



همایش ملی ایده‌های کارآفرینانه و فرصت‌های جدید کسب و کار

کار آفرینی دانشگاهی؛ موانع و راهکارها

سید جعفر ایرانی^۱، مریم شعبانی^۲

چکیده

با روند تغییرات و بروز ویژگی‌ها و شرایط گذار از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی اتخاذ استراتژی جدید در راستای استفاده از ارزشها و فرصت‌های جدید در دانشگاهها ضروری است. از اساسی‌ترین نیازهای جوامع امروزی، واکنش مناسب، به موقع و درخور شان در برابر تغییرات اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی با هدف توسعه انسانی است.

توسعه انسانی در گرو تحقق مفهوم دانشگاه کارآفرین است و دانشگاه کارآفرین دانشگاهی است که فراهم آوری امکانات و سرمایه‌گذاری‌های مورد نیاز زمینه تحقق ایده‌های خلاق کارآفرینانه را فراهم ساخته و در این بین با دست‌یابی به ذخایر مالی خود نیز از نظر مالی برخوردار خواهد شد.

وظیفه دانشگاه کارآفرین در خصوص آموزش و ترویج کارآفرینی مشخص است به طوری که اوسامان میگوید "دانشگاهها ملزمند برای ترقی و ترویج آموزش کارآفرینی بیاندیشند، چون نسل جوان نیاز دارد که بداند چطور در برابر محیط‌های ناامن و پیچیده و قوانین و مقررات متغیر در بازار کار بطور انعطاف پذیر عمل کند. گرچند دانشگاهها و موسسات آموزش عالی کشور تلاشهایی را در این زمینه آغاز کرده‌اند، ولی متأسفانه به علت نامناسب بودن سرفصل‌ها و عنوان درسهای دانشگاهی با نیازهای جامعه، دانش‌آموختگان از تخصص و کارایی لازم برای تصدی مشاغل مربوطه برخوردار نیستند. از سوی دیگر افزایش جمعیت، افزایش شمار دانشگاهها و موسسات آموزش عالی، ضعف در تدوین و اجرای درست برنامه‌های توسعه اقتصادی، نبود برنامه‌های فراگیر همه‌سو نگر برزای پرورش نیروی انسانی متخصص و مواردی از این دست از مهمترین عواملی است که امروزه به مشکلی با عنوان اشتغال دانش‌آموختگان آموزش عالی تبدیل شده است.

کلید واژه: کارآفرینی، دانشگاه، کارآفرینی دانشگاهی، انکوباتورهای دانشگاهی، دانشگاه کارآفرین

^۱ - کارشناس ارشد مدیریت اجرایی

^۲ - کارشناس ارشد تربیت بدنی



همایش ملی ایده‌های کارآفرینانه و فرصت‌های جدید کسب و کار

مفهوم کارآفرینی

کارآفرینی فرآیند بلند مدت آموزشی و پرورشی است که مستلزم برنامه ریزی در نظام آموزشی و پژوهشی و اجرای برنامه‌های از پایگاه خانواده و مدرسه تا دانشگاه و سازمان است و باعث به حرکت درآمدن چرخه‌های فعالیت‌های اقتصادی کشور می‌شود (هاشمی، ۱۳۸۰)

کارآفرینی فرآیندی است از ارائه اندیشه‌های نو و تازه، بهره‌گیری از امکانات و فرصت موجود با تکیه بر دانش، پیشه و کار مربوط به آن و پذیرش خطر است. از اینروست که مطهری (۱۳۶۵) تأکید میکند کارآفرین سرمایه‌دار نیست ولی قادر است از سرمایه‌های راکد به خوبی استفاده کند. همچنین او ممکن است مخترع، عالم، متخصص و هنر دیگران را داشته باشد.

امد پور (۱۳۷۷) هم کارآفرینی را فرآیند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه منحصر بفردی از منابع به منظور بهره‌گیری از فرصت‌ها دانسته است. بنابر این کارآفرینی فرآیند خلق ابتکارها و ایجاد کسب و کارهای جدید در شرایط خطر خیز از طریق کشف فرصت‌های محیطی و بهره‌گیری از منابع می‌باشد. و کارآفرین کسی است که با کشف، شناخت فرصت‌های محیطی و بهره‌گیری مناسب از منابع بتواند در شرایط پر ابهام و پر ریسک به نوآوری، ابتکار و ایجاد کسب و کار جدید دست بزند.

حکایت‌های متقن و شواهد تجربی بسیاری از اهمیت کارآفرینی به عنوان یک حوزه مطالعاتی حکایت می‌کنند. کارآفرینان توسط خلق فن‌آوری‌های نوین و خدمات جدید کیفیت زندگی را ارتقا داده‌اند. افزایش بهره‌وری، فراهم نمودن سرگرمی‌های بیشتر، بهبود وضعیت بهداشت و سلامتی و نیز ارتقای ارتباطات از آن جمله‌اند (الوانی، ۱۳۹۱). کارآفرینی عاملی است که عوامل گوناگون را کنار یکدیگر قرار می‌دهد تا بهره‌برداری از منابع و فعال شدن آنها در جهت بهره‌وری و تأمین منافع ملی میسر گردد و موسسات بهره‌ور و خلاق ایجاد شوند که موجب رشد و توسعه همه جانبه باشند (هاشمی، ۱۳۸۰)

کارآفرینی دانشگاهی

کارآفرینی دانشگاهی از رسالت‌های جدید دانشگاه‌ها پس از رسالت‌های آموزش و پژوهش است. مفهوم کارآفرینی دانشگاهی با تجاری‌سازی دانش قرین است.

