

نقش دانشگاه به عنوان کلید توسعه ی کارآفرینی

جلیل اجلی

عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد میانه

Jalil.ajali@yahoo.com

چکیده

دانش سازمانی و مدیریت در طول یک صد سال اخیر دستخوش تغییرات و تحولات بنیادی شده است . از اوایل دهه ی ۱۹۸۰ ، سازمان ها به منظور تسریع تغییرات، توجه زیادی به خلاقیت و نوآوری نشان دادند . امروزه سازمان ها باید نوآوری داشته باشند تا زنده بمانند؛ بنابراین بهترین روش تشویق افراد خلاق است تا در ساختار سازمان به یک کارآفرین تبدیل شوند.

با توجه به نقش کلیدی دانشگاه کارآفرین در رشد اقتصادی و توسعه ملی کشور ، در این مقاله سعی شده است ابتدا به تشریح کارآفرینی و دانشگاه کارآفرین پرداخته و سپس به ارتباط دانشگاه کارآفرین با صنعت و موانع ومشکلات این ارتباط بپردازیم. نظر به این که دانشگاه کارآفرین با پرورش افراد کار آفرین و ایده ها و روش های کارآفرین ، می تواند برای صنایع مفید باشد ، لذا ارتباط صحیح این دانشگاه ها باعث رونق صنایع کوچک و در نهایت باعث رونق اقتصادی می گردد و آن هم توسعه ملی را به همراه دارد.

واژه های کلیدی: کارآفرینی، دانشگاه کارآفرین، توسعه ملی، مدیران

مقدمه

مدیران باید دارای ویژگی ها ی برجسته کارآفرینی باشند و با تکیه بر یافته ها و مطالعات انجام شده درباره مسایل مدیریت ،روش های مناسب را با توجه به موقعیت سازمان عملی کنند تا زمینه ی دست یابی به هدف های سازمان فراهم شود . این امر در مدیران میانی سازمانی اهمیت بیش تری می یابد مدیران میانی برنامه ریزی های میان مدت کرده و برای اظهار نظرمدیریت عالی برنامه های جامع تر و بلندمدت آماده می کنند .عملکرد مدیران رده پایین را تحلیل کرده توانایی و آمادگی آنان را برای ارتقاء تعیین و در مسائل مختلف به آن ها خدمات مشاوره ای می دهند.

در دنیای امروز با توجه به فرآیند جهانی شدن ودانش مدار بودن اقتصاد، کشورهایی قادر خواهند بود جایگاه هایی برای خود پیدا و حفظ نمایند که با توجه به نهادهای علمی وتحقیقاتی و بر اساس اصول وریشه های اجتماعی- فرهنگی خود ، بتوانند در تولید علم ومدیریت آن نسبت به رقبا پیشی بگیرند.

کارآفرینی موضوعی است که از اواخر قرن بیستم مورد توجه محافل آموزشی کشورهای جهان قرار گرفته است. بررسی تاریخ ادبیات کارآفرینی مؤید آن است که این واژه اولین بار در تئوری های اقتصادی و توسط اقتصاد دانان ایجاد شده و سپس وارد مکاتب و تئوری های سایر رشته های علوم گردیده است . کارآفرینی به عنوان عامل کلیدی رشد و توسعه اقتصادی در عصر مدرن شناخته شده است و در مرکز رقابت بین المللی ، شرکت های کارآفرینانه هستند که لبه تیز رقابتی آن ها معطوف به انعطاف سازمانی و استراتژی تغییر مستمر در فرآیندها ، محصولات و طرح هاست لذا دانشگاه ها می تواند با ترویج

فرهنگ کارآفرینی در دانشجویان و آموزش مهارت های کارآفرینی و ایجاد محیطی مناسب برای کارآفرینی به این امر جامه عمل بپوشانند و باعث رشد صنایع و شرکت ها شده و با تقویت اقتصاد کشور ، توسعه ملی را به ارمغان بیاورند .

