

## آشنایی با کارآفرینی و دانشگاه کارآفرین

پیش‌بینی گردد. علاوه بر آن، منافع اعتباری برای پژوهش، اشاعه فرهنگ کارآفرینی و نیز برنامه‌ریزی و حمایت از کارآفرینان، توسط دستگاه‌های اجرایی مختلف ستادی، صنعتی، کشاورزی و غیره در نظر گرفته شد. براساس برنامه سوم توسعه، طرحی تحت عنوان «طرح توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌های کشور» که به اختصار «کاراد» نام گرفته است تدوین و اجرای آن با نظر سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری و ۱۲ دانشگاه کشور شروع و مسئولیت پی‌گیری اجرا و امور ستادی آن از سوی وزارت علوم، در اواخر سال ۱۳۷۹، به سازمان سنجش آموزش کشور واگذار شد.

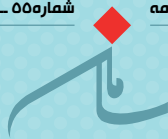
واژه کارآفرینی، از کلمه فرانسوی «Entrepreneur» به معنای «متعهد شدن» نشأت گرفته است. بنابر تعریف واژه‌نامه دانشگاهی وبستر، کارآفرین کسی است که متعهد می‌شود مخاطره‌های یک فعالیت اقتصادی را سازمان‌دهی، اداره و تقبل کند. به عبارتی کارآفرینی را می‌توان ایجاد کسب و کارهای نوآورانه تلقی کرد. کارآفرینی منجر به نوآوری و تغییر فنی می‌شود و از این‌رو، رشد اقتصادی را ایجاد می‌نماید.

از جمله تغییرات و تحولاتی که اخیراً در سطح جهانی شکل گرفته، می‌توان به کوچک‌سازی شرکت‌ها، خصوصی‌سازی اقتصاد و رقابت جهانی مبتنی بر چالاکی، خلاقیت و نوآوری اشاره کرد که همه این تغییرات، نقش کارآفرینی را در این عرصه، به نقشی برجسته و قابل توجه تبدیل کرده است. همچنین شواهدی وجود دارد که نشان می‌دهد علت توسعه صنعتی و اقتصادی کشورهایی همچون آمریکا، ژاپن و آلمان، کارآفرینی است. اهمیت و ضرورت حضور کارآفرینان در بخش‌های صنعت، تجارت و خدمات، چه در سازمان‌های دولتی و چه در سازمان‌های خصوصی، به حدی حیاتی و جدی تشخیص داده شده است که حتی درس کارآفرینی در مقاطع دبیرستان نیز تدریس می‌شود.

در کشور ما، تا اجرای شروع برنامه سوم توسعه، توجه چندانی به مقوله کارآفرینی نشده بود. حتی در محافل علمی و دانشگاهی نیز به جز موارد بسیار نادر، فعالیت‌هایی در این زمینه صورت نگرفته بود. مشکل بیکاری و پیش‌بینی حادث شدن آن در دهه ۱۳۸۰، موجب شد تا در زمان تدوین برنامه سوم توسعه، موضوع توسعه کارآفرینی در سطوح وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، جهاد کشاورزی، صنایع و معادن و همچنین مؤسسه جهاد دانشگاهی، به دلیل ارتباط با فعالیت‌های آن‌ها، مطرح شود (زالی، ۱۳۸۷؛ به نقل از حاجتمند، ۱۳۸۸). در نتیجه شرایط اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی کشور در سال‌های اخیر موجب گردید تا در برنامه سوم توسعه، به مبحث کارآفرینی، علی‌الخصوص در ابعاد پژوهشی، آموزش و پرورش کارآفرینان توجه شود و اعتباراتی نیز در این راستا



نوآوری و خلاقیت، از اجزای لاینفک کارآفرینی می‌باشند



## مکاتب کارآفرینی

برای مطالعه تمام ابعاد علم کارآفرینی، لازم است مبانی و مکاتب مختلف آن را بشناسیم. شش مکتب فکری از منظرهای گوناگون کارآفرینی را مورد بررسی قرار می‌دهد. این مکاتب که به درک فرآیند کارآفرینی کمک می‌کنند، دیدگاه‌های منحصر به فردی را ارائه می‌دهند که نشان می‌دهد کارآفرینان کیستند، چه کارهایی انجام می‌دهند و وظایف و فعالیت‌های کلیدی آن‌ها کدامند. این شش مکتب که در سه گروه دسته‌بندی می‌شوند عبارتند از:

