

## آموزش کارآفرینی: حلقه مفقوده آموزش عالی

### Entrepreneurship education: Missing link in Higher education

تاریخ پذیرش مقاله: ۹۱/۰۹/۱۷

تاریخ دریافت مقاله: ۹۱/۰۵/۰۶

**Batoul Jamali Zavareh**  
**Ahmadreza Nasr (PhD)**  
**Azam Jamali Zavareh**

بتول جمالی زواره \*  
دکتر احمدرضا نصر \*\*\*  
اعظم جمالی زواره \*\*\*

**Abstract:** One of the problems of university graduates is employment. Rapid expansion of universities in recent years has fueled the problem so that the community is faced with a phenomenon called unemployed graduates. The structures of the university are currently formed based on the aim of Specialized Training and less attention is paid to entrepreneurship education. Although more attention has been given to entrepreneurship education in universities, it is not desirable yet. The purpose of this paper is to investigate the methods of entrepreneurship education in universities and to provide a model for entrepreneurship education at university level by using the experiences of successful countries in entrepreneurship education. The method used is document, and internal and external documents, databases and authoritative information, books and articles are used for gathering data. The results show that Entrepreneurship is a skill which can be taught, and there are various methods for teaching it such as offering entrepreneurship training courses, e.g., offering formal entrepreneurship courses at Master's and PhD degrees and integration of Entrepreneurial skills with other subjects.

چکیده: گسترش شتابان دانشگاه‌ها در سال‌های اخیر به اشتغال دانش‌آموختگان دانشگاهی دامن زده، به گونه‌ای که جامعه با پدیده‌ای به نام فارغ‌التحصیلان بیکار مواجه شده است. ساختارهای موجود دانشگاه‌ها نیز در حال حاضر با هدف آموزش تخصصی شکل گرفته است و کمتر آموزش کارآفرینی را مد نظر قرار داده است. هر چند در حال حاضر آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها، تا حدودی مورد توجه قرار گرفته است با این حال تا رسیدن به وضع مطلوب فاصله زیادی وجود دارد. هدف مقاله حاضر بررسی آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها است. از این رو به بررسی شیوه‌های آموزشی کارآفرینی در دانشگاه‌ها پرداخته شده و با استفاده از تجارب کشورهای موفق در آموزش کارآفرینی در سطح دانشگاه، مدلی را برای آموزش کارآفرینی ارائه می‌دهد. روش کار اسنادی است و برای گردآوری اطلاعات از اسناد و مدارک داخلی و خارجی، پایگاه‌های اطلاع‌رسانی معتبر، کتاب‌ها و مقالات معتبر استفاده شده است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که کارآفرینی، مهارتی قابل آموزش بوده و شیوه‌های مختلفی برای آموزش آن وجود دارد. از جمله آنها آموزش کارآفرینی به صورت ارائه واحدهای درسی، ارائه دوره‌های کارآفرینی به صورت رسمی در قالب دوره‌های کارشناسی ارشد و دکترا و ادغام مهارت‌های کارآفرینی با سایر دروس می‌باشد.

**Key word:** learning, university, کارآفرینی, دانشگاه, یادگیری, آموزش, کارآفرینی, entrepreneurship, education

آموزش

\* کارشناس ارشد برنامه‌ریزی آموزشی مدرس دانشگاه پیام‌نور اردستان (مسئول مکاتبات: b.jamali@yahoo.com)

\*\* استاد گروه علوم تربیتی دانشگاه اصفهان

\*\*\* کارشناسی ارشد تاریخ و فلسفه آموزش و پرورش مدرس دانشگاه پیام نور زواره

## مقدمه

اگرچه هدف اولیه از شکل‌گیری دانشگاهها و موسسات آموزش عالی، آموزش‌های تخصصی و پژوهش بوده است؛ اما از آنجایی که آموزش کارآفرینی ابزاری موثر در آمادگی دانش‌آموختگان برای بازار کار آینده و به طور خاص برای کسب و کارهای کوچک می‌باشد (هینس<sup>۱</sup> و ریچاردسون<sup>۲</sup>، ۲۰۰۷: ۷۴۲)، در زمان حاضر آموزش‌های کارآفرینی و آماده کردن دانشجویان برای ورود به بازار کار نیز، از رسالت‌های مهم دانشگاه محسوب می‌شود، به طوری که بسیاری از دانشگاه‌های معتبر در سرتاسر جهان، این‌گونه آموزش‌ها را در برنامه‌های درسی خود گنجانده‌اند. دانشگاه‌ها می‌توانند این نیاز را از طریق ارتقاء انگیزه و قابلیت‌های فارغ‌التحصیلان افزایش دهند تا شخصی موثر در فعالیت‌های نوآورانه و کارآفرینی باشند. مقاله حاضر ابتدا به بررسی کارآفرینی و امکان آموزش آن پرداخته، پس از بررسی اهمیت، انواع و شیوه‌های آموزش کارآفرینی، مدلی جهت آموزش کارآفرینی در دانشگاه ارائه کرده است.

## کارآفرینی چیست؟

در متون تخصصی کارآفرینی، تعاریف مختلفی از این واژه ارائه شده، اما تاکنون تعریفی که توسط اکثریت صاحب‌نظران پذیرفته شده باشد، ارائه نشده است. وجود تعاریف مختلف از کارآفرینی را می‌توان به این دلیل دانست که کارآفرینی و آموزش کارآفرینی، ارزش و معنای ضمنی مختلفی را در بخش‌های مختلف جامعه اعم از عمومی و خصوصی دارد. زمینه فرهنگی می‌تواند به تفاوت کارآفرینی هم در تعریف و هم در کاربرد منجر شود (کرنی<sup>۳</sup>، ۱۹۹۶، به نقل از لوئیس<sup>۴</sup> و مسی<sup>۵</sup>، ۲۰۰۳: ۱۹۹). بیکر<sup>۶</sup> (۲۰۰۰، به نقل از لوئیس و مسی، ۲۰۰۳: ۱۹۹) معتقد است که گسترش آموزش کارآفرینی از فرهنگی به فرهنگ دیگر باهم تفاوت دارد و بیان می‌کند ممکن است نیاز باشد که با پیشرفت‌های آینده، تعریف کارآفرینی و آموزش آن دچار تغییر و تحول شود. در این قسمت به چند مورد از تعریف‌های کارآفرینی اشاره می‌شود:

1. Heynes
2. Richardson
3. Kearny
4. Lewis
5. Messey
6. Baker

آنتونیز<sup>۱</sup>، (۲۰۰۷: ۳۱۰) کارآفرینی را در معنای گسترده و محدود مورد بررسی قرار می‌دهد: در معنای گسترده، کارآفرینی، سرمایه‌گذاری برای تشکیل یک شرکت یا ایجاد یک کسب و کار است. کارآفرینی، فرایندی است که از طریق آن افراد از فرصت‌های پیش‌رو، بدون توجه به منابع کنترلی، استفاده می‌نمایند، کارهای جدیدی انجام می‌دهند، از عادت‌ها و عرف، عبور کرده و فرصت‌ها را پیگیری می‌نمایند به گونه‌ای که انجام کار، تولید یا ارائه خدمات، از روش‌های رایج، خارج شود. در معنای محدود، کارآفرینی دنبال کردن راه حلی خلاقانه یا جدید، برای چالشی که یک شرکت یا موسسه با آن مواجه است، رشد و ارتقاء محصولات و یا خدمات جدید یا قدیم، بازاریابی، استفاده از راهبردها و تکنولوژی برای انجام عملکردهای سازمان و تغییر در استراتژی‌ها، سازماندهی و معامله کردن با رقیبان است. کری<sup>۲</sup> و نشودین<sup>۳</sup> معتقدند کارآفرینی، جستجوی یک فرصت سودآور، ایجاد ایده جدید و داشتن توانایی و اطمینان برای تبدیل ایده به کار واقعی است (۲۰۰۰، به نقل از هنری<sup>۴</sup>، هیل<sup>۵</sup> و لیتچ<sup>۶</sup>، لیتچ<sup>۶</sup>، ۲۰۰۵). هیسریچ<sup>۷</sup> و درنورسک<sup>۸</sup> (۲۰۰۲: ۱۷۵) معتقدند کارآفرینی ایجاد و مدیریت یک کسب و کار جدید، کوچک و خانوادگی با مسائل و مشکلات خاص کارآفرینی می‌باشد. هنری، هیل و لیتچ (۲۰۰۵)، اظهار می‌دارند، به فعالیتی که منجر به ایجاد و مدیریت یک سازمان جدید و استفاده از یک فرصت منحصر بفرد و نوآورانه باشد کارآفرینی گفته می‌شود. به طور کلی می‌توان گفت کارآفرینی یک کار کاملاً اقتصادی است که محصولات یا خدمات جدیدی را تولید می‌کند که با سایر تولیدات و خدمات ارائه شده، تفاوتی دارد (هنری، هیل و لیتچ، ۲۰۰۵).

همانند واژه کارآفرینی، برای کارآفرین نیز تعریف‌های مختلفی ارائه شده است که به چند مورد آن اشاره می‌شود: مال‌علم‌انسانی

پیچ<sup>۹</sup> و گامرون<sup>۱۰</sup> اظهار می‌دارند، کارآفرینان افرادی هستند که فرصت‌ها را جستجو می‌کنند و در پی شناخت آن برمی‌آیند و سپس از منابع مورد نیاز برای بهره‌برداری از

1. Antoncis
2. Carey
3. Naudin
4. Henry
5. Hill
6. Litech
7. Hisrich
8. Drnorsek
9. Pech
10. Gameron

این فرصت‌ها استفاده می‌کنند (۲۰۰۶: ۶۳). بنا بر تعریف دایره‌المعارف آموزش عالی، کارآفرین شخصی است که علاوه بر داشتن علم در یک حوزه تخصصی، قدرت ابتکار، خلاقیت و خطرپذیری دارد و می‌تواند با استفاده از امکانات، فرصت‌ها و توانمندی‌ها، اشتغال مولد و درآمدزا ایجاد کند (حیدری عبیدی، ۱۳۸۳، ص ۶۹۸).

کارآفرینان ویژگی‌های خاص خود را دارند. به عنوان مثال تامپسون<sup>۱</sup> (۱۹۹۰)، ویژگی‌های کارآفرینان را به شرح زیر بیان می‌کند:

خود را از دیگران متفاوت می‌سازند.

فرصت‌ها را کشف و توسعه می‌دهند.

منابع مورد نظر برای استفاده از فرصت‌ها را جستجو می‌کنند.

به ارزش‌ها می‌افزایند (محصولات و خدماتی که ارائه می‌کنند دارای ارزش افزوده

است).

توانایی ایجاد ارتباط گسترده با دیگران را دارند.

می‌دانند چگونه باید کار انجام شود و چه کسی می‌تواند کار را انجام دهد.

ایجاد کننده سرمایه هستند.

ریسک را مدیریت می‌کنند.

کارآفرینان در روزهای سخت مشخص می‌شوند.

خلاق و نوآور هستند.

در یک نگاه کلی کارآفرینی را می‌توان به دو دسته کارآفرینی فردی و کارآفرینی سازمانی تقسیم کرد. اگر نوآوری و ساخت محصول جدید و یا ارائه خدماتی نو، با توجه به بازار، حاصل کار فرد باشد، آن را کارآفرینی فردی می‌نامند و اگر حاصل تلاش یک تیم در سازمانی باشد، آن را کارآفرینی سازمانی می‌نامند (مشهدی، ۱۳۸۲: ۳۶).

عوامل بسیاری موجب توجه روزافزون به کارآفرینی شده است، که مهمترین این

عوامل عبارتست از:

۱- ظهور پدیده‌های نوین تکنولوژی و تغییراتی که جوامع را تحت تاثیر قرار

داده است،

۲- ناکارآمدی سازمان‌ها و شرکت‌های بزرگ تجاری و دولتی در برآورده

ساختن نیازها و انتظارات جدید مشتریان،

- ۳- اهمیت موضوع خلاقیت و نوآوری در پی بروز انتظارات و توقعات جدید بازار،
- ۴- توجه به فعالیت های کوچک، زودبازده، پربهره و دانش محور با توجه به فرصت های جدید محیطی،
- ۵- وجود این باور که کارآفرینی می تواند موتور محرک توسعه اقتصادی باشد،
- ۶- نیاز شدید جوامع و اقتصادها به نوآوری، خلاقیت و ابداع روش های جدید کسب و کار،
- ۷- مقرون به صرفه بودن فعالیت های کارآفرینانه و انعطاف پذیری زیاد آن،
- ۸- کمک به جذب و شکوفایی نیروهای متخصص، توانمند و مستعد و خلاق،
- ۹- وجود این اعتقاد که منطقی ترین راهکار جهت حل معضل بیکاری و چاره پیامدهای وخیم و تبعات مخوف اجتماعی در گرو کارآفرینی قابل حل است (حسینی و غلامی حسن کیاده، ۱۳۸۵: ۱۱).

