

## پیش نیازها و اثربخشی برنامه های آموزش کار آفرینی در کشور

مرتضی مرادی<sup>۱</sup>

### چکیده

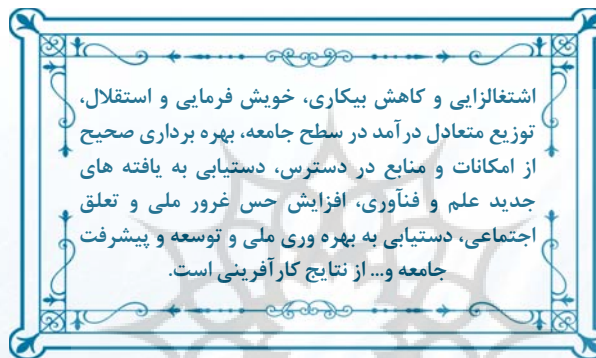
با توجه به ضرورت و اهمیت کار آفرینی در رشد و توسعه اقتصادی کشورها، امروزه آماده کردن زیرساخت های کار آفرینی و آموزش آن یکی از موضوعات مهم برای کشورها است. در این مقاله سعی شده است تا پیش نیازها و مشکلات آموزش کار آفرینی در کشور بیان گردد. با توجه به مطالعات انجام شده در اکثر کشورها، برنامه های آموزش کار آفرینی به وسیله دانشگاه ها و همچنین نهادهای دولتی و غیردولتی برای عامه مردم برگزار می شود. اما به دلیل ماهیت متفاوت آموزش کار آفرینی با آموزش آکادمیک، نوع برنامه های آموزشی در کشورهای مختلف، با یکدیگر متفاوت است. اما قبل از آموزش افراد، باید مؤلفه ها و زیرساخت هایی را نیز آماده کرد تا اثربخشی دوره ها به حداکثر برسد. از جمله این مؤلفه ها؛ ارزش ها و باورهای حاکم بر جامعه، تناسب ساختارها با ارزش های جامعه و اطلاعات در دسترس همگان در جامعه است. با توجه به بررسی های انجام شده به نظر می رسد این مؤلفه ها در کشور ما در حد انتظار نیستند. به طوری که محتوا، مدرسان و نوع آموزش این دوره ها، انتظارات را بر آورده نکرده است. بنابراین لازم است اصلاحاتی در این زمینه صورت گیرد و نقش دانشگاه در تربیت نیروی کار آفرین پررنگ تر گردیده و دانشگاه های کشور برنامه های منسجم تری برای این منظور تدارک ببینند.

**کلید واژه ها:** کار آفرینی، آموزش، توسعه پایدار، دانشگاه کار آفرین

## مقدمه

ندارد. در کنار این موضوع، ستیز دیدگاه‌های گوناگون بر سر هدف‌های آموزش کارآفرینی عامل دیگری است که وجود دارد. با توجه به این مباحث، این سوال به ذهن متبادر می‌گردد که کارآفرینان چه کسانی هستند و چه ویژگی‌هایی دارند؟ آیا ویژگی‌های آنها ذاتی است یا اکتسابی؟ با توجه به مطالعات مختلف، ثابت شده است که ویژگی‌های کارآفرینان اغلب اکتسابی است، نه وراثتی. تحقیقات مختلف نشان داده است که کارآفرینی قابل آموزش بوده و از طریق آموزش می‌توان جامعه‌های کارآفرین به وجود آورد. آموزش، یکی از جنبه‌های مهم در گسترش کارآفرینی است که مورد توجه ویژه‌ای واقع شده است. از این رو در حال حاضر آموزش کارآفرینی به یکی از مهمترین و گسترده‌ترین فعالیت‌های کشورهای مختلف تبدیل شده است.

اما این که آموزش کارآفرینی در کشور ما چگونه است؟ چه نقاط قوت و وضعی دارد؟ توسط چه نهادهایی انجام می‌پذیرد؟ چه اقداماتی قبل از آموزش کارآفرینی باید صورت گیرد و پیش‌نیازهای آن چیست؟ سؤالاتی است که سعی خواهد شد در این مقاله به آنها پاسخ داده شود.



## کارآفرینی و اهمیت و ضرورت آموزش آن

واژه کارآفرینی<sup>۱</sup> برگرفته از کلمه فرانسوی Entrepreneur به معنای «متعهد شدن»<sup>۲</sup> است و بر اساس فرهنگ لانگمن<sup>۳</sup> کارآفرین<sup>۴</sup> شخصی است که یک فعالیت اقتصادی را آغاز و برای کسب درآمد، آن فعالیت را سازماندهی نموده و مخاطرات احتمالی آن را بپذیرد (احمدی مقیم، ۱۳۸۸). کارآفرینی از طریق ایجاد سرمایه‌گذاری‌های جدید یا در درون شرکت‌های موجود، نمایانگر یکی از عوامل اصلی رشد اقتصادی است (ایتر و راجر، ۲۰۰۶). کارآفرینی تصویری از نیروهای جدید را در عرصه‌های اقتصادی-اجتماعی در سطح ملی و بین‌المللی در قرن حاضر نشان می‌دهد که با ایجاد کسب و کارهای کوچک و متوسط می‌تواند امکان: اشتغالزایی و کاهش بیکاری، خویش‌فرمایی و استقلال، توزیع متعادل درآمد در سطح جامعه، بهره‌برداری صحیح از امکانات و منابع در دسترس، دستیابی به یافته‌های جدید علم و فناوری، افزایش حس غرور ملی و تعلق اجتماعی، دستیابی به بهره‌وری ملی و توسعه و پیشرفت جامعه و... را فراهم نماید (حسن‌مرادی، ۱۳۸۵).

