

# ترویج کار آفرینی از طریق آموزش دانشگاهی

محمود احمدپور داریانی (عضو هیأت علمی دانشگاه امیرکبیر)

محمد عزیزی (دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی)

## چکیده

امروزه از نظام آموزشی دانشگاه‌ها انتظار می‌رود که برنامه‌ریزی آموزشی و درسی‌شان طوری طراحی و تنظیم شود که به موجب آن ایجادکنندگان کسب و کارهای جدید پرورش یابند. در این مقاله ضمن بررسی این‌که چگونه می‌توان کارآفرینی را آموزش داد؟ و همچنین برنامه درسی و محتوای دوره‌های آموزش کارآفرینی چگونه می‌تواند تعیین شود؟ نقش و اهمیت دانشگاه‌های کشورهای توسعه یافته در تربیت کارآفرینان آینده بررسی می‌شود.

## مقدمه

نقش فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌ها به مانند پایه‌گذاران کسب و کار در سال‌های اخیر در جهت تقویت و توسعه کارآفرینی به‌عنوان موضوعی که در تدوین سیاست‌های کلان کشورهای پیشرفته به آن بیشترین اولویت داده می‌شود. این مسأله از آن‌جا ناشی می‌شود که امروزه به نقش و اهمیت قابل توجه راه اندازان کسب و کار در رشد و پیشرفت اقتصادی و ایجاد شغل پی برده شده است. فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌ها می‌توانند به‌عنوان کارآفرینان آینده ایجادکنندگان نوآوری و پویا در کسب و کارهای تازه باشند.

افراد خویش‌فرما<sup>۱</sup> در مقایسه با افراد حقوق‌بگیر که به استخدام جای دیگر در می‌آیند اغلب تحصیلات رسمی دانشگاهی دارند (رابینسون و سکستون ۱۹۹۴ و برودل ۱۹۹۸) علاوه بر آن تأثیرات مثبت اقتصادی شرکت‌هایی که توسط تحصیل‌کردگان دانشگاهی راه‌اندازی شده، در جامعه بسیار مهم و قابل توجه است. شرکت‌هایی که توسط دانش‌آموختگان دانشگاهی ایجاد شده است در مقایسه با شرکت‌هایی که توسط افراد غیردانشگاهی راه‌اندازی شده است، افراد بیشتری را استخدام کرده‌اند (دیستریخت ۱۹۹۹). ریشتر و شیلر (۱۹۹۴) بسپانگذاران کسب و کاری را که تحصیلات دانشگاهی داشته‌اند را با بنیان‌گذارانی که تحصیلات دانشگاهی نداشتند، مقایسه کردند و دیدند که بیش از نیمی شرکت‌های صنعتی توسط کارآفرینانی که تحصیلات دانشگاهی داشته‌اند، ایجاد شده است، تکنولوژی در سطح بالایی<sup>۲</sup> داشتند؛ در حالی که شرکت‌های ایجاد شده توسط افرادی بدون تحصیلات دانشگاهی بیشتر در بخش‌های خدماتی و تولیدی بود که نیاز به راه‌ها و روش‌های نوآورانه نداشتند.

بنابراین نکته قابل توجه و با اهمیت توجه به آموزش رسمی

کارآفرینی در سطح دانشگاه‌ها است. دولت‌مردان و کارشناسان اقتصادی بر اهمیت ارتقاء و پرورش روحیه کارآفرینی در میان جوانان و افراد تحصیلکرده تأکید زیادی دارند. اگر نرخ پیدایش کسب و کار را در هر مکانی بتوان به‌وسیله حمایت از دانشجویان و فارغ‌التحصیلانی که فعالیت‌های کارآفرینانه دارند حمایت کرد، در آن‌صورت خیلی مهم و با ارزش است که این فرهنگ را در دانشگاه‌های ایران بسط و گسترش دهیم.

