

آموزش کارآفرینی در دانشگاهها و مراکز آموزش عالی

حمید شفیع زاده: دانشجوی دکتری مدیریت آموزش عالی

چکیده:

پرداختن به مقوله کارآفرینی و تربیت دانش آموختگانی که دارای تواناییها و مهارت های لازم برای راه اندازی یک کسب و کار مناسب باشند، از وظایف اصلی هر دانشگاه محسوب می شود که متأسفانه خلاء آن کاملاً محسوس است. در جهان رقابتی امروز دانشگاه هایی موفق هستند که قادر به بهره گیری بیشتر و بهتر از دانش باشند، چرا که دیگر مواد اولیه، زمین و سایر مواد طبیعی منبع مهم و اساسی به شمار نمی روند بلکه این افراد کارآفرین هستند که سرمایه با ارزش دنیای جدید به حساب می آیند. از این رو بسیاری از دانشگاه های کشورهای پیشرفته و در حال توسعه، بهره گیری از کارآفرینی را آغاز نموده اند و این بذل توجه در قالب تدوین استراتژی ها، سیاست ها و برنامه های علمی جهت بسط و تقویت روحیه و رفتار کارآفرینی و مهمتر از آن آموزش کارآفرینی در مراکز علمی و دانشگاهی ظاهر گردیده است.

در این مقاله پس از بیان مفهوم کارآفرینی و تعاریفی چند از کارآفرینی و کارآفرین، جنبه های نظری آموزش کارآفرینی بیان می گردد. آنگاه نقش دانشگاه در آموزش کارآفرینی مطرح می شود. سپس عمده ترین اهداف آموزش کارآفرینی دانشگاه ها تشریح می گردند. در ادامه، فرایند آموزش کارآفرینی و انواع دوره های آموزشی آن بررسی و مرور می شوند. در پایان نیز پیشنهاداتی برای بهبود آموزش کارآفرینی در سطح دانشگاهها ارائه می شود.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، دانشگاه، آموزش، توسعه کارآفرینی، آموزش کارآفرینی.

مقدمه:

تحولات و تغییرات سریع و چشمگیر در جامعه بین المللی و نیز گذر از جامعه سنتی به جامعه اطلاعاتی در کنار تغییراتی همچون جهانی شدن باعث به وجود آمدن استراتژیهای مختلفی شده است تا از طریق آنها، امکان رشد و توسعه اقتصادی، ایجاد اشتغال و رفاه در جامعه فراهم شود. در این میان از کارآفرینان به عنوان یکی از مهمترین عوامل در توسعه پایدار نام برده می شود. یکی از مهمترین مراکزی که می تواند در پرورش کارآفرینان نقش مهمی ایفا کند، دانشگاهها و موسسات آموزش عالی می باشند. به همین منظور، یکی از اهداف مهم آموزش عالی کشورمان در چند سال اخیر، پرورش نیروی انسانی کارآفرین بوده است. در شرایط کنونی که اقتصاد کشورمان با مسائل و نارساییهای مهمی نظیر فرار مغزها، بیکاری (بویژه در فارغ التحصیلان دانشگاهها)، کمبود نیروی انسانی متخصص، کاهش سرمایه گذاری دولت، عدم تحرک و رشد اقتصادی کافی روبروست، آموزش کارآفرینان در دانشگاهها از اهمیت مضاعفی برخوردار است.

تعریف کارآفرینی

از آنجا که کارآفرینی جزء مفاهیم مدیریتی به شمار می رود، دارای یک تعریف قطعی و مشخص نیست و درک کامل از آن نیازمند داشتن دیدگاهی بین رشته ای است. واژه کارآفرینی از کلمه فرانسوی *Entrepreneurs* به معنای (متعهد شدن) اقتباس شده است که در فارسی ابتدا "کارفرمایی" و سپس "کارآفرینی" ترجمه شده که هر دو ترجمه خوبی از این واژه نیستند. در اینجا، تعاریف متعددی از کارآفرین و کارآفرینی ارائه می شود تا معنای این واژه بیشتر روشن شود.

- فرهنگ لغت آکسفورد کارآفرین را فردی معرفی می کند که با استفاده از ابتکار و ریسک پذیری تلاش می نماید تا سود به دست آورد. (۱)

- کارآفرینی اساساً ترکیبی از استعدادها، تفکرات، سرمایه، دانش و فن، تعهد و پشتکار است.

- کارآفرینی به معنای به کارگیری مفاهیم و فنون مدیریتی، ابزارها و فرایندهای طراحی، استانداردسازی محصول و بنا نهادن کار بر پایه آموزش و سپس تحلیل آن است. (۲)

- کارآفرین فردی است که تصمیم می گیرد از طریق ایجاد یک کسب و کار بی همتا توسط خود برآینده کاری اش تسلط داشته باشد.

- کارآفرینی فرایند شکار فرصت ها به وسیله افراد، به طور انفرادی (کارآفرین مستقل) یا در سازمان ها (کارآفرینی سازمانی)، بدون در نظر گرفتن منابع موجود می باشد. (۳)

- کارآفرینان افرادی هستند که تصور یا ایده ای را اخذ کرده و آن را به واقعیت تبدیل می کنند.

- کارآفرینان قهرمانان فرآیندهای جدید هستند و مهندسان تغییر و تحول محسوب می شوند.

کارآفرینی در همه حوزه های زندگی اتفاق می افتد. در کسب و کار، دانشگاه، دولت و ...

