

ارائه‌ی مدل بهره‌ور کارآفرینی دانش‌آموختگان رشته‌ی معماری در دانشگاه آزاد اسلامی

زینب یوسفی زاده

دانشگاه آزاد اسلامی واحد بندرعباس گروه معماری و سازمان مدیریت صنعتی نمایندگی هرمزگان

z.yousefi@iauba.ac.ir

سید ابراهیم هاشمی

سازمان مدیریت صنعتی نمایندگی هرمزگان

Ehashemi20@gmail.com

محسن دلاوری پاریزی

دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران گروه حقوق

Mdelavari4@gmail.com

چکیده

جمعیت قابل توجه دانش‌آموختگان رشته‌ی معماری که اغلب آنها با تکیه بر علم دانشگاهی، امکان ورود به بازار کار را ندارند از یک طرف، و نیاز جامعه‌ی مدرن به خدمات هنر و مهندسی معماری و البته وضعیت نامطلوب طرح‌های معماری در اغلب کاربری‌های مسکونی از طرف دیگر، ضرورت یافتن راهی جهت حل مسأله‌ی قابل استفاده بودن تخصص و مهارت‌های متخصصین معماری را الزام‌آور می‌نماید. بدیهی است که جهت موفقیت در بازار کار مبتنی بر خوداشتغالی و کارآفرینی، علاوه بر دانش تخصصی که در دانشگاه تحصیل می‌شود، به مهارت و نگرش مناسب که اکتسابی است احتیاج می‌باشد. می‌دانیم دانشگاه، نقش بالقوه و واقعی در توسعه‌ی اقتصادی کشورها دارد. نحوه‌ی استفاده‌ی دانشگاهها از علم و دانش به ماهیت آموزشهای کارآفرینی آنها بستگی خواهد داشت. دانشگاه آزاد اسلامی دارای ظرفیت و پتانسیل‌های بسیاری است و فارغ‌التحصیلان آن در بخش‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور مشغول به فعالیت‌اند، بجاست از آن در جهت پیشبرد برنامه‌ها و اهداف کلان ملی به صورت مادی و معنوی کمک گرفته شود، دانش‌آموختگان معماری نیز بخش عمده‌ای از فارغ‌التحصیلان این دانشگاه و سرمایه‌های ملی محسوب می‌شوند. بنابراین ضرورت وجود نهادها یا کانونهایی که به عنوان اتاق فکر عمل کنند و تعامل و ارتباط دانشگاه با فارغ‌التحصیلان را به طور جدی برقرار کنند، مشهود است. موضوع اشتغال فارغ‌التحصیلان دانشگاه آزاد، یکی از دغدغه‌های اصلی جامعه و خانواده‌هاست و باید این دانش‌آموختگان، در اجرای طرح‌های برون دانشگاهی مشارکت کنند. با انجام تحقیقات اقتصادی توسط نهادهای اقتصادی و کارآفرینی، دانشگاه‌ها و ادار به برقراری ارتباط با محیط بیرونی شده، موقعیت و قانون‌گذاری و دسترسی خود را به منابع عمومی افزایش می‌دهند. در چنین فضایی تبدیل دانش به کالای اقتصادی از سوی مؤسسات دولتی، بخش خصوصی و دانشگاهها ترغیب می‌شود.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، دانش‌آموخته، معماری، دانشگاه آزاد اسلامی، توانمندسازی

مقدمه

دوره‌ی کارشناسی مهندسی معماری دوره‌ای است حرفه‌ای که پرورش استعداد خلاق، انتقال دانشها و مهارتهای عمومی حرفه‌ی معماری و حصول کارآیی عمومی در این رشته را هدف قرار می‌دهد. در راستای این هدف، سعی شده است که در برنامه‌ریزی این دوره حداکثر بهای ممکن به پروژه‌های طراحی معماری و دروس فنی و نظری پیرامونی آن داده شود.

در این رشته، دروس ارائه شده، مجموعه‌هایی هستند از اصول، مبانی، قواعد، ملاکها و دیدگاهها در زمینه‌های فنی و فرهنگی، به ویژه مرتبط با معماری، که در بهترین صورت انتظار می‌رود در کیفیت عمل دانشجوی هنگام تصمیم‌گیری طراحی، مؤثر افتند. مطالعات و تجربیات علمی طولانی در امر یادگیری، ناظر به این واقعیت است که یادگیری اصول و مبانی هر علم هنگام کاربرد آنها یعنی زمانی که آن اصول در جریان زنده و پویای خود قابل مشاهده هستند، ذهن یادگیرنده را بیشتر قادر می‌سازد که آنها را در موقعیتهای متفاوت آینده به کار گیرد.

«دوره‌ی کارشناسی مهندسی معماری با طرح نهایی، حداقل چهار سال به طول می‌انجامد. پیش از شروع دوره، یک نیمسال به عنوان پیش‌نیاز ارائه می‌گردد که جزء سنوات تحصیل به حساب نمی‌آید ولی هشت واحد آن جزء واحدهای دوره محسوب می‌گردد. فارغ‌التحصیلان دوره‌ی کارشناسی مهندسی معماری می‌توانند در دوره‌ی کارشناسی ارشد ناپیوسته ادامه تحصیل دهند.» (مشخصات کلی، برنامه و سرفصل دروس دوره‌ی کارشناسی مهندسی معماری، گروه هنر، مصوب سیصد و شصت و پنجمین جلسه‌ی شورای عالی برنامه‌ریزی، مورخ ۱۳۷۷/۸/۲۴).

