



برنامه‌های آموزش کارآفرینی؛ از تئوری تا عمل (بخش دوم)

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

فائزه قمی^۱

سید مجتبی حسینی فرد^۲

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی گرایش منابع انسانی؛ دانشگاه تهران، پردیس قم.

۲. دانشجوی کارشناسی مدیریت دولتی؛ دانشگاه تهران، پردیس قم.





چکیده

بررسی شش برنامه‌ی آموزش و کارآموزی کارآفرینی و مخصوصاً توسعه‌ی معاملات مخاطره‌آمیز مبتنی بر دانش و تکنولوژی بالای کارآفرینان، بررسی ویژگی‌های طراحی برنامه‌های کارآفرینی و خروجی‌هایی که در زمینه پروژه‌های جدید، معاملات جدید و استخدامات حاصل می‌شود. تعدادی از فرضیات پیش‌بینی کننده بیان می‌شود.

واژگان کلیدی

آموزش، کارآفرینی، اروپا، تکنولوژی بالا، کارآموزی، تکنیک‌های کارآموزی.





مقدمه

در بخش ۱ این مقاله تاریخچه طراحی برنامه‌های کارآموزی و آموزش کارآفرینی را بررسی کردیم. این مطالعه تعدادی از موانع را برجسته می‌کند: روش‌های آموزش نامناسب. تأکیدی بر توسعه‌ی مهارت‌های مخصوص کارآفرینی نمی‌شود و یک فقدان مطالعاتی در زمینه‌ی خروجی این برنامه‌ها وجود دارد. در بخش ۲ ما شش برنامه کارآموزی و آموزش کارآفرینی را مد نظر قرار خواهیم داد. و بر توسعه‌ی مبتنی بر تکنولوژی/ دانش بالا در مقابل کارآفرینی، متمرکز می‌شویم. بالاخص ما ویژگی‌های طراحی برنامه‌های کارآفرینی و خروجی‌هایی که به دست می‌آید را از نظر پروژه‌های جدید، معاملات جدید و استخدامات بررسی خواهیم کرد. تعدادی از فرضیات پیش بینی شده است که آن‌ها را بیان می‌کنیم.

طراحی برنامه‌های کارآموزی و آموزش کارآفرینی

شش برنامه‌ای که مورد مطالعه قرار گرفته بودند، شامل این موارد بود:

۱. برنامه‌های کارآفرینی با تکنولوژی بالا، مرکز نوآوری، لیمریک، ایرلند؛
۲. برنامه‌های کارآفرینی، BSC (لیسانس)، لیون، فرانسه؛
۳. برنامه کارآفرینی دانشجویان، BSC (لیسانس)، لیون، فرانسه؛
۴. برنامه کارآفرینی جدید جمی نی^۱، بوسونی، میلان، ایتالیا؛
۵. تکنولوژی بالا برنامه‌ها را پدید می‌آورد، ESADE بارسلونا، اسپانیا؛
۶. برنامه رشد تجاری، کرنفیلد، انگلستان.

ادبیاتی که این برنامه‌ها را تجزیه و تحلیل کرده بود برای روش تحلیل پرسشنامه‌ها نیز مورد استفاده قرار گرفت.

فلسفه برنامه‌ها

شش برنامه‌ی مطالعه شده که مبتنی بر تکنولوژی / دانش بالا بود، ساختارها و دخالت یادگیری را در فرآیند کارآفرینی نشان می‌دهد. ترغیب به ایجاد، توسعه و رشد معاملات تجاری که به‌طور نهادی مبتنی بر تکنولوژی / دانش بالا هستند از طریق توسعه مهارت‌های کارآفرینانه، جزء اهداف عمومی می‌باشد، تعدادی از ارزش‌های مورد حمایت برنامه‌ها تشخیص داده شده است:

۱. به‌طور عمومی برنامه دیدگاهی در نظر می‌گیرند که شرکت‌کننده‌ها باید محیط بیرونی را به‌عنوان عاملی که می‌تواند بر آن تأثیر بگذارند ببینند، به‌جای آن‌که خودشان را هم‌چون فردی عاجز در محیط خاص خودشان ببینند.





به علاوه برنامه‌ها افراد شرکت کننده را ترغیب می‌کرد تا دلایلشان که ایجاد یک تجارت مبتنی بر تکنولوژی / دانش بالا را جزء اهداف شخصی‌شان قرار می‌دهند را بررسی کنند.

شرکت کننده‌ها می‌خواستند تا درکی از تعادل بین اهداف شخصی و محیطی به دست آورند. این رویکرد فلسفی نشان دهنده جایگاه درونی کنترل عقاید است.

تحقیقات انجام شده توسط پری (۱) شاپرو (۲)، جنینکس و زیتامیل (۳) و پری و ویلیام بیان می‌کند که تأکید بر جایگاه درونی کنترل در طراحی آموزش می‌تواند نتایج قابل توجهی از نظر پدیدار شدن به وجود آورد. هماهنگی بالایی در مورد روش‌های آموزش و جایگاه کنترل عقاید وجود داشت.

۲. همه‌ی برنامه‌ها یک نقطه‌ی شروع فلسفی داشتند که ارتباط قوی بین کیفیت تیم‌های کارآفرینی و رشد بالقوه آن‌ها و توانایی جذب سرمایه‌ها مد نظر قرار می‌دادند.

چندین بعد از عقاید تیم‌ها که بر آن تأکید می‌شود:

- تعادل خوب بین شایستگی‌ها و نقش‌های تیم - در بسیاری از تیم‌ها بین مهندسان و مدیران ادغام شده بود؛
- استفاده خوب از منابع تیم و تشخیص روشن مسؤلیت‌های متقابل و توضیح اهداف تجاری؛
- اتخاذ راه‌حل‌های کنش‌گرایانه‌ی مسایل و تأکید بر وظایف اجرایی؛
- احترام به عقاید اعضای تیم و آزادی نقد و تفاوت در تأکیدات.

از چنین مبناهای فلسفی تیم حمایت قوی می‌شود. تحقیقات بیان می‌کنند که برنامه‌های کارآفرینی مؤثر تعدادی از کارآفرینان را در یک ساختار تیمی متحد می‌کند، به طوری که آن‌ها بهترین استفاده را از فرصت‌های پیشرو می‌برند (۱۰) - (۵).

۳. سومین بعد از فلسفه مشترک همه‌ی این برنامه‌ها، استفاده از استراتژی‌های یادگیری است. برنامه‌ها ممکن است از یک سری استراتژی‌های یادگیری شامل: نظری، استقرایی و مهارتی استفاده کنند. از شرکت کنندگان انتظار می‌رود که کلیه مسؤلیت‌های فرآیند آموزش را بر عهده بگیرند و روند آن را پی‌گیری نمایند.

استراتژی‌های آموزشی بر موقعیت یادگیری Q تأکید می‌کنند. مومفارد (۱۲) و روانس (۱۱) از این واژه‌ها استفاده کرده‌اند.

