

کار آفرینی دانشگاهی

شناسایی موانع کار آفرینی دانشگاهی و راهکارهای تقویت آن

محمدرضا نوروزی

دانشگاه آزاداسلامی بناب - کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی

mr.noruzi@yahoo.com

09143216700

نرگس سریع القلم

دستیار علمی رشته ریاضی - دانشگاه پیام نور مرکز مراغه

n_ghalam@yahoo.com

واژگان کلیدی: کار آفرینی، دانشگاه، دانشجو، موانع کار آفرینی دانشگاهی، راهبردهای توسعه کار آفرینی

چکیده

در این مقاله، ابتدا به تعریف مفاهیم و مبانی کار آفرینی^۱ اشاره می‌شود و بعد از این آنالیز کلی، یک سری موانع موجود در کار آفرینی دانشگاهی و عواملی که باعث پایین آمدن یا پایین ماندن سرعت کار آفرینی در دانشگاهها می‌شود و عواملی را که برای افزایش سرعت کار آفرینی در دانشگاهها باید انجام شود را بررسی می‌کنیم.

ضمناً یک سری اقداماتی را که باید دانشگاهها و مراکز آموزش عالی انجام دهند تا در مسیر کار آفرینی قدم بگذارند و بتوانند در این دنیایی که با سرعت در تغییر و تحول می‌باشد پا برجا بمانند را بیان خواهیم کرد. شیوه تحقیق در این مقاله بیشتر کتابخانه ای است و از مطالعات میدانی نیز استفاده گردیده است. در این بررسی سعی شده اکثر موانع^۲ از جمله مشکلات ساختاری و جنسیتی و دیگر فاکتورهای موثر بررسی و پیشنهادات راهبردی و کاربردی لازم ارائه گردد.

مقدمه

آنچه که در دانشگاههای ما تاکنون مورد توجه بوده است مسئله آموزش بوده، لذا به مسائل پژوهشی و تحقیقاتی توجه کافی به عمل نیامده است. هنوز دانشجویان ما با مسئله کار آفرینی عمدتاً بیگانه اند، زیرا زیرساختهای کافی و فیزیکی برای توسعه^۳ کار آفرینی فراهم نشده است، لذا مشکل اشتغال فارغ التحصیلان دانشگاهی^۴ به یک معضل اجتماعی مبدل شده و زمینه برای فرار مغزها و انواع مشاغل کاذب فراهم گردیده است. آنچه که مسلم است پیشرفتهای عصر حاضر در زمینه های مختلف ریشه در علم و تکنولوژی اطلاعات موجب فراهم نمودن فرصتهای بسیار خوب برای سرمایه گذاری تجاری شده است.

در چنین شرایطی بقاء و رشد سازمانها، شرکتهای در گرو تغییر و تحول اساسی در نگرش اهداف استراتژی ها، فرهنگ و امثال اینها میباشد. رقابت در کسب و کار کیفیت تولید را بالا میبرد و به اقتصاد رونق میبخشد. رونق اقتصادی ایده های جدید بوجود می آورد که منجر به کسب و کار تازه خواهد شد.

در این مقاله ابتدا کلیاتی از کار آفرینی که شامل تعاریف، اهمیت و دیدگاه و ویژگیهای آن میباشد و پس از آن چگونگی ایجاد بستر کار آفرینی در ابعاد آموزش، ترویج و پژوهش و ابزارهای مورد استفاده در جهت تحقق کار آفرینی مورد بحث فرار گرفته است. در پایان، به موانع و چالشهایی که بر سر راه کار آفرینی میباشد، پرداخته شده است. راه کارهای تئوری و کاربردی در بخش های مختلف آن ارائه شود.

پیشینه تحقیق^۵

تعریف کار آفرینی:

واژه کار آفرینی در اصل از زبان فرانسه "اینترپرنیورشیپ" گرفته شده و به سایر زبانها راه یافته است. انگلیسی ها سه اصطلاح متفاوت را در خصوص کار آفرینی بکار گرفته اند: ماجراجو، متعهد، کارفرما. از کار آفرینی تعریفات ریگری نیز شده است که در ذیل آمده است:

- کار آفرینی فرایندی از ارائه اندیشه های تازه و نو، بهره گیری از امکانات و فرصتهای موجود با تکیه بر دانش، پیشه و کار مربوط به آن و پذیرش خطر است. [۱]
- کار آفرینی پلی میان زایش ایده، تولید و انجام خدمات، مبادله اطلاعات و کلاست. [۲]
- کار آفرینی عاملی است که عوامل گوناگون را در کنار یکدیگر قرار می دهد تا بهره برداری از منابع و فعال شدن آنها در جهت بهره وری و تأمین منافع ملی میسر گردد و مؤسسات بهره ور و خلاق ایجاد شوند که موجب رشد و توسعه همه جانبه باشند. [۳]
- کار آفرینی فرایندی است که فرد کار آفرین به ایده های نو و خلاق^۶ و شناسایی فرصت های تازه و با بسیج منابع، مبادرت به ایجاد پیشه و کار و شرکت های نو، سازمانهای جدید و نوآور و رشدیابنده می کند. این فرآیند که مستلزم پذیرش خطر و ریسک است، منجر به عرضه محصول یا خدمت تازه به جامعه می شود. [۴]
- کار آفرینی ناظر به رفتارها و فعالیتهای خطرپذیر و نوآور و بهره گیری از فرصت هایی و کار آفرینان کسانی هستند که همراه با خطرپذیری، فرصت هایی را غنیمت می شمردند و با تکیه بر اندیشه ها و تجربه های خویش راهکارهای تازه برای سودآوری جستجو می کنند. [۵]
- کار آفرینی فرایندی است که منجر به ایجاد رضایتمندی یا تقاضای تازه می شود. کار آفرینی عبارت از فرآیند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه ای منحصر به فرد از منابع به منظور بهره گیری از فرصتها است. [۶]
- کار آفرینی پدیده ای راهبردی و نیرویی هدایت کننده است. کار آفرینی فرایند بلندمدت آموزشی و پرورشی است که مستلزم برنامه ریزی در نظام آموزشی و پژوهشی و اجرای برنامه های از پایگاه خانواده و مدرسه تا دانشگاه و سازمان است و باعث به حرکت درآمدن چرخه فعالیتهای اقتصادی کشور می شود. [۷]
- کار آفرینی عامل دگرگونی اجتماعی است و به ایجاد مشاغل تازه و بهره گیری مؤثر از نیروی انسانی و منابع طبیعی می انجامد. [۸]
- کار آفرین کسی است که گذشته از اشتغالزایی بهره وری را توسعه می دهد. [۹]