در چند دهه اخیر خلاقیت و نوآوری جایگاه ویژه‌ای در پیشرفت و توسعه کشورها داشته و صاحب‌نظران اقتصادی آن را به عنوان موتور توسعه اقتصادی قلمداد کرده‌اند، که با وجود ارزشمندی و پایان‌ناپذیری، منبعی بی‌بدیل و بسیار ارزان بوده که در اختیار همگان قرار دارد. جامعه‌ای که پیشرفت خود را متکی به قوه تفکر و ابداع بداند، موفق‌تر از جامعه‌ای است که وابسته به منابع مادی و طبیعی است. در برخی از کشورها به دلیل عدم وجود منابع مادی و طبیعی به نیروی خلاقیت و ابتکار و به عبارتی کارآفرینی رو آورده و طی چند دهه، خود را جزء کشورهای پیش‌رو قرار داده‌اند. به ویژه در عصر دانایی محور کنونی که تلفیق اندیشه و ابتکار همراه با تکنولوژی‌های پیشرفته موجب

ابداعات بی‌نظیری می‌گردد، توجه به افراد کارآفرین بیش از پیش اهمیت یافته است (سعیدی کیا، ۱۳۸۸). در حقیقت کارآفرینی به عنوان یک بینش، فرهنگ و رویکرد نوین سازمانی از جمله مهمترین دستاوردهای بین‌رشته‌های علوم اقتصادی، اجتماعی، مدیریتی و روانشناسی در چند دهه گذشته است که از ابتدا

در سازمان‌های تولیدی و صنعتی و سپس در سایر سازمانهای اجتماعی و خدماتی مورد توجه جدی دولتمردان و سیاستگذاران تمامی کشورها قرار گرفته است.

هزاره سوم که با عنوان عصر دانش معرفی شده است، تفاوت‌های بارزی با دوران گذشته دارد. در این دوره توسعه بر مبنای سرمایه‌های انسانی و متکی بر محوریت دانایی است که بر اساس میزان ابداع و نوآوری و خلاقیت متکی بر دانش سنجیده می‌شود و کشورهایی قدرتمند قلمداد می‌شوند که از دانش جدید بیشتر بهره گرفته و در سطح جامعه آن را گسترش دهند.

از این رو مرکز توجه بسیاری از برنامه‌های توسعه در کشورهای مختلف متکی بر قابلیت‌ها و برنامه‌های کارآفرینی منابع انسانی است که تدارک دیده‌اند. این برنامه‌ها از یک سو در ابعاد و زمینه‌های مختلف به آموزش و گسترش فرهنگ کارآفرینی در جامعه می‌پردازد و از سوی دیگر با ایجاد زیرساخت‌ها و زمینه‌های فرهنگی، علمی، قانونی، فنی و... بستر رشد و توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه را فراهم نموده و از طریق سیستم‌های صحیح حمایتی موجبات شکوفایی و افزایش فعالیت‌های مخاطره‌پذیر را مهیا می‌سازد (حسن‌مرادی، ۱۳۸۵). از آنجا که کارآفرینی موضوعی جدید محسوب می‌شود، رویکردهای مختلفی در مورد آن مطرح گردیده است، اما هنوز تحقیق‌های تجربی درباره رویکردهای مختلف و اینکه کدامیک در عمل بهتر بوده، به اندازه کافی وجود

1. Entrepreneurship
2. Undertake
3. Longman Dictionary of Contemporary English
4. Entrepreneur
5. Einar A.Rasmussen & Roger Sorheim

تحقیقات نشان می‌دهد که کارآفرینی امری آموزش پذیر، تقویت پذیر و پرورش پذیر است. اولین کشورهایی که در زمینه آموزش کارآفرینی فعالیت‌هایی را انجام دادند، کشورهای آلمان، انگلیس، آمریکا و ژاپن بودند (فیض، ۱۳۸۶). امروزه آموزش کارآفرینی به یکی از مهم‌ترین و گسترده‌ترین فعالیت‌های دانشگاهی تبدیل شده است. طی دهه ۱۹۸۰، دانشگاه‌ها بر حسب ویژگی گروه‌های تحت آموزش و نیازهای محلی، منطقه‌ای و ملی، برنامه‌های آموزشی متعددی را برای سازمانهای خصوصی و عمومی طراحی نموده‌اند. دولت‌های اروپایی نیز حمایت‌های ویژه‌ای را از فعالیت‌هایی که جهت تشویق کارآفرینی بین جوانان می‌شود، ایجاد کرده‌اند (احمدپور، ۱۳۷۸). آموزش کارآفرینی می‌تواند جامعه را در رسیدن به اهداف ذکر شده در بالا کمک کند به شرط آن‌که مواردی نظیر؛ هدف آموزش، محتوای آموزش، شیوه‌های تدریس، مدرسان دوره‌ها، کارآموزان و... با یکدیگر مطابقت داشته باشند.