- کارآفرینی یک فعالیت آزاد تجاری است که در محیطی می تواند به بهترین شکل ابراز وجود کند که عاری از بوروکراسی و مقررات دست و پاگیر باشد. بنابراین یک مدل تجویز شده می تواند با فعالیتهای کارآفرینی در تضاد باشد. (۴)

- کارآفرینی توانایی دیدن امکان تولید محصول یا خدماتی است که در ارتباط با منابع، تکنولوژی و نیازهای بازار می باشد.

- کارآفرین فردی است که به طور عمد به منظور کسب سود و رشد، کسب و کاری را ایجاد می کند که مشخصات اصلی آن نوآوری و مدیریت استراتژیک است. (۵)

- کارآفرینی فرآیند پویایی از ایجاد ثروت های فزاینده است. این ثروت بوسیله افرادی ایجاد می شود که دست به ریسک می زنند و ارزشهایی برای بعضی از تولیدات و خدمات ایجاد می کنند.

- کارآفرینی فرآیند تغییری است که موقعیت بازار را با معرفی چیزهای جدید و مختلف و در پاسخ گویی به نیازهای احساس شده، دگرگون می کند.

- کارآفرین فردی دارای ایده و نظری نو و جدید است که از طریق فرایند تاسیس و ایجاد یک کسب و کار و قبول مخاطره، محصول یا خدمات جدیدی را به جامعه خود معرفی می کند. (۶)

در یک جمع بندی می توان گفت که کارآفرینان افرادی هستند که ارزش منابع، کار، مواد و دیگر عوامل تولید را تغییر می دهند تا ارزشمندتر از گذشته شوند. از این رو کارآفرینان همیشه به دنبال نوآوری و کارهای جدید هستند. در دنیای جدید، کارآفرینان کسب و کار جدیدی را راه اندازی می کنند و شرکتی را توسط خودشان سازماندهی کرده و توسعه می دهند. آنها از دانش مربوط به نوآوریها و اختراعات استفاده می کنند تا اهداف مهم و قابل توجهی تنظیم کنند و از طریق تکنولوژی جدید سعی می کنند بازده کاری شان را افزایش دهند. در یک جمله، کارآفرینی یک شغل است که می تواند به عنوان شکلی از زندگی انتخاب شود؛ چرا که کارآفرینی می تواند همانند همه مشاغل دیگر آموخته شود، مورد بررسی و پژوهش قرار گیرد و برنامه ریزی و سازماندهی شود. (۷)

آموزش کارآفرینی چیست؟

ایجاد کسب و کارهای کوچک امکان خویشتن فرمایی، استقلال، رشد و توسعه اقتصادی را فراهم می کند. در حالیکه تمامی کشورها، توسعه اقتصادی را به عنوان یک نیاز ضروری برای اجتماع خود در نظر گرفته اند، آموزش کارآفرینی می تواند عنصری اساسی در توسعه اقتصادی محسوب شود.

آموزش کارآفرینان جوان، سرمایه گذاری برای آینده است. در این آموزشها، تجربیات مثبتی به جوانان ارائه می شود تا آنها بتوانند تصمیمات بهتری درباره آینده کاری خود اتخاذ کنند.

آموزش کارآفرینی از تجربیات گوناگونی تشکیل یافته است که دورنمایی به افراد می دهد تا از فرصتهای مختلفی که وجود دارد، استفاده کنند. کلمه کلیدی در آموزش کارآفرینی "تجربه" است. (۸)

در یک تعریف ساده، آموزش کارآفرینی فرایندی نظام مند، آگاهانه و هدف گرا می باشد که طی آن افراد غیر کارآفرین ولی دارای توان بالقوه به صورتی خلاق تربیت می گردند. در واقع، آموزش کارآفرینی فعالیتی است که از آن برای انتقال دانش و اطلاعات مورد نیاز جهت کارآفرینی استفاده می شود که افزایش، بهبود و توسعهی نگرشها، مهارت ها و توانایی های افراد غیر کارآفرین را در پی خواهد داشت.

به عبارت دیگر، آموزش کارآفرینی به برنامه هایی اشاره دارد که دانش و آگاهیهای مربوط به کارآفرینی را برای اهداف شغلی ارتقا می دهد و آموزش مهارتهایی را فراهم می کند تا کسب و کارهای جدید توسعه یابند. (۹)

علاقمندی به آموزش کارآفرینی با برنامه های مراکز آموزشی کاملاً هماهنگ می باشد بطوریکه ۳۱۷ مدرسه معتبر و دارای مجوز در آمریکا به این آموزشها اشتغال دارند. در سطح جهان نیز تحقیقات نشان داده است تعداد دانشگاههایی که حداقل یک درس در زمینه کارآفرینی ارائه می کنند از ۱۶ دانشگاه در سال ۱۹۷۰ به ۴۰۰ دانشگاه در سال ۱۹۹۵ افزایش یافته است و حداقل ۵۰ دانشگاه ۴ درس و یا حتی بیشتر در زمینه کارآفرینی ارائه می کنند. اعتقاد بر این است که تغییرات اقتصادی عاملی مهم در افزایش علاقمندی به کارآفرینی بوده است. (۱۰)