### کارآفرینی ذاتی یا اکتسابی؟

علیرغم رشد دانش کارآفرینی و توجه به جنبه های مختلف آن، هنوز به طور قطع نمی توان مشخص کرد که کارآفرینی فرایندی ذاتی است یا اکتسابی، و بحث های مداومی بین متخصصان این رشته وجود دارد که آیا می توان کارآفرینی را آموزش داد یا خیر (هنری، هیل و لیتچ، ۲۰۰۵). برای تعیین اینکه کارآفرینی ذاتی یا اکتسابی است به چند مورد از دیدگاه های متخصصان این رشته به اختصار، اشاره می شود:

کری و نئودین اظهار می دارند که مطالعات انجام شده، نشان می دهد آموزش کارآفرینی به عنوان یک موضوع، امکان پذیر است (۲۰۰۶: ۵۲۱). همچنین گزارش ها حاکی از آن است که برنامه های آموزش کارآفرینی، سبب افزایش ایجاد موسسات و شرکت ها شده است. همچنین مطالعات نشان می دهد که آموزش های کارآفرینی سبب شده است که افراد به ایجاد کسب و کار مبادرت ورزند و نسبت به دیگر فارغ التحصیلان، دیدگاه های قوی تری درباره کارآفرینی داشته باشند (راسموسن<sup>۱</sup> و اسکرهیم<sup>۲</sup>، ۲۰۰۶: ۱۸۶).

جیک<sup>۱</sup> و آندرسون<sup>۲</sup> بیان می‌کنند که کارآفرینی دارای دو نوع مهارت یعنی مهارت‌های علمی و هنری می‌باشد (۱۹۹۹: ۱). تدریس و آموزش مهارت‌های علمی کارآفرینی کمتر مساله‌ساز است. این بدان معناست که آموزش کارآفرینی در بسیاری از بخش‌ها، قابلیت آموزش دارند. آموزش‌های علمی کارآفرینی برای افرادی که بخواهند در سطح حرفه‌ای، یک کسب و کار کوچک یا متوسط را مدیریت کنند، اساتید و محققینی که در زمینه کسب و کارهای کوچک کار می‌کنند و همچنین حامیان و مشاوران کسب و کارهای کوچک و دانشجویان می‌تواند مثرتر باشد (ادواردز<sup>۳</sup> و مایر<sup>۴</sup>، ۲۰۰۵: ۶۱۶). اما آنچه که در آموزش کارآفرینی مشکل است، مهارت‌های هنری کارآفرینی می‌باشد. این ویژگی‌ها شامل قابلیت‌های رهبری و مدیریت، ریسک‌پذیری، خوداتکایی، نیاز به پیشرفت دائمی، توانایی‌های فکری و ذهنی، قدرت تحمل بالا و ویژگی‌هایی مانند این می‌باشد که به عنوان ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان تلقی می‌شود، و این ویژگی‌ها به طور مستقیم قابل آموزش نیست. همچنین تیموسن<sup>۵</sup> و استیونسون<sup>۶</sup> (۱۹۸۵) معتقدند که مهارت‌های تفکر انتقادی مانند قضاوت، مدیریت افراد، صبر و مسئولیت‌پذیری به طور مستقیم نمی‌تواند آموزش داده شود و تنها از طریق زندگی واقعی یاد گرفته شود. همچنین تحقیقات پیترمن و کندی<sup>۷</sup> (۲۰۰۳) نشان می‌دهد که برنامه‌های آموزش کارآفرینی می‌تواند به طور معناداری نگرش‌های کارآفرینانه شرکت‌کنندگان را تغییر دهد. علاوه بر تاثیر مستقیم برنامه‌های آموزش کارآفرینی بر ایجاد کسب و کار جدید، مشارکت‌کنندگان در دوره‌های آموزش کارآفرینی، ممکن است نگرش‌های کارآفرینی را علاوه بر ایجاد کسب و کار کوچک، در کل کار حرفه‌ای خود، گسترش دهند. برای مثال می‌تواند از این آموزش‌ها برای گسترش کسب و کار در شرکت‌های موجود، تکمیل کسب و کار و در ارزیابی فعالیت‌های کارآفرینانه نیز استفاده کنند (پیترمن و کندی، ۲۰۰۳). به طور کلی می‌توان گفت اگر چه همه جنبه‌های کارآفرینی قابل آموزش نیستند اما حداقل برخی جنبه‌های آن را می‌توان آموزش داد.

1. Jack

2. Anderson

3. Edwards

4. Muir

5. Timmsons

6. stevenson

7. Peterman \$ Kennedy

### اهمیت آموزش کارآفرینی

قبل از بررسی اهمیت آموزش کارآفرینی لازم است مشخص شود آموزش کارآفرینی به چه معناست. لوئیس و مسی<sup>۱</sup> (۲۰۰۳: ۱۹۹)، آموزش کارآفرینی را در معنای گسترده و محدود مورد بررسی قرار می‌دهند:

در معنای گسترده آموزش کارآفرینی، رشد افراد و به طور خاص جوانان در مجموعه‌ای از مهارت‌ها و نگرش‌هاست، که به آنها اجازه می‌دهد هم ایجاد کننده شغل و هم جستجوکننده شغل باشند و باعث رشد اقتصادی می‌شود. در معنای محدود، آموزش کارآفرینی به معنای آموزش کسب و کار و مهارت‌های مورد نیاز برای آغاز یک شغل است.

کارآفرینی می‌تواند در سطح جهانی، اجتماعی، سازمانی و در سطح فردی مهم باشد. در سطح جهانی، کاهش موانع تجاری، همراه با وسایل ارتباط از دور و تکنولوژی‌های جدید فرصت‌های بیشتری را برای تجارت فراهم می‌کند. در سطح اجتماعی، خصوصی‌سازی، رفع ممنوعیت‌ها، شکل‌های جدید مدیریتی، افزایش مسائل محیطی و توجه به رعایت حقوق گروه‌های اقلیت، جوامع را با پیچیدگی و عدم اطمینان مواجه کرده است. در سطح سازمانی نیز، تمرکززدایی، کوچک شدن سازمان‌ها، راهبردهای گروه‌های مشترک‌المنافع و تقاضا برای انعطاف‌پذیری بیشتر نیروی کار، همه به ایجاد یک محیط نامطمئن شغلی کمک می‌کند. سرانجام در سطح فردی، افراد در زمان حاضر، با مسائل مختلف شغلی روبرو هستند. از جمله اینکه احتمال از دست دادن شغل بیشتر شده است و افراد در محیط کار با مسئولیت بیشتری در کار و فشارهای محیطی گوناگونی مواجهند. از سوی دیگر افراد مسئولیت بیشتری برای یافتن منابع مالی برای آینده خود دارند (گیب<sup>۱</sup> و کاتن<sup>۲</sup>، ۱۹۹۸: ۹-۸).