### \* سنجش خصوصیات شخصیتی:

۱. مکتب کارآفرینی "اشخاص بزرگ": کارآفرینان را افرادی بزرگ توصیف می‌کند که قادر به ارائه افکار، مفاهیم و نگرش‌هایی هستند که برای دیگران جالب، هیجان‌انگیز و الهام‌بخش است.
۲. مکتب کارآفرینی "ویژگی‌های روان‌شناختی": تمرکز بر ویژگی‌های شخصیتی دارد، معتقد است که کارآفرینان دارای ارزش‌ها و نگرش‌های منحصر به فرد نسبت به کار و زندگی می‌باشند.

### \* شناسایی فرصت‌ها

۱. مکتب کارآفرینی "کلاسیک": به کارآفرینی به عنوان فرآیند ایجاد یک فرصت اشاره می‌کند.

## \* سرپرستی و مدیریت

۱. مکتب کارآفرینی "مدیریت": معتقد است که همانند بسیاری از زمینه‌های مطالعات سازمانی، کارآفرینی نیز از تئوری‌های مدیریت پیروی می‌کند. مکتب فکری مدیریت، با جنبه‌های فنی مدیریت سروکار دارد و بر این باور است که کارآفرینی می‌تواند آموزش داده شود.
۲. مکتب کارآفرینی "رهبری": این مکتب بیان می‌کند که کارآفرینان، اشخاصی هستند که نقش عمده‌ای را در هدایت و رهبری افراد ایفا می‌کنند، در نتیجه باید دارای مهارت‌های تعامل با مردم باشند.
۳. مکتب کارآفرینی "درون‌سازمانی": در پاسخ به فقدان نوآوری و رقابت در درون سازمان‌ها تکامل یافته است. کارآفرینان سازمانی، دارای اختیار و آزادی عمل می‌باشند و قادرند افکار خود را به عنوان کارآفرین در سازمان پیاده کنند. چنین رفتاری در سازمان باعث گسترش فعالیت‌های سازمان و کشف فرصت‌ها می‌شود.

## ویژگی‌های شخصیتی کارآفرین

### (مکتب کارآفرینی ویژگی‌های روان‌شناختی)

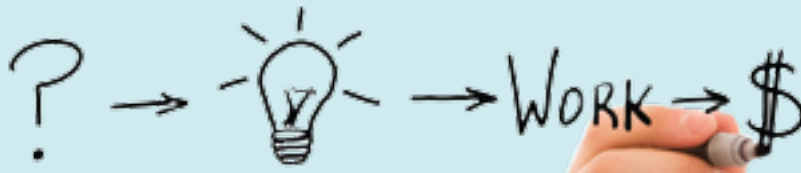
کارآفرینان، دارای ارزش‌ها و نگرش‌های منحصر به فرد نسبت به کار و زندگی می‌باشند که این ارزش‌ها و نگرش‌ها به همراه نیازهایی خاص، رفتار افراد را در مسیر کارآفرینی سوق می‌دهد (Cunningham & Lischron, ۱۹۹۱). در اینجا با پنج ویژگی شخصیتی بارز کارآفرینان آشنا می‌شویم:



در کارآفرینی سازمانی، کل سازمان و کارکنان دارای روحیه کارآفرینی هستند



# BUSINESS PLAN



مطالعه ریسک‌پذیری پرداختند و نشان دادند که افراد ریسک‌پذیر به احتمال زیاد حرفه‌های کارآفرینی را انتخاب می‌کنند و افراد ریسک‌گریز، به دنبال اشتغال سازمانی می‌باشند.