ضرورت آموزش کارآفرینی

در حال حاضر سیر تحولات جهانی، کارآفرینان را در خط مقدم توسعهی فن آوری و اقتصادی قرار داده است. تجربه موفقیت آمیز اغلب کشورهای پیشرفته و نیز برخی از کشورهای در حال توسعه در عبور از بحرانهای اقتصادی به واسطه توسعهی کارآفرینی در آن کشورها، موجب گردیده تا سایر کشورها نیز برای کارآفرینی، کارآفرینان و شکل گیری کسب و کارهای نوآورانه اهمیت خاصی قائل گردند. با عنایت به پدیده جهانی شدن اقتصاد، برخی عقیده دارند که بازارهای جهانی فردا از آن شرکتهایی است که به ریسک پذیری کارآفرینانه بها می دهند و برای گسترش سرمایه های فکری خود در حد کلان سرمایه گذاری می کنند، در بالندگی فردی پرتلاشند و در خط مشی گذاری، شرایط محیطی را مد نظر قرار می دهند. (۱۱) بر همین اساس، توسعهی کارآفرینی از جنبه های گوناگون مدنظر قرار گرفته است. آموزش، یکی از جنبه های مهم در گسترش کارآفرینی است که مورد توجه ویژه ای واقع شده است. با توجه به مطالعات مختلفی که صورت گرفته ثابت شده که ویژگی های کارآفرینان اغلب اکتسابی است و نه توارثی و از این رو در حال حاضر آموزش کارآفرینی به یکی از مهمترین و گسترده ترین فعالیت های دانشگاهها تبدیل شده است.

جنبه های نظری آموزش کارآفرینی

در گذشته ای نه چندان دور این دیدگاه رایج بود مبنی بر اینکه کارآفرینان دارای ویژگی های ذاتی همچون ابتکار، روحیه تهاجمی، تحرک، تمایل در به کارگیری ریسک، توان تحلیلی و مهارت در روابط انسانی هستند و این ویژگی ها با آن ها متولد می شود. فرض اساسی آن ها این بود که کارآفرینان از طریق آموزش، پرورش نمی یابند. بنابراین تا آن زمان خبری از نقش آموزش در ایجاد و توسعهی کارآفرینی نبود و تنها بر جنبه هنری کارآفرینی تاکید می شد.

در سال ۱۹۷۳، برای اولین بار دانشگاه کالگری مجوز تاسیس دوره ی کارشناسی ارشد کارآفرینی را دریافت کرد و کارآفرینی به عنوان یکی از زمینه های اصلی، مورد توجه قرار گرفت. (۱۲)

با ورود جامعه شناسان و روان شناسان به عرصه مطالعات و تحقیقات پیرامون کارآفرینی و کارآفرینان و نتایجی که از این تحقیقات حاصل شده، ضرورت کارآفرینی و توسعه آن (به ویژه آموزش کارآفرینی) بیش از پیش مشهود گردید و همین امر موجب افزایش تلاشها برای توسعهی کارآفرینی و آموزش آن در دو دهه ی گذشته شده است. از جمله

کسانی که در زمینه بررسی ویژگی‌های کارآفرینان مطالعه و تحقیقاتی انجام داده‌اند می‌توان به مک‌کله‌لند، کارلند، جان استوارت میل، بروکهاوس، دیوید برچ، تیمونز، کالینز، مور، مایر، گلدشتاین و نورد اشاره کرد. نتایج این تحقیقات بر اکتسابی بودن اغلب ویژگی‌های کارآفرینان تاکید دارد. لذا باید در فراهم آوردن محیط مناسب و آموزش‌هایی که ویژگی‌ها، تجربیات و مهارت‌های لازم را در افراد تقویت کند، سعی نمود. بررسی‌های محققین منتج به پیش‌بینی و طراحی دوره‌های آموزشی کارآفرینی شده است، به طوری که دوره‌های آموزشی کارآفرینی با هدف تربیت افرادی با اعتماد به نفس بالا، فرصت‌شناس و به طور کلی افرادی که تمایل بیشتری به راه‌اندازی کسب و کارهای مستقل دارند، طراحی شده‌اند. این قبیل دوره‌ها به دنبال بهبود انگیزش گرایش‌هایی همچون تمایل به استقلال، فرصت‌جویی، ابتکار، تمایل به مخاطره‌پذیری، تعهد به کار، تمایل به حل مشکلات و لذت بردن از عدم قطعیت و ابهام می‌باشد. با توجه به ضرورت‌های آموزش کارآفرینی، اولین دوره‌های آموزشی در این زمینه از اواخر سال ۱۹۶۰ در آمریکا شروع شد و در حال حاضر دانشگاه‌ها و دانشگاه‌های بسیاری از کشورهای دنیا دوره‌های آموزش کارآفرینی را در برنامه‌های آموزشی خود گنجانده‌اند. (۱۳)

پرورش قابلیت‌های کارآفرینی در توسعه و تقویت رقابت در اقتصاد جهانی بسیار حیاتی است. در این میان نقش کیفیت آموزش کارآفرینی در شناسایی و پرورش این قابلیت‌ها برای دانشجویان، مربیان و سیاست‌گذاران کاملاً آشکار شده است. آموزش کارآفرینی از طریق افزایش دانش تجاری و ارتقا جنبه‌های روان‌شناختی نسبت به تربیت کارآفرینان اقدام می‌کند.