مفهوم و مبانی کارآفرین و کارآفرینی

مفهوم کارآفرینی اولین بار در فرانسه برای افرادی به کار می‌رفت که در جنگ سده شانزدهم میلادی در مأموریت‌های نظامی خود را به خطر می‌انداختند و به استقبال مرگ می‌رفتند و بعدها این واژه به کسانی اطلاق می‌شد که مخاطره یک فعالیت اقتصادی را می‌پذیرفتند و دست به یک نوآوری می‌زدند.

در ادبیات کارآفرینی تعاریف بسیار مختلفی بر آن ارائه شده است که بعضی از تعاریف آن عبارتند از :

1) فرآیندی که بتوان با استفاده از خلاقیت ، عنصر جدیدی را همراه با ارزش جدید با استفاده از زمان، منابع، ریسک و به کارگیری دیگر عوامل، بوجود آورد، کارآفرینی گویند.

2) پروسه هدایت به " خلق سازمان جدید " بدون توجه به نوع و پتانسیل سازمان یا فرآیند خلق ثروت و یا پروسه تخریب خلاق

3) کارآفرینی عبارت است از فرآیند نوآوری و بهره‌گیری از فرصت‌ها، با تلاش و پشتکار بسیار و همراه با پذیرش ریسک‌های مالی، روانی و اجتماعی که با انگیزه کسب سود مالی، توفیق طلبی، رضایت شخصی و استقلال صورت پذیرد.

4) پیتر دراکر (Petter Drucker 1985) معتقد است که کارآفرینی یک رفتاری باشد که یک صفت ویژه در شخصیت فرد کارآفرین. کارآفرینی همانا به کار بردن مفاهیم و تکنیک های مدیریتی ؛ استانداردهای محصول ؛ به کارگیری ابزارها و فرآیندهای طرحی و بنا نهادن کار برپایه آموزش و تحلیل کار انجام شده می باشد.

کارآفرینی های مهارت

1) **مهارت شخصی :** که در بردارنده ی مواردی از قبیل: کنترل و نظم درونی ،ریسک پذیری، نوآوری، توانایی

اداره ی تغییر ، تغییرمحوری ، پافشاری، مقاومت و پشتکار؛ و رهبری دوراندیشی دانست.

2) **مهارت های مدیریتی :** که عبارتند از : برنامه ریزی و تعیین اهداف ، تصمیم گیری ،روابط انسانی ،

بازاریابی، مهارت های مالی و حسابداری مدیریت،کنترل، مذاکره و مدیریت توسعه .

3) **مهارت های فنی :** که شامل :مهارت های نوشتاری، ارتباطات شفاهی یا ارتباطات کلامی ، نظارت یا ارزیابی

، محیط، مدیریت کسب و کار ، فناوری، مهارت میان فردی، مهارت شنیداری ، توانایی سازمان دهی، ایجاد شبکه

های مدیریت (مدیریت مشارکتی)، مربی گری، بازیگر و ایفاکننده نقش در تیم یا مهارت های تیم سازی

ویژگی‌های کارآفرینان موفق

در متون مربوط به کارآفرینی برای فرد کارآفرین ویژگی‌های مختلفی بیان گردیده که هر محقق و نویسنده ای بنا به تحقیقات خود چندی را ذکر کرده است. در زیر سعی شده تا کامل‌ترین خصوصیات و ویژگی‌های مربوط به کارآفرینان بیان شده است.