**خلاقیت و نوآوری:** خلاقیت، توانایی خلق ایده‌های جدید است که این ایده‌ها ممکن است به محصولات یا خدمات جدید نیز منجر شوند و نوآوری ارائه محصول، فرآیند و خدمات جدید به بازار می‌باشد و خلاقیت نیرویی است که در پس نوآوری نهفته است. نتایج تحقیقی که در سال ۲۰۰۵ انجام شد، رابطه مثبتی بین نوآوری، کارآفرینی و رشد سازمان را نشان می‌دهد؛ در واقع کارآفرینی و نوآوری نقش هم‌افزایی در سازمان دارند (Brem, ۲۰۰۵). هم نوآوری و هم خلاقیت، از اجزای لاینفک کارآفرینی می‌باشند. کارآفرینان واقعی، مشاغل جدید را بیشتر به دلایل نوآوری و خلاقیت شروع می‌کنند تا انگیزه‌های اقتصادی. همچنین ریسال (۱۹۹۲) در پژوهشی، خلاقیت و نوآوری را مؤثرترین ویژگی در انجام دادن فعالیت‌های کارآفرینانه عنوان کرده است (بدری، لیاقت‌دار، عابدی و جعفری، ۱۳۸۴).

**تحمل ابهام:** قدرت تحمل ابهام، عبارت است از «پذیرفتن عدم قطعیت به عنوان بخشی از زندگی و توانایی ادامه حیات با دانشی ناقص درباره محیط و تمایل به آغاز فعالیت مستقل، بی‌آنکه بدانند آیا موفق خواهد شد یا خیر» (فرای، ۱۹۹۳)؛ به نقل از احمدپور داریانی، (۱۳۸۷). کسانی که دارای ویژگی تحمل ابهام بیشتری هستند، به احتمال زیاد فرصت‌های کارآفرینانه زیادی را کشف می‌کنند.

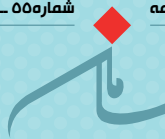
**نیاز به توفیق طلبی:** شخصی که نیاز به موفقیت در او بالاست، شخصی است که در جستجوی عملکرد بالاتر است، از مسائل و اهداف چالشی لذت می‌برد و پشتکار و روحیه رقابتی در فعالیت‌های کاری دارد (مقیمی، ۱۳۸۳: ۳۳۹ و ۳۴۰). نیاز به توفیق، انگیزه اصلی توسعه اقتصادی در کشورها بوده و در تصمیم‌گیری فرد برای کارآفرین بودن تأثیر به‌سزایی دارد (McClelland, ۱۹۹۲) به نقل از احمدپور داریانی، (۱۳۸۷: ۸۲).

**مرکز کنترل:** «عقیده فرد را نسبت به اینکه وی تحت کنترل وقایع خارجی یا داخلی می‌باشد، مرکز کنترل می‌نامند». براکهاوس (۱۹۸۷) معتقد است کارآفرینان نسبت به افراد دیگر، دارای مرکز کنترل داخلی بیشتری هستند و این ویژگی، وجه تمایز کارآفرینان موفق از کارآفرینان غیرموفق می‌باشد. افراد با مرکز کنترل داخلی بر این باورند که پیشرفت‌های آینده خود را می‌توانند از طریق فعالیت و تلاش خود به دست آورند. آن‌ها معتقدند که موفقیت و شکست آن‌ها در آینده به صورت تصادفی به دست نمی‌آید، بلکه در گرو عمل آن‌ها می‌باشد.

**ریسک‌پذیری:** ویژگی شخصیتی ریسک‌پذیری نشان می‌دهد که افراد، چگونه با موقعیت‌های تصمیم‌گیری مخاطره‌آمیز کنار می‌آیند (Begly & Boyd, ۱۹۸۷). به طور کلی، میل به ریسک‌پذیری می‌تواند به‌عنوان برخورد با ریسک و عدم اطمینان و درجه‌ای از آمادگی برای تحمل آن تعریف شود. افراد با سطح ریسک‌پذیری بالا، تمایل بیشتری برای تصمیم‌گیری در شرایط نامشخص دارند. استوارت و رات (۲۰۰۱) نیز در پژوهشی به

هدف اصلی دانشگاه‌های نل سوم، ارتباط صنعت و دانشگاه است





## کارآفرینی فردی (مستقل) و کارآفرینی سازمانی

**کارآفرینی مستقل (فردی):** چنانچه یک فرد یا گروه، به طور مستقل و بدون وابستگی خاص به یک سازمان، اقدام به فعالیت کارآفرینانه نماید، در این صورت این نوع کارآفرینی، تحت عنوان «کارآفرینی مستقل» نامیده می‌شود. در این نوع کارآفرینی، تمرکز لازم بر ایجاد کسب و کار مستقل و شناسایی فرصت‌ها، بسیج منابع و امکانات لازم، تمرکز بر نوآوری، توسعه فرآیند، ایجاد محصولات و یا خدمات جدید می‌باشد.