از آنجا که دانشگاه‌ها به عنوان متولیان اصلی تربیت و پرورش منابع انسانی متخصص در جامعه، نقش اساسی دارند. توجه به مقوله کارآفرینی دانشگاهی به توسعه بهتر این امر کمک می‌کند. شاید تغییر رویکرد دانشجویان و دانش‌آموختگان از کارجویی به کارآفرینی به سبب درک این مطلب است که در دنیای امروز دانش‌آموخته‌ای نسبت به سایرین دارای مزیت رقابتی است که پار را از حوزه محفوظات خود فراتر گذاشته و در حل مسایل علمی «محدوده تخصصی، مهارت داشته و موفق عمل کنند». (طالبی/زارع، ۱۳۸۷)



همایش ملی ایده‌های کارآفرینی و فرصت‌های جدید کسب و کار

یدالهی (۱۳۸۴) کارآفرینی دانشگاهی را حل مسایل علمی جامعه، دولت و بنگاهها دانسته و می‌گوید " کارآفرینی دانشگاهی ایجاد زمینه‌ی توسعه فناوری در اعضای دانشگاه، عرضه‌ی نتایج تحقیقات دانشگاهی به ابزار، تولید و عرضه‌ی فناوری‌های جدید و نوآوری در گسترش مرزهای دانش بشری است .

کشورهای توسعه یافته تاثیر کارآفرینی دانشگاهی در توسعه اقتصاد و مزیت رقابتی را پذیرفته اند . بدین ترتیب تجربه‌های مختلفی از روند کارآفرینی در دانشگاههای کشورهای پیشرفته شکل گرفته است که نتایج آن کشورهای در حال توسعه را هم به جهش اقتصادی با استفاده از این بازار ترغیب می‌کند (سعید نیا، ۱۳۸۷). کار آفرینی دانشگاهی علاوه بر اثرات مثبتی که می‌تواند در زمینه توسعه نوآوری، افزایش رفاه، رشد اقتصادی و ایجاد اشتغال در اقتصاد محلی و فراتر از آن در اقتصاد کشور داشته باشد . یک منبع درآمدی پایدار برای دانشگاه به حساب می‌آید . بر همین اساس است که مساله کارآفرینی آموزشی که در آن دانشگاهها بیش از آن که نقش آموزش دهنده داشته باشند نقش ثروت آفرین، نوآور و تجدید کننده حیات اقتصادی را بازی می‌کنند . موجب برانگیخته شدن علائق به این سمت شده است . وجود دانشگاههایی که کارآفرینی دانشگاهی را رونق می‌بخشد باعث افزایش سطح تجاری سازی تحقیقات دانشگاهی، انتقال فناوری و دستیابی به هدف دوجانبه، افزایش رقابت پذیری و کاهش وابستگی به فناوری وارداتی می‌شوند .

موغلی (۱۳۸۹) کارآفرینی دانشگاهی را تحت عنوان ایجاد ارزش اقتصادی از طریق اعمالی همچون احیای سازمان تجدید حیات یا نوآوری تعریف کرده و می‌آورد "این فعالیت ها می‌تواند هم درون دانشگاه و هم بیرون دانشگاه اتفاق بیافتد و منجر به تجاری سازی تحقیقات و انتقال فناوری گردد. این نوع کارآفرینی می‌تواند در سطح فرد یا گروهی از افراد، به طور مجزا و یا به عنوان بخشی از سیستم دانشگاهی باعث ایجاد ساختار جدید، نوآوری در ساختار و یا تجدید حیات در دانشگاه شده و یا منجر به ایجاد ساختار و نوآوری جدیدی در بیرون از دانشگاهها همانند شکل گیری مراکز تحقیقاتی، آزمایشگاههای کاربردی، پژوهشکده ها و یا پارک های علم و فناوری گردد . این نوع کارآفرینی هم چنین نتیجه‌ی فعالیت های جمعی و یا ادغام فعالیت های علمی و آموزشی افراد و گروههای علمی در کشف، تجاری سازی و سرمایه گذاری بروی نوآوری، خلاقیت و فرصتهای احیا کننده در فرآیند کارآفرینی می‌باشد .

امروزه کارآفرینی، نقش و اثر خود را بیشتر نمایان کرده به گونه ای نظام آموزش عالی و دانشگاهها خود را ناگزیر از توجه به رویکرد نوین آموزش کارآفرینانه می‌بینند . توجه به این مولفه چرخهای حرکت از اقتصاد مبتنی بر منابع زیر زمینی را به سمت اقتصاد دانش بنیان به حرکت در می‌آورد .

دانشگاه کارآفرین مکانی است که مشاغل جدید در آن خلق می‌شوند و این مراکز از افراد کارآفرین حمایت می‌کنند . این حمایت شامل حمایت های آموزشی، مالی و بازار یابی است . در نتیجه کارآفرینان امکان دستیابی به کتابخانه ها و آزمایشگاهها و.. را پیدا می‌کنند . در چنین دانشگاه



همایش ملی ایده‌های کارآفرینانه و فرصت‌های جدید کسب و کار

هایی برای سرمایه گذاران امکاناتی فراهم میشود 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 فناوری روز کم هزینه است و استفاده بهینه از ذخایر مالی نیز از ویژگی های شاخص کارآفرینان می باشد. نکته مهم دیگر وجود تقاضا برای فعالیت و سرویس دهی در بازار است. مشاغل که از این دانشگاهها بهره مند می شوند مسلماً در توسعه فناوریهای جدید پیش رو خواهند بود (اکبری، ۱۳۸۰)

