



## برنامه‌ها<sup>۱</sup> آموزش کارآفرینی؛ از تئوری تا عمل<sup>۱</sup>

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

سید مجتبی حسینی فرد<sup>۲</sup>

محمد جواد دهقان<sup>۳</sup>

فائزه قمی<sup>۴</sup>

1. Thomas N. Garavan & Barra O'cinneide

۲. دانشجوی کارشناسی مدیریت دولتی پردیس قم دانشگاه تهران

۳. دانشجوی کارشناسی مدیریت دولتی پردیس قم دانشگاه تهران

۴. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی پردیس قم دانشگاه تهران





## چکیده

متون بازنگری شده کارآفرینی، تعدادی از مشکلات برنامه‌های آموزش و کارآموزی مربوط به کارآفرینی را برجسته می‌نماید. مشکل اصلی به تعادل مربوط می‌شود: بر دانش خیلی زیاد تأکید می‌شود ولی بر رقابت به اندازه‌ی کافی تأکید نمی‌شود؛ تأکید زیادی بر روش‌های یادگیری انتقال داده وجود دارد در صورتی‌که بر روش‌های یادگیری گروه‌های مجزا مثل پروژه‌های تیمی، مبادلات هم‌پا، مشاوره‌ی فردی و هم‌چنین آموزشگاه‌ها به اندازه‌ی کافی تأکید نمی‌شود. ارزیابی خیلی کمی از اثربخشی چنین برنامه‌هایی وجود دارد. در مورد چگونگی تأثیرگذاری استراتژی‌های یادگیری بر توسعه مهارت‌های کارآفرینانه و این‌که این مهارت‌ها چگونه به تدوین پروژه‌ها و معاملات جدید منجر می‌شوند، شواهدی در دسترس نیست. هم‌چنین فقدان در زمینه تحقیقات تطبیقی به منظور مشخص کردن تشابهات و تفاوت‌های موجود در مورد طرح‌ها و ساختارها وجود دارد.

## واژگان کلیدی:

آموزش، کارآفرینی، شرکت‌های کوچک، کارآموزی





## مقدمه

کارآفرینی امروزه بسیار متداول شده است. بسیاری از عوامل به تجدید علاقه به کارآفرینی و کسب و کارهای کوچک در اروپا و آمریکا در دهه ۱۹۹۰ کمک کرده است. در سال‌های اخیر بسیاری از کشورهای صنعتی از رکود اقتصادی، نرخ بالای بیکاری و نوسان در چرخه تجارت بین‌المللی که از جنگ جهانی تا به حال تجربه نشده بود، رنج برده‌اند. این شرایط باعث شد توجه سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیرندگان سیاسی به نقش بالقوه کارآفرینان به‌عنوان راه‌حل ممکن برای کاهش نرخ بیکاری و به‌عنوان یک دستور العمل برای رونق اقتصادی افزایش یابد. چون کسب و کارهای کوچک می‌توانستند خود را با تغییرات محیطی تطبیق دهند و ساختار آنها به‌نحوی بود که به‌سرعت خود را با تغییرات فنی نیز انطباق می‌دادند، توجه ویژه‌ای را به‌خود جلب کردند. امروزه بسیاری از کشورها این مسأله را تشخیص داده‌اند، و در حال تهیه سیاست‌های جدید برای پشتیبانی از بنگاه‌های کوچک و کارآفرینی هستند. هم‌چنین تلاش‌های ویژه‌ای در جهت ارتقای فعالیت‌های نوآورانه و بهبود امکانات جدید صورت گرفته است.

امروزه در اتحادیه اروپا پذیرفته شده است که رونق و رفاه آینده کاملاً به خلاقیت کسب و کارهای بومی پرتحرک که به‌شدت در اقتصادهای محلی برقرار شده، بستگی دارد. به همین دلیل لازم است استعدادهای کارآفرینی محلی برای مدیریت و توسعه سرمایه‌گذاری‌های جدید گسترش یابد. برای واقعی شدن تمایلات لازم است که ساختارهای حمایتی موثر، نوآوری‌های محلی و طبیعی شرکت‌های جدید که قابلیت خلق اشتغال‌های پایدار و ماندگار را دارند، تحت کنترل خود درآورند. در گذشته (و تاکنون) تأکید اولیه بر روی ماهیت شرکت‌هایی با حوزه تجاری کوچک بود که به‌طور گسترده‌ای نادیده گرفته شده است.

مباحث زیادی در مورد امکان توسعه کارآفرینی وجود دارد. بعضی بیوگرافی‌ها از کارآفرین‌های موفق بیان می‌کند که چنین انسان‌هایی با یک استعداد شگفت‌آور به دنیا آمدند. اما اغلب داستان‌های زیادی در مورد افرادی وجود دارد که برنده تمام جوایز کارآفرینی شده‌اند بدون آن که بهره‌ای از ژنتیک داشته باشند. روشن است که این رفتارها و ویژگی‌های ژنتیکی منجر به ایجاد هیچ الگوی بارزی برای شروع موفقیت‌ها نمی‌شود. بانفه<sup>(۱)</sup> بیان می‌کند: این ویژگی‌ها، موهبتی است که در وقایع و شرایط غیرقابل پیش‌بینی نهفته است و هیچ رابطه‌ای با میراث خانوادگی ندارد.

موفقیت سرمایه‌گذاری‌های جدید بیشتر نتیجه هدایت کارآفرینی در محیطی با زمان‌بندی و شانس فراوان است. در متون آمده است که، آنچه در توازن مطلوب است این است که این توازن از دو سرچشمه موفق و علمی کارآفرینی حاصل شود؛ آن هم‌چنین سودمند است که تجارب کاری و آموزش‌های کافی کسب کنیم. این سناریو اساساً و به‌طور مفهومی احتمال موفقیت را بالا می‌برد. بنابراین بسیاری از عوامل هیچ ارتباطی با ژنتیک ندارند و از این پارادایم محاسبه‌گر که «کارآفرینی تولد نمی‌یابد بلکه ساخته می‌شود» حمایت می‌کند.



این بحث وجود دارد که آیا کارآفرینان را می‌توان از آن دسته افرادی دانست که اندیشه‌شان را لحظه‌به‌لحظه پرورش می‌دهند. هر کسی می‌خواهد که کاری انجام دهد که کارآفرینانه است اما جامعه نمی‌خواهد که هر کس کارآفرین باشد در حالی که بسیاری از جنبه‌های کارآفرینی می‌تواند آموزش داده شود اما کارآفرینی به یک استعداد معین یا گرایش به سمت ریسک‌پذیری نیاز دارد. یک نقش و وظیفه برای درک و احساس‌گریزی کارآفرینی وجود داشته و خواهد داشت و این قدرت درک و احساس‌گریزی همان چیزی است بدون تردید با آن می‌توان کارآفرین موفق را از کارآفرین ناموفق تشخیص داد. با این حال گفته می‌شود که فاکتور درک و احساس‌گریزی در امر آموزش کارآفرینی خود یک نقش و نیاز اصلی است. مسئولیت آموزش کارآفرین کاملاً برعهده جهان آموزشی (دانش نظری محض) نیست. در حقیقت در سطح عمومی نیاز داریم فضایی را خلق کنیم که کارآفرینی را تشویق و دلایل شکست‌ها و ناکامی‌های کارآفرینی را بدون جرمه و بازخواست فوری این شکست‌ها شناسایی کند. شکست‌ها خود می‌توانند یک بخش ضروری از یک فرایند یادگیری باشند (۲).

از هدف‌های این مقاله آدرس‌دهی و نشان‌دادن مباحثی است که پیرامون آموزش کارآفرینی در اروپا است درحالی‌که همزمان ابتکارهای ویژه‌ای را در ۵ کشور اروپایی گزارش می‌دهد این مقاله به دو قسمت تقسیم شده است: قسمت اول برخی از مسائل و مشکلات پرننگ شده در متون حول آموزش کارآفرینی را بررسی می‌کند. بخش دوم یک تحلیل مقایسه‌ای از طراحی ویژگی‌های شش برنامه‌های آموزشی و کارآفرینی را که در اتحادیه اروپا اجرا شده است را معرفی می‌کند. نتایج این برنامه‌ها به‌وسیله پروژه‌ها، مشارکت‌های جدید و پتانسیل اشتغال بررسی شده است.

