

مباحث مربوط به کارآفرینی عمر چندانی ندارد. در کشور ما با عنایتی که برنامه سوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور به موضوع کارآفرینی داشته است، به تصویب طرح توسعه کارآفرینی در دانشگاههای کشور منجر شده است. اگر چه آموزش به تنهایی زمینه ساز توسعه کارآفرینی و ایجاد کسب و کار موثر نیست، اما به عنوان جزئی از یک سیستم توسعه، بسیار حائز اهمیت است (طالبی، زارع یکتا، ۱۳۸۴). به دلیل تحولات سریع اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در دهه های اخیر و نیاز کشور به تقویت ساختارهای دانش محور و بستر مناسب جهت تولید علم احساس می شود. بحث درباب کارآفرینی و تربیت و آموزش فارغ التحصیلان که دارای صلاحیت و مهارت های لازم برای راه اندازی کسب و کار مناسب، بعنوان یکی مؤلفه های اصلی در اثر بخشی دانشگاهها محسوب می شود. باتوجه به نقش و جایگاه ویژه کار آفرینان در روند توسعه و رشد اقتصادی و نیز تحولات اجتماعی، بسیاری از دولت ها در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه تلاش می کنند با حداکثر امکانات و بهره برداری از دستاوردهای تحقیقاتی شمار هرچه بیشتری از جامعه را که دارای ویژگی های کارآفرینی هستند به آموزش در جهت کارآفرینی و فعالیت های کارآفرینانه تشویق و هدایت کنند. کار آفرینی را در کل می توان ایجاد کسب و کارهای نوآورانه تلقی کرد. فعلاً در کشور ما نظام آموزش دهنده دانشگاهها، افرادی را پرورش می دهد که فقط می توانند شکافهای شغلی بسیار تعریف شده را پر کنند و بنابراین باید حرکتی عظیم در راستای تولید کارآفرینان در دانشگاهها به عنوان قطب علمی کشور صورت گیرد که این به معنای اتصال دانشگاه با صنعت و فناوری است (انصاری وهمکاران، ۱۳۸۹). جامعه کارآفرینی در واقع جامعه ای است که کارآفرینی دانش بنیان در آن ظهور پیدا می کند. و نقش بسارمهمی در رشد. ایجاد اشتغال و رقابت جهانی دارد، در این زمینه دانشگاه کارآفرینی نقش مهمی در تولید دانش و هم در توسعه مؤسسات کسب و کار دارد (گروثرو، ۲۰۱۰). در این مقاله محقق بر آن است تا با استفاده از روش تحقیق اسنادی به بررسی کارآفرینی، اهمیت و ضرورت آموزش کارآفرینی، ویژگی های دانشگاه های کارآفرین و ارائه پیشنهاد ها در این زمینه بپردازد.

### سیر پیدایی و پیشرفت کارآفرینی

به راستی پیدایی مفاهیم اولیه کار آفرینی را باید به علم اقتصاد نسبت داد. اوج رابطه اقتصاد و کارآفرینی در قرن بیستم به ویژه از دهه ۱۹۴۰ به بعد بوده است. زیرا تلاش برای مفهوم سازی کارآفرینی از مکاتب اقتصادی آغاز شد. مخصوصاً در دهه ۱۹۷۰ میلادی، اقتصاددانان پس از مشاهده شکست مدیریت تقاضای مصرف کننده، برای جلوگیری از تورم مستمر در این دهه به کار آفرینی توجه کردند. اقتصاددانان دریافته اند که بهره وری دو-سه درصدی سالانه سال های دهه ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰، تقریباً در دهه ۱۹۷۰ به صفر رسیده است. این مسأله باعث شد به جای توجه به مدیریت تقاضا بر عرضه کالا و خدمات که در قلمرو کارآفرینی قرار داشت، بیشتر توجه کنند. در نتیجه آن ها اعتقاد داشتند کارآفرینی در جامعه می تواند سه منفعت اصلی ایجاد کند که عبارتند از :

الف) افزایش رشد اقتصادی

ب) ارتقای بهره وری

ج) پدید آمدن تکنولوژی ها ، محصولات و خدمات جدید.