در واقع چندین جریان اصلی در ادبیات مربوط به آموزش کارآفرینی وجود دارد:

- ۱- چارچوب خوبی درباره مطالعه ویژگی‌های روان‌شناختی مرتبط با کارآفرینی به وجود آمده است.
 - ۲- تئوری‌های یادگیری در ارتباط با توسعه آموزش کارآفرینی وجود دارد.
 - ۳- شواهد تجربی زیادی به دست آمده که از آموزش کارآفرینی به عنوان ابزاری مؤثر در تغییر نگرشها در مورد کارآفرینی حمایت می‌کند.
 - ۴- و در نهایت تحقیقاتی وجود دارد که شور و اشتیاق اقتصادی و اجتماعی جوانان را به کارآفرینی به عنوان یک مسیر شغلی نشان می‌دهد. تحقیقات اخیر نشان داده است که شناسایی و پرورش کارآفرینی از طریق فرآیندهای آموزشی توانسته است منافع اقتصادی دراز مدتی را بوجود بیاورد. اگر چه تحقیقات اولیه نشان می‌داد که ویژگی‌های کارآفرینی فطری هستند، اما یافته‌های اخیر از این ایده حمایت کرد که ویژگی‌های کارآفرینی می‌تواند از طریق آموزش، تجربه و فرهنگ آموخته شود. (۱۴)
- فرضیه اصلی در آموزش کارآفرینی این است که ویژگی‌ها و مهارت‌های کارآفرینی می‌تواند ایجاد و تقویت شود. هر چند به روشنی یک توافق عمومی درباره زمان اقدام به آموزش که در ایجاد و تقویت کارآفرینی اثر بخش تر باشد، وجود ندارد.
- "گس"^۱ (۱۹۸۵) توصیه کرد که کارآفرینی باید در دبیرستانها شناسایی و توسعه داده شود؛ زمانیکه امکان خویش‌فرمایی به عنوان یک مسیر شغلی هنوز باز است.
- لانگ و مک‌مالن^۲ (۱۹۸۷) اعتقاد داشتند که آموزش کارآفرینی باید مهارت‌های زیر را در افراد ایجاد کند:
- ۱- گفتگو و مذاکره
 - ۲- رهبری
 - ۳- تفکر خلاق.
- "سینگ"^۳ (۱۹۹۰) معتقد بود که تعلیم و تربیت سنتی باید جهت‌گیری خود را به سمت ارزشمند شمردن کارآفرینی و ترویج فرهنگ آن عوض کند.
- "وسپر"^۴ (۱۹۹۰) پیشنهاد کرد که مربیان کارآفرینی در دانشگاهها باید فرآیند کارآفرینی را از طریق ایجاد آگاهی میان دانشجویان تسهیل کنند.

" کاربلسکی و والسند"^۵ (۱۹۹۸) پیشنهاد کردند که کارآفرینی باید از طریق آموزشهای قبل از دوران دانشگاهی دنبال شود تا کارآفرینی را به عنوان یک مسیر شغلی مناسب تشویق کند. (۱۵)

براساس یک تحقیق گسترده ای که در سال ۱۹۹۷ در دبیرستانهای آمریکا انجام گرفت، ۸۵٪ از دانش آموزان اعلام کردند که اطلاعات کمی درباره کسب و کار و تجارت دارند، ۸۰٪ از دانش آموزان اعتقاد داشتند که کارآفرینی باید آموخته شود و ۶۸٪ از آنها اعلام کردند که تمایل دارند درباره کارآفرینی بیشتر بدانند. این تحقیق همچنین نشان داد که از طریق ایجاد یک درک مثبت درباره پرورش کارآفرینی می توان از طریق تمهیدات آموزشی به تربیت کارآفرینان اقدام کرد. (۱۶)

اهداف آموزش کارآفرینی

در واقع هدف از آموزش کارآفرینی تربیت و پرورش افرادی خلاق و نوآور است. این قبیل دوره ها به دنبال استفاده از فرصت های مناسب فراهم شده، مخاطره پذیری، تمایل به حل مشکلات، بهبود انگیزش و گرایش های افراد می باشند. به طور کلی در آموزش کارآفرینی اهداف متعددی موردنظر است که برخی از آنها عبارتند از:

الف- کسب دانش مربوط به کارآفرینی: دانش بسیاری را می توان از طریق آموزش کارآفرینی در زمینه هایی همچون تعریف کارآفرین، کارآفرینی، تاریخچه کارآفرینی، ویژگی های افراد کارآفرین، سیر نظری مباحث کارآفرینی، مزایای کارآفرینی و زندگی نامه کارآفرینان بزرگ کسب کرد.

ب- حل مشکلات اشتغال و بهبود بهره وری: از آنجا که از یک سو، کشاورزی دیگر کمتر می تواند اشتغال زا باشد و از سوی دیگر فراگیری و ورود به کارهای سودآور نیز برای همه میسر نیست، به نظر می رسد آموزش کارآفرینی راه حل مطلوبی برای حل مشکلات اشتغال و بهره وری است. در این زمینه افراد بسیاری که در نقاط جغرافیایی متعددی پراکنده هستند، باید آموزش ببینند که این کار به طور معمول از طریق اینترنت، آموزش مجازی و از راه دور و توسط موسسات کارآفرینی صورت می گیرد. برای مثال، موسسه اینگ نو در سال ۱۹۸۵ در هند تاسیس شد و آموزش دروس مربوط به کارآفرینی و مدیریت موسسات کوچک نیز بر عهده یکی از کمیته های آن قرار گرفت.

ج- شناسایی و تحریک استعدادها و مهارت های کارآفرینانه: ایجاد و تقویت ارزش ها، نگرش ها و رفتارهای کارآفرینانه نیازمند شناسایی و تحریک استعدادها و مهارت های آن است. این هدف به طور عمده در قالب سیاست ها و برنامه های تشویقی، ترویجی و آموزشی پیگیری می شود.