روشی که یادگیری Q را تأکید می‌کند شامل: کارگاه آموزشی، مشاوره شخصی، ارزیابی همگنان، مطالعه موردی و نقش بازی کردن می‌باشد. یکی دیگر از ابعاد فلسفه یادگیری نقش تسهیل‌گر برنامه‌ها است.

به طور عمومی نقش تسهیل‌گری برنامه به عنوان یک مدل، تسهیل‌کننده‌ی یادگیری، مرکز سرمایه و راهنمای منابع کارآفرینی عمل می‌کند. هندی (۱۳) به طور مستمر از فلسفه‌های ابزارگرایی و وجودگرایی یادگیری استفاده می‌کند.

رهبران برنامه‌ها در نهایت وجودگرایی عمل می‌کردند. ارزش‌هایی که در فلسفه‌ی وجودگرایی بودند شامل این نگرش که یادگیری اساساً یک تجربه شخصی است و شرکت کنندگان به عنوان یک کارشناس در محیط‌های تکنیکی آگاهی کسب می‌کنند و خودشان می‌توانند یادگیری‌هایشان را مدیریت کنند.





این شالوده‌ی فلسفی تقویت کننده‌ی محتویات مشخص، استراتژی‌های یادگیری و روش‌های تطبیق شده و طول مدت برنامه‌ها می‌باشد.

طول مدت، جامعه مورد نظر و ساختار برنامه‌ها

برنامه‌ها از نظر طول مدت متفاوتند و گستره‌ی آن از ۲۵ روز تا ۱۲ ماه است. هم‌چنین تنوع از نظر جامعه مورد نظر که گستره‌ی آن از دانشجویان / محققان، کارآفرینان در مراحل اولیه، موقعیت‌های رشد شرکت‌های کوچک و مدیران شرکت‌های بزرگ را در بر می‌گیرد. شرکت کنندگان الزاماً به‌وجود یک ایده نیاز ندارند. عموماً سه دسته از موقعیت‌ها ایجاد شده بود برای:

۱. شرکت کنندگانی که تا به حال هیچ ایده‌ای نداشته‌اند، چه واقعی و چه ذهنی، برای شروع معاملات تجاری مخاطره‌آمیز مبتنی بر تکنولوژی / دانش بالا؛
 ۲. شرکت کنندگانی که تا به حال ایده یک پروژه را به‌طور پیش‌نویس برای فعالیت‌های معاملات تجاری مخاطره‌آمیز مبتنی بر تکنولوژی / دانش بالای آینده تعریف کرده‌اند؛
 ۳. شرکت کنندگانی که تا کنون هیچ پروژه‌ای نداشته‌اند، اما در یک دوره‌ی خاص از شروع برنامه تجاری، جست‌وجو کرده و یکی را تعریف کرده‌اند.
- هم‌چنین ساختارهای برنامه تنوع قابل توجهی را به نمایش می‌گذارند. جدول ۱ تجزیه و تحلیلی از ویژگی‌های ساختاری را ارائه می‌دهد.

برنامه	ساختار یادگیری		حوزه یادگیری				تمرکز مداخلات		موقعیت یادگیری		کنترل موقعیت یادگیری
	مکانیکی	ارگانیکی	آموزشی	کارآموزی	دانش	روش‌ها	شایستگی مهارت‌ها	مرکز فعالیت شخصی	مرکز فعالیت گروهی	تسهیلگران اداره شده	شرکت کنندگان اداره شده
برنامه‌های تکنولوژی بالا (ایرلند)	۴۰	۶۰	۳۰	۷۰	۳۰	۴۵	۲۵	۵۵	۴۵	۶۰	۴۰
برنامه‌های کارآفرینی، لیون، فرانسه	۷۰	۳۰	۶۵	۳۵	۴۰	۲۰	۴۰	۳۰	۷۰	۸۰	۲۰
برنامه دانشجویان، لیون، فرانسه	۳۰	۷۰	۵۰	۵۰	۵۰	۲۰	۳۰	۶۰	۳۰	۴۰	۶۰
جمعیتی	۴۰	۶۰	۴۰	۶۰	۶۰	۳۰	۳۰	۷۰	۳۰	۲۰	۳۰



											ایتالیا
۵۰	۵۰	۵۵	۴۵	۲۰	۴۵	۳۵	۷۰	۳۰	۵۰	۵۰	تکنولوژی بالا، اسپانیا
۶۰	۴۰	۴۰	۶۰	۲۰	۳۵	۳۵	۶۰	۴۰	۶۰	۴۰	رشد تجاری، انگلستان

جدول ۱. تجزیه و تحلیل ویژگی‌های ساختاری برنامه

نکته: این جدول براساس تجزیه و تحلیل مفاهیم ادبیات و پرسشنامه‌های برنامه است. همه اعداد براساس درصد می‌باشد.

برخی از ابعاد ساختار یافته قابل تعریف می‌باشند:

- ماده‌گرایی در مقابل ارگانیکیتی: به‌جای کل فقط برنامه‌ها تفاوت می‌کنند.
- انعطاف‌پذیری و عدم انعطاف‌پذیری در داخل برنامه‌ها ساخته می‌شود. به‌هر حال در پایان این پیوستار به سمت ارگانیکیتی / انعطاف‌پذیری سوق پیدا می‌کنند.
- تأکید بر آموزش در مقابل کارآموزی، بعضی از برنامه‌ها تأکید بیشتری بر فرآیندهای آموزشی دارند. یعنی بر مفاهیم تمرکز می‌کنند، اصولاً ارزش‌ها و روش‌ها در کارآموزی را مد نظر قرار می‌دهند؛ یعنی رقابت و کسب مهارت.
- موقعیت‌های آموزشی فردی در مقابل گروهی: توازن بین آموزش فردی و گروهی در یک دامنه ۲۵٪ تا ۷۰٪ گروه قرار می‌گیرد.
- محدوده آموزش. بعضی از برنامه‌ها تأکید قابل توجهی بر کسب دانش دارند در حالی‌که سایرین تأکید بیشتری بر توسعه مهارت و تجربه دارند، به نحوی که روش‌ها و نگرش‌های مثبتی در جهت برنامه‌های پرریسک در موقعیت‌های عدم اطمینان داشته باشند.
- تسهیلات مدیریت شده در مقابل آموزش خودمدیریتی - همه برنامه‌ها بر فرآیندهای آموزشی خودمدیریتی در ساختار تأکید دارند. این اصولاً به معنی حمایت از مشورت‌های مستقیم و غیرمستقیم می‌باشد.
- توزیع و تحویل پیوسته در مقابل مقطعی، بعضی از برنامه‌ها با توجه به نوع مدل پروژه به توزیع پیوسته تأکید دارند، در حالی‌که برخی دیگر بر مبنای توزیع مقطعی می‌باشند.

