

آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها، روش‌ها و چالش‌ها Entrepreneurship Training in Universities: Methods and Challenges

تاریخ پذیرش مقاله: ۹۶/۰۸/۰۲

Gholam Hossein Hosseini Nia
Seyed Shamsodin Mosavi

Abstract: Studies have well revealed that training on business and entrepreneurial culture, developing the entrepreneurial R&D centers, organizing digital entrepreneurship workshops, etc. are appropriate solutions for creating jobs and alleviating the unemployment crisis. This study was an attempt to provide a comprehensive review of the definitions and concepts provided for the entrepreneurship training, introduce diverse entrepreneurship models and methods of teaching entrepreneurship in universities and study the challenges faced with the higher education in Iran in relation to this novel domain. The library method, which was focused on documentation websites and domestic and international scientific papers and studies, was used to attain a further understanding on the related literature and the background of the subject for dealing with the trend of the issue. The findings led us to the conclusion that the following phases were essential in realizing the entrepreneurship training in the academic context: "modification of training content, development of tendency and engagement in students to run businesses, enhancement of entrepreneurial competencies and employment of the entrepreneurs as trainers".

Key words: Entrepreneurship training, entrepreneurship methods, challenges to entrepreneurship training and university.

تاریخ دریافت مقاله: ۹۶/۰۵/۲۴

غلامحسین حسینی‌نیا*

سید شمس‌الدین موسوی**

چکیده: بر اساس پژوهش‌ها، آموزش کسب‌وکار و فرهنگ کارآفرینانه، گسترش مراکز تحقیق و توسعه کارآفرینی، برگزاری کارگاه‌های آموزش کارآفرینی دیجیتال و ... راهکارهایی برای ایجاد اشتغال و بهبود بحران بیکاری جامعه است. هدف از اجرای این پژوهش، مروری جامع بر تعاریف و مفاهیم آموزش کارآفرینی؛ معرفی انواع مدل‌ها و روش‌های تدریس کارآفرینی در دانشگاه‌ها و مطالعه چالش‌های پیش روی آموزش عالی ایران در این حوزه نوین بود. بر این اساس، به‌منظور شناخت ادبیات و سوابق موضوع و بررسی روند مقوله مورد بحث از روش کتابخانه‌ای با مراجعه به پایگاه‌های اینترنتی اسناد و مدارک علمی داخلی و خارجی و نیز مقاله‌های موجود بهره گرفته شد. چنین نتیجه‌گیری می‌شود که «اصلاح محتوای آموزشی»، «ایجاد تمایل و تعهد به ایجاد کسب‌وکار»، «افزایش شایستگی‌های کارآفرینانه» و «استفاده از کارآفرینان به‌عنوان مدرس» الزامی به نظر می‌رسد.

واژگان کلیدی: آموزش کارآفرینی، روش‌های کارآفرینی، چالش‌های آموزش کارآفرینی و دانشگاه

* عضو هیئت علمی دانشگاه تهران (نویسنده مسئول: hosseininia@ut.ac.ir)

** دانشجوی دکتری کارآفرینی

مقدمه

موضوع اشتغال و دستیابی افراد به شغل مورد نظر از اساسی‌ترین نیازهای هر جامعه است (خسروی‌پور و کیخواه، ۱۳۹۲). در واقع بحران بیکاری، تهدیدی برای کل جامعه است؛ به‌ویژه بیکاری فارغ‌التحصیلان دانشگاهی، پیامدهای غیرقابل جبرانی در ابعاد اجتماعی، اقتصادی و سیاسی خواهد داشت (شیری، محمدی و حسینی^۱، ۲۰۱۲، نقل در خسروی‌پور و کیخواه، ۱۳۹۲، ۲۶). بر اساس پژوهش‌ها، آموزش کسب‌وکار و فرهنگ کارآفرینانه، گسترش مراکز تحقیق و توسعه کارآفرینی، برگزاری کارگاه‌های آموزش کارآفرینی دیجیتال و ... راهکارهایی برای ایجاد اشتغال و بهبود بحران بیکاری جامعه است (حیدری و یزدان‌ستا، ۱۳۹۴). به‌منظور رفع این معضل، سیاست‌گذاران پیشنهاد کرده‌اند که افراد باید به خوداشتغالی روی آورند. بر این اساس، در برخی از دانشگاه‌ها به‌منظور حل این مشکل، دوره‌های آموزش کارآفرینی ارائه شد (آدجیمولا و اولفانمیلایو^۲، ۲۰۰۹). در سال‌های اخیر، کارآفرینی به‌عنوان منبع مهم نوآوری، ایجاد اشتغال، رشد و توسعه اقتصادی اجتماعی، مورد توجه کشورهای مختلف جهان قرار گرفته است (کریمی و همکاران^۳، ۱۳۹۳). به علت نقش حیاتی کارآفرینی، برای بهبود و ارتقای آن تلاش‌های بسیاری شده که از جمله مهم‌ترین آنها ارائه برنامه‌های آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی در کشورهای مختلف جهان است. بسیاری از صاحب‌نظران معتقدند که از عمده‌ترین عوامل تعیین‌کننده سطح کارآفرینی در هر کشوری، آموزش کارآفرینی است (والریو، پارتون و راب^۴، ۲۰۱۴). در آمریکا، تعداد دانشگاه‌هایی که دوره‌های کارآفرینی را آموزش می‌دادند بسیار کم بودند؛ درحالی‌که در سال ۲۰۰۵ به بیش از ۲۰۰۰ مورد رسید و در سال‌های اخیر نیز رشد فزاینده‌ای داشته است. همچنین در طول دهه گذشته، آموزش و پرورش کارآفرینی به‌طور فزاینده‌ای در حوزه‌های مختلف پژوهش و آموزش افزایش یافته است؛ به‌طوری‌که تعداد نشریات علمی در آموزش و پرورش کارآفرینی در سال ۲۰۱۰ در مقایسه با سال ۲۰۰۰ بیش از ۳۰۰ درصد افزایش نشان

1. Shiri, Mohammadi & Hosseini

2. Adejimiola & Olufunmilayo

3. Karimi et al

4. Valerio, Parton & Robb

می‌دهد (ریزا و واروم^۱، ۲۰۱۱). چراکه کارآفرینان نقش کلیدی در توسعه اقتصادی و تحولات اجتماعی دارند و در بسیاری از مطالعات، قابل آموزش بودن کارآفرینی و اهمیت آن در کارآفرین شدن افراد تأیید شده است (ترکر و سلکوک^۲، ۲۰۰۹). به همین دلایل، دانشگاه‌های مختلف در سرتاسر جهان بسیار تلاش بسیار می‌کنند تا دانشجویان را به کارآفرینی ترغیب و تشویق کنند و قصد و رفتار کارآفرینانه را در آنان توسعه و ارتقا دهند (توماس و همکاران^۳، ۲۰۱۴). این امر توجه به آموزش کارآفرینی را ضروری می‌سازد. در کشور ما این مفهوم باید ابتدا در سطح نخبگان علمی دانشگاه، در صنایع و در سایر بخش‌ها ترویج شود و سپس با حرکتی حساب شده در قالب یک استراتژی جامع نسبت به عمق بخشیدن به سیاست‌های ترویجی، آموزشی و پژوهشی در سطح دانشگاه‌ها و مراکز صنعتی اقدام شود (مرزبان، موحدی و نوروزی، ۱۳۹۶).

مشکلات همراه با تدریس تئوری برای دانشجویان کارآفرینی این است که آنها احتمالاً شکایت دارند «نظریه خسته‌کننده است! سخنران خسته‌کننده است!»، دانشجویان ممکن است درک نکنند که یادگیری نظریه می‌تواند بسیار جالب باشد اما متأسفانه، فرایند مورد استفاده برای تدریس تئوری می‌تواند خسته‌کننده باشد (فیات^۴، ۲۰۰۲). در برخی از دانشگاه‌ها و دانشکده‌های مالزی اواسط دهه ۱۹۹۰ کارآفرینی به‌عنوان یکی از موضوع‌های مهم درسی در نظر گرفته شد. پژوهش‌های انجام گرفته در این دانشگاه‌ها نشان داد که ۳۶/۷ درصد از دانشجویان به فراگیری چگونگی آغاز کسب‌وکار و یا مدیریت مؤسسه‌های کوچک علاقه‌مند هستند. همچنین، به نظر ۴۴/۴ درصد از افراد مورد بررسی، استعداد‌های کارآفرینانه در همه افراد وجود دارد. بنابراین با آموزش رسمی به افراد می‌توان آنها را کارآفرین کرد (یون و چن^۵، ۲۰۰۷). در این پژوهش، بررسی سیر تکاملی کارآفرینی و آموزش آن، تعاریف و مفاهیم و بیان انواع روش‌های آموزش کارآفرینی و اشاره به برخی از چالش‌های آموزش کارآفرینی در آموزش عالی مد نظر است.