د- القای مخاطره پذیری با استفاده از فنون تحلیلی: برای کارآفرینی باید شجاعتی زیرکانه داشت که خود متکی به دو عامل یکی اعتماد به نفس (برای آموختن چیزهایی که نمی دانیم) و دیگری شجاعت (برای رویارویی با شکست یا پذیرش مخاطره) است.

ه- تجدید نگرشها در جهت پذیرش تغییر: کارآفرینی یکی از عواملی است که سبب رشد و توسعه اقتصادی کشورها در عصر حاضر می شود. این نقش کلیدی کارآفرینی بیش از هر چیز معطوف به قبول انعطاف ساختارهای سازمانی و اعمال استراتژی های تغییر و تحول مستمر و پویا در سیستم ها، فرایندها و در نهایت کالاها و خدمات است.

ج- آموزش مهارت ها: این آموزش ها به سه بخش تقسیم می گردند:

- قبل از تاسیس شرکت

- زمان تاسیس شرکت

- بعد از تاسیس شرکت (اداره شرکت)

قبل از تاسیس، فرد کارآفرین باید چگونگی راه‌اندازی یک کسب و کار و مراحل آن، چگونگی انجام کارهای گروهی و مهارت‌های ارتباطی و نظایر آن را بیاموزد. در زمان تاسیس باید در زمینه مسائل مالی، شناخت بازار، اصول مدیریت، بیمه، اقتصاد، قانون کار و امور حقوقی، آگاهی و تبحر لازم را کسب نماید. توانایی مدیریت رشد و توسعه‌ی شرکت، یافتن شیوه‌های جدید، رقابت و حفظ موقعیت در بازار، یافتن بازارهای جدید نیز از جمله مهارت‌های مورد نیاز کارآفرین بعد از تاسیس شرکت هستند. کلیه هدف‌ها و مراحل فوق به منظور ایجاد انگیزش در بین افراد و ایجاد کارآفرینان جدید، آگاهی دادن، هدایت و تشویق کارآفرینان به سوی کسب مهارت‌های لازم و ارائه آموزش‌های لازم برای کسب مهارت‌های مورد نیاز به کارآفرینان صورت می‌گیرد و گذراندن این دوره‌ها برای موفقیت کارآفرینانی که قبلاً هیچ گونه سابقه و زمینه‌ی محیطی لازم برای آنان فراهم نبوده، ضروری است. (۱۷)

از دیدگاهی دیگر، اهداف آموزش کارآفرینی عبارت است از:

- ۱- پذیرش تغییرات و پاسخگویی به آن،
- ۲- سازگاری با اقتصادی که به طور فزاینده در حال جهانی شدن و رقابتی شدن می باشد،
- ۳- یافتن راههای جدیدی برای آموزش کارکنان جوان،
- ۴- بهبود عملکرد،
- ۵- برانگیختن افراد برای ایجاد شغل و فرصت های جدید کاری،
- ۶- افزایش فرصت برای زنان، جوانان، سالخوردگان و گروههای اقلیت،
- ۷- حرکت به سمت یک جامعه اطلاعاتی که منابع استراتژیک آن اطلاعات، دانش و خلاقیت است،
- ۸- استفاده از درک شهودی به عنوان یک ابزار مدیریتی،
- ۹- کمک به کاهش افرادی که در فعالیتهای اقتصادی خود با شکست مواجه می شوند،
- ۱۰- آماده سازی افراد برای شروع و توسعه کارهای ابتکاری. (۱۸)

نقش دانشگاه در کارآفرینی

مراکز آموزش عالی به علت داشتن امکانات آموزشی و پژوهشی پیشرفته و نیروهای کارشناس و کاردان می توانند در بخش های گوناگون بازار کار فعالیت نمایند، مواد و دستگاه های گوناگون تولید کنند و با ارائه طرح های تولیدی سود آور به سازمان های دولتی و شرکت های خصوصی، زمینه ایجاد واحدهای مختلف تولیدی را فراهم آورند و از این راه کارآفرین باشند.

یکی از مهمترین شاخص های کارآمدی نظام آموزشی هر کشور میزان تربیت دانشجو و دانش آموختگان کارآفرین است و متأسفانه نظام آموزشی ایران به جای اینکه کارآفرین باشد، عملاً کارجو پرور است. به گونه ای که با زحمت و هزینه زیاد، افرادی را تربیت می کند، که فقط می توانند شکافهای شغلی بسیار تعریف شده و کلیشه ای را پر کنند چرا که نظام آموزشی ایران مبتنی بر یادگیری نیست و افراد کارآفرین در این نظام آموزشی کمتر پرورش می یابند.

نقطه موفقیت و هدف این است که فرهنگ کارآفرینی باید در سطوح مختلف جامعه خصوصاً قشر تحصیلکرده نهادینه گردد و فرهنگ کارمند پروری که نتیجه استخدام های بی رویه و بدون برنامه ریزی در چند دهه‌ی گذشته بوده است، جای خود را به فرهنگ خلاقیت و کارآفرینی دهد. (۱۹)

بر این اساس در دانشگاه‌های کشور به منظور تربیت متخصصان شایسته و ایجاد توانایی کارآفرینی، در بیش از ۴۲ دانشگاه، مرکز کارآفرینی راه اندازی شده است و سیاست وزارت علوم، تحقیقات و فناوری بر این است که حتی دانشگاه‌های غیرانتفاعی نیز دارای مراکز کارآفرینی شوند تا سیستم آموزشی را یاری کنند.