اهداف و مفهوم برنامه‌ها

- اهداف مربوط به برنامه‌ها نوعی هم‌گرایی چشمگیری را نشان می‌دهد. به‌طور کلی می‌توان پنج هدف را که در شش مطالعه مربوط به برنامه به دست آمده، ارایه کرد:
۱. تعریف و آماده‌سازی مشارکت بالقوه جهت شروع یا توسعه دانش و تکنولوژی خود در جهت سرمایه‌گذاری‌های تجاری؛





۲. توانایی مشارکت برای محیا کردن برنامه‌های تجاری در جهت سرمایه‌گذاری‌های جدید با این هدف که بتوانیم سهم قابل توجهی از بازار را به‌دست آوریم؛
۳. تمرکز بر روی موضوع‌هایی که برای اجرای یک پروژه کارآفرینی ضروری می‌باشد. مانند تحقیقات بازاریابی و تجزیه و تحلیل رقبا و تأمین مالی تجاری، مسایل قانونی و مالیاتی و غیره؛
۴. توانا کردن جهت رفتارهای مستقل و تحمل ریسک و پذیرش مسئولیت؛
۵. توانا کردن شرکت کنندگان جهت حضور در موقعیت‌های تجاری که به دانش و تکنولوژی بالایی در پایان برنامه وابسته می‌شود.

محتوای شش برنامه می‌تواند به معنی سه عنصر باشد: فرموله کردن، توسعه و کاربرد ایده تجاری.

۱. مرحله فرموله کردن شش برنامه به‌طور کلی بر کسب دانش در حیطه موضوع تأکید دارد، هم‌چون دانش و محتوای اطلاعات مربوط به دنیای تجارت، طبیعت کارآفرینی ویژگی‌های یک گروه مؤثر و ماهیت مبادلات و فعالیت‌های تجاری.
 ۲. مرحله توسعه و پیشرفت یک تأکید بر افزایش مهارت و رویکردی می‌باشد، یعنی دریافت تمرکز ویژه بر روی آن‌چه که در برنامه‌های تجاری، سهم بازار، برنامه‌های مالی، تعریف تولید و ایجاد برنامه‌های مالی نقش دارد.
 ۳. مرحله کاربرد تجاری یک دانش و نگرش کلی را مد نظر قرار می‌دهد. مفاهیم اصلی که در همه برنامه‌ها وجود داشت شامل برنامه‌ریزی مالی، مدیریت رشد شرکت، وظایف و رویکردها، و انتقال کارآفرین به مدیر می‌باشد.
- جدول ۲ ارتباط بین مرحله توسعه تجاری مفاهیم اصلی و استراتژی‌آموز را ارائه می‌دهد. محتوای شش برنامه نیز بر توسعه شخصی نیازهای شرکت کنندگان متمرکز شده است. مثال‌هایی از توسعه شخصی نوآوری‌ها در داخل برنامه طراحی شده است، شامل: توسعه مهارت‌ها و تکنیک‌ها برای به‌دست آوردن توان بین اهداف تجاری و اهداف شخصی، توسعه برنامه‌های پیشرفت شخصی، چگونگی رفتار با شکست در تجارت، (پیام اصلی این است که شکست در تجارت با تکنولوژی و دانش بالا به تجارت مربوط می‌شود و نه به اشخاص) و عضویت مشارکتی در برنامه‌ها، و گروه‌های مرجع تأکید شدیدی بر همه برنامه‌ها داشتند. این یعنی کاربرد این عقیده که گزینه‌ها و رویکردهای شرکت کنندگان و اعتقاداتشان، وظیفه گروه مرجع مربوطه می‌باشد.

استراتژی‌های آموزش و روش‌ها / تاکتیک‌ها

تجزیه و تحلیل استراتژی‌های آموزش و متدهای آموزشی به بیان تفاوت عمده بین برنامه‌هایی که به یک روش یا استراتژی اتکا کرده‌اند و نه بر شواهد می‌پردازد. علاوه بر این درجه بالایی از هم‌گرایی بین شش برنامه مطالعه شده وجود داشت، در این مقاله هدف ما این بود که استراتژی‌ها و متدهای آموزشی را از هم جدا کنیم. یک استراتژی آموزشی ما به‌عنوان یک نگرش فلسفی گسترده برای فرآیند آموزش تعریف کردیم، تاکتیک‌ها / متدهای آموزشی همان اثر انتخاب استراتژی می‌باشد. جدول ۲ این ارتباط را بیان می‌کند.



سه استراتژی آموزش کلی را می‌توان بیان کرد:

۱. استراتژی هدایت‌گر، هدف این استراتژی این است که اطلاعات مربوط به اصول اولیه را فراهم کند؛

گام توسعه تجارت	محتویات یادگیری	استراتژی‌های یادگیری مورد استفاده	روشی‌های یادگیری مورد استفاده	درصد تقریبی از کل زمان برنامه
فرآیند شکل‌گیری تجارت	معامله‌ی تجارت شکل‌گیری ماهیت تجارت کارآفرینی معاملات مبتنی بر تجارت اعضای دارنده‌ی تکنولوژی بالا	استراتژی‌های آموزشی استراتژی‌های ایجاد مهارت	سخنرانی ارایه بحث میزگرد ویدیوها آگهی‌ها	۲۲
فرآیند توسعه‌ی ایده	برنامه‌ریزی تجاری تولید ایده ایجاد تیم تعریف محصولات تحقیقات بازار	استراتژی‌های ایجاد مهارت استراتژی‌های راهنما	مطالعات موردی کارگاه‌های ایجاد ایده بحث‌های گروهی نقش‌بازی کردن‌ها شبیه‌سازی	۶۸
مدیریت تجارت	مدیریت رشد استمرار ایجاد تیم موضوعات مدیریت منابع انسانی	استراتژی‌های آموزشی استراتژی‌های ایجاد مهارت	سخنرانی و اعلامیه‌ها بحث گروهی ویدیوها	۸

جدول ۲. ارتباط بین گام‌های توسعه تجارت با محتویات یادگیری و استراتژی‌های یادگیری

نکته: این جدول براساس تجزیه و تحلیل مفاهیم ادبیات برنامه است.

۲. این منجر به اجرا کردن چند وظیفه اصلی می‌شود: دانش وابسته به شرکت کنندگان را بر روی موضوع‌هایی می‌دهد که هم‌چون طبیعت کارآفرینی و فرآیند توسعه تجاری در سرمایه‌گذاری‌های که به تکنولوژی بالا / دانش بالا وابسته می‌باشد. اصولی را برای استفاده از سایر استراتژی‌ها آرایه می‌کند: و به افزایش ارتباط دوطرفه بین عناصر اصلی کمک می‌کند. تئوری‌های آموزشی اصلی تأکید بر استفاده از استراتژی‌های آموزشی هدایت‌گری می‌باشد که شرکت کنندگان بتوانند اطلاعات مربوطه را به‌وسیله آموزش کسب کنند، روش‌هایی که در همه‌ی این شش برنامه استفاده شد و اثربخش بود شامل: سخنرانی‌ها، سمینارها، مطالب اعلامیه‌ها، آرایه‌های ویدیویی، ساختارهای مبتنی بر کامپیوتر.

