



تَطَهَّرْ بِمَاءِ الْكَلْبِ
أَلَا يَذْكُرُ اللَّهُ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه نسل سوم

چارچوب راهنما برای دانشگاه نسل سوم

A Guiding Framework for Entrepreneurial Universities



Final version 18th December 2012





حاکمیت و رهبری

در این زمینه به عواملی که به حاکمیت و رهبری دانشگاه اشاره می شود. برای توسعه فرهنگ کارآفرینانه در دانشگاه، رهبری قوی و حاکمیت خوب، ضروری است. بسیاری از دانشگاه ها در پیاینه رسالت خود به بنگاه و کارآفرینی اشاره می کنند، ولی ضرورت دارد که نگاه عمیق تر از این باشد. در ادامه به برخی از مهم ترین عواملی که در یک دانشگاه باید برای تقویت کارآفرینی مد نظر قرار گیرید می پردازیم.



حاکمیت و رهبری

1. کارآفرینی وجه اصلی استراتژی دانشگاه است

در بیانیه رسالت و دورنمای دانشگاه باید نگاه کارآفرینانه برای آینده موسسه مشهود باشد. علاوه بر آن باید اهدافی همراه با شاخص های عملکردی به کارآفرینی اختصاص داشته باشد. مثلاً درک و ایجاد انگیزه های کارآفرینانه، ایجاد مهارت ها و شایستگی های کارآفرینانه، حمایت از مشاغل نوپا، حمایت از توسعه درآمد از فعالیت های چند طرفی، تقویت مشارکت بین موسسه و کارخانه های محلی



حاکمیت و رهبری

2. باید تعهد بالایی برای اجرای استراتژی های کارآفرینی در دانشگاه وجود داشته باشد.

باید تعهد به اجرای استراتژی برای کارکنان و دانشجویان کاملاً قابل درک باشد. یک شاخص کلیدی برای نشان دادن این تعهد آن است که یک نفر در هم سطح رییس دانشگاه مسئول پیگیری اجرای مصوبات کارآفرینی باشد. باید تعهد بالایی برای بازبینی، اصلاح و روزآمد ساختن استراتژی های کارآفرینی وجود داشته باشد.



حاکمیت و رهبری

3. باید الگوی مشخصی برای هماهنگی و ادغام فعالیت های کارآفرینانه با امور جاری، در تمامی سطوح دانشگاه وجود داشته باشد.

این الگو باید از مزیت، ایجاد رابطه، هماهنگی بین گروه های آموزشی، اعضای هیئت علمی و سایر واحدها برخوردار بوده و از شکل گیری دوباره کاری در داخل دانشگاه و در اکوسیستم کارآفرینی مربوط جلوگیری نماید.



حاکمیت و رهبری

4. اعضای هیئت علمی و واحدها باید از استقلال عمل مناسبی برخوردار باشند.

غلبه بر موانع بروکراسی، برای کارآفرینی حیاتی است. دانشگاه‌های با سطوح سلسله‌مراتبی کمتر، از مزیت حمایت راحت‌تر از فعالیت‌های کارآفرینانه، سرعت در خلق ایده و تصمیم‌گیری، برخوردار هستند. در این دانشگاه‌ها، مراکز و ساختارهای جدید برای توسعه فعالیت‌های نو، راحت‌تر شکل می‌گیرد. موسسات باید حداکثر استقلال را برای افراد و نهادها فراهم نمایند.



حاکمیت و رهبری

5. دانشگاه باید نیروی پیشرانی برای توسعه کارآفرینی در تمام منطقه، جامعه و محیط اجتماعی داشته باشد.

دانشگاه ها نقش های زیادی در محیط پیرامونشان ایفا می کنند، که یکی از کلیدی ترین آنها، حمایت و به جریان انداختن توسعه منطقه ای، اجتماعی و جوامع است. مثلاً ممکن است تسهیلات فیزیکی برای افراد خارج از موسسه فراهم سازد، در خوشه های منطقه ای مشارکت نماید، از فعالیت های فرهنگی و هنری حمایت نماید، فرصت هایی را برای مشاغل نوپا و یا شرکت ها ارائه نماید و نقش فعال در تعیین جهت های استراتژیک توسعه محلی ایفا نماید.



توانمندی سازمانی، کارکنان و انگیزه‌ها

- ممکن است ساختار و رویکردهای سازمانی دانشگاه، مانع از شکل‌گیری انواع فعالیت‌های کارآفرینی که از اهداف استراتژیک دانشگاه حمایت می‌نماید، بشود. عناصر کلیدی در دانشگاه وجود دارد که ممکن است با تامل در آنها بتوان تعداد محدودیت‌های سازمانی در مسیر تحقق کارآفرینی کاهش داد. از جمله این موارد می‌توان به استراتژی‌های سازمانی، جذب و نگهداشت کارکنان مناسب، تحریک انگیزه‌های کارآفرینی در افراد، اشاره نمود.



توانمندی سازمانی، کارکنان و انگیزه‌ها

1. اهداف کارآفرینانه دانشگاه باید توسط منابع اعتباری یا سرمایه‌گذاری‌های متنوع، از جمله سرمایه‌گذاری بورسیه ذینفع‌های بیرونی، مورد حمایت قرار گیرد.