هربرت و لینک دوازده ویژگی را بر کار آفرینی بر شمرده اند که عبارتند از: مخاطره را با عدم قطعیت ارتباط میدهد، عرضه کننده سرمایه مالی است، مبتکر است، تصمیم گیرنده است، رهبر صنعتی است، مدیر یا رئیس است، پیمانکار است، سازمان دهنده یا هماهنگ کننده منابع اقتصادی است، مالک شرکت تجاری است، بکار گیرنده عوامل تولیدی است، حاکم و کارفرما است، و فردی است که منابع را جهت مقاصد مختلف بکار میگیرد.

[۱۰]

سه موج هادی در کار آفرینی:

تا دهه ۱۹۸۰ سه موج وسیع، کار آفرینی را به جلو هدایت کرده است:

موج اول

انفجار عمومی^۷ مطالعه و تحقیق در قالب انتشار کتابهای زندگی کار آفرینان و تاریخچه شرکتهای آنها، چگونگی ایجاد کسب و کار شخصی و شیوه های سریع خلق ثروت که از اواسط دهه ۱۹۵۰ شروع شد.

موج دوم

این موج شامل ارائه رشته های آموزش کار آفرینی در حوزه های مهندسی و بازرگانی است که از دهه ۱۹۶۰ به پا شد.

موج سوم

این موج شامل افزایش علاقه مندی دولتها به تحقیقات وسیعتر در زمینه کار آفرینی و بنگاههای کوچک، نشر آموزشها به شاخه های دیگر علوم اقتصادی، روانشناسی و مدیریتی، تشویق رشد شرکتهای کوچک و انجام تحقیقات در خصوص نوآوریهای صنعتی است که از اوایل دهه ۱۹۸۰ آغاز شد. [۱۱]

لذا، کار آفرین کسی است که متعهد میشود مخاطره های یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل کند.

ویژگیهای شخصیتی^۸ کارآفرینان:

ژان باتیست سی، در مورد تعریف کارآفرین میگوید: "کسی که منابع اقتصادی را از یک حوزه دارای بهره وری و سود پایین تر به حوزه های دارای بهره وری و سود بالاتر منتقل میکند."

اصولا، کارآفرین کسی است که ایده جدید را به واقعیت تبدیل میکند و چیز با ارزشی را از هیچ میسازد و به جامعه معرفی میکند. بنابراین در این سه تعریف چند نکته وجود دارد:

✓ کارآفرین اهل فکر جدید و نوگرا است.

✓ کارآفرین در فرایند ایجاد یک کسب و کار جدید است.

✓ نتیجه زحمات و فعالیتهای وی حتما بایستی به محصول جدید یا خدمات جدید منجر شود

در سالهای میانی دهه ۱۹۸۰ توماس بگلی و دیوید پی. بوید در زمینه ویژگیهای شخصیتی کارآفرینان مطالعه کردند و ویژگیهای آنها را به پنج بخش تقسیم کردند:

۱. نیاز به کسب موفقیت

۲. مرکز کنترل

۳. تحمل ریسک

۴. رویارویی با وضع ابهام

۵. رفتار نوع A بدین معنی که باید در زمانی به دستاوردهای بیشتری رسید و اگر ایجاب کند باید اعتراضات دیگران را هم نادیده گرفت. هم

بنیان گذاران و هم مدیران شرکتهای کوچک در مقایسه با سایرمدیران اجرایی دارای رفتار نوع A می باشند. [۱۲]

از ویژگیهای حاشیه ای کارآفرینان، بازآفرینی است یعنی انجام دادن درست کارها را با آنچه در گذشته بر سازمان تحمیل یا دیکته می کند جابه

جا و بازآفرینی کند و کارایی را بالا برد. [۱۳] و کارمندانی را که به عقیدهی پیتر سنج رمقی برای تغییر برایشان باقی نمانده است را تغییر دهند و

تعالی بخشند. [۱۴] و به محیط و سازمان هوشمند دست یابند. [۱۵]

از ویژگیهای عمومی کارآفرینان می توان در به کارگیری موثر از عوامل تولید (زمین، نیروی کار، سرمایه) نام برد. [۱۶] یک کارآفرین منتظر نمی ماند و

بهانه ای در مورد کمبود سرمایه ندارد زیرا که اصولاً "یک کارآفرین موفق ابتدا نیاز جدید را می بیند و می یابد و سپس نیروی انسانی، مواد و سرمایه

لازم را برای تامین این نیاز فراهم می آورد. [۱۷]

لیبنشتاین (۱۹۶۸) چهار ویژگی را برای کارآفرین بیان میکند:

۱. بازارها را یکپارچه و مرتب میسازد.