## برنامه‌های آموزش و کارآموزی کارآفرینی

### موضوعات کلیدی

کارآفرینی، سرمایه‌گذاری و کسب‌وکارهای کوچک - برخی از تعاریف

هم در کتاب‌ها و هم در عمل پریشانی زیادی بین واژه کارآفرینی<sup>۱</sup> و سرمایه‌گذاری<sup>۲</sup> و کسب‌وکارهای کوچک<sup>۳</sup> توضیح داده شده است. برای مثال گیب<sup>۴</sup> (۳) بیان می‌کند واژه آموزش کارآفرینی معمولاً در کانادا و امریکا استفاده می‌شود اما این واژه در اروپا کم‌تر استفاده می‌شود. واژه‌ای که در متون بریتانیا و ایرلند ترجیح داده می‌شود سرمایه‌گذاری به‌جای آموزش کارآفرینی است. و ابتدائاً بر توسعه کمک‌های فردی تمرکز شده است. واژه سرمایه‌گذاری لزوماً ایده پروژه کسب‌وکارهای کوچک یا کارآفرین را دربر نمی‌گیرد. به‌هر حال گیب (۴) بیان می‌کند: کارآفرینی اساساً به توسعه مفهوم یک فرهنگ سرمایه‌گذاری ارتباط دارد.

- 1 . entrepreneurship
- 2 . enterprise
- 3 . small business
- 4 . Gibb



به‌خاطر اهداف این مقاله یک تمایز روشن بین آموزش سرمایه‌گذاری و آموزش کارآفرینی و کسب‌وکارهای کوچک در نظر گرفته می‌شود. اهداف عمده آموزش سرمایه‌گذاری پرورش افراد متهور و تلقین یک نگرش اعتماد به‌نفس که از فرایندهای آموزشی مناسب استفاده می‌کند، است. برنامه‌های آموزش کارآفرینی مستقیماً به‌منظور کارآفرینی مهیج هدف‌گیری شده‌اند که به‌عنوان مالکیت کسب‌وکارهای مستقل یا پرورش مدیران جویای فرصت در شرکت‌ها تعریف شده‌اند (۵).

سکستون<sup>۱</sup> و بومن<sup>۲</sup> (۶) بیان می‌کنند که یک تفاوت مشخص هم‌چنین می‌تواند بین کارآفرینی و کسب‌وکارهای کوچک وجود داشته باشد. کسب‌وکارهای کوچک می‌تواند از اشکال ساده مشاغل آزاد مانند باغبانان، نصب کردن فنس‌ها، به‌راه‌انداختن یک دفتر پست یا فروشگاه تسهیلات، تا مدیریت یک شرکت با تکنولوژی بالا در مقیاسی که نسبت به دیگران در یک بخش معین کوچک است، متفاوت باشد. این مسأله نباید فراموش شود که، همه کارآفرینان خوداشتغال هستند، درحالی‌که همه افراد خوداشتغال کارآفرین نیستند. حرکت از سمت خوداشتغالی به‌سمت کارآفرینی به‌عنوان یک مسیر شغلی به‌طور مفهومی و عملی است. کارلند<sup>۳</sup> یک تمایز مفهومی مفید بین کارآفرینان و مالکین کسب‌وکارهای کوچک ایجاد کرده است؛ کارآفرینان به‌وسیله رفتار نوآورانه و به‌کار گرفتن شیوه‌های مدیریت استراتژیک مشخص می‌شوند. هدف اصلی سود و ترقی است. مالکین کسب‌وکارهای کوچک افرادی هستند که تجارت بیشتر زمان و منابع آن‌ها را مصرف می‌کند و بیش‌تر درآمد آن‌ها را ایجاد می‌کند. برخلاف یک کارآفرین و مالک کسب‌وکار کوچک به‌ندرت درگیر کارهای نوآورانه می‌شود. به‌همین نحو هنگامی که این مبحث وارد آموزش و کارآموزی می‌شود، واژه آموزش کارآفرینی یا آموزش برای کارآفرینی از عبارات زیادی استفاده می‌کند. و اغلب به یک معنای عمومی گرایش دارد (۷). به‌هر حال، بسیاری از فعالیت‌های آموزش کسب‌وکارهای کوچک شانس کمی برای ارتقا یافتن به کارآفرینی دارند. بانوک<sup>۴</sup> (۸) با این تمایز موافق است و بیان می‌کند که این اتحاد مالکیت و نظارت است و بنابراین تکمیل مسئولیت و خطرپذیری مرتبط آشکار می‌گردد که مهم‌ترین مولفه کارآفرینی است.

از بحث بالا مشخص می‌شود که بسیاری از خوداشتغالان به‌سختی با تجسم کارآفرینان مردمی که پیش از این مشخص شد، هماهنگ می‌شوند. درحالی‌که بعضی از مردم ممکن است نسبت به دیگران ویژگی‌های کارآفرینانه بیشتری از خود نشان می‌دهند، گیب (۹) استدلال می‌کند که تجربه و اوضاع و شرایط می‌تواند تقاضاهای بسیار مختلفی برای این ویژگی‌ها ایجاد کند و به‌عبارت دیگر می‌تواند پیشرفت آن‌ها را تسهیل نماید. منطقی است که فرض کنیم ویژگی‌های کارآفرینی احتمالاً توسط ماهیت ساختار وظیفه و سایر شرایط کار در کسب‌وکارهای خود مدیریتی شبیه‌سازی شده‌اند و به‌وسیله تجربه گسترش یافته‌اند. قدرت انگیزش یک کارکرد از ماهیت تجارت و محیط عملکردی آن خواهد بود. این نتایج معقول هستند، بنابراین این حداقل ویژگی‌های کارآفرینی است که نیاز دارند وارد کاری شوند و در آن باقی بمانند، کسب‌وکارهای کوچک در ماهیت و گستره با هم متفاوت هستند و این تفاوت بستگی به نوع کسب‌وکار دارد (۹).

- 1 . Sexton
- 2 . Bowman
- 3 . Carland
- 4 . Bannock



مخصوصاً این تفاوت‌ها به تعداد عوامل مربوط به سهولت و پیچیدگی محصولات و محیط بازاریابی که شرکت در آن کار می‌کند بستگی دارد و هم‌چنین به‌درجه اطمینان و عدم اطمینان در رویارویی با محیط بستگی دارد.

## تحقیق بر روی آموزش و کارآموزی کارآفرینی

با پیشرفت ادبیات کارآفرینی تنها در دو دهه اخیر تحقیق بر روی آموزش و کارآموزی کارآفرینی پراکنده شده است. در حالی که این رشته در حال پیشرفت می‌باشد، اغلب تحقیقات تمایل دارند که خرد شوند و در حقیقت یک تحقیق آزمایشی و سوگیری توصیفی باشند. سکستون و کاساردا<sup>۱</sup> (۹) بر روی این موضوع بحث می‌کنند و بیان می‌کنند که بیشتر سوالات تحقیق تمایل دارند به طرح و برنامه شرکت‌کننده وابسته باشند و بیشتر به معیارهای فطری اثربخشی تأکید می‌کنند؛ به عبارت دیگر علاقه و تمایل شرکت‌کننده، یادگیری دانش توسط شرکت‌کننده، رضایت از مربی شرکت‌کننده، محتوای طرح و غیره. افرادی هم چون سکستون و بومن (۶)؛ هیلز<sup>۲</sup> (۱۰)؛ مک میلان<sup>۳</sup> و لانگ<sup>۴</sup> (۱۱) و وسپر<sup>۵</sup> (۱۲) دریافتند که در زمینه پارادایم‌های پذیرفته شده یا تئوری‌های آموزش و کارآموزی کارآفرینی فقدان وجود دارد و آن فقدان یک اتفاق نظر روشن بر روی تعریف یک کارآفرین می‌باشد. بنابراین طبق نظر شخصی استادان مبنی بر مفهوم و تعریف کارآفرینی، قابل درک است که محتوای برنامه‌های آموزش و کارآموزی کارآفرینی از هم‌دیگر متفاوت است. بعضی برنامه‌ها کاربرد عملی را تأکید می‌کنند و این به هزینه توسعه مفهومی اشاره دارد، در حالی که هنوز دیگران به تأکید بر موضوع برنامه‌ریزی گرایش دارند. مشکلات عمومی دیگر، همان‌هایی که به وسیله سکستون و بومن (۶) بیان شد، دربرگیرنده استفاده از اعضای دانشگاه و آموزش‌دهندگانی که نه مکتبی و نه علاقه‌مند به کارآفرینی هستند، است. کارآفرینی به‌عنوان یک اصل دانشگاهی، یک گردهمایی مناسب را کمبود دارد (فقدان یک تریبون مناسب است). شماری از مقالات نتایجی از تحقیقات کارآفرینی را که بارها در ژورنال‌ها دیده می‌شود ارائه می‌دهند، اما تحقیقات مرتبط با بهبود برنامه‌ی آموزشی، محتوای برنامه‌ی درسی و مشکلات مرتبط با توسعه این برنامه‌ها به‌سمت نادیده گرفته شدن پیش رفته‌اند. طرح‌های تحقیقاتی طولی، که از گروه‌های کنترل برای مقایسه‌ی کارآموزان با افرادی که تجربه‌های آموزش کارآفرینی ندارند، استفاده می‌کنند، نیازمند آزمون تأثیرات طولانی مدت نفوذ آموزش و کارآموزی کارآفرینی است.