پس از علم اقتصاد، علم جامعه شناسی نیز در روند پیشرفت و تکامل کارآفرینی بسیار مؤثر بوده و سهم بسزایی را ایفا کرده است. باید باور داشت که علم مدیریت نیز در ثبات، تمرکز، تعمیم، تکامل جدی و نهایی کارآفرینی بدون شک از پیشگامان محسوب می شود. حلقه رابطه بین پیدایی و تعمیم و تکامل کارآفرینی را باید در علم روانشناسی جست و جو کرد. جایی که علم روانشناسی با بررسی سه اصل، باعث تغییرات بنیادین و عمده ای در کارآفرینی شد. سه اصل عبارتند از :

۱) ویژگی های شخصیتی کارآفرینان، که با این سؤال همراه است: کارآفرینان چه کسانی هستند؟

۲) رفتار شناختی کارآفرینان، که با این سؤال همراه است: چرا برخی کارآفرینان موفق ترند؟

۳) شناخت کارآفرینانه، که با این سؤال همراه است: کارآفرینان چگونه تصمیم می گیرند؟

از این رو می توان «مجموع این چهار علم» را از اجزای اصلی فلسفه وجودی کارآفرینی در نظر گرفت (ناهد، ۱۳۸۸).

## برخی تعاریف کارآفرینی

کارآفرینی یکی از انواع زندگی شغلی است که افراد در مسیر زندگی خود می توانند انتخاب کنند.

هر شخصی که می خواهد در این راه گام بردارد. لازم است ابتدا بداند کارآفرینی چیست؟ و کارآفرینی به چه کسی گفته می شود.

بنا به تعریف واژه نامه (وبستر) کارآفرین کسی است که متعهد می شود مخاطره های یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل نماید. تعریف ارائه شده بیشتر یک تعریف کلی از کارآفرینی می باشد. اگر بخواهیم بیشتر با این واژه آشنا شویم باید اضافه نماییم که در مکاتب و دیدگاههای مختلف، نظرات متفاوتی از کارآفرینی ارائه شده است.

اقتصاد دانان می گویند. کارآفرین کسی است که منابع، نیروی کار، مواد و سایر دارائی ها را باهم ترکیب می کند تا ارزش آنها را نسبت به قبل بیشتر نماید. به عبارتی این گروه از صاحب نظران بیشتر به نقش اقتصادی کارآفرینان در جامعه توجه می کنند و اثراتی که این افراد از نظر اقتصادی بر جامعه می گذارند مورد بررسی قرار می دهند.

روان شناسان معتقدند کارآفرین کسی است که به وسیله ی ویژگی های شخصی خود به پیش می رود، ویژگی هایی از قبیل نیاز به کسب کردن یا رسیدن به چیزی، تجربه نمودن انجام دادن یا شاید فرار از حوزه اختیار دیگران در حقیقت این گروه بیشتر به بررسی الگوی رفتاری و ویژگی های خاص درونی و روان شناختی کارآفرینان می پردازند.

