

**کارآفرینی در دانشگاه‌ها:****مسیر دانش بنیان و مردمی کردن اقتصاد:**

امروزه در دنیا، دانشگاه کارآفرین به بحث جدیدی تبدیل شده که برای رسیدن دانشگاه‌های کشورمان به آن سطح، نیازمند الگوبرداری از دانشگاه‌های معتبر و موفق در این زمینه در سطح دنیا هستیم. اما آنچه که باید پیش از آن مورد توجه قرار گیرد اینست که تبدیل دانشگاه‌ها به دانشگاه‌های کارآفرین باید از مرحله دانشگاه‌های نسل اول (آموزش محور) به دانشگاه‌های نسل دوم (پژوهش محور) به درستی طی شده باشد، تا بتوان با اتکا به آموزش، پژوهش و مهارت‌آموزی به دانشگاه‌های نسل سوم (کارآفرین) رسید. با این همه برخی از دانشگاه‌های کشور همچون دانشگاه صنعتی شریف یا امیرکبیر با اتکا به یافته‌ها و مهارت‌آموزی‌ها، در حوزه رفع مشکلات صنایع توانسته‌اند نقش آفرین باشند. تدوین بسته فناوری یا اکوسیستم کارآفرینی دانشگاه گیلان نخستین گام‌ها برای توسعه آموزش کارآفرینی در دانشگاه گیلان است که به صورت یک استراتژی تعریف شده است و در قالب آن کلاس‌ها و دوره‌های استارت‌آپ متعددی نیز برگزار شده است. در قالب این بسته، با برگزاری دوره‌های کارآفرینی تخصصی و مهارت‌افزایی یک ساله در تلاش هستیم که دانشجویان را برای ورود به بازار و حوزه‌هایی که نیازمند دانش هستند، از جمله صنعت کشور و استان آماده کنیم. اگرچه این گام، گام تحولی در دانشگاه تعریف می‌شود، اما باید پذیرفت که باید آموزش کارآفرینی را از نظام آموزش و پرورش به نسل آینده بیاموزیم. متأسفانه آنچنان که باید در حوزه کارآفرینی از دانشگاه‌ها حمایت نمی‌شود، به طوری که ابزارهای تشویقی برای استادانی که در این حوزه وارد می‌شوند بسیار کم است. انتظار می‌رود که استقلال مورد نیاز به دانشگاه‌ها در حمایت از کارآفرینی داده شود، تا اساتید را به سمت رفع نیازهای علمی کشور از جمله صنایع هدایت کرد. دانش بنیان شدن و اقتصاد مقاومتی دغدغه‌ای همه‌گیر و ملی نیست، به رغم اینکه شعارها درباره این دغدغه بسیار زیاد است، اما در عمل شاهد هستیم که در بطن و لایه‌های درونی مراکز آموزش عالی و همینطور دستگاه‌های اجرایی و قانونگذار توجه قابل توجه و ملموسی به دانش بنیان شدن نشده است. در دانشگاه گیلان کلینیک صنعت راه‌اندازی شده است. در این راستا تلاش شده که ارتباط‌گیری لازم با صنعت صورت گیرد، تا بتوان با اتکا به دانش اساتید و دانشجویان دانشگاه گیلان نسبت به رفع مشکلات صنایع در سطح استان اقدام کرد.

**کارآفرینی دانشگاهی: تعاریف، ابعاد و الزامات****نقش‌های ویژه دانشگاه کارآفرین**

- عرضه دانش‌آموختگان کارآفرین به جامعه
- تربیت نیروی متخصص برای تدریس، پژوهش، مشاوره و کارشناسی در امور کارآفرینی
- تولید دانش بومی کارآفرینی برای تأمین نیازهای کشور
- حمایت از تشکیل و توسعه شبکه‌های تخصصی کارآفرینی
- تربیت دانش‌آموختگان کارآفرین آماده تأسیس کسب‌وکار جدید
- ایجاد جریان نوآوری در کشور
- ایجاد شرکت‌های مبتنی بر فناوری‌های دانش‌بنیان
- حل مشکلات جامعه، دولت و بنگاه‌های کسب و کار.