مطالبی که دانشجویان در این رشته، فرا می‌گیرند، همگی بر اساس موضوعاتی است که در تمام دنیا، یک معمار (آرشیست) باید فرا بگیرد، اما ناهم‌انگهی بین آموزه‌های دانشگاهی و موارد خواسته شده‌ی جامعه و مورد نیاز بازار از این فارغ‌التحصیلان، باعث سردرگمی فارغ‌التحصیلان و حتی دانش‌آموزان، در انتخاب رشته‌ی دانشگاهی، می‌شود. خواسته‌های جامعه اصولاً براساس سلیقه و فرهنگ اجتماع و قوانین و مقررات سازمان نظام مهندسی و شهرداریها می‌باشد.

در دانشگاه، عمدتاً دانشجویان، طراحی معماری و شهرسازی را با در نظر گرفتن فرهنگ جامعه، فرا می‌گیرند و اغلب طراحیها، با توجه به نیازهای اقلیمی و فرهنگی، صورت می‌گیرند اما قوانین و مقررات سازمان نظام مهندسی ساختمان معمولاً در تمام کشور و در اقلیمها و فرهنگهای مختلف، یکسان است. بنابراین می‌توان این مقررات را تا حدی بین‌المللی خواند (تا جایی که قوانین شرع اسلام، اجازه می‌دهد). طراحی بین‌المللی هم رو به سوی کمیته‌گرایی و مینیمالیسم دارد و این حداقل‌گراییها با طراحی با توجه به شناخت انسان و محیط، بسیار منافات دارد.

فارغ‌التحصیلان رشته‌ی معماری، پس از آموختن این رشته به مدت حدود چهار سال، وارد فضای کسب و کار می‌شوند و معمولاً آشنا با اصول طراحی و ناآشنا با مقررات طراحی هستند (مهارتهای لازم جهت فعالیت در حوزه‌ی معماری در بازار کار هستند) و این موضوع، باعث می‌شود فارغ‌التحصیلان، پس از فراغت از تحصیل، تازه به دنبال کارآموزی در شرکتهایی باشند که فقط نام طراحی و معماری را به یدک می‌کشند و متأسفانه در بسیاری موارد نیز از آموزه‌های این دانش‌آموختگان، استفاده‌ای نمی‌شود.

نکته‌ای که ناظر به یکی از دیرپاترین مشکلات و نارساییهای آموزش معماری یعنی «عدم ارتباط متقابل زنده بین دروس نظری و کار طراحی در دانشگاه و نیازهای محیط کسب و کار» است و باید بدان توجه شود، این است که فارغ‌التحصیلان، قادر نیستند بین مطالب و آموزه‌های دانشگاهی، با توقع و انتظاری که دیگران و جامعه از آنها دارند، ارتباط معنی‌داری برقرار نمایند و گویی هر کدام از این موارد، برای خود داستان مستقلی است.

آنچه لازم است این است که توسط نهادها و کانونهای متولی و مرتبط با حوزه‌ی معماری (تخصصی و قانون‌گذار)، تأثیرات و ارتباطات متقابل بین آنها را برقرار نمایند که لازمه و شاخصه‌ی اجرای موفق برنامه‌های آموزش معماری مبتنی بر نیاز بازار است. زنجیره‌ی روابطی که در صورت ایجاد، هم‌انگیزه‌ی یادگیری مهارتهای کسب و کار معماری را در دانشجویان افزایش می‌دهد و هم

به کاربردی تر شدن مطالب دروس و ارتقای کیفیت پروژه‌ها کمک می‌کند» (مشخصات کلی، برنامه و سرفصل دروس دوره‌ی کارشناسی مهندسی معماری، گروه هنر، مصوب سیصد و شصت و پنجمین جلسه‌ی شورای عالی برنامه‌ریزی، مورخ ۱۳۷۷/۸/۲۴).

چگونه می‌توان یک مدل بهره‌ور کارآفرینی برای دانش‌آموختگان رشته‌ی معماری دانشگاه آزاد اسلامی طراحی نمود؟ مطالعات نشان می‌دهد از ابتدای تاریخ بشر، انسانها همواره به دنبال پیدا کردن عامل موجد ارزش و عامل تغییر بوده‌اند و اولین بار دانشمندان علم اقتصاد، به کارآفرینی توجه کردند. واژه‌ی کارآفرین در سال ۱۸۴۸ توسط «جان استوارت میل» به زبان انگلیسی ترجمه شده، او کارکرد و عمل کارآفرین را شامل هدایت، نظارت، کنترل و مخاطره‌پذیری می‌دانست و عامل متمایزکننده‌ی مدیر و کارآفرین را مخاطره‌پذیری معرفی کرد. «شومپتر» که از اعضای مکتب اقتصادی آلمان است، کارآفرینی را به عنوان موتور توسعه‌ی اقتصادی معرفی کرد.

