

سرمایه‌داری آکادمیک و کارآفرینی اجتماعی: دو رویکرد به دانشگاه کارآفرین

داود قرونه¹

¹ استادیار دانشگاه بیرجند

d.ghoroneh@birjand.ac.ir

چکیده

بررسی روند مفهوم‌پردازی دانشگاه کارآفرین نشان می‌دهد که پدیده دانشگاه کارآفرین در مدتی کوتاه از روند تحولی سریعی برخوردار بوده است. در دهه‌های پایانی قرن بیستم منظور از دانشگاه کارآفرین، انجام کسب‌وکارهای بازرگانی و تجاری توسط دانشگاهیان بود. در اوایل قرن بیست‌ویکم دانشگاه به عنوان سازمان کارآفرین که در انجام فعالیت‌های بازرگانی و تجاری درگیر می‌شود، تعریف شده است. در ادامه این روند تحولی، بر مفاهیم و ابعاد تجاری‌سازی تأکید دارد. در سال‌های اخیر بر نوآوری در همه ابعاد دانشگاهی (درونداد، فرآیند، و برون‌داد) تأکید می‌شود. اما در تازه‌ترین رویکرد، کارآفرینی اجتماعی نیز به بخشی جدایی‌ناپذیر از دانشگاه کارآفرین تبدیل شده است. در حال حاضر، کارآفرینی اجتماعی به عنوان شکل جدیدی از دانشگاه کارآفرین مطرح شده است. این رویکرد از دانشگاه کارآفرین، در پاسخ به نگرانی‌ها در مورد کم‌رنگ شدن جهت‌گیری همگانی بودن آموزش عالی به دست بازار منفعت‌جو شکل گرفته است. در مفهوم سنتی دانشگاه کارآفرین، فعالیت‌های کارآفرینانه منفعت‌جویانه دانشگاه‌ها برحسب منافع اقتصادی تفسیر می‌شود. ولی اخیراً توجه بیشتری به ارزش اجتماعی چنین کارآفرینی علمی جلب شده است. روش‌های نوآورانه دانشگاهی که برای حل معضلات اجتماعی مورد استفاده قرار گرفته است نشان داد که کارآفرینی ذاتاً در تضاد با رسالت اجتماعی آموزش عالی نیست.

کلمات کلیدی: دانشگاه کارآفرین، سرمایه‌داری دانشگاهی، کارآفرینی اجتماعی

مقدمه

در عصری که جهانی شدن^۱ و بین‌المللی شدن^۲ نقش مهمی را در فرآیندها و تغییرات اجتماعی و اقتصادی بازی می‌کنند، نقش دانشگاه‌ها با توجه به مسئولیت‌های جدیدی که در قبال جامعه در حال تغییر، اقتصاد ملی، توسعه اجتماعی، کاهش منابع مالی عمومی و بازار آموزشی دارند، دگرگون شده است (گرنرو، کربی، اوربانو، ۲۰۰۶). در اقتصاد دانش‌بنیان جدید، دانشگاه‌ها از طریق تولید دانش جدید (پژوهش)، انتقال دانش به نسل جدید (آموزش)، و کاربرد دانش در اقتصاد ملی و محلی (کارآفرینی) نقش حیاتی ایفا می‌کنند (ثورپ و گلدستین، ۲۰۱۰). اهمیت این موضوع به اندازه‌ای است که امروزه تولید دانش در کنار انتشار موفق و کاربرد مؤثر آن در تولید به یک هدف جهانی تبدیل شده و بسیاری از کشورهای دنیا به دنبال روش‌هایی برای انتقال دانش و فناوری حاصل از پژوهش‌های دانشگاهی از طریق کانال‌های کارآفرینی هستند (چیچانگ، ۲۰۰۵). فرآیندهای اقتصادی در

¹ Globalization

² Internationalization

³ Guerrero, Kirby, and Urbano

⁴ Thorp and Goldstein

⁵ Chieh Chang

بخش‌های فناورانه برای کشورهای دنیا اهمیت فزاینده پیدا کرده است. به همین دلیل بیشتر دولت‌ها علاقمند به تحقیقات دانشگاهی و به‌کارگیری نتایج حاصل از این تحقیقات برای توسعه صنایع خود هستند (شین^۱، ۲۰۰۴).
 ظهور دانشگاه کارآفرین^۲ در واقع پاسخی به اهمیت روزافزون دانش در نظام ملی و ناحیه‌ای نوآوری و شناخت جدید از دانشگاه است. در دو دهه اخیر، دولت‌ها در سراسر جهان علی‌رغم تفاوت نظام‌های دانشگاهی و صنعتی به این پتانسیل دانشگاه‌ها از منظر منبعی برای ارتقای محیط ملی نوآوری نگریده‌اند (اتزکویتز^۳، ۲۰۰۰).

