باشند. از این طریق پایه های نظام ملی نوآوری مستحکم و زمینه برای تحقق توسعه مبتنی بر دانایی فراهم می شود. در این مقاله نیز به بحث ضرورت توسعه ی کار آفرینی در مراکز آموزش عالی پرداخته خواهد شد.

کلید واژگان : کار آفرینی ، مراکز کار آفرینی ، دانشگاه و توسعه کار آفرینی

مقدمه :

امروزه از کارآفرینی به عنوان موتور توسعه اقتصادی یاد می شود که می تواند در رشد اقتصادی کشورها، ایجاد اشتغال و رفاه اجتماعی نقش مهمی را بر عهده داشته باشد. در این عرصه کشورهایی موفق خواهند بود که فرصت های شغلی را تنها به چهارچوب جغرافیایی خود محدود نسازند بلکه فضاهای کاری وسیعی به وسعت جهان در ذهن خود داشته باشند. دولتها نیز به طور جدی به کار آفرینی پرداخته اند زیرا افزایش جمعیت در کشورهای در حال توسعه کاهش منابع و امکانات موجود در این کشورها و پیدایش نیازهای اجتماعی و اقتصادی جدید، سبب ایجاد مشکلاتی از جمله مشکل بیکاری شده است.

در خصوص ماهیت و مفهوم کار آفرینی عده انگشت شماری از دانشمندان به آن پرداخته اند. جفری تیمونز (۱۹۹۰) در خصوص کار آفرینی می نویسد: "کار آفرینی خلق و ایجاد بینشی از هیچ است". جلیل صمد آقایی در کتاب سازمانهای کار آفرینی در ضمن گردآوری مفهوم کارآفرینی از دیدگاه دانشمندان مهم ترین تعریف ها را به شرح زیر ارائه نموده است:

- پروسه ایجاد ثروت
- پروسه تخریب خلاق
- پروسه هدایت به خلق سازمان جدید بدون توجه به نوع پتانسیل سازمان
- توسعه موقعیت ها و اقدامهای نو آورانه همراه با خطر چه در سازمانی که قبلاً تاسیس شده یا به صورت آزاد و مستقل
- روش اداره ای است که فرصت ها را بدون در نظر گرفتن منابع موجود و قابل کنترل فعلی تعقیب می کند.
- وظایف ، فعالیت ها و اعمالی که برای تحقق فرصت شناخته شده و ایجاد سازمانی مناسب با آن کمک می کند.
- پروسه های فراتر از شغل و حرفه بلکه کارآفرینی یک شیوه زندگی است .

(مقیمی، ۱۳۸۴) معتقد است که کارآفرینان را می توان به وسیله داشتن بینش مثبت نسبت به آینده، دارا بودن تفکر اخلاق، بدیع و نوآورانه، داشتن ایده کسب و کار و مهارت برای جلب سرمایه و ریسک پذیری برای مقابله با ابهام و موقعیت های ناشناخته و تلفیق منابع در روشی تازه برای خلق کالاها و نیز ابداع روشهای جدید تولید و گشودن بازارهای جدید شناسایی نمود.

از طرفی کارآفرینی فرآیند بلند مدت آموزشی و پرورشی است و اجرای برنامه های آن از سطح خانواده شروع و تا دانشگاه و سازمان گسترش یافته و ادامه دارد و باعث می شود تا افراد با استفاده از تخصصی و قدرت ابتکار، خلاقیت و خطر پذیری و نیز امکانات، فرصت ها و توانمندی ها اشتغال مولد و در آمد زا ایجاد کنند. (داریانی، ۱۳۸۱).

جهانی شدن بازارها، توسعه ی کارآفرینی را امری ضروری ساخته است. ایجاد مراکزی برای کارآفرینان در دانشگاهها سبب انتقال فناوری از دانشگاه به بازار و استخدام دانشجویان خالق ایده می گردد.

در گذشته دانشگاهها بیشترین تلاش و نیروی خود را به آموزش اختصاص می دادند. گرایش به رشد علم سبب گردید که تحقیقات بنیادین از اهمیت ویژه ای برخوردار باشند. با گذشت زمان و نیاز صنعت به پژوهش، پژوهش های کاربردی جایگاه خود را در دانشگاهها پیدا کردند. صاحبان صنایع در راستای اهداف اقتصادی اقدام به تاسیس و توسعه موسسات علمی و تحقیقاتی نمودند. اندک اندک با ورود عرصه فن آوری های پیشرفته و ارتباطات پیچیده صنعت دولت و دانشگاه نیاز به مراکز فن آوری و توسعه آن در دانشگاهها احساس شد که یکی دیگر از ضرورت های ایجاد این مراکز سرمایه نیز می باشد. از یک سو کار آفرینان برای عملی ساختن ایده های خود به مراکزی نیاز دارند و از سوی دیگر سرمایه داران سرمایه های خود را صرف پروژه های کلان می نمایند در نتیجه وجود دانشگاه های کار آفرین که نقش پل ارتباطی کار آفرینان و سرمایه داران را ایفا می کنند ضروری است.

