

## جایگاه مهارت‌آموزی در دانشگاه‌های نسل سوم

رضا مهدی<sup>۱</sup>

### چکیده

دانشگاه مدرن از بدو پیدایش، سه نسل مختلف را تجربه کرده است. دانشگاه‌های مدرن نسل اول، عموماً آموزشی و مبتنی بر فعالیت‌های تعلیمی، و دانشگاه‌های نسل دوم، عموماً پژوهشی و مبتنی بر فعالیت‌های تحقیقاتی بودند. دانشگاه‌های نسل سوم، عموماً کارآفرین و مبتنی بر کارآفرینی و حل مسائل جامعه با رویکرد علمی و نظام‌یافته در تعامل با محیط پیرامونی هستند. در دانشگاه نسل سوم، محور و مأموریت کانونی نظام دانشگاهی، کارآفرینی است. در تمامی گروه‌های علمی، آموزش کارآفرینی همسو با طبیعت و ویژگی هر گروه علمی و در گروه‌های فنی- مهندسی و پزشکی، آموزش کارآفرینی و توسعه مهارت بر مبنای نیازهای هر گروه و رشته علمی، باید مورد توجه باشد. برای شکل‌گیری دانشگاه نسل سوم و بهره‌مندی از مزایا و مواهب این نسل دانشگاهی باید مهارت‌آموزی دانشجویان، اعضای هیئت علمی، مدیران و کارکنان نظام دانشگاهی در کانون راهبردها و سیاست‌های نهاد دانشگاه و آموزش عالی قرار گیرد. در این مقاله، به روش مطالعه اسنادی (مرور پژوهش‌های موجود در زمینه دانشگاه نسل سوم) و فراتحلیل کیفی تحقیقات انجام‌شده، با تبیین مفهوم و ویژگی‌های دانشگاه کارآفرین، جایگاه و ضرورت مهارت‌آموزی و آموزش کارآفرینی در این نوع دانشگاه ارائه می‌شود. بر اساس این تحقیق، شکل‌گیری و اثربخشی دانشگاه کارآفرین، بدون توسعه نظام‌مند آموزش کارآفرینی و مهارت‌آموزی مؤثر دانشجویان، استادان، مدیران و کارکنان نظام دانشگاهی و تقویت ویژگی‌های کارآفرینی منابع انسانی دانشگاه، امکان‌پذیر نیست. بنابراین، یکی از وجوه و منظرهای کلیدی دانشگاه نسل سوم (کارآفرین)، توسعه مهارت‌های شغلی، حرفه‌ای و شایستگی‌ها و توانمندسازی دانشجویان و استادان همسو با فرایند توسعه ملی و حل مسائل جامعه به روش علمی است.

واژگان کلیدی: دانشگاه نسل سوم، کارآفرینی، مهارت‌آموزی، آموزش عالی.

## مقدمه

نظام‌های علم و فناوری در سطح جهان از دیرباز و هماهنگ با تغییرات اجتماعی - اقتصادی کشورها در تغییر و تحول بوده‌اند. در دهه‌های اخیر با توجه به روند جهانی شدن اقتصاد، ارتباط متقابل اقتصاد با فناوری و تبدیل نوآوری فناورانه به مؤلفه اساسی رقابت‌پذیری صنعتی و قدرت اقتصادی - اجتماعی، انتظارات جامعه از نظام علم و فناوری افزایش یافته است (مهدی، ۱۳۸۸). علاوه بر سطح ملی، در سطح فردی نیز افراد متوجه شده‌اند که باید مزیت‌های رقابتی (دانش، نگرش و مهارت) در مسیرهای شغلی کسب کنند. افرادی که مهارت‌های خود افزایش داده و توانمندتر شده‌اند، بهتر می‌توانند با شرایط متغیر محیطی، تطبیق پیدا کرده و با برخورداری از نقاط قوت بیشتر، از فرصت‌های محیطی به نحو بهتری استفاده کنند. در حال حاضر، یکی از بزرگ‌ترین چالش‌های ملی اغلب کشورها و ایران، مسئله بیکاری است و باید اشتغال‌زایی و کارآفرینی در کانون سیاستگذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های ملی باشد. نظام آموزش عالی یکی از مهم‌ترین نهادهای ملی و جهانی، برای توسعه نظام‌یافته و هدفمند دانش، مهارت، فناوری، خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی است. از نظر بسیاری از صاحب‌نظران، نوآوری و کارآفرینی موتور محرک تغییرات اجتماعی بوده و حیات اجتماعی زاینده در تخریب سازنده و جایگزینی سیاست‌ها، برنامه‌ها و بنیادهای کهنه، منسوخ‌شده و بی‌بازده و کجروی‌های ناشی از آنها با سیاست‌ها، بنیان‌ها و نهادهای نوین و بهتر است. به اعتقاد دراکر<sup>۱</sup> (۱۳۷۳)، همه چیز باید منجر به کار شود، در غیر این صورت اصولاً اتفاقی نیفتاده است (اصطلاحاً، اصل نخست دراکر).

با توجه به اهمیت نوآوری و کارآفرینی، موضوع دانشگاه کارآفرین (به تعبیر کلارک<sup>۲</sup>، ۱۹۹۸) و دانشگاه نسل سوم (به تعبیر ویسما<sup>۳</sup>، ۲۰۰۹) یا دانشگاه سبک سه در دهه‌های اخیر مورد توجه جدی قرار گرفته است. با روند تحولات ملی و بین‌المللی و گذار از جامعه صنعتی به جامعه دانشی، اتخاذ راهبردهای اثربخش برای استفاده از ارزش‌ها و فرصت‌های جدید در دانشگاه‌ها ضروری است. باید الگوهای آموزش و پژوهش در نظام دانشگاهی متحول شده و مهارت‌ها و توانایی‌های جامعه دانشگاهی (دانشجویان، دانش‌آموختگان، اعضای هیئت علمی، مدیران و کارکنان) در راستای

1. Drucker  
2. Clark  
3. Wissema

## جایگاه مهارت‌آموزی در دانشگاه‌های نسل سوم \_\_\_\_\_ ۱۰۵

نوآوری و کارآفرینی ارتقاء یابد. در این مقاله، مفاهیم، ویژگی‌ها و ضرورت دانشگاه نسل سوم و جایگاه آموزش کارآفرینی و مهارت‌آموزی جامعه دانشگاهی بررسی و ارائه شده است.

### روش‌شناسی

این تحقیق به روش مطالعه اسنادی (مرور پژوهش‌های موجود در زمینه دانشگاه نسل سوم) و فراتحلیل کیفی مطالعات قبلی، انجام شده است. در این روش، دیدگاه‌های پژوهشگران حوزه دانشگاه نسل سوم بر روی آموزش کارآفرینی و مهارت‌آموزی جامعه دانشگاهی، مورد توجه قرار گرفته است.

### مفاهیم، ویژگی‌ها و ضرورت دانشگاه نسل سوم

به‌طور سنتی، آموزش و پژوهش مأموریت اصلی دانشگاه‌ها بوده است. این مأموریت با تحولاتی نظیر پیدایش رشته‌های علمی جدیدی نظیر زیست‌فناوری و فناوری نانو، جهانی شدن، کاهش اعتبارات مالی دانشگاه‌ها و پدیدار شدن نقش‌های جدید برای دانشگاه‌ها در نظام تولید دانش، به تدریج تغییر یافته است. کلارک و اتزکوویتز بر این عقیده‌اند که برای اینکه دانشگاه‌ها به مثابه عاملان تغییر و نوآوری، چراغ هدایت توسعه جامعه را به پیش ببرند، باید کارآفرینانه عمل کنند. ظهور کسب و کارهایی با فناوری جدید از مشخصات اصلی اقتصاد جدید و دانش‌محور است. این کسب و کارها در ایجاد و توسعه خوشه‌های صنعتی با فناوری سطح بالا در منطقه و تبدیل سرمایه‌گذاری‌های دانش‌پایه به رشد اقتصادی و همچنین ایجاد فرصت‌های استخدام و مزیت رقابتی نقش اساسی دارند (اتزکوویتز<sup>۱</sup>، ۲۰۰۳). بررسی‌ها نشان می‌دهد ادبیات دانشگاه کارآفرین، دامنه وسیعی از موضوعات را پوشش داده است (گیب<sup>۲</sup>، ۲۰۰۶).

۱. ایده فلسفی بنیادی دانشگاه و چگونگی تغییر در طول زمان و فرهنگ دانشگاهی؛
۲. تجاری‌سازی دانش چگونگی<sup>۳</sup> موجود در دانشگاه (کوک<sup>۴</sup> و همکاران، ۲۰۰۸)؛
۳. فرایند انتقال و تبدیل فناوری؛
۴. ارتباط نزدیکتر دانشگاه با صنعت (جامعه)؛
۵. جنبش الگوی پیچش سه‌گانه<sup>۱</sup> مشارکت صنعت، آموزش عالی و دولت؛

---

1. Etzkowitz  
 2. Gibb  
 3. Know-how  
 4. Cook et al

۶. اشتغال و توسعه مهارت‌های دانش‌آموختگان و آماده‌سازی آنها برای بازار جهانی نیروی کار؛
۷. پاسخ راهبردی به انبوه تقاضا (توده ای) برای آموزش عالی؛
۸. بین‌المللی کردن دانشگاهها و راهبردهای آنها برای رقابت جهانی (آلتباخ<sup>۲</sup> و نایت<sup>۳</sup>، ۲۰۰۶؛ آلتباخ، ۲۰۰۶؛ نایت، ۲۰۰۳).
۹. تغییر طبیعت جامعه دانش و چالش مرتبط با سازمان دانش در درون آموزش عالی؛
۱۰. فشارها بر آموزش عالی برای پاسخ به مسائل محلی و منطقه‌ای توسعه اجتماعی - اقتصادی؛
۱۱. فشار مرکزی بر آموزش عالی از سوی دولت‌ها برای پرورش نوآوری و تحقق دستورکارهای مرتبط با رقابت ملی و بین‌المللی؛
۱۲. استقلال داخلی و تأمین مالی آینده دانشگاهها.
- برخی از مهم‌ترین تعاریف و تعبیر دانشگاه کارآفرین به شرح زیر بوده است:
- اودریش و مولر<sup>۴</sup> (۲۰۰۶): دانشگاه کارآفرین یک نیروی مرکزی برای نوآوری، خلاقیت و رشد اقتصادی است که هسته آن، ارتباط بین برج عاج (دانشگاه سنتی) و جهان واقعیت (نیازهای اقتصادی - اجتماعی جامعه) است.
- کلارک (۱۹۹۸): دانشگاه کارآفرین در جستجوی سبک نوآورانه برای ورود به کسب و کار است. لازمه این امر، تغییرات اساسی در ویژگی سازمانی دانشگاه است. دانشگاه کارآفرین همواره در جامعه ایفای نقش می‌کند.
- کربای<sup>۵</sup> (۲۰۰۳) در هسته فرهنگ کارآفرینی، دانشگاههای کارآفرین قرار دارند. این دانشگاهها در نوآوری، شناخت و ایجاد فرصت‌ها، کارکردن در گروههای مختلف، خطرپذیری و پاسخگویی به چالش‌ها از توانایی‌های ویژه برخوردارند.
- جاکوب<sup>۶</sup> و همکاران (۲۰۰۵): یک دانشگاه کارآفرین بر اساس تجاری‌سازی (آموزش سفارشی، خدمات مشاوره‌ای و فعالیتهای تحقیق و توسعه) و کالایی کردن

- 
1. Triple Helix Model
  2. Altbach
  3. Knight
  4. Audretsch, Muller
  5. Kirby
  6. Jacob

## جایگاه مهارت‌آموزی در دانشگاه‌های نسل سوم \_\_\_\_\_ ۱۰۷

(ثبت اختراع، مجوزها یا کسب و کارهای ایجاد شده از سوی دانشجویان) بنیانگذاری می‌شود.

گیب<sup>۱</sup> (۲۰۰۵): دانشگاه کارآفرین دارای انعطاف‌پذیری در پاسخگویی به نیازهای اجتماعی - اقتصادی و راهبرد توجه و تمرکز بر فرصت‌های محیطی است و افراد را برای جستجو و استفاده از فرصت‌ها برای نوآوری و توسعه آماده می‌کند.

روپکه<sup>۲</sup> (۱۹۹۸): دانشگاه کارآفرین سه خصوصیت دارد: ۱. دانشگاه از نظر ساختار و فرهنگ سازمانی همانند سازمان کارآفرین است، ۲. اعضای دانشگاه (اعضای هیئت علمی، دانشجویان و کارکنان) همانند افراد کارآفرین عمل می‌کنند، ۳. بین دانشگاه و محیط تعامل قوی وجود داشته و ارتباط ساختاری بین دانشگاه و جامعه برقرار است.

اتزیکوویتز<sup>۳</sup> (۲۰۰۳): دانشگاه کارآفرین، دانشگاهی است که منابع درآمدی جدیدی نظیر ثبت اختراع، قراردادهای پژوهشی با جامعه و مشارکت با شرکت‌ها دارند. از نظر وی (۲۰۰۳)، همچنان که دانشگاه دانشجویان را آموزش می‌دهد و تربیت می‌کند و به تحویل جامعه می‌دهد، دانشگاه کارآفرین نیز مرکز رشد طبیعی است که در آن ساختارهای حمایتی لازم برای اعضای هیئت علمی و دانشجویان فراهم می‌شود تا شرکت‌های تجاری و مشترک نوینی را ایجاد کنند.

سیجه<sup>۴</sup> (۲۰۰۶): کارآفرینی دانشگاهی به معنی ایجاد محیطی برای کاربرد دانش و تحریک رفتار کارآفرینانه در میان تمام اعضای و ساختارهای مجموعه علمی و دانشگاهی است. دانشگاهها به عوامل و مسئولیت‌های دیگری غیر از انگیزه درآمد و منفعت باید تمرکز کنند (تبدیل دانش علمی به مطلوبیت اجتماعی - اقتصادی).

ارتباط با جامعه و محیط پیرامونی و حساسیت به زمینه و تحولات یکی از ویژگی‌های کلیدی دانشگاه کارآفرین است. دانشگاه کارآفرین نسبت به زمینه خود و تحولات جامعه بی‌تفاوت نیست. بدیهی است حساسیت به تحولات جامعه می‌تواند برای خود دانشگاه و مأموریت آن نیز مفید و مؤثر باشد. به عبارتی، از تعامل دانشگاه با محیط، منافع زیادی نصیب دانشگاه می‌شود. این منافع می‌تواند شامل منابع مالی، اعتبار و وجهه بیرونی، دانش‌آموختگان ماهر، اعضای هیأت علمی توانمند و کارکنان توسعه‌یافته باشد. در واقع، یک دانشگاه کارآفرین باید دو وظیفه را عهده‌دار شود: ۱.

- 
1. Gibb
  2. Ropke
  3. Etzkowitz
  4. Sijde

کارآفرینان آینده (افرادی که برای خود کسب و کار ایجاد خواهند کرد) را آموزش دهد و نیز روحیه کارآفرینی را در دانشجویان در تمام زمینه‌های مورد مطالعه گسترش دهد، ۲. دانشگاه کارآفرین نیز باید به شیوه کارآفرینانه عمل کند و مراکز رشد تجاری و پارک‌های علم و فناوری و دیگر مراکز موردنیاز را سازماندهی کند و دانشجویان را در این ساختارها مشارکت دهد و از این طریق به دانشجویان و دانش‌آموختگان در ایجاد و راه‌اندازی کسب و کار کمک کند (شالت<sup>۱</sup>، ۲۰۰۴).

منظور از دانشگاه کارآفرین، دانشگاهی است که دانش، نگرش‌ها، مهارت‌ها و توانمندی‌های جامعه دانشگاهی را در ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و فناوری را ارتقاء داده و در تعامل با جامعه (محیط منطقه‌ای، ملی و جهانی) از امکانات و فرصت‌های موجود در راستای توسعه و ارزش‌آفرینی، استفاده می‌کند. بدیهی است دانش‌آموختگان چنین دانشگاهی جویندگان کار نیستند، بلکه نوآرانی هستند که کارآفرینی نتیجه و محصول ایده‌ها و نوآوری‌های آنهاست. همچنین، چنین دانشگاهی به‌جای چشم دوختن به کمک‌ها و اعتبارات دولتی، می‌تواند از نتایج محصولات نوآورانه خود تأمین مالی کند؛ چرا که، این دانشگاه آن قدر ارزشمند و ارزش‌آفرین است که نهادهای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و صنعتی جامعه حاضرند هزینه این ارزش‌ها و محصولات را به دانشگاه پرداخت کنند. البته، دولت‌ها نیز اعتبارات چنین دانشگاهی را به حد وفور تأمین می‌کنند؛ چرا که، این دانشگاه قادر است ابزار قدرتمند برای کمک به دولت در فرایند توسعه ملی و سیاستگذاری‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی باشد.

### مهارت‌آموزی در دانشگاه نسل سوم

با اثبات مزایای کارآفرینی و ویژگی‌های افراد کارآفرین، تلاش‌های زیادی در جهت شناسایی وجه تمایز کارآفرینان با سایر افراد صورت گرفته است. با توجه به شناسایی نقش آموزش در کارآفرینی، فعالیت‌های آموزشی کارآفرینی از ابتدای دهه ۱۹۸۰ به‌سرعت در سطح دانشگاهها گسترش یافته است. اگر چه برخی از دانشگاهها فعالیت‌هایی را از اواسط دهه ۱۹۷۰ آغاز کرده‌اند اما این فعالیت‌ها بسیار پراکنده و غیرمنسجم بوده است. به طور کلی، می‌توان آموزش کارآفرینی را از ابتدای دهه ۱۹۸۰ در کشورهای توسعه‌یافته به‌طور علمی تعقیب کرد. البته، در مورد امریکا وضعیت

1. Schulte

## جایگاه مهارت‌آموزی در دانشگاه‌های نسل سوم \_\_\_\_\_ ۱۰۹

متفاوت است. در این کشور تا دهه ۱۹۷۰ تعداد دانشگاه‌های اندکی برنامه‌های آموزش کارآفرینی داشته‌اند. به عنوان نمونه، مدرسه بازرگانی هاروارد از سال ۱۹۲۶ درس کارآفرینی با عنوان صنایع ساخت و از سال ۱۹۴۷ برنامه درسی کاملی را به صورت انتخابی برای آموزش کارآفرینی ارائه کرده است (کرویکشانک<sup>۱</sup>، ۲۰۰۵).

سایر دانشگاه‌های امریکا پس از جنگ جهانی دوم آموزش کارآفرینی را دنبال کرده‌اند. دراگر، پدر علم مدیریت نوین، در سال ۱۹۵۳ دروس کارآفرینی را به برنامه درسی دانشگاه نیویورک معرفی کرده است. در سال ۱۹۷۱ دانشگاه کالیفرنیا جنوبی اولین دوره کارشناسی ارشد در کارآفرینی را شروع کرده است. رشد واقعی آموزش کارآفرینی و کسب و کار کوچک در دهه ۷۰ و ۸۰ میلادی بوده است. در آغاز دهه ۷۰ فقط ۱۶ دانشگاه امریکایی دروس مرتبط با کارآفرینی ارائه کرده‌اند. در دهه ۸۰ حدود ۳۰۰ دانشگاه دروسی در موضوع کارآفرینی و کسب و کار کوچک ارائه کرده‌اند. از دهه ۹۰ تعداد این دانشکده‌ها به بیش از ۱۰۰۰ در سال ۲۰۰۱ و حدود ۱۶۰۰ در سال ۲۰۰۵ افزایش یافته است (سولومون<sup>۲</sup>، ۲۰۰۷؛ کوراتکو<sup>۳</sup>، ۲۰۰۵). این رشد تصاعدی در تعداد دانشکده‌ها، بیشتر در کالج‌های غیرکارآفرینی نظیر هنر، قانون، مدارس پزشکی، مهندسی و برنامه‌های توسعه علم و فناوری بوده است (سولومون، ۲۰۰۷؛ کاتز<sup>۴</sup>، ۲۰۰۸).

امروزه آموزش کارآفرینی به یکی از مهم‌ترین و گسترده‌ترین فعالیت‌های دانشگاه‌های کشورهای توسعه‌یافته نظیر امریکا تبدیل شده است. در دهه ۱۹۸۰، دانشگاه‌ها بر حسب ویژگی گروه‌های تحت آموزش و نیازهای محلی، منطقه‌ای و ملی برنامه‌های آموزشی زیادی را برای سازمان‌های خصوصی و عمومی طراحی و اجرا کرده‌اند. دولت‌های اروپایی حمایت‌های ویژه‌ای را از فعالیت‌هایی که برای تشویق کارآفرینی بین جوانان اجرا می‌شود، دارند (بلوک<sup>۵</sup>؛ ۱۹۹۲). باید در آموزش‌های کارآفرینی علاوه بر توسعه مهارت‌ها به خودسازی و توانمندسازی جامع افراد در ابعاد ذهنی و روان‌شناختی نظیر احساس معنی‌داری، اعتماد به نفس و اعتماد به دیگران، خودسامانی، احساس شایستگی و خوداثربخشی و ... توجه شود (وتن و کمرون<sup>۶</sup>،

- 
1. Cruikshank
  2. Solomon
  3. Kuratko
  4. Katz
  5. Block
  6. Whetten & Cameron

۱۳۸۱: ۱۶، بلانچارت<sup>۱</sup>، ۲۰۰۳: ۳۸ و اسپریتزر<sup>۲</sup>، ۱۹۹۶). هدف از آموزش کارآفرینی این است که دانشجویان در طی دوران تحصیل به صورت خلاق تربیت شوند. دوره‌های کارآفرینی با هدف بهبود انگیزش و گرایش‌های افراد نظیر تمایل به استقلال، استفاده از فرصت‌های مطلوب، ابتکار، تمایل به مخاطره‌پذیری، تعهد به کار، تمایل به مسئله‌گشایی و لذت بردن از عدم قطعیت و پیچیدگی، باید طراحی و اجرا شود (گیب، ۱۹۸۷).

بر اساس تحولات اجتماعی و عصر جامعه دانشی، مشاغل دانش‌محور شده‌اند. از این رو، برگزاری دوره‌های آموزشی برای کارآفرینان از اهمیت خاصی برخوردار شده است. از نظر گیب مهم‌ترین عامل توجه به آموزش در موضوع کارآفرینی، عدم کارایی نظام اداری دولتی در روند اشتغال‌زایی و سهم بیشتر بنگاه‌های کوچک در رشد اقتصادی، اشتغال‌زایی و استخدام افراد است. موضوع کارآفرینی تا سال ۱۹۹۰ به عنوان یکی از مهم‌ترین موضوعات در دانشکده‌های مهندسی و بازرگانی دانشگاه‌های کشورهای توسعه‌یافته تبدیل شده است. در بیشتر دانشکده‌ها فهرست کاملی از دوره‌های آموزشی کارآفرینی ارائه می‌شود. در حالی که دوره‌های آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌های کشورهای توسعه‌یافته به سرعت افزایش یافته است، در دانشگاه‌های ایران هنوز آموزش کارآفرینی به جایگاه واقعی و موردنیاز نرسیده است. باید در زمینه آموزش‌های کارآفرینی در دانشگاه‌های ایران تدبیر شود. وجود بیش از ۴/۵ میلیون دانشجو در نظام آموزش عالی کشور، جوان بودن جمعیت، رشد اقتصادی ناکافی برای ایجاد اشتغال و معضل اساسی بیکاری، ایجاب می‌کند که نظام آموزش عالی دست‌کم در حوزه مسئولیت خود از توسعه کارآفرینی، پشتیبانی کند. یکی از برنامه‌های اولیه پشتیبانی از کارآفرینی، کیفیت‌بخشی به آموزش و پژوهش و طراحی و اجرای اثربخش دروس و دوره‌های آموزش کارآفرینی است.

در نظام آموزش عالی آمریکا به عنوان نظام آموزشی سرآمد، تا دهه ۱۹۷۰ تعداد دانشگاه‌های بسیار کمی برنامه‌های آموزش کارآفرینی داشته‌اند. به عنوان نمونه، مدرسه بازرگانی هاروارد از سال ۱۹۲۶ درس کارآفرینی با عنوان صنایع ساخت و از سال ۱۹۴۷ برنامه درسی کاملی را به صورت انتخابی برای آموزش کارآفرینی ارائه کرده است (کرویکشانک، ۲۰۰۵). سایر دانشگاه‌های آمریکا پس از جنگ جهانی دوم آموزش کارآفرینی را دنبال کرده‌اند. دراکر، پدر علم مدیریت نوین، در سال ۱۹۵۳

1. Blanchart  
2. Speritzer



## جایگاه مهارت‌آموزی در دانشگاه‌های نسل سوم ۱۱۱

دروس کارآفرینی را به برنامه درسی دانشگاه نیویورک معرفی کرده است. در سال ۱۹۷۱ دانشگاه کالیفرنیا جنوبی اولین دوره کارشناسی ارشد<sup>۱</sup> در کارآفرینی را شروع کرده است. رشد واقعی آموزش کارآفرینی و کسب و کار کوچک در دهه ۷۰ و ۸۰ میلادی بوده است. در آغاز دهه ۷۰ فقط ۱۶ دانشگاه امریکایی دروس مرتبط با کارآفرینی ارائه کرده‌اند. در دهه ۸۰ حدود ۳۰۰ دانشگاه دروسی در موضوع کارآفرینی و کسب و کار کوچک ارائه کرده‌اند. از دهه ۹۰ تعداد این دانشکده‌ها به بیش از ۱۰۰۰ در سال ۲۰۰۱ و حدود ۱۶۰۰ در سال ۲۰۰۵ افزایش یافته است (سولومون، ۲۰۰۷؛ کوراتکو، ۲۰۰۵). این رشد تصاعدی در تعداد دانشکده‌ها، بیشتر در کالج‌های غیرکارآفرینی نظیر هنر، قانون، مدارس پزشکی، مهندسی و برنامه‌های توسعه علم و فناوری بوده است (سولومون، ۲۰۰۷؛ کاتز، ۲۰۰۸).

مشخصه مرکزی حرکت به سوی یک دانشگاه کارآفرین، توسعه برنامه آموزش کارآفرینی است. دراکر (۱۹۸۵) تأکید کرده است که کارآفرینی طبیعت پرمخاطره‌ای دارد، زیرا تعداد کمی از افرادی که کارآفرین نامیده می‌شوند، می‌دانند که چه می‌کنند. آنها در روش‌شناسی دچار ضعف هستند. مسأله اصلی که دانشگاه‌ها با آن مواجه‌اند این است که چگونه باید دانش و مهارت‌های لازم برای کارآفرینی را توسعه داد. اینکه دانشمندان دانشگاهی، عموماً در مهارت‌هایی که خطرپذیری‌های تجاری موفق را به‌وجود می‌آورند، ضعف دارند، کاملاً اثبات شده است (استفان و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۰۱).

بحث بر سر آموزش کارآفرینی بیشتر حول محور پرورش منابع انسانی کارآمد است که در اقتصاد دانش‌محور، جزء منابع تعیین‌کننده توسعه محسوب می‌شود. مدیران دانش‌آموخته در نظام دانشگاهی، باید مهارت‌هایی را به دانش علمی - تخصصی خود بیافزایند (میشل<sup>۳</sup> و کیت<sup>۴</sup>، ۲۰۰۵).

- مهارت‌های محافظت از دارایی‌های معنوی و فکری،
  - توسعه محصول (کالا و خدمت) و بازار،
  - مطالعات امکان‌پذیری فنی، مالی و اقتصادی،
  - چگونگی عملکرد تیم مدیران عالی و تأثیر بر عملکرد بنگاهها و مؤسسات
- جدید،

---

1. MBA  
2. Stephen et al  
3. Michael  
4. Keith

- چگونگی آماده‌سازی و توسعه تیم‌های سرمایه‌گذاری،
  - درک چگونگی توسعه پویایی تیم مدیران عالی درباره تصمیم‌گیری گروهی،
- مدیریت تضاد و تناقض و وحدت نگرش،

در یک دانشگاه کارآفرین، مدرسان باید میانجی‌های مهمی برای افزایش آگاهی کارآفرینی و ارتباط دانشجویان با کسب و کار در بلندمدت باشند (گانتز<sup>۱</sup> و واگنر<sup>۲</sup>، ۲۰۰۸). تاکنون توجه اندکی به نقش آموزش‌دهندگان کارآفرینی در دانشگاه‌ها شده است. گزارش منتشره کمیسیون اروپایی در زمینه کارآفرینی در آموزش عالی اتحادیه اروپا تأکید می‌کند که آموزش کارهای متهورانه<sup>۳</sup> نظیر ایجاد یک کسب و کار و تأسیس یک شرکت، نباید با کسب و کارهای عمومی و مطالعات اقتصادی مغایرت داشته باشد. هدف نهایی این آموزش‌ها ترویج خلاقیت، نوآوری و خوداشتغالی است. در گزارش کمیسیون اروپایی، تأکید شده است که آموزش کارهای متهورانه باید شامل نکات زیر باشد:

۱. توسعه ویژگی‌ها و مهارت‌های شخصی، به‌طوری که پایه‌ای برای ذهن و رفتار کارآفرینی (توانایی کار در یک تیم، خوداطمینانی، خلاقیت و ...) شکل دهد،

۲. آگاهی خوداشتغالی را به عنوان یک گزینه کارراهه شغلی ارزشمند، در دانشجویان افزایش دهد،

۳. کار بر روی فعالیت‌ها و پروژه‌های کارهای متهورانه (کارآفرینانه)،

۴. تأمین مهارت‌های کسب و کار و دانش چگونگی برای شروع و ادامه یک شرکت موفق.

آموزش کارآفرینی باید بر روی مهارت‌ها، شایستگی‌ها و ویژگی‌ها تمرکز داشته باشد (سولومون، ۲۰۰۷).

افزون بر نقش عمومی تربیت نیروی انسانی متخصص و تولید دانش، نقش‌های ویژه‌ای به شرح زیر برای دانشگاه کارآفرین تعریف می‌شود (عزیزی و شفیع‌زاده، ۱۳۹۲): عرضه دانش‌آموختگان کارآفرین به جامعه، تربیت نیروی متخصص برای تدریس، پژوهش، مشاوره و کارشناسی در امور کارآفرینی، تولید دانش بومی کارآفرینی، برای تأمین نیازهای کشور، حمایت از تشکیل و توسعه شبکه‌های تخصصی کارآفرینی،

1. Gunther  
2. Wagner  
3. Enterprise

## جایگاه مهارت‌آموزی در دانشگاه‌های نسل سوم ۱۱۳

تربیت دانش‌آموختگان کارآفرین آماده‌تأسیس کسب و کار جدید، ایجاد شرکت‌های مبتنی بر فناوری‌های دانش‌بنیان، حل مشکلات جامعه، دولت و بنگاه‌های کسب و کار. گزارش اتحادیه اروپا نشان می‌دهد که تدریس کارآفرینی هنوز به‌طور کامل در برنامه‌های درسی دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی یکپارچه نشده است و نیاز به روش‌های تدریس تجربه‌محور، رویکردهای یادگیری تعاملی بیشتر و همکاری چندرشته‌ای به عنوان عناصر اصلی در ایجاد مهارت‌ها و توانایی‌های کارآفرین، برجسته نشده است (EC, 2008). صنعت و دولت خواهان آموزش بهتر کارهای متهورانه و کارآفرینی در مؤسسات آموزش عالی هستند (اسمیت<sup>۱</sup> و پتن<sup>۲</sup>، ۲۰۱۱).

ماحصل بررسی‌ها و مطالعات نشان می‌دهد که در دانشگاه نسل سوم، آموزش کارآفرینی و توسعه مهارت‌های مرتبط با هدف افزایش خلاقیت، بهبود انگیزش، تمایل به استقلال، استفاده از فرصت‌های محیطی، ابتکار، مخاطره‌پذیری، تعهد، روش‌های مسئله‌گشایی و لذت از عدم قطعیت و پیچیدگی، یک ضرورت و الزام جدی است. دانشگاه نسل سوم نمی‌تواند نسبت به ویژگی‌های کارآفرینی جامعه دانشگاهی و توانایی‌ها و مهارت‌های حرفه‌ای آنها بی‌فاوت باشد. بنابراین، دانشگاه نسل سوم باید بر اساس الگوی شکل ۱ به مهارت‌آموزی جامعه دانشگاهی اقدام کند.

### بحث و نتیجه‌گیری

کارآفرینی موتور محرک تغییرات اجتماعی و توسعه پایدار بوده و حیات اجتماعی مولد در تخریب سازنده و جایگزینی برنامه‌ها و بنیادهای کهنه، منسوخ‌شده و بی‌بازده و کجروی‌های ناشی از آنها است. به اعتقاد دراگر (۱۳۷۳)، همه چیز باید به کار تبدیل شود و اگر چنین نشد اصولاً اتفاقی نیفتاده است. کارآفرینی نتیجه خلاقیت و نوآوری است و نوآوری نیازمند سازمان نظام یافته، خط‌مشی روشن و سخت‌کوشی است. دانشگاه نسل سوم باید به گونه‌ای سازماندهی شود که توان پرداختن به نوآوری و کارآفرینی هدفمند را داشته باشد و همه فعالیت‌های فردی و سازمانی در ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، تبدیل به کار شود. بالاخره، باید هر دانشگاه باید بر اساس مأموریت خود کاری را انجام دهد. کارآفرینی دارای ابعاد اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و

1. Smith  
2. Patton

فرهنگی است. تعمیق در یک بعد (محور) بستگی به موقعیت دانشگاه و منطقه استقرار آن و مأموریت‌های محلی، منطقه‌ای، ملی و جهانی دانشگاه مورد نظر دارد. تمامی پژوهشگران و صاحب‌نظران آموزش عالی طرفدار دانشگاه نسل سوم معتقدند که برای انجام مأموریت کارآفرینی باید آموزش کارآفرینی و مهارت‌آموزی، راهبرد اصلی نظام دانشگاهی باشد. هدف از آموزش کارآفرینی این است که دانشجویان به صورت خلاق تربیت شوند. همچنین، لازم است دوره‌های کارآفرینی با هدف بهبود انگیزش و گرایش‌های دانشجویان نظیر تمایل به استقلال، استفاده از فرصت‌های مطلوب، ابتکار، تمایل به مخاطره‌پذیری، تعهد به کار، تمایل به مسئله‌گشایی و لذت بردن از عدم قطعیت و پیچیدگی، طراحی و اجرا شود. با توجه به ضعف آموزش عالی ایران در کارآفرینی و ضعف مهارت در جامعه دانشگاهی، پیشنهاد می‌شود دانشگاه‌های ایران در مسیر تبدیل شدن به دانشگاه نسل سوم (دانشگاه کارآفرین) به مهارت‌آموزی جامعه دانشگاهی (دانشجویان، دانش‌آموختگان، اعضای هیئت علمی، مدیران و کارکنان) تمرکز ویژه داشته باشند. یکی از مهم‌ترین برنامه‌های مهارت‌آموزی در دانشگاهها آموزش کارآفرینی و توسعه هدفمند مهارت‌های ایده‌پردازی، خلق، بهره‌برداری و مدیریت کسب و کار در ابعاد مختلف حیات اجتماعی است.



شکل (۱). فرایند مستمر مهارت‌آموزی در دانشگاه نسل سوم

### منابع

دراکر، پ. (۱۳۷۳)، مدیریت آینده، ترجمه عبدالرضا رضایی نژاد، تهران، نشر رسا.  
عزیزی، م و شفیع‌زاده، الف. (۱۳۹۲). دانشگاه کارآفرین، گزارش مرکز پژوهش‌های  
مجلس شورای اسلامی ایران.

مهدی، ر. (۱۳۸۸). ارزیابی استراتژی‌های تولید علم در گروه‌های فنی- مهندسی  
کشور، رساله دکتری، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه شهید بهشتی.

Altbach P.G. (2005) Globalization and the university: Myths and realities in an unequal world. EPI, 2005. Global Higher Education Rankings. Affordability and Accessibility in Comparative Perspective. Washington, EPI, [www.educationalpolicy.org](http://www.educationalpolicy.org).

Altbach P.G., Knight J. (2006) The Internationalization of higher education: motivations and realities. The NEA 2006 Almanac of Higher Education. NEA, Washington.

Blanchard, Olivier (2003), Reforming Employment Protection, available at: <http://econ-www.mit.edu>.

Block, Z. (1992), Entrepreneurship Education Research: Experience and Challenge, In The State of the Art of Entrepreneurship, D. Sexton and J. Kasarda (eds), Boston: PWS –KENT, p 146 - 165.

Clark, B. R. (1998) Creating Entrepreneurial Universities: Organizational Pathways to Transformation. Oxford, New York, and Tokyo: IAU Press, Pergamon.

Cook T, Dwek TR, Blumberg B, Hockaday T. (2008) Commercialising university research: threats and opportunities- The Oxford Model. Capitalism and Society, Vol. 3, Issue 1 2008 Article 4.

Cruikshank, J. L. (2005), Shaping the Waves. A History of Entrepreneurship at Harvard Business School, Cambridge, MA: Harvard Business School Press.

Etzkowitz, H. (2003), Rise of the Brazilian Triple Helix', International Journal of Technology Management and Sustainable Development, 2(3), 159-71.

EC (2008), Entrepreneurship in Higher Education, Especially in Non-business Studies, Final Report of the Expert Group, accessed 16 August 2013 at

- [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/support\\_measures/training\\_education/entr\\_highed\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/support_measures/training_education/entr_highed_en.pdf).
- Gibb, A. (1987), Enterprise Culture - Its Meaning and Implications for Education and Training. *Journal of European Industrial Training*, Vol.11, No.2: 38.
- Gibb, A. (1990), Enterprise Culture and Education”, *International Small Business Journal*, Vol.11, No.3: 11-33.
- Gibb, A. (2005), Towards the Entrepreneurship University; Entrepreneurship Education as a Lever for Change. The National Council for Graduate Entrepreneurship (NCGE), UK, policy paper No3.
- Gunther J. & K. Wagner (2008), ‘Getting out of the ivory tower – new perspectives on the entrepreneurial university’, *European Journal of International Management*, 2(4): 400-417.
- Jacob, M., Lundqvist, M. & Hellsmark, H. (2003), Entrepreneurial Transformations in the Swedish University System: The Case of Chalmers University of Technology. *Research Policy*, 32(9): 1555-1568.
- Katz, J. (2008), ‘Fully mature but not fully legitimate: A different perspective on the state of entrepreneurship education’, *Journal of Small Business Management*, 46(4), 550–66.
- Kirby, D.A. (2004), ‘Entrepreneurship education: Can business schools meet the challenge?’ *Education 1 Training*, 46(8/9), 510–19.
- Knight J. (2003) Internationalization of higher education practices and priorities: 2003 IAU survey report. IAU: <http://www.unesco.org/iau>.
- Kuratko, D.F. (2005), The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges, *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 29(5), 577–97.
- Schulte, P. (2004), ‘The entrepreneurial university: A strategy for institutional development’, *Higher Education in Europe*, 29(2), 187–91.
- Sijde, Peter V. D. (2006), New Concepts for Academic Entrepreneurship, Twente University.
- Smith, A.M. & R.A. Patton (2011), ‘Delivering enterprise: A collaborative international approach to the development,

- implementation and assessment of entrepreneurship', *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 17(1), 104-18.
- Spreitzer G. M. (1996), Psychological empowerment in the workplace: dimensions, measurement and validation, *Academy of Management Journal*, Vol38, No5: 1443-1464.
- Solomon, G. (2007), 'An examination of entrepreneurship education in the United States', *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 14(2), 168-82.
- Stephen F., Mike W., Andy L. (2001), Academic and Surrogate Entrepreneurs in University Spin-out Companies *Journal of Technology Transfer*: 127-141.
- Whetten, D. A. & Cameron, K. S. (1998), *Developing management skills*, NY: Addison-Wesley, Wheelan.
- Wissema, J.G. (2009), *Towards the Third Generation University: Managing the University in Transition*, Cheltenham, UK and Northampton, MA, SA: Edward Elgar.