**کارآفرینی سازمانی:** کارآفرینی سازمانی، شرایط و بستری را در سازمان فراهم می‌کند که در گام نخست همواره هر شخص یا گروهی بتواند پروسه کارآفرینی درون سازمانی را سریع، راحت و اثربخش طی نموده و آن را به اجرا درآورد، ثانیاً محرک، مشوق و آموزش دهنده افراد برای اجرای فعالیت‌های کارآفرینانه توسط کارآفرینان سازمانی باشد. از طرفی یک سازمان کارآفرین (مانند دانشگاه)، آماده و قادر است تا خود را با محیط متغیر خارج از سازمان تطبیق دهد. در کارآفرینی سازمانی، کل سازمان و کارکنان دارای روحیه کارآفرینی هستند و ساختارها و فرهنگ سازمان در آن اثرگذار است و یک بینش و فهم مشترک در بین مدیران و کارکنان ایجاد می‌گردد.

هنگامی که فرد کارآفرین به استخدام سازمانی در می‌آید، نقش و مسئولیت‌ها و اختیارات آن نیز با کارآفرین مستقل، متفاوت می‌شود. این کارآفرینان معتقدند باید کارها را به طریق دیگر و به نحو بهتری انجام دهند. چنین افرادی با درک محیط، برای خود بینش و آرمانی غایی تعیین نموده و برای نیل به آرمان خویش با پشتکار و پیگیری، تلاش می‌ورزند. در این حالت، فرد یا گروه کارآفرین، از قابلیت‌ها و امکانات یک سازمان استفاده کرده و اقدام به فعالیت

کارآفرینی به عنوان فعالیت با وابستگی سازمانی می‌نماید. به سازمانی که شرایط و بستری را فراهم می‌کند که کارآفرین بتواند پروسه کارآفرینی درون سازمانی را سریع، راحت و اثربخش طی نموده و آن را به اجرا درآورد، سازمان کارآفرین گویند.

با توجه به رویکرد این قبیل سازمان‌ها، کارآفرینان می‌توانند در چرخه‌های فرصت را شناسایی نموده و منابع را تخصیص دهند، سیستم‌ها را سازماندهی نمایند و استراتژی‌ها را به منظور بهره‌برداری از فرصت‌ها اجرا نمایند. در این حالت، نقش کارآفرینی سازمانی اغلب می‌تواند از طریق تجهیز تمامی ظرفیت‌های سازمان که بالغ بر توانایی‌های هر فرد کلیدی است، اجرا شود.

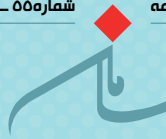
سازمان‌های کارآفرین، محور تغییرات محیط‌شان را از طریق نوآوری، پیشگامی و ریسک‌پذیری دنبال نموده و به آن‌ها پاسخ می‌دهند. بنابر این، درجه گرایش به کارآفرینی آن‌ها، وابسته به میزانی است که آن‌ها نوآور بوده، به طور پیشگامانه اقدام می‌نمایند و ریسک‌پذیر هستند.

پیشگامی یک سازمان، مهارت‌های کارآفرینی و مدیریتی را ایجاد نموده و به مهارت شناسایی فرصت‌ها و ربودن آن‌ها، سریع‌تر از رقبا معنی می‌دهد. چنین سازمان‌هایی نظیر دانشگاه‌ها و بانک‌ها، به طور منظم و آگاهانه باید در کشف و پیش‌بینی روندها، وقایع و تغییرات در محیط درگیر شوند که تمامی آن‌ها فرصت‌هایی را برای توسعه از طریق معرفی محصولات، خدمات، برندها، تکنولوژی یا رویه‌های جدید فراهم می‌سازند.