۲. خلاء ها و شکاف های بازار را پر نماید.

۳. با صرف وقت، خود را درگیر تغییرات ساختاری و سازمان ها نماید.

۴. کلیه عوامل را برای تولید و بازاریابی یک محصول مهیا نماید.

همچنین، کی یرلوف (۱۹۷۹) سه ویژگی را برای همه کارآفرینان موفق مشخص کرده است:

۱. نوآوری: کار آفرین باید فرصتهای تجاری ناشی از تغییرات در تقاضا و فناوری جدید را شناسایی کند.

۲. سرمایه گذاری: توانایی تمایل به یافتن و فراهم کردن سرمایه مخاطره آمیز برای یک شرکت.

۳. اعمال مدیریت پس از شروع به کار شرکت. [۱۸]

اهمیت کارآفرینی

بخش اهمیت کارآفرینی از سه جهت مختلف مورد بحث قرار میگیرد:

✓ ایجاد اشتغال

✓ عدالت اجتماعی

✓ فرهنگی

از نظر اشتغال: مطالعاتی که در ایالات متحده آمریکا صورت گرفته، نشان دهنده آن است که از بیست میلیون شغل جدید ایجاد شده در فاصله ۱۹۹۵-۱۹۸۰، ۳/۵ میلیون شغل ناشی از ایجاد و تاسیس کسب و کارهای جدید بوده است.

در فاصله سالهای ۱۳۵۵ تا ۱۳۷۵ هجری شمسی بیشترین اشتغال در ایران به صورت "خویش فرما" بوده است که به دلیل عدم حمایت از این مشاغل، در دهه ۱۳۸۰ مواجه با بحران بیکاری شدیم، در حالیکه اگر در فاصله بیست ساله فوق حمایت جدی به عمل می آمد و هر نفر یک نفر را به کار میگرفت در دهه ۱۳۸۰ با کمبود نیروی کار مواجه می شدیم.

اهمیت کارآفرینی از نظر عدالت اجتماعی: کارآفرینی را نباید با رانت خواری و وابستگی صاحبان سرمایه با قدرتهای دولتی اشتباه گرفت. رشد کارآفرینی موجب میگردد تا گروه عظیمی از صاحبان مشاغل جدید نه با امکانات خیلی بالا وارد بازار کسب و کار شوند که چنین وضعی خلاء شکاف عظیم فقیر و غنی را پر میکند که به تحقق عدالت اجتماعی خواهد انجامید و برای تحقق بیشتر این موضوع لازم است قوانین و مقررات حقوقی، مالی، اداری در جهت این گروه متوسط باشد.

اهمیت کارآفرینی از نظر فرهنگی: فرهنگ و کسب و کار دو مقوله تفکیک ناپذیر هستند و بر همدیگر اثر میگذارند. لذا، گسترش فرهنگ کارآفرینی موجب تحرک و گسترش کسب و کار میشود و در توسعه چنین فرهنگی سطح اشتغال افزایش خواهد یافت. در نتیجه، باید فرهنگ انزوا و عدم تحرک اجتماعی را کم رنگ نمود. در عوض، فرهنگ ابتکار و خلاقیت را در بستر روحیه شاد و مال اندوزی و توانگری مالی باید گسترش داد. باید گفت که خداوند منشاء هستی و ثروت است. گنجینه ای بزرگ در کره زمین و خلقت آفریده، به انسانها عقل داده تا از آن استفاده کنند، و این دست یابی بستگی به لیاقت انسانها و در سطح کلان بستگی به لیاقت کشورها دارد.

تفاوت کارآفرینی با مدیریت

کارآفرینی با مدیریت تفاوت دارد. پال اچ. ویلکن می گوید کارآفرینی مستلزم ایجاد تغییر در تولید است، درحالی که مدیریت مستلزم ایجاد هماهنگی در فرایند تولید می باشد. او می گوید: "کارآفرینی یک پدیده ی گسسته است و موجب تغییر در فرایند تولید می شود... و سپس ناپدید می گردد تا یک بار دیگر موجب ایجاد تغییراتی شود" [۲۵]

کارآفرینی بیش از هر چیز با تغییر سروکار دارد. پیتر دراکر، یک صاحب نظر در مدیریت در عصر حاضر چنین می گوید: "کارآفرینان تغییر را به عنوان یک پدیده به هنجار و سالم می انگارند. معمولاً آنها موجب تغییر می شوند (یعنی معمولاً آنها مخترع نیستند). ولی یک کارآفرین همیشه در پی تغییر است، در برابر آن واکنش نشان می دهد و چون فرصتی پیش آید از آن بهره برداری می کند (و این تعریفی از یک کارآفرین و کارآفرینی است)" [۲۶]. ولی این گفته ها به شومپیتر تعلق دارد فردی که واژه کارآفرینی را ساخت و از نظر او تمام فرایند تغییر اقتصادی به شخصی بستگی دارد که موجب ایجاد آن می شود (کارآفرین یا نوآور). [۲۷]

عوامل موثر در ظهور کارآفرین

ویکلن (۱۹۹۲) چهار ویژگی را برای ظهور کارآفرینی مهم می شمارد:

۱. عوامل اقتصادی: مزیت های بازار و فراهم بودن سرمایه.
۲. عوامل غیر اقتصادی: مقبولیت کارآفرینی از نظر فرهنگی و اجتماعی.
۳. عوامل روانشناختی: نیاز به توفیق، انگیزه ها، مخاطره پذیری.
۴. ترکیب عوامل تولید به منظور ایجاد تغییر در تولید محصولات.