## بررسی سابقه و پیشینه موضوع: اثر آموزش بر گرایش به فعالیت‌های کارآفرینانه

در طی چهار دهه اخیر برنامه‌های آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها افزایش یافته است. در دهه ۱۹۶۰ کمتر از ۱۰ دانشگاه در ایالات متحده در زمینه آموزش کارآفرینی فعالیت داشتند، در ۱۹۹۰ نزدیک به ۴۰۰ دانشگاه در این زمینه فعال بودند؛ امروزه تخمین زده می‌شود که این مقدار بالغ بر ۷۰۰ دانشگاه برسد (هیلس و مورس ۱۹۹۸ و اسپرومک مولان ۱۹۹۸).

تمرکز این برنامه‌ها در اکثر موسسه‌های دانشگاهی برای دانشجویان دوره‌های کارشناسی و یا دوره‌های مشابه است. مراکز کارآفرینی در این دانشگاه‌ها محلی برای هماهنگی و تنظیم فعالیت‌ها و برنامه‌ها و منابع به حساب می‌آید.

با افزایش روزافزون منابع و علاقه به برنامه‌های کارآفرینی در دانشگاه‌ها، ضرورت اصولی و قانون‌مند ساختن آموزش کارآفرینی در سطوح دانشگاهی بیشتر احساس می‌شود. متعاقب آن، تأثیر آموزش کارآفرینی در پرورش و به‌بارآوردن کارآفرینان آینده و همچنین میزان ارتباط بین آموزش دانشگاهی و موفقیت ایجادکنندگان کسب و کار، موضوع مورد بحث امروز، محافل علمی و دانشگاهی است. بررسی و مرور پیشینه و ادبیات در این زمینه نشانگر وجود پاره‌ای تناقضات است (به‌عنوان مثال نگاه کنید به قسمت تاریخچه گورمن، هانلون و کینگ ۱۹۹۷). در بررسی و تحقیق نقش برنامه‌های دانشگاهی، نتایج مطالعات نشان‌دهنده وجود تفاوت بین آموزش کسب و کار عمومی و آموزش خاص کارآفرینی است.

بیشتر مطالعات نشان می‌دهد که آموزش کارآفرینی، فارغ‌التحصیلان را به شروع و راه‌اندازی کسب و کار برای خودشان تشویق می‌کند. تحقیقی به‌تازگی توسط کلارک بر روی نمونه دانشجویانی که در دوره مقدماتی بر کارآفرینی ثبت‌نام کرده بودند، انجام شده است. او از نتیجه این پژوهش پی‌برد که، ۸۰ درصد این دانشجویان در نظر دارند کسب و کاری را شروع کنند. این برنامه‌ها اغلب جامه عمل پوشیده و به واقعیت تبدیل می‌شود. سه چهارم از دانشجویانی که بیان کرده بودند، برنامه‌ای برای شروع کسب و کار دارند در واقع فعالیت را شروع کرده بودند. به‌علاوه ۷۶ درصد از پاسخ‌دهندگان بیان کرده بودند که دوره کارآفرینی در تصمیم‌گیری‌های اساسی و مهم مربوط به مسیر شغلی‌شان تأثیر بسیار زیاد داشته است (کلارک، دیویس و هانریش ۱۹۸۴) مک مولان، لانگ و ویلسون (۱۹۸۵) در تحقیقی گزارش داده‌اند که نسبت بیشتر ایجادکنندگان

کسب و کار در میان دانشجویان فوق لیسانس مدیریت بازرگانی آن‌هایی بودند که بیشتر از سه بار در دوره‌های مرتبط با کارآفرینی در یک دانشگاه کانادایی شرکت داشته‌اند.

یادگیرندگان، دوره‌های آموزشی و محتوای درسی که در آموزش کارآفرینی باید مد نظر قرار داد اشاره می‌شود.