## اهداف آموزش و کارآموزی کارآفرینی

این‌که نقش کارآفرینانه ظاهراً می‌تواند از نظر فرهنگی و تجربی به‌دست آید (۸)، به‌طور غیرمستقیم از این دیدگاه که «این موضوع می‌تواند هم‌چنین تحت نفوذ آموزش و کارآموزی باشد»، حمایت می‌کند. وقتی تحصیلات با خروجی‌های رفتاری دلخواه مرتبط می‌گردد، پس، این، جایی است که بعضی چیزها به‌صورت خیلی موازی می‌توانند از

- 1 . Kasarda
- 2 . Hills
- 3 . McMullan
- 4 . Long
- 5 . Vesper



میان این موضوع و کارآفرینی حاصل شوند. برای مثال رایل<sup>۱</sup> (۱۳) یک دیدگاه که بسیار قابل قبول در ارتباط با اهمیت آموزش از طریق تقویت نوآوری، خلاقیت، انعطاف‌پذیری، توانایی پاسخ به موقعیت‌های متفاوت، استقلال، خودهدایتی و خودتوضیحی است. بیشتر مفسران معاصر برای مثال راون<sup>۲</sup> (۱۴) از این دیدگاه حمایت می‌کنند.

سکستون و کاساردا (۹) تأکید می‌کنند که ۲ هدف بیشتر برنامه‌های آموزش تجارت آماده سازی افراد برای موفقیت در مسیر شغلی و افزایش توانایی آن‌ها برای فراگیری‌های آینده، می‌باشد، و با اهمیتی برابر خشنودی فردی فراگیران و مشارکت آن‌ها در اجتماع مدنظر است، و میزان نهایی از تحصیلات کارآفرینی و آموزش‌های آن، چگونگی بهتر پرورش دادن تمام تمایلات و امکان شروع مجدد، می‌باشد.

در حالی که تقریباً هر مسیر شغلی در تجارت شامل ترکیبی از دانش، تکنیک‌ها و مهارت‌های فردی است و شمار کمی دربردارنده یکپارچگی و ترکیب تمام دانش‌های کارکردی و مهارت‌ها در عرصه‌ای که فعالیت‌های کارآفرینانه وجود دارد، هستند. به هر حال در کارآفرینی، مفسران استدلال می‌کنند، درحالی که میزان قابل قبولی از دانش تجاری پایه‌ای که نیاز می‌شود، و می‌تواند در کلاس‌های درس گفته شود، هنوز تئوری راهنمایی برای مساعدت با کارآفرینی در ارتباط با عدم قطعیت‌هایی که هر نوع ریسک تجاری جدید را احاطه کرده، وجود ندارد و حتی اگر هم وجود داشت، امتحان واقعی عملکرد تحت شرایط واقعی، با تمام فشارهای دنیای واقعی در طی یک دوره زمانی شامل چند سال است.

سه ویژگی عمده نوآوران و کارآفرینان؛ دانش، مهارت‌ها و نگرش‌های آن‌هاست. در بیشتر موقعیت‌های آموزش رسمی اول کاملاً به یک شیوه‌ی تحلیلی برخورد می‌گردد؛ سپس (دوم) توجهی ناقص دریافت می‌کند و سهمین شدن در سیستم‌های آموزشی سخت‌تر است؛ سوم این که به‌طور مشکلی بیان می‌گردد. هنوز این موضوع از نگرش‌ها، نیروهای اجتماعی - روانی افراد و زمینه فرهنگی از جمله موضوعات پراهمیت در تاثیرگذاری بر الگوهای رفتاری خلاقیت و کارآفرینی می‌باشد. اگر آموزش و کارآموزی کارآفرینی موثر باشد، عقیده این‌که نه تنها از طریق دانش دانشگاهی و مهارت‌های محدود قابل دستیابی در کلاس، بلکه از طریق شبیه سازی موقعیت‌های تجاری و موفقیت‌های آن تجارت‌ها و ظرفیت‌های فزاینده کارآفرینی در جهت تعقیب موفقیت‌های بزرگ‌تر است.

**مواردی که در زیر آمده است، عموماً اهداف برنامه‌های آموزش و کارآموزی کارآفرینی بیان شده است:**

- به‌دست آوردن دانش مرتبط با کارآفرینی؛
- به‌دست آوردن مهارت‌ها در استفاده از تکنیک‌ها، تجربه و تحلیل موقعیت‌های تجاری، و ترکیب برنامه‌های عملی؛
- شناسایی و شبیه‌سازی حرکت‌های کارآفرینی، مهارت‌ها و استعدادها؛
- خشتی کردن القانات عدم ریسک‌پذیری از تکنیک‌های تحلیلی؛
- توسعه حمایت و همدلی برای تمام جنبه‌های منحصر به فرد کارآفرینی،
- هدایت نگرش‌ها به‌سمت تغییر،



• تشویق شروع مجدد و دیگر موقعیت‌های کارآفرینی.

این چنین چندگانگی اهداف، مشکلات طرح معناداری است که ما اکنون مدنظر قرار خواهیم داد.

## سختی‌ها و ناکارآمدی‌های آموزش و کارآموزی کارآفرینی

تاریخچه کارآفرینی در جوامع انگلوساکسون<sup>۱</sup> با مثال‌هایی از کارآفرینان موفق اما با تحصیلات کم مملو می‌شود (غنی می‌گردد). رفتارهای جامعه شناسانه‌ی فعالیت‌های کارآفرینی، که با کارهای وبر (۱۵ و ۱۶) آغاز می‌شود دائماً موقعیت نهایی گروه‌ها و انجمن‌ها با سطوح بالای فعالیت‌های کارآفرینانه را مورد تأکید قرار می‌دهد. برای بازنده دستیابی به آموزش سنتی یا حتی موسسه‌ای بسیار مشکل است.

در آمریکا، جایی که (آموزش کارآفرینی) در سال‌های اخیر توسعه یافته است، تحقیق صورت گرفته به وسیله وسپر (۱۲) بیان می‌کند که هر گونه شایستگی‌هایی از قبیل برنامه‌های آموزشی را می‌تواند داشته باشد و این نیز ممکن است قابل توجه باشد، ارتقای کارآفرینی احتمالاً صورت نگرفته است. حتی اگر برنامه‌ها تأکید زیادی بر ایده‌های جدید شرکت‌کننده‌ها برای تولید و کسب و کارهای مخاطره آمیز داشته باشند، نتایج عموماً مایوس کننده می‌باشد. کارن<sup>۲</sup> و استن‌ورث<sup>۳</sup> (۷) علاوه بر این که زمینه را توسعه می‌دهند، استدلال می‌کنند که بسیاری از طرح‌های ایجاد شده می‌توانند به شرکت‌کننده‌هایی اشاره کنند که به طور متوالی موفقیت‌های بزرگ ایجاد کرده‌اند و هم چنین کسب و کارهای کارآفرینانه واقعی را برپا نموده‌اند. اما یک ارزیابی حسابگرانه ممکن است اثربخشی منابع بر روی تولید را زیر سوال ببرد، زیرا به طور معمول موفقیت‌های کمی برای ظرفیت زیاد شرکت‌کننده‌ها حاصل می‌شود. به علاوه آن‌ها بیان می‌کنند که ظهور ویژگی‌های رفتاری و روانشناسی کمی، روحیه کارآفرینی را ایجاد می‌کنند. مشکلاتی در برپایی دقیق این ویژگی‌ها وجود دارد (مخصوصاً روانشناسی) تا این که استراتژی‌های ترفیعی بتوانند ایجاد شوند، هم چنین مدارک نشان می‌دهند که کارآفرینان ممکن است تمایلی به آموزش کارآموزی در بیشتر شرکت‌ها نداشته باشند. در مقابل همه می‌گویند آموزش و کارآموزی کارآفرینی اثربخشی منابع موجود را در پی دارد.