موارد ذکر شده نشان می‌دهد که نیاز روزافزونی برای افراد جامعه وجود دارد که توانایی و قابلیت‌های کارآفرینی را هر چه بیشتر کسب کنند، تا توانایی مواجهه با چالش‌های زندگی در عصر حاضر و آینده مبهم پیش‌رو را داشته باشند. علاوه بر این، مهارت‌های کارآفرینی افراد را قادر می‌سازد تا از طریق رویکردهایی مانند فراگیری مهارت‌های حل مسأله، تطابق بیشتری را با تغییرات محیطی به دست بیاورند و از این طریق قدرت و اعتماد به نفس بیشتری برای مقابله با چالش‌ها، در افراد بوجود می‌آید.

بدون شک، در محیط و مخصوصاً محیط‌های اقتصادی، فراگیری چنین مهارت‌هایی می‌تواند منافع زیادی، هم برای فرد و هم برای جامعه داشته باشد. از این رو می‌توان گفت که آموزش و تربیت کارآفرین، در هیچ زمانی بیش از زمان حاضر، ضروری نبوده است (هنری، هیل و لینچ، ۲۰۰۵).

دیدگاه مشترکی که وجود دارد این است که همه فارغ‌التحصیلان، نیازمندند برای تغییرات بازارکار تجهیز شوند و این شامل فارغ‌التحصیلانی که دوره‌های کارآفرینی را نگذرانده‌اند، نیز می‌شود. این نکته روشن می‌کند که آموزش کارآفرینی محدود به رشته‌ها و دوره‌های خاص نمی‌شود. دانشجویان رشته‌های مختلف باید فرصت‌های کارآفرینی را ارزشمند بدانند و به منظور رشد مهارت‌های کارآفرینی در رشته‌های مختلف مخصوصاً علوم تجربی، مهندسی و تکنولوژی، برای آنها فرصت‌هایی فراهم شود (هینس و ریچاردسون، ۲۰۰۷: ۷۳۳-۶۱۴). همچنین آموزش کارآفرینی روش موثری برای آماده سازی فارغ‌التحصیلان برای انتقال از آموزش‌های تئوری به بازارکار است جایی که به جای دانش، روی مهارت‌ها و قابلیت‌های رشد یافته تأکید می‌شود (هینس و ریچاردسون، ۲۰۰۷: ۷۳۴). کلوپستن<sup>۱</sup> (۲۰۰۰)، به نقل از راسموسن و اسکرهیم، ۲۰۰۶: ۱۸۶ معتقد است دانشگاه‌ها سه وظیفه اصلی برای ارتقاء کارآفرینی دارند، که این وظایف عبارتست از:

۱. ایجاد و حفظ فرهنگ کارآفرینی در بین کلیه دانشجویان که با برنامه‌های درسی، فعالیت‌های پژوهشی و فعالیت‌های خارج از دانشگاه درهم تنیده شده باشد.
۲. فراهم کردن دوره‌های مجزای کارآفرینی برای تمام دانشجویان.
۳. ارائه برنامه‌های خاص برای افراد کارآفرین و کسانی که قصد ایجاد یک کسب و کار کوچک را دارند.

### انواع آموزش کارآفرینی در دانشگاه

جورمن<sup>۲</sup>، هانلون<sup>۳</sup> و کینگ<sup>۴</sup> اظهار داشته‌اند، که نیازهای یادگیری کارآفرینان در مراحل مختلف، متفاوت است، و در هر زمان، ممکن است اهداف آموزشی دوره، موضوعات و رویکردهای آموزشی، بسته به ماهیت گروه‌های مخاطب متفاوت باشد (۱۹۹۷: ۵۶).

1. Klofsten  
2. Gorman  
3. Hanlon  
4. King



همچنین برخی از متخصصان کارآفرینی معتقدند نیازهای آموزشی بر طبق میزان آگاهی افراد قبل از شروع کار و همچنین میزان رشد فرد با یکدیگر متفاوت است. بنابراین باید به این نکته توجه شود که رشد فرد و شغل او می‌تواند روی ماهیت آموزش‌های کارآفرینی تاثیر زیادی داشته باشد. به گونه‌ای که توجه به این ویژگی‌ها می‌تواند فرایند آموزش کارآفرینی را تا حد زیادی بهبود بخشد (هنری، هیل و لیتچ، ۲۰۰۵).

در یک مطالعه درباره آموزش کارآفرینی در انگلستان لوی<sup>۱</sup> (۱۹۹۹)، به نقل از ادواردز و مایرز، (۲۰۰۵: ۶۱۵) نشان داد که دو نوع اصلی آموزش کارآفرینی، شامل دوره‌های آموزشی درباره کارآفرینی و دوره‌های آموزش برای کارآفرینی موجود است (شکل ۱).

آنها معتقدند دوره‌های آموزش درباره کارآفرینی با آموزش دانشگاه‌های سنتی تنها در محتوا متفاوت است. این دوره‌ها بر آموزش تئوری کارآفرینی تاکید دارند. نوع دوم، یعنی آموزش برای کارآفرینی، آموزش‌هایی درباره نحوه ایجاد یک کسب و کار کوچک می‌باشد.

در راستای دسته‌بندی مذکور، کرسول<sup>۲</sup> (به نقل از ادواردز و مایرز، ۲۰۰۵: ۶۱۵)، نیز در بررسی خود بر روی آموزش کارآفرینی سه نوع آموزش کارآفرینی را مشخص کرده است:

۱- آموزش‌های ترغیبی کارآفرینی<sup>۳</sup>: هر فعالیت آموزشی که نگرش‌ها، مهارت‌ها و رفتارهای کارآفرینی را ارتقاء می‌دهد. آموزش ترغیبی کارآفرینی روی انواع آموزش و یادگیری و بر تجارب یادگیری خود هدایت شده، تاکید می‌کند.

۲- آموزش درباره کارآفرینی: هر فعالیت آموزشی که دیدگاه افراد را درباره ماهیت کسب و کار، به طور خاص از طریق موضوعات، واحدها و دوره‌های آموزش نوآوری، کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای کوچک، شکل می‌دهد.