در مقاله ای که توسط Josef E. Levangie در سال ۲۰۰۳ نوشته شده ویژگی‌های کارآفرینان موفق بقرار زیر است:		
(محرک و پرنرژی)	(بابرنامه و هدفمند)	(تمایل به پیروزی)
(تعهد بلند مدت)	(ریسک پذیر)	(درستی و صداقت)
(دارای اعتماد بنفس بالا)	(کسب تجربه از اشتباهات)	(ابرمر (برزن))
(باتجربه و موفق)	(انتقادپذیر)	
(مشتاق)	(خالق، نوآور و سازنده)	
(حلال مسائل سخت)	(استفاده بهینه از منابع)	

انواع کارآفرینی

با توجه به گستردگی کارآفرینی، سه نوع کارآفرینی مطرح می‌باشد؛

کارآفرینی مستقل یا فردی

کارآفرین مستقل فردی است که با بسیج و جمع‌آوری منابع لازم با تمرکز بر نوآوری و توسعه فرآیند محصول یا خدمات جدید، شروع به کسب و کار می‌نماید، او از کارکردن برای دیگران رنج می‌برد و نمی‌خواهد آقا بالاسر داشته باشد و انجام کارها را به شیوه خودش می‌پسندد. به عبارتی دیگر اگر نوآوری و ساخت محصول جدید یا ارائه خدماتی نو با توجه به بازار، حاصل کار فرد باشد کارآفرینی فردی می‌گویند.

کارآفرینی سازمانی

فرآیندی است که در آن محصولات یا فرآیندهای نوآوری شده، از طریق القاء و ایجاد فرهنگ کارآفرینانه در یک سازمان از قبل تأسیس شده به ظهور می‌رسند. نوآوری سازمانی در واقع اشاره به نوآوری کالا یا خدمات دارد و در آن تأکید به توسعه و نوآوری در فناوری و شیوه‌ها و روندهای نو برای تولید می‌باشد. اگر ما بخواهیم دانشگاه را به عنوان یک سازمان کارآفرین در نظر بگیریم، علاوه بر نقش کارآفرینی سازمانی، وظیفه تربیت افراد کارآفرین را نیز بر عهده دارد. به عبارتی اگر نوآوری و ساخت محصول جدید یا ارائه خدمات جدید حاصل کار یک تیم کاری باشد کارآفرینی سازمانی می‌گویند.

توسعه کارآفرینی سازمانی در دنیا همان طور که از شکل پیداست با وجود مدیران سنتی باعث دور شدن کارآفرینان از سازمان شده و از طرفی برای بقاء سازمان‌ها نیاز به کارآفرین دارند این دومقوله باعث ایجاد سازمان‌های کارآفرینی شده که افراد کارآفرین در آن به سهولت می‌توانند فعالیت نموده و مولد محصول و خدمات جدید باشند.

کارآفرینی بین‌المللی

کارآفرینی بین‌المللی به فرآیند هدایت اقتصادی در فراسوی مرزهای ملی اطلاق می‌شود (مردیث و دیگران، ۱۳۷۱). این فرآیند شامل صادرات، صدور مجوز، افتتاح دفتر فروش در کشور دیگر می‌باشد، در حقیقت وقتی کارآفرین فعالیت شغلی خود را در بیش از یک کشور به اجرا می‌گذارد کارآفرینی بین‌المللی به وجود می‌آید، کارآفرینان و سازمان‌های کارآفرین که

در میان این سازمان ها ، دانشگاه ها نقش پررنگ تری را ایفا می کنند ، می توانند به عنوان دو بازوی قدرتمند کارآفرینی بین المللی مطرح شوند که نقش به سزایی در توسعه ملی دارند.

مزایای کارآفرینی

- ۱ - ایجاد اشتغال؛
- ۲ - توزیع متناسب درآمدها و کاهش اضطراب های اجتماعی؛
- ۳ - بهره برداری از منابع و فعال شدن آن ها برای توسعه کشور؛
- ۴ - بهبود کیفیت زندگی؛
- ۵ - کشف نیازها؛
- ۶ - ابداع و توسعه کالاها؛
- ۷ - ایجاد خدمات جدید.