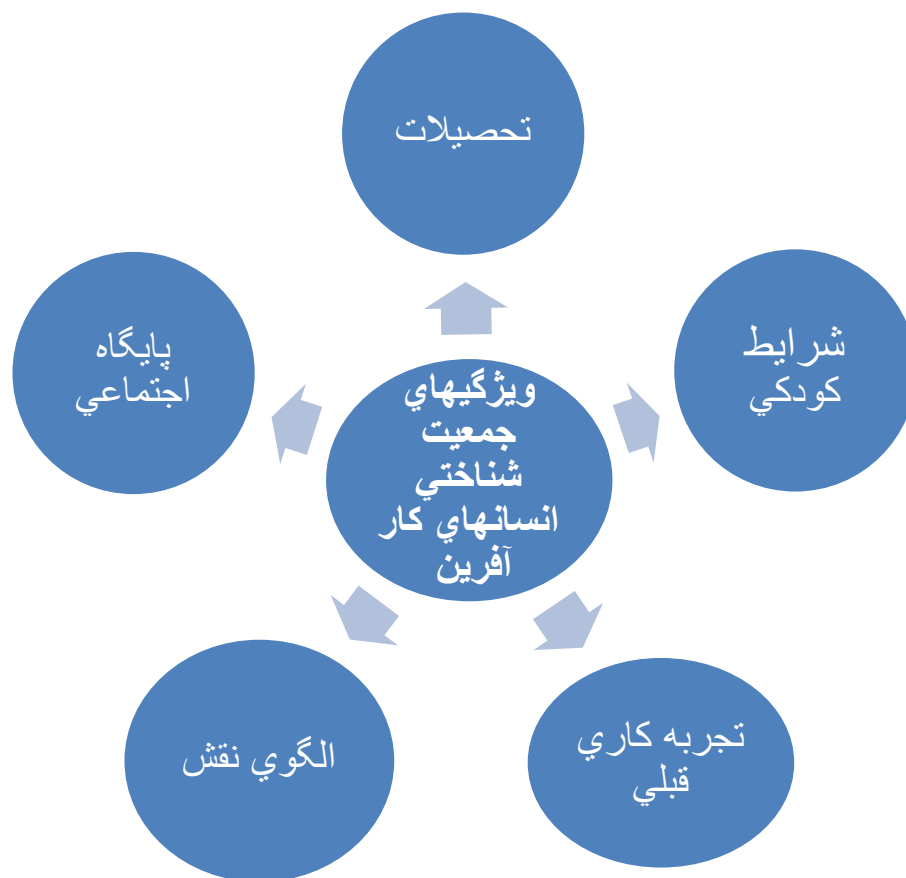
دانشمندان مدیریت نیاز بیشتر به تشریح کارآفرینی از نظر ایجاد جو و محیط کارآفرینانه در سازمان های موجود پرداخته اند. اما تعریفی که تقریباً اکثر صاحب نظران در مورد آن اتفاق نظر دارند عبارت است از: فرایند خلق چیزی با ارزش و متفاوت از طریق اختصاص زمان و تلاش کافی، همراه با خطر مالی، روانی و اجتماعی به منظور دریافت پاداش های مالی و رضایت شخصی حاصله (کیا و همکاران، ۱۳۸۶، ص ۲۵).

## ویژگی های افراد کارآفرین

ویژگی های افراد کارآفرین با توجه به دومتغیرروانشناختی و جامعه شناختی به اختصار در نمودارهای ۱ و ۲ نشان داده شده است



نمودار شماره ۱: ویژگی های روانشناختی افراد کارآفرین (کیا وهمکاران، ۱۳۸۶)



نمودار شماره ۲: ویژگی های جامعه شناختی افراد کارآفرین

برای تفکیک کارآفرین از غیر کارآفرین، ویژگی های مختلفی شناسایی شده است و دسته ی نخست این متغیرها که روان شناسان به آن توجه کرده اند، متغیرهای شخصیتی و روان شناختی است که رویکرد «ویژگی، نامیده می شود. اکثر این صاحب نظران به دنبال کشف پاسخ به این پرسش بودند که کدام ویژگی های شخصیتی کارآفرین است که وی را از غیر کارآفرین متمایز می سازد. هدف آنان در واقع شناخت چگونگی ایجاد این ویژگی های متمایز کننده است. از اوایل دهه شصت میلادی، با هدف تکمیل مطالعات مربوط به ویژگی های شخصیتی، توجه جامعه شناسان و روان شناسان به دسته ی دیگری از مطالعات، تحت عنوان متغیر های جمعیت شناختی معطوف شد که از مطالعات آنان تحت عنوان «رویکرد، رفتاری» یاد می شود (احمدپور داریانی و مقیمی، ۱۳۹۰، ص ۱۰۰).

دانشگاه کارآفرین

از دانشگاه های نسل اول تا نسل سوم

نقش اساسی دانشگاهها در تربیت نیروی کار متخصص موجب شده است در کشورهای مختلف به ویژه کشورهای توسعه یافته، به تغییر تحولات اساسی بپردازند.

در ابتدا دانشگاهها آموزش محور بودند که آنها را دانشگاههای نسل اول می نامند. هدف این دانشگاه ها، آموزش و تربیت نیروی انسانی متخصص بود.

در اواخر قرن ۱۹ که طی آن دانشگاههای پژوهش محور ، بعنوان نسل دوم دانشگاهها معرفی شدند و نقش اصلی این دانشگاهها در پژوهش و تولید علم پر رنگ تر بود. سپس انقلاب آکادمیک دوم در نیمه دوم قرن بیستم پس از جنگ جهانی دوم اتفاق افتاد، که طی آن دانشگاههای کارآفرین به عنوان نسل سوم با هدف تربیت نیروی انسانی کارآفرین و ارتباط با صفت پا به عرصه ظهور گذاشتند(انتظاری، ۱۳۸۳).