سرمایه گذاری بر روی فعالیتهای کارآفرینانه، با اتخاذ استراتژی‌های مالی پایدار، برای دانشگاه‌ها جنبه حیاتی دارد، ولی نه فقط با تکیه بر منابع مالی محدود دولتی. بلکه دانشگاه‌هایی کارآفرین محسوب می‌شوند که بر منابع مالی متنوع متکی بوده و وابستگی خود را به اعتبارات دولتی به حداقل ممکن کاهش دهند. دانشگاه‌ها می‌توانند منابع بیرونی را از طریق خدماتی نظیر اجاره دادن فضای فیزیکی، تحصیل نمایند. همچنین ممکن است درآمدهای مضاعفی را از طریق سرمایه‌گذاری درآمدهای حاصل از فعالیتهای کارآفرینی کسب نمایند.



توانمندی سازمانی، کارکنان و انگیزه‌ها

2. دانشگاه برای حمایت از توسعه کارآفرینی، باید یک استراتژی مالی پایدار داشته باشد.

فعالیت های کارآفرینانه از جمله اموری هستند که از شانس بهتر و حمایت قانونی بیشتری در دانشگاه ها برخوردار بوده و اگر طولانی مدت استمرار داشته باشند، اثربخش نیز خواهند بود.



توانمندی سازمانی، کارکنان و انگیزه‌ها

3. در دانشگاه باید سازوکارهایی برای غلبه بر موانع سنتی کسب و کار و تقویت ارتباط و کنارهم قراردادن ذینفع‌های داخلی (کارکنان و دانشجویان) و تقویت هم‌افزایی بین آنها وجود داشته باشد.

تمامی کارکنان و دانشجویان از مهم‌ترین ذینفع‌هایی هستند که از برنامه‌های کارآفرینانه حمایت می‌نمایند. تمامی بخش‌های دانشگاه باید برای ایجاد هم‌افزایی و برقراری ارتباط بین گروه‌های مختلف آموزشی با سایر ساختارها و برداشتن موانع سنتی تلاش نمایند. به عنوان مثال، باید سازوکارهایی برای تشریح دانش و منابع درونی از طریق تسهیم تسهیلات مشترک، ساختارهای دانشجو-کارکنان، ساختارهای چندگانه، تسهیلات آموزشی و پژوهشی مشترک گروه‌ها در دانشگاه پیش‌بینی شده باشد.



توانمندی سازمانی، کارکنان و انگیزه‌ها

4. دانشگاه باید از بکارگیری نیروی‌های جدید و درگیر کردن افرادی که تجارب، نگرش و رفتارهای کارآفرینانه دارند، استقبال نماید.

دانشگاه می‌تواند فرهنگ کارآفرینی را از طریق استخدام کارکنانی که شایستگی‌های کارآفرینی برجسته‌ای دارند، ایجاد و تقویت نماید. موسسه باید از معیار، تجربه و نگرش‌های کارآفرینی، در استخدام افراد استفاده نماید. این نکته نه فقط برای جذب اعضای هیئت علمی، بلکه برای بکارگیری سایر کارکنان از جمله مدرسین غیر هیات علمی یا دانش‌آموخته‌گان، در موسسات دانشگاهی مد نظر قرار گیرد. از این طریق آنها می‌توانند دیدگاه‌ها، مهارت‌ها و توانمندی‌هایی را جذب نمایند، که در داخل از آن بی‌بهره هستند.



توانمندی سازمانی، کارکنان و انگیزه‌ها

5. دانشگاه باید برای حمایت از برنامه های کارآفرینی خود، بر توانمندی کارکنان سرمایه گذاری کند.

کارکنان از منابع کلیدی استراتژی عرضه، آموزش کارآفرینی، حمایت از مشاغل نوپا و تمامی فعالیت های کارآفرینی که دانشگاه خواستار آن است، تلقی می شود. بسیاری از برنامه های کارآفرینانه مستلزم افزایش مهارت و کسب دانش جدید است. دانشگاه ها باید از سیاست های شفاف و رسمی برای مسیر ارتقای شغلی تمامی کارکنان برخوردار باشند که در آنها تحقق برنامه های کارآفرینی مورد تاکید قرار گرفته و راهنمایی برای نیل به اهداف کلیدی آنان محسوب شود.



توانمندی سازمانی، کارکنان و انگیزه‌ها

6. باید پاداش و محرک‌های مشخصی برای کارکنانی که بطور فعال از برنامه‌های کارآفرینی دانشگاه حمایت می‌کنند، وجود داشته باشد.