تجزیه و تحلیل این شش برنامه بیان می‌کند که استراتژی‌های هدایت‌گر استفاده شده به‌طور متوسط ۲۰٪ زمان برنامه را به‌خود اختصاص می‌داد. شاید این یک نوع استفاده گزاف باشد چون برای یکی از اصول فلسفی برنامه‌های مورد مطالعه زیان‌بخش می‌باشد؛ یعنی برای نگرش گروهی و ایجاد گروه زیان‌بخش است. به‌علاوه این یک استراتژی مفید برای تشویق مالکیت شخصی، کسب مسؤلیت و مکان درونی کنترل که پیش از این بیان کردیم نمی‌باشد. هم‌چنین می‌تواند ما را به جلسات آموزشی کسل‌کننده از نقطه‌نظر شرکت کنندگان هدایت کند.





۳. استراتژی ایجاد مهارت: هدف از این استراتژی توسعه اثربخشی مشارکتی به‌عنوان یک کارآفرین می‌باشد. استراتژی ایجاد مهارت در بسیاری از بخش‌های اصلی این شش برنامه مشاهده شد. هم‌چنین در بخش‌هایی هم‌چون برنامه‌ریزی تجاری، اطلاعات گروهی، برنامه‌ریزی مالی و تحقیقات بازاریابی وجود داشت. تئوری اصلی بر استفاده از این استراتژی تأکید می‌کند که باعث تسهیل تعاملات افراد، شکل دادن به رفتار جهت افزایش اثربخشی و اداره‌ی یک جلسه مذاکره و فرآیند تعارض می‌شود.

روش‌های مورد استفاده برای تأثیرگذاری این استراتژی شامل: مطالعات موردی، بازی نقش آموزشگاه‌ها، ارایه‌های و شبیه‌سازی‌ها می‌باشد. این استراتژی حدود ۴۰٪ از زمان تخصیص داده شده به برنامه‌ها را به‌خود اختصاص می‌داد.

۴. یک استراتژی راهنما: هدف از این استراتژی این است که انجام کارها، کشف ارتباطات، بررسی کردن، و عمومی کردن اصول برای آزمون‌های آتی به‌صورت مشارکتی صورت پذیرد. که این بر مبنای سیکل آموزشی تجربی صورت می‌گیرد که در بخش اول این مقاله بحث کردیم، در آن‌جا نمونه‌های زیادی وجود داشت که این استراتژی آموزش را مورد استفاده قرار داده بودند. این استراتژی در نواحی هم‌چون تولید، اصلاح ایده، تحقیقات بازار و توسعه محصول آشکار بود. روش‌های مورد استفاده برای تأثیرگذاری این استراتژی شامل: شبکه‌بندی، مشورت غیرمستقیم، تعلیم ارتباطات مربی، آموزشگاه‌های ایجاد ایده، و بحث‌های گروهی بدون رهبر می‌باشد، این استراتژی حدود ۴۰٪ از کل برنامه زمان‌بندی را در این شش برنامه به‌خود اختصاص می‌داد. تأثیر استفاده از این استراتژی به‌طور بالقوه منجر به نتایج موفقیت آمیزی جهت شروع یک سرمایه‌گذاری جدید می‌شود.

تسهیلات برنامه‌ریزی

یکی از ویژگی‌های بارز این شش برنامه تسهیل کردن برنامه‌ها به‌طور قوی بود. تسهیل‌کنندگان برنامه‌ها در خیلی از موارد نقش‌های گوناگونی را اجرا می‌کردند، جدول ۳ نقش‌های اصلی و تخصیص زمان برای هر یک را نشان می‌دهد، نقش‌های استفاده شده مثل مشاور، مربی، پندآموز، اسوه و راهنما. بعضی از این نقش‌ها به‌طور هم‌زمان اجرا می‌شوند، بنابراین مجموع درصد‌های آن‌ها ۱۰۰ نمی‌شود، نقش‌هایی که به‌طور غالب مورد استفاده قرار می‌گرفت شامل: اسوه، مربی و مشاور می‌باشد. تسهیل‌کننده‌ی برنامه‌ها در طول برنامه به‌عنوان اسوه عمل می‌کرد. جنبه‌های این نقش که در مطالب و پرسش‌نامه‌های برنامه‌ها قابل مشاهده بود؛ شامل بعد تجربه شخصی فرآیند کارآفرینی و تشویق جایگاه درونی کنترل می‌باشد. نقش مربی اصولاً به‌صورت غیرمستقیم مشاهده می‌شد و از سه بعد تشکیل شده بود: انگیزش و ایجاد اطمینان در شرکت‌کنندگان، تشویق آموزش‌های خودمدیریتی و خود شفی و توسعه قابلیت‌های حل مسئله. نقش مشاور نیز یک نقش چند بعدی بود که در بخش‌های اصلی همه‌ی شش برنامه اجرا می‌شد. ابعاد اصلی شامل ارایه کارشناس برنامه‌های تجاری و ایده‌های پروژه، ارزیابی تسهیلات سرمایه‌گذاری‌های تجاری، ساخت ارتباطات با مؤسسه‌های مالی و محیاسازی دانش کارشناسی در دنیای تجارت، اهمیت تسهیلات مربوط به برنامه‌های تخصصی به‌خوبی در متن (۱۶) - (۱۳) بیان شده است.



شباهت‌ها در مورد طراحی: مشاهده‌ی هم‌گرایی

در پنج سال گذشته رشد قابل توجه در توسعه دانش کارآفرینی و برنامه‌های آموزشی در اروپا مشاهده نشد. این رشد در اروپا بیشتر از آمریکا به تأخیر افتاد (۱۷). در اروپا افرادی هم‌چون آلبرت و دیگران (۱۶) و هال و تیجمسترا (۱۸) بیان کردند که زمینه‌های این رشد یکی از برنامه‌های آموزشی ضروری برای دانش آموزان می‌باشد زیرا آن‌ها را به سمت تحصیل و برنامه‌های آموزش کارآفرینی مستمر در آینده برای کسانی که دارای سابقه حرفه‌ای و به‌طور جدی خواستار کارآفرین شدن بوده‌اند، هدایت می‌کند.

با این وجود، این رشد در راستای ادبیات قبلی‌اش می‌باشد و بعضی از تشویش‌ها و نگرانی‌ها در مورد طراحی چنین برنامه‌هایی را بیان می‌کند. مفسرانی هم‌چون نوریمتر (۱۹) و مک مولان و لانگ (۱۰) و هالس (۲۰)، ایوان سویک (۲۱) و چورچیل (۲۳)، به‌طور خاص ابهامات و سؤالات مربوط به موضوعات هدف جامعه، ساختار و مفاهیم را بیان کردند.