ضرورت^۹ کارآفرینی در دانشگاه و بستر سازی آن

آموزش: آموزش کارآفرینی امروزه در کشورهای صنعتی و فراصنعتی بخش قابل توجهی از برنامه های آموزشی دانشگاهها را بخود اختصاص داده است. در آمریکا بیش از پنجاه دانشگاه، در آلمان چهل و دو دانشگاه، در سوئد هشت دانشگاه، مالزی چهار دانشگاه و... آموزش کارآفرینی و مدیریت واحدهای کوچک اقتصادی در این کشورها به ویژه در بین بانوان بسیار رایج شده است. هدف این آموزشها این است که فارغ التحصیلان بتوانند موسسان و بنیانگذاران شرکتهای خصوصی باشند بخصوص که در ده ساله آخر برنامه های دولت تاکید بر خصوصی سازی دارد. قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران ایجاد شغل را از وظایف دولت دانسته لذا ترویج فرهنگ کارآفرینی و ایجاد بستری مناسب برای ظهور کارآفرینان از وظایف دولت است. لذا رابطه تنگاتنگ دانشگاهها با بازار کار و صنعت از اهم امور است.

امروزه در بسیاری از کشورهای دنیا، دانشگاهها محل آموزش دادن مدیران تجار، دانشجویان و زنان مدیر و حتی خانه دار می باشند. علاوه بر آن دوره های آموزش کارآفرینی نه تنها جای خود را در بستر دروس دانشگاهی باز نموده بلکه دوره های ابتدایی و متوسط را نیز مورد توجه قرار داده است. محور این آموزشها ایجاد روحیه کسب و کار و تلاش در کسب موفقیت‌های اقتصادی می باشد. [۲۹]

الف) موانع کارآفرینی در مرحله آموزش و زمینه سازی

۱) ضعف آموزش عالی:

در کشورهای اروپایی و آمریکا، مباحث کارآفرینی از چنان اهمیتی برخوردارند که در دوره کارشناسی و کارشناسی ارشد همه رشته های دانشگاهی حداقل یک درس با عنوان کارآفرینی ارائه می شود؛ به جهت اهمیت موضوع، کاربردی بودن درس و همچنین منافع بسیار زیاد مشاهده شده از آن، مهارت های ارائه شده در این درس به دقت و متناسب با اهداف و سیاست های کلان اقتصادی تعیین می شوند. لیکن در ایران، علیرغم توجه بیشتر در سال های اخیر، هنوز هم اهمیت موضوع برای تصمیم گیرندگان مشخص نیست و به دوره های آموزشی خارج از برنامه درسی اکتفا شده است. علاوه بر این، آموزش های ارائه شده نیز، در یک نظام متناسب با سیاست های کلان کشور تهیه نشده است.

۲- انتظارات "از حکومت:

غالباً در همه موارد انتخابات یکی از شعارهای اصلی کاندیداها "ایجاد اشتغال" برای جوانان و دانشجویان و فارغ التحصیلان بیکار است. این امر باعث شده است که انتظارات جوانان از دولت بالا رفته و همواره منتظر این هستند که کارفرمایی به نام دولت، آنها را به استخدام خود درآورد. لذا تمایل جوانان به سمت شغل های کارمندی منحرف شده است.

۳) ریسک گریزی:

محیط خانواده، مدرسه و جامعه به گونه ای است که غالب جوانان، حتی قشر تحصیل کرده را به سمت حرفه های با درآمد مطمئن و بدون ریسک سوق می دهد.

۴) نگرش نادرست به پول و ثروت:

علیرغم تقدس ثروت در اسلام، به عنوان یک "ابزار" برای زندگی بهتر، فرهنگ شکل گرفته در جامعه نگرش درستی نسبت به پول نداشته و به ثروتمند همواره به چشم شیاد و دزد نگریسته می شود. به این ترتیب افراد نه به دنبال نفع شخصی خود می روند و نه به دنبال یافتن راه های صحیح کسب درآمد بیشتر هستند.

۵) عدم توجه به آموزش حین کار و توانمندسازی "افراد:

علاوه بر خانواده و مدرسه یکی از فرصت های مناسب آموزش مهارت های کارآفرینی آموزش حین کار است که در کشور به آن توجهی نمی شود. [۳۰]

۶) رغبت پایین خانواده ها در امر ازدواج:

متأسفانه خانواده ها معمولاً ترجیح می دهند دختر خود را به یک کارمند بدهند تا به یک کارآفرین.

۷) موانع فرهنگی و اجتماعی:

در بسیاری از روستاها و خانواده ها هنوز دختران از رفتن به مدرسه منع میشوند.

۸) عدم اجازه مشارکت در فعالیت های اقتصادی:

برای دانشجویان و فارغ التحصیلان خانم از طرف همسران آنها

۹) ناپسند بودن مواجهه با مردان از لحاظ هنجارهای محلی

۱۰) نگرانی از مسئولیت پذیری

۱۱) کمبود سرمایه و نداشتن ابزار کار

۱۲) عدم برابری زنان با مردان.

۵) ناکارآمدی رابطه دانشگاه، بازار و دولت، و پیچیدگی و زمان بر بودن تحول در دانشگاهها و توسعه کار آفرینی دانشگاهی.

۶) عدم تبلیغ کافی از رسانه های گروهی به خصوص صدا و سیما در ارتباط با اهمیت کارآفرینی. عدم توجه کافی به اقتصاد در مقایسه با سایر ارزش های حاکم بر جامعه.

۷) عدم امنیت کافی برای سرمایه گذاری و رشد آن که این خود به دلایل سیاسی موجب فرار سرمایه ها و مغزها شده.