### جامعه یادگیرندگان

در چند سال اخیر با توجه به تشکیل مراکز کارآفرینی در دانشگاه‌های مختلف (کاراد) کشور شاهد برگزاری دوره‌های آموزشی کوتاه‌مدت (حتی یک روزه)، سمینارها، کنفرانس‌ها و حتی آموزش کارآفرینی در خوابگاه‌های دانشجویی دانشگاه‌های تهران<sup>۳</sup> هستیم. بیشتر دانشگاه‌ها و دانشکده‌های فنی در این زمینه فعال می‌باشند. با توجه به اهمیت موضوع و برنامه‌های دانشگاه‌های امریکا که در قسمت پیش به آن اشاره شد، می‌توان برنامه‌های آموزش کارآفرینی را در تمام دانشکده‌ها و حتی از سطوح پایین آموزش رسمی در سطح مدارس، مثل کشورهای پیشرفته، پیاده کرد. بنابراین هر قدمی که در راه آشنا کردن دانشجویان و غیردانشجویان با مفاهیم و فرآیند ایجاد کسب و کار، برداشته شود، می‌تواند تعداد پایه‌گذاران کسب و کار را افزایش داده (همان‌طوری که به تأثیر این دوره‌ها در بخش پیشین اشاره شد) و باعث رشد و پیشرفت اقتصاد جامعه شود. نظام آموزشی هر کشور یکی از عوامل مهم و مؤثر در پرورش کارآفرینان به حساب می‌آید. دوره‌های آموزش کارآفرینی را می‌توان برای مدیران، دانشجویان و دانش‌آموزان برگزار کرد. در سطح دنیا نزدیک به ۷۰۰ دانشکده کارآفرینی وجود دارد که مفاهیم و تئوری‌های کارآفرینی را برای دانشجویان تدریس می‌کنند. در این مقاله نیز که به جامعه یادگیرندگان اشاره شده است، منظور بیشتر دانشجویان دانشگاه‌ها است.

### اهداف آموزش کار آفرینی

اهداف آموزش کار آفرینی در دانشگاه‌ها می‌تواند از ایجاد آگاهی و دانش در دانشجویان نسبت به کارآفرینی، تا توسعه مهارت‌های کارآفرینی متفاوت باشد. در این‌جا به چند نمونه از اهداف آموزش کار آفرینی که در برنامه‌های ۱۵ دانشگاه مهم و معتبر به آن اشاره شده است را ذکر می‌کنیم:

- افزایش آگاهی و شناخت مراحل و فرآیند راه‌اندازی و اداره کسب و کار جدید.
- افزایش آگاهی دانشجویان نسبت به کسب و کار تازه و شرکت نوپا به عنوان یک مسیر شغلی.
- ارتقای توان خویش‌فرمایی.
- افزایش دانش و شناخت نسبت به نقش کسب و کارهای جدید و شرکت‌های کوچک در اقتصاد یک کشور.

### محتوای درسی دوره‌های آموزشی کارآفرینی در دانشگاه‌ها

محتوای درسی که در دانشگاه‌های معروف و معتبر کشورهای پیشرفته

## تأثیرات مثبت اقتصادی شرکت‌هایی که توسط تحصیل‌کردگان دانشگاهی راه اندازی شده، در جامعه بسیار مهم و قابل توجه است.

بررسی فارغ‌التحصیلانی که در برنامه‌های کارآفرینی شرکت داشته‌اند نشان می‌دهد که این برنامه‌ها باعث تحرک بیشتر برای بیش از نیمی از شرکت‌کنندگان در ایجاد کسب و کار شده است؛ به طوری که این افراد از لحاظ زمانی زودتر از موعد مقرر کسب و کار خودشان را شروع کرده بودند. بنابراین، پیش قدمی برای شروع زودتر فعالیت‌های کسب و کار، اثر تواناسازی و شتاب‌دهی برنامه‌های آموزش کارآفرینی را بر روی فراگیران نشان می‌دهد براون ۱۹۹۰. سرانجام این‌که وسپر و مک‌مولان (۱۹۹۷) با تحقیق‌شان توانستند نشان بدهند که دوره‌های کارآفرینی می‌تواند به فارغ‌التحصیلان در تصمیم‌گیری بهتر فرآیند راه‌اندازی کسب و کار کمک بیشتری نماید.

برخلاف برنامه‌های کارآفرینی، دوره‌های آموزش مدیریت بازرگانی عمومی تأثیر مهم و معناداری در گرایش افراد به فعالیت‌های کارآفرینی ندارد. هاسترو دکر (۱۹۹۹). نتایج و یافته‌های یک تحقیق مربوط به صاحبان کسب و کار در هند نشان می‌دهد که آموزش مدیریت در ایجاد و سوق دادن افراد به فعالیت‌های کارآفرینانه تأثیر چندانی ندارد. چن، گرین و گرمک (۱۹۹۸) با انجام پژوهش بر روی دانشجویان رشته‌های مختلف بازرگانی نشان داد، که برخی از دوره‌های مدیریت، هیچ تأثیری در اتخاذ تصمیم‌های کارآفرینی ندارد. این یافته‌ها بر ضرورت تدوین برنامه‌های آموزشی ویژه که به منظور افزایش دانش و تجربه دانشجویان در زمینه کار آفرینی باشد، تأکید می‌ورزند. محتوا و روش تدریس دوره‌های آموزش کارآفرینی با دوره‌های آموزش بازرگانی می‌باید به طور کامل فرق داشته باشد.

### فراگیران، دوره‌ها، محتوای درسی و روش تدریس کارآفرینی

کارآفرینی را برای چه کسانی می‌خواهیم آموزش دهیم؟ چه دوره‌ها و محتوای درسی را می‌توانیم بگنجانیم؟ آیا روش تدریس کارآفرینی مشابه روش تدریس سایر دروس دانشگاهی است؟ یا کارآفرینی به خاطر ماهیت و نوع فعالیت باید روش تدریسی متفاوت با سایر الگوهای تدریس دروس دانشگاهی داشته باشد؟ در این‌جا به گروه

جدول ۱: موضوعاتی که با آموزش کارآفرینی مرتبط است

راه اندازی کسب و کار	
تأمین منابع لازم	خلاقیت
برنامه ریزی کسب و کار جدید	تأمین مالی کسب و کارهای جدید
خریداری لوازم و امکانات مورد نیاز	شناسایی و ارزیابی فرصت ها
تجزیه و تحلیل ریسک	تکمیل و اجرای کسب جدید
شروع کسب و کار جدید	مدیریت کسب و کار جدید
	بازاریابی کسب و کار جدید
رشد شرکت نوپا و دوران های بحرانی	
مدیریت توسعه	ورشکستگی
مدیریت خرید یک شرکت	تأمین مالی شرکت های در حال رشد
مدیریت ادغام شرکت	شرکت های زنجیره ای
گذر از مرحله شروع و راه اندازی به مرحله	مدیریت خرید سهام <sup>۴</sup>
پیشرفت	مدیریت خرید مال لایمیک <sup>۵</sup>
بازاریابی	
برنامه ریزی بازاریابی	مدیریت نشان و علامت کالا <sup>۶</sup>
راهبرد بازاریابی	تجاری کردن محصولات
توسعه و گسترش محصولات	بازاریابی کارآفرینی
فروش	بازاریابی محصولات جدید
امور مالی	
برنامه ریزی مالی	حسابداری
تأمین مالی شرکت های در حال پیشرفت	تجزیه و تحلیل جریان نقدینگی
تأمین مالی شرکت های نوپا	نحوه ایجاد ارزش
تعیین ارزش یک فعالیت مخاطره آمیز	افزایش بودجه نظام کنترل
تأمین مالی سرمایه گذار ریسکی	تجزیه و تحلیل مالی
	امور مالی حقوق و دستمزد کارکنان
سازماندهی و مدیریت منابع انسانی	
مدیریت سازمان	مسیر شغلی کارآفرینی
ساختار سازمان	تیم های کارآفرینی
کارگزی	مدیریت امور منابع انسانی
قوانین کار در سازمان ها	فرهنگ سازمانی