1. Rizza & Varum
2. Turker & Selcuk
3. Thomas et al
4. Fiet
5. Yu & Chan

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

تاریخچه آموزش کارآفرینی

بدون شک امروزه جهان بر مبنای نوآوری و افرادی است که عهده‌دار آن هستند؛ به عبارت دیگر جوهره نخستین جوامع و سازمان‌ها به خلاقیت و کارآفرینی متکی است (برومند و همکاران، ۱۳۹۱) و کارآفرینی موتور محرک اقتصادی، پیشرفت، خلاقیت و بهسازی جامعه است (آقاجانی و همکاران، ۱۳۹۰) آموزش کارآفرینی روندی است که از دهه ۱۹۶۰ میلادی با فعالیت‌های مک کله‌لند^۱ و آموزش بازرگانان هندی آغاز شد از اوایل دهه ۱۹۸۰ میلادی، به آن توجه بسیار جدی صورت گرفت. پس از آن، دانشگاه‌ها با ایجاد دوره‌ها و حتی رشته‌های کارآفرینی به تربیت علاقه‌مندان و دانشجویان در مقاطع مختلف دانشگاهی و پیش‌دانشگاهی اقدام کردند و امروزه، آموزش کارآفرینی از مهم‌ترین و گسترده‌ترین فعالیت‌های مؤسسات آموزشی شده است (حجازی و همکاران، ۱۳۹۳). با انتشار نتایج پژوهش‌های دیوید برچ^۲ در اواخر دهه ۱۹۷۰ میلادی توجه به مفهوم کارآفرینی وارد مرحله تازه‌ای شد؛ او نشان داد شرکت‌های کوچک‌تر با بهره‌گیری از آموزش‌های کارآفرینی توانسته‌اند سهم بیشتری در رشد اقتصادی آمریکا داشته باشند (محسنی، موسوی و جمالی، ۱۳۹۲). سابقه آموزش کارآفرینی در آموزش عالی کشورهای در حال توسعه به اوایل ۱۹۹۰ برمی‌گردد. از آن پس دلایل مختلفی مانند افزایش میزان بیکاری، مشاهده تأثیر برنامه‌های کارآفرینی و آموزش آن در رشد اقتصادی کشورهای توسعه‌یافته، سبب شد تا کارآفرینی بیشتر مورد توجه قرار گیرد. کشورهای آلمان، انگلیس، آمریکا و ژاپن، نخستین کشورهایی بودند که در زمینه آموزش‌های کارآفرینی اقداماتی انجام دادند (خسروی‌پور و کیخواه، ۱۳۹۲). سازمان علمی-آموزشی و فرهنگی سازمان ملل متحد (یونسکو)^۳ در چشم‌انداز جهانی آموزش عالی برای قرن ۲۱، دانشگاه‌های نوین را این‌گونه توصیف کرده است: جایگاهی است که در آن مهارت‌های کارآفرینی به‌منظور تبدیل دانش‌آموختگان به ایجادکنندگان کار توسعه می‌یابد (محسنی و جمالی، ۱۳۹۲).

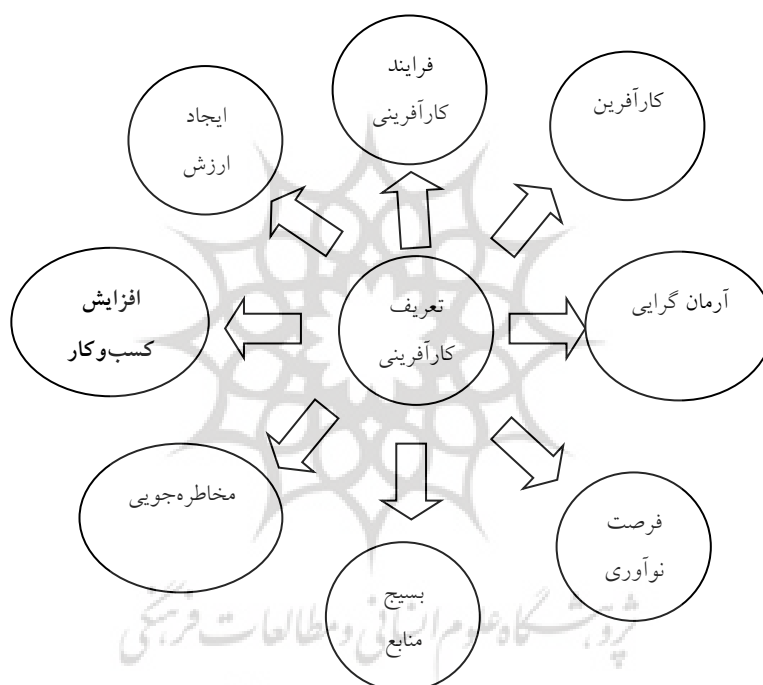
1. McClelland

2. David Birch

3. UNESCO

مفهوم کارآفرینی و آموزش کارآفرینی

کارآفرینی، عبارت است از کشف و بهره‌برداری از فرصت‌های تجاری مناسب برای خلق ثروت شخصی و ارزش اجتماعی (ساندین^۱، ۲۰۱۱). کارآفرینی، فرایندی از توسعه و آوردن یک نگاه جدید به زندگی است، نگاهی که ممکن است یک ایده خلاقانه، یک فرصت ساده و روش‌های بهتری برای انجام کاری باشد (مرزبان، موحدی و نوروزی، ۱۳۹۶) و کارآفرین کسی است که ریسک کردن، به اجرا درآوردن و مدیریت کردن مالکیت یک کار و فعالیت اقتصادی را می‌پذیرد (ترل و ترویلو^۲، ۲۰۱۰).



شکل (۱) تعریف کارآفرینی

1. Sundin

2. Terrell & Troilo

افزایش شمار دانش‌آموختگان، کاهش ظرفیت بازار کار برای استخدام فارغ التحصیلان نظام آموزش عالی و پیرو آن کاهش فرصت‌های استخدامی و همچنین افزایش ضرورت پاسخگویی نظام آموزش عالی در محیط رقابتی، سه دلیل اصلی مطرح شدن آموزش‌های کارآفرینی در راستای دگرگونی نظام آموزش عالی است (اوستربک و همکاران، ۲۰۱۰). نقش آموزش‌های کارآفرینی در افزایش رشد اقتصادی پررنگ است و دانشجویان از بازیگران اصلی این بخش در پویاسازی فضای کسب‌وکار به‌شمار می‌آیند (اوکانر و همکاران، ۲۰۱۳). آموزش کارآفرینی عبارت است از شکلی از آموزش قصد شده به‌منظور توسعه نگرش‌ها و قابلیت‌های مبتکرانه در صنایع کوچک، توسعه در شرکت‌های بزرگ (همچون شیوه‌های جدید در مدیریت تغییر)، تغییرات اجتماعی، تغییر در سمت و سوی بازار و اقتصاد همچون اقتصاد کارآفرین و توسعه اجتماعی (میترا و ابوبکار، ۲۰۱۱). آموزش کارآفرینی شامل فعالیت‌هایی با هدف تقویت ذهنیت، نگرش‌ها و مهارت‌های کارآفرینی است و گستره ای از مخاطبان، هدف‌ها، محتوا و روش‌های آموزشی را در برمی‌گیرد (آراستی و همکاران، ۲۰۱۲). آموزش کارآفرینی از تجربیات گوناگونی تشکیل شده است و دورنمایی به افراد می‌دهد تا از فرصت‌های موجود استفاده کنند (خسروی‌پور و کیخواه، ۱۳۹۲). در الگوی مفهومی دیده‌بان جهانی کارآفرینی^۵ آموزش کارآفرینی به‌عنوان یکی از عوامل محیط کارآفرینانه در نظر گرفته شده است. به‌طورکلی، این عامل بر سطح گرایش‌ها، فعالیت‌ها و اشتیاق کارآفرینانه اثر می‌گذارد. همچنین به تأثیر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه نیز در این برنامه توجه شده است (آراستی و همکاران، ۱۳۹۳).

روش‌های آموزش کارآفرینی و چالش‌های آن

آموزش کارآفرینی به سبک‌ها و روش‌های مختلفی صورت می‌گیرد که از جمله آنها می‌توان به توسعه طرح کسب‌وکار، سخنرانی استاد، مطالعه موردی، مصاحبه با

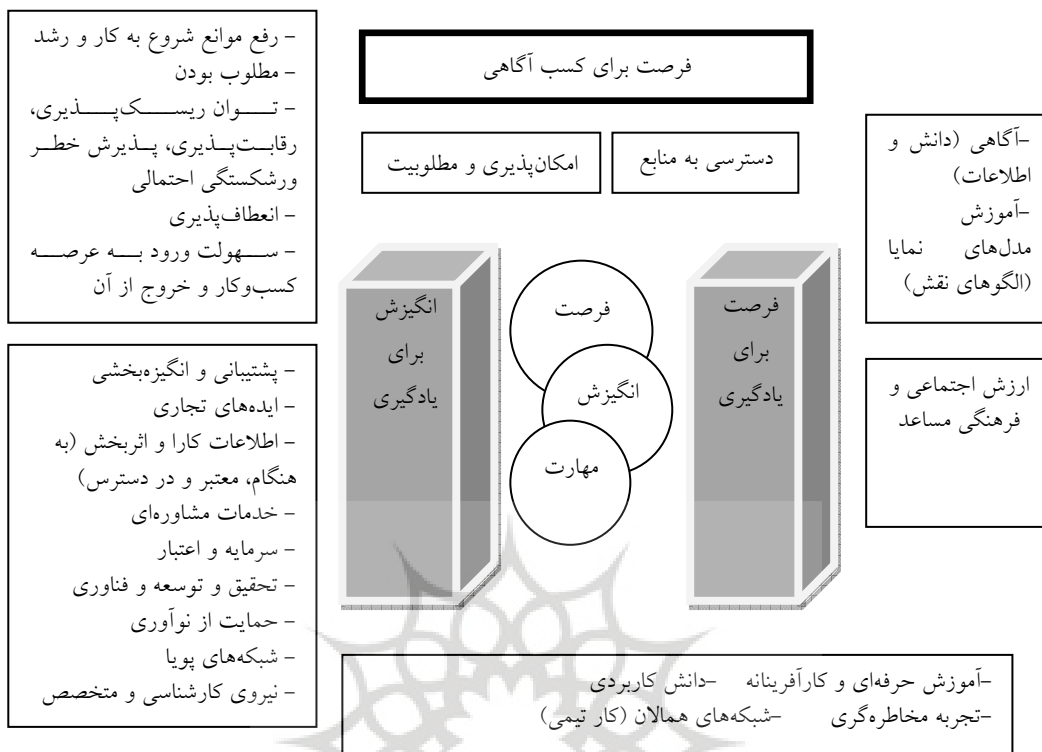
1. Oosterbek et al
2. Oconnor et al
3. Mitra & Abubakar
4. Arasti et al
5. GEM

کارآفرینان، شبیه‌سازی رفتاری، ایفای نقش و چندین روش دیگر اشاره کرد (کریر^۱، ۲۰۰۷). فایول و گیلی^۲ (۲۰۰۸) نیز در مطالعات خود نشان دادند که در آموزش کارآفرینی، طیف گسترده‌ای از روش‌ها وجود دارد که برخی از آنها عبارت‌اند از: ارزیابی طرح کسب‌وکار از سوی دانشجویان، توسعه سرمایه‌گذاری برای ایجاد پروژه، هدایت دانشجویان از سوی یک کارآفرین و همراهی با آنان در اجرای پروژه، مصاحبه با کارآفرینان، شبیه‌سازی، فیلم‌ها و سخنرانی سنتی. لاناپان و همکاران^۳ (۲۰۱۱)، در طبقه‌بندی خود روش‌های آموزش کارآفرینی را شامل مطالعه موردی، بحث گروهی، ارائه فردی، نوشتن گزارش فردی، پروژه گروهی، سخنرانی، سخنران مهمان، سمینار، یادگیری مبتنی بر وب و فیلم ضبط شده برشمردند. این در حالی است که به نظر نیک و گرین^۴ (۲۰۱۲) آموزش کارآفرینی در سطح جهانی به شدت متأثر از روش آموزش سخنرانی است و اگر در آموزش کارآفرینی از سخنران مهمان استفاده شود و روی مباحث کارآفرینی و کارآفرینان بحث شود، نتیجه بهتری خواهد داشت (نیک و گرین، ۲۰۱۲). در مقابل، سولومون^۵ (۲۰۰۷) در پژوهش‌هایی که در خصوص آموزش کارآفرینی در ایالات متحده در سال‌های ۲۰۰۴ تا ۲۰۰۵ اجرا کرد به این نتیجه رسید که روش‌های آموزش کارآفرینی بیشتر به سمت روش‌هایی بر پایه به اشتراک‌گذاری دانش مانند سخنران مهمان و بحث‌های کلاسی در حال گسترش است. شپرد^۶ (۲۰۰۴) استفاده از سخنرانی کارآفرین مهمان را روشی غیرمستقیم^۷ برای افزایش تجربه دانشجویان معرفی کرد. کارآفرین مهمان می‌تواند تجربه خود از شکست و احساساتی که در آن هنگام با آن روبرو بوده است و چگونگی مدیریت این احساسات را در راستای کسب تجربه از شکست - به جای ناامید شدن و از هم آشفتن - به دانشجویان توضیح دهد (آراستی و همکاران، ۱۳۹۳). به گفته بایگریو^۸ (۱۹۹۳)، مدیر مطالعات کارآفرینی کالج بابسون، دو راه برای از بین بردن یک دوره کارآفرینی وجود دارد.

1. Carrier
2. Fayolle & Gailly
3. Lonappan
4. Neck and Greene
5. Solomon
6. Shepherd
7. indirect
8. Bygrave

اولین راه اینکه آن را به طور کامل بر کاربرد عملی و تجزیه و تحلیل موارد متمرکز کرد. دوره‌ای که فقط شامل برنامه‌های کاربردی و موارد عملی است، هیچ پایه‌ای برای کمک به دانشجویان برای انجام کار بر اساس تصمیمات خودشان ایجاد نمی‌کند؛ راه دوم اینکه آن را کاملاً بر اساس تئوری قرار داد. دوره‌ای که تنها شامل نظریه می‌شود می‌تواند یک بیابان خشکسالی باشد که تنها بافکرترین دانشجویان کنجکاو می‌توانند در آن موفق شوند. بیشتر دانشجویان بی‌حوصله می‌شوند و به نظر نمی‌رسد که مفاهیم را درک کنند. کوهن (۱۹۷۰) درست متوجه شد که «واقعاً چیزی به اندازه یک نظریه خوب عملی نیست». به صورت ایدئال، نظریه خوب به ما کمک خواهد کرد تا پیامدهای تصمیمات را پیش‌بینی کنیم. یک دوره خوب، نیازمند کاربرد عملی تئوری به «وقایع فوری» است و باید مسئولیت استفاده از آن را بپذیریم. تئوری کارآفرینی، مجموعه‌ای از تعمیم‌های تجربی در مورد جهان، اقتصاد و نحوه رفتار کارآفرینان است که امکان پیش‌بینی نتایج واقعی را فراهم می‌آورد. پژوهشگران باید تئوری را برای کارآفرینان مشتاق تدریس کنند، زیرا هیچ‌چیز برای آنها عملی‌تر از فهم پیامدهای استفاده از منابع برای راه‌اندازی یک سرمایه‌گذاری نیست. فیات (۲۰۰۱) بیان کرده که یک استراتژی مؤثر برای تدریس تئوری برای دانشجویان کارآفرینی باید از سوی آنها تأیید شود و مورد بررسی مدرسان قرار گیرد تا مؤثر باشد. اگر هدف، کمک به دانشجویان برای افزایش مهارت‌های مبتنی بر تئوری است، مؤثرترین روش، ایجاد سیستم تأیید شده دانشجویی برای جلسات کلاس است که نیاز دارد دانشجویان مهارت‌های خاصی را تمرین کنند. پذیرش دانشجو مهم است زیرا تقریباً در هر نظامی اگر دانشجویان در مورد آن احساس خوبی داشته باشند بهتر عمل خواهد کرد؛ به عبارت دیگر، دانشجویان با تمرین و فعالیت‌های مبتنی بر نظریه، توانایی‌های مورد نیاز خود را به دست می‌آورند.

به طور خلاصه، آموزش کارآفرینی در شکل (۲) نمایش داده شده است.



شکل (۲) فرایند کارآفرینی (به نقل از شریف‌زاده و اسدی، ۱۳۸۹)

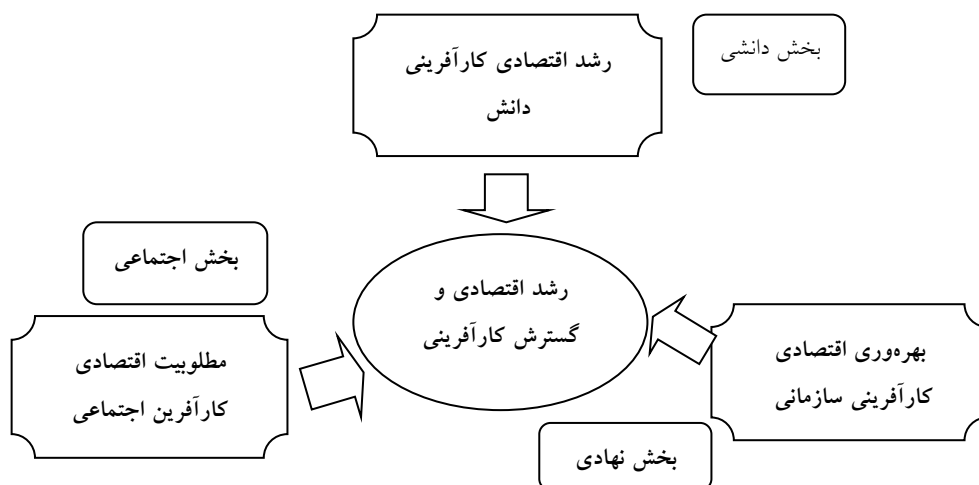
بررسی وضعیت آموزش کارآفرینی

شاخص‌های متفاوتی برای ارزیابی اثربخشی آموزش کارآفرینی استفاده می‌شود. از آن جمله می‌توان به ارزیابی دانش، مهارت، سطح علاقه‌مندی و درجه مشارکت در کلاس اشاره کرد (آراستی و همکاران، ۱۳۹۳). همچنین یکی از روش‌های ارزیابی اثربخشی آموزش کارآفرینی، ارزیابی تأثیر آن بر قصد کارآفرینی است؛ زیرا کارآفرینی رفتاری مبتنی بر قصد و اراده آگاهانه است و آموزش و تدریس کارآفرینی بر رفتار فعلی و بر قصد آتی فرد برای کارآفرینی تأثیرگذار است (آراستی و همکاران، ۱۳۹۳). قصد کارآفرینی متأثر از عوامل مختلفی است و پژوهشگران بسیاری تأثیر آموزش و تدریس کارآفرینی بر رفتار فعلی و قصد آتی فرد برای کارآفرینی را تأیید کرده‌اند. به‌عنوان

نمونه، وارلا و جیمینز^۱ (۲۰۰۱) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که بیشترین میزان کارآفرینی^۲ در بین پنج دانشگاه کلمبیا در دانشگاه‌هایی رخ داده است که در زمینه تدریس^۳ و راهنمایی^۴ در خصوص کارآفرینی، سرمایه‌گذاری بیشتری کرده‌اند. در پژوهشی دیگر، نوئل^۵ (۲۰۰۱) تأثیر آموزش کارآفرینی بر توسعه قصد کارآفرینی و خودباوری^۶ را بررسی کرد. او با بررسی سه گروه از دانشجویان (یک گروه دانشجویان کارآفرینی و دو گروه دیگر از گرایش‌های مدیریت) به این نتیجه رسید که دانشجویانی که دوره کارآفرینی را گذرانده بودند، قصد کارآفرینی بالاتری داشته‌اند و امید به راه‌اندازی کسب‌وکار در آنها بیشتر بوده است (آراستی و همکاران، ۱۳۹۳). در واقع، کسب نیرو یا مهارتی که با فراهم شدن عوامل زمینه‌ای محیطی سبب رخداد رفتار کارآفرینی شود، مهم‌ترین ثمره آموزش‌های کارآفرینی و در راستای شکوفایی بخش دانشی مورد اشاره در شکل (۳) نشان داده شده است (اوکانر و همکاران، ۲۰۱۳).



1. Varela & Jimenez
2. Entrepreneurship rate
3. Teaching
4. Guidance
5. Noel
6. Self-efficacy



شکل (۳) چهارچوب مفهومی آموزش کارآفرینی با هدف تأمین هدف‌های اقتصادی و دولتی

همان‌طور که دیده می‌شود رویکردهای یادگیری در دانشکده‌های کسب‌وکار با رویکردهای کارآفرینی در دنیای واقعی متفاوت است. در جدول (۲) این رویکردها مقایسه شده است.

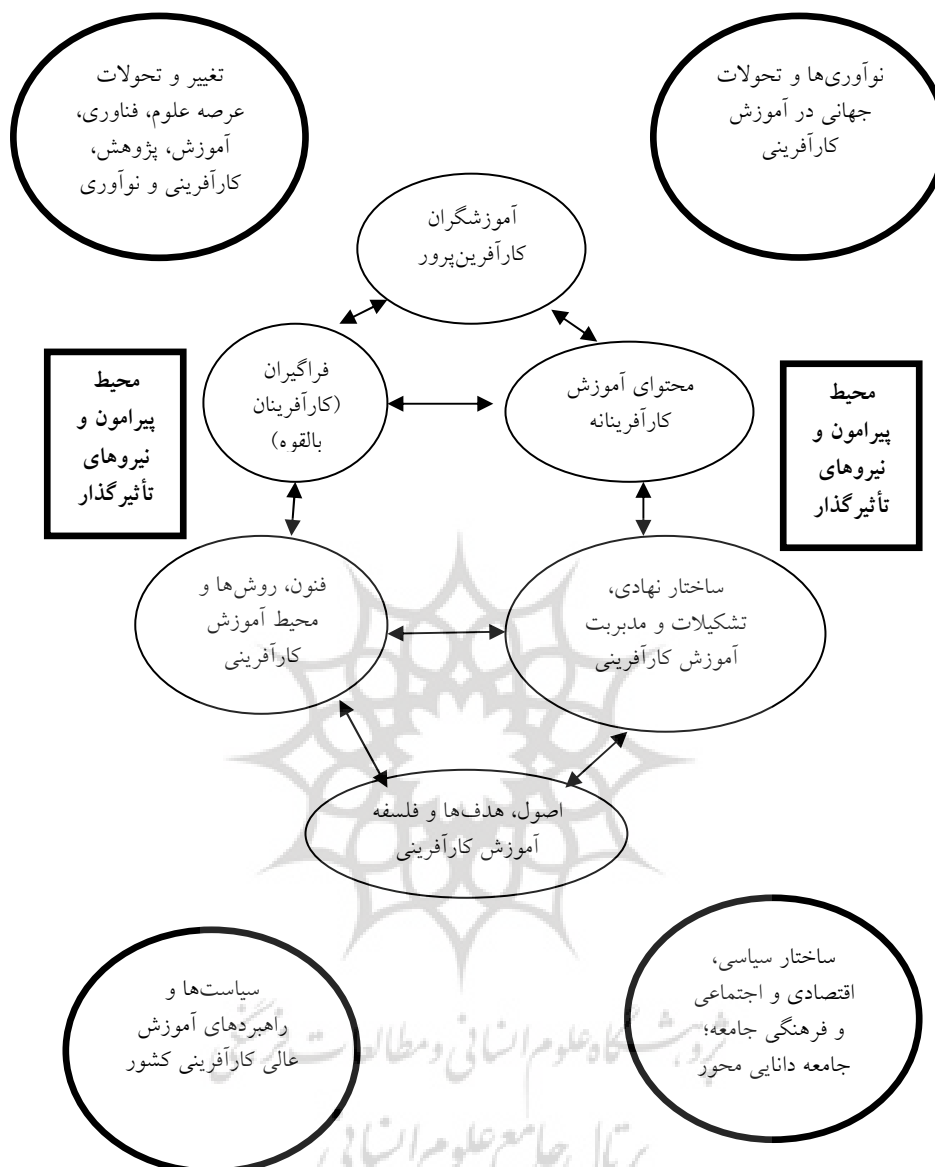
جدول (۲) مقایسه رویکردهای یادگیری در دانشکده با رویکردهای کارآفرینی در دنیای واقعی

(مذبوحی و همکاران، ۱۳۹۱)

نیازهای یادگیری کارآفرینان	تمرکز یادگیری دانشکده‌ها / دانشگاه‌های کسب‌وکار
«احساس جرئت» تصمیم‌گیری با اطلاعات محدود	تجزیه و تحلیل بسیاری از داده‌ها با استفاده از رویکرد ارزیابی انتقادی
گردآوری اطلاعات از منابع مختلف و ارزیابی آن به شیوه‌های متفاوت	گردآوری اطلاعات از منابع معتبر و کارشناسان
تأیید اطلاعات بر مبنای قضاوت فردی درباره افراد	مطالعه اطلاعات برای دستیابی به اعتماد
ارزیابی با دریافت بازخورد مستقیم از منابع مختلف شامل افراد و وقایع	ارزیابی ظرفیت بر مبنای نوشته‌ها یا ارزیابی شفاهی
یادگیری هم‌زمان و از طریق انجام دادن	یادگیری در کلاس درس

تلفیق کارآفرینی در نظام آموزش عالی

نگرش تحلیلی و ساختاری به مؤلفه‌های یک نظام آموزش عالی و عوامل تأثیرگذار بیرونی ملی و بین‌المللی بر موقعیت و روابط هر یک از مؤلفه‌های مذکور، نشان می‌دهد که این نظام چندین مؤلفه (آموزشگران، محتوای آموزشی، فراگیران، سازمان‌دهی و تشکیلات، فناوری‌ها و روش‌های آموزشی، اصول، هدف‌ها و فلسفه آموزش...) دارد که بسان کلیتی واحد با هم در کنش و برهمکنش هستند. همه مؤلفه‌ها با یکدیگر از تعامل و پیوند مستقیم و مؤثر برخوردارند. از این‌رو، کیفیت و بازدهی هر یک، کیفیت و بازدهی دیگری را تحت تأثیر قرار می‌دهد و کیفیت و دستاورد کلیت نظام، چیزی بیش از حاصل جمع دستاوردهای هر یک از مؤلفه‌هاست. همچنین این مؤلفه‌ها با همدیگر و نه به‌صورت جداگانه با محیط بیرون، تراکنش دارند. به‌واقع، نظام مزبور بسان کلیت نظامی یکپارچه و پویا در محیطی متلاطم به سر می‌برد و در روند تعامل با نظام‌ها و نهادهای پیرامون، تحت تأثیر عوامل مختلفی (نوآوری‌ها و تحولات جهانی در آموزش کارآفرینی، سیاست‌ها و راهبردهای آموزش عالی کارآفرینی کشور، نیروهای پیش‌برنده و بازدارنده اقتصاد دانایی‌محور و جامعه کارآفرین، تقاضا برای نیروهای کارآفرین و...) قرار دارد (شریف‌زاده و اسدی، ۱۳۸۹).



شکل (۴) نظام آموزش عالی کارآفرینانه و مؤلفه‌های شاکله

در شکل (۴) مؤلفه‌های شاکله، نیروهای تأثیرگذار و عوامل حمایتگر از یک نظام آموزش کارآفرینی از منظر کارکردی ترسیم شده است. این پنداره مبین این واقعیت است که هر نظام آموزش کارآفرینانه، نیازمند همکنشی با نهادها و کنشگران مختلفی است که در سطح جامعه، حضور دارند و به‌نوعی در آموزش کارآفرینی سهیم هستند و تأثیرگذارند. توضیح اینکه، آموزش و یادگیری کارآفرینانه نمی‌تواند تنها در چهارچوب یک دوره آموزشی یا مرکز و مؤسسه خاص و مجزا از جامعه، تحقق یابد. این امر مبین ضرورت تکثرگرایی و شبکه‌سازی نهادی در سطح جامعه برای پیشبرد آموزش و یادگیری کارآفرینانه و هماهنگ‌سازی و همکاری هم‌افزایانه نهادها و کارگزاران امر، حول محور آموزش و توسعه کارآفرینی است. بر پایه برداشت سیستمی از آموزش کارآفرینی، می‌توان گفت که در تلفیق کارآفرینی در هر نظام آموزشی، در نظر گرفتن مؤلفه‌های شاکله نظام، تعاملات و پویایی‌های درونی و نیروهای بیرونی تأثیرگذار، ضروری به نظر می‌رسد و تنها با رویکرد همه‌جانبه و سیستمی به آموزش کارآفرینانه است که هم‌افزایی، نهادینه‌سازی و پویایی لازم در عرصه آموزش کارآفرینانه محقق می‌شود (شریف‌زاده و اسدی، ۱۳۸۹).

نقش مدرس در آموزش کارآفرینی

در مطالعاتی همچون پژوهش هنری و همکاران^۱ (۲۰۰۵) به اثربخشی آموزش کارآفرینی و تأثیرپذیری برخی جنبه‌های فردی بر کارآفرینی اشاره شده است. بر این اساس، هر یک از مؤلفه‌های برنامه درسی (مدرس، دانشجو، محیط فیزیکی، زمان بندی، محتوا، روش تدریس، روش ارزشیابی و قوانین و مقررات) می‌تواند به‌صورت مجزا یا در تعامل با دیگر مؤلفه‌ها بر ایجاد و تحول روحیه کارآفرینی اثرگذار باشند. فیات (۲۰۰۱) در پژوهش خود نشان داده است، هنگامی که ما به‌عنوان مدرس نتوانستیم از تئوری به‌عنوان یک ابزار برای پاسخ به پرسش‌های دانشجویان استفاده کنیم، بی‌اهمیت خواهیم شد. این می‌تواند به سه شکل رخ دهد: اول، وقتی ما تئوری ضعیفی را که در جستجو برای راه‌حل‌های عملی برای مشکلات کارآفرینی است، تدریس می‌کنیم؛ دوم، زمانی که ما از مواردی استفاده می‌کنیم که قابلیت تعمیم‌دهی ندارند. دانشجویان می‌توانند بین آموزش و سرگرمی تفاوت قائل شوند. مورد قبلی

^۱. Henry et al

آنها را به اصولی متصل می‌کند که آنها قادر به پیش‌بینی پیامدهای تصمیمات خود می‌شوند. روش دوم رضایتمندی کوتاه‌مدت را از طریق جزء سرگرمی فراهم می‌آورد، اما دانشجویان می‌توانند تفاوت را درک کنند؛ راه سومی که می‌تواند مدرسان را بی‌معنا کند این است که آنها نتوانند نظریه مناسب را برای حل وضعیتی که ممکن است دانشجویان در شرایط شغلی خود با آن روبرو شوند به کار ببرند؛ بنابراین، تئوری خوب همیشه می‌تواند آزمون تطابق گذر کند. اگر ما نتوانیم به دانشجویان خود در مورد چگونگی اعمال آن چیزی یاد دهیم، این ضعف از طرف ماست نه نظریه (فیات، ۲۰۰۱).

چهارچوب نظری و مدل‌های آموزش کارآفرینی

هیلس^۱ (۱۹۹۸) روش‌های مختلف تدریس را بررسی کرد تا دریابد کدام‌یک از روش‌های مختلف تدریس، روش مناسب‌تری است. آنچه در آموزش کارآفرینی بیش از پیش مورد توجه قرار گرفته، کارآفرینانه بودن روش‌های تدریس، ترکیب افراد و اهداف آموزشی و تطبیق و همسویی این موارد با یکدیگر است (مواسالویبا^۲، ۲۰۱۰). در ادامه، مهم‌ترین مدل‌های آموزش کارآفرینی که تاکنون مطرح شده، معرفی می‌شود.

مدل هینس (۱۹۹۶)

هینس^۳ (۱۹۹۶) در مدل فرایندی (جدول ۲) که برای برنامه‌های آموزشی کارآفرینی ارائه شده است، بیان کرده که برای دستیابی به هدف‌های هرگونه برنامه کارآفرینی، باید هدف‌های دقیقی برای دانش، مهارت و یادگیری تنظیم شده باشد. همچنین باید بین «چه چیز را یاد گرفتن» و «با چه کسی یاد گرفتن» تمایز قائل شد.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

1. Hills

2. Mwasalwiba

3. Hynes

جدول (۴) مدل هینس (۱۹۹۶)

نگرش‌ها تأثیر والدین احترام به خود ارزش‌ها تجربه کاری	مبانی دانش قبلی انگیزش شخصیت نیازها/علائق استقلال	داده‌های دانشجویان
نگرش‌ها تأثیر والدین احترام به خود ارزش‌ها تجربه کاری	تعریف کارآفرینی کارآفرینی درونی نوآوری توسعه محصول جدید تولید ایده تحقیق بازار امکان‌پذیری ایده	محتوای آموزش
مالی تولید قوانین مدیریت افراد کار گروهی کسب‌وکار بازاریابی مدیریت	تعریف کارآفرینی کارآفرینی درونی نوآوری توسعه محصول جدید تولید ایده تحقیق بازار امکان‌پذیری ایده	
آموزش تعلیمی، مطالعه و سخنرانی‌ها (ایجاد مهارت) مباحث گروهی، مطالعات موردی، ارائه‌ها، حل کردن مشکل، شبیه‌سازی، کار تیمی، پروژه‌ها (کشف) طوفان مغزی، هدف‌گذاری شخصی، برنامه‌ریزی شغلی، مشورتی		روش آموزش
ارتباط مطمئن، (دانش) کسب‌وکار مخاطره‌آمیز، خوداشتغالی، شخصی کسب‌وکار، مدیریت، مهارت‌های تجزیه و تحلیل بازار، حل مشکل، تصمیم‌گیری، ارتباط، خطرپذیری (حرفه‌ای) دانش بهبود یافته، گزینه‌های شغلی گسترده‌تر، چشم‌انداز شغلی - بدون ساختار		نتایج

مدل هرمی

در مدل هرمی، رویکرد آموزش به صورت طبقه‌ای است که هر طبقه به صورت مستقل روی طبقات دیگر و یا در کنار آنها قرار می‌گیرد. در این مدل، عموماً در ابتدای دوره به دانشجویان واحدهای بازاریابی، رفتارهای سازمانی، حسابداری، امور مالی مهارت‌های مهم و اساسی ارائه می‌شود. واحدهای مذکور همگی در زمره واحدهای اصلی قرار داشته ولی در طول دوره، واحدهای دیگری شامل واحدهای اجباری و اختیاری به دانشجویان معرفی خواهد شد. این مدل آموزشی تنها برای آموزش سنتی کسب‌وکار مفید است؛ زیرا در این مدل، اطلاعات به صورت مجزا و در بسته‌های جداگانه در اختیار دانشجو قرار می‌گیرد و حد و مرز بسته‌های اطلاعات نیز مشخص نیست. به عبارت دیگر، در این روش، اثری از یکپارچگی و انسجام وجود ندارد که این کاملاً برعکس وضعیتی است که کارآفرینان به آن نیاز دارند. برای رفع این مشکل یک مدل دیگر آموزشی به نام مدل دایره‌ای معرفی شده است که برخلاف مدل اول از انسجام و یکپارچگی تقریباً کاملی برخوردار است (دهمرده و همکاران، ۱۳۹۴).

مدل دایره‌ای آموزش کارآفرینی

این مدل، شبیه یک چرخ با چهار نیم‌دایره مرکزی است که در آن گروه شبکه‌ها، سازمان‌های همکار، مربیان و دانشجویان، چهار حلقه این دایره را تشکیل می‌دهند. از طریق این مدل، ارتباطی دائمی و همیشگی میان هر چهار گروه برقرار می‌شود. به عبارتی، می‌توان این مدل را به لوله‌ای خرطومی تشبیه کرد که برای مثال مایع داخل آن باید برای رسیدن به انتها از تمام قسمت‌های لوله عبور کند. دومین دایره این مدل متشکل از تعدادی واحدهای آموزشی نظیر بازاریابی، ارزیابی و بررسی فرصت، استراتژی شغلی، حسابداری و امور مالی، رفتارهای سازمانی خلاقیت و نوآوری و تجاری‌سازی ایده است. البته در این مدل برخلاف مدل قبلی حدود واحدها کاملاً مشخص بوده و علاوه بر آن واحدهای درسی از انعطاف‌پذیری بسیار زیادی برخوردار بودند. با تکمیل حلقه سوم در نهایت مرکز دایره با طرح شغلی (کسب‌وکار) پر می‌شود که هدف نهایی این مدل آموزشی است.

مدل آموزش کارآفرینی هییتی و اگرمن (۲۰۰۴)

هییتی و اگرمن^۱ (۲۰۰۴) در مطالعه خود مدلی از آموزش کارآفرینی شامل هدف‌های تدریس و محتوای آن ارائه کردند که در جدول (۵) نشان داده شده است.

جدول (۵) مدل آموزش کارآفرینی هییتی و اگرمن (۲۰۰۴)

محتوا	هدف‌های تدریس
کاری که کارآفرین انجام می‌دهد	یادگیری مفهوم کارآفرینی
ماهیت کارآفرینی	
نیاز به کارآفرین	
منابع کارآفرینی	
ایجاد ارزش در سازمان‌ها و حرفه‌های موجود	یادگیری فرایند کارآفرینی
توسعه و ارتقای مهارت	
نحوه شروع یک کسب‌وکار کوچک سودآور	یادگیری کارآفرین شدن

مدل آموزش کارآفرینی متمرکز یا جاذبه‌ای

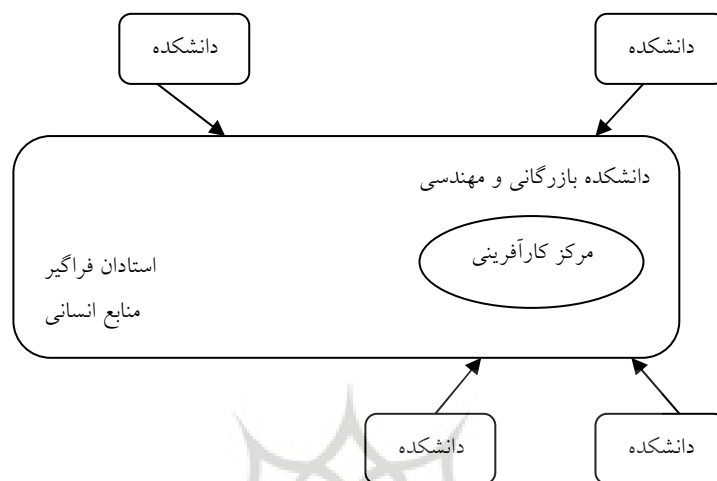
در مدل متمرکز (استریتر^۲، ۲۰۰۳)، تمامی دوره‌ها و واحدهای نظری و عملی تدریس کارآفرینی، در یک دانشکده برگزار می‌شود و دانشجویان سایر دانشکده‌ها و یا گروه‌های آموزشی برای یادگیری دانش و مهارت‌های مورد نیاز کارآفرینانه باید به دانشکده و گروه آموزشی مشخص شده، مراجعه کنند. نمونه‌ای از این مدل آموزش کارآفرینی در مؤسسه تکنولوژی ماساچوست قرار دارد که در آن تمامی دوره‌های آموزش کارآفرینی را مدرسه مدیریت «سلوان»^۳ طراحی، اجرا و ارزیابی می‌کند و دانشجویان از تمامی گروه‌ها و دانشکده‌های آموزشی در این مرکز، آموزش می‌بینند. نمای شماتیک این مدل به شرح شکل (۵) است. در مدل جاذبه‌ای مدیریت اجرایی، تأمین استادان و منابع مالی به عهده مرکز کارآفرینی یا دانشکده بازرگانی و مهندسی دانشگاه

1. Hytti & O'Gorman

2. Streeter

3. Sloan

است و دانشجویان از بخش‌ها و دانشکده‌های دیگر دانشگاه مانند دانشکده علوم، هنر و پزشکی در دوره‌های آموزش کارآفرینی شرکت می‌کنند.

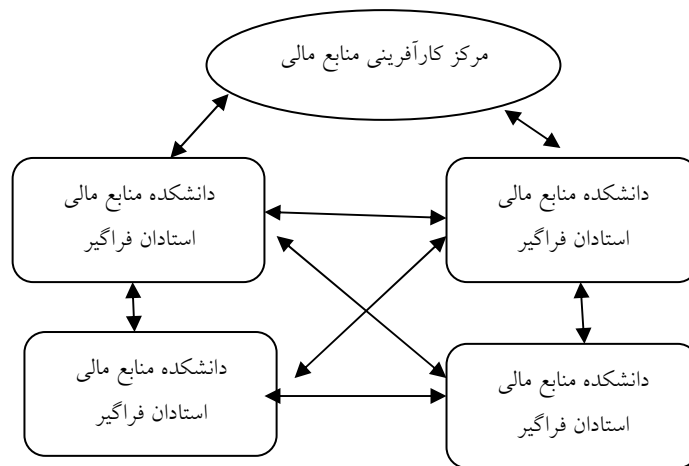


شکل (۵) مدل آموزش کارآفرینی متمرکز یا جاذبه‌ای (استریتز، ۲۰۰۳)

مدل آموزش کارآفرینی غیرمتمرکز یا تشعشی

در مدل آموزش کارآفرینی غیرمتمرکز (استریتز، ۲۰۰۳)، آموزش کارآفرینی در تمامی دانشکده‌ها و گروه‌های آموزشی دانشگاه برگزار می‌شود. هریک از گروه‌های آموزشی بر اساس گزینه‌های شغلی کارآفرینانه احتمالی، برنامه‌های آموزشی مرتبط در زمینه کارآفرینی را طراحی و اجرا می‌کنند. نمونه‌ای از این مدل آموزشی در دانشگاه کامل^۱ آمریکا وجود دارد که در آن ۹ دانشکده و مدرسه موجود در دانشگاه، آموزش‌های کارآفرینانه مرتبط با تخصص خود به دانشجویان ارائه می‌کنند. نمای شماتیک مدل آموزش کارآفرینی غیرمتمرکز به شرح شکل (۶) است.

^۱. Comell



شکل (۶) مدل آموزش کارآفرینی غیرمتمرکز یا تشعشی (استریتز، ۲۰۰۳)

مدل آموزش کارآفرینی در آموزش عالی

بی تردید یکی از بایسته‌های مهم تلفیق کارآفرینی در آموزش عالی و سامان‌دهی آموزش کارآفرینی، تدوین برنامه‌های درسی و آموزشی یکپارچه مشتمل بر عناصر محتوایی متناسب با آموزش کارآفرینی است. محتوای آموزش کارآفرینی باید بازتاب مؤلفه‌های شاکله فرایند کارآفرینی و قابلیت‌های مورد نیاز برای کارآفرینی باشد. از این رو، آموزش کارآفرینی شامل آمیزه‌ای از مهارت‌ها و قابلیت‌ها، اعم از ساده یا پیشرفته است. از جمله این مهارت‌ها و قابلیت‌ها می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: سواد مقدماتی و توانایی محاسبات آماری و ریاضی در حد مورد نیاز، سواد پایه در زمینه تجارت، تدوین یک طرح کسب‌وکار، تعامل با بانک‌ها و منابع سرمایه برای جذب سرمایه، مهارت‌های حقوقی برای تنظیم و انعقاد قراردادها، مهارت تحقیق برای شناسایی بازارهای هدف (تحقیقات بازار و بازاریابی)، پایش، هدایت و مدیریت امور تولید، خدمات‌دهی، بازاریابی و فروش، بهره‌گیری از فناوری (سواد فناوری) و جستجو و دسترسی به اطلاعات بهنگام برای تصمیم‌گیری به موقع و غیره.



شکل (۷) مؤلفه‌های محتوایی برنامه آموزش کارآفرینی

چالش‌های آموزش کارآفرینی در آموزش عالی

بلینکر و همکاران (۲۰۰۸)، اذعان کرده‌اند که نظام آموزشی در سطح دانشگاه‌ها در حال حاضر توان توسعه انگیزش، شایستگی‌ها و مهارت‌های مرتبط با کارآفرینی و نوآوری را ندارد و آموزش کارآفرینی نیازمند روش‌های یادگیری، فرایندهای پداگوژیکی و اشکالی از آموزش است که به آن تسلط ندارند و این تغییرات تحول هم‌زمان آموزشی، پداگوژیکی و زمینه دانشگاهی را شامل می‌شود. از سویی جنینگز و هاولی^۱ ادعا کرده‌اند که بسیاری از آموزش‌های کارآفرینی واقعاً با نیازهای کارآفرینان مرتبط نیستند بنابراین روش تدریس در آموزش کارآفرینی باید شامل روش‌هایی به غیر از روش‌های سنتی باشد. برای مثال، دیویس گیپ (۱۹۹۱) معتقدند روش‌های آموزش سنتی که بیشتر بر تئوری و رویکرد آموزشی تمرکز دارند بنابراین این شیوه‌ها

^۱. Jennings & Hawley

و روش‌ها برای آموزش کارآفرینی مناسب نیستند. در دوره‌های کارآفرینی باید دانشجویان تشویق شوند تا با روش‌های متفاوت به مسئله نگاه کنند به جای اینکه پافشاری کنند که تنها یک راه درست برای مسئله وجود دارد. به عبارت دیگر، به جای اینکه همانند دیگران قالبی فکر کنند با استفاده از تفکر خلاق، شیوه‌های مختلف حل مسائل را بررسی کنند. بنابراین کارآفرینان باید به‌طور مداوم از دیدی متفاوت به دنیا بنگرند و در دوره‌های کارآفرینی باید تفکر خلاق و مهارت‌های حل مسئله در فراگیران پرورش یابد. مدرسان دوره‌های کارآفرینی باید خود نیز کارآفرین باشند. آنها باید اجازه بدهند تا برنامه درسی متناسب با نیازهای هر کلاس تنظیم شود. همچنین باید به آنها این آزادی داده شود تا شیوه‌های مختلف تدریس را بررسی و اثربخشی هر روش را تعیین کنند (مذبوحی و همکاران، ۱۳۹۱). در بررسی ارزیابی رویکردهای مختلف تدریس کارآفرینی، مکمولان و بوبرگ (۱۹۹۱) روش تدریس موردی را با روش پروژه در یک مطالعه بر روی دانشجویان رشته‌های ام.بی.ای و دانش‌آموختگان دانشگاه کالگری^۱ مقایسه کردند. آنها متوجه شدند که از نظر دانشجویان روش موردی در ایجاد مهارت‌های تحلیلی و توانایی ترکیب اطلاعات مؤثر است. همچنین دوره‌های آموزشی مبتنی بر روش پروژه برای توسعه و تقویت دانش و درک حیطه‌های موضوعی از قبیل توانایی ارزشیابی، مناسب است (مذبوحی و همکاران، ۱۳۹۱). پورتر (۲۰۰۸) مهم‌ترین انواع روش‌های تدریس کارآفرینی را به همراه فعالیت‌های اصلی و چالش‌های هر روش به شرح جدول (۶) شرح داده است.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

^۱. University of Calgary

جدول (۶) روش‌های تدریس کارآفرینی در دانشگاه‌ها و چالش‌های آن

نوع روش	فعالیت‌های مهم	چالش‌ها
سخنرانی کلاسی	سخنرانی درباره موضوعاتی مانند تحلیل بازار، خلق واحد جدید، تولید محصولات جدید، مدیریت پروژه، سرمایه‌گذاری، تدوین استراتژی و غیره	سخنرانی کلاسی نیازمند تلفیق با رویکردهای تجربی برای یادگیری است و تئوری باید با عمل همراه شود و سخنران باید مسائل واقعی مرتبط با کارآفرینی را طراحی کند.
طرح کسب‌وکار	تهیه برنامه‌های کسب‌وکار به شکل فردی یا گروهی، رقابت و ارائه جایزه به بهترین طرح‌های کسب‌وکار	طرح‌های کسب‌وکار طراحی شده باید واقع بینانه باشد. روش‌هایی برای آزمون طرح‌های کسب‌وکار بازار مورد نیاز است. تدریس همچنین باید مبتنی بر به‌کارگیری طرح‌های کسب‌وکار در دنیای واقعی باشد.
مطالعات موردی	ارائه و بحث و گفتگو درباره تجارب یک شرکت/کارآفرین شامل مراحل ایجاد کسب و کار، سازگاری و شکست	منابع مهمی برای تدوین مورد نیاز است. در مطالعات موردی باید بر مسائل بالقوه‌ای تمرکز شود که کارآفرینان در دنیای واقعی با آن مواجه خواهند بود.
دعوت از کارآفرینان به‌عنوان سخنران میهمان	دعوت از کارآفرینان برای ارائه تجاربشان به شکل سخنرانی و بحث و گفتگو در کلاس درس یا در محل شرکت	مؤسسات آموزش عالی باید شیوه‌های جذب کارآفرینان را برای تدریس برنامه‌ها شناسایی کنند. همچنین باید از کارآفرینان در فرایند تدریس به‌ویژه در شیوه یادگیری از تجاربشان حمایت کنند.
شروع کسب و کار توسط دانشجویان	دانشجویان کسب‌وکار واقعی یا مجازی را به شکل فردی یا گروهی شروع می‌کنند	برای شروع و ایجاد کسب‌وکار سرمایه و تکنولوژی مورد نیاز خواهد بود. همچنین قوانین و مقرراتی باید برای دادن پاداش به شروع‌های موفق تدوین شود.
بازی‌های کسب‌وکار	شبیه‌سازی کامپیوتری یا دیگر بازی‌های کسب‌وکار	پیش‌بینی‌های لازم برای توسعه یا خرید تکنولوژی مورد نیاز باید صورت گیرد. تلاش برای هماهنگی بازی‌ها با روش‌های تدریس باید صورت گیرد، همچنین معلمان نیازمند آموزش برای طراحی چهارچوب یادگیری از طریق بازی هستند.
گروه‌ها و شبکه‌های دانشجویان کارآفرین	شبکه‌ها و گروه‌های دانشجویان درباره موضوعات کارآفرینی بحث و گفتگو می‌کنند، گروه‌های کارآفرینی ایجاد می‌کنند و از این طریق اعتماد به نفس خود را افزایش می‌دهند	حمایت‌های لازم برای ایجاد شبکه‌های موفق نیاز است، فعالیت‌های لازم برای تحریک شبکه‌ها باید شناسایی شود، شبکه‌ها باید گسترش یابند تا کارآفرینان با تجربه، سرمایه‌گذاران و مشاوران و ... را دربرگیرند.

نوع روش	فعالیت‌های مهم	چالش‌ها
کارورزی در شرکت‌های کوچک	مأموریت کوتاه‌مدت به شرکت‌های کوچک برای کمک به پروژه‌های تدوین استراتژی از قبیل بازار یا توسعه تکنولوژی	شرکت‌های مناسب برای کارورزی با کیفیت خوب باید شناسایی شوند و دانشگاه در طی دوره کارورزی باید از دانشجو حمایت کند.
مطالعات امکان‌سنجی	بررسی امکان‌پذیری ایده‌های کسب‌وکار با تحلیل محیطی، تحقیقات بازار، تجزیه و تحلیل رقبا و غیره	ارزیابی مطالعات امکان‌پذیری و مقایسه آن با موقعیت و محیط واقعی مشکل است.
آموزش ارتباطات	ارائه تکنیک‌های ارتباطات میان فردی	مهارت‌های ارتباطی مورد نیاز در موقعیت واقعی و تحت فشار باید تدوین شود
مشاوره برای کسب‌وکارهای کوچک	مشارکت دانشجویان در مشاوره پروژه‌های شرکت‌های جدید و کوچک همراه با حمایت استادان دانشگاه.	ضروری است تا شرکت‌ها و فرصت‌های مناسب مشاوره، شناسایی شود اگرچه معمولاً اعضای هیئت علمی در این طرح‌ها و پروژه‌ها مشارکت دارند اما باید روش‌هایی برای مشارکت دانشجویان در این طرح‌ها شناسایی شود.
حمایت از دانشجویانی که دوره‌ها را پیگیری می‌کنند.	سرمایه اولیه، ارزیابی، تکوین، مشاوره و غیره	سرمایه کافی باید برای حمایت از افراد مد نظر قرار گیرد، تصمیمات لازم راجع به مدت و میزان حمایت باید گرفته شود، تعیین اینکه چه کسی در خارج از نظام آموزش عالی و به چه صورت باید حمایت لازم را بر عهده بگیرد.
گسترش آموزش کارآفرینی در دانشگاه	اشاعه آموزش کارآفرینی به خارج دانشکده کارآفرینی، کسب‌وکار و در سایر دانشکده‌ها.	پیدا کردن موضوعات و نکاتی که قابل انتقال و اشاعه برای سایر گروه‌های آموزشی باشد، از طریق دوره‌های میان‌رشته‌ای
درجه‌های خاص کارآفرینی	درجه‌های لیسانس و فوق لیسانس معروف ترین مقاطع در کارآفرینی‌اند.	ایجاد درجه‌های خاص کارآفرینی با ظرافت و دقت علمی، دشوار است.
برنامه‌های آموزشی از راه دور	استفاده از رسانه‌های الکترونیک شامل برنامه‌های مبتنی بر وب و گروه‌های بحث و گفتگوی الکترونیک.	جریان یادگیری دانشجویان باید بررسی و از انزوای آنها جلوگیری شود
مشارکت بیرونی	ایجاد مراکز کارآفرینی با حمایت مالی مؤسسات دولتی و کسب‌وکار همچنین ایجاد هیئت‌های مشورتی بیرونی	ضروری است که ضمن حفظ استقلال دانشگاهی به ملاحظات دیگر ذی‌نفعان نیز توجه شود.
دوره‌های آموزشی ویژه مدرسان	طراحی دوره‌های آموزشی ویژه مدرسان کارآفرینی برای درک رفتار و محیط‌های کارآفرینانه و توسعه رویکردهای تدریس	راه‌های برای توسعه دیدگاه‌های مدرسان به‌ویژه آنهایی که تجربه کارآفرینی را ندارند، راجع به دنیای کارآفرینی مورد نیاز است تا توانایی‌های تدریس خود را مطابق با نیازهای کارآفرینان گذشته و کنونی توسعه بخشند.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

امروزه، توسعه قابلیت‌ها و صلاحیت‌های شایسته دانشجویان و مهیاسازی کارآفرینانه آنها مطابق با نیازهای پویای بازار کار در حوزه‌های مختلف، اعم از صنعت، کشاورزی، خدمات و غیره از دستاوردهای ضروری مورد انتظار از دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی به‌شمار می‌رود. محیط کسب‌وکار پویا به جریانی پیوسته از بنیان‌گذاری کسب‌وکارهای نوآورانه و با رشد بالا وابسته است و تمایلات کارآفرینی دانشجویان برای راه‌اندازی کسب‌وکار، از مهم‌ترین متغیرهای تبیین‌کننده آن است که موجب تسریع جریان بهره‌برداری از دانش و خلق ثروت و فناوری می‌شود. همان‌طور که اشاره شد، کارآفرینی صرفاً یک ویژگی ارثی نیست بلکه می‌تواند یک ویژگی اکتسابی باشد. در تبیین هدف‌ها و دستاوردهای آموزش کارآفرینی که بعد عرضه آموزش کارآفرینی را بازتاب می‌دهند، لازم است که منابع ایجاد تقاضا برای این رویکرد نظام آموزشی شناسایی شود. بی‌تردید یکی از این منابع، دولت است. تحولاتی چون رشد اقتصادی، ایجاد مشاغل جدید، نوسازی کالبد اقتصادی، تغییرات فناوری و سیاسی- نهادی و در مجموع، گذار توسعه‌ای از پارادایم پسا صنعتی به اقتصاد دانایی‌محور، دسترسی به نیروی انسانی شایسته و کارآفرین به‌عنوان دستاورد بلافصل آموزش و حرفه‌آموزی کارآفرینانه را به‌نیازی اساسی تبدیل کرده است. از دیگر سو، دانشجویان و متقاضیان آموزش عالی نیز در پی کسب صلاحیت‌های کارآفرینانه هستند تا به پشتوانه آن بتوانند آینده زندگی و موقعیت شغلی، حرفه‌ای و کاری دلخواه خویش را سامان دهند. داشتن کسب‌وکاری برای خود، برخورداری از مهارت‌ها و صلاحیت‌های حرفه‌ای به‌عنوان یک سرمایه ارزشمند در جریان توسعه حرفه‌ای و فعالیت در بازار کار متلاطم، نمونه‌ای از مقاصد متقاضیان آموزش کارآفرینی است. بخش خصوصی نیز به‌طور فزاینده‌ای به کارآفرینی علاقه‌مند شده است؛ در حال حاضر، بیشتر کارگزاران خصوصی ترجیح می‌دهند نیروی کار و مدیران مورد نیاز خویش را از بین کسانی برگزینند که از دانش، ویژگی‌ها و در برخی موارد، تجربه لازم برای فعالیت کارآفرینانه برخوردار باشند. البته حرکت نظام‌های آموزشی در راستای بازارگرایی، جامعه‌مداری و افزایش کیفیت برون‌دادها، از جمله در زمینه تربیت نیروی انسانی از عوامل دیگری است که آموزش کارآفرینی را اهمیت بخشیده است. با توجه به آنچه گفته شد این‌گونه نتیجه‌گیری می‌شود که کارآفرینی یکی از نیازهای اساسی جامعه به‌شمار می‌رود و آموزش این مبحث، لازم و ضروری است. همچنین آموزش

کارآفرینی بر یادگیرنده تأثیر مثبت دارد. تمایلات کارآفرینانه دانشجویان به تعهد در راه‌اندازی یک کسب‌وکار بلافاصله پس از اتمام دوره آموزشی یا در آینده اشاره دارد. در واقع، باید توجه کرد که بدون آماده کردن دانشجویان برای کارآفرینی در دانشگاه‌ها، چرخه کارآفرینی تکمیل نمی‌شود؛ زیرا توسعه کارآفرینی هم‌زمان تابع تحولات سه بخش نهادی، دانشی و اجتماعی است. یک استراتژی مؤثر برای آموزش مهارت‌های کارآفرینی مبتنی بر تئوری باید دانشجویان تأیید و مدرسان نیز بررسی کنند تا مؤثر باشد. شایستگی کارآفرینانه شامل ترکیبی از مهارت‌ها، دانش و منابع است که کارآفرین را از رقبای آنها متفاوت می‌کند. کارآفرینان عمدتاً توانایی‌های خود را به‌طور فردی به دست می‌آورند. برای اینکه دانشجویان کارآفرین بتوانند صلاحیتی را که در کلاس درس تدریس می‌شود به دست آورند، باید به‌طور کامل درگیر فعالیت‌هایی باشند که به آنها آموزش داده می‌شوند. بنابراین، هم دانشجو و هم مدرس باید برای دستیابی به صلاحیت‌های مورد نظر نقش فعال و تعاملی ایفا کنند.

با توجه به چالش‌هایی که تشریح شد، پیشنهاد‌های زیر مطرح می‌شود:

۱- بی‌تردید یکی از بایسته‌های مهم تلفیق کارآفرینی در آموزش عالی و سامان دهی آموزش کارآفرینی، تدوین برنامه‌های درسی و آموزشی یکپارچه مشتمل بر عناصر محتوایی متناسب با آموزش کارآفرینی است. محتوای آموزش کارآفرینی باید بازتاب مؤلفه‌های شاکله فرایند کارآفرینی و قابلیت‌های مورد نیاز برای کارآفرینی باشد. از این‌رو، آموزش کارآفرینی شامل آمیزه‌ای از مهارت‌ها و قابلیت‌ها بدین شرح است: سواد مقدماتی و توانایی محاسبات آماری و ریاضی در حد مورد نیاز، سواد پایه در زمینه تجارت، تدوین یک طرح کسب‌وکار، تعامل با بانک‌ها و منابع سرمایه برای جذب سرمایه، مهارت‌های حقوقی برای تنظیم و انعقاد قراردادها، مهارت‌های پژوهشی برای شناسایی بازارهای هدف (تحقیقات بازار و بازاریابی)، پیش‌هدایت و مدیریت امور تولید، خدمات‌دهی، بازاریابی و فروش، بهره‌گیری از فناوری (سواد فناوری) و جستجو و دسترسی به اطلاعات روزآمد برای تصمیم‌گیری بهنگام و...

۲- کارآفرینی، رفتاری مبتنی بر قصد و اراده آگاهانه است و آموزش و تدریس کارآفرینی بر رفتار فعلی و بر قصد آتی فرد برای کارآفرینی تأثیرگذار است. قصد کارآفرینی متأثر از عوامل مختلفی است و پژوهشگران بسیاری تأثیر آموزش و تدریس کارآفرینی را بر رفتار فعلی و قصد آتی فرد برای کارآفرینی تأیید کرده‌اند. به عبارت

دیگر، آموزش‌ها در دانشجو این تمایل و تعهد را ایجاد کند که بعد از پایان دوره به راه‌اندازی کسب‌وکار اقدام کند. همچنین از آنجاکه کارآفرینان عمدتاً توانایی‌های خود را بر اثر تجربه‌های فردی به دست می‌آورند، برای اینکه دانشجویان کارآفرین بتوانند صلاحیتی را که در کلاس درس تدریس می‌شود به دست آورند، باید به‌طور کامل درگیر فعالیت‌هایی باشند که به آنها آموزش داده می‌شوند.

۳- لازم است استراتژی مؤثری برای آموزش مهارت‌های کارآفرینی مبتنی بر تئوری ایجاد شود و شایستگی‌های کارآفرینانه شامل ترکیبی از مهارت‌ها، دانش و منابع را به دانشجویان کارآفرینی آموزش داده شود. در دوره‌های کارآفرینی باید دانشجویان تشویق شوند تا با روش‌های متفاوت به مسئله نگاه کنند به جای اینکه پافشاری کنند که تنها یک راه درست برای مسئله وجود دارد؛ به عبارتی، به جای اینکه همانند دیگران قالبی فکر کنند با استفاده از تفکر خلاق، شیوه‌های مختلف حل مسائل را بررسی کنند. بنابراین کارآفرینان باید به‌طور مداوم از دیدی متفاوت به دنیا بنگرند و در دوره‌های کارآفرینی باید تفکر خلاق و مهارت‌های حل مسئله در فراگیران پرورش یابد.

۴- مدرسان دوره‌های کارآفرینی باید خود نیز کارآفرین باشند. آموزش‌های نوین کارآفرینی بیشتر به سمت روش‌هایی بر پایه به اشتراک‌گذاری دانش و تجربه در حال گسترش است. استفاده از مدرسان کارآفرین روشی غیرمستقیم برای افزایش تجربه دانشجویان است و مدرسی که خود نیز کارآفرین است، می‌تواند تجربه خود از شکست و احساساتی که در آن هنگام با آن روبرو بوده است و چگونگی مدیریت این احساسات را در راستای کسب تجربه از شکست - به جای ناامید شدن و از هم آشفتن - به دانشجویان توضیح دهد.

منابع

- آراستی، زهرا؛ حیدری، هومان و مبارکی، محمدحسن (۱۳۹۳). ارزیابی اثربخشی روش آموزش کارآفرینی «سخنران میهمان» (مورد مطالعه: دانشجویان دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران). *توسعه کارآفرینی*، ۲۵، ۳۸۹ - ۴۰۶.
- حجازی، اسد؛ نوه‌ابراهیم، عبدالرحیم؛ بهرنگی، محمدرضا و زین‌آبادی، حسن‌رضا (۱۳۹۳). شناسایی و تحلیل نقش مؤلفه‌های آموزشی در توسعه آموزش کارآفرینی - دانشگاهی از دیدگاه دانشجویان دانشگاه خوارزمی در سال تحصیلی ۹۲-۱۳۹۱. *مدیریت بهره‌وری*، ۲، ۹۹ - ۱۱۸.
- حیدری، غلامحسین و یزدان‌ستا، فاروق (۱۳۹۴). مقایسه میزان اثربخشی دوره‌های آموزش کارآفرینی در شهرستان‌های سقز و سنندج. *تحقیقات مدیریت آموزشی*، ۲۴، ۱۴۳ - ۱۶۱.
- خسروی‌پور، بهمن و کیخواه، شیما (۱۳۹۲). آموزش کارآفرینی، رویکردی کارآمد در جهت اشتغال دانشجویان کشاورزی. *کار و جامعه*، ۱۶۳، ۲۶ - ۳۹.
- دهم‌رده قلعه‌نو، سمیرا؛ فطانت‌فرد حقیقی، میلاد و قرایی‌پور، رضا (۱۳۹۴). بررسی مدل‌های آموزش کارآفرینی. *اولین کنفرانس مدیریت و کارآفرینی در شرایط اقتصاد مقاومتی*، خرداد ۱۳۹۴.
- شریف‌زاده، ابوالقاسم و اسدی، علی (۱۳۸۹). *دانشگاه، کارآفرینی و توسعه دانش بنیان*. تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی، دانشگاه تهران.
- شریفی، ابوالقاسم و اسدی، علی (۱۳۸۹). *دانشگاه، کارآفرینی و توسعه دانایی محور*. تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی واحد تهران.
- محسنی، عادل؛ موسوی، سیدحسین و جمالی، محمد (۱۳۹۲). نقش آموزش کارآفرینی در نگرش کارآفرینانه و باور خودکارآمدی عمومی دانشجویان. *پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی*، شماره ۶۹، ۶۳ - ۸۰.
- مذبوحی، سعید؛ شرفی، محمد و مقدم، مینا (۱۳۹۱). برنامه درسی آموزش کارآفرینی: هدف، محتوا، روش تدریس و شیوه ارزشیابی. *ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی*، ۳، ۹۷ - ۱۳۰.
- مرزبان، شهربانو؛ موحدی، رقیه و نوروزی، خدیجه (۱۳۹۶). تحلیل موانع آموزش کارآفرینی در مدارس. *مطالعات مدیریت و کارآفرینی*، ۱، ۸۳ - ۹۷.

- Adejimola, A.S. & Olufunmilayo, T. O. (2009). Spinning off an entrepreneurship culture among Nigerian university students: prospects and challenges. *Afr. J. Bus. Manage.* 3, 80-88.
- Arasti, Zahra; Kiani, Mansoreh & Imanipour, Narges (2012). A Study of Teaching Methods in Entrepreneurship Education for Graduate students. *Higher Education Studies*, 2 (1), 1-9.
- Birch, David G. W. (1979). The Job Generation Process. *MIT Program on Neighborhood and Regional Change*, 302. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1510007>
- Bygrave, W. D. (1993). Theory building in the entrepreneur paradigm. *Journal of Business Venturing*, 8 (3), 255-280.
- Carrier, C. (2007). Strategies for teaching entrepreneurship: what else beyond lectures, case studies and business plans? In A. Fayolle, *Handbook of Research in Entrepreneurship Education*, 3, 143-159. Massachusetts: Edward Elgar Publishing.
- Fayolle, A. & Gailly, B. (2008). From craft to science: Teaching models and learning Processes in Entrepreneurship Education. *Journal of European Industrial Training*, 32 (7), 569 – 593.
- Fiet, J. O. (2001). The pedagogical side of entrepreneurship theory. *Journal of business venturing*, 16 (2), 101-117.
- Guerrero, M.; Urbano, D.; Cunnigham, J. & Organ, D. (2014). Entrepreneurial universities: a case study comparison in two European regions. *J Technology Transfer*, 39 (3), 415 -434.
- Henry, C.; Hill, F. & Leitch, C. (2005). Entrepreneurship education and training: Can Entrepreneurship be taught? *Education & Training*, 47 (2), 98-111.
- Hytti, U. & O’Gorman, C. (2004) what is Enterprise Education? An Analysis of the objective and Methods of Enterprise Education programmers in four European countries. *Education and Training*. 46 (1), 11- 23.
- Karimi, S. J. A.; Biemans, H.; Lans, T.; Chizari, M. & Mulder, M. (2014). Effects of role models and gender on students’ entrepreneurial intentions. *European Journal of Training and Development*, 38 (8), 694-727.
- Mitra, Jay & Abubakar, Y. A. (2011). Knowledge creation and human capital for development: the role of graduate entrepreneurship. *Education + Training*, 53 (5), 479-462.
- Oconnor, A. (2013). A conceptual framework for entrepreneurship education policy: Meeting government and economic purposes. *Journal of Business Venturing*, 28 (1), 546–563.
- Oosterbek, H.; van Praag, M. & Ijsselstein, A. (2010). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation. *European Economic Review*, 54 (3), 442-454.
- Potter, Jonathan (2008). Entrepreneurship and Higher Education: Future Policy Directions. *OECD Education & Skills*, 18, 313-335.

- Rizza, C. & Varum, C. (2011). Directions in Entrepreneurship Education in Europe, *XX Jornadas de la Asociacion de Economia de la Education*.
- Shiri, Nematoollah; Mohammadi, Davoud & Hosseini, Seyed Mahmoud. (2012). Entrepreneurial Intention of Agricultural Students: Effects of Role Model, Social Support, Social Norms and Perceived Desirability. *Scholars Research Library, Archives of Applied Science Research*, 892-897. Available online at www.scholarsresearchlibrary.com
- Sundin, E. (2011). Entrepreneurship and social and community care. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 5 (3), 212-222.
- Terrell, Katherine & Troilo, Michael (2010). Values and female Entrepreneurship. *International Journal of Gender & entrepreneurship*, 2 (3), 260-286.
- Thomas, L.; Billsberry, J.; Ambrosini, V. & Barton. H. (2014). Convergence and Divergence Dynamics in British and French Business Schools: How Will the Pressure for Accreditation Influence These Dynamics? *British Journal of Management*, 25, 305-319.
- Turker, D. & Selcuk, S. S. (2009). Which factors affect entrepreneurial intention of university students? *Journal of European Industrial Training*, 33 (2), 142-159.
- Neck, H. M. & Greene, P. G. (2011). Entrepreneurship Education: Known Worlds and New Frontiers. *Journal of Small Business Management*, 49 (1), 55-70.
- Valerio, A.; Parton, B. & Robb, A. (2014). *Entrepreneurship education and training programs around the world*. Washington DC: The World Bank.