برای افزایش و بهبود کیفیت فعالیت‌های کارآفرینی، ایجاد یک فرهنگ کارآفرینی در بین بدنه سازمان، در دانشگاه، ضروری است. تشویق و اعطای پاداش به رفتارهای کارآفرینی در بین تمامی نیروهای کاری، تعهد به توسعه یک دانشگاه کارآفرین را تقویت مضاعف می‌کند. دانشگاه‌ها باید نظام‌های پاداش و قدردانی از اعضای را که به صورت فعال از فعالیت‌های کارآفرینی و کسب و کار حمایت می‌کند، داشته باشد. چنین نظام‌هایی علاوه بر سطوح فردی باید در سطح دانشکده‌ای و گروه‌های آموزشی نیز فراهم باشد. از جمله می‌توان به اعطای فرصت مطالعاتی، گرانت‌های پژوهشی، معیارهای انتشار و آموزشی، کار پاره‌وقت اساتید شرکت‌های تحت مالکیت خود، اختصاص فضا و آزمایشگاه برای انجام فعالیت‌های کارآفرینی، کاهش ساعات تدریس و غیره اشاره نمود. در بسیار از کشورها، کارکنان شامل دانشجویان نیز می‌شود.



توانمندی سازمانی، کارکنان و انگیزه‌ها

7. دانشگاه باید سایر ذینفع‌هایی را که به تحقق برنامه‌های کارآفرینی دانشگاه کمک می‌نمایند، شناسایی و مورد حمایت قرار دهد.

ذینفع‌های بیرونی به تناسب دانش، مهارت و فرصت‌های اضافه‌ای که در اختیار دانشگاه قرار می‌دهند، باید در ارزش ایجادشده، سهم شونند. این سهم کردن می‌تواند از طریق ارائه انواع فعالیت و فرصت‌ها، از جمله: برخورداری از تسهیلات و خدمات دانشگاهی، بهره‌مندی از سازوکارهای مشارکت در سود و زیان در اموری که درگیر می‌شوند، استفاده از فرصت فلوشیپی، دریافت عنوان استاد صنعتی یا مدرس میهمان تحقق یابد.



توسعه کارآفرینی در حوزه آموزش و یادگیری

دانشگاه ها امروزه درصدد گسترش آموزش کارآفرینانه و کارآفرینی خود از طریق جلب مشارکت تمامی موسسات در حوزه های کاری مختلف، از جمله کارکنان و دانشجویان هستند. این بخش از راهنما، برخی از حوزه ها را پررنگ می کند که با تکیه بر آنها توسعه کارآفرینی می تواند محقق شد. از جمله، ضرورت توجه به ساختار سازمانی که باید حامی توسعه کارآفرینی باشد، همینطور تدارک ابزارهای مناسب برای عرضه فرصت های آموزش و یادگیری برای هر دو محیط درونی و بیرونی موسسه.



توسعه کارآفرینی در حوزه آموزش و یادگیری

1. ترکیب دانشگاه باید به نحوی باشد که از شبیه‌سازی و توسعه مهارت‌های کارآفرینی، حمایت نماید.

ساختار دانشگاه باید به صورتی باشد که توسعه کارآفرینی را در تمامی فعالیت‌ها تسهیل نماید. ساختار در دانشگاه‌هایی که در صدد هستند نه تنها آموزش کارآفرینی را ارائه نمایند، بلکه همچنین در رویکردها نیز کارآفرینانه رفتار می‌نمایند، بسیار حیاتی هستند. دانشگاه باید پست‌هایی نظیر عضو هیئت علمی کارآفرین یا «کارکنان خبره» داشته باشد که مسئولیت ایشان کارآفرینی در سطح دانشکده یا واحد باشد. این افراد باید در فرآیندهای تدوین استراتژی و برنامه‌ریزی در دانشگاه مداخله نمایند. در دانشگاه‌هایی که رو به جلو فکر می‌نمایند، همانند مسئولیت کارکنان، انجمن‌های دانشجویی و سازوکارهایی وجود دارند که همراستا کردن استراتژی‌ها و دروس پس‌خوراند می‌دهند. ساختارهای دانشجویی و کارکنان همچنین از طریق صندوق‌های سرمایه‌گذاری و سایر روش‌های جبران خدمت حمایت می‌شوند.



توسعه کارآفرینی در حوزه آموزش و یادگیری

2. اعضای هیئت علمی در تمامی گروه‌های آموزشی باید از رویکردهای کارآفرینانه در آموزش برخوردار بوده و به تنوع و نوآوری در آموزش و یادگیری دامن بزنند.

رویکردهای زیادی برای یادگیری کارآفرینی وجود دارد که می‌تواند در سراسر دانشگاه‌های مورد استفاده قرار گیرد. در دانشگاه‌های متعهد به یادگیری کارآفرینانه، آموزش مهارت از طریق روش‌های سنتی سخنرانی نیست، بلکه روش‌های جدید زیادی برای نیل به نتایج مطلوب یادگیری بکار گرفته می‌شوند. دانشجویان نیز به روش‌های متفاوتی به روش‌های مختلف یادگیری پاسخ می‌دهند. نکته کلیدی این است که توانمندی دانشجو باید برای فکرکردن و پاسخگویی به صورت کارآفرینانه، تقویت گردد.

دانشگاه باید روش آموزش کارآفرینانه را از طریق طیفی از روش‌ها به تفکیک گروه‌های آموزشی مختلف به عرضه نمایند. در این واحدها، کارکنان نیز نیازمند آموزش و توانمندسازی خود هستند.