پیتردراکر می‌گوید، کارآفرینی یک رفتار است نه یک صفت ویژه در شخصیت فرد کارآفرین. وی می‌گوید، کارآفرینی کاربرد مفاهیم تکنیکهای مدیریت است.

«رقابت‌پذیری در اقتصاد جهانی به توانمندی‌های تکنولوژیکی و نوآوری وابسته است. این امر شامل توانایی توسعه‌ی محصولات جدید و دسترسی به بازارهای جدید، به کارگیری تکنولوژی جدید، اعمال بهترین الگوهای مدیریتی در بنگاه‌ها و توسعه‌ی سطوح مهارتی در طیف وسیعی از نیروی کار است. دانشگاه‌ها قادرند در تمامی این موارد نقش مهمی ایفا کنند. در نتیجه، افزایش ظرفیت تحقیقات و تکنولوژی کشور برای تبدیل دستاوردهای علمی و یافته‌های فناورانه به موفقیت‌های صنعتی و تجاری و اشتغال‌زایی به نقش کارآفرینی دانشگاه‌ها وابسته است. لذا رویکرد حاکم بر فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی و مشاوره‌ای، رویکرد نیازگرا در تعامل با سازمانهای بیرونی دانشگاه است.

ساختارهای موجود در دانشگاه‌های کشور با هدف آموزش تخصصی دانشجو شکل گرفته است و کمتر تقویت و تربیت کارآفرینی در دانشجویان مد نظر است.

به طوری که فارغ‌التحصیلان فعلی دانشگاه‌ها اغلب با مفاهیم اولیه‌ی کارآفرینی آشنایی ندارند. علاوه بر ضعف نظام آموزشی دانشگاه‌ها در آموزش مفاهیم کارآفرینی عدم ساختارهای مکمل جهت ایجاد زیرساختار فیزیکی برای توسعه‌ی روحیه‌ی کارآفرینی در دانشجویان از ضعف‌های دیگر این نظام است.

خیل عظیم فارغ‌التحصیلان دانشگاهی باعث اشباع سازمان‌های دولتی و حتی خصوصی از نظر پرسنل مورد نیاز شده و درصد زیادی از فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌ها امکان جذب در این سازمان‌ها را ندارند.

این موضوع زمینه‌های مهاجرت فارغ‌التحصیلان دانشگاهی به کشورهای دیگر را سبب شده و بیکاری فارغ‌التحصیلان را به یک معضل مهم در کشور تبدیل کرده است.

برای رفع این مشکل روش‌های مختلفی امروزه در دنیا تجربه شده است. اغلب این روش‌ها در دو دسته‌ی تکمیل ساختارهای آموزشی و ایجاد بسترهای لازم کارآفرینی مانند مراکز رشد تجربه گردیده است.

تکمیل ساختارهایی آموزشی که به منظور آشناسازی دانشجویان نسبت به مسائل کسب و کار و تربیت و تقویت روحیه‌ی کارآفرینی ایجاد می‌شوند آماده‌سازی روحی و روانی فارغ‌التحصیلان برای ورود به عرصه‌های اقتصادی را هدف می‌گیرد.

بسترهای توسعه‌ی کارآفرینی به منظور فراهم آوردن شرایط فیزیکی لازم برای ورود این فارغ‌التحصیلان کارآفرین ایجاد می‌شود و ایجاد حرفه‌های اقتصادی را هدف می‌گیرند. از جمله ساختارهایی که در بسیاری از کشورها برای این منظور تجربه شده‌اند، مراکز رشد تجاری و فناوری هستند.

مروری بر تجربه‌ی مراکز آموزش عالی در کشورهای مختلف نشان می‌دهد این مراکز با توجه به شرایط اقتصادی و اجتماعی که در آن قرار گرفته‌اند به یکی از این راه‌حل‌ها پرداخته‌اند یا دوره‌های آموزشی با عنوان کارآفرینی راه‌اندازی یا اقدام به ایجاد یک مرکز رشد در دانشگاه کرده‌اند. در بسیاری از موارد نیز این دو راهکار به طور هم‌زمان به کار گرفته می‌شود. پیش‌بینی مکانیزم‌های لازم در بهره‌گیری، به صورت تکمیل‌کننده‌ی یکدیگر از جمله مسائلی است که نقش بسزایی در اثربخشی این راه‌حل‌ها دارد، نظام آموزش عالی کشور در یکی دو سال اخیر به موضوع تقویت و توسعه‌ی روحیه‌ی کارآفرینی در دانشجویان توجه ویژه‌ای مبذول داشته و اقدام به سرمایه‌گذاری اولیه در اجرایی کردن این دو راه‌حل کرده است. ایجاد دوره‌ها و مراکز کارآفرینی و همچنین صدور مجوز و حمایت نسبت به راه‌اندازی بیش از ۱۵ مرکز از اقدامات اجرایی است که در این رابطه شکل گرفته است. به منظور بهره‌گیری بیشتر از این دو حرکت که به صورت کاملاً مستقل انجام شده، لازم است کارکرد کل مجموعه‌های راه‌اندازی شده در دستور کار مدیران آموزش عالی قرار گیرد.