مدیریت عملیاتی و تکنولوژیکی	
مدیریت اطلاعات	
مسائل و موضوعات استراتژیک	
راهبرد شرکت	راهبرد صنعتی
راهبردهای ورود به کسب و کار	
مسائل و موضوعات قانونی	
مدیریت فرانشیز	امور حقوقی و قانونی کسب و کار
قراردادهای دولتی	اخذ پروانه و سند برای کسب و کار
مالکیت معنوی	امور مالیاتی کسب و کار
خلاقیت	
مدیریت تغییر	مدیریت نوآوری
شرکت های بزرگ و کوچک	
تفاوت بین شرکت های بزرگ و کوچک	کارآفرینی سازمانی
سازمان ها	مدیریت شرکت های کوچک
کسب و کارهای خانوادگی	
مشخصات، ویژگی ها و مهارت های شخصی کارآفرینان	
اخلاق کسب و کار	ارزش های شخصی
توسعه توانایی ها و شایستگی های	فرآیند اقتناع درونی
کارآفرینان	
رهبری	مهارت های کارآفرینان
	فنون مذاکرات بازرگانی
موضوعات عمومی	
معاملات بازرگانی	مدیریت پروژه
امور بین المللی	استفاده از منابع
مشاور مدیریت	

(Dirk De Clercq and others, 1997; p:11)

برای آموزش کارآفرینی تعیین می شود، معمولاً به گونه ای است که دانشجویان را توانا می سازد تا پس از گذاراندن این دوره ها بتوانند خودشان به صورت مستقل کسب و کار جدیدی را راه اندازی کنند. در این جا به موضوعاتی که در ۲۵ مدرسه بازرگانی<sup>۷</sup> مهم و برجسته ایالات متحده آمریکا درباره کارآفرینی آموزش داده می شود، اشاره می شود (جدول ۱).

### تناسب شیوه آموزش با محتوای درسی و خصوصیات و ویژگی های فراگیران

از آن جا که هر دوره آموزشی، روش تدریس خاص خودش را می طلبد و همچنین به خاطر ویژگی منحصر به فرد «دوره های کارآفرینی»، باید روش تدریس آن متناسب با دوره ها و شرایط یادگیرندگان باشد. به عنوان نمونه، کارآفرینی را نمی توان تنها از طریق سخنرانی در یک کلاس رسمی آموزش داد بلکه باید جو کلاس در دوره یادگیری

## جدول ۲. آموزش کارآفرینی در دوره کارشناسی

جامعه یادگیرندگان	دوره	محتوا	روش تدریس و یادگیری
تمام دانشجویان (به جز دانشجویان رشته اقتصاد، مدیریت و مهندسی)	مقدمه‌ای بر کارآفرینی	- دانش پایه درباره کارآفرینی - آگاهی و شناخت کارآفرینی - کسب و کارهای کوچک	- سخنرانی - مطالعات موردی - طرح کسب و کار - سخنرانی میهمانان مدعو
دانشجویان دانشکده اقتصاد و مدیریت	گزیده‌ای درباره کارآفرینی	کارآفرینی و شرکت‌های کوچک - تأمین مالی شرکت‌هایی که توسط مالک اداره می‌شود - مدیریت توسعه	- سخنرانی - مطالعات موردی - سخنرانی میهمانان مدعو - مصاحبه با کارآفرینان - طرح کسب و کار
دانشجویان مهندسی	اقتصاد کسب و کار	- طرح کسب و کار - شرکت‌های نوپا	- سخنرانی - کارگروهی

(Dirk De Clercq and others, 1997, p.12)

از یک رشته خاصی باشند، مزیت آن این است که تقریباً پایه دانشی همه مشترک است، منتها به خاطر ماهیت میان رشته‌ای بودن این دوره‌ها و گروهی بودن اداره کلاس‌ها از تجربیات دانشی دانشجویان رشته‌های دیگر استفاده نمی‌شود.