از ابتدای دهه ۱۹۸۰ و همراه با افزایش تعداد دانشکده‌ها و مؤسسات آموزشی کارآفرینی، تحقیق در خصوص آموزش کارآفرینی مورد توجه قرار گرفت. آنچه در ابتدا مورد توجه محققین قرار گرفت، مناسب بودن محتوای دوره‌های آموزشی، مفاهیم درسی و اثربخشی دوره‌ها بود. از سال ۱۹۸۵، همراه با افزایش تعداد دوره‌های آموزشی در خصوص روند کارآفرینی، روند دیگری نیز در تحقیق ابعاد آموزشی و اثربخشی دوره‌ها شکل گرفت. این روند تحقیقاتی، در خصوص شناسایی افراد مناسب برای آموزش، اهداف خاص آموزش و شیوه‌های یادگیری و انواع محتوای درسی برای هر فرد تحت آموزش می‌باشد. اگر افراد تحت آموزش، اهداف، محتوا و روشهای تدریس با هم هماهنگ باشند، بهتر می‌توان از تلاش‌های آموزشی بهره برد. از سوی دیگر تلاش‌های زیادی برای تحقیق راجع به دوره‌های آموزشی و اثربخشی آنها صورت گرفت تا میزان کارایی و اثربخشی دوره‌ها مورد ارزیابی قرار گیرد (احمدپور، ۱۳۷۸).

آموزش کارآفرینی به برنامه‌هایی اشاره دارد که دانش و آگاهی‌های مربوط به کارآفرینی را برای اهداف شغلی ارتقاء بخشد و مهارت‌هایی را فراهم کند تا افراد بتوانند با اعتماد به نفس و آگاه به فرصت‌ها، توانایی راه‌اندازی کسب و کاری جدید را به دست آورند (حسن‌مرادی، ۱۳۸۵). احتمال شکست کارآفرینانی که تنها تجربه دارند و آموزش لازم را ندیده‌اند زیاد است.

برعکس کارآفرینانی که هم تجربه دارند و هم آموزش دیده‌اند، کاملاً موفق هستند (وسپر، ۱۹۹۳). با توجه به اهمیت آموزش کارآفرینی بهتر است موارد زیر در امر آموزش مدنظر قرار گیرد:

- \* آموزش کارآفرینی باید کل‌گرا<sup>۱</sup> باشد و کارآموز را در یک دیدگاه وسیع با تمام اجزای مورد نیاز برای عملیات بنگاه آشنا سازد (مانند: بازاریابی، حسابداری، حقوق تجارت و...).
- \* باید براساس تئوری‌های مشخصی بنا شده باشد.<sup>۲</sup> به طوری که کارآموز بتواند بین داده‌ها و اطلاعات گسسته رابطه برقرار کند.
- \* باید جریانی منطقی<sup>۳</sup> داشته باشد. یعنی دروس مختلف به صورت منطقی روی هم سوار شوند و در نهایت یک کل را تشکیل دهند.
- \* باید مهارت‌های کارآفرینی<sup>۴</sup> را در کارآموز ایجاد کند، نه اینکه فقط درباره کارآفرینی باشد.
- \* باید واقع‌بینانه<sup>۵</sup> باشد. باید کارآموز را با تمام مشکلات به راه‌اندازی یک کسب و کار جدید آشنا سازد.

از ابتدای دهه ۱۹۸۰ و همراه با افزایش تعداد دانشکده‌ها و مؤسسات آموزشی کارآفرینی، تحقیق در خصوص آموزش کارآفرینی مورد توجه قرار گرفت. آنچه در ابتدا مورد توجه محققین قرار گرفت، مناسب بودن محتوای دوره‌های آموزشی، مفاهیم درسی و اثربخشی دوره‌ها بود.

1. Vesper, k.
2. Holistic
3. Theoretical Underpinning
4. Logical Flow
5. Entrepreneurial Skills
6. Realistic

باید با تحقیقات درباره موضوع کارآفرینی سازگار باشد.<sup>۱</sup> چگونه کارآفرینی را اثربخش تدریس کنیم؟ اجزا و عوامل موفقیت در کارآفرینی چیست؟

### مؤلفه ها یا پیش نیازهای توسعه پایدار بر مبنای کار آفرینی

اگر گفته می شود کارآفرینان موتور محرک توسعه ملی یا پیشتاز توسعه هستند، یعنی آنان می توانند روندهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی نظام تحت پوشش خود را با تعاملات بیرونی هماهنگ کنند و از فرصت ها بهره برداری کرده و کسب و کار و فضای جدید خلق کنند، البته این کار پیش نیازهایی لازم دارد که به قرار زیرند:

\* **ارزشها و باورهای حاکم بر جامعه:** اگر نظام ارزشی و اعتقادی جامعه رقابت پذیر، مشارکت جو، اهل تعاون و اهل حرمت به انسان باشد، طبیعی است که فضای مستعد برای کارآفرینی به وجود آمده است؛ بنابراین پیش نیاز اول، ارزش ها و باورها است. باید بررسی نمود که ارزش های حاکم بر جامعه چگونه شکل گرفته و جامعه چگونه با نظام علمی خود برخورد می کند. پس مؤلفه نخست به این معنی است که هر قدر این فضا با ارزش ها و با موازینی که پیش نیاز اولیه کارآفرینی است، متناسب تر و نهادینه تر شده باشد، می توان گفت فضا آمادگی نسبی یا مطلوب خود را دارد (حسن مرادی، ۱۳۸۵). بر اساس اصل تأثیر متقابل حوزه های مختلف فرهنگ و اجتماع، فرهنگ کارآفرینی از حوزه های دیگر فرهنگ، از جمله حوزه اخلاق و مذهب، ارزشها، عقاید اقتصادی و سیاسی تأثیر می پذیرد. از این رو ریشه های ضعف و قوت فرهنگ کارآفرینی را باید در حضور و وجود ارزشها و عقاید جستجو کرد که در فرهنگ و در سلسله مراتب ارزشها جایگاهی فراتر از کار را به خود اختصاص داده اند و در تعارض و تقابل با کار و یا همنا و همساز با کارآفرینی هستند.

هر قدر در جامعه، افراد به کار، تولید مستمر، فکر و اندیشه خلاق و یادگیری و کسب دانش سوق داده شوند؛ در آن جامعه فرهنگ کارآفرینی اشاعه یافته و درون افراد نهادینه می شود و یا به عبارتی در این جامعه افراد بیشتری دست به خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی می زنند (سعیدی کیا، ۱۳۸۸). برای مثال، تلاش و کوشش در فرهنگ ژاپنی، نقش اساسی را ایفا می کند؛ به طوری که یکی از عوامل مؤثر بر موفقیت اقتصادی ژاپن، تأکید نظام تربیتی آن بر تلاش و پشتکار است. این عقیده در بین ژاپنی ها رایج است، که عنصر وجدان کاری و پشتکار در رفتار کودکان و جوانان ژاپنی، راز موفقیت اقتصادی آنهاست. برای آنها کار فراتر از وسیله معاش است، در حقیقت آنها زندگی می کنند تا کار کنند. کار مهمترین عامل پیشرفت و توسعه است و در کشورهای جهان سوم کم کاری، کاهلی و عدم احساس مسئولیت در بین تعداد زیادی از مردم رایج است.

\* **تناسب ساختارها با ارزش های جامعه:** در یک فضای توسعه که ساختارهای ملی در حوزه های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی در ارتباط با ارزش ها، دانش چرایی و چگونگی، مهندسی مجدد نشده، نمی توان توقع داشت که کارآفرینی توسعه یابد، یعنی نه تنها در این فضا نیروهای کارآفرین نفي می شوند، بلکه استعداد های ملی سرکوب خواهد شد (حسن مرادی، ۱۳۸۵). برای مثال می توان به لزوم توسعه زیرساخت های ثبت اختراعات، اصلاح قانون مالکیت معنوی، که در کشور ما از جایگاه مطلوبی برخوردار نیست، اشاره کرد. افرادی که ایده های دارند باید مطمئن باشند، که جامعه به ایده آنها ارج نهاده و از ایده آنها با توجه به قانون مالکیت معنوی محافظت خواهد کرد و امکان کپی برداری از آن برای دیگران وجود ندارد. متأسفانه در کشور ما این اطمینان وجود ندارد و کسانی که ایده های دارند به دلیل ترس از کپی برداری آن توسط دیگران، کمتر آن را در جایی مطرح می کنند. این در بلندمدت روحیه خلاقیت و نوآوری و به تبع آن کارآفرینی را در جامعه کاهش می دهد.

1. Consistent with Research

کارآفرینانه در فراگیران، توسعه خودباوری در مخاطبان به منظور راه اندازی کسب و کار جدید، که در این مورد باید تجارب کافی در زمینه رفتار کارآفرینی را در اختیار مخاطب گذاشته و او را در معرض زندگی واقعی کارآفرینی قرار داد تا یادگیری برای او واقعی تر گردد (نبیونی و همکاران، ۱۳۸۸). تا چه اندازه توانسته ایم این اهداف را محقق سازیم؟

این سوالی است که باید به آن پاسخ داده شود. اهداف خاص آموزش، شناسایی افراد مناسب برای آموزش، شیوه های یادگیری و عوامل برگزار کننده این دوره ها از آن جمله می باشند.

اهداف آموزش کارآفرینی چیست؟ هر دوره آموزشی دارای اهداف خاصی است که آموزش کارآفرینی نیز از این

قاعده مستثنی نیست. به طور کلی می توان اهداف دوره های آموزشی کارآفرینی را به صورت زیر بیان کرد: آگاه نمودن و ترویج فرهنگ و روحیه کارآفرینی در بین تمامی اقشار جامعه، آموزش کارآفرینان بالقوه در زمینه خلاقیت، توانایی شناخت و استفاده صحیح از فرصت ها، تمایل به مخاطره پذیری، استقلال و تعهد نسبت به کار، تمایل به حل مشکلات، افزایش انگیزه و تمایلات فردی برای کارآفرین شدن (گیب، ۱۹۹۶). آموزش کارآفرینان بالفعل برای رشد و بقای کسب و کار و همچنین حمایت های مالی، علمی و فنی از آنها. به نظر می رسد، با توجه به نوع برگزاری دوره ها یک نوع آشنایی با مفاهیم کارآفرینی برای کارآموزان صورت می گیرد. طبق تحقیقات انجام شده، نگرش کارآموزان نسبت به بازار کار تغییر می کند (احمدی پور، ۱۳۸۸).

چه کسانی باید کارآفرینی را آموزش دهند و شیوه آموزش باید چگونه باشد؟ محققان معتقدند اگر روش آموزش کارآفرینی به صورت پروژه های باشد، اثربخشی بیشتری خواهد داشت و کسانی باید به تدریس کارآفرینی بپردازند که تجربه کارآفرینی را داشته و یا حداقل با کارآفرینان کار کرده باشند (یانگ، ۱۹۹۷). بنابراین باید روش آموزش کارآفرینانه را جایگزین روش آموزش کلاسیک کرد.

### راهکارهای توسعه کارآفرینی در کشور

از آنجا که خلاقیت و نوآوری لازمه کارآفرینی است، باید در ابتدا فضای مساعد برای بروز ایده ها را فراهم نمود. البته خیلی از این مسائل به ارزش ها، عقاید و هنجارهای جامعه بر می گردد. با توجه به فرهنگ اسلامی حاکم بر کشور، راه برای کار و تلاش و کارآفرینی به خوبی مساعد است به شرط آن که به دستورات دینی خود به خوبی عمل نموده و از آن برداشت اشتباه نداشته باشیم.

**دسترسی همگان به اطلاعات:** کارآفرینان باید به گونه ای مساوی و عادلانه از مواهب ملی و اجتماعی برخوردار باشند. امروزه فناوری های اطلاعات که از زیرساخت های توسعه ملی به حساب می آید، یکی از عوامل اصلی توسعه اقتصادی و اجتماعی است. زیرا از این طریق اطلاعات در اختیار همگان قرار می گیرد و عامل مهمی در توانمندسازی افراد

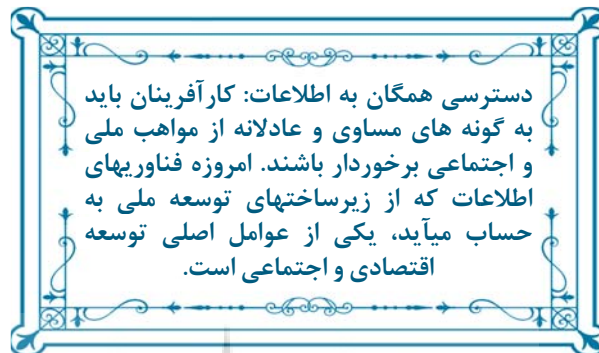
در توسعه اجتماعی محسوب می گردد. عدالت اجتماعی منوط به داشتن جامعه مبتنی بر اطلاعات است. اکثر کشورها برای دسترسی به توسعه پایدار به راه اندازی و گسترش تکنولوژی ارتباطات و اطلاعات<sup>۱</sup> پرداخته اند. امروزه با توجه به گسترش اینترنت، دسترسی به اطلاعات برای افراد نسبت به گذشته آسانتر

گردیده و بر اساس آن تصمیم گیری ها نیز بهتر صورت می گیرد. ولی در کشور ما کمتر در این زمینه با دارندگان ایده و کارآفرینان همکاری می شود و سازمان خاصی نیز وجود ندارد که افراد را در این زمینه کمک نموده و اطلاعات را در اختیار آنها قرار دهد. بنابراین لازم است قبل از صرف هزینه های زیاد برای آموزش افراد، اقدامات خاصی نیز در این زمینه صورت گیرد.

**وجود نیروی کارآفرین در جامعه:** وجود نیروی کارآفرین در جامعه محدود به قشر خاصی از افراد با ویژگی های روانی و ذهنی منحصر به فرد نیست. بلکه همه باید به نوعی در جامعه کارآفرین باشند (حسن مرادی، ۱۳۸۵). به عبارت دیگر، بحث آموزش کارآفرینی چیزی نیست که صرفاً محدود به آموزش رسمی گردد. فرایند کارآفرینی زمانبر و طولانی بوده و در مراحل مختلف آن، نیازها و آموزش های ویژه ای لازم است. لذا آموزش بایستی از درون خانواده و اوایل زندگی شروع شده، وارد مراحل مختلف و سطوح مختلف نظام آموزشی گردیده و سپس در خارج از نظام آموزشی و در درون محیط کارآفرینانه به طور مداوم ادامه یابد (نبیونی و همکاران، ۱۳۸۸). بنابراین علاوه بر دانشگاه ها که دانشجویان را با مباحث کارآفرینی آشنا می کنند، باید آحاد جامعه نیز با این مباحث آشنایی پیدا کنند. همانطور که قبلاً ذکر گردید، دوره های آموزش کارآفرینی در سراسر کشور در حال برگزاری است که در این قسمت به کیفیت برگزاری و اثربخشی آن خواهیم پرداخت.

### اهداف و اثربخشی دوره های آموزش کارآفرینی در کشور

اهداف متنوع و گسترده ای از سوی محققان و نویسندگان مختلف در زمینه آموزش کارآفرینی بیان گردیده است. توسعه رفتارها و ویژگی های کارآفرینانه، توسعه مهارت های



2. Gibb. A.  
3. Yang D.T.

1. Information & Communication Technology (ICT)

ایجاد ایمان و احترام به علوم و دانش جدید در بین مردم، آماده ساختن آنها برای قبول اندیشه های نو، آزمایش روش های جدید و مهمتر از همه گسترش عدالت اجتماعی برای اقشار مختلف جامعه نقش اساسی را در رشد و توسعه یک کشور ایفا می نماید (سعیدی کیا، ۱۳۸۸). یکی از علت های موفقیت ژاپن، به عقاید مذهبی مردم این کشور بر می گردد که آنها را به کار و تلاش دعوت می نماید. علی رغم این که دین اسلام تأکید زیادی بر کار و کوشش دارد، به طوری که صراحتاً در قرآن آمده است: «وَأَنْ لَيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَىٰ» اما این روحیه به صورت فراگیر در بین افراد وجود ندارد و یا برداشت های نادرستی که از بعضی کلمات از قبیل؛ توکل، زهد، عدم توجه به مال دنیا و... می شود، انگیزه کارآفرین شدن را از بین می برد. بنابراین به نظر می رسد در نگاه اول باید مفهوم واقعی این کلمات را در جامعه جایگزین شود و بعد افراد را به کارآفرینی تشویق نمود. چرا که یکی از ویژگی های افراد کارآفرین این است که دارای مرکز کنترل درونی باشند.

وجود رابطه مداری به جای شایسته سالاری و ضابطه مداری، در به دست آوردن تخصیص منابع، از عواملی است که در سطح کلان جامعه و فرهنگ کار به عنوان ارزش، فی نفسه در تعارض بوده و کارآفرینی و خلاقیت و نوآوری را تضعیف کرده است. حال آن که فرهنگی که خواستار پرورش کارآفرین باشد باید مردم را به خاطر دستاوردهایشان و نه به خاطر مقتضیات تولدشان طبقه بندی کند (سعیدی کیا، ۱۳۸۸). این در حالی است که به کرات دیده می شود، افراد کارآفرین نسبت به بی توجهی به آنها گله و شکایت می کنند و بالطبع انگیزه کار کردن در بین آنها از بین می رود. بنابراین باید ابتدا معضل رابطه مداری را که اکثر کشورهای در حال توسعه با آن دست به گریبانند، حل نمود. وجود منابع زیر زمینی یکی از نعمتهایی است که خداوند

در اختیار ملت ها قرار داده است، به شرط آن که از آن به بهترین نحو استفاده نماید. در کشورهای جهان سوم منابع زیر زمینی به رغم مزیت های آن، از جمله موانع توسعه یافتگی محسوب می شوند. نبود این منابع باعث شده است تا برخی از کشورها با استفاده از نیروی فکر، خلاقیت و ابتکار و کارآفرینی، پیشگام و پیشرو باشند. اتکاء بیش از حد کشور به درآمد نفتی باعث گردیده است کمتر از قدرت فکر و خلاقیت خود استفاده نموده و از منابع دیگر که لازمه کارآفرینی است، استفاده کارا نمانیم. بنابراین لازم است از این اتکاء کاسته شود و قدرت فکر کردن به مسئولین و مردم داده شود.

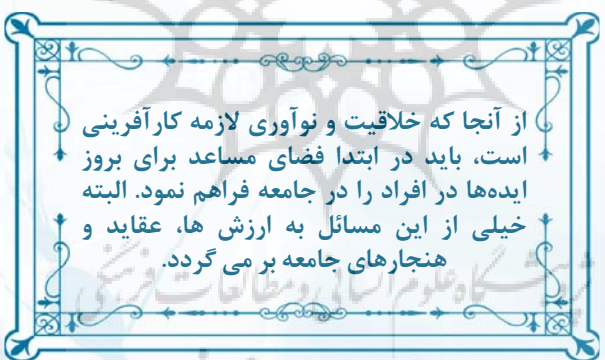
به طور کلی می توان گفت؛ نقش دولت در توسعه و آموزش کارآفرینی، نقشی حیاتی و اساسی است. دولت می تواند با

توجه به موارد ذکر شده و همچنین با فرهنگ سازی و ترویج روحیه کارآفرینی، اصلاحات ساختاری و نهادسازی، ایجاد مؤسسات آموزشی دولتی و خصوصی، راه اندازی کسب و کار با ارائه تسهیلات به کارآفرینان جدید، تأمین مالی درازمدت با بهره گیری از وام های مؤسسات وام دهنده، بیمه شدن اعتبارات صدور کالا، تشکیل صندوقی برای فعالیت های خاص، دسترسی به اطلاعات لازم برای شناخت بازار، توسعه منابع انسانی از طریق کسب آموزش، نوآوری فناوری، توسعه مدیریت بهینه، تشویق کار منطقی، حمایت از کیفیت از طریق افزایش آگاهی ها در زمینه مدیریت کیفیت و ترویج تضمین کیفیت، حمایت از مدیریت محیط زیست، دسترسی به بازار، گسترش کارهای تبلیغاتی برای شناساندن محصولات و خدمات، پدید آوردن امکانات لازم برای دستیابی به بازارهای خارجی، بهره گیری از شیوه های مشارکت در کسب و کار، ایجاد زیرساخت های سخت افزاری (مانند زمین صنعتی) و زیرساخت های نرم افزاری (مانند سیستم کامپیوتر) و دیگر امکانات لازم در این زمینه که کشورهای دیگر از جمله مالزی انجام داده اند، کشور را به سمت توسعه بر مبنای کارآفرینی سوق دهد. اما نقش دانشگاه را هم در این زمینه نمی توان انکار کرد، بنابراین در نهایت بحث را با این موضوع به پایان می بریم.

### نقش دانشگاه در توسعه کارآفرینی

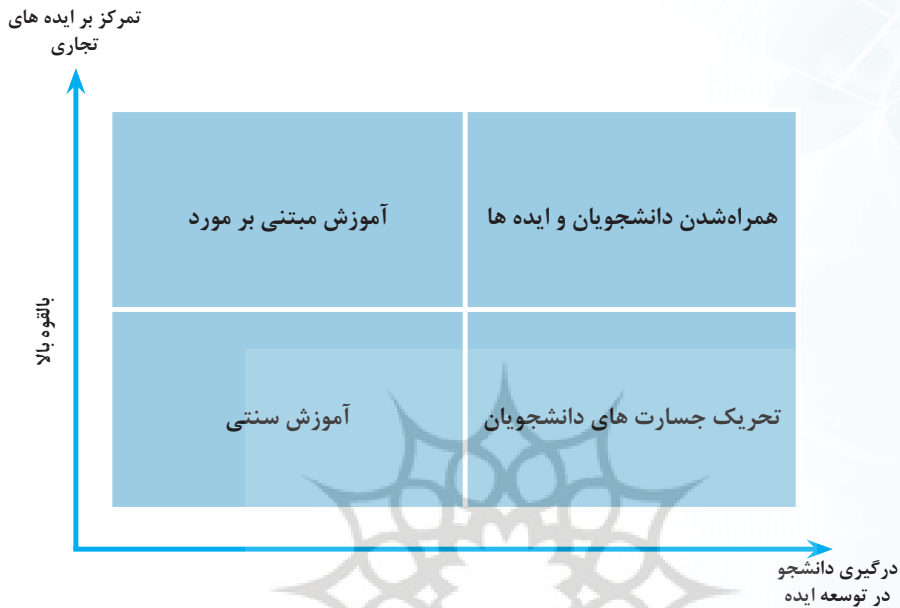
امروزه رشد سریعی در تعداد دانشگاه هایی که به مباحث کارآفرینی روی آورده اند، دیده می شود. به طوری که تعداد آنها به ۴۰۰ دانشگاه در سال ۱۹۹۵ رسید (وسپر و گارتنر، ۱۹۹۷). طبق نظر کلافسن (۲۰۰۳)؛ دانشگاه ها در زمینه کارآفرینی می توانند سه فعالیت انجام دهند. اول، ایجاد و حفظ فرهنگ ریسک کردن به طور کلی در دانشگاه، دوم، ارائه جهت

و مسیرهای مجزا در کارآفرینی به دانشجویان، سوم، ارائه برنامه های آموزشی خاص برای افرادی که تمایل دارند مؤسسات خودشان را راه اندازی نمایند (اینر و راجر، ۲۰۰۶). اگر این فعالیت ها همدیگر را تقویت نمایند، مزایای زیادی را به وجود می آورند. آموزش عالی می تواند از طریق انتقال دانش کاربردی در زمینه اشتغال، ایجاد مهارت ها و توانایی های مورد نیاز در زمینه کارآفرینی و اشتغال، بسترسازی فرهنگی و توسعه و حمایت پژوهشی از کارآفرینی، مفاهیم کارآفرینی را وارد دانشگاه کرده و دانش، نگرش و مهارت دانشجویان را به سوی کارآفرینی و کارآفرین شدن سوق دهد. نظام آموزش عالی باید افراد خلاق، کارآفرین و یادگیرنده تربیت کند که این امر نیز جز با تحول و ایجاد زیرساخت های



2. Vesper, K.H & Gartner, W.B.  
3. Klofsten, M.

کارآفرینی و اتخاذ سیاستهای مناسب امکان پذیر نخواهد شد. بررسی برنامه های آموزش کارآفرینی نشان می دهد، یکنواختی کم و تنوع قابل ملاحظه های درباره اهداف، فلسفه، محتوا، روش آموزش و پیامدهای آن وجود دارد (گورمن و همکاران، ۱۹۹۷). با این حال برنامه های آموزشی دانشگاه اثر زیادی بر روی قابلیت های عملی دانشجویان دارد.