امروزه آموزش کارآفرینی به یکی از مهمترین و گسترده‌ترین فعالیت‌های دانشگاه‌ها تبدیل شده است. به عنوان مثال در ایالات متحده‌ی آمریکا آموزش کارآفرینی در درون دوره‌های دانشگاهی و توسط مؤسسات خاص مورد توجه بسیاری قرار گرفته است. کانادا و برخی کشورهای آسیایی همچون فیلیپین، هند و مالزی نیز گام‌های اساسی جهت حمایت از کارآفرینی برداشته‌اند؛ این حمایتها شامل ارائه‌ی راهنمایی‌های عملی، مشاوره، ارائه‌ی تسهیلات مالی و برگزاری دوره‌های ویژه در خصوص کارآفرینی در درون دانشگاه‌ها یا خارج از دانشگاه‌ها می‌باشد. (کیپ، ۱۹۹۰)

براساس مطالعات انجام شده در آمریکا تعداد دانشکده‌هایی که دوره‌های کارآفرینی را در برنامه‌های آموزشی خود گنجانده بودند از اواخر دهه‌ی ۱۹۶۰ تا سال ۱۹۸۷ به بیش از ۱۳۰ دانشکده رسیده بود که در سال ۱۹۸۰ تعداد آنها به ۱۶۳ دانشکده افزایش یافت. از سال ۱۹۸۰ تا ۱۹۸۵ یعنی در فاصله‌ی پنج سال با افزایش ۹۰ دانشکده‌ی دیگر که رشته‌های کارآفرینی را ارائه می‌کردند این تعداد به ۲۵۳ دانشکده رسید.

بسیاری از دانشکده‌ها، رشته‌های کارآفرینی را به صورت استاندارد شروع می‌کنند که شامل پروژه‌ها و همچنین مطالعات موردی، بررسی‌ها و سخنرانی‌ها می‌باشد که توسط «طراحی شرکت‌های نوپا» میهمانان یا اساتید برگزار می‌شود. در سال ۱۹۹۰ تعداد دانشکده‌های کارآفرینی به بیش از ۵۰۰ دانشکده افزایش یافت. به طور کلی تا سال ۱۹۹۰، چهار دسته‌ی اصلی از دوره‌های آموزشی کارآفرینی شکل گرفت که:

دسته‌ی اول: برنامه‌هایی برای آگاهی و جهت‌گیری به سوی کارآفرینی
دسته‌ی دوم: برنامه‌های آموزشی برای توسعه‌ی شرکت‌های تازه تأسیس
دسته‌ی سوم: دوره‌هایی برای رشد و بقای کارآفرینان و شرکتهای کوچک
دسته‌ی چهارم: توسعه‌ی آموزش کارآفرینی، به طوری که استاد و دانشجو با نقشهای نوین خود آشنا گردند. (سازمان بین المللی کار، ۱۹۹۲)

آموزش و پرورش کارآفرینان در نظام آموزش عالی کشور ما به بیش از ۲۰ سال تأخیر نسبت به کشورهای توسعه‌یافته در اواخر سال ۱۳۷۹ در وزارت علوم، تحقیقات و فناوری مورد توجه قرار گرفت. براساس برنامه‌ی سوم توسعه‌ی کشور، طرحی تحت عنوان «کاراد» تدوین و اجرای آن با نظر سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی و وزارت کشور در 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 گردید. (گزارش دبیرخانه‌ی کاراد، ۱۳۸۱)

آموزش کارآفرینی و تحقیقات مربوط به آن، هم‌اکنون با چالشهای متعددی مواجه شده که برخی از این چالشها عبارتند از:

- چالش در ایجاد متدولوژیهای تحقیق برای اندازه‌گیری اثربخشی کارآفرینی
- چالش در محتوا و شیوه‌های آموزش کارآفرینی

- چالش در کیفیت مدرسان کارآفرینی

- چالش در پذیرش آموزش کارآفرینی در دانشکده‌ها نسبت به کسب و کار

سالهاست که در مقالات و سخنرانیها از واژه‌ی کارآفرینی به عنوان راه‌حلی برای توسعه یافتن استفاده می‌کنند ولی هنوز بعد از گذشت سالها این واژه به حوزه‌های علم، برنامه‌ریزی و عمل نرسیده است. شاید به این دلیل باشد که هنوز هیچ یک از دانشگاه‌های کشور به طور رسمی و آکادمیک کارآفرینی را آموزش نمی‌دهند، همانطور که هنوز برای خلاقیت و نوآوری آن قدر، ارزش قائل نیستند که حداقل به اندازه‌ی یک واحد درسی برای دانشجویان در نظر بگیرند. لذا توقع بی‌جایی است اگر از فارغ‌التحصیلان دانشگاهی یا مراکز فنی و حرفه‌ای انتظار داشته باشیم در شرایطی که خلاقیت و نوآوری عامل کلیدی و رمز ورود و بقا در بازارهای رقابتی جدید است، کسب و کار و فعالیت سازنده‌ای را تدارک ببینند.