می یوز (۲۰۱۱) بر این باور است که کارآفرینی دانشگاهی بعنوان یک ارزش در دانشگاهها تلقی می شود زیرا به استادان، دانشجویان و دینفعان خود خدمت می کنند. بطور خاص، دلایل مختلفی وجود دارد که چرا مؤسسات آموزشی باید کارآفرینی را بعنوان یک ارزش تلقی نمایند.

الف) کمک به نوآوری

ب) درآمد های تجاری، فناوری ها و اختراعات

ج) مزیت رقابتی در جذب هیأت علمی بسیار خبره و دانشجویان با استعداد

د) فراهم کردن دانش، مهارت و توانایی های متناسب جهت موفقیت دانشجویان صرف نظر از انتخاب حرف خود

ه) تطابق با نیاز بازار

م) پرورش تفکر خلاق

### دانشگاههای کشور ما در چه نسلی هستند

در کشور ما بیشتر دانشگاهها در نسل اول و تعداد محدودی از آنها در نسل دوم به سر می برند و هنوز نسل سوم دانشگاهها در ایران به طور جدی مطرح نشده است. به همین اساس است که بسیاری از دانش آموختگان به دلیل نداشتن مهارت های کارآفرینی وقتی لازم در بازار کار توفیق نمی یابند و بیکار می مانند (ابراهیم پور کومله و همکاران، ۱۳۹۱). در ایران عدم ارتباط صنعت و دانشگاه که هدف اصلی دانشگاه های نسل سوم است ، باعث شده است که با وجود افراد متخصص و خلاق در کشور بر اساس آمار سال ۱۳۹۰ حدود ۷۰۰ هزار فارغ التحصیل بیکار در کشور وجود داشته باشد ( خدادشهری، ۱۳۹۰)

### ویژگی های دانشگاههای کارآفرینی

دانشگاه کارآفرین بعنوان یک مؤسسه که در آن مشاغل جدید ایجاد می شود، بدین معنی که این گونه مراکز از افراد کارآفرین حمایت می کنند. در این دانشگاهها امکاناتی فراهم می شود که سرمایه گذاران بتوانند از فرصت های بدست آمده استفاده کنند و در این مجموعه ها دانشجویان باید همزمان مجموعه ای از دانش، مدیریت دانش و مدیریت کارآفرینی را فراگرفته تا اینکه بتوانند در زمینه صنعت شروع به فعالیت نمایند.

ظهور دانشگاههای کارآفرین، دانشگاههای فاصله گرفته از جامعه و صنعت را به دانشگاههایی تبدیل کرده است که در ارتباط با صنعت و جامعه هستند. دانشگاه کارآفرین دانش تولید شده خود را برای استفاده و کاربرد به بخش های اقتصادی و صنعتی جامعه تزریق می کند.

### ویژگی دانشگاه های کارآفرین به اساس گزارش NESTA<sup>1</sup>

- ۱) مدل موضوع محور: با این هدف که دانش و مهارت درباره کارآفرینی در کل برنامه درسی دانشگاه وارد کند.
  - ۲) یادگیری (آموزش) در این دوره بخشی از برنامه درسی همراه با موضوعهای مختلف است. نتایج یادگیری در این مدل مبتنی بر عمل است.
  - ۳) رفتارهای کارآفرینی، ویژگی ها و مهارت ها از طریق تعامل مستقیم با صنعت ایجاد می شود.
  - ۴) روشهای آموزشی و توسعه دانشکده ها که از رویکردهای عمیق یادگیری و یادگیری پروژه ای حمایت می کند.
- ابراهیم پور وهمکاران (۱۳۹۱) ویژگی های دانشگاه های کارآفرین را چنین برمی شمرد:
- ۱) ارتباط صنعت و جامعه
  - ۲) ایجاد مراکز رشد و پارک های فناوری
  - ۳) آموزش مهارت های شغلی و مدیریتی
  - ۴) تولید دانش برای استفاده در بخش های اقتصادی
  - ۵) حمایت آموزشی، مالی و بازاریابی از کارآفرینان
  - ۶) استقبال از ایده های جدید و خلاق
  - ۷) خلق مشاغل جدید
  - ۸) توسعه صنایع و فناوری های جدید مبتنی بر پژوهش های دانشگاهی