هم چنین ممکن است برای فردی سوال پیش آید که چه چیزی می‌تواند آموزش داده شود؟ به طوری که به تنهایی مخصوص کارآفرینی باشد؟ هیچ‌کس به خوبی در مورد شکل‌های ممکن از فرآیند چنین طرح‌هایی را تحقیق نکرده و دانش مربوط به آن را گسترش نداده است. این حقیقتی است که به طور مکرر در متون مربوطه تأکید می‌شود (۴ و ۹). اگر کارآفرینی به عنوان یک فرآیند اقتصادی با خلاقیت بالا در نظر گرفته شود، آنجا حتی ممکن است در مورد مفید یا کمک رسان بودن آموزش شکل‌های متفاوت از کسب و کارهای کوچک شک ایجاد شود. تکنیک‌های مدیریتی به نظم، منطقی بودن، قابل پیش‌بینی بودن، قابلیت اطمینان، روش‌های آزموده شده و تأکید بر فردیت‌زدایی تلاش‌های اقتصادی

- 1 . Anglo-Saxon
- 2 . Curran
- 3 . Stanworth





تمایل دارند. این تأکید دشواری یکپارچه نمودن رویکرد کاریزماتیک به کارآفرینان معتبر بدون خسارت به پتانسیل به‌خصوص آن‌ها را، آشکار می‌سازد.

برنامه‌های آموزش و کارآموزی کارآفرینی اغلب دوره‌های آموزشی است که در زمینه کمک به افراد در سرمایه‌گذاری در مسیر شغلیشان می‌باشد و این دوره‌ها بسیار کوتاه است. بعضی از محققان مثل گیب (۱۷) و سیم<sup>۱</sup> و لوئیز<sup>۲</sup> (۱۸) و کارن و استن‌ورث (۷) دریافتند که بیشتر برنامه‌های کارآفرینی کسب‌وکارهای کوچک فقط چند روز دوام داشتند. به هر حال تعداد کمی هم وجود دارند که به دوره‌های بلند مدت تری گسترش پیدا می‌کنند. از جنبه دیگرش طولان شدن چنین طرح‌هایی معمولاً بی‌معنی به نظر می‌رسد وقتی در برابر دانش و پیچیدگی‌های وظایف چند کاربردی از عملیات موفقیت‌آمیز کسب‌وکارهای کوچک قرار می‌گیرد. کسب‌وکارهای کوچکی که اغلب سرمایه‌گذاری اصلی و مسئولیت رویارویی با نیازهای مشتری و کارمندان به‌عهده خود فرد است.

در حالی که شواهدی وجود دارند که بسیاری از طرح‌های آموزش و کارآموزی کارآفرینی در کسب‌وکارهای کوچک تا به حال بر نقش خود - مدیریتی اختصاص یافته و مربیانی در افزایش تعهد موفق هستند که بتوانند به خوبی شک و تردید افراد را کاهش دهند. مدارک مشابهی وجود دارد که بیان می‌دارد این آماده‌سازی ذهنی تقریباً خیلی دور از دسترس نیست. در واقع آن یکی از ضعف‌های اصلی بسیاری از طرح‌های آموزش و کارآموزی کارآفرینی را نشان می‌دهد. کارن و استن‌ورث (۷) بیان می‌کنند که عوامل حیاتی هر دوره از طرح آموزشی آن چیزی است که می‌خواهند به‌عنوان «عامل سازگاری عاطفی» توصیف شوند. این گسترش نگرش‌ها، ارزش‌ها، طرز فکر روانشناسی و استراتژی‌های ضروری برای این است که متعاقباً نقش تصدی‌گری را در سوال مطرح شده به‌عهده بگیرد. بیشتر طرح‌های آموزشی یک عامل بارز از این نوع سازگاری را شامل می‌شوند که این امر برای کارگران یدی از طریق ارزش‌های پیشه‌وری، به حسابداران از طریق استانداردهای بالای مالی و مسئولیت‌القا می‌شود و همچنین به فارغ‌التحصیلان پزشکی که نیاز دارند روانشناسی ژرف‌نمایی را بدانند تا این‌که بتوانند از عهده درد‌ها و مرگ‌های انسانی برآیند و مراقبت‌های پزشکی با تکنیک‌های عالی برای بیمار ارائه دهند. آن‌ها بیان می‌دارند که فرآیند سازگاری شغلی به اصطلاح خودمدیریتی باید انعکاسی از تقاضاهای استثنایی نقش باشد که بر روی یک شغل ایجاد می‌شود. در اولین گام، یک نقش تنها و با حالت ساختار ناقص می‌باشد؛ یعنی کارآفرینان عمدتاً به تنهایی یا با همکاران خیلی کمی کار می‌کنند و این یک نقش با سلسله‌مراتب بالا از عدم اطمینان است. خود - مدیریتی‌ها ریسک‌پذیر هستند، یک تصمیم‌گیرنده با تعداد افراد کم اشاره دارد به روابط کم با دیگران که شامل کارمندان، مشتریان، تأمین‌کنندگان و ... آن‌ها اغلب دچار فشار روحی هستند (۱۹). این ویژگی همچنین دشوار است که مجزا بشود. این برخلاف شغل‌هایی با تعداد ساعت کار معین و تقسیم کار زیاد و بدون زندگی کاری است. نقش خود - مدیریتی می‌تواند تمام ساعات بیداری را برعهده بگیرد مخصوصاً در سالهای اول شروع عملیات. هنوز الزامات کلی وجود دارد در مورد کسانی که بر روی مالکیت کسب‌وکارهای کوچک سرمایه‌گذاری می‌کنند و احتمالاً برای لحظات فوق‌العاده دشوار روانی در نقش‌های آتی‌شان آماده می‌شوند. کمبودهای درک شده از

1 . Sym  
2 . Lewis



بسیاری از آموزش‌های کسب و کار کوچک در دسترس، طبق نظر کارن و استن‌ورث (۷) ممکن است تا اندازه‌ای دفع شود اگر طرح‌های بعدی به صورت گسترده قابل دسترس برای کمک‌رسانی در کسب و کارها باشد. توافق گسترده‌ای وجود دارد که ایجاد داد و ستد مخاطره‌آمیز تنها با استفاده از بیان فقدان قابلیت پیش‌بینی، در مراحل اولیه قابل توضیح می‌باشد. فرصت‌ها زیاد هستند اما اهداف به خوبی تعریف نشده‌اند. هم‌چنین یک فرضیه که به خوبی گسترش پیدا کرده وجود دارد که بیان می‌دارد مهارت‌های مدیریت به صورت تدریجی گسترش یافته‌اند، اکثراً به‌عنوان یک نتیجه از «آزمایش و خطا» و برای کسانی که در تلاش اول یک داد و ستد مخاطره‌آمیز را ایجاد می‌کنند میزان زیادی از شانس وجود داشته است. در ایجاد یک موفقیت مشکلاتی که با آن‌ها روبرو شدیم تمایل دارند که تک بعدی نباشند اما بسیار یکپارچه می‌باشند و برای حل مسائل توسط یک کارشناس ناتوانند. بسیاری از کارآفرینان در یک رشته مشخص متخصص هستند و تمایل دارند فهم کمی از پیچیدگی مدیریت در سراسر کارکردها داشته باشند. این موقعیت‌ها مهارت‌های کارآفرینی است که مورد تقاضا می‌باشند و در بین محدودیت‌های پیچیده‌ای کار می‌کنند. مشکلات مربوطه به یک دید همه‌جانبه، تمرین مهارت‌های تجزیه و تحلیل و ترکیب نیاز دارد.

## چندگانگی برنامه‌های آموزش و کارآموزی کارآفرینی

ادبیات سالیان اخیر، وجود چهار شکل برنامه‌های آموزش و کارآموزی کارآفرینی را مشخص کرده است:

### ۱. آموزش و کارآموزی برای مالکیت کسب و کارهای کوچک

چون بسیاری از کسب و کارهایی که تازه شروع به فعالیت می‌کنند هم شامل بازسازی و هم ایجاد یک موسسه جدید می‌باشند، آموزش کسب و کارهای کوچک کمک‌های عملی را در ایجاد تغییرات از کارهای معمولی به سمت خوداشتغالی فراهم می‌آورد. کمکی که موارد زیر را برای آموزش‌دهنده بازرگانی آسان می‌کند: شیوه‌های افزایش سرمایه، قوانین و مقررات، انتخاب فرضیات، مالیات، حسابداری ساده، استخدام افراد، مشکلات بازاریابی و ... ایجاد چنین برنامه‌هایی و همراهی آنها با استراتژی‌های تدریس باید مشکلات کمی را ایجاد کند. با این همه کسانی که به یک برنامه این‌چنینی روی می‌آورند معمولاً بسیار مشتاق و علاقه‌مند هستند. تحقیقی که توسط گیب (۱۷) ارائه شده تعدادی از مشکلاتی را که از تکامل چنین برنامه‌هایی پدیدار شده است را مشخص می‌کند.