واکاوی وضعیت اشتغال در ایران

مستند به گزارش مرکز آمار ایران در خصوص آخرین وضعیت بیکاری در رده های مختلف سنی طی تابستان سال ۱۳۹۰؛ ۲ میلیون و ۵۹۷ هزار و ۸۷۲ نفر معادل ۱۱/۱ درصد کل جمعیت ده ساله و بیشتر بیکار بوده اند. در تابستان همین سال ۲ میلیون و ۶۴ هزار و ۵۸۱ نفر با نرخ بیکاری ۱۲/۵ درصد در شهرها سکون داشته اند و ۵۳۳ هزار و ۲۹۰ نفر در نقاط روستایی ساکن بوده اند. بیکاری زنان دو برابر مردان است. جوانان رده سنی ۱۵ تا ۲۴ ساله و ۱۵ تا ۲۹ ساله رکورد دار بیکاری در تابستان سال ۹۰ بوده اند. طی این مدت نرخ بیکاری جوانان ۱۵ تا ۲۴ سال معادل ۲۴/۷ درصد (۱ میلیون و ۱۹ هزار و ۲۷۵ نفر) است که در این بخش نرخ بیکاری مردان ۲۰/۸ درصد مربوط به مردان و ۴۲/۵ درصد مربوط به زنان بوده است. در جدول بیکاری ۲/۶ میلیونی در تابستان ۹۰ خدمات مانند بسیاری از فصول دیگر سال های گذشته بیشترین سهم را در اشتغال زایی داشته است. به نحویکه ۴۷ درصد کل اشتغال ایجاد شده در تابستان ۹۰ از این محل بوده است. ادامه هجوم سیل آسای جوانان در بازار کار و تکمیل نشدن نیازهای شغلی متولدین دهه ۶۰ بر بغرنج شدن این موضوع دامن خواهد زد. نگاهی به آمار ارائه شده از سوی مرکز آمار ایران در اینخصوص نشان می دهد که از تابستان ۸۹ تا تابستان ۹۰؛ ۷۲۶ هزار و ۷۴۸ نفر از تعداد بیکاران کاسته شده است درحالیکه مجموع جمعیت فعال کشور در سال ۹۰؛ ۲۳ میلیون و ۳۰۰ هزار نفر اعلام شده است. این آمار در حالیست که ۲ میلیون و ۴۰۰ هزار نفر از افراد به علت اشتغال به تحصیل به جمعیت فعال کشور افزوده شده است.

نگاهی به وضعیت آموزش عالی ایران

بر اساس آمار موسسه پژوهش و برنامه ریزی آموزش عالی کشور جمعیت دانشجویی کشور در سال تحصیلی ۹۰-۸۹ برابر ۴ میلیون و ۱۱۶ هزار و ۵۹۳ نفر بوده است. این در حالی است که این آمار نسبت به سال تحصیلی قبل ۱۰ درصد افزایش داشته است. اگر این افزایش ۱۰ درصدی را به عنوان یک روند در افزایش جمعیت دانشجویی کشور در هر سال تحصیلی نسبت به سال تحصیلی قبل بدانیم می توان به این برآورد دست زد که جمعیت دانشجویی کشور در سال تحصیلی ۹۱-۹۰ بیش از ۴۰۰ هزار نفر نسبت به سال تحصیلی ۹۰-۸۹ بیشتر شده و به عدد ۴/۵ در این سال برسد. این



همایش ملی ایده‌های کارآفرینانه و فرصت‌های جدید کسب و کار

تعداد دانشجویان در ۲۲۷۶ مرکز آموزش عالی کشور شامل ۱۱۹ دانشگاه وابسته به وزارت علوم، ۲۷۴ مرکز وابسته به آموزش و پرورش، ۲۸ دانشگاه وابسته به دستگاه‌های اجرایی، ۵۵۰ واحد دانشگاه پیام نور، ۵۸۱ دانشگاه علمی-کاربردی، ۲۹۵ دانشگاه غیر انتفاعی، ۳۸۵ دانشگاه آزاد و ۴۴ دانشگاه وابسته به وزارت بهداشت مشغول تحصیلند.

از طرفی دیگر در سالهای ۸۴ تا ۸۷ یک هزار و پانصد نفر عضو هیات علمی جذب شده‌اند. در حالیکه از سال ۸۸ تاکنون ۶ هزار نفر عضو هیات علمی جذب دانشگاهها شده‌اند. از مجموع دانشجویان کشور یک درصد در مقطع دکترا مشغول به تحصیلند. همچنین تعداد دانشجویان هریک از گروههای علوم انسانی و مهندسی یک میلیون و ۶۰۰ هزار نفر است. نزدیک به ۲۰۰ هزار نفر دانشجوی علوم پایه هم اکنون در دانشگاههای دولتی کشور مشغول به تحصیلند از این تعداد ۶۰ هزار نفر در رشته‌های شیمی و حدود ۳۰ هزار نفر دانشجویان در رشته‌های ریاضی تحصیل می‌کنند. همچنین همین تعداد در رشته زیست‌شناسی مشغول به تحصیلند.

نزدیک به ۵۰ درصد از دانشجویان هنر کشور در مقطع کاردانی اشتغال به تحصیل دارند. یک میلیون و ۶۰۰ هزار نفر در هریک از رشته‌های فنی-مهندسی و علوم انسانی و کمتر از ۲۰۰ هزار نفر در رشته هنر تحصیل می‌کنند. در رشته‌های زبان‌های خارجی نیز ۹۰ هزار نفر در رشته زبان انگلیسی و ۳۰ هزار نفر در رشته زبان چینی تحصیل می‌کنند.