---

<sup>1</sup> National Endowment for Science Technology and the Arts

۹) توسعه روحیه کارآفرینی در این دانشجویان

ویژگی دانشگاه کارآفرین از نظر (اوشی و همکاران، ۲۰۰۵)

۱- دیدگاه از بالا به پایین، استراتژی رهبری

۲- تعریف دقیق از اهداف یادگیری کارآفرینی برآمده از برنامه درسی

۳- دارای شبکه های داخلی و خارجی مقاوم

۴- فرهنگ نوآوری

۵- فرصت های یادگیری تجربی و انتقال دانش

### اقدامات مؤثر تر در کارآفرین تر شدن دانشگاهها

از دیدگاه اتزکوتیز به نقل از کلارک برای تبدیل یک دانشگاه به دانشگاه کارآفرین سه مرحله وجود دارد که کیفیت هر مرحله معمولاً و ضرورتاً براساس کیفیت مراحل قبلی است و البته ممکن است ترتیب مراحل برحسب ویژگی های محیطی معکوس گردد. در مرحله ابتدایی مؤسسه دانشگاهی، دیدگاهی راهبردی برای خود اتخاذ کرده و توانایی تنظیم و تعیین اولویت های خود را کسب می کنند.

در مرحله دوم مؤسسه دانشگاهی نقش فعالی را در تجاری سازی دارائی های فکری حاصل از فعالیت های اساتید و دانشجویان خود پیدا می کنند.

در مرحله سوم مؤسسه دانشگاهی نقش پیشرویی را در بهبود محیط نوآوری محلی خود از طریق همکاری با صنعت و دولت ایفا می کنند.

برحسب بررسی پنج دانشگاه برجسته اروپایی مسیرهای تغییرات سازمانی جهت تبدیل شدن به دانشگاه کارآفرین را اینگونه می توان جمع بندی کرد:

- ایجاد هسته رهبری قوی: دانشگاه کارآفرین دارای مدیریتی قوی است که با داشتن چشم انداز و تنظیم راهبردها آن را اداره می کند.

- گسترش مرزهای ساختاری (مانند ایجاد دفتر انتقال فناوری) و ایجاد ساز و کارهایی جهت تعامل با محیط خارج از دانشگاه (یعنی صنعت و منطقه)

- ایجاد تنوع در منابع مالی دانشگاه کارآفرین کاملاً وابسته به بودجه دولتی نیست، بلکه دارای جریان های نوآوری چندگانه و متوازی است.

-ایجاد پایه دانشگاهی قوی، جهت بهترین بودن در بین سایر دانشگاهها ، داشتن تحقیقات چند رشته ای و بین رشته ای ضروری است

-ایجاد فرهنگ کارآفرین یکپارچه در کل مؤسسه دانشگاهی (پیکری فر و همکاران، ۱۳۹۱)

### بحث و نتیجه گیری

شاید تاکنون تصور بر این بوده است که رسالت و مأموریت اصلی دانشگاه صرفاً انتقال یک سری مفاهیم اکادمیک است ، یعنی انجام پژوهش و انتقال دانش، همچنین با توجه به انفکاک گسترده بین دانشگاه ها و مراکز صنعتی ، هریک را به عنوان موسساتی مستقل از همدیگر برشمرده می شد، اما در عصر جدید دانشگاه دیگر فقط مکانی برای یادگیری یک سری مفاهیم اکادمیک و انجام پروژه های صنعتی و تجاری نمی باشد بلکه فارغ التحصیلانی را تربیت می کند که به عنوان یک مولد اصلی برای سرمایه گذاری و توسعه یک جامعه تلقی می شوند و با استفاده از دانش خویش در کنار پژوهش های کاربردی با نوآوری و خلاقیت بهکار آفرینی می پردازند و کار آفرینان بعنوان نیروی محرکه در اقتصاد ملی و جهانی و عامل تولید ثروت ، توسعه فناوری و صنعتی تلقی می شوند و امروزه در کشور های صنعتی و در حال توسعه ، متناسب با اهداف استراتژی خود ، سازمان ها و تشکیلاتی را جهت حمایت از کار آفرینان بوجود آورده اند .باتوجه به اینکه دانشگاه های کشورمان به لحاظ رسالت کارآفرینی در جایگاه مناسبی قرار ندارند ،در این راستا پیشنهادها و راهکارهایی در جهت توسعه دانشگاه های کارآفرین ارائه می گردد.