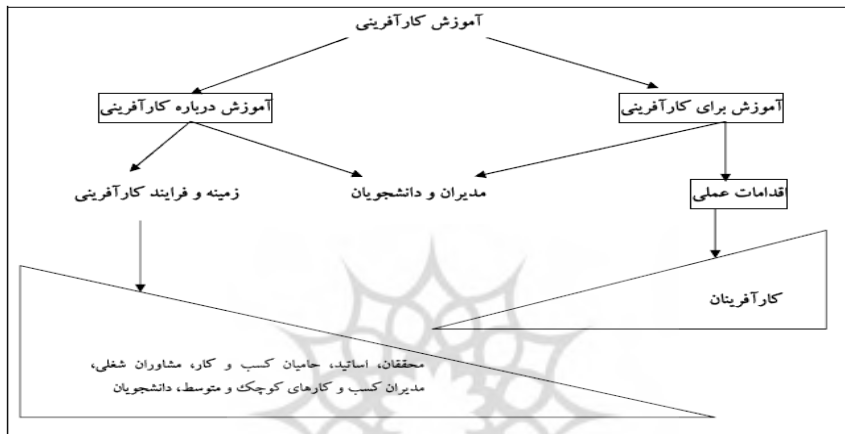
۳- آموزش از طریق کارآفرینی: هر فعالیت آموزشی که روی یادگیری دانشجویان از طریق تجارب متمرکز است؛ عموماً شامل تجارب کسب و کار در محیط واقعی، کاریابی، تجربیات کاری و آموزش همکاری و تشریک مساعی یا ترغیب فعالیت‌های کارآفرینانه می‌باشد. آموزش به دانشجویان در دوره‌های آموزش

1. Levie

2. Cresswell

3. Education that stimulates enterprise

برای کارآفرینی شامل تجاربی نزدیک به کارآفرینی با تمرکز روی تدارک و طراحی کسب و کار و ایجاد فرصت از طریق تعامل با کارآفرینان می‌باشد. چنین تعاملی احتمالاً از طریق اساتیدی که ارتباط نزدیک با همکاران کارآفرین خود دارند، امکانپذیر می‌باشد.



شکل (۱) آموزش درباره و برای کارآفرینی و افرادی که این آموزشها برای آنها سودمند است

منبع ادواردز و مایر (۲۰۰۵) ص ۶۱۶

جمیسون<sup>۱</sup> (۱۹۸۴)، به نقل از هنری، هیل و لیتچ، (۲۰۰۵) و لوئیس و مسی، (۲۰۰۳): (۱۹۹) سه طبقه برای سازماندهی آموزش کارآفرینی پیشنهاد کرده است: آنها بین آموزش درباره کارآفرینی<sup>۲</sup>، آموزش برای کارآفرینی<sup>۳</sup> و آموزش در کارآفرینی<sup>۴</sup> تفاوت قائل شده است، و معتقد است برای این سه جنبه، سه نوع محتوای مختلف وجود دارد.

طبقه اول: آموزش درباره کارآفرینی، اساساً به ایجاد آگاهی درباره کارآفرینی مرتبط است و موضوعات خاصی را برای آموزش دانشجویان در جنبه‌های مختلف ایجاد و راه‌اندازی یک کار، اساساً به صورت تئوری دارد. آموزش‌هایی مانند کارآفرینی در

1. Jamieson
2. education about enterprise
3. education for enterprise
4. education in enterprise

کسب و کار، ایجاد دوره‌هایی در جهت ایجاد مهارت‌ها، نگرش‌ها و ارزش‌های مورد نیاز برای آغاز، مالکیت و مدیریت کار در یک سرمایه‌گذاری شغلی موفق، در این حیطه قرار می‌گیرد.

طبقه دوم: آموزش برای کارآفرینی، بیشتر با ایجاد اشتیاق در کارآفرینان برای خوداشتغالی در کسب و کارهای خاص، ارتباط دارد. در این آموزش به شرکت‌کنندگان مهارت‌های مختلف مورد نیاز برای ایجاد و مدیریت کسب و کار کوچک داده می‌شود و دوره‌ها اغلب به سمت ایجاد و طراحی یک شغل می‌باشد. برنامه‌های طرح ایجاد و آغاز به کار یک کسب و کار، مثال‌هایی از این نوع آموزش کارآفرینی می‌باشد. به عبارت دیگر، این نوع آموزش، به آموزش افراد برای آغاز یک کسب و کار و با تاکید روی ایجاد و آغاز یک کسب و کار کوچک اشاره دارد.

طبقه سوم: آموزش در کارآفرینی اساساً به تربیت مدیران برای کارآفرینی و ایجاد اطمینان برای رشد و توسعه شغل در آینده متمرکز است. برنامه‌های رشد و تربیت مدیران کارآفرین و توسعه محصول خاص، می‌تواند در این طبقه قرار گیرد. علاوه بر این، چنین آموزشی، مهارت‌ها، دانش و نگرش‌هایی را برای افراد ایجاد می‌کند تا آینده کاری خود را بسازد و آنها را قادر سازد مسائل شغلی خود را حل نمایند. اگر چه این طبقه از آموزش کارآفرینی اغلب اوقات به رویکردهای کارآفرینی در دنیای حرفه‌ای اشاره دارد، اما تنها محدود به افراد کارآفرین نیست. این آموزشها کارآفرینی می‌تواند شامل دوره‌هایی باشد که هدف آن کمک به افراد یا گروه‌ها برای انطباق با رویکردهای کارآفرینی، بدون در نظر گرفتن سازمانی است که در آن کار می‌کنند.

گاراون<sup>۱</sup> و اوکینید<sup>۲</sup> (۱۹۹۴)، دسته‌بندی گسترده‌ای برای آموزش کارآفرینی ارائه داده‌اند و بین آموزش برای کارآفرینی و آموزش کسب و کار کوچک تفاوت قائل شده‌اند. در طبقه‌بندی اول، آنها شرح داده‌اند که آموزش کارآفرینی که در این بخش مورد توجه است، فراهم کردن فرصت برای یادگیری، درباره شرایط مطلوب ایجاد کسب و کار جدید در موقعیت‌های مختلف است. دسته دوم آموزش‌ها تاکید بیشتر روی خود آموزش کسب و کار دارد و انواع آموزش‌هایی را که افراد ممکن است در این بخش بدست آورند، در سه طبقه به شرح زیر طبقه‌بندی کرده‌اند:

طبقه اول آموزش آگاهی از کسب و کار کوچک می‌باشد (این طبقه با مرحله اول جیمسون، لوئیس و مسی مطابق است)؛ هدف این آموزش افزایش تعداد افرادی است که آگاهی‌های کافی درباره کسب و کار دارند تا آن را در مراحل بعدی در آینده خود به عنوان یک فرصت شغلی بررسی کنند.

دسته دوم آموزش در راستای شیوه‌های مالکیت کسب و کار کوچک می‌شود. هدف چنین آموزش‌هایی ایجاد کمک عملی برای افرادی است که در حال ایجاد خوداشتغالی می‌باشند. این نوع آموزش شامل آموزش تامین منابع مالی، مسائل مربوط به بازار و مسائل قانونی است.