موانع عمده توسعه کارآفرینی دانشگاهی در ایران

۱. فقدان آموزشهای متناسب کارآفرینی در دانشگاهها

برخی صاحب نظران اعتقاد دارند علم کارآفرینی بزرگ فعالیت و تفکر نوآرشی است و قابل یاددهی و یادگیری نخواهد بود این نظریه که در دهه شصت و هفتاد میلادی به شدت به آن توجه شد، تاثیر آموزش کارآفرینی را برای توسعه ی این دانش کاملاً منتفی می‌دانست ولی با تغییرات در فضای اقتصادی دنیا و شکل‌گیری نسل جدید از کارآفرینان نو اندیش که با بهره‌گیری از دانش روز زمینه ی شکوفایی و پذیرش در بازارهای گوناگون را ایجاد کردند باعث شد که رشد انفجارگونه ی فعالیتهای کارآفرینی، رشد کمی کارآفرینان در صحنه اقتصاد و در پی آن نظریه توارثی بودن کارآفرینی خود را به کارآفرینی آموزش بدهد (طالبی/زارع، ۱۳۸۷)

اگرچه با درک این مهم اکثر دانشگاهها حتی به تاسیس دفاتر و مراکز کارآفرینی به آموزش آن روی آورده‌اند و در این راستا به تغییر دانش، نگرش و گرایش دانشجویان همت گمارده‌اند اما این آموزشها هنوز با اهداف متصور فاصله دارند. در این راستا هم ضعف در ساختار آموزشی، شیوه ارائه آموزشها و محتوا ملموس است.

آموزشها کارآفرینی امروزه در کشورهای صنعتی و فراصنعتی بخش قابل توجهی از برنامه‌های آموزش دانشگاهها را به خود اختصاص داده است. در آمریکا بیش از ۵۰ دانشگاه، در آلمان بیش از



همایش ملی ایده‌های کارآفرینانه و فرصت‌های جدید کسب و کار

چهل و دو دانشگاه، در سوئد هشت دانشگاه، مالزی چهار دانشگاه و... آموزش کارآفرینی و مدیریت واحدهای کوچک اقتصادی بسیار رایج شده است. هدف این آموزشها این است فارغ التحصیلان بتوانند موسسان و بنیان گذاران شرکت خصوصی باشند. قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران ایجاد اشتغال را از وظایف دولت دانسته و لذا ترویج فرهنگ کارآفرینی و ایجاد بستری مناسب برای ظهور کارآفرینان از وظایف دولت است.

امروزه در بسیاری از کشورها ی دنیا نه تنها جای خود را در بستر دروس دانشگاهی باز نموده بلکه دوره های ابتدایی و متوسطه را نیز مورد توجه قرار داده است. محور این آموزشها ایجاد روحیه کسب و کار و تلاش در کسب موفقیت های اقتصادی می باشد. (نوروزی، ۱۳۸۸)

۲. شکاف فرهنگی مابین دانشگاه و محیط کسب و کار

یکی از موانع عمده در فراگرد تجاری سازی دانش فرهنگ دانشگاهی است؛ فرهنگ دانشگاه معمولاً تحت تاثیر تفکر انتشار یا نابودی است. و ماهیتاً باعث می شود که دانشگاه و دانشگاهیان تمایل و گرایش به تجاری سازی دانش و کسب درآمد از این طریق نداشته باشند. حتی برخی دانشمندان و دانشگاهیان به پارادایم رویکرد کارآفرینانه به مثابه تهدیدی برای انسجام سنتی دانشگاهها می نگرند و معتقدند که باید با گرایش کارآفرینی در دانشگاهها مقابله کرد زیرا توسعه منافع مالی ممکن است منجر به از بین رفتن نقش دانشگاه به مثابه منتقد مستقل جامعه شود. از اینرو در برخی پژوهشها بر ضرورت ایجاد اصلاحات زیر ساختی و نوآوری های نهادی برای ایجاد و ارتقاء فرهنگ حمایتی و کارآفرینی در نهاد دانشگاه تاکید می شود. (پور عرب، ۸۹)

در مقابل افراد کارآفرین و خلاق سعی می کنند با نوع متمایز نگاه خود به پدیده های اطراف نگریسته و شیوه ها و روش هایی متفاوت از رفتار را در برخورد با پدیده های پیرامون خود نشان داده و محصول و خدمت جدیدی را به جامعه ارائه کنند.

گرچند ارزش ها و باورهای حاکم بر کارآفرینان از افراد جامعه متمایز است ولی فرهنگ کارآفرینی متأثر از فرهنگ جامعه است.

آموزش کارآفرینی امروزه در کشورهای فراصنعتی بخش قابل توجهی از برنامه های آموزش دانشگاهها را به خود اختصاص داده است. در آمریکا بیش از پنجاه دانشگاه در آلمان چهل دانشگاه، در سوئد هشت دانشگاه، در مالزی چهار دانشگاه و... آموزش کارآفرینی و مدیریت واحدهای کوچک اقتصادی بسیار رایج شده است. هدف این آموزشها این است فارغ التحصیلان بتوانند موسسان و بنیانگذاران شرکت های خصوصی باشند. قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران ایجاد اشتغال را از وظایف دولت دانسته و لذا ترویج فرهنگ کارآفرینی و ایجاد بستری مناسب برای ظهور کارآفرینان از وظایف دولت است.