-تغییر در برنامه های درسی دانشگاهی در جهت کاربردی نمودن مطالب

-ایجاد رشته های متناسب با آمایش سرزمین و نیاز سنجی آموزشی در سراسر کشور

- افزایش آگاهی دانشجویان نسبت به کارآفرینی در دانشگاه ها از طریق ایجاد دوره های آموزش

- تأکید بر پرورش قوه خلاقیت و مهارت های ادراکی دانشجویان

- تأکید بر همکاری متقابل و اثر بخش دانشگاه و صنعت

- تأکید و حمایت در ایجاد یک سیستم مدیریت کیفیت در دانشگاه

- تأکید بر استقلال دانشگاه

- افزایش قدرت ریسک پذیری در دانشگاه ها

- تهاجم رقابتی در دانشگاه وجودداشته باشد یعنی پیشنهادات دانشگاه دارای مزیت رقابتی در بین دانشگاه های دیگر باشد.

- ارائه خدمات آموزشی در مراکز دانشگاهی و فنی و تخصصی

- معرفی الگوهای موفق درحوزه کارآفرینی



- روش راه اندازی کسب و کار

- پژوهش در توسعه های کارآفرینی و آشیایی با تحقیقات صورت گرفته

- اختصاص سرمایه بیشتر به دانشگاهها در جهت کارآفرین کردن آنها

## منابع فارسی

- ۱-ابراهیم پور، سمیرا. قبادی،سروش. خزایی،کامیان.(۱۳۹۱).دانشگاه نسل سوم ،گامی به سوی کارآفرینی. مجموعه مقالات کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب وکارهای دانش بنیان. دانشگاه مازندران
- ۲-احمدپور داریانی،محمود. مقیمی،محمد.(۱۳۹۰).مبانی کارآفرینی.تهران:انتشارات فراندیش
- ۳-انصاری،محمداسماعیل. اله وردی، زهرا . باغبانی آرنی، ابالفضل . جمشید،مهناز.(۱۳۸۹).راههای تحقق رسالت کارآفرینی دانشگاه ها.اولین کنفرانس سالانه مدیریت نوآوری وکارآفرینی بهممن ماه
- ۴-انتظاری،یعقوب.(۱۳۸۳).ظهور دانشگاه های کارآفرینو توسعه تعامل علم وصنعت. نشریه علم وآینده،شماره ۸
- ۵-پیکری فر، فاطمه. مه نگار، فرشاد(۱۳۹۱).بررسی نقش دانشگاه ها در توسعه کارآفرینی . مجموع مقالات ملی کارآفرینی و مدیریت کسب وکار های دانش بنیان . دانشگاه مازندران
- ۶-خدادشهری،نیره.(۱۳۹۰).کارآفرینی در کتابداری. گزارش ایرنا از هشتمین نشست علمی تخصصی کتابداری و اطلاع رسانی. قم
- ۷-طالبی،کامبیز . زارع یکتا، محمد رضا.(۱۳۸۷).آموزش کارآفرینی دانشگاهی و نقش آن در ایجاد توسعه شرکت های کوچک و متوسط دانش بنیان.سال اول .شماره اول.صص ۱۱۱-۱۳۱
- ۸-کیا ، محمد. نساج ،سعید .احمد زاده ،نسرین. نورا، عباس.(۱۳۸۶).کارآفرینی گام به گام. تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی
- ۹-ناهد، مجتبی.(۱۳۸۸).چیستی و چرایی کارآفرینی و کارآفرینی سازمانی در یک نگاه. بررسی های بازرگانی. شماره ۳۴

## References

- 10-Arlen.D, Meyers & Sarika,P(2011).Academic entrepreneurship , journal of commercial biotechnology.17-349-357-doi:10;1057/job2011
- 11-Clark,B,R(1998).The entrepreneurial university, demand and response tertiary education and management.
- 12-Guerrero,M & Urbano.D(2010).The development of an entrepreneurial university, business economic department, Autonomous university of Barcelona

13-Oshea,R,P &Allen ,T.J(2005).Creating the entrepreneurial university, the case of MIT, presented at the academic of management conference Hawaii

14-The higher education academy art desin media subject center and national endowment for science technology and the arts(2007) [www.nesta.co.uk](http://www.nesta.co.uk)