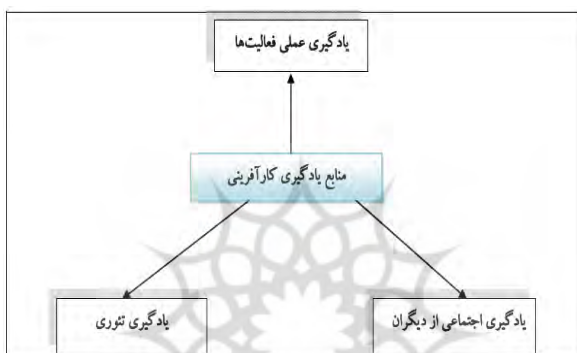
سومین نوع آموزش، آموزش‌های مادام‌العمر برای کسب و کارهای کوچک و دائمی می‌باشد. این نوع آموزش نوع خاصی از آموزش است که افراد را برای ارتقاء و بروز رسانی مهارت‌های کارآفرینی توانا می‌سازد.

به طور کلی بسیاری از متخصصان کارآفرینی تصدیق می‌کنند که نیازهای یادگیری برای کارآفرینان بر حسب دوره‌های مختلف، متفاوت است. به عنوان مثال، جورمن وهانلن و کینگ (۱۹۹۷) با بررسی در متون تخصصی کارآفرینی نشان داده‌اند که تنوع زیادی در راهبردهای تدریس، سبک‌های یادگیری و طراحی برنامه درسی کارآفرینی وجود دارد. فیت<sup>۱</sup> (۲۰۰۰، به نقل از هنری، هیل و لیتچ، ۲۰۰۵) بیان می‌کند که این استراتژیهای متنوع به طور قطع، نشان از فقدان دیدگاه واحد در زمینه کارآفرینی است. به عقیده او، توافق کمی در مبانی اساسی آموزش کارآفرینی وجود دارد که منجر به دیدگاه‌های مختلف، در تدوین دوره‌های کارآفرینی می‌شود. در واقع، محتوا و رئوس محتوای تدوین شده برای دوره‌ها، به وسیله مدرسان کارآفرینی آنقدر گسترده و متفاوت است که مشکل است تعیین کرد آنها حتی یک هدف واحد داشته‌اند.

### شیوه‌های آموزش کارآفرینی در دانشگاه

همانطور که گفته شد کارآفرینی باید در برنامه درسی موجود دانشگاه‌ها و حتی در دوره‌های پیش از دانشگاه، نیز گنجانده شود و این مساله توسط بسیاری از متخصصان کارآفرینی مورد تاکید قرار گرفته است. در حال حاضر یکی از مسئولیت‌های دانشگاه، ارتقاء فرهنگ نوآوری و کارآفرینی در میان دانشجویان می‌باشد. آنچه که باید در

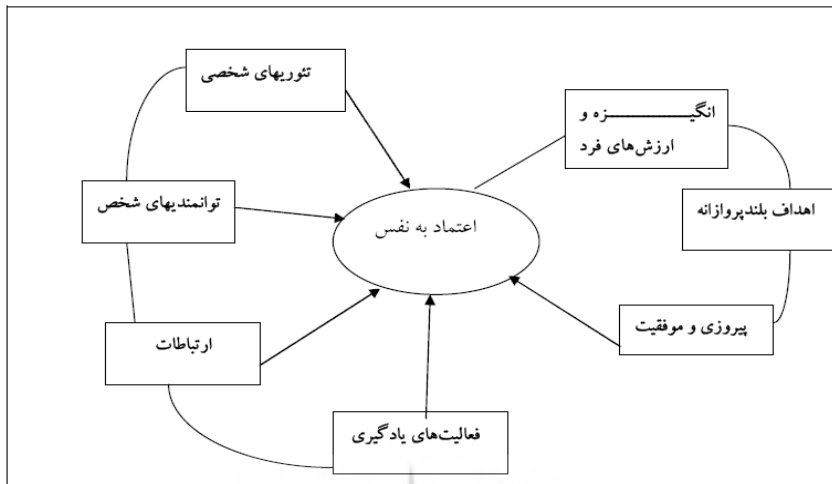
دوره‌های کارآفرینی آموزش داده شود تنها این نیست که چگونه یک کسب و کار کوچک ایجاد شود، بلکه باید فرهنگ کارآفرینی و روش‌های تفکر در دانشگاه، توسعه و ترغیب شود (کری و نئودین، ۲۰۰۶: ۵۲۳). قبل از بررسی شیوه‌های آموزش کارآفرینی در دانشگاه لازم است مشخص شود، منابع یادگیری کارآفرینی چیست؟ ری<sup>۱</sup> ۱۹۹۹ در یک دسته‌بندی منابع کارآفرینی را شامل یادگیری‌های تئوری و رسمی، یادگیری اجتماعی و یادگیری عملی فعالیت‌ها می‌داند (شکل ۲).



شکل (۲) منابع یادگیری کارآفرینی

منبع: ری (۱۹۹۹): ۱۸۴

ری و کراسول<sup>۲</sup> (۲۰۰۰) برای رشد قابلیت‌های کارآفرینی مدلی ارائه نموده‌اند (شکل ۳) که بر اساس آن دانش و تئوری‌های شخصی که فرد ضمن کار بدست می‌آورد، توانمندی‌ها و قابلیت‌های شخصی، ارتباطاتی که با سایر افراد و مخصوصاً کارآفرینان دارد، فعالیت‌های یادگیری و همچنین ارزش‌ها و انگیزه‌های فردی باعث ایجاد اعتماد به نفس و خودتکایی در فرد شده و ایجاد مهارت‌های کارآفرینی را در فرد میسر می‌سازد.



شکل (۳) مدل یادگیری کارآفرینی

منبع ری و کراسول، ۲۰۰۰: ۲۲۵

برای گسترش آموزش‌های کارآفرینی میان دانشجویان رشته‌های مختلف و در سطوح مختلف می‌توان از شیوه‌های گوناگونی استفاده کرد. بینکز<sup>۱</sup> (۲۰۰۵) مجموعه فعالیت‌هایی را برای ترویج یادگیری درهم‌تنیده پیشنهاد می‌کند. یعنی ایجاد عمده محیط آموزشی غنی که از طریق آن توانایی فردی دانشجویان و دانش و یادگیری تجربی در ارتباط باهم قرار گرفته و از این طریق آنها را قادر می‌سازد تا دانش، واقعیت‌ها و فهم و ادراکی را که از جنبه‌های مختلف یادگیری بدست آورده‌اند در موقعیت‌های کاری به کار بگیرند (به نقل از هینس و ریچاردسون، ۲۰۰۷: ۷۳۵).