توسعه کارآفرینی در حوزه آموزش و یادگیری

3. دانشگاه باید رفتارهای کارآفرینانه را از مرحله خلق ایده، شبیه سازی ایده تا توسعه و اجرای آن مورد حمایت قرار دهد.

رفتار کارآفرینانه در تمامی فعالیتهای آموزشی و غیرآموزشی حمایت و مورد تشویق قرار می‌گیرد. بسیار مهم است که آموزش کارآفرینی به شرایط «واقعی» نزدیک بوده و حسب چنین شرایطی است که تنوعی از روش های آموزشی مورد استفاده قرار می‌گیرد. از جمله این روش ها، می‌توان به مطالعه موردی، شبیه سازی ها، گزارش تجارب واقعی صاحبان مشاغل نوپا، مطالعات شکست در کسب و کار اشاره کرد. دانشگاه باید فهرستی از فرصت های رسمی و غیر رسمی آموزش و یادگیری را در حمایت از کارآفرینی ارائه نماید.



توسعه کارآفرینی در حوزه آموزش و یادگیری

4. دانشگاه باید نتایج آموزش‌های کارآفرینی را اعتبارسنجی نماید.

دانشگاه‌هایی که به یادگیری کارآفرینی بها می‌دهند، متعهد هستند که بطور منظم محتوای برنامه‌های آموزشی خود را مورد بررسی، اعتبارسنجی و بروز رسانی قرار دهند. در این دانشگاه‌ها باید سازوکارهایی وجود داشته باشد که کارکنان از تحقق نتایج مورد انتظار کارآفرینی از قبیل دانش، مهارت و شایستگی در تمامی مقاطع برنامه‌های آموزشی اطمینان حاصل نمایند. نتایج یادگیری باید در سطح موسسه‌ای و با استفاده از سازوکارهای مناسب (مثلاً به صورت ارزیابی درونی و بیرونی) اعتبارسنجی شوند. دانشجویان باید درک شفافی از نتایج آموزش داشته باشند.



توسعه کارآفرینی در حوزه آموزش و یادگیری

5. درگیر ساختن و جلب مشارکت ذینفعان بیرونی یک اقدام کلیدی در توسعه آموزش و یادگیری در یک دانشگاه کارآفرین محسوب می شود.

از اقدامات مشترک می توان به تاسیس شرکت با تشکل های مردمی، سازمان های محلی، با اتاق های بازرگانی دولت های محلی و دانش آموختگان اشاره کرد. شراکت با ذینفعان بیرونی می تواند به شکل گیری روابط جدید و شناسایی منابع جدیدی از تجربه و خبرگی منجر شود که می تواند در آموزش کارآفرینی مورد استفاده قرار گیرد. دانشگاه ها باید قرارداد با ذینفعان بیرونی را بطور مرتب با اطلاعات جدید، بروز رسانی نموده، تجارب و خبرگی حاصل را در آموزش های کارآفرینی و خدمات حمایت از مشاغل نوپا ادغام نمایند.



توسعه کارآفرینی در حوزه آموزش و یادگیری

6. نتایج حاصل از پژوهش، باید در فرآیند آموزش و تربیت کارآفرینی ادغام شوند.

برای حفظ به روز و مرتبط بودن آموزش‌های کارآفرینی، نیاز مستمر به مطالعه و دانش روز است. یکی از مهم‌ترین ابعاد آن ادغام نتایج حاصل از پژوهش‌های کارآفرینی جاری، در امر آموزش است. دانشگاه باید کارکنان خود و مدرسین را برای به روز نگه داشتن برنامه آموزشی براساس یافته‌های پژوهشی تشویق نموده و تبادل دانش در داخل دانشگاه را مورد حمایت قرار دهد.



مسیر ارتقای شغلی کارآفرینان

تصمیم برای کارآفرین شدن، یک اقدام واحد نیست، بلکه یک فرآیند است. کارآفرین شدن دانشگاه‌ها مستلزم آن است که از مسیر تبدیل یک ایده به رشد بازار یا ایجاد اشتغال توسط دانشجویان و کارکنان حمایت کند. این اقدام، تنها یک فرآیند داخلی برای دانشگاه نبوده، بلکه یک رویکرد جامع برای دسترسی به تخصص و فرصت‌های درونی و بیرونی است. در این بخش راهنمایی لازم برای حمایت از مسیر ارتقای شغلی کارآفرینان داخلی و شرکت‌های منفرد برای کارآفرین شدن ارائه می‌شود.



مسیر ارتقای شغلی کارآفرینان

1. دانشگاه باید آگاهی کارکنان و دانشجویان خود را در خصوص ارزش یا اهمیت توسعه توانمندی‌های کارآفرینی رشد دهد.

توسعه کارآفرینی اغلب به‌جای ایجاد انگیزه برای تبدیل یک ایده به عمل، به تدارک فرصت‌ها و تسهیلات متمرکز می‌شود. خلق آگاهی گسترده در میان دانشجویان و کارکنان در خصوص اهمیت توسعه طیفی از توانمندی‌ها و مهارت‌های کارآفرینی یکی از اقدامات مهم دانشگاه کارآفرین است. این خلق آگاهی فقط شامل حمایت از ایده‌های کسب و کار جدید نیست، بلکه حمایت از کارکنان در راستای مسیر ارتقای توسعه شغلی است. برای تحقق این امر دانشگاه باید به اقدام به توسعه آگاهی در میان تمام واحدها، در بین تمامی کارکنان در تمام دانشگاه اقدام نماید.