عمده‌ترین مسأله‌ای که باعث رشد و توسعه‌ی اقتصادی می‌شود، تغییر در کیفیت آموزش و توجه به کیفیت نیروی انسانی است. اگر می‌خواهیم بحث کارآفرینی را در کشور جدی بگیریم باید نظام آموزشی ما به سمتی برود که نیروهای با شهامت و شجاع در تصمیم‌گیری پرورش دهد و باید زمینه‌ی مناسب برای ایجاد نوآوری در سازمانها فراهم شود.

کارآفرینی برای سیاست‌گذاران دو دستاورد مهم دارد: ایجاد اشتغال و ایجاد رفاه؛

آنچه در شرایط سخت کنونی ضرورت آن در جامعه‌ی ما بیش از پیش احساس می‌شود، پرداختن به مقوله‌ی کارآفرینی فارغ‌التحصیلان دانشگاهی است. زیرا مسلماً کارآفرینان با توجه به خصوصیات ممتاز و برجسته‌ی خود قادرند در چنین شرایطی منابع را برای ایجاد رشد و توسعه در زمینه‌های تولید و منابع انسانی فراهم کرده، اشتغال و کسب و کار جدید ایجاد کنند. سالهاست از شیوع تب کارآفرینی در کشور می‌گذرد اما متأسفانه هنوز پژواک طنین پر طمطراق آن از عرصه‌های سخنوری، ژورنالیسم و سیاست بر حوزه‌های علم، برنامه‌ریزی و عمل نرسیده است. هنوز پس از گذشت سالها، واژه‌ی کارآفرینی مفهوم واقعی خود را به اذهان متبادر نمی‌کند و هنوز دولتمردان و مسئولان مملکتی در سخنرانیها و مقالات خود از این واژه به عنوان راه‌حلی برای رفع معضل بیکاری استفاده می‌کنند. اگر قرار است اقتصاد موفقی داشته باشیم به نظر می‌رسد باید کارآفرینی در کشور بیشتر مورد توجه گیرد. ولی متأسفانه چه در سطح سیاستگذاری و چه در قلمرو پژوهشی - آموزشی، کار منظم و حساب شده‌ای در زمینه‌ی کارآفرینی انجام نداده‌ایم.

اواخر دهه‌ی ۵۰ میلادی، اولین کشوری که در زمینه‌ی آموزش کارآفرینی و نقش مراکز علمی دانشگاهی، کاملاً کلاسیک عمل کرد و ترویج فرهنگ کارآفرینی را از سطح دبیرستان شروع کرد و آموزشهایی را دارد، کشور ژاپن بود. مسأله‌ی کارآفرینی در ژاپن به سطح دانشگاهها هم کشیده شد. بین سالهای ۱۹۷۰ تا ۱۹۹۲ میلادی بیش از ۹۶٪ نوآوری صنعتی که توانست موقعیت ژاپن را در اقتصاد جهانی به یک موقعیت برجسته و برتر تبدیل کند، توسط کارآفرینان صورت گرفت. آموزش کارآفرینی، سیاستی است که به طور مستقیم در کمیت و کیفیت عرضه‌ی کارآفرین در یک جامعه اثر می‌گذارد. به همین دلیل است که در بسیاری از کشورها بویژه کشورهای پیشرفته که حتی‌الامکان موانع و مشکلات برطرف شده‌اند، دولتها به شکوفا کردن توان بالقوه‌ی مردم پرداخته‌اند. آموزش به تولیدکنندگان کوچک بسیار اهمیت دارد. با اجرای این سیاست همواره می‌توان به اهداف گوناگونی مانند شناخت فرصتها و چگونگی بهره‌برداری از آنها، آشنایی با تکنولوژی و دانش فنی جدید و چگونگی بکارگیری آنها، روشهای جدید علمی مدیریتی و بازرگانی جامه‌ی عمل پوشید. آموزش می‌تواند بلندمدت (مانند آموزش از دوره‌ی دبیرستان به بعد) و یا کوتاه‌مدت (مانند سخنرانیهای ادواری) باشد.

با توجه به مطالبی که تا به حال از کارآفرینی ارائه شد بستر مناسب برای رشد و توسعه‌ی کارآفرینان عبارت است از:

- آموزش خلاقیت از دبستان تا دانشگاه حتی در مقطع دکتری برای کلیه‌ی رشته‌های تحصیلی خصوصاً معماری

- تجدید نظر در نظام آموزشی، روش تدریس و ارزیابی و سنجش دانش‌آموزان و دانشجویان برای تقویت و شکوفایی روحیه‌ی خلاقیت فراگیران