دانشگاه نیز می‌تواند به یک سازمان کارآفرین تبدیل شود که طی آن همه اعضای آن می‌توانند در نقش کارآفرین انجام وظیفه کنند و تمام فعالیت‌های کارآفرینانه فردی و گروهی، به‌طور مستمر، سریع و راحت‌تر در سازمان مرکزی (ستاد) یا دانشکده‌ها به ثمر برسند.



سازمان‌های کارآفرین، محور تغییرات محیط‌شان را از طریق نوآوری، پیشگامی و ریسک‌پذیری دنبال می‌کنند.



## دانشگاه کارآفرین (سازمان کارآفرین)

اشاره کردیم که دانشگاه نیز می تواند به یک سازمان کارآفرین (Corporate Entrepreneurship) تبدیل شود که طی آن همه اعضای آن می توانند در نقش کارآفرین انجام وظیفه کنند و تمام فعالیت های کارآفرینانه فردی و گروهی، به طور مستمر، سریع و راحت تر در سازمان مرکزی (ستاد) یا دانشکده ها به ثمر برسند. طی این فرآیند و با آموزش کارآفرینی در دانشگاه ها و همچنین ایجاد مراکز توسعه کارآفرینی، «فرهنگ کارآفرینانه» را در میان قشرهای دانشگاهی توسعه دهیم و تحولی در روند توسعه صنعتی کشور ایجاد خواهد شد.

در اواخر دهه ۵۰ میلادی، اولین کشوری که ترویج فرهنگ کارآفرینی را از سطح دبیرستان شروع کرد و آموزش هایی را داد، کشور ژاپن بود. مسئله کارآفرینی در ژاپن به سطح دانشگاه ها هم کشیده شد. بین سال های ۱۹۷۰ تا ۱۹۹۲ میلادی بیش از ۹۶ درصد نوآوری صنعتی که توانست موقعیت ژاپن را در اقتصاد و صنعت جهانی به یک موقعیت بر جسته و برتر تبدیل کند، توسط کارآفرینان صورت گرفت. در حال حاضر نظام آموزشی دانشگاه های کشورمان، افرادی را پرورش می دهد که فقط می توانند شکاف های شغلی از پیش تعریف شده را پر کنند. دانشگاه کارآفرین مکانی است که مشاغل جدید در آن خلق می شوند و از افراد کارآفرین حمایت می کند. این حمایت شامل حمایت های آموزشی مالی و بازاریابی است. در نتیجه کارآفرینان امکان دسترسی به کتابخانه ها، آزمایشگاه ها و... را پیدا می کنند.

### دانشگاه های نسل اول تا نسل سوم

نقش اساسی دانشگاه ها در تربیت نیروی کار متخصص موجب شده است در کشورهای مختلف به ویژه کشورهای توسعه یافته، به تغییر و تحولات اساسی در دانشگاه ها بپردازند. در ابتدا دانشگاه ها آموزش محور بودند که آن ها را دانشگاه های نسل اول می نامند. هدف این دانشگاه ها، آموزش و تربیت نیروی انسانی متخصص بود. پس از آن، انقلاب آکادمیک نخست در اواخر قرن ۱۹ در کشور آلمان روی داد که طی آن دانشگاه های پژوهش محور به عنوان نسل دوم دانشگاه ها معرفی شدند. این دانشگاه ها در پژوهش و تولید علم نقش داشتند. سپس، انقلاب آکادمیک دوم در نیمه دوم قرن بیستم پس از جنگ جهانی دوم اتفاق افتاد، که طی آن دانشگاه های کارآفرین به عنوان نسل سوم با هدف تربیت نیروهای انسانی کارآفرین و ارتباط با صنعت پا به عرصه ظهور گذاشتند.

یونسکو در چشم انداز آموزش عالی برای قرن ۲۱، دانشگاه های نوین یا نسل سوم را این گونه توصیف کرده است: «جایگاهی که در آن مهارت های کارآفرینی در آموزش عالی به منظور بهبود قابلیت های فارغ التحصیلان در جهت تبدیل شدن به کارآفرینان توسعه می یابند.»