به طور کلی می‌توان شیوه‌های آموزش کارآفرینی در دانشگاه را به دو دسته کلی، یعنی آموزش‌های رسمی و غیر رسمی تقسیم‌بندی کرد. از طریق آموزش‌های رسمی، دانشگاه می‌تواند تغییراتی را در سیستم آموزشی خود به وجود آورد و به شیوه‌های مختلف، کارآفرینی را در میان دانشجویان ترویج کند؛ به طوری که تیموسن<sup>۲</sup> و استیونسون<sup>۳</sup> (۱۹۸۵) معتقدند که کارآفرینی یک تجربه یادگیری مادام‌العمر و مداوم است، و بهترین راه برای یادگیری آن، ترکیب تجربیات با فعالیت‌های آموزشی رسمی است.

1. Binks
2. Timmsons
3. stevenson

در سطح غیر رسمی یکی از مهمترین شیوه‌ها ترغیب فرهنگ کارآفرینی بین دانشجویان و فعالیتهای توانمندسازی به شکل‌های مختلف می‌باشد. یکی از شیوه‌ها، این است که فعالیتهای کارآفرینی که توسط اعضای هیات علمی انجام می‌شود، ترغیب شود. این فعالیتهای روی دانشجویان منعکس شده و بر آنها تاثیر مثبت دارد و مدیران و مالکان را در طراحی و فرایند یادگیری کارآفرینی ترغیب می‌کند. همچنین ترغیب فرهنگ کارآفرینی باعث القاء نگرش مثبت به کارآفرینی در میان دانشجویان و فارغ‌التحصیلان شده و باعث الگوبرداری مثبت دانشجویان می‌شود.

آموزش مهارت‌های پیش‌نیاز برای کارآفرینی و توانمندسازی دانشجویان، از طریق ارتباط مستقیم با مالکان و مدیران اصلی کسب و کارهای کوچک و به طور کلی کارآفرینان نیز یکی دیگر از شیوه‌های موثر می‌باشد. مهارت‌های توانمندسازی شامل آگاهی درباره یک کسب و کار، منابع مالی مورد نیاز، مسائل بازاریابی و حقوقی و سایر مهارت‌های عمومی از قبیل کار تیمی، ارتباطات، و مهارت‌های بین فردی، در آغاز و گسترش یک کسب و کار ضروری است. همراه با آموزش کارآفرینی، ایجاد فرهنگ کارآفرینی و توانمندسازی دانشجویان می‌تواند به عنوان یک استراتژی مثبت در پاسخگویی موسسات آموزشی برای کمک به رفتارهای مرتبط با کارآفرینی برای تغییرات مداوم و تقاضای محیط کار باشد (هینس و ریچاردسون، ۲۰۰۷: ۷۳۵).

یکی دیگر از روش‌های موثر در آموزش غیر رسمی کارآفرینی در دانشگاه‌ها، ایجاد گروه‌های کارآفرینی می‌باشد. در این گروه‌ها افراد ذی‌نفع شامل کارآفرینان و مدیران کسب و کارهای کوچک، متخصصان دانشگاهی، مشاوران کارآفرینی، دانشجویان و مسئولین دانشگاه شرکت دارند. دانشجویان از طریق ارتباط با این افراد می‌توانند تجارب ارزنده‌ای را به دست بیاورند. برای مثال از طریق ارتباط با کارآفرینان می‌توانند راه‌های کشف و استفاده از فرصت‌ها، مسائل و مشکلات ایجادکسب و کار جدید و نحوه حل این مسائل، راه‌های تامین منابع مالی، نحوه بازاریابی و مسائلی مانند این را فراگیرند. برای ایجاد کسب و کار جدید از دیدگاه‌های متخصصین دانشگاهی و مشاوران استفاده نمایند. همچنین دانشجویان از طریق ارتباط با مسئولین دانشگاه می‌توانند از امکانات، منابع و حمایت‌هایی که دانشگاه در اختیار آنها قرار می‌دهد، آگاه شوند.

به جز موارد ذکر شده، روش‌های زیر نیز می‌تواند در آموزش کارآفرینی، به طور غیررسمی در دانشگاه‌ها مورد توجه قرار گیرد:

ایجاد آگاهی در دانشجویان در مورد کارآفرینی با استفاده از پوستر و

وبسایت؛

## آموزش الکترونیکی کارآفرینی؛

- $\alpha$  ایجاد کارگاه و مشاوره‌های تخصصی برای افرادی که می‌خواهد کار و کسب کوچک راه‌اندازی کنند؛
- اختصاص جوایزی برای کارآفرینان (ادواردز و مایرز ۲۰۰۵: ۶۱۸).
  - کارآموزی در شرکت‌های کوچک تحت نظر کارآفرینان

## بحث و نتیجه‌گیری

علیرغم اعتقاد بسیاری از افراد که مشکلات مالی و کمبود منابع را عوامل اصلی اجتناب، افراد از خوداشتغالی و کارآفرینی می‌دانند، اما با بررسی دقیق‌تر می‌توان چنین استنباط کرد که دلیل اصلی نبود خوداشتغالی در دانشجویان و فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی، کمبود آموزش‌های کارآفرینی می‌باشد. بنابراین نظر اکثر متخصصان حوزه کارآفرینی بسیاری از قابلیت‌ها و مهارت‌های کارآفرینی، قابل آموزش است و در زمان حاضر این وظیفه دانشگاه‌هاست که علاوه بر آموزش‌های تخصصی و پژوهش، مهارت‌های کارآفرینی را نیز به دانشجویان آموزش دهند، تا بسیاری از مشکلات اشتغال فارغ‌التحصیلان مرتفع شود. از این رو آموزش کارآفرینی به سرعت در بسیاری از دانشگاه‌های دنیا، رواج یافته و بخشی از برنامه درسی آنها شده است.

دانشگاه‌ها به منظور گسترش قابلیت‌های کارآفرینی در دانشجویان باید با تجدید نظر در برنامه‌های درسی، روحیه پژوهشگری، خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی را در دانشجویان رشد دهند و آموزش‌های کارآفرینی را به صورت رسمی و غیررسمی به دانشجویان ارائه دهند (شکل ۴).