مسیر ارتقای شغلی کارآفرینان

2. دانشگاه باید تمام افراد را برای تبدیل شدن به یک کارآفرین، تشویق نماید.

برای تشویق رفتارهای کارآفرینی، در قدم اول دانشگاهها باید، مزایای توسعه شایستگیها را برجسته نموده، فرصتها را جستجو و شناسایی کرده و سپس تلاشهای استفاده از فرصتها را تشویق نماید. دانشگاه باید کارکنان و دانشجویان را برای توسعه مهارتها، رفتارها از طریق تدارک طیف وسیعی از سازوکارهایی که امکان رصد آنها در سطح فردی وجود دارد، تشویق نماید.



مسیر ارتقای شغلی کارآفرینان

3. دانشگاه باید فرصتی را برای کسب تجربه کارآفرینی فراهم سازد.

به محض این که کارکنان و دانشجویان از مزایای کارآفرین شدن مطلع شدند، دانشگاه باید فرصت تجربه کردن کارآفرینی را برای آنان فراهم سازد. این کار مستلزم مواجه ساختن کارکنان و دانشجویان با محیطی است که شبیه چالش های واقعی کارآفرین بوده و این خود منجر به تشویق توسعه کارآفرینی می شود. از جمله این اقدامات می توان به آموزش کارکنان، حضور کارآفرینان در محیط برای آموزش و تشویق کارکنان و دانشجویان، مواجه ساختن با مشکلات زندگی واقعی، همینطور تدارک جوایز و سایر روش های تشویق اشاره نمود. فعالیت های آموزشی باید برای اطمینان از کسب آمادگی برای مشاغل نوپا از طریق ادغام آموزش های شرکت محور با آموزش های معمول صورت گیرد.



مسیر ارتقای شغلی کارآفرینان

4. دانشگاه باید از تبدیل یک ایده به اقدام کارآفرینی در بین افراد و گروه‌های دانشگاهی حمایت کند.

برخورداری از یک ایده، اولین قدم برای حرکت در مسیر کارآفرینی است. برای تبدیل یک ایده به عمل، دانشگاه باید طیف وسیعی از خدمات و فرصت‌ها را برای افراد و گروه‌ها مهیا سازد.

دانشگاه باید حمایت خود را از مرحله قبل از شروع کسب‌وکار تا توسعه کسب برای مثال، راهنمایی عملی و توسعه شبکه کسب و کار ادامه دهد. علاوه بر این دانشگاه‌ها باید شرکت‌ها و ایده‌های جدید درونی را به اکوسیستم گسترده کارآفرینی متصل نماید.



مسیر ارتقای شغلی کارآفرینان

5. امکان آموزش استاد شاگردی توسط اساتید دانشگاه و کارکنان صنایع باید فراهم باشد.

روش آموزش استاد شاگردی، یک روش موثر برای آموزش کسب و کار است که می تواند منجر به کسب و تقویت مهارت های کارآفرینی شود. کنارهم قراردادن دانشجویان و دانش آموخته گان با کارآفرینان با تجربه، موجب افزایش احتمال موفقیت کسب و کار و همینطور سایر خدمات حمایتی می شود..

برای نیل به این هدف، دانشگاه ها باید امکان آموزش استاد شاگردی را هم برای دانشجویان و هم برای دانش آموخته گان تامین نماید. دانشگاه های کارآفرین باید از اعضای هیئت علمی خود به عنوان مرشد در آموزش استفاده کند.



مسیر ارتقای شغلی کارآفرینان

6. دانشگاه باید امکان تامین مالی کارآفرینان بلقوه را از طریق بخش خصوصی، تسهیل نماید.

تسهیل تامین مالی دانشجویان و دانش آموخته‌گان توسط بخش خصوصی، برای برقراری ارتباط بین صنعت و توسعه اکوسیستم کارآفرینی بسیار ضروری است. بنابر این موسسات باید از کارکنان، دانشجویان و دانش آموخته‌گان خود، برای یافتن فرصت‌های سرمایه گذاری از طریق بخش خصوصی، کمک نمایند.



مسیر ارتقای شغلی کار آفرینان

7. دانشگاه باید دسترسی به مراکز رشد کسب و کار را تسهیل نماید.

مرکز رشد کسب و کار یک ابزار مهم است که می تواند برای حمایت از مشاغل نوپا، همینطور برای برقراری ارتباط با صنعت موثر باشد. مراکز رشد اغلب دسترسی به آزمایشگاه ها، تسهیلات پژوهشی، خدمات اطلاعاتی، خدمات مشاوره فنی، حمایت مالی را به صورت رایگان یا با تعرفه حمایتی، تامین می نماید.