دانشگاه کارآفرین

دانشگاه کارآفرین مکانی است که در آن ایده ها، روش ها و مشاغل جدید در آن خلق می شوند، این مراکز از افراد کارآفرین حمایت می کنند . این حمایت شامل حمایت های آموزشی ، مالی و بازاریابی است . در نتیجه کارآفرینان امکان دسترسی به کتابخانه ها ، آزمایشگاه ها و مراکز تحقیقاتی 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 آن ها همکاری می شود تا مشکلات آنها پیش بینی شده و از فرصت های به دست آمده استفاده کنند که خود تجربه ای ارزشمند در حیطه مالی و بازاریابی است (پیوندی، ۱۳۸۴). مشاغلی که از این دانشگاه ها بهره مند می شوند ، مسلماً در توسعه فناوری های جدید پیشرو خواهند بود ، این فناوری ها در اختیار شرکتها قرار گرفته و منجر به بالارفتن توان رقابتی آنها گشته و در نتیجه باعث توسعه ملی کشور گشته است.

وظایف دانشگاه های کارآفرین

-) تقویت ساختارهای دانایی محور در تولید علم و فن؛
-) توجه به تولید علم و تولید ثروت از دانش؛
-) ایجاد توان شناسایی نیازهای جامعه و تطبیق تخصص و تحصیلات؛
-) ایجاد و پرورش فرهنگ کارآفرینی؛
-) ایجاد توانایی کارگروهی؛
-) بالا بردن توان ارزش آفرینی؛
-) آشنا بودن دانشجویان با منابع و امکاناتی که در جهت شناسایی فرصت های جدید به آنها کمک می کند؛
-) ایجاد توانایی ارزیابی اقتصادی از طرح تجاری؛
-) ایجاد توان شناسایی تحولات در نیازهای جامعه؛
-) درک مفهوم کارآفرینی در ارتباط با توسعه اقتصادی
-) ایجاد و تقویت برخی بسترها و ظرفیت های بالقوه برای مسائل علمی حل نشده، نیازهای کشور و ایده های نو؛
-) تشویق و گسترش خلاقیت برای خلق کسب و کارها و مفاهیم کسب و کار جدید؛
-) افزایش قدرت تجزیه و تحلیل دانشجویان در شناسایی بازار ، تکنولوژی ، فرصت های مالی و اقتصادی؛
-) شناسایی قوت و ضعف کسب و کارهای موجود؛

- ج) تجزیه و تحلیل فرصت‌ها و تهدیدها و ارائه راهکارهای بهبود آن‌ها؛
- ج) عامل ایجاد و توسعه ثروت، بر انگیزنده اقتصادی جامعه یا به عبارتی موتور رشد و توسعه اقتصادی ملی کشور؛
- ج) عامل اشتغال‌زایی؛
- ج) عامل انتقال تکنولوژی؛
- ج) عامل تحوّل و تجدید حیات ملی و محلی
- ج) ایجاد شرکت‌های خصوصی و حمایت و پشتیبانی از آن‌ها.

ارتباط دانشگاه کارآفرین با صنعت

نیروی انسانی یکی از سرمایه‌های ملی در هر کشوری می‌باشد و حصول توسعه ملی بدون توسعه انسانی امری محال می‌باشد و بایستی در برنامه‌های توسعه به نقش انسان و کارکردهای آن توجهی خاص مبذول گردد. وظیفه دانشگاهها و نهادهای علمی عرضه نیروهای انسانی، و وظیفه صنعت، تقاضا جهت این نیروها در چرخه آفرینش و استفاده از نیروهای انسانی می‌باشد، تعادل در عرضه و تقاضای نیروهای متخصص تربیت شده توسط دانشگاه بسیار ضروری می‌باشد، ارتباط این دو نهاد سبب رشد و توسعه اقتصادی، توسعه منابع انسانی، افزایش بهره‌وری و پیشرفت تکنولوژی و قطع وابستگی صنعتی و کاربردی شدن دانشگاهها و حل مشکلات صنعتی و ورود علم و دانش به صنعت می‌گردد. ولی عدم هماهنگی و ارتباط بین این دو نهاد در جامعه، آنها را به دو خط موازی در اقتصاد کشورمان تبدیل نموده است و این سبب بروز مشکل در توسعه اقتصادی کشور گردیده است. در حالت کلی عمده مشکلات دانشگاه کارآفرین با صنعت به قرار زیر می‌باشد:

- ۱ - عدم مدیریت مناسب هم در دانشگاه و هم در صنعت؛
- ۲ - عدم پذیرش و باور صنایع کشور از توانایی‌های دانشگاههای داخل کشور؛
- ۳ - کم اهمیت بودن و رفع تکلیف دوره‌های آموزشی و کارورزی و کارآموزی دانش‌آموختگان و دانشجویان دانشگاهی در صنعت؛
- ۴ - کم حوصلگی دانشگاهیان در برخورد با کارکنان صنعتی؛
- ۵ - عدم استقبال صنایع کشور از دانشجویان دانشگاه به سبب تفاوت در سطح تحصیلات و طبقات اجتماعی .

نقش دانشگاه کارآفرین در توسعه ملی

رسیدن به توسعه ملی از برنامه‌ها و اهداف کلیه کشورهای درحال توسعه می‌باشد، برای رسیدن به امر مهم ناگزیر به استفاده از توانمندی‌های درونی (مدیریت، نیروی انسانی، اطلاعات، امکانات) با الگوهای علمی در اقتصاد مبتنی بر دانش می‌باشیم. اقتصاد نو ظهوری که تأکید آن بر صنایع کوچک با درآمدزایی بسیار می‌باشد، صنعت و دانشگاه کارآفرین، مرتبط و هماهنگ با هم از ابزارهای رسیدن به این هدف می‌باشد. فرآیند رسیدن به این هدف مهم را نشان می‌دهد، بدین صورت که دانشگاه کارآفرین با خلق و پرورش افراد کارآفرین (مدیر کارآفرین و نیروی انسانی کارآفرین) و با ابداع روش‌ها و طرح‌های جدید و با از میان برداشتن موانع و مشکلاتی که در ارتباط با صنعت وجود دارد منجر به تأسیس و راه اندازی صنایع کوچک و رشد بالندگی و توسعه آن‌ها می‌شود، با توجه به این که رسالت صنعت، تولید محصولات و ارائه خدمات مورد نیاز جامعه و ایجاد ثروت و اشتغال می‌باشد لذا این امر توسعه اقتصادی را به همراه دارد، همچنین با مطالعاتی که روی کشورهای توسعه یافته صورت گرفته به این نتیجه رسیده اند که توسعه اقتصادی این کشورها، مهم‌ترین رکن برای دستیابی به توسعه ملی آن‌ها است.

نتیجه گیری

ایجاد کسب و کارهای جدید و نوآوری در سازمان فعالیت هایی هستند که منجر به بهبود موقعیت رقابتی سازمان و عملکرد آن می شود. میلر (۱۹۸۳) معتقد بود که نوآوری در سازمان عبارت است از توانایی یک شرکت برای تولید محصولات جدید یا تغییر محصولات به طوری که شرکت بتواند به تقاضاهای جدید و نیاز بازارهای آینده پاسخ دهد. بعد دیگر پدیده کارآفرینی سازمانی، نوسازی استراتژیک است که نماد کارآفرینی سازمانی محسوب می شود. منظور از نوسازی استراتژیک یک سازمان، اصلاح مأموریت، سازماندهی مجدد و تغییرات گسترده برنامه ریزی شده در سازمان است. نوسازی از طریق تعریف دوباره مأموریت سازمان و گسترش مجدد منابع تحقق می باشد. از طرف دیگر، نوسازی نیازمند ایجاد و پذیرش ساختارهای جدید سازمانی است تا باعث ارتقا و ترویج نوآوری شود.