تقسیم بندی پیشنهادی برای بخش آموزش دانشگاهها و مراکز آموزش عالی برای توسعه و ترویج کارآفرینی

تقسیم بندی کلی دوره های آموزشی:

چهار دسته اصلی از دوره های آموزشی کارآفرینی باید در دانشگاه شکل گیرد:

دسته اول: هدف از این برنامه ها افزایش آگاهی بسوی کارآفرینی و درک بینش بیشتر نسبت به آن است.

دسته دوم: چگونگی تاسیس موسسات و شرکتهای، در این مورد دانستن قوانین و مقررات مربوط به آن باید مورد توجه قرار گیرد. **دسته سوم:** دوره هایی جهت رشد و بقای کارآفرینی و شرکتهای کوچک می باشند و بایستی شرایطی فراهم نمود که در قالب آموزش این شرکتهای از حالت ایستایی خارج و دائماً در حال تحول باشند.

دسته چهارم: این آموزشها شامل شیوه های جدید آموزشی و تعیین نقش های نوین دانشجو و استاد در فرآیند آموزش کارآفرینی می باشد. از اهداف دیگر این دسته از آموزش، آموزش و گسترش کمی اساتید جدید از میان صنعت گران و دست اندرکاران فعالیتهای اقتصادی برای آموزش کارآفرینی می باشد.

ایجاد بخشهای پژوهش و ترویج در دانشگاه گامی دیگر در جهت توسعه کارآفرینی دانشگاهی

الگوهای جامع و کلان استراتژیکی پیشنهادی در جهت توسعه کارآفرینی دانشگاهی:

۱) ایجاد دانشگاه های کارآفرین:

دانشگاه کار آفرین، مکانی است که مشاغل جدید در آن خلق می شوند و این مراکز از افراد کارآفرین حمایت می کنند. این حمایت شامل حمایت های آموزشی مالی و بازار یابی است. در نتیجه کارآفرینان امکان دسترسی به کتابخانه ها آزمایشگاهها و... را پیدا می کنند. در چنین دانشگاههایی برای سرمایه گذاران امکاناتی فراهم می شود تا مراکز جدید کسب و کار را فراهم آورند. با آنها همکاری می شود تا مشکلات آنها پیش بینی شده و از فرصت های بدست آمده استفاده کنند که خود تجربه ای ارزشمند در حیطه مالی و بازار یابی است. در این دانشگاهها گردهم آوردن ذخایر مالی اهمیت ویژه ای دارد و خصوصاً به کمک های دولتی نیز نیازمندند انجام پروژه های تجاری و اقتصادی همراه با فن آوری روز کم هزینه است و استفاده بهینه از ذخایر مالی نیز از ویژگیهای شاخص کار آفرینان می باشد. نکته مهم دیگر وجود تقاضا برای فعالیت و سرویس دهی در بازار است. مشاغلی که از این دانشگاهها بهره مند می شوند مسلماً در توسعه فناوری های جدید پیش رو خواهند بود. [۳۵]

ویژگیهای دانشگاه کارآفرین

سازمانهای کار آفرین ویژگیهایی دارند و از آنجایی که دانشگاه نیز به عنوان یک سازمان محسوب می شود می توان این ویژگیها را نیز به دانشگاه

بسط داد. ویژگیها عبارتند از: [۳۶]

۱. ساختار

۲. غیر متمرکز بودن

۳. غیر رسمی بودن

۴. عمودی و افقی بودن ارتباطات

۵. در انحصار نبودن اطلاعات

۶. گروهی بودن کارها

۷. برخورداری از ساختار سازمانی که مانع ایجاد ایده های نو نباشد

۸. کنترل سهل گیر و غیر رسمی
۹. داشتن کارکنان توانمند
۱۰. حمایت مدیریت
۱۱. قدردانی مدیریت از افراد ریسک پذیر
۱۲. قدر دانی مدیریت از افراد صاحب ایده
۱۳. تحمل کردن انحراف از قواعد کار کنان
۱۴. متولی شدن طرحهای کار آفرینانه، داشتن تنوع در حمایت های مالی مدیریت
۱۵. حمایت مدیریت از طرحهای کوچک آزمایشی
۱۶. به کار گیری ایده های جدید کار کنان
۱۷. تغذیه مالی برای شروع و حرکت طرح های نو
۱۸. قدرت تصمیم گیری مدیریت

۲) ایجاد پارک های علمی، فناوری:

یک پارک علمی، سازمانی است که بوسیله متخصصان حرفه ای اداره میشود و هدف آن افزایش ثروت در جامعه از طریق تشویق و ارتقای فرهنگ نوآوری و همچنین افزایش قدرت در میان شرکتهای و موسساتی است که متکی بر علم و دانش در محیط پارک فعالیت میکنند.

۳) ارتباط دانشگاه با صنعت و محیطهای صنعتی:

شرکتهای صنعتی که با یک دانشگاه، به خصوص دانشگاه کار آفرین در ارتباط باشند از مزایای فناوری آن نیز بهره می جویند به این جهت فرآیند های علمی و صنعتی دانشگاهها تکمیل شده و ایجاد این شرکتهای از دل پژوهشهای دانشگاهی رخ می دهد. در این مجموعه ها دانشجویان باید مجموعه ای از دانش و مدیریت کار آفرینی را تماماً آموخته و با امکانات لازم که دانشگاه در اختیار آنها قرار می دهد شروع به فعالیت در عرصه صنعت نمایند. در چنین مواردی معمولاً امکان ایجاد شرکتهای خصوصی مهیا شده و این شرکتهای کم کم و با آمادگی کامل می توانند از دانشگاهها جدا شوند ولی همچنان از حمایت و پشتیبانی دانشگاه بهره مند خواهند بود ضمن این که این مراکز صنعتی نیز در صورت موفقیت به اجرای پروژه ها و توسعه تحقیقات و فن آوری دانشگاهها کمک خواهند نمود. [۳۸] این ارتباط، ارتباطی دو جانبه است که مراکز صنعتی از دانش و تکنولوژی دانشگاهها و از دانشجویان و کار آفرینان خلاق و با استعداد بهره گرفته و دانشگاه نیز از کمک های مالی این مراکز بهره مند خواهد بود. با تسهیل روابط علمی و صنعتی مرتبط با کار آفرینی پیشرفت علم و صنعت سهل تر و سریع تر خواهد گشت. یکی از نهادهای مؤثر در حمایت از دانشگاههای کار آفرین مؤسسات و شرکتهای صنعتی و تحقیقی است.

وظایف دولت^{۱۲} در راستای توسعه کارآفرینی عمومی و همگانی در تمامی بخشهای دانشگاهی و غیر دانشگاهی

۱) ایجاد برنامه های آفرینش کار آفرین همگانی در سطح گسترده:

به منظور توسعه روحیه کارآفرینی، بهترین راه این است که با هدف آموزش مهارتهای مرتبط در سطح خانواده، مدرسه، دانشگاه و محل کار، برنامه ریزی جامعی صورت گیرد. کشور ما و دولت همواره راه خدمت به مردم را در "بخشیدن ماهی" دنبال می کرده اند؛ اما به هر حال این نگرش باید اصلاح شود. ضروری است که رویکرد دولت نسبت به خدمت به مردم "آموزش ماهیگیری" باشد. به همین منظور لازم است تا در مرحله اول به "پرورش آموزگاران ماهیگیری" اقدام کند. در صورتی که طی یک برنامه فشرده یک ساله فقط ۱۰۰۰ نفر برای "آفرینش کارآفرین" تربیت شوند، این رقم طی سال های بعد به صورت تصاعدی افزایش خواهد یافت. برای این برنامه یک ساله داشتن ۱۰ استاد مسلم، کافی است.

۲) فرهنگ سازی^{۱۳} دینی در زمینه کارآفرینی و ترویج آن:

اسلام، دینی است که بر خلاف تصور عمومی، نگاه مثبتی به پول، ثروت و کار دارد. پول و ثروت ابزار رسیدن به اهداف عالیه زندگی بشر بوده و به همین جهت ارزشمند هستند. پول و ثروت تنها در صورتی که "هدف" همه فعالیت ها قرار گیرند مخرب خواهند بود. برای اصلاح تصور عمومی لازم است رسانه های ملی رابطه صحیح عبادت، کار و زندگی را برای عموم تبیین نمایند.

۳) نظام قانونی هدایت کارآفرینی:

یکی از مهمترین موانع موجود در راه توسعه کارآفرینی، وجود تبعیض ها و رانت است. دولت باید مانند پلیس بزرگراه، ضمن جهت دهی حرکت کارآفرینان، تنها متخلفین و عدول کنندگانی را که نظم حرکت در بزرگراه را به هم می زنند، شناسایی، تنبیه و

جریمه نماید. در صورتی که همه بتوانند در این بزرگراه به طور یکسان و بدون رانت با خلاقیت و نوآوری به رقابت بپردازند، هر کسی لاین حرکت خود را بر اساس سرعت و میزان رشد مورد نظر برای فعالیت کارآفرینی خود تنظیم خواهد کرد (قدس طینت، ۱۳۸۵)

۴) ایجاد اصلاحات^{۱۴} نوین ساختاری در دولت:

دولت نباید خود را متولی رشد و اشتغال جامعه بداند. وظیفه دولت تنها هدایت و نظارت بر فعالیت بخش خصوصی است. اما در کشور ما چون، بخش خصوصی قدرتمند وجود ندارد، وظیفه دیگری نیز به آنها اضافه می شود که "توانمندسازی بخش خصوصی" است و ممکن است از طریق "برنامه جامع توسعه کارآفرینی" دنبال شود. پس از آن مرحله است که دولت با دید با برنامه ریزی صحیح و کاهش انحصارات خود، فعالیت های خود را به بخش خصوصی واگذار کند.

۵) سازمان دولت^{۱۵}:

دولت باید بر اساس کار کارشناسی سازمان مدیریت و برنامه ریزی به یک سازمان پویا تبدیل شود. در کنار عناصر اجرا، اداره و هم افزایی، عنصر کارآفرینی یکی از عناصر مهم در پویایی سازمان هاست. مدل های بسیار زیادی در مورد کارآفرینی درون سازمانی وجود دارد که قابل تعمیم به دولت نیز هست. اما نقطه مشترک این مدل ها در موارد زیر است:

باور^{۱۶}:

همه مدیران ارگان های دولتی و کارکنان آنها باید باور داشته باشند که همواره فرصت رشد در سازمان وجود دارد.

ساختار غیر بوروکراتیک^{۱۷}:

لازم است برای بهبود خدمات ارگان های دولتی، به کارآفرینان درون سازمان دولت اجازه داده شود که ساختارهایی با سریع ترین زمان انجام خدمات طراحی نمایند.

سیستم ترفیع^{۱۸}:

پاداش دهی و ترفیع بر اساس کار و نوآوری، می تواند به عنوان یک سیستم ترفیع دوگانه، جایگزین سیستم فعلی انتخاب مدیران شود. با این روش با تغییر دولت ها کمترین تغییر در ارگانها واقع می شود.