مفهوم دانشگاه کارآفرین

استفاده از مفهوم کارآفرینی دانشگاهی و دانشگاه کارآفرین را به دو پژوهشگر معروف یعنی هنری اتزکویتز^۴ و بورتون کلارک^۵ نسبت می‌دهند (ویلیامز و کلو^۶، ۲۰۱۴). اتزکویتز (۱۹۹۸) بر نقش اقتصادی دانشگاه و مشارکت آن در صنعت و کسب‌وکارها از طریق انتقال و تجاری‌سازی فناوری‌هایش با استفاده از لیسانس‌دهی و شرکت‌های انشعابی تأکید می‌کند. کلارک (۱۹۹۸) نیز با انتشار کتاب "خلق دانشگاه کارآفرین"^۷ این نوع دانشگاه را دانشگاهی تعریف کرد که فعالانه به دنبال فرصت‌هایی است که بتواند نوآوری‌هایی در زمینه خلق دانش، تربیت نیروی کار، و ارائه راه‌حل‌های جدید برای اقتصاد و دولت داشته باشد.

دانشگاه کارآفرین دانشگاهی متمایز از دانشگاه‌های سنتی و نسخه‌ای از سازمان‌های اجتماعی مدرن است که میانجی میان دولت، بازار، و آموزش است (کلارک، ۱۹۹۸). دانشگاه کارآفرین باید دو وظیفه را انجام دهد: اول اینکه باید کارآفرینان آینده را آموزش دهد. یعنی افرادی که بتوانند کسب‌وکار جدیدی ایجاد کنند و نیز روحیه کارآفرینانه را در تمام دانشجویان در تمامی رشته‌ها توسعه دهند. دوم اینکه باید خود دانشگاه کارآفرینانه عمل کرده، مراکز رشد کسب‌وکار را سازماندهی کند، پارک‌های فناوری و مواردی نظیر آن را ایجاد کند، دانشجویان را در این سازمان درگیر نماید و از طریق آنها به دانشجویان و دانش‌آموختگان در ایجاد کسب‌وکار کمک نماید و اینکه بتواند از لحاظ مالی به طور نسبی استقلال پیدا کند (شولتز^۸، ۲۰۰۴).

اتزکویتز و لیدسدرف^۹ (۲۰۰۰) با تأکید بر نقش دانشگاه‌ها در رشد فزاینده جوامع دانش‌بنیان و ارائه «پیچش سه‌گانه»^{۱۰} دانشگاه، صنعت، و دولت عنوان می‌کنند که دو روند کلی آینده دانشگاه‌ها را به سوی دانشگاه‌های کارآفرین سوق می‌دهد: یکی افزایش وابستگی روزافزون اقتصاد به دانش تولید و دیگری تلاش برای شناسایی و راهنمایی روندهای آینده در تولید دانش و کاربرد آن در جامعه.

در پاسخ به شرایط محیطی جدید، طی سی سال گذشته دانشگاه‌های پیشرو دنیا از تولید صرف دانش به سمت کارآفرینی و آموزش افراد کارآفرین حرکت کرده‌اند (اندرسک^{۱۱}، ۲۰۰۴). لذا، در پاسخ به نیاز اجتماعی و اقتصادی جدید، مفهومی تازه‌ای از دانشگاه مطرح شده است که آن را دانشگاه کارآفرین می‌نامند.

بررسی‌ها نشان می‌دهد که دگردیسی کارآفرینانه و تلاش برای شناسایی روندهای آتی در تولید دانش در بسیاری از دانشگاه‌های دنیا وجود دارد. امروزه تقریباً همه پذیرفته‌اند که کارآفرینی دانشگاهی نقش بسیار مهمی در توسعه نوآوری‌های

¹ Shane

² Entrepreneurial University

³ Etzkowitz

⁴ Henry Etzkowitz

⁵ Burton Clark

⁶ Williams, D. and Kluev

⁷ Creating Entrepreneurial Universities

⁸ Shultz

⁹ Leydesdorf

¹⁰ Triple helix

¹¹ Anderseck

اقتصادی و اجتماعی در سطح ملی ایفا می‌کند (ویلیامز و کلیو، 2014). اما مفهوم جدیدی نیز از کارآفرینی دانشگاهی مطرح شده است که در مقابل رویکرد صرفاً مفعول‌جویانه بازاری قرار دارد. لذا می‌توان به دو رویکرد اصلی در کارآفرینی دانشگاهی اشاره کرد:

الف) رویکرد سرمایه‌داری دانشگاهی

اولین بار اسلاتر و رودز¹ (1997) مفهوم سرمایه‌داری آکادمیک² را هنگام تحلیل الزامات جهانی‌سازی آموزش عالی، مخصوصاً در دانشگاه‌های پژوهشی ایالات متحده، انگلستان، استرالیا، و کانادا طی دهه‌های 1980 و 1990 معرفی نمودند. این نویسندگان بحث می‌کنند که تقلیل در بودجه و محدودیت منابع در دانشگاه‌ها منجر به حرکت مؤسسات آموزش عالی و افراد به سمت فعالیت‌های درآمدزا بوده است. در نتیجه هیئت‌علمی و مدیران تحت تأثیر مداوم فشارهای بازار بر دانشگاه، هرچه بیشتر در رفتارهای کارآفرینانه درگیر شدند. چنین دانشگاهیانی که در رفتارهای جستجوی منبع، به منظور پاسخ به شرایط راکد مالی درگیر بودند، به طور عام به عنوان «کارآفرین» نامیده شدند.

در سال 2004، اسلاتر و رودز چارچوب نظری جامعی برای سرمایه‌داری علمی ارائه نمودند که شرایط خاص یک انتقال از «رژیم دانش/یادگیری کالای عمومی»³ به «رژیم دانش/یادگیری سرمایه‌دار دانشگاهی»⁴ را توصیف می‌کرد. آنها بر نقش وابستگی به منبع در ظهور و سازمانی شدن این نظام تأکید نمی‌کردند، بلکه تمرکز آنها بیشتر بر نفوذ ایدئولوژی بازار-محور و سیاست‌هایی بود که نئولیبرالیسم و اقتصاد دانش جهانی را مورد تأیید قرار می‌داد. اسلاتر و رودز در این مدل بحث می‌کنند که دانشگاهیان نه تنها در نتیجه کاهش و عدم قطعیت منابع، بلکه به دلیل سیاست‌های محیطی دانشگاه‌های معاصر در رفتارهای سودجویانه مشارکت می‌کنند.

رژیم دانش/یادگیری سرمایه‌دار آکادمیک با عنایت به چهار عنصر دانشگاه معاصر مورد حمایت قرار گرفته است: سازمان‌های درون‌شبکه‌ای، چرخه‌های جدید دانش، ظرفیت‌های مدیریتی رشدیافته، و سازمان‌های میانجی (اسلاتر و رودز، 2004). سازمان‌های درون‌شبکه‌ای⁵ به عنوان اولین عنصر نظریه سرمایه‌داری آکادمیک، حوزه‌های مجزای دانشگاهی را با هدف ایجاد و توسعه فرصت‌های مبتنی بر بازار یا شبه‌بازار به یکدیگر متصل می‌کند. ساختارهای درون‌شبکه‌ای، از طریق متحد کردن منابع فکری و مالی و نیز خلق شبکه‌های اجتماعی و سیاسی که به واحدهای سازمانی در مشارکت کارا تر در ابتکارات کارآفرینانه کمک می‌کند، کارآفرینی علمی را ارتقاء می‌دهند. مراکز انتقال فناوری نمونه‌ای از ساختار درون‌شبکه‌ای هستند که مبادلات بین دانشگاه و بازار آزاد را با هدف تجاری‌سازی و سرمایه‌سازی دانش و پژوهش‌های دانشگاه تسهیل می‌کند.

جزء دوم نظریه اسلاتر و رودز در سرمایه‌داری آکادمیک، چرخه‌های جدید دانش⁶ است. در دانشگاه سرمایه‌دار، جریان‌های دانشی با هدف اتحاد واحدهای مجزای سنتی، در برابر تهدیدهای رایج بازار شکل می‌گیرد. برای مثال در مورد آموزش کارآفرینی، چنین جریان‌هایی دانشمندان، اساتید کسب‌وکار، مدیران انتقال فناوری، دانشجویان کارآفرین، و سرمایه‌گذاران خارجی را با هدف انتقال مالکیت معنوی از دانشگاه به بازار و در نتیجه آن سودآوری مالی، به هم وصل می‌کند (مارس⁷، 2006). روابط بین‌رشته‌ای ایجاد شده بین گروه‌های علمی، واحدها، و مراکز، یک رویکرد نوآور و خلاق به پژوهش، حل مسئله، و تولید در یک محیط با محدودیت مالی ایجاد می‌کند که به آن فرآیندی کارآفرینانه می‌گویند.

¹ Slaughter and Rhoades

² Academic Capitalism

³ Public Good Knowledge/Learning Regime

⁴ Academic Capitalist Knowledge/Learning Regime

⁵ Interstitial Organizations

⁶ New Circuits of Knowledge

⁷ Mars

جزء سوم چارچوب نظری سرمایه‌داری آکادمیک ارتقاء قابلیت‌های مدیریتی^۱ است که تا اندازه‌ای از ایجاد و حفظ سازمان‌های بین‌شبکه‌ای و چرخه‌های جدید دانش حمایت می‌کند. این مدیران دانشگاهی گرچه در اصل کارآفرین نیستند، اما فرآیندهای اداری را به گونه‌ای مدیریت می‌کنند که حامی و همراه کارآفرینی باشد.

عنصر پایانی سرمایه‌داری آکادمیک (اسلاتر و رودز، 2004) سازمان‌های میانجی^۲ است. این سازمان‌ها که در بین سیستم‌های دولت، بازار و آموزش عالی قرار دارند (متکالف، 2004)^۳، استحکام مرزهایی که قلمرو آموزش عالی را از بخش خصوصی و منفعت‌جویانه بازار مجزا می‌سازد را زیر سؤال می‌برند. با عنایت به کارآفرینی دانشگاهی، سازمان‌های میانجی با هدف ایجاد یا توسعه مشارکت بخش خصوصی در سرمایه‌گذاری در دانشکده‌ها و دانشگاه‌ها تشکیل می‌شوند.

ب) رویکرد کارآفرینی اجتماعی

مباحث قبلی بیشتر بر فعالیت‌های معطوف به کسب سود و بازارهای مربوطه تمرکز داشت، که رایج‌ترین ویژگی‌های شناخته شده از کارآفرینی هستند. لذا مشاهده می‌شود که کارآفرینی دانشگاهی مستقیماً با فعالیت‌ها و رفتارهای خاص منفعت‌جویانه بازاری مرتبط شده است که اغلب در تضاد با رسالت آموزش عالی به عنوان یک کالای عمومی قرار دارد (کزار^۴، 2004). نگرانی‌ها به‌ویژه در مورد کم‌رنگ شدن جهت‌گیری همگانی بودن آموزش عالی به‌دست بازار منفعت‌جو، هم‌بجا و هم‌مهم است (کزار، 2004؛ کزار و دیگران، 2005؛ رامالی^۵، 2005).

موضوع محوری یک مجموعه از پژوهش‌ها این است که اجازه دادن به نیروهای بازار جهت دخالت در محیط‌های دانشگاهی، توانایی دانشگاه را جهت عمل به عنوان یک نهاد عمومی که قادر است از دموکراسی، دانش عملی، و خلاقیت حمایت کند و آن‌ها را ارتقاء دهد و نیز به عنوان مشاور برای دولت و رهبران عمومی عمل کند، به خطر می‌اندازد.

نتیجه فعالیت‌های کارآفرینانه منفعت‌جویانه سنتی دانشکده‌ها و دانشگاه‌ها برحسب منافع اقتصادی تفسیر می‌شود. با این حال، اخیراً توجه بیشتری به ارزش اجتماعی چنین کارآفرینی آکادمیک منفعت‌جویانه‌ای جلب شده است. برای مثال، مارس (2006) بحث می‌کند که نیاز به توسعه مدل‌هایی تجربی برای برآورد یا ارزیابی منافع اجتماعی ناشی از تلاش‌های کارآفرینانه مرتبط با دانشکده‌ها و دانشگاه‌ها وجود دارد. این منافع معطوف به جامعه ممکن است شامل افزایش شکوفایی جامعه و کیفیت زندگی ناشی از توسعه اقتصادی برخاسته از دانشگاه باشد. به علاوه، کارآفرینی دانشگاهی در ارتباط با مشارکت دانشگاه در صنایعی است که مشاغل برای فارغ‌التحصیلان ایجاد می‌کنند (استفان^۶، 2014).

کاربرد اصول، فعالیت‌ها، و واژگان کارآفرینانه به طور وسیعی در حوزه‌های غیرانتفاعی آموزش عالی رایج شده است. افراد متفکر اجتماعی اکنون رویکردهایی نوآور و خلاق را برای حل طیف وسیعی از مسائل اجتماعی طرح‌ریزی و اجرا می‌کنند (بوراستین^۷، 2004 و دیز^۸، 1998). این شکل از کارآفرینی معطوف به جامعه تحت عنوان کارآفرینی اجتماعی^۹ شناخته شده است. با توجه به وظیفه عمومی دانشکده‌ها و دانشگاه‌ها، کارآفرینی اجتماعی توجه بسیاری از اعضای هیئت‌علمی، دانشجویان، و فعالان آموزش عالی را جلب نموده است. امروزه، راه‌حل‌های کارآفرینانه برای حل مشکلات اجتماعی به طور وسیعی در پردیس‌های دانشگاه‌ها و دانشکده‌ها ایجاد شده و مورد استفاده قرار گرفته است. برخی از مشکلاتی که باعث افزایش راه‌حل‌های کارآفرینانه شده

¹Managerial Capacities

²Intermediating Organization

³Metcalfe

⁴Kezar

⁵Ramaley

⁶Stephan

⁷Bornstein

⁸Dees

⁹Social entrepreneurship

است، مستقیماً به نقش آموزش عالی به عنوان یک نهاد اجتماعی مربوط می‌شود. طبیعی است که با توجه به رسالت عمومی دانشگاه‌ها، کارآفرینی اجتماعی توجه بسیاری از اعضای هیئت‌علمی، دانشجویان، و فعالان آموزش عالی را به خود جلب نموده است.

منابع

- Anderseck, K. (2004).** "Institutional and academic entrepreneurship: implications for university governance and management". *Higher Education Europe*, vol.29, no2, pp. 193-200.
- Bornstein, D. (2004).** *How to change the world: Social entrepreneurs and the power of new ideas*. New York: Oxford University Press.
- Chieh Chang, Y. & et al (2005).** *Factors Influencing Academic Entrepreneurship: The Case of Taiwan. Innovation and Technology Program*. Taiwan: Department of Business Administration, Yuan-ZE University & Institute of International Business Studies, National Chi Nan University. available from: www.rnd.ncnu.edu.tw.
- Clark, B. R. (1998).** *Creating entrepreneurial universities: Organizational pathways of transformation*. Oxford, UK: IAU Press and Pergamum.
- Dees, G. (1998).** *The meaning of social entrepreneurship*. Working paper. Stanford, CA: Graduate School of Business, Stanford University.
- Etzkowitz, H. (2000).** "The future of the university and the university of the future: evolution of ivory tower to entrepreneurial paradigm"; *Research Policy*, Vol. 29, pp. 313-330.
- Etzkowitz, H. and Leydesdorf, L. (2000).** "The dynamics of innovation: from national systems and "mode 2" to a triple helix of university-industry government relations". *Research policy*, no. 29, pp. 109-113.
- Guerrero, M. Kirby, D. and Urbano, D. (2006).** A Literature on entrepreneurial universities: an institutional approach. 3rd conference of pre-communication to congresses.
- Kezar, A. (2004).** "Obtaining integrity? Reviewing and examining the charter between higher education and society". *Review of Higher Education*, vol.27, no.4, 429-459.
- Kezar, A. J.; & et al. (2005).** *Higher education for the public good: Emerging voices from a national movement*. San Francisco: jossey-Bass.
- Mars, M. M. (2006).** *The emerging domains of entrepreneurship education: Students, faculty, and the capitalist academy*. Doctoral dissertation. Center for the Study of Higher Education, University of Arizona.
- Metcalf, A. S. (2004).** *Intermediating associations and the university-industry relationship*. Unpublished doctoral dissertation. Center for the Study of Higher Education, University of Arizona.
- Ramaley, J. A. (2005).** "Scholarship for the public good: Living in Pasteur's quadrant". In A. J. Kezar, T. C. Chambers, and J. C. Burkhardt (Eds.), *Higher education for the public good: Emerging voices from a national movement*. San Francisco: jossey- Bass.
- Shane, S. (2004).** *Academic Entrepreneurship: University Spinoffs and Wealth Creation, USA*, Massachusetts Edward Elgar Publishing.
- Shultz, P. (2004).** "The entrepreneurial university: a strategy for institutional development". *Higher education Europe*, no. 29, pp. 187-191.
- Slaughter, S.; & Rhoades, G. (2004).** *Academic capitalism and the new economy: Markets, state, and higher education*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Stephan, P. (2014).** Tracking the placement of students as a measure of technology transfer. In G. Libecap (Ed.), *Advances in the Study of Entrepreneurship, Innovation, and Economic Growth*. London: Elsevier.
- Thorp, H. H., and Goldstein, B. (2010).** *Engines of Innovation: The Entrepreneurial University in the Twenty-First Century*, University of North Carolina Press, Chapel Hill, NC.
- Williams, D. and Kluev, A. (2014).** "The entrepreneurial university: evidence of the changing role of universities in modern Russia". *Industry & Higher Education*, vol.28, no.4, pp 1-10. doi:10.5367/ihe.2014.0212