دانشگاه های کارآفرین با تربیت مدیران و افراد کارآفرین و مشاغل و طرح های کارآفرین، می توانند موتور اقتصاد کشور را به حرکت دریاورند و راه را برای رسیدن به توسعه ملی هموارسازند. در جامعه های پیشرفته ارتباط بین مهم ترین ارائه دهندگان اصلی خدمات آموزشی یعنی دانشگاه و صنعت به صورت خود جوش و سازمانی باشد به نحوی که صنعت گر بدون دانشگاهی و دانشگاهی بدون صنعت گر امکان رشد و تعالی نخواهد داشت و برای جامعه سودمند نخواهد بود. زمانی که مدیر کارآفرین ارتباط خود را با کارگران از دست بدهد به سختی می توان وجود سطح لازم از کارآفرینی را در سازمان تضمین نمود. مسأله سوم در سازمان های بزرگ نیاز به کنترل است. زمانی که شرکتی بزرگ می شود، نیاز به کنترل در آن بیش تر می شود. در نتیجه، مدیر شرکت مجبور است تا استانداردهای اجرایی ثابت و کمیت پذیری را ایجاد نماید. از این رو، دیوان سالاری و گزارش ها، نسبت به برنامه ریزی ها برتری یافته و گزارش های کاری بیش تر از نتایج آن، نظارت را جلب می کند و قوانین و استانداردها نسبت به رفتار کارآفرینانه مهم تر می شود.

مراجع:

- ۱) اسلام، علی اکبر (۱۳۸۲). برنامه ریزی بازاریابی، تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی.
- ۲) اعرابی، سید محمد (۱۳۸۱) >> تبیین عوامل توفیق کارآفرینان و آرایه الگوی مناسب از علل توفیق کارآفرینان در بازار ایران << مجموعه مباحث و مقالات اولین کنگره کارآفرینی در بخش بهداشت و درمان، تهران: نسیمای فرهنگ.
- ۳) عبدالملکی، جمال توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره دوم، زمستان (۱۳۸۷)، از ص ۱۰۳-۱۲۹
- ۴) احمدپور داریانی، محمود؛ (۱۳۸۰)، کارآفرینی؛ تعاریف، نظریات، الگوها، انتشارات پردیس.
- ۵) مردیث، جفری و دیگران؛ (۱۳۷۱)، کارآفرینی، محمد صادق بنی نیان، مترجم، انتشارات دفتر بین المللی کار، تهران، موسسه کار و تامین اجتماعی.
- ۶) پیوندی، گلناز؛ ۱۳۸۴، ظهور دانشگاه کارآفرین، کنگره تولید علم.
- ۷) سید نورانی، سید محمدرضا، محمدی، عباس و ساعی، مهرداد، ارتباط صنعت و دانشگاه، اداره کل امور پژوهشی و ارتباط با دانشگاه، پاییز ۱۳۸۱
- ۸) ماجد حسین آبادی، امیرحسین، ارتباط دانشگاه - صنعت فولاد و توسعه کارآفرینی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف آباد، ۱۳۸۵
- ۹) روزنامه ابتکار، ۱۳۸۶/۶/۱۲
- ۱۰) ماهنامه کارآفرینی - ۱۳۸۸
1. D. Alan Barefield and Georgr F. Smith, Exploring Entrepreneurship, Tennessee State University, 2007
2. Joseph E. Levangie, Musings of a Serial Entrepreneur Reconciling Theory with Practice, New England Journal of Entrepreneurship, Volume 6 Number 2- 2003
3. Drucker, P. (1985), "The Discipline of Innovation", *Harvard Business Review*, May-June. Vol. 5, No. 3, pp. 67-72.
4. Eyal ori & Inbar dan (2003). Development a public school

entrepreneurship inventory. International journal of entrepreneurial
behavior & research. Vol.9. n. 6.

5. Hisrich, Robert B, peters -Michael P. (2002). Entrepreneurship. Tata
MC raw grow- hill publishing company limited.

6. Hersey, P., & Blanchard, K. (1988). *Management of organizational
behavior*. New Jersey: Prentice Hall, Inc.