همایش ملی ایده‌های کارآفرینانه و فرصت‌های جدید کسب و کار

امروزه در بسیاری از کشورهای دنیا، محل آموزش دادن مدیران تجاری، دانشجویان و زنان مدیر و خانه دار می باشد. 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 موفقیت های اقتصادی می باشد. (نوروزی ۱۳۸۸)

۳. غفلت از مفهوم سازمانهای کارآفرین در دانشگاهها

در سازمانهای کارآفرین همه کارکنان سازمان دارای روحیه کارآفرینی که همان مخاطره پذیری، خلاقیت و نوآوری است هستند و این روحیه در سرتاسر سازمان وجود دارد (فرهنگی / صفرزاده، ۱۳۸۰) سازمان کارآفرین دارای مفهومی چند بعدی است که فعالیت های سازمان را به نوآوری در محصول و فناوری و همچنین مخاطره پذیر برهنمون می شود (احمد پور، ۱۳۸۳) تاکید دارد. آنچه از مجموع تعاریف سازمان کارآفرین برمیآید این است که همه صاحب نظران بر نوآوری در این سازمانها تاکید دارند و بعضاً پیشتازی مخاطره پذیری، تغییر پارادایم رقابت (قالب شکنی) و رشد تاسیسی واحدهای جدید) تاکید دارند.

بر این اساس است که کارت راین (۱۳۸۳) ویژگی های سازمانهای کارآفرین را توجه به رشد، داشتن سیاست تهاجمی و پیشتازی در ارائه نوآوری، تمرکز بر مشتری، قدرت محاسبه ریسک و پذیرفتن ریسک هایی که منجر به رشد می شوند، دارا بودن نیروهای کارآمد، آمادگی رویارویی با شکست، و دارا بودن فرهنگ باشگاهی می داند. صمد آقائی (۱۳۸۷)؛ ساختار غیر متمرکز بودن، غیر رسمی بودن، عمودی و افقی بودن ارتباطات، در انحصار نبودن اطلاعات، گروهی بودن کارها، برخوردار بودن از ساختار سازمانی که مانع ایجاد ایده های نو باشد، کنترل سهل گیر غیر رسمی، داشتن کارکنان توانمند، حمایت مدیریت، قدردانی مدیریت از افراد ریسک پذیر، قدر دانی مدیریت از افراد صاحب ایده، تحمل کردن انحراف از قواعد کارکنان، متولی شدن طرحهای کارآفرینانه و داشتن تنوع در حمایت های مالی مدیریت، حمایت از طرحهای کوچک آزمایشی، به کارگیری ایده های جدید کارکنان، تغذیه مالی برای شروع و حرکت طرحهای نو و قدرت تصمیم گیری را ویژگی های کارآفرین دانشگاهی عنوان می کند

با برشمردن این ویژگی ها است که مشخص می گردد دانشگاهی که دنبال مطرح کردن خود به عنوان یک سازمان کارآفرین است ساختار خود را طوری طراحی می کند که امکان بروز خلاقیت ها را تشویق و ترغیب کرده و از صرف منابع مادی و معنوی برای استفاده از خلاقیت و حمایت از آنها ترسی نداشته باشد و دانشجو و کارمند و استاد را با فرآیند ایده پردازی و نوآوری درگیر کرده تا امکان رشد آنها و در نهایت جامعه را فراهم سازد



همایش ملی ایده‌های کارآفرینانه و فرصت‌های جدید کسب و کار

۴. فقدان ساختارهای مکمل برای توسعه روحیه کارآفرینی

کارآفرینی فرآیند ارائه اندیشه‌های نو و بهره‌گیری از امکانات و فرصت‌های موجود با تکیه بر دانش، پیشه و کار مربوط به آن و پذیرش خطر است (رحیمی، ۱۳۸۰) و کارآفرین کسی است که با آینده‌نگری داشتن چشم‌اندازی روشن با اراده و مصمم بروی اهداف خاص تمرکز کرده و تا حصول نتیجه مراتب را پی‌گیری می‌کند. کارآفرین را در کل می‌توان ایجاد کسب و کارهای نوآورانه تلقی کرد. فعلاً در کشور ما نظام آموزش دهنده دانشگاهها افرادی را پرورش می‌دهد که فقط می‌توانند شکافهای شغلی بسیار تعریف شده را پر کنند و بنابراین حرکتی عظیم را در راستای تولید کارآفرینان در دانشگاهها با عنوان قطب علمی کشور صورت گیرد و این به معنای اتصال دانشگاهها با صنعت و فنآوری است. کارآفرینان باید فرصت شناس باشند. نظام آموزشی دانشگاه مبتنی بر یادگیری نیست. آموزش مبتنی بر تعلیم است و این خود عاملی برای عدم پرورش افراد کارآفرین است. فرد کارآفرین فردی است که توانایی تشخیص و ارزیابی فرصت‌های کسب و کار دارد و می‌تواند منابع لازم را جمع‌آوری کرده و از آنها بهره‌برداری نموده و عملیات مناسبی را برای رسیدن به موفقیت پی‌ریزی کند. (مردیث، ۱۳۷۱)

دانشگاهها شناخت مفاهیم کارآفرینی دچار مشکلات ویژه‌اند ساختار مکمل برای توسعه روحیه کارآفرینی در اعضای دانشگاه شکل نگرفته و غالباً دانشگاه به موتور تولید فارغ‌التحصیلان برای استخدام در سازمانهای دولتی و خصوصی خارج از خود تبدیل شده‌اند. غفلت از نیازهای متنوع بازار و عدم تقویت قوه‌ی خلاقه در دانشگاهها و اعضای آن باعث می‌شود که دانشگاهها نقش مولد خود فاصله بگیرند.