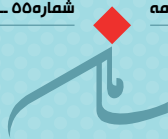
### دانشگاه های نسل سوم در جهان

در آمریکا، در دهه های ۶۰ و ۷۰ میلادی بیش از ۱۴۰ دانشگاه کارآفرین ایجاد شده است و در دهه ۹۰ به ۵۰۰ دانشگاه کارآفرین رسید. در آسیا نیز دانشگاه های کارآفرین در کشورهای هند، فیلیپین و مالزی ایجاد شد. دانشگاه MIT، به عنوان یکی از مطرح ترین دانشگاه های نسل سوم در جهان، مرکز برای آموزش و ارتقای کارآفرینی بین دانشجویان و اساتید با هدف تربیت مدیرانی است که موجب موفقیت شرکت های دانش بنیان شوند، تاسیس کرده است. مدیران MIT، بر این باورند که صرفا کافی نیست یک کالا، ایده و فناوری جدید اختراع شود، بلکه معیار موفقیت، تجاری سازی آن نوآوری می باشد.

### سیر تحول دانشگاه ها

نسل	تمرکز	هدف
اول	آموزش محور	آموزش و تربیت نیروی انسانی متخصص
دوم	پژوهش محور	پژوهش و تولید علم
سوم	کارآفرین	تربیت نیروهای انسانی کارآفرین و ارتباط با صنعت

دانشگاه کارآفرین، علاوه بر آموزش مطابق نظری و تئوری، واقعیت ها و الزامات بازار کار را به آنان می شناساند.



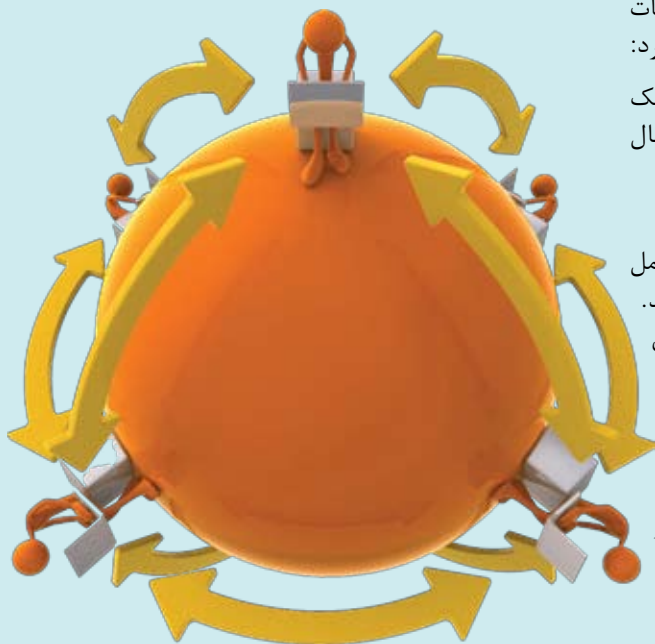
دانشگاه ها، توسعه صنایع و فناوری های جدید بر پژوهش های دانشگاهی بنا شده است.

یک دانشگاه برای کارآفرین شدن در سه حوزه باید فعالیت نماید:

- \* خود دانشگاه، به عنوان یک سازمان، کارآفرین باشد.
- \* کلیه دانشگاهیان اعم از اعضای هیات علمی، کارکنان و دانشجویان به سمت کارآفرینی حرکت کنند.
- \* ارتباط دانشگاه با محیط از یک ساختار کارآفرینانه پیروی کند.

کارآفرینی در دانشگاه مستلزم توسعه کارآفرینی در تمامی سطوح دانشگاه است و تعامل تمامی رشته ها و آموزش های دانشگاهی را طلب می کند و علاوه بر آموزش کارآفرینی در تمامی رشته های دانشگاهی باید مراکز نوآوری و کارآفرینی در هر یک از دانشکده های دانشگاه فعال شوند.

دانشگاه کارآفرین، علاوه بر آموزش مطالب نظری و تئوری، مهارت های شغلی رشته تحصیلی مورد نظر و مهارت های مدیریتی، بهره گیری از فرصت ها و نوآوری را به دانشجویان آموزش می دهد، واقعیت ها و الزامات بازار کار را به آنان می شناساند، از ایده های جدید و خلاق استقبال می کند و روحیه کارآفرینی را در بین دانشجویان توسعه می دهد. دانش آموختگان دانشگاه های نسل سوم، پس از فارغ التحصیلی منتظر کار نمی مانند یا به جستجوی کار نمی پردازند بلکه کارآفرین خواهند بود. دانشگاه کارآفرین دانشگاهی است که ارائه کننده فرصت ها، تجربیات و فرهنگ لازم برای هدایت کردن و تشویق کردن دانشجویان و فارغ التحصیلان به سمت کارآفرینی می باشد.