## وظیفه کار آفرینی دانشگاهها

- انتقال تجاری دانش و فن آوری نشات گرفته از دانشگاهها به وسیله نوآوری (تجاری سازی)
- کاهش شکاف بین دانش و نوآوری
- افزایش پتانسیل نوآوری به وسیله تولید دانش

## شش مولفه کلیدی برای کار آفرین شدن دانشگاهها

- ساختار منعطف
- فرهنگ کارآفرینانه منسجم
- تعامل مستمر با محیط (جامعه و صنعت)
- چشم انداز مشترک
- استراتژی آینده نگر
- جستجوی فعالانه به دنبال موفقیت و ایجاد کسب و کار مخاطره آمیز
- توجه به نیروی انسانی
- ایجاد فضا برای حمایت از فعالیتهای نوآورانه افراد

## کارکردهای دانشگاه کار آفرین

- توسعه قابلیت‌های کار آفرینی
- تولید و انتقال دانش
- تولید دانش: توسعه و فراهم کردن دانش جدید
- انتقال دانش: آموزش و توسعه منابع انسانی
- ترویج دانش: اشاعه دانش و فراهم کردن نهادهای برای حل مسئله
- تجاری کردن دانش: تبدیل دانش به فن آوری و تجاری‌سازی آن
- ایجاد شرکتهای دانش محور
- راه‌های تجاری کردن دانش:
- واگذاری امتیاز بهره‌برداری
- ایجاد شرکتهای تجاری
- ایجاد صنایع و خوشه‌های صنعتی
- حل مشکلات جامعه و صنعت

## عوامل محیطی موثر در توسعه کار آفرینی دانشگاهی

- رقابتی کردن فعالیت دانشگاهها در: (فشار عرضه)
- جذب منابع، تولید دانش، تربیت نیروی کار آفرین و نوآوری
- استقلال دانشگاه در: (جذب تقاضا)
- پذیرش دانشجو، حذف و اضافه کردن رشته‌ها، تنظیم فعالیتها و ظرفیتها با توجه به نیاز محیط
- رقابتی کردن فضای کسب و کار (تنظیم بازار)
- افزایش نیاز به نوآوری در کسب‌وکار و ایجاد پیوند قوی صنعت و دانشگاه

○ منطق ساده است: مطلوبیت/عرضه/تقاضا

## آموزش، ترویج و فرهنگ کار آفرینی

آموزش، ترویج و فرهنگ کار آفرینی

### ○ دانش

ایده پردازی

انتخاب ایده

تدوین طرح کسب و کار

جذب منابع

سازماندهی و راه اندازی کسب و کار

### ○ مهارت

کار گروهی

مذاکره

ارتباطات

### ○ نگرش

دیدگاه نسبت به توسعه

دیدگاه نسبت به زندگی

دیدگاه نسبت به آینده

دیدگاه نسبت به ایفای نقش در جامعه

## آموزش کار آفرینی دانشگاهی

○ کار آفرینی فردی و سازمانی

دانشگاه به عنوان سازمان کار آفرین

اعضای دانشگاه کار آفرین باشند.

○ کار آفرینی اقتصادی و غیر اقتصادی

○ روش آموزش

کار آفرینی عملی و آموزشی

ایجاد جریان کار آفرینی از طریق تعامل دانشگاه و محیط

## چالش دانشگاهها

فشارهای محیطی بر دانشگاهها و مشکلات آموزش عالی

○ کاهش بودجههای پژوهشی

○ کاهش حمایت‌های مالی

○ تغییر انتظارات از نقش دانشگاه در ارتباط با تعامل بیشتر با محیط

○ عدم هماهنگی با نیازهای جامعه

○ عدم جامعیت در راستای ایجاد کسب و کار

## موانع و مشکلات برای تجاری سازی دانش در دانشگاهها

○ بروکراسی و عدم انعطاف سیستم مدیریت دانشگاه

- ضعف ارتباطات و فقدان شبکه‌های ارتباطی میان سرمایه‌گذاران، فعالان صنعت و دانشگاهیان (گلخانه)
- فرهنگ متفاوت فعالان صنعت و دانشگاهیان (جزیره)
- قوانین ضعیف حفاظت از دارایی‌های فکری در سطح ملی
- وابسته بودن دانشگاه به بودجه‌های دولتی
- ضعف اطلاعات دانشگاه درباره نیازها و اولویت‌های بخش کسب و کار
- عدم احساس نیاز و فقدان انگیزه در دانشگاه برای تجاری‌سازی دانش