### ۳ مشکل کلیدی در این جا ذکر شده است:

- تفاوت دیدگاه‌ها و ادراکات آموزش‌دهندگان و مالکین بالقوه کسب و کار بر روی این که برنامه‌های مقدماتی باید شامل چه مواردی باشند؛
- نشانه‌های کمبود در بسیاری از برنامه‌های مقدماتی جاری؛
- طول مدت برنامه‌های این‌چنینی.



گیل<sup>۱</sup> بیان می‌کند که مریبان اغلب تلاش می‌کنند که گستره وسیعی از ایجاد کسب‌وکارها را در یک طرح تلفیق کنند. این معمول است که افراد گروه با هم یک رنج متفاوتی از کسب‌وکارهای کوچک را ایجاد کنند و کم و بیش یک طرح مهارت‌های عمومی را پیشنهاد می‌دهند. به علاوه بعضی از آموزش‌های خصوصی در برنامه‌های تجاری شخصی‌شان وجود دارد. این یافته‌ها همچنین توسط سیم و لوئیز (۱۸) منعکس شده‌اند. این افراد بیان می‌کنند که بسیاری از آنان این کلاس‌ها را بسیار عمومی درک کرده‌اند.

به‌ویژه، الزاماتی که مریبان و صاحبان کسب‌وکارهای کوچک و آنان مخالفند و بر جنبه‌های شخصی اجرای یک تجارت تأکید می‌کنند. برای مثال یک مطالعه در آمریکا بر روی صاحبان کسب‌وکارهای کوچک نشان داد افرادی که انواع مختلفی از طرح‌های آموزشی کارآفرینی بودجه‌ریزی، مدیریت پول نقد و پی‌گیر بودن با مدیریت افراد، گذرانده‌اند در اولویت لیست قرار دارند (۲۰). به هر حال، یک نمونه مشابه از رهبران طرح‌های کسب‌وکارهای کوچک در حالی که بر روی بودجه‌بندی و مدیریت پول نقد موافق بودند، در زمینه مدیریت افراد در ۷ درجه دسته‌بندی شدند. تاندازه‌های اولین محصولات و کنترل موجودی در کسب‌وکارهای کوچک در سطح دوازدهم دسته بندی می‌شود. هم‌چنین کارسول<sup>۲</sup> (۲۱) از مطالعه بخش‌های صنعتی متفاوت دریافت که در صنعت لباس و پارچه خود - مدیران احساس کردند که بیش‌ترین بخش‌های دچار کاستی مهارت مدیریتی، بخش تولیدات بود.

بعضی افراد مثل کارن و استن‌ورث (۷) با جنبه‌های بنیادی بسیاری از طرح‌های آموزش و کارآموزی کارآفرینی موافق هستند. مفاهیم، استراتژی و ارزیابی اثربخشی آموزش این طرح هنوز به‌طور گسترده به تحقیق نیاز دارد. یک استثنا برای این طرح ممکن است برنامه‌های «شروع کسب‌وکارتان» باشد که برای بیکاران به‌نحوی طراحی شده است که به آن‌ها کمک می‌کند تا با تجربه‌ی کاری یا مهارت کم و یا سرمایه کم یا بدون سرمایه شروع به کار کنند. چنین کارآموزانی باور نمی‌کنند که بتوانند به منابع متداول مالی دست پیدا کنند و ممکن است سطح پایینی از اعتماد به‌نفس را داشته باشند، زیرا فاقد موفقیت قبلی در بازار کار هستند.

به‌همین خاطر چنین طرح‌هایی توسط مریبانی آموزش داده می‌شود که از یک رویکرد «واقع بینانه» استفاده می‌کنند و به جنبه‌های آکادمیک کم‌تر اهمیت می‌دهند، بسیاری از نویسندگان مثل: کیسنر<sup>۳</sup> (۲۰)، کلارک<sup>۴</sup> (۲۲)، سیم و لوئیز (۱۸) و جانسون<sup>۵</sup> (۲۳) و دیگران موافق هستند که این رویکرد غالباً موفق‌تر است، زیرا شرکت‌کننده‌ها تقاضای طرح‌های بسیار کاربردی و تخصصی دارند.

## ۲. آموزش کارآفرینی

درباره‌ی پدیداری کسب‌وکارهای کوچک، آموزش کارآفرینی، تاندازه‌ای بر ایجاد موارد اقتصادی جدید تأکید می‌کند و بر روی خدمات تولیدی جدید که کمیاب هستند متمرکز می‌شود. در حالی که بسیاری از دانشمندان علوم

- 1 . Gill
- 2 . Carswell
- 3 . Kiesner
- 4 . Clark
- 5 . Johnsn



اجتماعی تلاش کرده‌اند تا شرایط مطلوب برای وقوع چنین چیزی را تعریف کنند، ولی روابط منطقی هنوز مثل قبل باقی مانده است (۲۷-۱۵، ۲۴). یکی از استثنائات درخور توجه در زمینه این موضوع ماهیت‌های تکنولوژیکی جدید می‌باشد که شرکت‌های کوچک را اغلب بر مبنای مهارت‌های علمی در محیط‌هایی هم‌چون محیط الکترونیکی قرار می‌دهد. بنابراین، به دلیل آن‌که کارآفرینی یک فرآیند اقتصادی با خلاقیت بالاست، در آن‌جا ممکن است حتی شک ایجاد شود که شکل‌های سنتی آموزش همواره مفید یا مشوق هستند. اگر مواردی در مورد یک کارآفرین وجود داشته باشد که او را از مابقی مردم متمایز کند و تکنیک‌های مدیریتی بر نظم، قابل پیش‌بینی بودن، منطقی بودن و غیره تأکید می‌کند. پس این تأکیدات یکپارچگی رویکردهای کاریزماتیک‌تر (فرهمند) کارآفرینان واقعی را بدون تخریب استعدادهای اجتماعی آن‌ها با مشکل روبرو می‌کند.

### ۳. آموزش مداوم کسب‌وکارهای کوچک

این یک نمونه برای آموزش مداوم بزرگسالان می‌باشد که قادر است افراد را تشویق کند و مهارت‌های آن‌ها را به‌روز سازد. این شکل از آموزش از طریق بسیاری از مدارس بازرگانی به شکل دوره‌های یک‌روزه می‌باشد. اولاً: سازماندهی این نوع آموزش سخت‌تر از شروع برنامه قراردادی است که از نظر سیاسی احتمالاً دارای جذابیت است و منجر به افزایش جمعیتی می‌شود که آغازی مخاطره‌آمیز دارند. ثانیاً: این پژوهش پیشنهاد می‌دهد که آموزش کسب‌وکارهای کوچک بازارهای دائمی یک تلاش پیچیده و دشوار است هم‌چنان‌که بسیاری از مالکان کسب‌وکارهای کوچک خیلی مشغولند و به‌راحتی با آن‌چه که آن‌ها به‌عنوان برنامه‌ای که برای نیازهایشان خیلی کلی و عام است، ناامید گردند. از طرف دیگر، در بخش مهندسی، فروش و بازاریابی بیش‌ترین نیاز به بهبود مهارت‌های مدیریتی احساس می‌شود. بنابراین می‌توانیم فرض کنیم که گروه گسترده‌تری از فعالیت‌های اقتصادی نمایان می‌شوند که در سایر الگوهای نیازهای آموزشی، این نیازها توسط خود - مدیران درک شده است.