رابطه دانشگاه-صنعت، ارتباط بیرونی برای تبادل دانش

- درگیر شدن فعال طیفی از ذیفعنان با دانشگاه نقش برجسته‌ای در توفیق کارآفرینی دانشگاه دارد. ایجاد و تثبیت این رابطه با شرکا، در کارآفرینی در حوزه پژوهش، آموزش و سایر اجزای رسالت دانشگاه، بسیار موثر است. برای برقراری ارتباطات بیرونی، چندین جزء مطرح است. از جمله رابطه با بخش دولتی، مناطق، کسب‌وکارها، انجمن‌های حرفه‌ای و فارغ‌التحصیلان و غیره. انگیزه این کار ایجاد ارزش برای دانشگاه و جامعه است.



رابطه دانشگاه-صنعت، ارتباط بیرونی برای تبادل دانش

1. دانشگاه باید متعهد به تبادل دانش و تشریک مساعی با صنعت، جامعه و بخش دولتی باشد.

دانشگاه باید ارزش زیادی برای تبادل دانش از طریق همکاری و شراکت با بیرون قائل باشد. این جهت‌گیری باید بخشی از نهاد سیاست‌های موسسه‌ای باشد. این سیاست‌ها به عنوان راهنما باید انواع ارتباط دانشگاه با صنعت، بخش دولتی، بخش خصوصی و غیره را که می‌تواند شکل گرفته و مدیریت شوند، مشخص کند. این سیاست همچنین می‌تواند شامل سازوکارهای حمایت از همکاری و این ارتباط باشد.



رابطه دانشگاه-صنعت، ارتباط بیرونی برای تبادل دانش

2. دانشگاه ها باید خود را برای ایجاد شراکت و برقراری ارتباط فعال با طیف وسیعی از ذینفعان در معرض نمایش قرار دهد.

برای اخذ امتیاز بالا هر دانشگاه باید درگیر دامنه وسیعی از شراکت از جمله با سازمان های محلی و منطقه ای، تعاونی های مردمی، دانشکده ها، دانش آموخته گان و کارآفرینان باشد.



رابطه دانشگاه-صنعت، ارتباط بیرونی برای تبادل دانش

3. هر دانشگاه باید ارتباط قوی با مراکز رشد، پارک‌های فناوری و سایر نهادهای بیرونی داشته و فرصت‌هایی را برای تبادل دانش پویا خلق نماید.

دانشگاه‌ها باید از طریق برقراری ارتباط با محیط بیرونی، ارزش افزوده‌ای ایجاد نماید. ممکن است ساختارهای دانشی ویژه نظیر مراکز رشد و پارک‌های فناوری، دانشگاه را احاطه کرده باشند. بر همین اساس دانشگاه باید سازوکارهایی برای تجمیع دانش کسب شده، داشته باشد. دانشگاه‌های موفق باید از نظام‌هایی برخوردار باشند که امکان تبادل دانش و باروری ایده بین پارک‌های علوم و صنعت را فراهم سازد. به عنوان مثال، ارائه فضای فیزیکی برای شراکت، سخنرانی، کارگاه‌های آموزشی مشترک، صبحانه کاری و سایر فرصت‌ها، از جمله این تبادل دانش است. این ارتباط باید جریانی از تبادل دانش و کارکنان را در دو بعد دانشگاه و صنعت فراهم کند. دانشگاه‌ها باید در مراکز رشد و پارک‌های فناوری طیفی از مالکیت و مشارکت را در قالب پیشنهاد مالی مستقیم و مدیریتی داشته باشد.



رابطه دانشگاه-صنعت، ارتباط بیرونی برای تبادل دانش

4. دانشگاه‌ها باید فرصت‌هایی را برای کارکنان و دانشجویان برای فعالیت‌های کارآفرینی با محیط‌های کسب و کار بیرونی، ایجاد نماید.

کارکنان و دانشجویان دانشگاه باید فرصتی را برای درگیر شدن در فعالیت‌های کارآفرینی در محیط بیرون داشته باشند. دانشگاه باید از سازوکارهای تبادل دانش و شراکت با محیط بیرونی حمایت نماید. این حمایت می‌تواند هم از طریق برنامه‌های رسمی آموزش و هم از طریق سایر روش‌های غیررسمی از جمله صبحانه کاری و سایر اجتماعات و فعالیت‌ها صورت گیرد.



رابطه دانشگاه-صنعت، ارتباط بیرونی برای تبادل دانش

5. دانشگاه باید از کارکنان و دانشجویان خود برای ارتباط دانشگاه و محیط بیرون، حمایت ویژه به عمل آورد.

یک سازوکار مهم برای تبادل دانش بین کارکنان و دانشجویان ایجاد یک جنبش است. این جنبش ممکن است به وجود برنامه‌هایی برای تبادل آموزش و پژوهش دلالت نماید. برای توفیق در این حوزه لازم است دانشگاه‌ها سازوکارهایی برای حمایت از جنبش کارکنان و دانشجویان برای ارتباط با محیط بیرون داشته باشد. تنوعی از رویکردهای مختلف برای این منظور وجود دارد که ممکن است برخی رسمی‌تر از سایرین باشند.