- به منظور آموزش رسمی کارآفرینی در دانشگاه راهکارهای زیر پیشنهاد می‌شود:
- ادغام مهارت‌های کارآفرینی مانند مهارت‌های حل مسئله، یادگیری مبتنی بر فرصت و یادگیری حین عمل با سایر دروس عمومی و تخصصی،
  - ارائه واحدهای درسی اختیاری درباره کارآفرینی برای دانشجویان علاقمند،
  - ارائه واحدهای درسی عمومی مرتبط با کارآفرینی بر حسب رشته و دوره تحصیلی برای همه دانشجویان،
  - انجام پایان‌نامه کارشناسی و کارشناسی ارشد و دکترا در غالب ایجاد یک کسب و کار کوچک و یا ایجاد شرکت و عملیاتی ساختن آن،
  - ایجاد رشته کارآفرینی در سطح فوق‌لیسانس و دکترا،

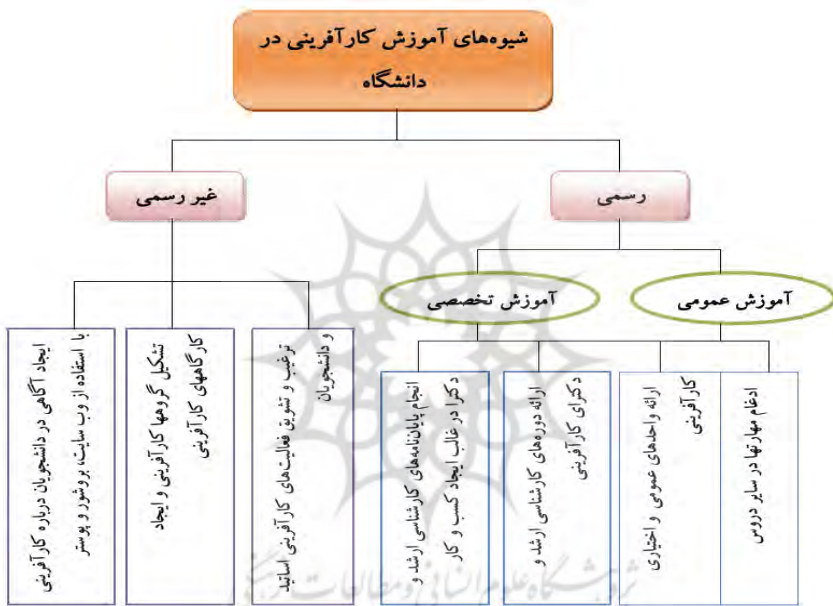


همچنین به منظور آموزش غیر رسمی کارآفرینی در دانشگاهها نیز، راهکارهای زیر پیشنهاد می‌شود:

ایجاد آگاهی در دانشجویان درباره کارآفرینی با استفاده از وب سایت، بروشور و پوستر،

تشکیل گروهها کارآفرینی و ایجاد کارگاههای کارآفرینی،

ترغیب و تشویق فعالیت‌های کارآفرینی اساتید و دانشجویان.



شکل (۴) مدل شیوه‌های آموزش کارآفرینی در دانشگاه

در پایان باید خاطر نشان کرد که برای گسترش کارآفرینی و تربیت فارغ‌التحصیلان کارآفرین، لازم است در برنامه درسی دانشگاه‌ها هم آموزش‌های رسمی و هم غیررسمی کارآفرینی مورد توجه قرار گیرد. علاوه بر این، باید این نکته را نیز مد نظر داشت که اگرچه بسیاری از آموزش‌های کارآفرینی در دانشگاه را آموزش‌های ایجاد کسب و کار کوچک تشکیل می‌دهد، اما ایجاد و حفظ فرهنگ کارآفرینی نیز، در میان دانشجویان اهمیت زیادی دارد.

## منابع

- حسینی، نبی...؛ غلامی کیاده، علی (۱۳۸۵). القای روح کارآفرینی در جامعه ایرانی، *بازار کار*، شماره ۲۷۸.
- حیدری عبدی، احمد. (۱۳۸۳). کارآفرینی، *دایره‌المعارف آموزش عالی*، تهران: بنیاد دانشنامه بزرگ فارسی.
- مشهدی، محمود (۱۳۸۲). نقش کارآفرینی در توسعه صنعتی و اقتصادی، رهیافت، شماره ۲۹.
- Antoncis, B. (2007). Entrepreneurship: A comparative structural equation modeling study, *Industrial Management data System*, 107 (3), 309-325.
- Cary. C. and Naudin, A. (2006). Enterprise curriculum for creative industries student: An exploration of current attitudes and issues. *Education & Training*, 48 (7), 518-531.
- Edwards, L. J. and Muir, E. J. (2005). Promoting entrepreneurship at university of Glamorgan through formal and informal learning. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 12 (4), 613-626.
- Gibb, A. A. and Cotton, I. (1998). Entrepreneurship in school and college education, creating the leading edge, paper presented at: *The conference on work future and the role of entrepreneurship and enterprises in school and future education*, December. London.
- Garavan, T. and O'cCinneide, B. (1994). Entrepreneurship education and training programmers: a review and evaluation, *Journal of European Industrial Training*, part I, 18 (11), 13-21.
- Gorman, G. ; Hanlon, D. and King, W. (1997). Some research perspectives on entrepreneurship education, enterprise education and education for small business management, ten year literature review, *International Small Business Journal*, 15 (3), 56-78.
- Henry. C. ; Hill, F. and Litech, C. (2005). Entrepreneurship and training: can entrepreneurship be taught?, *Education & Training*, 47 (2/3), 95-109.
- Heynes, B. and Richardson, I. (2007). Entrepreneurship education: A mechanism for engaging and exchanging with the smart business sector. *Education & Training*, 49 (8/9), 732-744.
- Hisrich, R. and Drnorsek, M. (2002). Entrepreneurship and small business research: A European perspective, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 9 (2), 172-222.
- Jack, S. L. and Anderson, A. R. (1999). entrepreneurship education within the enterprise culture producing reflective practitioners *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 5 (3), 1-10.

- Lewis, K. and Messey, C. (2003). Delivering enterprise education in Newzland, *Education & Training*, 45, (4), 197-206.
- Pech, R. and Gameron, A. (2006). An entrepreneurship education within the enterprise culture peoducing reflective parationer, *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 5 (3),1-10
- Peterman, N. E. and Kennedy, J. (2003), Enterprise education, influencing student`s perceptions of entrepreneurship, *Entrepreneurship – Theory and Practice*, 28, (2), 129-144.
- Rea, D. (1999). *The entrepreneurial spirit*, Dublin: Black Hall Publishing.
- Rea, D. and Carswell, M. (2000). Using a life story approach in researching entrepreneurial learning: the development of conceptual model and its implication in the design of learning experience, *Education & Training*, 45 (4/5), 220-227.
- Rosmussen, E. A. and Sørheim, R. (2006). Action- based entrepreneurship education, Available at: *Elsevier.com/locate/technovation*.
- Timmons, J. A. and Stevenson, H. H. (1985). Entrepreneurship education in the 1980s:what entrepreneurs say, in Koa, J. and Stevenson, H. H. (Eds), *Entrepreneurship – what it is and how to teach it*, Cambridge: Harvard Business School, MA, pp. 115-134.
- Tompson, J. L. (1990). The word of entrepreneur: A new perspective, *Journal of Workplace Learning: Employee Counseling Today*, 11 (6), 206-224.