### ۴. آموزش آگاهی کسب‌وکارهای کوچک

این نوع از تعلیم کمکی است برای افزایش تعداد افرادی که آگاهی کافی برای کسب‌وکارهای کوچک را دارند و به آن به‌عنوان فعالیت دوم نگاه می‌کنند. این یکی از انواع برنامه‌های مناسب و مفید است که می‌توان آن را در دوره کارشناسی جزو واحد درسی قرار داد. هدف این‌گونه تعلیمات افزایش آگاهی نسبت به یک صنعت و ایجاد یک مشارکت حساس‌تر برای شرکت‌های کوچک است. وسپر (۱۲) از مشاغل امریکا گزارش می‌دهد که علی‌رغم استفاده از اصطلاح کارآفرین بیشتر موارد به‌طور واضحی آگاهی دانش‌آموزان را نسبت به شرکت‌های کوچک افزایش می‌دهند و اطلاعات لازم را برای راه‌اندازی و اداره یک شغل فراهم می‌کند. دیگران مثل سیم و لوییز (۱۸) در این‌باره بحث می‌کنند که بسیاری از ایده‌های مقدماتی تجارت و برنامه‌های جزئی همان افزایش آگاهی را پیشنهاد می‌کنند و بسیاری از این برنامه‌ها به‌ندرت چیزی بیش از مشکلات و شرایط آغاز کار ارائه می‌دهند. تعلیمات جدی و اساسی وقتی شروع می‌شود که شخص برنامه‌های بلندمدت را ادامه بدهد.



## الگوهای غیر مناسب در آموزش و کارآموزی کارآفرینی

مجموعه مهارت‌های بسیاری از کارآفرینان نسبتاً محدود است. ایجاد یک آگاهی عمیق و گسترده در یک زمان غیرمعمول است البته به طور تخصصی نه به طور عمدی. احتمال دارد که یک کارآفرین خاص، آگاهی عمیق و گسترده به مرحله تولید داشته باشند یا تخصص در افزایش تولید، سازمان‌دهی، طراحی و...، اما این موارد خلاءهایی هم به جا می‌گذارند که نیازمند رجوع به کارشناسان در سایر موارد است مثل بازاریابی و فروش. مهم‌ترین مهارت یک کارآفرین الزماً صلاحیت داشتن در تولید نیست. صلاحیت ارتباط نزدیکی با سازماندهی و مدیریت دارد. یک کارآفرین واقعی کسی است که می‌تواند دیگران را مدیریت کرده و از کارشناسان در مورد آنچه که قرار است مورد بهره‌برداری قرار گیرد، سود جوید.

همان‌گونه که گفته شده، یک مدیر و یک کارآفرین به طور متفاوت از هم عمل می‌کنند. به طوری که روش‌های آموزش و پرورش در مدیریت تغییر کرده‌اند، بیشتر از روش‌های تحقیق مثل آموزش عملی و مدیریت پروژه‌ها استفاده می‌کنند، این نشان می‌دهد که آموزش‌های کارآفرینی در معرض تغییرات زیاد قرار نداشته‌اند. الگوهای موجود در آموزش و کارآموزی کارآفرینی هنوز اساساً تکنیک‌های معمولی هستند مثل دادن برنامه ثابت برای کارآفرینانی که نسبت به کار آن‌ها بی‌ارتباط است مثل دادن حسابداری، بودجه‌نویسی، بازاریابی، حقوق و مدیریت انسانی. این جنبه‌ها بسیار مهم هستند مشروط بر این‌که به‌طور کامل شناخته نشوند، اما آموزش و کارآموزی کمی بیشتر از بینش پایه‌ای برای فعال ساختن کارآفرین در صحبت با کارشناسان در هر زمینه‌ای در اصول منفرد به‌کار می‌رود. رویکرد آموزش دادن به کارآفرین هیچ توجهی به این امر نمی‌کند که کارآفرین باید با سیستم‌هایی که همراه با بی‌احتیاطی همراه هستند، کارکنند (۲۷).

به نظر گیب (۴) سیستم آموزشی بر ارزش‌ها و توانایی‌هایی تأکید می‌کند که برای روحیه کارآفرینی مضر است. دیویس<sup>۱</sup> و گیب (۲۹) فراتر از این رفته و می‌گویند که استفاده از روش‌های آموزش سنتی برای پیشرفت کارآفرینان می‌تواند به‌عنوان تدریس «رانندگی با استفاده از آینه عقب» تفسیر شود. بعضی از تقابل‌ها بین دانشگاه‌ها و مدارس بازرگانی بر این موضوع تأکید می‌کند و نیازمند یک موقعیت کارآفرینی است که در جدول ۱ آمده است.

جدول ۱ تشریح‌کننده تفاوت بین این دو رویکرد است. تأکید در مدارس بازرگانی بیشتر بر روی فهم، بازخور، قضاوت‌های حیاتی، تجزیه و تحلیل مقادیر زیادی از اطلاعات، ساختن مفروضات درباره‌ی رفتار به‌منظور توسعه مدل‌ها و جست‌وجوی پاسخ‌های درست، عمدتاً در نشست‌های درسی با اطلاعات از منابع معتبر و با ارزیابی نظرات مکتوب انجام می‌گیرد. در مقابل کارآفرین با منابع محدود و با احساس درونی‌اش کار می‌کند، تلاش برای فهم فیلترها که چه اطلاعاتی را عبور می‌دهند، تشخیص برنامه‌های مخفی در مورد افراد دیگر صورت می‌گیرد و دلیلش هم تصمیم‌سازی بر مبنای برآورد درست و شایسته از آنچه که به‌کارگرفته شده، می‌باشد. تنها بعضی از اطلاعاتشان از منابع قابل اطمینان به‌دست می‌آید. آرامش، فی‌الفسه در هر زمان و از هر جایی کم‌کم به‌دست می‌آید و موفقیت (ارزیابی) توسط قضاوت



سایر افراد در بازار است. به‌علاوه فشار و محدودیت‌های شدید همیشه باعث می‌شود راه‌حل‌های مناسب به‌سرعت پیدا شوند، در مقابل برای حل مشکلات برنامه‌های مدارس بازرگانی از موقعیت‌های دوام یافته استفاده می‌شود. حرکت از چپ به راست در جدول ۱ در واقع حرکت از یادگیری مدارس بازرگانی به سمت مراکز کارآفرینانه‌تر است. با این حرکت تغییراتی در روش آموزش رخ می‌دهد، که به همراه آن نگرانی بیشتر در زمینه به‌کارگیری در عمل، به‌جای آن‌که در شرایط کارآموزی قرار بگیرند، ایجاد می‌شود. برای مثال در مدارس بازرگانی اغلب درجه‌ی بالایی از نظارت در کلاس‌ها وجود دارد و به میزان «اقتدار» و «تخصص» آن‌ها بستگی دارد. از سوی دیگر، مخصوصاً در یک جایگاه کارآفرینی افراد باید سبک جدید یادگیری به‌کار بگیرند تا جنبه‌های عمیق‌تری از خود، احساسات و ارزش‌ها به صورت فعال بر فرآیند آموزش تأثیر بگذارد.

### جدول ۱. مرکز آموزش و کاروژی کارآفرینی در مقابل مرکز مدرسه‌ی بازرگانی / دانشگاه

مرکز آموزش و کاروژی کارآفرینی	مرکز مدرسه‌ی بازرگانی / دانشگاه
تصمیم‌گیری احساسی با اطلاعات اندک	قضاوت انتقادی بعد از تحلیل مقدار زیادی اطلاعات
فهمیدن ارزش چیزهایی که اطلاعات را منتقل و پالایش می‌کند	فهمیدن و به‌یادآوردن خود اطلاعات
شناخت اهداف بسیار گسترده دیگران	اهداف را جدا فرض کردن
تصمیم‌گیری براساس قضاوت اعتماد و شایستگی فرد	تلاش برای اثبات حقایق محض با مطالعه اطلاعات
تلاش برای به‌کار بردن و تنظیم کردن عمل در مفاهیم پایه‌ای جامعه	فهم اصول پایه‌ای جامعه در مفاهیم ماورالطبیعه
توسعه مناسب‌ترین راه‌حل تحت فشار	جست‌وجوی پاسخ صحیح با زمان برای انجام آن
یادگیری هم‌زمان و از طریق انجام دادن	یادگیری در کلاس درس
جمع‌آوری اطلاعات به‌صورت شخصی از هرکسی و هرجا	جمع‌آوری اطلاعات از متخصصان و منابع معتبر
ارزیابی توسط قضاوت مردم و رویدادها از طریق بازخورد مستقیم	ارزیابی از طریق نظرات مکتوب
موفقیت در یادگیری به‌وسیله‌ی حل مشکلات و یادگیری از شکست‌ها	موفقیت در یادگیری اندازه‌گیری شده به‌وسیله‌ی آزمون‌های مبتنی بر دانش

بنابراین، در سیستم‌های آموزشی، گیب (۴) بیان می‌کند که حرکت منعطف‌تر به سمت تشویق دانش‌آموزان برای استفاده از راه‌های جدید در دنیای واقعی باید بدون رها کردن برخی از ارزش‌های اساسی ممکن باشد.