ارتباط کارکنان^{۱۹}:

در همه سازمان های کارآفرین، کارکنان به راحتی می توانند با مدیران ارتباط داشته باشند. در این راستا کاهش لایه های سازمانی در ارگان های دولتی ضروری است.

۶) بهترین فرصت^{۲۰}:

برهه زمانی فعلی بهترین فرصت برای توسعه کارآفرینی در جامعه است. در زمان اوج متقاضیان کار که نیروی کار تازه و شاداب وارد بازار کار می شود، دولت یا ارگان متولی توسعه کارآفرینی می تواند به راحتی کارآفرینان بالقوه و مستعد موجود در خیل عظیم نیروی کار را شناسایی نموده و در طرح جامع توسعه کارآفرینی از آنها کمک بگیرد.

پیشنهاداتی برای افزایش و توسعه قابلیت های کار آفرینی در مراکز آموزش عالی

۱. توسعه آموزش به خصوص آموزش های مجازی.
۲. تربیت مربیان کارآفرین ویژه رشته های علمی، صنعتی، اقتصادی و اجتماعی.
۳. توسعه نشریات و اطلاع رسانی کارآفرینی.
۴. توسعه پژوهش های کارآفرینی.
۵. ایجاد و تاسیس نهاد ها و شبکه های حمایت از کارآفرینان.
۶. توسعه مراکز کارآفرینی دانشگاهها.
۷. ایجاد تعادل مثبت بین دانشگاه و صنعت.
۸. تحول فرهنگ در جهت تحرک اقتصادی و اجتماعی.
۹. استفاده از ابزارهای ترویجی.
۱۰. دولت باید حمایت های تکنولوژیکی، قانونی، حقوقی، ارزشی، و اطلاع رسانی از کارآفرینان به عمل آورد.

نتیجه گیری

چنانکه گفته شد، افزایش چشمگیر بیکاری بویژه در میان گروههای تحصیلکرده زنگ خطر را برای مقامات کشور به صدا در می آورد و از این رو ضروری است که برای حل این مشکل برنامه ریزی دقیق، فراگیر و درازمدت صورت گیرد .

کارآفرینی، یکی از این راههایی است که شایسته است به عنوان اقدامی پایدار در جهت اشتغالزایی در اولویت قرار گیرد به گونه ای که مردم بویژه جوانان را چنان تربیت کند که توانایی اقدام و عمل مناسب همراه با انعطاف پذیری و پذیرش موقعیتهای شغلی ناامن و پیچیده را در بازار کار داشته باشند و بتوانند مشاغل تازه ای همراه با نوآوری و خطرپذیری شایسته ایجاد کنند .

در این راستا، دانشگاهها و مؤسسات آموزش عالی دولتی به علت داشتن اعضای هیأت علمی ثابت و امکانات پژوهشی پیشرفته در سطحی که مراکز غیردولتی به سختی توان فراهم کردن آنها را دارند می توانند در زمینه تولید دانش و تکنولوژی با شتاب حرکت کنند، در مورد نظامهای صنعتی پیشرفته پژوهش کنند و از دستاوردهای آنها بهره مند شوند. این مراکز با در اختیار داشتن امکانات پیشرفته و مؤسسات پژوهشی می توانند در زمینه تولید مواد، دستگاهها و قطعات گوناگون فعالیت کنند، با ارائه طرحها و مشاوره های لازم به سازمانها و شرکتهای دولتی و غیر دولتی، زمینه ایجاد شرکتهای تولیدی سودآور را فراهم آورند، دانشجویان را با گذراندن دوره های آموزشی ویژه برای هماهنگی با نیازهای در حال تحول جامعه آماده سازند و از این راه زمینه های کارآفرینی را در جامعه فراهم کنند. در این مقاله ابتدا به بررسی مفاهیم اولیه و کاربردهای کارآفرینی و اهمیت کارآفرینی پرداخته شد و سپس یک سری الگوهای کاربردی و راهبردی در این زمینه ارائه ردید که قابل کاربرد در اکثر مراکز آموزش عالی و دانشگاهها می باشند که در عین سادگی از ویژگی جامعیت برخوردارند. به امید اینکه راهبردهای ارائه شده گامی در جهت توسعه ی کارآفرینی قشر دانشگاهی ایران عزیزمان بردارد.

پی نوشتها

-
1. Entrepreneurship
 - 2 Hinders
 - 3 Development
 - 4 Graduated Students
 - 5 Research Background
 - 6 Innovative
 - 7 General Explosion
 - 8 Characteristics
 - 9 Necessity
 - 10 Expectancy
 - 11 Empowering
 - 12 Government
 - 13 Culture
 - 14 Reforms
 - 15 Government Organization

¹⁶ Belief

¹⁷ Non-Bureaucratic

¹⁸ Promotion System

¹⁹ Employee Relationship

²⁰ Vacancy

منابع:

- [۱]. رحیمی، حسین، «(ضرورت آموزش کارآفرینی در دانشگاهها)»، چکیده مقالات چهل و چهارمین نشست رؤسای دانشگاهها و مراکز علمی - تحقیقاتی کشور، (۱)، تهران: مؤسسه پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش عالی، ۱۳۸۰، ص ۶۱.
- [۲]. هاشمی، حمید، «(سرمایه‌های جاودان)»، ویژه‌نامه همایش کارآفرینی و فناوریهای پیشرفته، تهران: مؤسسه توسعه دانش و پژوهش ایران، ۱۳۸۰، ص ۱۲۶.
- [۳]. همان ص ۱۲۶.
- [۴]. مقیمی، فضل‌ا... «(کارآفرینی، سنجش و پژوهش)»، گاهنامه مرکز مطالعات سازمان سنجش آموزش کشور، شماره سوم، بهار، ۱۳۸۱، ص ۷.
- [۵]. جهانگیری، علی، «(دولت کارآفرین)»، مدیریت دولتی، شماره ۵۱، ۱۳۸۰، ص ۵۱.
- [۶]. احمدپورداریانی، محمود، کارآفرینی، تهران: شرکت پردیس ۵۷، ۱۳۷۹، ص ن.
- [۷]. هاشمی، پیشین، ص ۱۲۷.
- [۸]. ویژه‌نامه همایش کارآفرینی و فناوریهای پیشرفته، «گفتگو با کامبیز طالبی»، تهران: مؤسسه توسعه دانش و پژوهش ایران، ۱۳۸۰.
- [۹]. صدیقی، محمدجعفر، «(نقش انکوباتورها در بسترسازی کارآفرینی برای دانش‌آموختگان دانشگاهها)»، چکیده مقالات چهل و چهارمین نشست رؤسای دانشگاهها و مراکز علمی و تحقیقاتی کشور (۲)، تهران: مؤسسه پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش عالی، ۱۳۸۰، ص ۶۴.
- [10]. Madison, J. (1994). A green thumb: Students from South Central are growing "Food from the Hood." *Black Enterprise*, 25(5).
- [۱۱]. حسینی محمدحسین، «(موجهای پیش برنده کارآفرینی)»، ماهنامه تدبیر، ۱۳۸۶، ۱۷۷.
- [12]. For Example, Tomas Begley and David P. Boyd, 'The Relationship of the Jenkins Activity Survey to type A Behavior among Business Executives,' *Journal of Vocational Behavior* 27 (1987):316-328; c.
- [13]. Ira Kontron, *The Constraints of Corporate Tradition: Doing the Correct Thing, Not Just What The Past Dictates*, (New York: Harper and Row, 1987).
- [14]. Peter Senge, 'The Leaders New Work : (Building Learning Organizations 'Sloan Management Review, (Fall 1990):7-23).
- [15]. James Brian Quinn, *The Intelligent EEnterprise*, (New York: Free Press, 1992).
- [16]. Joseph A. Schumpeter, *Capitalism, Socialism and Democracy* (New York: Harper and Row, 1975 edition), p. 84.
- [17]. Jules Bachman, ed., *Entrepreneurship and the out look for America* (New York: Free Pres, 1983), p.3.
- [18]. Koh, H. C. (1996). Testing hypotheses of entrepreneurial characteristics: A study of Hong Kong MBA students. *Journal of Managerial Psychology*, 11(3), 12-25.
- [۱۹]. حسینی محمدحسین، «(موجهای پیش برنده کارآفرینی)»، ماهنامه تدبیر، ۱۳۸۶، ۱۷۷، همان.
- [20]. Paul H. Wilkin, *Entrepreneurship: A comparative and Historical Study* (Norwood, NJ.: Alex Publishing, 1979), p 60.
- [21]. Karl H. Vesper, *Entrepreneurship and Public Policy* (Pittsburg: Carnegie- Mellon University, The Graduate School of Industrial Administration, 1983) p. 14.
- [22]. Back man, *Entrepreneurship and The Outlook for America* p.17.
- [23]. Aces, 'Small Business Economics' p.39
- [24]. Vesper, *Entrepreneurship and Public Policy*, p 42
- [25]. Wilkin, *Entrepreneurship*, p.57.
- [26]. Peter F Drunker, *Innovation and Entrepreneurship* (New York: Harper and Row, 1986), pp. 27-28
- [27]. The Forth Points Comes from Olton J. Aces, "Small Business Economics: A Global Perspective," *Challenge* November-December, 1992), p.39
- [28]. Krueger, N. F. (1993). "Growing up entrepreneurial?" Developmental consequences of early exposure to entrepreneurship. In D. P. Moore (Ed.), *Best Papers Proceedings*, Academy of Management, 80-84.

[29]. Gendron, G. (1998). The new student movement. *Inc.*, 20(3), 11-12.

[۳۰]. پرتال خلاقیت، توسعه کارآفرینی، کارآفرینی دانشگاهی، تهران، ۱۳۸۵

[۳۱]. پرتال خلاقیت، توسعه کارآفرینی، کارآفرینی دانشگاهی. همان

[32]. Ronstadt, R. C. (1981). Entrepreneurial careers and research on entrepreneurs. In K. H. Vesper (Ed.), *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 591-600. *20 Academy of Entrepreneurship Journal*, Volume 9, Number 1, 2003

[۳۳]. مردیث، جفری و دیگران، کار آفرینی، انتشارات دفتر بین المللی کار، مترجم: محمد صادق بنی ثیان، مؤسسه کار و تامین اجتماعی، تهران، ۱۳۷۱، ص ۱.

[۳۴]. دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان. سازمان مرکزی کارآفرینی دانشگاه. سال ۲۰۰۶

[۳۵]. اکبری، کرامت الله، نقش نظام آموزشی - پژوهشی در توسعه کار آفرینی، مجموعه مقالات کار آفرینی و فن آوری های اطلاعات پیشرفته، ۱۳۸۰.

[۳۶]. آقایی، جلیل، سازمان های کار آفرین، مرکز انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی، چاپ اول، ۱۳۷۸، ص ۱۳

[۳۷]. دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان. سازمان مرکزی کارآفرینی دانشگاه. همان

[۳۸]. بهزادیان نژاد، قربان، ضرورت توجه به کار آفرینی و فناوریهایی های پیشرفته، مجموعه مقالات کار آفرینی و فن آوری پیشرفته، ۱۳۸۰.