### معیارهای عملکرد آموزشی دانشگاه

شاخص‌های ارزیابی عملکردهای آموزشی در دانشگاه کارآفرین

- میزان توسعه قابلیت‌های کارآفرینی
- میزان آموزش مهارت‌های کارآفرینی
- ارائه واحدهای درسی مرتبط با کارآفرینی
- تعداد رشته‌های آموزشی بین رشته‌ای
- برگزاری همایش‌ها، جشنواره‌ها و رقابت‌های کارآفرینی
- نسبت استاد به دانشجو
- نسبت اعضای هیات علمی در هر یک از مرتبه‌های علمی
- سرانه فضا و امکانات آموزشی
- اعضا هیات علمی عضو انجمن‌های علمی داخلی و خارجی
- نسبت اعضای علمی ارتقا یافته
- تعداد اعضای هیات علمی استخدام شده
- نسبت دانشجویان تحصیلات تکمیلی
- نرخ رشد اعضای موفق به اخذ جوایز علمی
- نسبت نرخ رشد اعضا به نرخ رشد دانشجویان و نرخ رشد رشته‌ها
- تعداد رشته‌ها
- نرخ رشد پایان نامه‌ها، کنفرانس‌ها و کلاس‌ها
- کیفیت خروجی یا معدل دانش‌آموختگان

### معیارهای عملکرد پژوهشی دانشگاه

- - تعداد طرح‌های پژوهشی که اعتبار آن از منابع خارج دانشگاه تامین شده است.
- تعداد طرح‌های پژوهشی انجام شده به صورت مشترک با صنعت
- تعداد پژوهش‌های کاربردی
- تعداد طرح‌های مداخله‌ای که نتایج آن منجر به تغییر در سیاست‌گذاری‌های کلان کشور شده است
- شاخص تعداد نیروی محقق
- نسبت دانشجو به استاد که اگر زیاد باشد، اساتید فرصت تحقیق کمتر می‌باشد.
- سهم تحقیقات از تولید ناخالص ملی
- تعداد کتابخانه‌ها و پایگاه‌های اطلاعات علمی
- وجود نشریات علمی

- تعداد همایش‌ها
- تعداد کتب تالیف شده توسط محققین دانشگاهی
- تعداد مقالات ارائه شده در مجلات و همایش‌های علمی و داخلی

## کار آفرینی در دانشگاه گیلان

### برنامه‌ریزی برای توسعه کار آفرینی دانشگاهی

- ایجاد اصلاحات ساختاری، فرآیندی و فرهنگی
- تدوین چشم‌انداز مطلوب استراتژی با مشارکت همه اعضا (هدف - استراتژی - برنامه‌ریزی)
- تغییر دیدگاه تولید علم (پژوهش‌ها با هدف حل مسائل و عرضه محصولات جدید بر مبنای دانش انجام شود)
- تغییر برنامه‌های آموزشی (دروس تخصصی - یادگیری بر مبنای حل مسئله و مشارکت - تحقیق جزو لاینفک روش تدریس باشد - تقویت قدرت ایده‌پردازی در دانشجویان)
- ترویج فرهنگ کار آفرینی در اعضای دانشگاه
- اصلاح ساختار سازمانی دانشگاه (حذف قوانین بازنده - تمرکز زدایی - ایجاد سازمان‌های تخصصی برای تجاری کردن تحقیقات دانشگاهی)
- طراحی سیستم پاداش بر مبنای نتایج برای ترغیب کار آفرینی دانشگاهی
- طراحی سیستم‌های بازخور و ارزیابی فناوریانه
- استقلال دانشگاه و موسسات داخلی دانشگاه