- بالا بردن نیاز پیشرفت افراد از طریق آموزشهای مستقیم و غیرمستقیم
 - آموزش کارآفرینی و شناسایی افراد ارزش‌آفرین (کارآفرین) جامعه توسط گروهی خبره به صورت سالیانه و معرفی و تشویق و حمایت آنها در سطح کشور و استان از طریق رسانه‌های جمعی و اعطای جوایز توسط مسئولان عالی‌رتبه‌ی کشوری
 - تشکیل انجمن کارآفرینان جهت ارتباط، همفکری، همکاری و تعاون کارآفرینان با یکدیگر
 - ترویج فرهنگ کارآفرینی از طریق مؤسسات فرهنگی و رسانه‌های جمعی
 - تأسیس مراکز توسعه‌ی کارآفرینی جهت برنامه‌ریزی، آموزش، تحقیق و مشاوره در خصوص کارآفرینی. در اغلب موارد مدیریت با تصمیم‌گیری متمرکز ضد روحیه‌ی کارآفرینی است. کارآفرینی در جایی رشد می‌کند که تمرکز، تمام عیار نباشد. امروزه در جهان برای جوانان آموزش کارآفرینی گذاشته‌اند. در سطح دبیرستانها همه را تشویق می‌کنند. به نظر می‌رسد، در جهان امروز بدون داشتن دانش ومهارت کارآفرینی، صرف اینکه ایده‌ای داشته باشید ولی دانش لازم را ندانسته باشید، با شکست مواجه می‌شوید.
 - سازماندهی آغازین کارآفرینی در کشورمان در گرو پیمودن راههای زیر است:
 - شناخت عوامل مساعد و بازدارنده‌ی کارآفرینی و راههای عملی رفع موانع
 - شناخت بهتر فرصتهای کارآفرینی و سیاستگذاری برای استفاده از فرصتهای مذکور
 - ترغیب دانش‌آموختگان مستعد مؤسسات آموزشی به فعالیتهای کارآفرینی
 - توسعه‌ی کسب و کارهای کوچک در جهت ایجاد اشتغال مولد
 - پرورش گروهی از جوانان مستعد کارآفرین
- کارآفرینی از طریق تجربه و انتقال آن، قابل آموزش و قابل یادگیری است. اما ترویج آن آسان نیست. اغلب خصوصیات تعیین‌کننده‌ی کارآفرینی از قبیل استفاده از فرصتهای جدید، جلب اعتماد، ایجاد شبکه‌های کار و انجام کار پروژه‌ای، خصوصیات نامحسوسی هستند و به راحتی نمی‌توان آنها را درک و تبدیل به توصیه و دستورالعمل کرد. امروزه بسیاری از جوانان که در دانشگاهها و مراکز علمی کشور به تحصیل مشغول هستند امیدوارند که پس از فراغت از تحصیل هر چه سریعتر وارد «بازار کار» شوند. عبارت بازار کار، عبارتی است بسیار حساس و برداشت جوانان از این عبارت، یکی از عوامل حیاتی مؤثر در آینده‌ی کشور به حساب می‌آید. در اذهان بسیاری از جوانان و دانشجویان کشور، از بازار کار، به یک سری پسته‌های از پیش تعیین شده تعبیر می‌شود که جامعه منتظر آنهاست اما دیدگاه کارآفرینانه نسبت به پدیده‌ی اشتغال، تا حد زیادی از مشکلات جوانان در مواجهه با آینده، خواهد کاست. یک چنین دیدگاهی می‌تواند در پوشش تحولات فرهنگی لازم برای توسعه‌ی کارآفرینی در کشور، حاصل شود.
- اعتقاد بر این است که برای کارآفرینی باید نظام آموزشی ما به سمتی برود که نیروهای با شهامت و شجاع را در تصمیم‌گیری پرورش دهد. وقتی ما از فارغ‌التحصیلان رشته‌های صنعتی می‌خواهیم که برای اشتغال در رشته‌های فنی جهت خود و دیگران می‌توانند از تسهیلات قانونی استفاده نمایند معمولاً یک حالت عدم اعتماد به نفس در آنها مشاهده می‌شود. به بیان دیگر شهامت ریسک کردن را برای استفاده از مزایای قانونی و تسهیلات برای خودشان و دیگران ندارند و اغلب هم به دنبال فرصت شغلی مزد بگیری هستند.
- اگر می‌خواهیم بحث کارآفرینی را در کشور جدی بگیریم باید نظام آموزشی ما به این سو هدایت شود که افرادی که فارغ‌التحصیل می‌شوند ویژگیهای کارآفرین را داشته باشند و نقش اصلی را شاید نظام آموزشی ما بخصوص در مقاطع کارشناسی و بالاتر دارد. ما باید در بین فارغ‌التحصیلان دانشگاهها رغبت ایجاد کنیم که به تفکر خلاق بپردازند. تأسیس مراکز آموزش کارآفرینی و کانونهای آموزش روش زندگی در شرایط دشواری اقتصادی مانند آموزش دید مثبت و چاره‌جویانه، دوری از تفکر منفی، پشتکار و خلاقیت برای رفع موانع موجود و کسب مهارتهای لازم از جمله افکاری است که باید به آن توجه شود. امیدواریم در آینده آموزشگاههایی در سطح مدیران و دانشجویان راه‌اندازی شود و دولتها نیز اگر مقداری فضای لازم را ایجاد کنند، تواناییهای بالقوه‌ی مردم شناسایی خواهد شد و می‌توان بسترهای اساسی برای آموزش آنها ایجاد کرد تا حرکت به سمت کارآفرینی سرعت بیشتری به خود بگیرد.