برای مثال:

- آموزش عملی؛
  - تشویق شرکت‌کنندگان به پیدا کردن و جست‌وجوی مفاهیم مرتبط به مسأله از یک دیدگاه چندرشته‌ای؛
  - کمک به شرکت‌کنندگان برای توسعه استقلال از منابع خارجی اطلاعات و راهنمایی متخصصین، و فکر کردن برای خودشان - با دادن مالکیت یادگیری؛
  - تشویق برای استفاده از احساسات، نگرش‌ها و ارزش‌های بیرون از اطلاعات، به‌طور کلی این امر با تأکید بیشتر بر روی یادگیری تجربه محور رخ می‌دهد؛
  - تهیه فرصت‌های بزرگ برای ساختن شبکه‌ها و قراردادهای در دنیای بیرون که با مرکز یادگیری آن‌ها مرتبط است؛
  - کمک به شرکت‌کنندگان برای توسعه پاسخ‌های احساسی، هنگام برخورد با شرایط متضاد و تشویق آنان به انتخاب و تعهد به کار در شرایط استرس و عدم اطمینان.
- بنابراین، بیشتر چالش کارآفرینی در ارتباط با آموزش و کارآموزی، تناسب برنامه‌های تحصیل و آموزش برای تهیه مقدمات یادگیری در دنیای بیرون است. گیب بیان می‌کند که عدم کفایت بسیاری از رویکردهای موجود هنوز توسط تهیه‌کنندگان آموزش در مناطق مدیریت به چالش کشیده می‌شود.

### مباحث سبک‌های یادگیری و آموزش و کارورزی کارآفرینی

برای اثربخش بودن، کارآفرین، مثل خیلی دیگر از یادگیرنده‌ها نیاز دارد که سبک‌های متفاوت یادگیری را با تجربه واقعی و مشاهدات انعکاس مفهوم‌سازی خلاصه و آزمایشات فعال به‌کار ببرد (۲۸). برای مثال، ناکارایی در تجربیات واقعی ممکن است به عدم‌توانایی در فرمول‌سازی طرح‌ها منجر شود و ناکارایی در آزمایشات فعال ممکن است منجر به عدم توانایی در اجرای طرح‌ها گردد. با توجه به خصوصیات تشخیص داده شده کارآفرین در چارچوب مدل سبک یادگیری کولب<sup>۱</sup> (۲۹) چه چیزی در مورد اولویت سبک یادگیری کارآفرین استنباط می‌شود؟ جدول ۲ شبکه‌ای از سبک‌های یادگیری و تکنیک‌های آموزش ارائه می‌دهد.

در بعد مشاهدات انعکاس / آزمایشات فعال، برداشت ما از رفتار کارآفرینانه حاکی از اولویت اولیه‌ی برای کار است.



## جدول شماره ۲. جدول مخصوص روش‌های یادگیری و تکنیک‌های آموزش

<u>تجربه‌های واقعی</u>	
۲. کاربرد - انعکاسی	۳. کاربردی - فعال
تغییر در کاربرد	تغییر در مهارت‌ها و نگرش‌ها
انگیزه‌ها	بازی‌های نقش
سخنرانی کاربردی	شبیه‌سازی مدیریت
بحث محدود	گفت‌وگوی فرایندی
موارد <sup>۱</sup>	گروه‌های برخورد <sup>۲</sup> / گروه‌های T
بازی‌های نقش <sup>۲</sup>	دفترچه یادگیری
آزمون‌های مسأله محور	پروژه‌های میدانی
آموزش برنامه‌ریزی شده با تأکید بر مهارت‌ها	مدیریت گروه‌های یادگیری
	مشاوره
<u>مشاهدات انعکاسی</u>	
۱. نظری - انعکاسی	۴. نظری - فعال
تغییر در دانش	تغییر در فهم
سخنرانی‌های نظری	گروه‌های یادگیری متمرکز
متون مورد نیاز	بحث‌های استدلالی
دست نوشته‌ها <sup>۴</sup>	تجربه‌ها / تحقیق
آموزش برنامه‌ریزی شده با تأکید بر مفاهیم	متون ارائه شده
مقالات نظری	مقالات تحلیلی
امتحانات محتوا - محور	نظارت
	هدایت
<u>مفاهیم انتزاعی</u>	





فرصت‌ها و ایده‌های نو می‌بایستی که از طریق فعال‌سازی کارآفرینی دنبال شوند. بنابراین، انتظار می‌رود یک کارآفرین آزمایشات فعال را به مشاهدات انعکاس ترجیح دهد. به هر حال، این قابل ذکر است که عمل در غیاب انعکاس مانع یادگیری می‌شود (۲۹). در بعد تجربه واقعی / مفهوم‌سازی انتزاعی، اولویت کارآفرین این‌قدر جدا نیست. در واقع تضاد بین تجربه واقعی و مفهوم‌سازی انتزاعی منجر به چیزی می‌شود که کولب (۲۹) آن را «تنش خلاق» می‌نامد. برای خلاق بودن، فرد باید از مرکز محدود کننده مفاهیم انتزاعی آزاد باشد تا تجربه‌های جدید به دست آورد. اسکریچ<sup>۶</sup> (۳۱) به این نکته پی‌برد که یک آگاهی دقیق از محیط مهم‌تر از توفیق یا انگیزه قدرت در هنگام تشخیص کارآفرین موفق از دیگران است. مک‌میلان (۳۲) فرایند خلاق را به‌عنوان ترکیبی از فرایندهای واقعی حل‌مسأله و فرایند خلاصه‌سازی بیش‌توصیف می‌کند. یک فرد خلاق قادر به مشارکت دادن هر دو مدل یادگیری است. بنابراین این دو توانایی برای کارآفرین مهم است، با توازنی بین آن‌ها بسته به این که یافتن مسأله یا حل‌مسأله برای نوآوری مهم‌تر است.

کارآفرین همان‌طور که در جدول ۲ شرح داده شد؛ کسی است که یکی از سبک‌ها یادگیری فعال را ترجیح می‌دهد، چه خود کارآفرین باشند و چه در آن مشارکت کنند. یافته‌های تعدادی از محققان شامل بورلند<sup>۷</sup> (۳۳)، براک‌هاوس<sup>۸</sup> (۳۴)، راپسی<sup>۹</sup> (۳۵) و سکستون و بومن (۶) حاکی از این است که افرادی که علایق کارآفرینانه نشان می‌دهند، رفتارهای روان‌شناختی از خود بروز می‌دهند که نسبت به رفتار سایر افراد متفاوت است و می‌توان آن‌را ویژگی کارآفرین دانست. بنابراین، این‌چنین افرادی انتظار می‌رود که اولویت سبک یادگیری مشابهی داشته باشند. مواردی که در قسمت‌های سوم و چهارم جدول ۲ آمده‌اند مناسب‌ترین سبک یادگیری کارآفرینانه هستند.

به هر حال، در عمل در شرایط معمولی تربیت و کارآموزی، کارآفرین آینده احتمالاً با سبک انعکاس بیان شده در ربع اول روبرو می‌شود. این رویکرد آموزش سنتی بر توسعه مهارت مشارکت‌کنندگان در مفاهیم انتزاعی مختلف تمرکز می‌کند. این رویکرد می‌تواند در یک چارچوب برای اصول تجارت معین ادغام شود (۳۷). عملکرد به‌وسیله آزمایش توانایی شرکت‌کنندگان برای بازیابی مفاهیم انتزاعی متفاوت ارزیابی می‌شود. رویکرد عقلایی هدف مورد نظر خود را به‌خوبی به انجام می‌رساند، یعنی فراگیری دانش از بخش شرکت‌کننده. اما مشارکت شرکت‌کننده، به‌ندرت انعکاسی است. رویکرد سنتی به هدف خود نمی‌رسد چرا که شامل نتایج پیچیده‌تر مرتبط با یادگیری تجربی است؛ یعنی کاربرد، تجزیه و تحلیل، ترکیب و ارزیابی (۳۶).