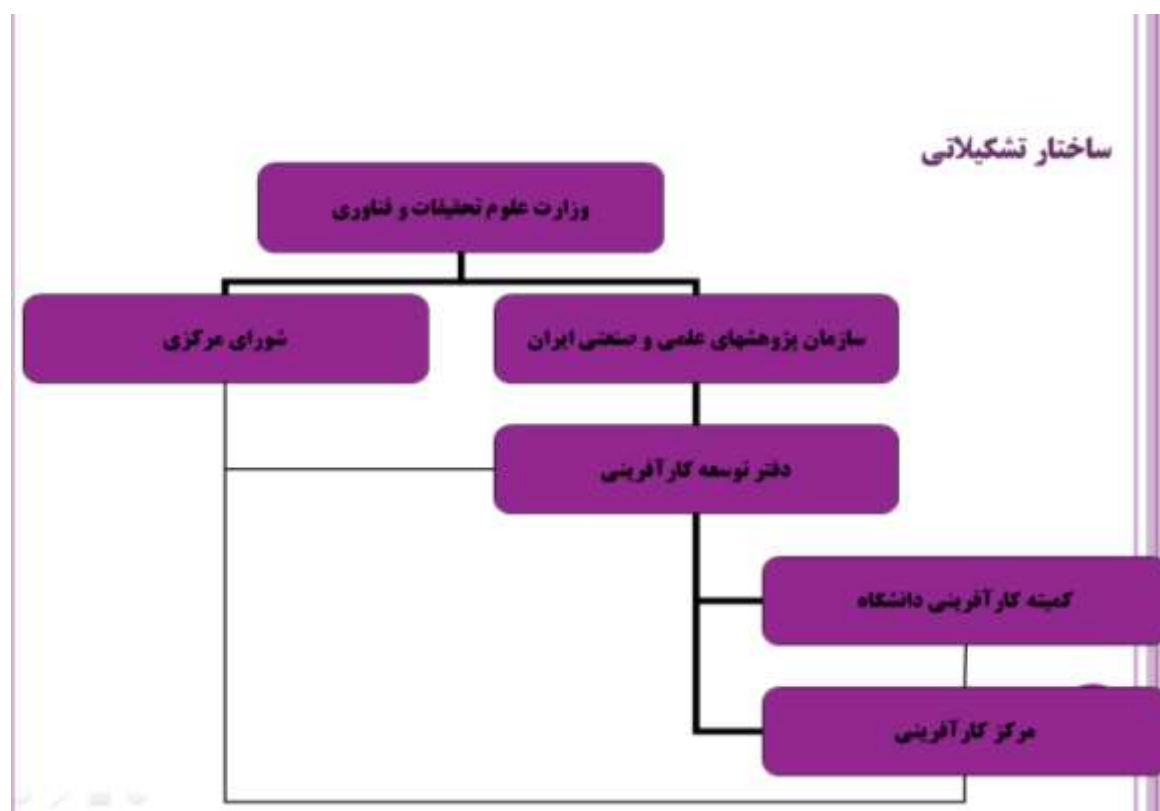
### زمان بندی سال ۹۶ مرکز کار آفرینی

سکانس‌های طرح	ماه ۱	ماه ۲	ماه ۳	ماه ۴	ماه ۵	ماه ۶	ماه ۷	ماه ۸	ماه ۹	ماه ۱۰	ماه ۱۱	ماه ۱۲
نهایی سازی ساختار، افراد، مسئولیت‌ها، گام‌ها و سرعت پیشروی	■											
برنامه ریزی و اولویت بندی طرح‌های مرکز رشد و شتابگری	■											
طرح و تصویب برنامه کلی و بودجه یکساله		■										
طرح و تصویب برنامه پایش و ارزیابی عملکرد		■										
رابرینی حیاتی با نهادهای مدنی و سیاستگذاری			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
برنامه های آموزشی عمومی (NEE)										■	■	■
برنامه های آموزشی تخصصی (EE) آزاد و دانش آموزی											■	■
برنامه های آموزشی تخصصی (EE) دانشگاهی											■	■
برنامه های مهارت افزایی و استارت‌آپ											■	■
سلسله نشست های عصری یا کارآفرینان											■	■
فراخوان جذب ایده ها، معرفی، پذیرش و پایش در مرکز شتابگری											■	■
تدوین و چاپ مجله کارآفرین گیلان											■	■

■ از لحاظ ابعاد احتساب ماه های ذکر شده آغاز می گردد.

## فلسفه و رویکرد راهبردی طرح کاراد (به روز شده ۱۳۹۰)

- فلسفه:
- کارآفرینی یک خصیصه ذاتی نیست و از راه آموزش مناسب قابل تحصیل می‌باشد
- رویکردها
- ترویج روحیه و فرهنگ کارآفرینی و ارتقای شناخت جامعه دانشگاهی و دانشجویان نسبت به کارآفرینی
- ترغیب دانشگاه‌ها به دوره‌های آموزش کارآفرینی
- گسترش تحقیقات کارآفرینی
- کمک به کارآفرینان جدید و توسعه کارآفرینان موجود از طریق فراهم کردن امکانات اولیه برای شروع کارآفرینی



## خلاصه بخش پرسش و پاسخ

آقای دکتر مولایی پور مدیرکل امور اقتصاد و دارایی:

دانشگاه گیلان باید از حالت انحصاری خارج شود و مشکلات استان گیلان را حل کند. انتظاری که از دانشگاه گیلان می‌رود این است که باید بخش‌های مختلف اقتصادی استان را خوب شناسایی کند مانند کشاورزی، گردشگری و خدمات و صنعت و ... سپس برای حل مشکلات در حوزه‌های مختلف مثلاً گردشگری و صنعت و غیره راهکار ارائه دهد و نقش خود را در این حوزه‌ها به خوبی ایفا کند. بنابراین دانشگاه گیلان باید از حالت انحصاری خارج و به سمت رقابتی شدن برود و دیگر آن که دانشگاه گیلان باید ادامه دهنده خودش باشد نه مثلاً دانشگاه تهران.

پاسخ:

این که دانشگاه مال استان است و باید در خدمت استان باشد، در استان این نگاه منسجم را نداریم، از طرفی خود دانشگاه یکسری آئین‌نامه‌های تمرکزی دارد که هدایتش نمی‌کند. در رابطه با این که می‌گویید دانشگاه باید از انحصار خارج شود، من کاملاً موافقم

ولی اقدامی که برای خروج از انحصار شده، مثلاً دانشگاههایی که ایجاد شدند وزارت علوم آئین نامه داده است. در حالیکه دانشگاه آزاد حداقل یک هیئت علمی دارد، ولی این ها هیئت علمی هم ندارند که کارها را بررسی کنند. در هر صورت ما با شما هم نظر هستیم، فقط به دنبال راهکار می گردیم که چگونه از این فضا خارج شویم.

### آقای پاک سرشت از اتاق بازرگانی:

اگر بخش خصوصی بخواید دانشگاهها و مراکز تحقیقاتی را بپذیرد، قطعاً نباید مشکلات شما را بشنود و بالعکس باید با توانمندی های شما آشنا شود، در حال حاضر دانشگاه و حوزه تحقیقاتی، آن جلوه ای را که برای کمک به حوزه اقتصادی و بخش خصوصی باید داشته باشد را ندارد، بنابراین باید مشکل حل شود.

**پاسخ:**

ما وقتی خودمان را نقد می کنیم به منزله زیر سوال بردن کل توانمندیهایمان نیست. در اینجا هدف عرضه توانمندیها نیست، بلکه برای آنست که اشکالات را اصلاح کنیم. در حقیقت می خواهیم ضعف های موجود را تحلیل کنیم و برای آنها راهکارهای مناسب پیدا کنیم. بحث اقتصاد و دانشگاه از هم جدا نیست و یک مجموعه ای است که در هم تنیده شده است.

### آقا فیروزمنش از موسسه ایده پدید

تعاملات بین المللی در برنامه هایی که تدوین کردید کجاست؟ ظرفیت استفاده از بخش خصوصی برای پیشبرد برنامه هایتان چقدر است؟ و چه جایگاهی در برنامه ریزی تان دارد؟

**پاسخ:**

ما هنوز در رفع مشکلات استان و کشورمان آماده نیستیم و گام بر نداشتیم. ابتدا باید نقش آفرینی در استان و کشور داشته باشیم و بعد نقش آفرینی بین المللی، ولی باید دیدگاه بین المللی داشته باشیم و با آن دیدگاه کار کنیم. در رابطه با سوال بعد، باید روشن شود که مثلاً ممکن است از چند کارآفرین خیره در بخش خصوصی استفاده کنیم و آنها بتوانند در بخش ها نقش آفرینی کنند، یا خبرگان صنعت را بیاوریم به صورت سیستماتیک تعریف کنیم و بیایند در پروژه های دانشگاهی دخیل شوند و یا حتی در کلاس ها شرکت کنند، مثلاً یک خبره صنعتی می تواند مشاوره پروژه ای شود، این بسترش فراهم شده است.