۵. فقدان تعامل سازنده بین جامعه، صنعت و دانشگاه

پیشرفت و توسعه هر کشوری بستگی به تعامل صحیح دو بخش مهم صنعت و دانشگاه دارد. در واقع یکی از پرارزش‌ترین منابعی که جامعه برای پیشرفت و توسعه در اختیار دارد دانشگاه است. ارتقای تکنولوژی بر نوعی زمینه‌سازی در جامعه متکی است. دانشگاه به عنوان بستر واقعی تربیت نیروی انسانی در این رابطه نقشی غیر قابل انکار دارد. (جعفر نژاد/مهدوی/سروش، ۱۳۸۴) ارتباط مطلوب صنعت و دانشگاه اطلاع از نیازهای متقابل همدیگر و همپوشانی مناسب این نیازها زمینه توسعه اقتصادی - اجتماعی یک جامعه را فراهم می‌سازد؛ به یقین می‌توان گفت که بدون پرداختن به نقش ویژه این دو و ارتباط متقابل آنها نمی‌توان به تحقق توسعه دل‌بست.

صنعت برای شکوفایی خود و روی‌آوری به دانشگاه نیازمند زمینه‌سازی و بلوغ خاصی است که بدون آن چنین چیزی ممکن نمی‌شود. دانشگاه نیز برای جذب صنعت توانمندی‌های خاصی نیاز دارد که در صورت بروز شکوفایی آن می‌تواند به روی‌آوری صنعت امیدوار باشد. در نهایت امر اتحاد و آمیختگی این دو نهاد است که به تاثیر پذیری و تاثیر گذاری متقابل از همدیگر زمینه‌های رشد خود و توسعه جامعه را به دنبال می‌آورد.



همایش ملی ایده‌های کارآفرینانه و فرصت‌های جدید کسب و کار

بنابراین دانشگاه و صنعت به عنوان دو رکن اساسی توسعه جامعه، در هر جامعه‌ای محسوب می‌شوند و همکاری بین این دو شرط لازم برای موفقیت و شتاب بخشیدن به فرآیند توسعه به ویژه توسعه پایدار است. (جعفر نژاد/ مهدوی/ سروش، ۱۳۸۴). آنچه که در ذهن همه ما در مورد نقش دانشگاه و صنعت شکل گرفته است این که دانشگاه با استفاده از قابلیت‌ها و توانایی‌های علمی خود، نیروی انسانی متخصص مورد نیاز صنعت را تامین کند و از طرفی دیگر صنعت نیز جایگاهی فراهم آورد که نیروی انسانی متخصص خارج شده از دانشگاه را بکار گیرند. منطق حکم می‌کند توسعه پایدار زمانی تحقق پیدا کند که دانشگاه به درستی و به موقع نیازهای صنعت را تشخیص داده و در راستای تامین آن اقدام کند. و در مقابل هم صنعت به آزمایشگاهی عملی برای تجربه‌ی آموخته‌های دانشگاه تبدیل شود.

برخی راهکارها برای توسعه کارآفرینی دانشگاهی

۱. توسعه انکوباتورها

به دلیل جایگاه و نقش ویژه کارآفرینان در روند توسعه و رشد اقتصادی، بسیاری از دولت‌ها و کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه تلاش می‌کنند با بهره‌برداری از امکانات و دستاوردهای تحقیقاتی شمار بیشتری از افراد جامعه که دارای ویژگی‌های کارآفرینی و خلاقیت هستند را به آموزش در جهت کارآفرینی و فعالیت‌های کارآفرینانه تشویق کنند. کارآفرینان با مهارتی که در تشخیص فرصت‌ها و موقعیت‌ها و ایجاد حرکت در جهت توسعه این موقعیت‌ها دارند پیشگامان حقیقی تغییر در اقتصاد و تحولات اجتماعی محسوب می‌شوند. از طرفی آموزش و پرورش آکادمیک امروزی از مرز فارغ‌التحصیل شدن فراتر می‌رود. با این دید دانشگاه امر حمایت و پرورش دانشجویان را حتی پس از فارغ‌التحصیلی دنبال می‌کند و فارغ‌التحصیلان را با توجه به شرایط اقتصادی و اجتماعی به بازار کار هدایت می‌کند (شفیعا، ۱۳۷۱).

مرکز رشد یا انکوباتور یکی از ابزارهای رشد اقتصادی است که به منظور حمایت از کارآفرینان تحصیل کرده تأسیس می‌شود و با ارائه امکانات و تسهیلات عمومی، زمینه‌ها را گرفتن شرکت‌های جدید را فراهم می‌کند. استفاده از مراکز رشد، امروزه به عنوان یکی از ابزارهای پذیرفته شده برای تبدیل خلاقیت‌ها و دستاوردهای علمی و تحقیقاتی به محصولات قابل‌ارایه به بازار و توسعه کارآفرینی محسوب می‌شود. امروزه بیش از ۳۰۰۰ انکوباتور در سراسر دنیا وجود دارد که بیشتر آنها در کشورهای آمریکا و ژاپن مستقر هستند. (ویکی‌پدیا، ۱۳۸۷، ص ۱)

انکوباتورهای دانشگاهی به منظور تجاری کردن دانش فنی، فناوری و مالکیت معنوی ایجاد شده و از طریق فعالیتهای پژوهشی دانشگاهها به وجود آمده اند انکوباتورهای دانشگاهی تسهیلاتی همچون آزمایشگاهها، کتابخانه ها و همچنین تخصص و مشاوره دانشجویان و اعضای هیئت علمی را به شرکت‌های نوپای عضو خود ارائه میکنند. بعضی از این انکوباتورها به طور مستقیم به وسیله دانشگاهها