### دانشگاه های کشور ما در چه نسلی هستند؟

در کشور ما بیشتر دانشگاه ها در نسل اول و تعداد محدودی از آن ها در نسل دوم به سر می برند و هنوز نسل سوم دانشگاه ها در ایران به طور جدی مطرح نشده است. برای همین است که بسیاری از دانش آموختگان به دلیل نداشتن مهارت های کارآفرینی و فنی لازم در بازار کار توفیق چندانی نمی یابند و بیکار می مانند. 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، هم اکنون حدود ۷۰۰ هزار فارغ التحصیل بیکار در کشور وجود داشته باشد. البته از سال ۱۳۸۱ به بعد گام هایی در راستای حرکت به سمت دانشگاه های نسل سوم برداشته شده است. در فاصله سال های ۱۳۸۱ تا ۱۳۸۳ ابتدا در ۱۳ دانشگاه، مرکز کارآفرینی ایجاد شد و امروزه تعداد بیشتری از دانشگاه های کشور دارای چنین مرکزی می باشند (مرکز کارآفرینی دانشگاه فردوسی مشهد در سال ۱۳۸۱ رسماً فعالیت خود را آغاز کرد). اما تاسیس مراکز کارآفرینی یا دفتر ارتباط با صنعت در دانشگاه ها، اولین قدم است و تا رسیدن به دانشگاه های نسل سوم هنوز فاصله وجود دارد.

### دانشگاه های کارآفرین چه ویژگی هایی دارند؟

ظهور دانشگاه های کارآفرین، دانشگاه های فاصله گرفته از جامعه و صنعت را به دانشگاه هایی تبدیل کرده است که در ارتباط با صنعت و جامعه هستند. دانشگاه کارآفرین، باید دانش تولید شده خود را از طریق تجاری سازی برای استفاده و کاربرد به بخش های اقتصادی و صنعتی جامعه تزریق می کند. تعادل بین آموزش، تحقیقات و خدمات در یک دانشگاه کارآفرین سه مشخصه اولیه دارد:

۱. پذیرش و حمایت فعالیت های کارآفرینانه به صورت سیستماتیک
۲. مکانیزم های مشترک (یک دفتر موفق و پاسخ گوی انتقال فن آوری)
۳. حمایت های مالی مستقیم از طرف صنعت

گرایش به کارآفرینی، به عنوان یک قابلیت سازمانی شامل نوآوری، پیشگامی و میزان بالای ریسک پذیری می باشد. سازمان های کارآفرین، محور تغییرات محیط شان را از طریق نوآوری، پیشگامی و ریسک پذیری دنبال نموده و به آن ها پاسخ می دهند. بنابر این، درجه گرایش به کارآفرینی آن ها، وابسته به میزانی است که آن ها نوآور بوده، به طور پیشگامانه ای اقدام می نمایند و ریسک پذیر هستند. دانشگاه نسل سوم، کارآفرینانه عمل می کند، مشاغل جدید خلق می کنند و مراکز رشد و پارک های فناوری را ایجاد می نماید. از افراد کارآفرین حمایت آموزشی، مالی و بازاریابی به عمل می آورد. در این