شیوه‌ی دیگری (هدایت شده - کارآفرینانه) در رویکرد آموزش سنتی وجود دارد که نیازمند راهنمایی برای تسهیل فرایند آموزش است. یک چنین رویکردی نیازمند استفاه وسیع از تمرین‌های آموزشی است؛ مانند بازی‌نقش، شبیه‌سازی مدیریت، تمرین‌های ساختاریافته یا آموزش متمرکز شرایط بازخور که در آن شرکت‌کنندگان یک نقش فعال داشته باشند. نقش سنتی «گوش کن و نکته بردار»<sup>۱۰</sup> شرکت‌کننده حداقل شده است. بعد از مشارکت در تمرین‌های یادگیری، وضعیت شرکت‌کنندگان روی تمرین‌هایشان و توسعه عمومی‌سازی از طریق گروه‌های گفت‌وگویی کوچک منعکس می‌شود. گروه‌های بحث و گفت‌وگو فرضیاتشان را براساس تجربیات یادگیری شرکت‌کنندگان، که با تمرین‌های آموزشی بیشتر آزمایش شده‌اند، توسعه می‌دهند. بدین طریق، هر ۴ توانایی آموزش به اندازه‌ای که شرکت‌کنندگان در موقعیت‌های کارآفرینانه معمول قرار بگیرند، استفاده و توسعه داده می‌شود.



- بنا به دلایل زیر، مریبان ممکن است با چنین رویکردی (هدایت شده - کارآفرین شده) به آزمایشات شک کنند:
- این رویکرد بیشتر زمان مریبان را در مراحل ابتدایی و تعامل با انتظارات ارزیابی عملکرد می‌گیرد. بازخور مستمر به شرکت‌کنندگان؛ یک بخش صحیح از فرایند آموزش / تحصیل (طی هر یک از ۴ مرحله یادگیری) است. چالش مریبان اعتباردهی فرایند ارزیابی عملکرد است که ممکن است عینی فرض شود.
  - رویکرد (هدایت شده - کارآفرینانه) نیازمند منابع سازمانی مهمی در طی یک طیف وسیعی از علوم، برای مریبان و شرکت‌کنندگان است. چون این رویکرد به کلاس‌های کوچک‌تر و تقاضاهای بیشتر برای تسهیلات فیزیکی نسبت به رویکرد سنتی نیاز دارد. به هر حال، تحقیقی که به وسیله سکستون و آپتون<sup>۱۱</sup> (۳۸) انجام شده است، بیان می‌کند که خیلی از این مشکلات می‌تواند از میان برداشته شود.
- به وضوح، همان‌طور که مدل کولب یکی از سبک‌های یادگیری را به دیگران ترجیح نداد، یک رویکرد آموزشی بهترین نسبت به همه برنامه‌ها وجود ندارد. رویکرد درخت - تصمیم اقتصادی راندول<sup>۱۲</sup> و پوسنر<sup>۱۳</sup> (۳۰) برای ارزیابی مفید است که ۴ تکنیک آموزشی تحت مجموعه‌ای از شرایط معین بهترین است.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی



## References

1. Banfe, C., *Entrepreneur – From Zero to Hero*, Van Nostrand Reinhold, New York, 1991.
2. Murray, T.A. and White, A., *Education for Enterprise – An Irish Perspective*, National Council for Education Awards and the Industrial Development Authority of Ireland, Dublin, 1986.
3. Gibb, A.A., "The Enterprise Culture and Education. Understanding Enterprise Education and its Links with Small Business Entrepreneurships and Wider Educational Goals", *International Small Business Management Journal*, Vol. 11 No. 3, 1993.
4. Gibb, A.A., "Enterprise Culture – Its Meaning and Implications for Education and Training", *Journal of European Industrial Training*, Vol. 11 No. 2, 1987.
5. Colton, T., *Enterprise Education Experience. A Manual for School Based Inservice Training*, CA SDEC, 1990.
6. Sexton, D.L. and Bowman, N.B., "Entrepreneurship Education Suggestions for Increasing Effectiveness", *Journal of Small Business Management*, Vol. 22 No. 2, April 1984.
7. Curran, J. and Stanworth, J., "Education and Training for Enterprise: Some Problems of Classification, Evaluation, Policy and Research", *International Small Business Journal*, Vol. 7 No. 2, January/March 1989.
8. Bannock, G., *The Economics of Small Firms: Return from the Wilderness*, Basil Blackwell, Oxford, 1981.
9. Sexton, D.L. and Kasarda, J.D., *The State of the Art of Entrepreneurships*, P.W. Kent Publishing Co., Boston, MA, 1991.
10. Hills, G.E., "Variations in University Entrepreneurship Education: An Empirical Study of an Evolving Field", *Journal of Business Venturing*, No. 3, 1988, pp. 109-22.
11. McMullan, W.E. and Long, W.A., "An Approach to Educating Entrepreneurs", *The Canadian Journal of Business*, Vol. 4 No. 1, 1983, pp. 32-6.
12. Vesper, K.H., "Research on Education for Entrepreneurship" in Kent, C.A. et al. (Eds), *Encyclopaedia of Entrepreneurship*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ, 1982.
13. Ryle, G., *The Concept of the Mind*, Penguin, Harmondsworth, 1963.
14. Raven, J., *Competence in Modern Society*, H.K. Lewis Publishing, London, 1983.
15. Weber, M., *The Protestant Work Ethic and the Spirit of Capitalism*, Allen & Unwin, London, 1965.
16. Weber, M., *Economy and Society*, University of California Press, Berkeley, CA, 1978.
17. Gibb, J., *Factors Affecting the Survival and Growth of the Smaller Company*, Gower, Aldershot, 1985.





18. Sym, L.A. and Lewis, J.W., "Educational Needs of Small Business Start-ups: An Investigation of Short Course Revision", paper presented to the 10th National Small Business Policy and Research Conference, Cranfield, November 1987.
19. Gumpert, D.E. and Boyd, D.P., "The Loneliness of the Small Business Owner", Harvard Business Review, Vol. 62, November/December 1984.
20. Kiesner, W.F., "Small Business Course Content, Training and Other Critical Factors in the Success of Small Business Training Courses", paper presented to the 30th Annual World Conference of the International Council for Small Business, Montreal, Canada, June 1985.
21. Carswell, M., "Management Training Needs of Small Firms. A study of the Engineering, Clothing and Textile Industries", paper presented to the 10th National Small Firms Policy and Research Conference, Cranfield, 1987.
22. Clark, B.W., Davis, C.H. and Harnish, V.C., "Do Courses in Entrepreneurship Aid in New Venture Creation", Journal of Small Business Management, Vol. 22 No. 2, 1984.
23. Johnson, R., "The Business of Helping the Entrepreneur", Personnel Management, March 1987.
24. McClelland, D.C., The Achieving Society, Van Nostrand, Princeton, NJ, 1981.
25. McClelland, D.C., "Achievement Motivation can be Developed", Harvard Business Review, Vol. 43, November/December 1965.
26. Jones, T. and McEvoy, D., "Ethnic Enterprise: The Popular Image" in Curran, T. et al. (Eds), The Survival of the Small Firm, Gower, Aldershot, 1986.
27. Ward, R., "Ethnic Entrepreneurs in Britain and Europe", in Coffee, R. and Scape, R. (Eds), Entrepreneurship in Europe, Croom Helm, London, 1987.
28. Davies, L.G. and Gibb, A.A., "Recent Research in Entrepreneurship", The Third International EIASM Workshop, Gower, 1991.
29. Kolb, D., Rabin, M. and McIntyre, J.M., Organisational Philosophy: An Experiential Approach, Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ, 1974.
30. Randolph, W.A. and Posner, B.Z., "Designing Meaningful Learning Situations in Management: A Contingency Decision Tree Approach", Academy of Management Review, July 1979, pp. 459-67.
31. Schrage, H., "The R & D Entrepreneur; Profile of Success", Harvard Business Review, November/ December 1982, pp. 404-8.
32. McMullan, W.E., "Creative Individuals' Paradoxical Personages", The Journal of Creative Behaviour, fourth quarter, 1976, pp. 265-275.
33. Borland, C., "Locus of Control Need for Achievement and Entrepreneurship", Phd thesis, University of Texas, 1978.



34. Brockhaus, R.H., "IE Locus of Control Scores as Predictions of Entrepreneurial Intentions", Proceedings of the Academy of Management, 1975, pp. 443-45.
35. Rapsey, R.H., "Entrepreneurial Potential and Assessment", Phd thesis, Pepperdine University, 1978.
36. Chikering, A.W., Experiential Learning Change, Magazine Press, New York, NY, 1977.
37. McMullan, W.B. and Cahoon, A., "Integrating Abstract Conceptualism with Experiential Learning", Academy of Management Review, July 1979, pp. 453-667.
38. Sexton, D.L. and Upton, N.B., "Evaluation of an Innovative Approach to Teaching Entrepreneurship", Journal of Small Business Management, Vol. 25 No. 1, January 1987, pp. 35-43.