شکل ۱- استراتژی های دانشگاهی برای آموزش کارآفرینی (منبع: اینروراجر - ۲۰۰۶)

در برنامه های کارآفرینی در دانشگاهها، تمرکز زیادی بر مفاهیم و آموزش عملی شده است، چرا که دلالت بر آن دارد که دانشجویان بیشتر در طول مطالعه با مباحث درگیر می شوند. درگیری دانشجویان با مورد های واقعی کسب و کار می تواند به صورت موردی تا تبدیل ایده به محصول باشد و در نهایت به آنها اجازه داده میشود که کسب و کاری را خودشان شروع کنند. میزان درگیری دانشجویان، ماهیت فرصتها یا ایده کسب و کار در کارآفرینی مهم است. دانشجویان میتوانند بر روی پروژه هایی با تمرینهای عملی که پتانسیل کسب و کار شدن را ندارند یا پروژه های کسب و کار واقعی با پتانسیل محدود و در نهایت ایده های کسب و کار جهانی با پتانسیل بالا کار کنند. میزان درگیری دانشجویان و فرصتها یا پتانسیل ایده های کسب و کار در شکل شماره ۱ نشان داده شده است (اینروراجر، ۲۰۰۶). با توجه به توضیحات ذکر شده و ضعف دوره های آموزشی کارآفرینی، به نظر میرسد دانشگاه ها باید در زمینه کارآفرینی فعالتر شده و شیوه های آموزشی اثربخش تری را به کار گیرند.

در کشورهای پیشرفته دانش آموختگان آموزش عالی انسان های خلاق، یادگیرنده و کارآفرین هستند و نه تنها بیکاری برای آنها معنی ندارد، بلکه آنها برای افراد عادی نیز شغل ایجاد می کنند و این انتظار وجود دارد که در ایران نیز دانش آموختگان آموزش عالی این چنین باشند. اما در کشور ما فارغ التحصیلان این ویژگیها را ندارند، و در یافتن شغل مناسب برای خود موفق نیستند. از یک طرف نظام آموزش عالی در کشور ما نمی تواند انسانهای خلاق، یادگیرنده و کارآفرین تربیت کند و صنایع ایران توانایی جذب و بهره گیری کامل از کارآفرینان را ندارند، بنابراین راه حل های این مساله را باید در اصلاح همزمان و متقابل نظام آموزش عالی و اقتصادی جست و جو کرد که عصاره آن توسعه کارآفرینی مبتنی بر دانش در کشور می باشد.

## نتیجه گیری

تفکر کارآفرینی با این که در ایران بسیار نوپا است، اما تا زمانی که نتوان بسترهای حضور کارآفرینان در جامعه را به درستی تبیین کرد، انتظارات مورد پیش بینی به طور کامل محقق نمی گردد. طی چند سال گذشته گام‌های مهمی جهت ترویج این تفکر در جامعه برداشته شده است؛ اما در صورتی که زمینه های عینی این موضوع در جامعه فراهم نشود، پس از مدتی کارآفرینی می تواند فقط به عنوان تفکری که مدتی هزینه‌هایی را به جامعه تحمیل کرده است، تلقی شود. توسعه کارآفرینی به معنای اعتقاد به تولید، اعتقاد به نیروی انسانی خلاق و کارآمد و در نهایت اعتقاد به کار است. جوامعی که این سه عنصر در آن رشد یافته باشد، بی شک می توانند در زمینه کارآفرینی گام برمی دارند.

## منابع

- ۱- احمدپور داریانی، محمود(۱۳۷۸). کارآفرینی (نظریات، تعاریف، الگوها)، چاپ اول، تهران: انتشارات پردیس.
- ۲- احمدی پور، لقمان(۱۳۸۸). بررسی اثربخشی مهارتهای کارآفرینی. ماهنامه کار و جامعه، شماره ۱۰۸.
- ۳- احمدی مقیم، عباس(۱۳۸۸). کارآفرینی. چاپ سوم، همدان: انتشارات فراگیر هگمتانه.
- ۴- حسنمرادی، نرگس(۱۳۸۵). مدیریت کارآفرینی. چاپ اول، کرج: موسسه آموزش و تحقیقات مدیریت.
- ۵- سعیدی کیا، مهدی(۱۳۸۸). اصول و مبانی کارآفرینی. چاپ سیزدهم، تهران: انتشارات کیا.
- ۶- فیض، داود(۱۳۸۶). روش های تدریس کارآفرینی در نظام آموزش عالی کشور. مجموعه مقالات همایش ملی آموزش عالی و کارآفرینی، انتشارات دانشگاه سمنان.
- ۷- نبیونی، ابراهیم، آقاجانی، محمدرضا و الهوردیزاده، سهیلا(۱۳۸۸). بررسی تجربی پنج کشور موفق در زمینه توسعه آموزش کارآفرینی برای فارغ التحصیلان دانشگاهی. ماهنامه کار و جامعه، شماره ۱۰۸.
8. Einar A. Rasmussen & Roger Sorheim(2006). Action-based entrepreneurship education. Technovation, 26, 185-194.
9. Gibb. A(1996). Entrepreneurship and small business management: can we Afford to Neglect them in the twenty-first century business school? British Academy of management.
10. Gorman, G., Hanlon, D., King, W(1997). Some research perspectives on entrepreneurship education, enterprise education and education for small business management: a ten year literature review. International Small Business Journal 15 (3), 56-77.
11. Vesper, K(1993). Entrepreneurship Education. Losangeles: Entrepreneurial studies center, UCLA.N.4.
12. Vesper, K.H & Gartner, W.B(1997). Measuring progress in entrepreneurship education. Journal of Business Venturing 12 (5), 403-421.
13. Yang D. T(1997). Education and off-farm work. Economic Development Cultural Change, 45, 513-532.