نوآوری و خلاقیت، از اجزای کلیدی کارآفرینی می باشند





### ویژگی های دانشگاه نسل سوم (کارآفرین)



### ویژگی های سازمان (دانشگاه) کارآفرین

- |  |  |
|--|--|
| <p><b>* ساختار</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* غیر متمرکز بودن</li> <li>* غیر رسمی بودن</li> <li>* عمودی و افقی بودن ارتباطات</li> <li>* در انحصار نبودن اطلاعات</li> <li>* گروهی بودن کارها</li> <li>* برخوردار بودن از ساختار سازمانی که مانع ایجاد ایده های نو نباشد</li> <li>* کنترل سهل گیر و غیر رسمی</li> <li>* داشتن کارکنان توانمند</li> </ul> | <p><b>* حمایت مدیریت</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* قدردانی مدیریت از افراد ریسک پذیر</li> <li>* قدردانی مدیریت از افراد صاحب ایده</li> <li>* تحمل کردن انحراف از قواعد کارکنان</li> <li>* متولی شدن طرح های کارآفرینانه، داشتن تنوع در حمایت های مالی مدیریت</li> <li>* حمایت مدیریت از طرح های کوچک</li> <li>* به کارگیری ایده های جدید</li> <li>* تغذیه مالی برای شروع و حرکت طرح های نو</li> <li>* قدرت تصمیم گیری مدیریت</li> </ul> |
|--|--|

#### منابع

۱. احمدپور داریانی، م. (۱۳۸۱). کارآفرینی. (چاپ چهارم). تهران: پردیس.
۲. احمدپور داریانی، م. (۱۳۸۷). کارآفرینی: تعاریف، نظریات و الگوها. تهران: پردیس.
۳. حاجتمند قلعه رودخانی، ح. (۱۳۸۸). بررسی مقایسه ای وضعیت کارآفرینی دانشجویان تربیت بدنی دانشگاه های دولتی و غیردولتی خراسان رضوی. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشکده تربیت بدنی و ورزش. دانشگاه فردوسی. مشهد.
۴. شریف النسی، م. (۱۳۷۵). چرخه توسعه راهنمای رشد شتابان (توسعه اقتصادی- صنعتی کشورهای جنوب شرقی آسیا). تهران: مؤسسه خدمات فرهنگی رسا.
۵. صمدآقایی، ج. (۱۳۷۸). سازمان های کارآفرین. چاپ اول. تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی.
۶. کردنائیچ، ا. زالی، م.؛ هومن، ح.؛ شمس، ش. (۱۳۸۶). ابزار سنجش ویژگی های شخصیتی کارآفرینان ایرانی. (ویراست اول). تهران: دفتر نشر آثار علمی دانشگاه تربیت مدرس.
۷. کوک، ج. ا. (۱۳۸۲). پیش به سوی کارآفرینی. ترجمه میترا تیموری. اصفهان: آزموه.
۸. مقیمی، س. م. (۱۳۸۳). کارآفرینی در نهادهای جامعه مدنی. تهران: دانشگاه تهران.
۹. مقیمی، س. م. (۱۳۸۱). کارآفرینی موضوعی میان رشته ای و فراگیر. ماهنامه تخصصی بازاریابی. ش ۲۲. صص ۱۲-۱۸.
۱۰. ابراهیم پور کومله، سمیرا. قیادی، سروش. خزایی، کامیاب. (۱۳۹۱). دانشگاه نسل سوم؛ گامی به سوی کارآفرینی. مجموعه مقالات کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان. دانشگاه مازندران.
۱۱. ابراهیم زاده، نریمان. (۱۳۸۶). نقش دانشگاه کارآفرین در تقویت ارتباط صنعت و دانشگاه. مجموعه مقالات سومین کنفرانس بین المللی و دهمین کنفرانس سراسری دولت، دانشگاه و صنعت.
۱۲. شفیع آبادی، عبدالله. (۱۳۹۰). دانشگاه کارآفرین و توسعه صنعتی. فصلنامه فرهنگ مشاوره و روان درمانی، سال دوم، شماره ۵.
۱۳. خداد شهری، نیره. (۱۳۹۰). کارآفرینی در کتابداری. گزارش لیژنا از هشتمین نشست علمی انجمن کتابداری و اطلاع رسانی استان قم.
۱۴. انتظاری، یعقوب. (۱۳۸۳). ظهور دانشگاه کارآفرین و توسعه تعامل علم و صنعت. نشر به علم و آینده، شماره ۸/.
۱۵. یحیی پور، امید. قاسم نژاد، مریم. (۱۳۹۱). بستر سازی فرهنگی در دانشگاه کارآفرین. ماهنامه کار و جامعه، شماره ۱۴۲/.
۱۶. باقری نژاد، جعفر. (۱۳۸۹). دانشگاه کارآفرین زمینه ساز اشتغال زایی، توسعه تکنولوژی و رفاه. فصلنامه برنامه ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، شماره ۶.