نقش دولت در بستر سازی برای کارآفرینی نیز مسأله‌ی بسیار مهمی است و مهمترین اقداماتی که دولت می‌تواند در مورد کارآفرینی و اشتغال انجام دهد این موارد است؛ تولید اطلاعات در مورد فرصتها، ترویج فرهنگ کارآفرینی، بازسازی فرهنگ کار و توانمندسازی نیروی کار.

با توجه به پیچیدگی و رقابت رو به رشد موجود در دنیای امروز که البته با تحولات سریع محیط بین‌الملل و گذر از جامعه‌ی صنعتی به جامعه‌ی اطلاعاتی و نیز تغییر اقتصاد ملی به اقتصاد جهانی همراه است از کارآفرینی بعنوان موتور محرک توسعه‌ی اقتصادی یاد می‌شود. زیرا آن می‌تواند باعث رشد و توسعه‌ی اقتصادی کشورها، افزایش بهره‌وری، ایجاد اشتغال و رفاه اجتماعی شود.

اهداف تحقیق

الف- هدف کلی

جامعیت داشتن پروژه‌ها و توجه دادن دانشجو به همه‌ی ابعاد و عوامل مؤثر بر طراحی از سوی اساتید راهنمای پروژه‌ها می‌تواند در نشان دادن سرنخ دانش‌هایی که در دروس مختلف ارائه می‌شود مؤثر باشد و آن دسته از عوامل و عناصر طراحی که در هر پروژه قرار است مورد تأکید خاص قرار گیرد، با مشارکت مدرسان مربوطه در فرآیند راهنمایی و قضاوت آن پروژه‌ها مد نظر قرار گیرند. از این راه بهتر می‌توان به ماهیت بین رشته‌ای و جامع‌الابعاد بودن معماری نیز که دانشجو در زندگی حرفه‌ای آینده‌ی خود با آن رو به رو خواهد بود، پی برد.

ب- اهداف ویژه:

«برای جبران عدم آمادگی فارغ‌التحصیلان رشته که ناشی از ناهماهنگی آموزشهای دانشگاهی با خواسته‌های جامعه است و عملاً باعث تقلیل بازدهی مهندسی می‌شود، لازم است یک دوره به عنوان کارآموزی پیش‌بینی شود. این دوره نقش پیش‌سازمان‌دهنده را، که از نظر عملی به عنوان عاملی تسهیل کننده در فرآیند یادگیری مهارت، معنی‌دار شناخته می‌شود، در آموزش ایفا می‌کند. هدف این دوره عبارت است از دادن یک دورنمای کلی از نیازهای جامعه به دانشجویان و آماده نمودن آنها برای ورود به محیط کسب و کار که ماهیتاً با آموزشهای دانشگاهی تفاوت اساسی دارد.

تنظیم زمان ارائه‌ی دروس و ارتباط و همکاری مدرسان هر پروژه‌ی طراحی و دروسی که با اهداف خاص آن پروژه مرتبط هستند(به عنوان مثال دروس مربوط به سازه، در کنار پروژه‌های طراحی که می‌خواهند روی ارتباط سازه و معماری تأکید داشته باشند)از جمله تدابیری است که می‌تواند توسط مدیران گروه و به خصوص هماهنگ کننده‌های برنامه‌ی زمانبندی ارائه‌ی واحدها در دانشکده‌های مجری استفاده گردد. کلاً یکپارچه دیدن برنامه از سوی مدیران گروه می‌تواند مبنا و منشاء طرح راهبردهای خلاق در این زمینه باشد.

دانشجو باید دریابد که وی به عنوان طراح می‌بایست به تدریج راه و روش خاص خودش را برای طراحی سازمان دهد. درک این که نه فقط هر مسأله‌ی طراحی یک پاسخ منحصر به فرد ندارد(به خلاف مسائل ریاضی) بلکه راه رسیدن به پاسخ نیز در طراحی یگانه نیست، در دانشجو اعتماد به نفس لازم برای تکیه بر خلاقیت‌های فطری و دانش و تجربه‌ی اکتسابی خود را ایجاد خواهد کرد. حصول چنین اعتماد به نفسی را که لازمه‌ی شکوفایی خلاقیت است، شاید بتوان مهمترین وظیفه‌ی پروژه‌های طراحی در بافت دروس دوره‌ی آموزش معمار دانست.» (مشخصات کلی، برنامه و سرفصل دروس دوره کارشناسی مهندسی معماری، گروه هنر، مصوب سید و شصت و پنجمین جلسه شورای عالی برنامه‌ریزی، مورخ ۱۳۷۷/۸/۲۴)

در حقیقت، ارائه‌ی راهکارهای نوین کارآفرینی با هدف ترویج و توسعه‌ی فرهنگ کارآفرینی، خلاقیت و نوآوری، زمینه‌سازی برای اشتغال فارغ‌التحصیلان و ایجاد فضای تعامل و همکاری بین فعالان عرصه‌های مختلف جامعه، از اهداف این طرح می‌باشد.