همایش ملی ایده‌های کارآفرینانه و فرصت‌های جدید کسب و کار

حمایت میشوند، اما اغلب دارای شرکایی از دیگر سرمایه‌گذاران و نقش آفرینان در این زمینه هستند. (بیسجف، ۲۰۰۱)

در کشورهای در حال توسعه بیش از ۹۰ درصد سازمانها و واحدهای صنعتی در طبقه صنایع کوچک و متوسط قرار دارند، به گونهای که حدود ۷۵ درصد از تولید ناخالص داخلی آنها توسط بنگاههای کوچک و متوسط شکل می‌گیرد و این در حالی است که در سایر نقاط جهان این سهم ۵۰ درصد است. به طور کلی، واحدهای کوچک و متوسط نقش مهمی را در اقتصاد و زندگی اجتماعی جوامع امروزی، به ویژه کشورهای در حال توسعه ایفا کرده و تأثیر فراوانی در ایجاد کار در بخشهای غیرکشاورزی، صادرات، بازرگانی داشته و ارزش افزوده بسیاری را به همراه دارند. این بخش علاوه بر ایجاد مشاغل جدید، سهم بسزایی در توسعه و رشد مهارتهای فنی، حرفهای و همچنین ایجاد دورههای کارشناسی و آموزشی برای تربیت نیروی کار غیرمتخصص عهده‌دار است. دامنه این فعالیت تنها به ایجاد اشتغال ختم نشده و دیگر بخشهای اقتصادی مانند کشاورزی، تولید، صنعت و همچنین بخشهای خدماتی از قبیل تجارت، توریسم، حمل و نقل، صادرات و... را پوشش میدهد. فعالترین سازمانهای کوچک و متوسط در کشور تایوان با ۵۶ درصد از کل صادرات این کشور، چین با ۴۰ تا ۶۰ درصد و کره جنوبی با ۴۰ درصد هستند. (موسوی بازرگانی، ۱۳۸۷)

۲. برقراری و تحکیم ارتباط بین دانشگاه و صنعت

اگر چه پیوند دانشگاه و بنگاه در راستای فعالیتهای نوآورانه در اصل بطور ضمنی از مدل خطی پیروی می‌کند، ولی تحولی در روابط آنها لازم است؛ یکی از واسطه‌های بین دانشگاه و صنعت دفتر ارتباط با صنعت در دانشگاهها است که هدف از ایجاد آن آگاهی و یادگیری از آنچه که محققین در دانشگاهها انجام می‌دهند و سپس دعوت از بنگاهها برای حضور در دانشگاهها و با مشارکت مشاوران دانشگاه، در فرآیند انتقال و توسعه تکنولوژی نقش ایفا می‌کند. همچنین ایجاد دفتر انتقال تکنولوژی، تحولی دیگر است که تکنولوژیها و اختراعات دارای پتانسیل تجاری شدن و بازارهای مرتبط را شناسایی می‌کند و آنها را تحت لیسانس به بنگاهها واگذاری می‌کند. در اکثر ممالک، ساختارهای واسط و فصل مشترک متعدد و متنوعی طرح و پیاده گردیده‌اند. در کشورهای پیشرفته صنعتی، مراکز تحقیقاتی صنعت- دانشگاه و مراکز تحقیقات مهندسی با همکاری گروههایی از بنگاهها در بخش تولید، شکل گرفتند که اساتید دانشگاهها و نمایندگان بنگاهها بطور مشترک روی پروژهها تصمیم می‌گیرند و اغلب پروژهها را بطور مشترک اجراء می‌کنند.

۳. تلاش در جهت ترویج فرهنگ دانشگاههای کارآفرین

دانشگاهها و مؤسسات آموزش عالی باید تلاش کنند تا دانشجویان را با دانش و تئوریهای اقتصادی و کارآفرین آشنا سازند، تا آنها را در موقعیت مناسبی برای شناخت عوامل اقتصادی و غیراقتصادی مؤثر در رشد و توسعه کشور قرار دهند و دانشجویان بتوانند به بینش و وسعت نظر کافی برای درک پدیده‌های توسعه علمی و اقتصادی دست یابند. این پدیده‌ها در برگزیده کسب دانش و درک مفاهیم



همایش ملی ایده‌های کارآفرینانه و فرصت‌های جدید کسب و کار

مدیریت اقتصادی و موارد زیر می‌شود:

شناسایی فرصت‌ها و چگونگی بهره‌گیری از آنها، چگونگی دستیابی به منابع اقتصادی، کسب دانش و مهارت در کاربرد فنون تحلیلی و مدیریتی مانند توانایی تحلیل یک موقعیت اقتصادی، ترکیب یک طرح عملیاتی، تعیین و تقویت ظرفیت استعداد و مهارت‌های کارآفرینی.

در درس‌های یادشده باید تلاش شود تا در دانشجویان انگیزه و روحیه کارآفرینی ایجاد شود. افزون بر اینها سعی شود دانشجویان را خودباور و شجاع، نوآور و خلاق، مسئولیت‌پذیر و هدایت‌گر، استقلال‌طلب و آینده‌نگر و توانمند در رویارویی با ابهام و خطرپذیر و متکی به نفس بارآورند.