بنابراین با توجه به نقش دانشگاه‌های کشور به عنوان محور توسعه اقتصادی ضرورت دارد که نظام آموزشی آن به سمتی حرکت کند که به جای این که دانشجویان به دنبال کار و استخدام باشند، خودشان به عنوان نیروی مولد و محرک موتور اقتصادی در جامعه عمل کنند. در کشورهای صنعتی و پیشرفته دانشجویی که از دانشگاه فارغ‌التحصیل می‌شود؛ سعی می‌کند برای خود کسب و کاری ایجاد کند. اگر نظام آموزشی دانشگاه‌ها را به عنوان یک نظام در نظر بگیریم؛ در آن صورت خروجی‌های<sup>۱۰</sup> آن بیشتر کسب و کار و بازارمدار<sup>۱۱</sup> هستند، تا دانش‌مدار. این برخلاف نظام فعلی آموزشی دانشگاه‌های ما است که فارغ‌التحصیلان آن دانش و توانایی علمی بالایی دارند اما مهارت عملی و اشتیاق و علاقه کمتری به خویش‌فرمایی دارند. پس ضرورت اساسی در بازنگری و اصلاح نظام آموزشی دانشگاه‌ها در جهت پرورش افراد کارآفرین احساس می‌شود.

پی‌نوشت

1. Self Employment
2. High Tech
3. Self Employment
4. Business Schools
5. Management Buy - ins
6. Management Buy - outs
7. Brand Management
8. Verstraete
9. Interdisciplinary
10. Outputs
11. Businss & Market Oriented

۳. دانشگاه امیرکبیر

\* منابع در دفتر مجله موجود است.

کارآفرینی بیشتر به صورت غیررسمی، ارتباط متقابل و تبادل تجربیات بین آموزش دهنده و یادگیرنده باشد. همچنین با دعوت از کارآفرینان به کلاس درس می‌توان فراگیران را از نزدیک با فراز و نشیب‌های فرآیند کارآفرینی آشنا کرد. در این جا به یک الگوی منتخب آموزش کارآفرینی برای دانشجویان دوره کارشناسی که در بین جامعه یادگیرندگان، دوره‌ها، محتوا و روش تدریس هماهنگی و تناسب برقرار شده است؛ اشاره می‌شود (جدول ۲).

### محدودیت‌ها و چالش‌های آموزش کارآفرینی و ارائه برخی راه‌حل‌ها و نظرات

روستری<sup>۸</sup> می‌گوید: کارآفرینی را می‌توان تدریس کرد، منتها ما نمی‌توانیم به صورت سیستماتیک و قطعی موفقیت کارآفرینان را تضمین کنیم. بنابراین با برگزاری دوره‌های آموزش کارآفرینی، شناختی که فراگیران از فرآیند کارآفرینی پیدا می‌کنند، به سوی فعالیت‌های کارآفرینی سوق پیدا می‌کنند و از طریق کسب حمایت‌های لازم از واحدهای پشتیبانی کننده، کسب و کار خود را شروع می‌کنند. موفقیت کارآفرینان بالقوه در فعالیت‌های آتی‌شان بستگی به میزان پشتکار و خلاقیت‌شان دارد. چون شتاب تغییرات محیطی کسب و کار در شرایط کنونی بسیار است، ادامه فعالیت و زنده ماندن در عرصه رقابت بستگی به استفاده از دانش و توان نیروی انسانی و فن‌آوری پیشرفته دارد.

محدودیت و یا شاید مزیت دیگری که برای آموزش کارآفرینی مطرح است، بین رشته‌ای<sup>۹</sup> بودن ماهیت این دوره‌ها است. اگر در یک تقسیم‌بندی کلی، دوره‌های آموزش کارآفرینی را به سه قسمت دانش فنی و مهارتی، دانش در زمینه مدیریت کسب و کار و، سابقه و ویژگی‌های شخصیتی افراد کارآفرین تقسیم کنیم، در آن صورت برقراری هماهنگی و ارتباط بین این دوره‌ها بسیار مهم و اساسی است؛ چرا که مدرسانی که این دوره‌ها را تدریس می‌کنند، معمولاً از گرایش‌های مختلف رشته‌های دانشگاهی هستند. بنابراین خود این مدرسان جهت انسجام بیشتر مطالب باید هر مبحثی را که در کلاس ارائه می‌دهند، به نوعی به کارآفرینی ارتباط دهند.

محدودیت و چالش دیگر، نحوه انتخاب و گزینش دانشجویان و فراگیران برای شرکت در این دوره‌ها است. اگر تمام فراگیران یک دوره