روش تحقیق، ابزار اندازه‌گیری و جامعه‌ی هدف

فارغ‌التحصیلان و دانشجویان بیکار و شاغل در شغل‌های مرتبط با معماری از یک طرف و شاغلین غیرمرتبط رشته‌ی مذکور و تعدادی شرکت خصوصی فعال در حوزه‌ی خدمات معماری و همچنین تعدادی از مدرسین مجرب از طرفی دیگر، جامعه‌ی آماری پژوهش مذکور را تشکیل خواهند داد.

روش تحقیق اتخاذ شده که دارای جنبه‌ی کاربردی می‌باشد از نوع توصیفی- پیمایشی است و ابزار اندازه‌گیری پژوهش نیز مصاحبه و پرسشنامه‌ای محقق ساخته «روایی و پایایی» می‌باشد و از جمع‌آوری اسناد و اطلاعات کتابخانه‌ای نیز استفاده خواهد شد. در واقع جامعه‌ی آماری این پژوهش شامل سه گروه به شرح ذیل می‌باشند که به شیوه‌ی «نمونه‌گیری طبقه‌ای» انجام خواهد شد.

الف- تحصیل‌کردگان و دانشجویان بیکار و فعال معماری

ب- مدرسین و مربیان معماری در دانشگاه

ج- کارشناسان صاحب کسب و کار و شرکتهای ارائه دهنده‌ی خدمات معماری

تجزیه و تحلیل داده‌ها

پس از تلخیص داده‌های جمع‌آوری شده نسبت به تجزیه و تحلیل و عرضه‌ی داده‌ها اقدام خواهد شد. در این پژوهش از تجزیه و تحلیل پارامتری و همچنین تحلیل کمی داده‌ها استفاده می‌شود. پارامترهای مورد نظر را برآورد می‌نمائیم و از آمارهای توصیفی و استنباطی مانند میانگین، واریانس و انحراف معیار و البته برآورد نقطه‌ای یا فاصله‌ای بهره خواهیم برد.

نتیجه‌گیری

در نهایت، یافته‌های تحقیق و پیشنهادات قابل ارائه در نتیجه‌ی تجزیه و تحلیل داده‌ها و کلیه‌ی مطالعات به تفصیل مورد اشاره قرار خواهد گرفت. بر این اساس، مدل و روش توانمندسازی و آماده‌سازی دانش‌آموختگان معماری دانشگاه آزاد اسلامی به نحوی که از اواخر دوران دانشجویی و البته پس از فارغ‌التحصیلی قادر به ارائه‌ی خدمات فنی مورد نیاز جامعه و قابل پذیرش در شرکتهای سازمانهای ارائه‌دهنده‌ی خدمات مذکور باشند، تدوین و معرفی خواهد شد.

بر اساس مدل معرفی شده، دانشجویان و دانش‌آموختگان معماری پس از گذراندن آموزشهای لازم و اخذ مشاوره‌های مورد نیاز در دوره‌های زمانی مختلف از هر سه جنبه‌ی دانش و تخصص فنی، مهارت و نگرش به میزانی رشد خواهند نمود که به راحتی به نیاز بازار پاسخ مناسب دهند.

منابع

- ۱- بررسی تأثیر آموزش‌های فنی و حرفه‌ای در توسعه‌ی کارآفرینی فارغ‌التحصیلان دانشگاهی مطالعه‌ی موردی مراکز فنی و حرفه‌ای شهرستان اصفهان
- ۲- تأثیر آموزش کارآفرینی در تغییر نگرش خوداشتغالی دانشجویان مراکز دانشگاه‌های شهرستان علی‌آباد کتول
- ۳- سازمان بین‌المللی کار، ۱۹۹۲
- ۴- سازمان همیاری اشتغال فارغ‌التحصیلان، جهاد دانشگاهی، راهنمای تدریس کارآفرینی کاربردی
- ۵- سازمان همیاری اشتغال فارغ‌التحصیلان، جهاد دانشگاهی، کارآفرینی کاربردی (۱)، تهیه تنظیم از مهندس عطیه فلاح شهیدی و مریم فتاح‌زاده
- ۶- گزارش دبیرخانه‌ی کاراد، ۱۳۸۱
- ۷- مشخصات کلی، برنامه و سرفصل دروس دوره کارشناسی مهندسی معماری، گروه هنر، مصوب سیصد و شصت و پنجمین جلسه شورای عالی برنامه‌ریزی، مورخ ۱۳۷۷/۸/۲۴
- 8- www.entrepreneurship.aiau.ir/articlessite/articlesdatabase/09-e.pdf
- 9- www.entrepreneurship.aiau.ir/articlessite/articlesdatabase/016.pdf
- 10- www.entrepreneurship.aiau.ir/articlessite/articlesdatabase/018.pdf
- 11- www.entrepreneurship.aiau.ir/articlessite/articlesdatabase/048-e.pdf
- 12- www.entrepreneurship.aiau.ir/articlessite/articlesdatabase/059-e.pdf
- 13- www.irantomalezi.com/proposal.html
- 14- www.khabaronline.ir/detail/334972/society/education1