تقاضاهای فزاینده برای آموزش کارآفرینی

تقاضاهای فزاینده‌ای از سوی دانشجویان برای مشارکت در دوره‌های آموزش کارآفرینی وجود دارد. به همین دلیل در حال حاضر دانشجویان به طور فزاینده‌ای تمایل به راه اندازی کسب و کارهای جدید در قبل، حین و پس از فارغ التحصیلی دارند. مطابق نتایج تحقیق دانشگاه آکسفورد، ۴۰ درصد دانشجویانی که در برنامه‌های آموزش کارآفرینی شرکت داشته‌اند، دارای تمایل به راه اندازی یک کسب و کار جدید بودند. مطابق نظرسنجی مؤسسه ملی گالوپ در زمینه آموزش کارآفرینی که با همکاری مرکز رهبری کارآفرینانه بنیاد اوینگ ماریون کافمن انجام شده است، ۷۰ درصد دانش آموزان دبیرستانی می‌خواهند خود کسب و کارشان را راه اندازی نمایند. در بررسی دیگری که توسط جانانان لوی انجام گرفت ۹۷ درصد از اساتید کارآفرینی در انگلستان معتقدند که دانشجویان، دوره‌های آموزش کارآفرینی را مساعد می‌دانند. (۲۰) شواهد موجود، مبین این است که افراد جوان، به کارآفرینی تمایل بسیاری دارند و ارزش آن را در صورت ایجاد دوره‌ها و درس‌های آموزش کارآفرینی، بیشتر درک خواهند نمود. شناساندن اهمیت این دوره‌ها، ارائه مناسب و همراه با خلاقیت و نوآوری و پرهیز از بکارگیری روش‌های سنتی آموزش به جذابیت این دوره‌ها می‌افزاید. به هر حال به نظر می‌رسد تلاش بیشتری در ایجاد انگیزه برای شرکت در این دوره‌ها نیاز است.

آموزش کارآفرینی در دانشگاهها

در پرداختن به امر آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها باید به چهار هدف کلی توجه داشت:

- ۱- انگیزه کارآفرینی
- ۲- ویژگی‌ها
- ۳- مهارت‌ها
- ۴- حمایت از کارآفرینان (نقش انکوباتوری).

در مورد انگیزه باید کاری انجام شود تا فرد به موضوع کارآفرینی علاقه‌مند گردد و کارآفرینی را به عنوان یک گزینه شغلی مهم و موفق در نظر بگیرد. افراد برای کارآفرین شدن انگیزه‌های مختلفی دارند از جمله میل به کسب ثروت، استقلال طلبی (اینکه فرد بخواهد رئیس خودش باشد و بر سرنوشته خویش کنترل داشته باشد)، میل به ساختن چیزی نو، نیاز به موفقیت یا توفیق طلبی (تمایل به انجام کار در استانداردهای عالی جهت موفقیت در موقعیت‌های رقابتی)، انگیزه‌های ملی (توسعه‌ی کشور)، انگیزه‌های مذهبی (اینکه کار و تولید را نوعی عبادت بداند و یا خود را در قبال سایر انسان‌ها مسؤول بداند) و ...

برای رسیدن به این هدف می‌توان سه کار انجام داد: آموزش برای ایجاد انگیزه، ترویج فرهنگ کارآفرینی به منظور ایجاد انگیزه کارآفرینی و پژوهش در این زمینه. البته لازم به ذکر است که نقش آموزش در این قسمت بسیار کم‌رنگ و برعکس، ترویج بسیار پررنگ‌تر و مهم‌تر می‌باشد.

آموزش این امر باید از سنین کودکی آغاز شود زیرا با افزایش سن نقش آموزش در ایجاد انگیزه کم‌رنگ‌تر می‌شود. در مورد ویژگی‌ها باید گفت که یک فرد کارآفرین ویژگی‌های مختلفی دارد که برخی از مهمترین آنها عبارتند از:

خلاقیت، نوآوری، ریسک‌پذیری، مرکز کنترل درونی، تحمل ابهام و ...

خلاقیت به معنای ایده‌ها و تکنیک‌های جدیدی است که به عنوان راه‌حلهایی مورد استفاده قرار می‌گیرند تا بتوانند مشکلات شناخته شده را حل کنند. **نوآوری**^۷، فرآیند اجراست و به معنای عملی و کاربردی ساختن افکار و اندیشه‌های نو ناشی از خلاقیت. (۲۱)

ریسک‌پذیری^۸ یا تمایل به مخاطره‌پذیری عبارت است از رضایت فرد یا سازمان برای درگیر شدن در فعالیتهای و استراتژیهای کسب و کار که نتایج آن ممکن است به شکل قابل توجهی نامعلوم باشد. (۲۲) عموماً مردم عادی، فرد کارآفرین را عاشق مخاطره می‌دانند، در حالی که چنین نیست و کارآفرین شخصی است میانه‌رو که حساب شده مخاطره می‌کند و در واقع دارای ریسک منطقی است. در مورد **مرکز کنترل درونی**^۹ باید گفت که یکی از ویژگیهای مهم کارآفرینان است که با پذیرش مسئولیتهای فردی ارتباط بسیار تنگاتنگی دارد. روتر^{۱۰} یکی از صاحب‌نظران روان‌شناسی معتقد است که افراد با مرکز کنترل درونی قوی به تواناییهایشان برای تحت تأثیر قراردادن نتایج اعتقاد دارند. برخلاف آن، افرادی که مرکز کنترل بیرونی در آنها غالب است، احساس می‌کنند که حوادث خارج از کنترل آنهاست و این حوادث تأثیر بسزایی در زندگی شان دارند. (۲۳) قدرت **تحمل ابهام**^{۱۱} عبارت است از پذیرش عدم قطعیت به عنوان بخشی از زندگی، توانایی ادامه حیات با دانش ناقص درباره محیط و تمایل به آغاز فعالیتی مستقل بی‌آنکه شخص بداند آیا موفق خواهد شد یا خیر.