انواع نقش	ابعاد نقش‌ها	مدت زمان انجام کار توسط تسهیل‌گر (درصد)
مشاوره حقوقی	<ul style="list-style-type: none"> برانگیختن و اطمینان دادن به شرکت‌کنندگان؛ ترویج یادگیری خودکشفی و خودمدیریتی؛ توسعه ظرفیت‌های حل مسأله به‌طور شخصی؛ کمک به یافتن گزینه‌ها. 	۵۵
مربی	<ul style="list-style-type: none"> ارتباط مرکب ایده‌ها و دانش؛ توسعه مهارت‌های کارآفرینی؛ ارایه بازخور در مورد برنامه‌ها و غیره. 	۲۵
پندآموز	<ul style="list-style-type: none"> برانگیختن و تشویق شرکت‌کنندگان؛ تسهیل گسترش ارتباطات / شبکه‌ها؛ انتقال ارزش‌ها و نرم‌های کارآفرینی. 	۱۵
مشاور	<ul style="list-style-type: none"> ارایه مهارت‌ها در زمینه طرح‌های تجاری و ایده‌های پروژه؛ ارزیابی شایستگی ایده‌های معاملاتی تجاری؛ ایجاد ارتباط با مؤسسات مالی؛ 	۵۰





	<ul style="list-style-type: none"> • رایبه دادن دانش خوب جهان تجارت؛ • مشورت کردن در میزگرد برای انتخاب پروژها. 	
۱۰۰	<ul style="list-style-type: none"> • رایبه دادن رفتار کارآفرینانه؛ • مرکز درونی کنترل داشتن؛ • اعلام گرایش مثبت به سمت ریسک؛ • رایبه تجربیات شخصی فرآیند کارآفرینی؛ • داشتن سطح بالایی از اعتماد. 	اسوه
۲۰	<ul style="list-style-type: none"> • راهنمایی کارآفرینان با تکنولوژی بالا در جهت کارشناسی مناسب؛ • تعریف منابع ممکن از سرمایه‌هایی که می‌توانند به وسیله اشخاص بررسی شوند. 	راهنما

جدول ۳. ابعاد تسهیلات برنامه‌ریزی

نکته: مدیران برنامه‌ها نقش‌های چندگانه‌ای داشتند، از این رو جدول ۱۰۰٪ توسعه نیافته است.

اکثر نویسندگان همگنی این برنامه‌ها را در غالب خصوصیات طرح خود متذکر شدند. این موضوع حمایتی را برای قضیه‌ی هم‌گرایی رایبه می‌دهد. خط پایه‌ی استدلال درباره‌ی چنین قضیه‌ای این است که پیشرفت‌ها در فن‌آوری و اقتصاد جهانی را می‌سازد که اختلافات در آن به حد اقل می‌رسد. بنابراین، چون جوامع بیشتر به هم شبیه می‌شوند، چگونگی تجارت هم به مانند یکدیگر می‌شوند. تحصیل کرده‌ها و متخصصانی وجود دارند و به این موضوع معتقدند که برای مثال فلسفه‌ی مدیریتی آمریکا به‌طور موفقیت‌آمیزی در تمام دنیا نشان داده شد. در رابطه با برنامه‌های آموزش و کارآموزی کارآفرینی، این قابل قبول است که سطح پیشرفت‌ها در اتحادیه اروپا به نسبت کمتری هم‌گرایی را ارتقا بخشیده است. چنین قضیه‌ای نمی‌تواند مورد رقابت واقع نشود. بعضی از مولفان (۲۴، ۲۵)، نشان می‌دهند که اختلافات فرهنگی عمیقی بین جوامعی که نسبت به تغییرات سریع حساسیت نشان نمی‌دهند وجود دارد. بعضی از اختلافات فرهنگی ممکن است ناپایداری و دگرگونی‌هایی را بر حسب استفاده‌ی الگوهای یادگیری و فرضیات به‌وجود آمده درباره‌ی آموزندگان، آسان‌سازی روش و رفتارهای آموزندگان توضیح دهند. مدارک هم‌گرایی بر حسب طرح از طریق مطالعات به‌دست آمده از برنامه‌ها قابل دسترسی می‌باشد و به شکل زیر به‌صورت خلاصه در آمده است:

- معابری بر پایه‌ی ساختارهای سنتی در سراسر این برنامه‌ها آشکار بودند. در حالی که الگوهای یادگیری استقرایی و مهارت‌ها درجات بالایی از همانندی را در برنامه‌ها نشان می‌دادند، هنوز یک گرایش برای رایبه‌ی دانشی که راهبردهای آموزشی رسمی را مورد استفاده قرار می‌دهد، وجود دارد. تقریباً ۲۵ درصد از محتویات برنامه هنوز بر طبق



یک نوع روش سنتی ارایه شده است. این قدرت نقل این عقیده را دارد که کارآفرینی بیشتر راجع به دانش و روش‌ها و کمتر در رابطه با انگیزه و شایستگی شخصی است.

- شواهد انعطاف در رابطه با طرح برنامه در اصل ثابت بودند. تعدادی از عناصر ویژه‌ای وجود دارند که قسمتی از مضمون برنامه‌ها را تشکیل دادند. این‌ها شامل مهارت‌های آزمایش واقعیت، مهارت‌های خلاقیت، تحمل ابهامات و مکانیزم‌های غلبه بر فشارها می‌شود. شمول (گنجایش) این نوع مضمون بازشناسی صریحی را به افراد پردغدغه می‌دهد، فقط در موقعیت‌های رویارویی با کارآفرینان. تمام برنامه‌ها این طرح و نمایش را تشخیص دادند.

- برای این‌که بسیاری از برنامه‌های آموزش و کاروژی کارآفرینی عمل کمی برای انجام دادن به همراه تولید کارآفرینان در غالب مفهومات اکید دارد و به این خاطر که اصطلاحات «کارآفرینی» و «تجارت کوچک» در جای یک‌دیگر به کار می‌روند، از بحث‌های اصلی ادبیاتی و دانشی در بخش ۱ بودند. در نمونه‌های مطالعات برنامه‌ها یک تقدیر خوبی از پیچیدگی‌های طراحی برنامه‌ها و مضامین آن برای چنین مخاطب ویژه‌ای وجود دارد. اهداف برنامه‌ها بر مردم و بر شناسایی کارآفرینان توانا که پیشرفت قابل ملاحظه‌ای داشتند، متمرکز شده بود. هم‌چنین یک فرایند تطبیقی به وضوح در شواهد، همراه با کوشش‌های به وجود آمده برای تطبیق مردم با فرصت‌های شغلی وجود داشت و فرایند شکل‌گیری مخاطره‌آمیز را آسان کرده است.

- به‌طور کلی برنامه‌ها اختلافات ادراکی بین کارآفرینی و تجارت کوچک را نشان ندادند. در اصل برنامه‌ها با عنوان کارآفرینی در اصطلاح مقیاس سرمایه‌گذاری و مدیریت فرصت‌ها و خلاقیت مخاطره‌آمیز سرو کار داشتند.

- طرح برنامه‌ها عناصری را متحد می‌سازد که به‌طور واضحی برای تولید نوع ابتکاری (منحصر به فرد) از کارآفرینان را به علاوه‌ی نوع تقلیدی (تولید مثل اشتقاقی) آن متحد شده‌اند (۲۶). این میزان و تعادل در اصطلاحات طبیعت فردی فرایند طرح و نیازهای داخلی منعکس شده بود.