در همین راستا باید تلاش شود دانشجویان را به دنبال ایده‌های نو بکشانند تا برای رسیدن به اهداف خود قادر به کنار گذاشتن روش‌های معمول باشند و راهکارهای تازه‌ای بیازمایند، توانایی کشف و ارزیابی پرشتاب فرصت‌ها، تصمیم‌گیری درست و بجا، گردآوری منابع و برنامه‌ریزی برای فعالیتهای اشتغال‌زا و توسعه و گسترش آنها بیابند و نگرش‌های آنها به گونه‌ای سازماندهی شود که در شرایط گوناگون توانایی پذیرش دگرگونیها را داشته باشند. (حیدری، ۱۳۸۸)



همایش ملی ایده‌های کارآفرینانه و فرصت‌های جدید کسب و کار

منابع:

۱. مطهری، علی، ۱۳۶۵، کارآفرینی خلاقیت نوآوری، نشر آزاد مهر، تهران
۲. هاشمی، حمید، سرمایه‌های جاودان، ویژه نامه همایش کارآفرینان و فناوری‌های پیشرفته، موسسه توسعه دانش و پژوهش ایران، ۱۳۸۰
۳. الوانی، سید مهدی، بوالایی حسین، چالشها و پیشنهادات در توسعه مفهوم کارآفرینی، فصلنامه رشد و فناوری، سال هشتم، شماره ۲۹، ۱۳۹۱
۴. طالبی، کامبیز، زارع، یکتا، محمد رضا، ۱۳۸۷، آموزش کارآفرینی دانشگاهی و نقش آن در ایجاد و توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط دانش بنیان، مجله توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره اول-صص ۱۱۱-۱۳۱
۵. یدالهی فارسی، جهانگیر، ۱۳۸۴، نقش دانشگاهها در توسعه کارآفرینی، همایش کارآفرینی
۶. سعید نیا، سجاد، ۱۳۸۷، تبیین الگوی کارآفرینی دانشگاهی در ایران بر اساس نقش دانشگاه در اقتصاد دانش محور، دانشگاه تهران، پایان نامه تحصیلی کارشناسی ارشد
۷. موغلی، علی رضا، ۱۳۸۹، فتاوی‌های عوامل سازمانی بر کارآفرینی دانشگاهی، فصلنامه علوم مدیریت ایران، سال پنجم، شماره ۱۹، صص ۱۱۸-۱۰۳
۸. اکبری، کرامت الله، نقش نظام آموزشی، پژوهشی در توسعه کارآفرینی، مجموعه مقالات کارآفرینی و فن آوری‌های اطلاعات پیشرفته، ۱۳۸۰
۹. پور عزت، علی اصغر، قلی پور، آرین، ندیر خانلو، سمیرا، ۱۳۸۹، تبیین موانع کارآفرینی دانشگاهی و تجاری سازی دانش در دانشگاه تهران، فصلنامه سیاست علم و فناوری، شماره ۴، سال دوم، صص ۷۵-۶۵
۱۰. خبرگزاری فارس، ۱۱ مرداد ۱۳۹۱، سخنرانی وزیر علوم در شاهرود
۱۱. خبرگزاری مهر، ۱۱ مرداد ۱۳۹۱، مصاحبه با سعید قدیمی، مدیر کل دفتر پشتیبانی وزارت علوم
۱۲. احمد پور داریانی، محمود، کارآفرینی، تهران، شرکت پردیس ۱۳۸۳، ۵۷، چاپ پنجم، ص ۵
۱۳. فرهنگی، علی اکبر، صفرزاده، حسین، کارآفرینی، مفاهیم، نظریه ها، مدل و کاربرد ها، تهران، ۱۳۸۶، موسسه کار و تامین اجتماعی، چاپ اول



همایش ملی ایده‌های کارآفرینانه و فرصت‌های جدید کسب و کار

۱۴. صمد اقایبی، جلیل، سازمان های کارآفرین، مرکز انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی، چاپ اول، ۱۳۷۸، ص ۱۳

۱۵. رحیمی، حسین، ضرورت آموزش کارآفرینی در دانشگاهها، چکیده مقالات چهل و چهارمین نشست روسای دانشگاهها و مراکز تحقیقاتی کشور، تهران، موسسه پژوهش و برنامه ریزی آموزش عالی، ۱۳۸۹، ص ۶۱

۱۶. مردیث، جعفری و دیگران، کارآفرینی، انتشارات دفتر بین المللی کار، مترجم محمد صادق نبی‌نیا، موسسه کار و تامین اجتماعی، تهران، ۱۳۷۱، ص ۱

۱۷. جعفر مژاد، احمد، مهدوی، عبدالحمید، خالقی سزوش، فریبا، ۱۳۸۴، بررسی موانع و ارائه راهکارهای توسعه روابط متقابل صنعت و دانشگاه در ایران، دانش مدیریت، شماره ۷۱-۷۴، صص ۶۲-۴۱

۱۸. شفیعا، محمد علی، کارآفرینی با پیوند صنعت و دانشگاه، اولین کنگره ملی مهندسی صنایع و بهره‌وری، ۱۳۷۱

۱۹. سید جلال موسوی بازرگانی "تعیین ضوابط طراحی برنامه‌های آموزش و پرورش کارآفرینان در ایران بر اساس مطالعه تطبیقی برنامه‌های مشابه جهانی" پایان نامه کارشناسی ارشد، سازمان مدیریت صنعتی ۱۳۷۸

۲۰. حیدری، احمد، کارآفرینی دانشگاهها و موسسات آموزش عالی، ۱۳۸۸، شبکه زنان کارآفرین

۱. Bischoff.J, "An Overview of Successful International Technology Business Incubator Programmes", paper presented to the first International Workshop on Technology Business Incubators in India, January ۲۰۰۱

[۱۲] Bischoff.J, "An Overview of Successful International Technology Business Incubator Programmes", paper presented to the first International Workshop on Technology Business Incubators in India, January ۲۰۰۱