برای رسیدن به این ویژگیها نیز می‌توان از همان سه راهکار استفاده کرد. یعنی آموزش این ویژگی‌ها، ترویج این ویژگی‌ها و پژوهش. در این مرحله باید توجه داشت که نقش ترویج کمرنگ‌تر می‌باشد.

در مورد مهارت‌ها باید گفت که کارآفرینان نیاز به مهارت‌های بسیاری دارند از جمله: مهارت‌های مدیریتی، آشنایی با اصول اقتصاد و صادرات و واردات، مالیات، بیمه، گمرک، بازاریابی، آشنایی با اصول تاسیس یک شرکت و مقررات حقوقی مرتبط با آن، نوشتن طرح تجاری (Business Plan)، کارگروهی (Team Working)، شناخت بازار و ... برای رسیدن به این هدف نیز می‌توان از همان سه راهکار استفاده کرد. یعنی آموزش این مهارت‌ها، ترویج این مهارت‌ها و پژوهش در زمینه این مهارت‌ها. لازم به ذکر است که نقش آموزش در این زمینه بسیار مهم و اساسی است و برعکس نقش ترویج در این زمینه کمرنگ می‌باشد.

باید در نظر داشت که در هر سه این اهداف، پژوهش در خدمت آموزش و ترویج می‌باشد. (۲۴)

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

آموزش مهم‌ترین و کلیدی‌ترین نقش را در توسعه کارآفرینی دارد. دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی عالی باید آموزشهای لازم را جهت توسعه کارآفرینی و فرهنگ سازی در دستور کار خود قرار دهند. دانشگاهها به عنوان متولی اصلی پرورش نیروی متخصص جامعه، نقش تعیین کننده ای در توسعه کارآفرینی در کشور دارند. به همین دلیل امروزه این نگرش به وجود آمده است که سرمایه اصلی دانشگاه‌های آینده از فارغ التحصیلان کارآفرین تأمین خواهد شد؛ لذا باید برنامه ریزی دقیق و منسجمی در زمینه آموزش کارآفرینی در این مؤسسات صورت گیرد. در همین راستا پیشنهاد می‌شود:

- ۱- برنامه‌هایی در جهت تعیین محتوای دروسی که منجر به تقویت مهارت‌های کسب و کار می‌شوند تدوین گردد و در آن مشخص شود که چه تعداد واحد و چه درس‌هایی و به چه صورتی (اجباری و اختیاری) ارائه شود.
- ۲- در برنامه ریزی درسی دانشگاهی ضروری است که دانشجویان دوره کارشناسی موظف به گذراندن دو واحد اختیاری آموزش کارآفرینی در ترم اول شوند و این روند باید از طریق برگزاری دوره‌های تکمیلی در ترم‌های بالاتر دنبال شود و در عین حال باید زمان کافی در طول چهار سال برای شرکت در دوره‌های آموزش کارآفرینی در نظر گرفته شود.
- ۳- از تجربیات مراکز دولتی و غیردولتی کشور جهت آموزش دانشجویان برای کسب و کار جدید استفاده شود.
- ۴- از تجربیات دانشگاه‌های سایر کشورها در زمینه آموزش کارآفرینی استفاده شود و تلاشهایی در جهت برگزاری دوره‌های آموزشی مشترک و تبادل تجربیات صورت گیرد.

- ۵- در زمینه تربیت مدرسان و اساتید آموزش های کارآفرینی توجهات جدی صورت گیرد.
- ۶- حمایت مالی از دانشجویانی که خواهان راه اندازی یا گسترش مشاغل کوچک هستند انجام شود که دولت و بانکها می توانند در این امر به دانشگاهها کمک کنند.
- ۷- با معرفی نظام های حرفه ای و صنفی در کشور، امکان آموزش و آشنایی با مشاغل گوناگون برای طیف وسیعی از دانشجویان فراهم شود.
- ۸- در طراحی دوره های آموزش کارآفرینی، دانشگاهها باید به نیازهای محلی و منطقه ای و نیز ویژگیهای خاص دانشجویان خود توجه کنند و برنامه آموزشی متناسب با آن طراحی کنند.
- ۹- علاقه مند ساختن مدیران و سیاستگذاران دانشگاه ها برای زمینه سازی آموزش کارآفرینی یکی از راهبردی ترین اقدامات است. یکی از راهکارهای عملی در این زمینه، آموزش نقش و اهمیت کارآفرینی به سیاستگذاران از جمله هیأت امنا، هیأت مدیره، شوراهای آموزشی و پژوهشی دانشگاهها می باشد. در صورتی که سیاستگذاران دانشگاه ، ضرورت آموزش های کارآفرینی را درک نمایند، حمایت گسترده ای از آنها به عمل می آورند. از طرف دیگر، اصلاح آئین نامه های دانشگاهی موجود و تدوین مقررات آموزشی مشوق کارآفرینی، سبب افزایش گرایش به آموزش کارآفرینی در سطح دانشگاهها می شود.