تحلیل‌ها نشان می‌دهند که طرح شش برنامه که هدف تغییر میزان چیزی که آموزش داده شد را دور از موضوعات داشته است، دانش و تکنیک‌ها نگرانی بزرگتری را برای پیشرفت صلاحیت‌های ویژه‌ی کارآفرینی دارد. در این‌جا یک تأکید بیشتری روی یادگیری با روش‌های متمایل به مسأله / فرصت، روش‌های آموزش در کلاس درس، معاوضه‌های گروه هم‌سالان و یک اهمیت نظم چند منظوره بر حسب مضمون وجود دارد. این تحلیل‌ها هم‌چنین بسیاری از هم‌سانی‌ها را در اصطلاح روش و فایده‌ی راهبرد یادگیری نشان می‌دهند. این هم‌گرایی بر حسب محتوای برنامه و عناصر فرایند مشهود است. عناصر فرایند ممکن است بیشتر مستعد به اختلافات فرهنگی ملی هستند. اگرچه این تجزیه و تحلیل‌ها هم‌سانی مشخصی را نشان می‌دهند.



رابطه‌ی بین استخدام (به کارگیری) و برنامه‌های آموزشی و کارآموزی کارآفرینی

در این جا شواهد یک رابطه‌ی مثبت بین برنامه‌های کارآموزی و آموزش و تعدادی از شروع‌های مخاطره‌آمیز وجود دارد. تحقیقات انجام شده توسط (Webb et al (27 در دانشگاه Babson در آمریکا نشان می‌دهد که دانشجویانی که در چنین برنامه‌هایی شرکت داده شدند بسیار مشتاق به شروع تجارت برای خودشان هستند. آن‌ها از یک طرح آزمایشی به همراه گروه‌های کنترل استفاده می‌کردند. آن‌هایی که یک برنامه‌ی آموزش و کارآموزی کارآفرینی را انتخاب کردند (۲۱ درصد) یک تجارت را مانند استخدام تمام وقت مقایسه شده با ۱۴ درصد از اعضای گروه کنترل که چنین برنامه‌ای را انتخاب نکردند. از این گذشته، ۱۲ درصد اضافه از شرکت کنندگان به‌طور قاجاق در یک شغل و تجارت در مقایسه با ۲/۵ درصد از گروه کنترل بودند. همه‌ی دانشجویان در هر دو گروه‌های آزمایشی و کنترل در تجارت به تخصص رسیدند به همین خاطر سابقه‌ی تحصیلی آن‌ها شبیه به هم بود به جز شرکت کنندگان در برنامه‌ی کارآفرینی. یک نتیجه‌ی دیگر این بود که ۴۹ درصد از آن‌هایی که برنامه را در اختیار گرفتند به منظور شروع تجارت خودشان این کار را انجام دادند. از آن‌هایی که در برنامه شرکت داشتند که کارآفرین شوند که ۴۶ درصد از آن‌ها این کار را انجام دادند. مطالعه آشکار ساخت که گروه سنی متوسط برای شروع ۳۳ تا ۳۵ سال بودند، تقریباً مطابق با یک دهه تکمیل تحصیل تمام وقت به عنوان فارغ‌التحصیل دانشگاه. یک تحلیل از این داده‌ها نشان می‌دهد که افراد با شغل آزاد تمام وقت گرایش به دوری از ساخت و تولید داشتند، شاید به این دلیل که برای شروع بسیار مشکل است. نیمی از آن‌هایی که دارای شغل آزاد پاره وقت بودند ساخت و تولید را برگزیدند و این‌طور ظاهر شدند که می‌خواهند خود را با داشتن شغل در یک سازمان دیگر حفظ کنند. شش برنامه‌ی تحت مطالعه همه بر تجارت مبتنی بر دانش / فن‌آوری پیشرفته متمرکز شدند. این‌ها شرکت‌هایی هستند که محصولات یا خدمات خود را با تحقیقات پیشرفته‌ی فن‌آوری توسعه می‌دهند یا آن‌هایی که فعالیت‌های خود را بر پایه‌ی کاربرد دانش پیشرفته بنا می‌کنند. قسمت ادبیاتی (۲۸ - ۳۰) نشان می‌دهد که چنین شرکت‌هایی در اصل با سطوح بالای هزینه بر R&D توصیف شده‌اند، در کنار آخرین پیشرفت‌ها در دانش یا در تحقیقات مربوط به زمینه‌ی فعالیت آن‌ها، یک استعداد قابل توجهی در به‌کار بستن فنون و اطلاعات یا فن‌آوری‌های جدید برای حل مشکلات خود، و استخدام پرسنل با داشتن حداکثر شرایط لازم.

وقتی ما نتایج برنامه‌ها را به‌عنوان محصول معاملات جدید بررسی می‌کنیم، شکل‌ها و تصورات دلگرم کننده است. جدول شماره‌ی ۴ یک تحلیل از شش برنامه را بر حسب تعداد برنامه‌ها، تعداد افراد شرکت کننده، پروژه‌ها و شرکت‌های شرکت کننده، استخدام و هزینه‌ی برنامه‌ها را ارائه داده است. یک مجموعه از ۷۵۵ شرکت کننده در مطالعه‌ی انجام گرفته در برنامه‌ها شرکت داده شدند. این در تشکیل ۳۱۶ معامله‌ی جدید نتیجه داد که تقریباً یک نسبت یک معامله‌ی جدید برای هر دو شرکت کننده می‌باشد. از تعداد کل معاملات، ۲۳۵ عدد هنوز در زمان تحلیل تجاری بودند. این یک نسبت ابقایی از بیش از ۸۰ درصد را نشان می‌دهد.

وقتی ما اثر خلاقیتی این معاملات فن‌آوری بالا / مبتنی بر دانش را بررسی می‌کنیم به این نتیجه می‌رسیم که بسیار مهم است. طبق داده‌های ۴ برنامه ۲۶۶۵ شغل به وجود آمد. این یک متوسط از ۶۶۶ شغل در هر معامله‌ی جدید برای