رابطه دانشگاه-صنعت، ارتباط بیرونی برای تبادل دانش

6. دانشگاه باید برای تاثیرگذاری در اکوسیستم جامع دانش، فعالیت‌های آموزشی و پژوهش خود را با صنعت در کنارهم قرار دهد.

دانش ایجاد شده توسط پژوهش، صنعت، آموزش، کارآفرینان و دامنه وسیعی از جامعه، باید مجدداً جذب دانشگاه شود. باید سازوکارهایی در دانشگاه برای جذب اطلاعات و تجارب ایجاد شده در شبکه اکوسیستم وجود داشت باشد. در خصوص آموزش می‌توان از دوره‌های کارورزی در دانشگاه و سخنران مهمان اشاره کرد. در خصوص پژوهش نیز می‌توان به امکان پژوهش مشترک و قراردادهای کاری اشاره کرد. همینطور موسسات باید سازوکارهای شفاف برای تشریح فرصت‌های کارآفرینی برای شرکای صنعتی و تجاری داشته باشند.



دانشگاه کارآفرین به عنوان یک موسسه بین المللی

بین المللی بودن، یکی از ویژگی های کلیدی دانشگاه کارآفرین محسوب می شود.

بین المللی گرایی به شکل فزاینده ای با فرآیندهای استراتژیک گره خورده است. فرآیندی که دانشگاه را قادر می سازد تصمیم های آگاهانه برای هدایت موسسه، همینطور سنجش پیشرفت موسسه را براساس اهداف مختلف فعالیت های بین المللی به انجام رساند.

غیر ممکن است که یک دانشگاه بدون بین المللی شدن، کارآفرین شود، ولی یک دانشگاه می تواند بین المللی شود، بدون آن که کارآفرین باشد.



دانشگاه کارآفرین به عنوان یک موسسه بین المللی

1. بین المللی گرایی، یک بخش اساسی از استراتژی کارآفرینی دانشگاه باید باشد.

بین المللی گرایی فرآیندی است که طی آن یک فرهنگ بین ملیتی یا جهانی در اهداف و وظایف آموزشی دانشگاه ادغام می شود. بیشتر دانشگاه ها از استراتژی های بین المللی گرایی برخوردار هستند.



دانشگاه کارآفرین به عنوان یک موسسه بین المللی

2. دانشگاه باید بطور واضح حمایت خود را از جنبش بین المللی سازی کارکنان و دانشجویان تحت پوشش نشان دهد.

دانشگاه های کارآفرین باید علاوه بر جذب کردن کارکنان و دانشجویان، باید بطور فعال از پویایی دانشجویان و کارکنان خود حمایت کند. موسسه باید تحرک بین المللی خود را از طریق تبادل روش ها، تبادل بورسیه ها، تبادل کارآموز و استفاده از سایر برنامه های وسیع تحرک با سایر موسسات بین الملل گسترش دهد.



دانشگاه کارآفرین به عنوان یک موسسه بین المللی

3. دانشگاه باید در صدد جستجو و جذب کارکنان بین المللی از جمله در حوزه آموزش، پژوهش و دانشجویان دکتری باشد.

دانشگاهها باید برنامه‌های مشخصی برای جذب کارکنان کارآفرین و بین المللی داشته باشد. همچنین دانشگاه ممکن است برنامه‌هایی برای استخدام خاص بین المللی داشته باشد. این استخدامها باید کاملاً منطبق با نیازهای موسسه باشد.



دانشگاه کار آفرین به عنوان یک موسسه بین المللی

4. بین المللی گرایی باید در رویکردهای آموزشی دانشگاه مشهود باشد.

دسترسی به ایده‌های جدید در آموزش و یادگیری در محیط بین المللی می‌تواند توانایی رقابت دانشگاه را در بازارهای بین‌المللی افزایش دهد. دانشگاه باید از محیط آموزشی و یادگیری برخوردار باشد که با مخاطبین جهانی، تناسب داشته باشد. این نکته شامل فعالیت‌های کلاس محور با ابعاد همگانی، مطالعه، تبادل بین‌المللی و کارآموزی باشد.



دانشگاه کارآفرین به عنوان یک موسسه بین المللی

5. گروه‌های آموزشی و اعضای هیات علمی دانشگاه باید بطور فعال در شبکه‌های بین المللی مشارکت داشته باشند.

اشتراکات بین‌المللی استراتژیک، یکی از اجزای مهم یک موسسه کارآفرین است. این اشتراک فقط منحصر به تبادل تفاهم‌نامه نبوده، بلکه بیانگر کارکردهای کاملاً اجرایی در حوزه آموزشی و پژوهشی کارکنان و دانشجویان است. دانشگاه‌ها باید با شبکه‌های بین‌المللی، خوشه‌های نوآوری، متصل بوده و با سایر موسسات، اشتراکات دو جانبه داشته باشد. این‌ها ممکن است حاصل رشد برنامه‌های مشترک یا گواهی‌های دوگانه باشد.



سنجش پیآمدهای دانشگاه کارآفرین

پیآمدهای محلی و جهانی زیادی برای دانشگاهی که در صدد کارآفرین شدن است، ممکن است بدست آید.