دانشگاهها و ایده کار آفرینی

تحولاتی که در دهه های اخیر در زمینه ی فن آوری و اقتصاد رخ داده است آموزش عالی را نیز تحت تاثیر قرار داده است: این تحولات دانشگاه سنتی را به سازمانی ارتباط یافته با صنعت و جامعه تبدیل ساخته است. دانشگاه دیگر صرفاً مکانی برای یادگیری علم نیست بلکه می تواند اقتصاد و فرصت های بهره وری فن آوری را برای افراد ترسیم نماید و کارآفرینی را در جهت استفاده بهینه به کار بندد. توسعه کارآفرینی در دانشگاهها فارغ التحصیلانی را به جامعه ارائه می دهد که دانش را در کنار پژوهش های کاربردی به خدمت گرفته و با نوآوری کار می آفرینند. دانشجویان و فارغ التحصیلان در محیط و بستری علمی و تحقیقاتی قرار می گیرند که می توانند آنچه در دانشگاه آموخته اند در معرض حضور قرار دهند. در حقیقت به بیانی زیباتر آنچه را که بالقوه دارند در این مسیر بالفعل نمایند.

آکبری^۳ (۱۳۸۰) معتقد است که به رغم آنکه برخی از صاحب نظران معتقدند کار آفرینی با آموزش مستقیم حاصل نمی شود و باید به روش پرورش کارآفرینان را تربیت کرد اما هیچ کس منکر این مطلب نیست که استفاده از فن آوریهای نو و ایجاد کسب و کار جدید بدون آموزش و پرورش در عمل دست نیافتنی است. با مراجعه به اطلاعات موجود در باره افزایش رشته های دانشگاهی، کارآفرینی در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه، اهمیت نظام آموزش و پرورش در توسعه ی کارآفرینی و تربیت کارآفرینان بیشتر مشخص می شود به عبارت دیگر ارتباط مستقیمی بین پیشرفت فناوری و ضرورت آموزش کارآفرینان وجود دارد.

کنفرانس روسای دانشگاههای اسپانیا (conference of Spanish university directors)

عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی در دانشگاهها را به قرار زیر می داند:

- ناتوانی دانشگاهها در پاسخگویی به تقاضاهای اجتماعی روز افزون برای برخورداری از خدمات آموزش عالی
- مشکلات دانشگاهها در تامین منابع مالی لازم
- تغییرات اساسی در مفاهیم کار، کالا، بازار و در آمد که دانشگاه را ناگزیر از بازنگری برنامه های آموزش خود می کند.
- گسترش مفهوم پاسخگویی در سازمان های تولیدی و خدماتی و الزام دانشگاه به عنوان سازمان ارائه کننده خدمات علمی و پژوهشی به پاسخگویی در قبال جامعه.
- ظهور مراکز علمی رسمی و غیر رسمی به عنوان رقبای قدرتمند دانشگاهها در تربیت و آموزش نیروهای انسانی.

مراکز کارآفرینی در دانشگاهها

وزارت علوم، تحقیقات و فن آوری طرح توسعه کارآفرینی در دانشگاهها را با به اختصار طرح کاراد را در سال ۱۳۷۸ تهیه و برای اجرا به دانشگاهها ابلاغ نمود. در این طرح تاکید بر روی کارآفرینی و کارآمدی دانشجویان و فارغ التحصیلان دانشگاهها از طریق برنامه های آموزشی است. مراکز کارآفرینی هم اکنون تقریباً در تمامی دانشگاههای زیر مجموعه وزارت علوم، تحقیقات و فن آوری در حال فعالیت می باشند. (سعیدی کیا، ۱۳۸۲) مراکز کارآفرینی را کانونهایی می داند که به منظور ترویج فرهنگ کارآفرینی، بهبود بخشیدن به مهارتهای اجتماعی و ارتباطی، مطرح ساختن تنشهای بین رویکرد علمی و مساله گشایی کاربردی، تقویت درک و شناخت دانشجویان از مفهوم کارآفرینی، قدرت بخشیدن به ظرفیت بالقوه دانشجویان برای مواجهه با دنیای کسب وکار و ایجاد انگیزه برای پذیرفتن مخاطره یک فعالیت اقتصادی و در نهایت گسترش، تسریع، تسهیل و اثر بخشی فرآیند کارآفرینی تلاش می نمایند.