### خانم محمدپور نماینده تامالاختیار جهاد کشاورزی:

اگر دانشگاه کارآفرین را به صورت سازمان ببینیم برای این کار سه بحث مطرح است. ۱- بحث تغییرات سازمانی ۲- محیط خارجی ۳- تعامل بین سازمان و محیط در بحث مدیریت، آنچه خیلی مهم است مدیریت مشارکتی است. ما سه جریان درآمدی در دانشگاه کارآفرین داریم ۱- بودجه دولت ۲- بودجه ای که دانشگاه از شورای پژوهش، وزارت نفت و وزارت اقتصاد و پروژه های مشترکی که از آنها تامین مالی می کند ۳- بودجه ای که دانشگاه از بخش خصوصی تامین می کند. شما در تدوین استراتژی می گوئید که همه اعضا حضور دارند، آیا از این بخش هم برای تدوین استراتژی دانشگاه گیلان استفاده شده است؟ آیا ابزاری دارید که محقق شما مطابق با سیاست های شما تحقیق کند نه بر اساس علایق شخصی؟

**پاسخ:**

در برنامه های آموزشی و پژوهشی بر مبنای برنامه راهبردی دانشگاه در سال ۱۳۹۶، گروه های پژوهشی باید برای خودشان برنامه راهبردی داشته باشند و اعضا هیئت علمی هم باید متناسب با آن برنامه داشته باشند و همگام با زمان برنامه ریزی شده پیش رود. حوزه معاونت پژوهش متولی آنستکه با دانشگاهها و گروه های پژوهشی تعامل داشته باشد و برنامه هایشان را تدوین کنند.

### آقای نوروزی معاون اقتصادی اداره کل امور اقتصادی و دارائی استان:

با توجه به عدم اعتماد فعالان حوزه صنعت به مراکز علمی، مانند دانشگاه گیلان و نبود آشنایی با توانمندی های دانشگاهیان باید این اعتماد را به وجود آورد و سپس با ارائه راهکارهای علمی و متکی به دانش و فناوری، مشکلات فعالان حوزه صنایع را حل کرد. دانشگاه گیلان پس از اعتماد سازی باید برای بازارهای دیگر رقابت ایجاد کرده و محصول تولید کند. در نتیجه از چنین دانشگاهی می توان انتظار داشت در رفع مشکلات صنعت و سایر حوزه های استان، راه گشا بوده و نقش خود را به نحو مطلوب ایفا کند.

## آقای علی آبادی مدیرعامل موسسه تبادل فناوری نیک سرشت:

بدون وجود یک تقاضای متناسب شکل‌گیری خدمات علمی، مشاوره‌ای و دانشگاهی غیرممکن است. سمت تقاضا مشخص نیست که چه کسانی هستند و چه می‌خواهند. با آنکه صنایع ما نیازمند به دانش هستند، اما با وضعیت اقتصادی و رقابت بسیار پایین موجود، انگیزه‌ای وجود ندارد و واحدهای صنعتی حرکتی برای افزایش سطح دانش خودشان بکار نمی‌گیرند. واحدهای صنعتی ما دانش حسابداری، برنامه‌ریزی و بازاریابی فروش ندارند و بسیاری از مشکلات بخاطر عدم وجود دانش است. حال باید چه تدابیری اتخاذ شود تا این واحدهای صنعتی متقاضی دانش شوند. اگر ما یک شرکت سرمایه‌گذاری داشته باشیم و مسئولین استان همکاری کنند این شرکت متقاضی خواهد بود. بنابراین باید گروههای دانش در دانشگاهها علاقمند شوند و به سراغ واحدهای صنعتی بروند. اگر یک شرکت سرمایه‌گذاری بخواهد در سال ۱۳۹۶ اینکار را انجام دهد باید دانشگاه برای آماده سازی خودش اقداماتی را انجام دهد، یعنی اساتید انتخاب شوند، تیم‌ها تعیین گردد، که اگر شرکت سرمایه‌گذاری خواهان شد اعلام آمادگی کنند که حاضریم به آن شرکت سرمایه‌گذاری سرویس دهیم.