در پایان یادآوری می شود که با عنایت به شرایط اقتصادی و اجتماعی جامعه ایرانی و با توجه به فعالیت های گسترده دانشگاه های معتبر جهان در زمینه آموزش کارآفرینی، یکی از ضروری ترین اقدامات کلیدی و استراتژیک برای وزارت علوم، تحقیقات و فناوری و دانشگاه های کشور، ایجاد و راه اندازی دوره ها و رشته آموزش کارآفرینی در مقاطع کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری می باشد. بدین وسیله می توان فرهنگ و رفتار کارآفرینانه را در بین قشر تحصیل کرده و در نتیجه آحاد جامعه ایجاد کرد و گسترش داد.

منابع و مأخذ

- (1) Burns, P. (2001). "Entrepreneurship and small Business", New York: Palgrave.
- (2) Erlendson, J. (2000). "Entrepreneurism: Individual, organizational and Entrepreneurial characteristics", <http://www.timedjobsandcareers.com>
- (3) Solomon, G.T. & Winslow, E.K. & Tarabishy, A. (1998). "The Role of climate in Fostering Innovative Behavior in Entrepreneurial SMEs", George Washington University, <http://www.usasbe.org>
- (4) Brown, P.J. (2003). "Entrepreneurial programming: Home Based and micro business", Family development and Resource management.
- (5) Johansen, K.J. (2001). "Organizational Factors and intrapreneurship", <http://www.hist.no/aft/ecms/ent>
- (6) Beacker, R.M. (April, 2003). "High-Technology Innovation and Entrepreneurship: Principles and pitfalls", university of Toronto, <http://www.chi2003.org/docs/t27.pdf>
- ۷- پرداختچی، محمد حسن. شفیع زاده، حمید. درآمدی بر کارآفرینی سازمانی، انتشارات ارسباران، ۱۳۸۴.
- (8) Erlendson, J. (2000). "Entrepreneurism: Individual, organizational and Entrepreneurial characteristics", <http://www.timedjobsandcareers.com>
- (9) Rasheed, H.S. (2000). "Developing Entrepreneurial Characteristics in youth: The Effects of Education and Enterprise Experience", University of South Florida, Submitted to the International Journal of Entrepreneurship Education,
- (10) Faris, S. (December, 1999). "Are Entrepreneurs Born or Made?" Kauffman center for Entrepreneurial Leadership, <http://www.celcee.edu>
- ۱۱- احمدپور داریانی، محمود. کارآفرینی، انتشارات شرکت پردیس، تهران، ۱۳۸۰.

۱۲- مقدسی، علیرضا. پژوهشی در دوره های آموزش کارآفرینی در دانشگاهها، سایت باشگاه اندیشه،

<http://www.bashgah.net>

۱۳- درودیان، حمید رضا. آموزش کارآفرینی در دانشگاهها، سایت خانه کارآفرینان،

<http://www.karafarini.ir>

(14) Hall, R.H. (1996). "Organizations; Structures, Processes and Outcomes", Sixth Edition, Prentice-Hall International, inc.

(15) Heinonen, J. Korvela, K. (2003). "How About Measuring Intrapreneurship", small Business Institute, Turku school of Economics and Business Administration, <http://www.tukkk.fi/pki>

(16) Hisrich, R.D. & Peters, M.P. (2002). "Entrepreneurship", Fifth Edition, Mc Grow-Hill.

۱۷- بهزادیان نژاد، قربان. ضرورت توجه به کارآفرینی و فناوریهای های پیشرفته، مجموعه مقالات کارآفرینی و فن آوری پیشرفته، ۱۳۸۰.

(18) Lacobucci, D.& Rosa, P.(2004), "Habitual Entrepreneurs, Entrepreneurial Team Development and Business Group Formation", University of Edinburgh Management School, <http://www.inform.unian.it/>

۱۹- فاتح راد، مهدی. تقی یاری، حمیدرضا. دانشگاه کارآفرین، نظام ملی نوآوری و توسعه مبتنی بر دانایی، فصلنامه رشد فناوری، شماره ۴، پاییز، ۱۳۸۴.

۲۰- زالی، محمد. رضوی، مصطفی. بررسی تحلیلی آموزش کارآفرینی در دانشگاهها، پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی، سال چهارم، شماره ۱۶، ۱۳۸۳.

(21) Prochaska, J. (2002). "A New View of Creativity and Innovation", Prochaska Company, Willmar, Minnesota, Vol.22, No.2.

(22) Heinonen, J. Korvela, K. (2003). "How About Measuring Intrapreneurship", small Business Institute, Turku school of Economics and Business Administration, <http://www.tukkk.fi/pki>

(23) Kempster, S. "Entrepreneurship in a Corporate Context", Lancaster University, <http://www.pascal.iseg.utl.pt/>

۲۴- درودیان، حمید رضا. آموزش کارآفرینی در دانشگاهها، ص ۸.

یادداشت ها

^۱- Gasse

^۲- Long & Mullan

^۳-Singh

^۴- Vesper

^۵- Kourilsky & Walsted

⁶- Creativity

⁷- Innovation

⁸- Risk-taking

⁹- Locus of Control

^{۱۰}- Rottreer

¹¹- Ambiguity