مهمترین عملکردهای آموزشی کارآفرینی در دانشگاهها عبارت اند از:

- ایجاد دوره های آموزشی کارآفرینی

- تهیه مواد آموزشی از قبیل نرم افزارها و کتب مربوطه

- حمایت و اجرای طرحهای پژوهشی کارآفرینی

- برقراری اردوهای آموزشی بازدید از مراکز فعالیت کارآفرینان

- ارائه تسهیلات مالی به دانشجویان و فارغ التحصیلان صاحب ایده برای راه اندازی کسب و کار

این مراکز پاسخی هستند به اهمیت دانش در سیستم های نوآوری ملی و منطقه ای و انتقال این دانش به صنعت. از آنجایی که دانشگاه پل ارتباطی دولت و صنعت است، در اصل به صنعت یاری می دهد تا به اهدافی که توسط دولت مشخص گشته اند دست یابد و این همان دست آوری است که از مدل ۳ بعدی دولت، صنعت و دانشگاه ناشی می شود امروزه دانشگاهها در عرصه تکنولوژی عنصری کلیدی هستند که از طریق ارائه سرمایه های انسانی خدمت می کنند.

ایجاد مراکز کارآفرینی دانشگاهها را از قالب نوآوری بالقوه به نوآوری فعال و بالفعل تبدیل می نماید. در واقع باید ایده های خلاق و اندیشه های نو اعضای هیات علمی و دانشجویان در عرصه های مختلف علوم به راهکارها، فرآیندها و خدمات قابل استفاده در جامعه تبدیل شوند وجود مراکز کارآفرینی در دانشگاهها از آنجایی حائز اهمیت است که دانشجویان و دانش آموختگان را به مهارت کار آفرینی و راه اندازی کسب و کار مجهز می نماید. وضعیت کنونی دانشجویان بدین صورت است که آنها با انبوهی از علم و دانش روانه بازار می شوند ولی به دلیل محدودیت ظرفیت مشاغل دولتی و سازمانی و نداشتن مهارت های کارآفرینی، زمان زیادی را در انتظار پیدا کردن شغل مناسب صرف می کنند. چنانچه دانشجویان علاوه بر فراگیری علوم نظری، مهارت های کارآفرینی را نیز فرا گیرند با شناسایی فرصت ها خواهند توانست کسب و کاری را راه اندازی نموده و برای افراد دیگر نیز اشتغال ایجاد نمایند. به این دلیل اتخاذ رویکرد کارآفرینی در دانشگاهها تحت الشعاع برنامه های اشتغال زایی قرار گرفته است که البته قبل از راه اندازی مراکز کارآفرینی منابع مالی کافی نیز باید پیش بینی شود.

مدیریت کارآفرینی در آموزش عالی

سازماندهی این مراکز کارآفرینی در دانشگاهها بسیار با اهمیت می باشد. از آنجایی که دانشگاهها قادرند کارآفرین شدن را بیاموزند، ایجاد بانک اطلاعاتی کارآفرینی، اطلاعات لازم در این زمینه را در اختیار اساتید و دانشجویان قرار خواهد داد که قطعاً در ایجاد و رشد روحیه کارآفرینی موثر خواهد بود در این راستا ارزیابی نقش مدیران کارآفرین در موفقیت این مراکز مهم است.

مدیران کارآفرین تغییرات ناشی از ایجاد مراکز کار آفرین را هدایت کرده و نوآوریهای را در آنها بوجود می آورند. از یک سو مدیران تحت تاثیر عواملی چون سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی می باشند که بر اساس این عوامل آنها دست به انتخاب و استفاده از تئوریهای مناسب در راستای اقدامات مدیریت کارآفرینانه می زنند. برنامه ریزی و خط مشی کلی، رقابت، تامین مالی مراکز کار آفرین نیز در این زمینه موثرند فعالیت آنها به عنوان یک عامل موثر در افزایش ضریب موفقیت این مراکز و بقا و رشد آن بسیار مهم است.

این مدیران می توانند با پیگیری مراحل اجرایی ساختار مراکز کارآفرین در دانشگاهها بسیار موفق باشند.