این پیآمدها هم ذینفعان داخلی از جمله دانشجویان، دانش آموخته‌گان و کارکنان و هم برای ذینفعان خارجی از قبیل سازمان‌ها و کسب و کارهای محلی و جامعه را تحت تاثیر قرار می‌دهد. سنجش پیآمدها در دانشگاه غیر توسعه یافته است. ادبیات پژوهشی نشان می‌دهد که در اکثر سنجش‌های صورت گرفته، بجای کارآفرینی دانش آموخته‌ها، توسعه رشد اقتصاد محلی یا تاثیر بر استراتژی کارآفرینی بر اسپین آف و نتایج پژوهش تاکید شده است.



سنجش پی آمدهای دانشگاه کارآفرین

1. دانشگاه باید تاثیر استراتژی کارآفرینی و تغییر خود را مورد سنجش قرار دهد.

برخورداری از استراتژیی که بر فعالیتهای اجرایی مرتبط باشد، برای دانشگاه مهم است. درک تاثیر این فعالیت و پس‌خوراند آن بر تنظیم استراتژی حتی مهم‌تر است. دانشگاه باید نشان دهد که شواهد گردآوری شده از فعالیتهایش در حوزه کارآفرینی، ابزاری برای انعکاس و بررسی استراتژی و رسالت دانشگاه است.



سنجش پیآمدهای دانشگاه کارآفرین

2. دانشگاه باید میزان درگیر شدن سطوح مختلف موسسه را در آموزش و یادگیری مورد سنجش قرار دهد.

باید میزان مطلوبیت دوره‌های آموزشی مثلاً در دانشکده مدیریت مورد بررسی قرار گیرد. دانشگاه باید میزان درگیر شدن سطوح مختلف دانشگاه از قبیل، اعضای هیات علمی و گروه‌های آموزشی در آموزش و یادگیری کارآفرینی را مورد مقایسه قرار داده و اطمینان حاصل نماید که نتایج حاصله ناشی از برنامه‌های توسعه فردی اعضا و بازنگری برنامه‌های آموزشی است.



سنجش پیآمدهای دانشگاه کارآفرین

3. دانشگاه باید بطور مرتب تاثیر آموزش و یادگیری کارآفرینی را مورد بررسی قرار دهد.

برای اطمینان از اجرای کامل فعالیتهای کارآفرینی، باید این فعالیتهای بطور مرتب مورد پایش و ارزشیابی قرار گیرند. در عین حال کافی نیست که به شمارش شرکت کنندگان در دوره و سنجش رضایت آنان بسنده کرد، بلکه باید تغییرات صورت گرفته در انگیزه شرکت کنندگان و میزان مهارتهای کسب شده بر اثر فعالیتهای آموزشی کارآفرینی مورد پایش و ارزشیابی قرار گیرد. دانشگاه باید تاثیر آموزش کارآفرینی را در مراحل مختلف آموزش (در مرحله شروع، خاتمه و پس گذشت مدتی از خاتمه آموزش) برای تهیه تصویر درستی از پیآمدهای حاصل از آموزش، مورد بررسی قرار

دهد.



سنجش پی آمدهای دانشگاه کار آفرین

4. دانشگاه باید جریان فعالیت‌های تبادل دانش را بطور مرتب پایش و ارزشیابی نماید.

برای اطمینان از تبادل دانش در عمل، باید فعالیت‌ها و سازوکارهای مربوط از منظر درونی و بیرونی بطور مرتب مورد ارزشیابی و پایش قرار گیرد. دانشگاه باید معیارهای توفیق خود را از ابعاد مختلف تبادل دانش تعریف نماید. برای بررسی حوزه‌های داخلی می‌توان به تعداد شرکت‌های نوپا، اسپین اف، پتنت و ایده‌های جدید و روابط جدید اشاره نمود. بررسی‌های بیرونی ممکن است شامل، ارزش‌های درک شده و تاثیر دانشگاه به محیط ذینعان (کسب و کار، دولت و غیره) نیز باشد.



سنجش پی آمدهای دانشگاه کار آفرین

5. دانشگاه باید پی آمدهای حمایت از شرکتهای نوپا بطور مرتب مورد پایش و ارزشیابی قرار دهد.

ضرورت دارد که فعالیتهای حمایت از شرکتهای نوپا در دانشگاه برای اطمینان از نوع و کیفیت خدمات حمایتی مورد نیاز و همچنین اثربخش بودن نحوه ارائه آنها مورد پایش و بررسی قرار گیرد. این پایش و ارزشیابی باید مبتنی بر یک رویه مشخص و به صورت منظم صورت پذیرد. علاوه بر این که تعداد شرکت کنندگان و میزان رضایت آنان از برنامه های حمایت از شرکتهای نوپا، مورد بررسی قرار می گیرد، همچنین باید تعداد شرکتهای جدید التاسیس و نقش برنامه های حمایتی مورد بررسی قرار گیرد. پایش و ارزشیابی هم از منظر ارائه خدمات حمایتی و بعد از گذشت مدتی، هم از نظر میزان تاثیر آن در توفیق مشاغل نوپا باید انجام شود.



خدا قوت