چهار برنامه‌ای که ما داده‌های آن‌ها را در اختیار داریم، نشان می‌دهد. هزینه‌ی متوسط هر شغل برای سه برنامه ۱۲۸۳ \$ آمریکا بوده است. بر حسب هزینه‌ی ارایه‌ی یک برنامه، هزینه‌ی متوسط برای هر برنامه ۵۱۰۰۰ \$ آمریکا بوده است. هزینه‌ی متوسط برای هر شرکت کننده ۶۳۳ \$ آمریکا بود. سطح موفقیت به دست آمده توسط معاملات با فن‌آوری پیشرفته به عنوان نتیجه‌ی این برنامه‌ها شکل گرفت که بسیار مهم واقع شد. این در مخالفت با ایده‌های سنتی و تحقیقات منتشر شده می‌باشد. در این جا یک بدنه‌ی قابل توجهی از تحقیقات (۲۸-۳۰) وجود دارد که نشان می‌دهد معاملات فن‌آوری پیشرفته / مبتنی بر دانش قدرت لازم را برای رشد یا زوال سریع را دارند. رشد می‌تواند رقابت‌هایی را به وجود آورد، چون یک تحول از یک سازمان کارآفرینی به یک سازمان حرفه‌ای اغلب این مقصود را دارد که یک کارآفرین باید تصمیم بگیرد که در کجا دوام دارد. معاملات فن‌آوری پیشرفته / مبتنی بر دانش بیشتر متمایل به رویارویی با دوره‌های زوال سریع هستند. درآمد می‌تواند به سرعت کاهش یابد، از این رو خطر نرمال تجاری با یک خطر تکنولوژیکی ترکیب می‌شود. فرضیه‌ی اصلی این است که هر چه شروع یک تجارت از یک فعالیت سنتی منحرف شود از سطح خطر بالاتری برخوردار می‌شود. تحقیقات طولی می‌تواند به نشان دادن اندازه‌ی انحراف این معامله تجاری از فرضیه‌ی قابل قبول کمک کند.

بعضی فرضیات پیشگویانه

طبق تحلیل‌های ما، جلو کشیدن یک مجموعه‌ی فرضیات در رابطه با خصوصیات طرح برنامه‌های آموزش و کارآموزی کارآفرینی و نتایج (برآیند) تکنولوژی بالا / مبتنی بر دانش تجاری ممکن می‌باشد.

خصوصیات طرح برنامه‌های آموزش و کارآموزی کارآفرینی

- کارآفرینی تیمی (گروهی) برای موفقیت این معاملات بسیار مهم و ضروری است.
- راهبردهای تشکیل گروه و پیشرفت‌ها باید از ابتدای شروع برنامه آغاز گردد؛ برای این که موفقیت گروه کارآفرینی را آسان سازد.
- یک برنامه‌ی درست طراحی شده‌ی آموزش و تخصصی کارآفرینی، آمیزه‌ای از راهبردهای تعلیمی، مهارتی و یادگیری اخباری را به کار خواهد گرفت.
- تسهیل کننده‌ی برنامه نقش‌های ترکیبی، مشاوره‌ای را بازی خواهد کرد.
- یک برنامه‌ی درست طراحی شده یک زمان کافی را برای یادگیری خود مدیریتی و فردی را اختصاص خواهد داد.
- یک برنامه‌ی موفق توجه خود را روی نیازهای یک گروه خوب و تقریباً هم جنس خواهد گذاشت.
- اهداف یک برنامه‌ی موفق؛ آمیزه‌ی متناسبی از دانش، شایستگی مهارتی و قلمروهای رفتاری از یادگیری را خواهد داشت.





• یک برنامه‌ی درست طراحی شده بر نیاز شرکت کنندگان برای پیشرفت یک مکان داخلی کنترل و یک رفتار مثبت نسبت به خطر تأکید خواهد کرد.

شروع / خلاقیت کارمندان

شرح زیر فرضیات اصلی روی شروع این نوع معاملات می‌باشد:

رشد تجاری (کرنفیلد، انگلیس)	تکنولوژی بالا، (ایساد، اسپانیا)	«جنیمی»، (بوکونی ایتالیا)	برنامه‌های دانش‌آموزان، گروه ESC (لیون، فرانسه)	برنامه‌های کارآفرینان، ESC (لیون، فرانسه)	کارآفرینی با تکنولوژی بالا، (مرکز نوآوری ایرلند)	برنامه‌ها
۶	n / a	۵	۶	۱۳	۹	دسته‌ها
۸۰	۸۱	n / a	۱۸۹	۱۵۸	۲۴۷	در شروع
۸۰	۸۱	n / a	۹۲	۱۵۸	۱۸۷	در پایان
۴۷	۵۵	۹۹	۶۲	۱۵۸	۵۷	تعداد پروژه‌ها
۴۷	۵۵	۴۱	۲۴	۱۰۵	۴۴	تعداد شرکت کنندگان آغاز معاملات مخاطره آمیز
(۱۹۹۱) ۴۷	(۱۱۹۰) ۳۸	۴۱	(۱۹۹۱) ۱۳	(۱۹۹۱) ۸۲	(۱۹۹۳) ۳۲	انجام معاملات مخاطره آمیز در تاریخ مقرر
-	-	۵۵۲	۶۱۲	۵۶۰	۴۷۹	تمام وقت
-	-	۶	۶۶	۶۰	۷۰	پاره وقت
-	-	۷۱۸	۷۷۸	۶۲۰	۵۴۹	کل



-	-	۱۴۴	-	۴۷	۷۸	تعداد شغل‌های هر دسته
۸۸۰۰۰	۷۰۰۰۰	۷۰۳۶	۵۸۰۰۰	۱۸۰۰۰۰	۷۵۰۰۰	هر دسته به دلار آمریکا
-	-	-	-	۸۳۰۷	۳۴۵۰	هر شرکت کننده به دلار آمریکا
-	-	-	-	۲۲۹۰	۹۵۵	هر شغل به دلار آمریکا

جدول ۴. تجزیه و تحلیل تطبیقی برنامه‌های کارآموزی در بین ۵ ایالت (ایرلند، ایتالیا، فرانسه، اسپانیا، ایالت انگلستان)

- شروع‌های جدید مبتنی بر دانش / فن‌آوری پیشرفته به یک سطح بالای سرمایه‌گذاری اولیه در تحقیقات و پیشرفت‌ها برای موفقیت نیاز دارد.
- یک برنامه‌ی آموزش و کارآموزی کارآفرینی می‌تواند یک پرده / صافی (فیلتر) را برای ارزیابی ایده‌های معاملات جدید فراهم کند.
- چنین پروژه‌هایی به یک زمان طولانی برای رسیدن به بلوغ کافی نیاز دارند. این در آزمایشگاه تحقیقاتی درون شرکتی که کارآفرین جدید یا گروه کارآفرینان قبل از شروع کار جدید در آن کار می‌کردند و در برنامه‌ی آموزشی و کارآموزی اتفاق می‌افتد.
- این نوع کارها اکثراً توسط دانشمندان / مهندسانی به وجود آمد که گنجایش قابل توجهی برای یادگیری نشان دادند.
- سطح بالای مهارت کارآفرینان و کارآفرینی آموزشی / کارآموزی آن‌را قادر می‌سازد تا با سرعت بیشتری در طول منحنی تجربیات کار جدید پیشرفت کنند.
- کارآفرینان جدید موفق دایره‌ی فعالیتی خود را به‌خوبی می‌شناسند و جایگاه ویژه‌ی بازاری را دارند.
- این نوع کارها و معاملات جدید در اصل توسط تیمی با مهارت‌های تکمیلی مدیریت می‌شود.



- این نوع کارهای جدید مبتنی بر دانش / با فن‌آوری پیشرفته لبه‌ی رقابتی خود را با نزدیکی خود با دنیای تحقیقات و توانایی خود برای فرق گذاشتن خودشان با بقیه برقرار می‌دارند.