مراحل اجرایی ساختار مراکز کارآفرین در دانشگاه:

- بررسی وضعیت موجود ساختار در دانشگاه از طریق تحقیق و پژوهش
- جمع آوری و تجزیه و تحلیل اطلاعات جمع آوری شده
- اصلاح ساختار موجود برای تبدیل به ساختار کار آفرین
- طراحی و توصیف مدل اطلاع ساختار کار آفرینی
- اجرای آزمایشی مدل کار آفرینی
- ارزیابی و نهایی کردن مدل کار آفرینی

توسعه کار آفرینی در ارتباط با صنعت و فن آوری

فرآیندهای علمی و صنعتی دانشگاهها باید به گونه ای باشد که ایجاد شرکت های صنعتی از دل آنها امکان پذیر گردد. در دانشگاههای کار آفرین دانشجویان دانش و مدیریت کار آفرینی را توأمآ آموخته و با امکانات لازم که دانشگاه در اختیار آنها قرار می دهد شروع به فعالیت در عرصه صنعت می نمایند. این شرکت های صنعتی کم کم می توانند از دانشگاهها جدا گردند ضمن اینکه در صورت موفقیت به اجرای پروژه ها و توسعه تحقیقات و فنآوری دانشگاهها نیز می توانند کمک نمایند. با آسان گشتن روابط علمی و صنعتی مرتبط با کار آفرینی پیشرفت علم و صنعت نیز میسر خواهد گشت. کار آفرینی راه اندازی کسب و کار را از فن آوری شروع می کند و آنرا گسترش می دهد به عبارتی دیگر فن آوری جزئی از کار آفرینی است. اطلاعات و ارتباطات ۲ ابزار اساسی مورد نیاز فعالیت کار آفرینی است. فن آوری اطلاعات و در رأس آن اینترنت یکی از عوامل موثر توسعه کار آفرینی است. چرا که تولید کنندگان، کار آفرینان فروشندگان و مصرف کنندگان در یک فضای مجازی مشترک می توانند با هم در ارتباط باشند و به تبادل اطلاعات، محصولات و خدمات بپردازند. طبیعی است که برای گسترش کار آفرینی نمی توان دانشگاهها را عاری از متخصصان فناوری اطلاعات یافت. ورود رایانه و فن آوریهای مرتبط با آن به بازار کار سبب گشته است که بازار دائمی برای متخصصان فن آوری اطلاعات به وجود آید بنابراین فن آوری اطلاعات به عنوان یک پدیده به نوبه ی خود سبب کار آفرینی در حوزه های مختلف گشته است و به این دلیل به عنوان مهم ترین ابزار کار آفرینی مدرن مورد توجه قرار گرفته است. بنابراین دانشگاهها باید شبکه های ارتباطی و اطلاعاتی خود را توسعه دهند.

نتیجه گیری

باید توجه داشت که فرار مغزها از نتایج ضعف کار آفرینی در کشورهای در حال توسعه است. بسیاری از نیروهای تحصیل کرده صرفاً علمی بار آمده و باید توسط دیگران مدیریت شوند. معضل بیکاری نیز در این کشورها نیز حاکی از این موضوع است تحول کار آفرینی به یکباره امکان پذیر نمی باشد. مجهز نمودن دانش آموختگان دانشجویان با کار روحیه کار آفرینی نیاز به مراحل آماده سازی دارد. تغییرات گام به گام درون دانشگاهی در راستای کار آفرین شدن فرصت آماده شدن برای ورود به فضایی کاملاً متفاوت با آنچه در آن پرورش یافته اند را فراهم می سازد. پیدایش ساختارهای نوین درون دانشگاهی یا بین دانشگاهی حاکی از بروز تغییرات در سیستم های نو آوری دارد. دانشگاه ها می توانند از طریق شناسایی و بکارگیری عوامل علمی، محیطی، اقتصادی و فرهنگی زمینه مناسب را فراهم سازند. با انجام پژوهش های مناسب می توان دانشگاه را به صورت مرکز پشتیبانی از کار آفرینی به وجود آورد تا با فعالیت مناسب بر شکوفایی فن آوری و اقتصاد کشور تاثیر گذار گردد. بنابراین اهداف و مسائل آن باید به خوبی مورد ارزیابی و سنجش دولتمردان دانشگاهیان قرار گیرد.

- ۱- احمد پور داریانی، م، کارآفرینی: تعاریف، نظریات، الگوها، چاپ چهارم، شرکت پردیس، ۱۳۸۱. ص ۲۶-۴
- ۲- اکبری، کرامت الله، نقش نظام آموزشی، پژوهشی در توسعه کار آفرینی، مجموعه مقالات کار آفرینی و فن آوریهای اطلاعات پیشرفته، ۱۳۸۰
- ۳- سعیدی کیا، م، آشنایی با کار آفرینی، چاپ اول، تهران، نشر سپاس، ۱۳۸۲، ص ۱۲۹-۱۴۴
- ۴- صمد آقایی، جلیل، سازمان های کارآفرین، مرکز انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی، چاپ اول، ۱۳۷۸، ص ۱۳
- ۵- مقیمی، سید محمد، کار آفرینی در سازمانهای دولتی، مرکز کار آفرینی دانشگاه تهران، ۱۳۸۴
- 6- Timmons, J. (1990). *New venture Creation*, Boston: IRWIN, Home wood.

Archive of SID