نتیجه گیری

تحلیل‌های شش برنامه‌ی آموزش و کارآموزی کارآفرینی گوناگونی قابل توجهی را در اصطلاحات زیر شناسایی می‌کند: مراکز تحویل و ارایه (دانشگاه‌ها، مراکز ابداع و نوآوری، مراکز دوره‌های نهفتگی یا کمون، دانشکده‌های فنی)؛ مخاطبان هدف (دانشجویان، محققان، مدیران شرکت‌های بزرگ)؛ و مدت این برنامه‌ها. یک هم‌گرایی قابل توجهی بر حسب راهبردهای یادگیری، الگوهای یادگیری و مضمون برنامه وجود دارد. این تحلیل به یک رشد سالم در اروپا در غالب حرفه‌ای بودن، وفق‌پذیری موضعی (محلی) و گوناگونی برنامه اشاره می‌کند. مهم‌ترین نتایج که ممکن است در رابطه با طرح چنین برنامه‌هایی به دست آمده باشد این است: تمرکز بر یک مجموعه‌ی ویژه‌ای از اهداف؛ نیاز برای تعادل بر حسب راهبردهای یادگیری؛ و یک تسهیل‌کننده‌ی برنامه که ظرفیت لازم را برای پذیرش تعدد نقش‌ها را داشته باشد.



References

1. Perry, C., "The Essential Characteristics of Entrepreneur Training Programmes", Training and Development in Australia, Vol. 13 No. 3, 1986, pp. 3-8.
2. Shapero, A., "The Displaced Uncomfortable Entrepreneur", Psychology Today, November 1975, pp. 88-9.
3. Jennings, D.F. and Zeithamil, C.P., "Locus of Control: A Review and Directions for Entrepreneurial Research", Proceedings of the Academy of Management, 1983, pp. 417-21.
4. Perry, C. and Wildman, P., "Training the Unemployed for Entrepreneurship", Journal of European Industrial Training, Vol. 13 No. 1, 1989, pp. 23-9. EDUCATION AND TRAINING PRO
5. Vesper, K.H., "Entrepreneurial Academics: How Can We Tell When the Field Is Getting Somewhere", Journal of Business Venturing, Vol. 3, 1988, pp. 1-10.
6. Mugler, J., "The Role of the Universities in Educating for Entrepreneurship", paper presented at the 18th EFMD Small Business Seminar, Brussels, Belgium, 1988, pp. 1-15.
7. Curran T. and Stanworth, J., "Education and Training for Enterprise: Problems of Classification Evaluation Policy and Research", International Small Business Journal, Vol. 7 No. 2, pp. 11-22.
8. Burns, P., "The Challenge for Education and Training, the Role of Distant Learning in Improving Entrepreneurial and Managerial Skills of SMEs", paper presented at the 19th European Small Business Seminar, Aarhus, Denmark, 1989, pp. 1-26.
9. Johannisson, B., "University Training for Entrepreneurship: Swedish Approaches", Entrepreneurship and Personal Development, Vol. 3 No. 1, pp. 67-82.
10. McMullan W.E. and Lond, W.A., "Entrepreneurship Education in the Nineties", Journal of Business Venturing, Vol. 2 No. 2, pp. 261-75.
11. Revans, R., "Action Learning", in Mumford A. (Ed.), The Handbook of Management Development, Gower, London, 1987.
12. Mumford, A., "What Did you Learn Today?", Personnel Management, August 1981, pp. 35-9.
13. Handy, C.B., "The Contrasting Philosophies of Management Education", Annual Conference of European Foundation for Management Development, 1984.
14. Garavan, T. and Murphy, D., "Indigenous High Technology Companies: A Novel Training Intervention", Journal of European Industrial Training, Vol. 13 No. 8, 1989, pp. 4-14.
15. Albert, P.H., Barrow, C., Colombo, G. and Olle, M., "New Trends in Entrepreneurship Training", paper presented at ICBS 36th Annual World Conference, Vienna, 24-26 June 1991, pp. 1-27.
16. Albert, P., Fournier, R. and Mercon, S., "Developing Entrepreneurial Attitudes and Management Competence", paper presented at ICSB 36th Annual World Conference, Vienna, 24-26 June 1991, pp. 1-22.



17. Vesper, K.H., "Research on Education for Entrepreneurship", in Kent, C.A., et al. (Eds), Encyclopedia of Entrepreneurship, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ, 1982.
18. Hale, A. and Tijmstra, S., European Management Education, ILO, Geneva.
19. Neurrenther, B., "Pent-on Ensagner, l'Attitude Entrepreneurial", Enseignement et Gestion, Vol. 11, 1990, pp. 5- 24.
20. Hills, C.B., "Variations in University Entrepreneurship Education. An Empirical Study of an Evolving Field", Journal of Business Venturing, Vol. 3 No. 2, 1988, pp. 109-122.
21. Ivaneevich, J.M., "A Traditional Faculty Member's Perspective on Entrepreneurship", Journal of Business Venturing, Vol. 6 No. 1, 1991, pp. 1-8.
22. Churchill, N.C., "Teaching Entrepreneurship in the USA, an Overview", paper presented at the OECD Conference on Tutoring Entrepreneurship, Naples, 1991, pp. 1-10.
23. Hugh, D.S., Organisation Theory, 3rd ed., Penguin, Hamondsworth, 1990.
24. Taurent, A., "That Cultural Diversity of Western Conferences of Management", International Studies of Management and Organisation, Vol. 111 No. 12, 1983, pp. 75-96.
25. Hofstede, G., Cultural Consequences, International Differences in Work Related Values, Sage, Beverley Hills, CA, 1980.
26. Anderson, R.C. and Dunkelberg, J.S., Entrepreneurships – Starting a New Business, Harper & Row, New York, NY, 1990.
27. Webb, T., Quince, T. and Wathers, D., Small Business Research, The Development of Entrepreneurs, Gower, Aldershot, 1982.
28. Balkin, D. and Gomez-Mejca, R., "Managing a High Technology Venture", North Holland Human Systems Management, Vol. 6, 1985, pp. 109-20.
29. Cooper, H.C., "Entrepreneurship and High Technology", The Art and Science of Entrepreneurship, Vol. 27, pp. 153-68.
30. Goodman, A., "Short Product Life Cycles, Implications for Marketing Activities of Small High Technology Companies", Research and Development Management, Vol. 12 No. 2, pp. 81-9.

پرتال جامع علوم انسانی





Entrepreneurship Education and Training Programmes: A Review and Evaluation – Part 2

Thomas N. Garavan
Barra O’Cinneide

Abstract

Considers six entrepreneurial education and training programmes and in particular the development of high-technology/knowledge-based venture entrepreneurs. Examines the design features of entrepreneurial programmes and the outcomes which accrued in terms of new projects, new ventures and employment. Suggests a number of predictive hypotheses.

Keywords

Education, Entrepreneurs, Europe, High technology, Training, Training techniques.





پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی