

روشهای تدریس کار آفرینی در نظام آموزش عالی

دکتر داود فیض: عضو هیئت علمی دانشگاه سمنان

چکیده:

کار آفرینی موتور محرکه توسعه اقتصادی کشورهاست و در پیشرفت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جوامع نقش تعیین کننده ای دارد. اهمیت کار آفرینی و تاثیر آن بر سرنوشت کشورها باعث شده تا برنامه ریزان و سیاست گذاران برای توسعه آن در ابعاد گوناگون تلاش و کوشش نمایند. یکی از عوامل موثر بر تکثیر تعداد کار آفرینان در جوامع، طراحی و برگزاری دورههای رسمی و غیر رسمی آموزش کار آفرینی در مقاطع مختلف تحصیلی است. چند سالی است که در کشورها توسعه کار آفرینی در قالب سمینارهای آموزشی، ارائه چند واحد درسی اختیاری یا اجباری و گرایش کار آفرینی در مقاطع کارشناسی ارشد دنبال می شود. بدیهی است آموزش اثر بخش کار آفرینی مستلزم فراهم آوردن امکانات سخت افزاری و نرم افزاری مختلفی است که از جمله آنها می توان به مدرسین کار آفرینی، فضای مناسب، محتوای آموزشی، منابع مطالعاتی، اشاره نمود. از جمله مهمترین این الزامات روش یا روش های تدریس می باشد. با مطالعه تجربیات دانشگاه ها و موسسات مختلف در کشورهای جهان می توان شیوه های متنوع و مختلفی را برای آموزش کار آفرینی جستجو نمود. از این رو در مقاله حاضر سعی شده است با به کارگیری روش بررسی اسناد و مدارک و بررسی تجربیات دانشگاه های کشورهای صاحب تجربه در آموزش کار آفرینی، شیوه های تدریس مباحث کار آفرینی مورد بحث و بررسی قرار گیرد. به طور خلاصه می توان گفت برای آموزش کار آفرینی می توان از شیوه های سخنرانی، بحث گروهی، روش حل مساله، مصاحبه با یک کار آفرینی، بازدید های علمی و تدوین طرح کسب و کار، استفاده نمود.

کلید واژه ها: روش تدریس، آموزش کار آفرینی، آموزش عالی، الگوی سلسله مراتبی

۱. مقدمه

از نظر بسیاری از اقتصاددانان و صاحب نظران، کار آفرینان موتور محرکه رشد و توسعه اقتصادی یک جامعه هستند که در یک محیط رقابتی و شرایط عدم تعادل، جامعه را به حرکت در می آورند و توسعه می بخشند. [۱] گسترش کار آفرینی در هر جامعه ای باعث افزایش اشتغال، انتقال تکنولوژی، بهبود کیفیت زندگی مردم، افزایش رفاه، ثروت و سرمایه، توسعه نوآوری و خلاقیت، افزایش سرمایه گذاری ها و رفع نیازهای پاسخ داده نشده بازار می شود. [۲] اثرات مثبت و چشمگیر کار آفرینی باعث شده است تا دولت ها در جوامع توسعه یافته و در حال توسعه به موضوع کار آفرینی توجه خاص نموده و برای گسترش آن اهتمام ویژه ای صرف نمایند. توسعه کار آفرینی در هر کشور مستلزم فراهم آوردن امکانات سخت افزاری و نرم افزاری و نیز طراحی و ایجاد ساختارهای مناسب می باشد. یکی از عوامل مهم و مؤثر در توسعه کار آفرینی در هر جامعه، دانشگاه ها و مراکز آموزش عالی می باشند. این مراکز به عنوان مغز متفکر جامعه نقش کلیدی در شناسایی و پرورش استعداد های کار آفرینانه ایفاء می کنند. از این رو، در حال حاضر آموزش، مشاوره و ترویج کار آفرینی به یکی از مهمترین فعالیت های دانشگاه ها تبدیل شده است. در سال های اخیر و با اجرای طرح کاراد (طرح توسعه کار آفرینی در دانشگاه های کشور) فعالیت های مختلفی در زمینه آموزش، پژوهش و ترویج کار آفرینی در دانشگاه های عضو طرح انجام شده است. [۳] در هر حال بررسی هایی که از عملکرد دانشگاه های عضو طرح به عمل آمده است، نشان می دهد، دانشگاه ها در ایفاء نقش کلیدی خود در توسعه کار آفرینی آن چنان که انتظار می رفت موفق نبوده اند. در این عدم توفیق عوامل مختلفی نقش داشته اند که از جمله آن ها می توان به مسائل

ساختاری، محتوایی و رفتاری اشاره نمود. در این میان کمبود اساتید و مدرسین کارآفرینی و عدم آشنایی آنان با روش‌های تدریس کارآفرینی یکی از موانع و چالش‌های پیش روی توسعه‌ی آموزش کارآفرینی در سیستم آموزش عالی کشور می‌باشد. از این رو در ادامه مقاله ضمن مروری بر مبانی نظری آموزش کارآفرینی، روش‌های مختلف تدریس کارآفرینی تشریح خواهد شد.

۲. کارآفرینی امری ذاتی یا آموزش پذیر

"پیتر دراگر" یکی از نظریه پردازان کارآفرینی می‌گوید: اکثر چیزهایی که درباره کارآفرینی می‌شنوید که آمریکا را پیشرو در تفکر مدیریتی قلمداد می‌کند، گزافه‌ای بیش نیست. نه سحری در کار است، نه رازی در میان است و نه ربطی به ژن دارد. کارآفرینی یک علم است و همچون سایر علوم می‌توان آن را فراگرفت. [۴]

یکی از سوالات اصلی کسانی که علاقمند به کارآفرین هستند، این موضوع است که آیا افراد، کارآفرین به دنیا می‌آیند یا اینکه از طریق آموزش، کارآفرین می‌شوند. تردیدی نیست که تعدادی از کارآفرینان در هر جامعه‌ای بدون گذراندن دوره‌های خاص آموزش کارآفرینی، اقدام به فعالیت‌های کارآفرینانه کرده‌اند و از این طریق به موفقیت‌های اقتصادی و غیراقتصادی ارزشمندی دست یافته‌اند. از دهه ۱۹۶۰ چگونگی تکثیر تعداد کارآفرینان در جوامع، ذهن دانشمندان را به خود مشغول کرد. محققین و اندیشمندان کارآفرینی با مطالعه ویژگی‌های روانشناختی و جمعیت‌شناختی کارآفرینان سعی کردند این ویژگی‌ها را با استفاده از روش‌های مختلف به افراد علاقمند و دارای استعداد کارآفرینانه آموزش دهند. از همان زمان تاکنون دوره‌های مختلف آموزشی جهت تکثیر تعداد کارآفرینان در جامعه طراحی شده و به مورد اجراء گذاشته شد. در حال حاضر دوره‌های مختلف و متعدد آموزش کارآفرینی در سطوح مختلف و برای گروه‌های هدف خاص برگزار می‌شود. امروزه کمتر کارشناسی را می‌توان یافت که به آموزش پذیر بودن کارآفرینی اعتقاد نداشته باشد. باور به آموزش پذیر بودن کارآفرینی باعث شده است تا هزاران مؤسسه، دانشگاه، دانشکده و مدرسه آموزش کارآفرینی در سراسر دنیا ایجاد شده و به تربیت کارآفرینان مشغولند. "وسپر"^(۱) یکی از نظریه پردازان کارآفرینی معتقد است، کارآفرینانی که احتمال شکستشان بیشتر است، کسانی هستند که تجربه دارند اما آموزش‌های لازم را ندیده‌اند. دومین گروه از کارآفرینان که احتمال شکستشان بیشتر است، کسانی هستند که آموزش دیده‌اند اما تجربه کافی ندارند. برعکس، کارآفرینانی، که هم تجربه دارند و هم آموزش دیده‌اند پرسودترین و موفق‌ترین شرکت‌های تجاری را در اختیار دارند. از این نظریه وسپر دو نکته استنباط می‌شود، یکی این که بهتر است در دوره‌های آموزش کارآفرینی کسانی تحت آموزش قرار گیرند که دارای استعداد کارآفرینانه هستند و توانایی انجام فعالیت کارآفرینانه در آنها وجود دارد. نکته دوم اینکه در دوره‌های آموزش کارآفرینی باید فضایی را فراهم نمود تا افراد فرصت تجربه کردن را بیابند و به آموزش‌های عملی‌بهای بیشتری داده شود.

۳. تاریخچه آموزش کارآفرینی

تحقیقات نشان می‌دهد که کارآفرینی امری آموزش پذیر، تقویت پذیر و پرورش پذیر است. اولین کشورهایی که در زمینه آموزش کارآفرینی فعالیت‌هایی را انجام دادند، کشورهای آلمان، انگلیس، آمریکا و ژاپن بودند. در آلمان بین سالهای ۱۹۳۳ تا ۱۹۳۵ مطالعه و شناسایی افراد جسور و نوآور و افراد با انگیزه‌ای که اتفاقاً دارای محدودیت‌های شدید مالی بودند، آغاز شد و برای حمایت از آنها یکسری سیاست‌های پشتیبانی و تشویقی در نظر گرفته شد. به همین منظور اولین آموزشکده‌ها برای تربیت این افراد در آن سال‌ها در این کشورها ایجاد گردید. این مؤسسات آموزشی بین

سال‌های ۱۹۳۷ تا ۱۹۴۰ در انگلیس و سپس کمی دیرتر یعنی میان سال‌های ۱۹۴۲ تا ۱۹۴۳ در آمریکا دایر شد. در اواخر دهه ۵۰ میلادی نیز ژاپن ترویج فرهنگ کارآفرینی را از سطح دبیرستان‌ها آغاز کرد و در این رابطه در سال ۱۹۵۸ وزارت آموزش و پرورش ژاپن طرحی را برای اشاعه فرهنگ کارآفرینی تحت عنوان "سربازان فداکار اقتصادی ژاپن" پیاده و اجرا کرد. [۵] موضوع کارآفرینی در ژاپن به سطح دانشگاه‌ها نیز کشیده شد به طوری که اکنون در ژاپن ۲۵۰ مؤسسه بزرگ کارآفرینان وجود دارد.

در سال ۱۹۷۱ میلادی مک کله لند و وینتر مجموعه‌ای از آزمون‌های آموزشی را در کشورهای مختلف نظیر هندوستان، ایرلند و ایالات متحده را مورد بررسی قرار دادند. نتایج تحقیقات آن‌ها نشان داد که آموزش انگیزه توفیق طلبی، تاثیر مثبتی بر عملکرد کارآفرینانه دارد. [۶] تحقیقات مایرون در سال ۱۹۷۹ میلادی نیز نشان داد که تاثیر آموزش توفیق طلبی در تاسیس یک شرکت پویا، بسیار اثر بخش تر از آموزش‌های رسمی کسب و کار است. [۷] همچنین تحقیقاتی به همراه یافته‌های حاصل از ارزیابی دوره‌های مشابه، ضرورت طراحی و تدوین دوره‌های آموزش کارآفرینی را بیش از پیش نمایان ساخت. هامیلتون در سال ۱۹۸۱ و واتکینز در ۱۹۸۲ در تحقیقات خود نتیجه‌گیری نمودند که مدارس نیز باید با توجه به مقوله کارآفرینی به عنوان یک انتخاب شغلی فعالیت‌های خود را توسعه دهند. [۸] و [۹] در یک نگاه اجمالی می‌توان گفت تا دهه ۱۹۸۰ سه موج، کارآفرینی را به جلو رانده است. در موج اول انفجار عمومی مطالعه و تحقیق در خصوص کارآفرینی، انتشار کتاب‌های مربوط به داستان موفقیت کارآفرینان، چگونگی ایجاد کسب و کارهای شخصی و شیوه‌های سریع پولدار شدن مورد توجه قرار گرفت. در موج دوم، رشته‌های آموزش کارآفرینی در حوزه‌های مهندسی و مدیریت بازرگانی توسعه یافت و در موج سوم، علاقمندی دولت‌ها به انجام تحقیق و مطالعه در رابطه با بنگاه‌های کوچک، تشویق رشد شرکت‌های کوچک و توجه به تحقیق در زمینه نوآوری‌های صنعتی به وقوع پیوست. در دهه ۱۹۸۰ و با روشن شدن مزایای کارآفرینی و نیز حصول شناخت در مورد ویژگی‌های شخصیتی و جمعیت شناختی کارآفرینان، فعالیت‌های مربوط به آموزش کارآفرینی انسجام بیشتری یافت و این آموزش‌ها به سرعت در دانشگاه‌ها و دانشکده‌ها گسترش یافت. [۱۰] توجه روز افزون به آموزش کارآفرینی باعث شد تا این موضوع در دهه ۱۹۹۰ به یکی از اصلی‌ترین دغدغه‌های آموزشی دانشگاه‌ها تبدیل شود. به عنوان مثال تعداد دانشکده‌هایی که در آمریکا دروس مرتبط با کارآفرینی را ارائه می‌کردند از ۲۴ دانشکده در سال ۱۹۷۰ به بیش از ۵۰۰ دانشکده در سال ۱۹۹۳ افزایش یافت.

۴. اهداف دوره‌های آموزش کارآفرینی

تنوع اهداف دوره‌های آموزش کارآفرینی به اندازه‌تنوع این دوره‌ها است. یکی از مهمترین عوامل مؤثر بر تعیین اهداف هر دوره آموزشی، نوع نیاز فراگیران و ویژگی‌های شخصیتی، تحصیلی و تجربی آنان می‌باشد. به طور کلی در دوره‌های آموزش کارآفرینی می‌توان اهداف زیر را دنبال نمود:

۱. آگاهی بخشی به فراگیران در مورد مفاهیم، مبانی، مدل‌ها و مکاتب کارآفرینی
۲. ایجاد انگیزه و شوق ورود به دنیای کسب و کار و کارآفرینی در فراگیران
۳. شکستن محدودیت‌های ذهنی فراگیران نسبت به کار و اشتغال
۴. کمک به پرورش قوه خلاقه و استعداد نوآوری و ایده‌یابی فراگیران در زمینه تولید محصولات و خدمات جدید
۵. آشنا سازی فراگیران با روش‌های مختلف شناخت فرصت‌های کسب و کار و نحوه استفاده از آنها
۶. تقویت ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه در فراگیران نظیر ارتقاء توان مخاطره‌پذیری، تحمل ابهام، انگیزه توفیق طلبی، کانون کنترل داخلی، خوش بینی و

۷. آشنا سازی فراگیران با الزامات ایجاد و راه اندازی کسب و کار نظیر نحوه تدوین و ارزیابی طرح کسب و کار، بازاریابی، رقابت و الزامات فعالیت در بازارهای رقابتی، اصول مدیریت، قوانین و مقررات مربوط به راه اندازی کسب و کار، مدیریت مالی

۸. آشنا سازی فراگیران با مباحث جامعه شناختی و روانشناختی کارآفرینان

۹. تربیت مربیان، مدرسان و مشاوران کارآفرینی

۱۰. بازآموزی مربیان، مدرسان و مشاوران کارآفرینی

یکی از نظریه پردازان کارآفرینی، اهداف دوره های آموزش کارآفرینی، وظیفه مربیان و فراگیران دوره ها و معیار سنجش هر هدف را در جدول زیر خلاصه کرده است. همانگونه که در جدول زیر مشاهده می شود اهداف دوره های آموزش کارآفرینی به شش دسته تقسیم شده است و برای دستیابی به هر هدف وظیفه مربیان و فراگیران دوره و نیز معیار سنجش دستیابی به هر هدف مشخص شده است. [۱۱]

اولویت های آموزشی			
اهداف	وظیفه مربیان	وظیفه فراگیران	معیار سنجش
کسب دانش مربوط به کارآفرینی	نقل، بیان، روشن کردن و تشریح تئوری ها و مفاهیم مختلف	گوش دادن، سؤال کردن، مطالعه کردن و درک محتوای کلاس	سطح علاقه، کسب دانش، صحت بازخورد،
کسب مهارت در استفاده از فنون تحلیل فرصت های کسب و کار و تدوین برنامه های عملیاتی	چالش، سؤال و تشویق دانشجویان به پیشرفت بیشتر در درک محیط واقعی کسب و کار	رشد مهارت در بکارگیری فنون و روش ها، اولویت بندی فرصت های کسب و کار	ارزیابی جامع از کامل بودن تحلیل های مربوط به فرصت های کسب و کار
تعیین و تقویت ظرفیت، استعداد و مهارت کارآفرینی	یک مشاور یا مربی بایدگوش بدهد، مشاهده کند، و در بازخوردها مشارکت کند	تشخیص و عکس العمل فعال، مشارکت، جستجوی نقطه نظرات و تجربیات ارائه شده	فعالیت های کارآفرینانه
القای روح مخاطره پذیری در فراگیران	از بین بردن دیدگاه های سنتی، احیاء و ایجاد نگرش های جدید	بحث درباره نتایج، پذیرش راه های جایگزین و جدید	تغییر نگرش، داشتن اعتماد به نفس در فعالیت های مبهم، مسئولیت پذیری در قبال نتایج
توسعه همفکری و ارائه حمایت در ارتباط با جنبه های خاص کارآفرینی	مطرح کردن سوالاتی درباره نگرش ها و تحریک انگیزه ها در فراگیران	ایفای نقش کارآفرینانه در زندگی کاری	حضور، کسب نگرش های مثبت به فعالیت های کارآفرینانه
تغییر نگرش ها در جهت پذیرش تغییر	کمک به افراد در جهت رشد نگرشهای مثبت نسبت به تغییر	تحمل ابهام، پذیرش احساسات ناخوشایند، اعتماد به بصیرت و شعور	پیگیری فعالیت های افراد در طول دوره، پذیرش تغییر

۵. روش های تدریس کارآفرینی

روش از عناصر اصلی برنامه درسی است و در فرایند آموزش و یادگیری نقش بارزی را ایفا می کند. تحقق هدف های آموزشی از طریق کاربرد روش ها و فنون تدریس امکان می یابد. شیوه ارائه محتوا و یا روش که طی آن سعی می شود، تغییرات مورد نظر در یادگیرنده ایجاد شود، روش تدریس نامیده می شود. در روش یاددهی - یادگیری یا روش تدریس، مواردی چون نحوه ارائه دانش، تغییر نگرش و آموزش مهارت های مورد نظر توسط معلم، مربی یا مدرس به فراگیر، چگونگی ارتباط مربی یا مدرس با فراگیر، نحوه استفاده از امکانات و تجهیزات در فرایند آموزش، نحوه و میزان مشارکت یادگیرنده در امر یادگیری و چگونگی ارتباط فراگیران با یکدیگر، با محیط، مواد، وسایل و امکانات آموزشی، مورد توجه قرار می گیرد. در آموزش های کارآفرینی همانند سایر آموزش ها، روش تدریس از جایگاه و اهمیت ویژه ای برخوردار است. هر چند روش های تدریس شناخته شده برای آموزش تمام رشته های علمی و مهارتی یکسان است و آموزش کارآفرینی نیز از این امر مستثنی نیست، اما ویژگی های منحصر به فرد آموزش های کارآفرینی، مستلزم رعایت نکاتی خاص و استفاده از روش های ویژه ای است تا اثربخشی این دوره ها افزایش یابد. در به کارگیری روش های تدریس، مربیان و مدرسان کارآفرینی نقش محوری و کلیدی بر عهده دارند و موفقیت یا عدم موفقیت دوره های آموزش کارآفرینی تا حد زیادی بستگی به مهارت و تسلط اساتید دوره ها بر روش های مختلف تدریس و از جمله روش های تدریس در دوره های کارآفرینی دارد

۵-۱. روش سخنرانی

روش سخنرانی در نظام های آموزشی، سابقه ای طولانی دارد. ارائه مفاهیم به طور شفاهی از طرف معلم و یادگیری آنها از طریق گوش کردن و یادداشت برداشتن از طرف فراگیران، اساس کار این روش را تشکیل می دهد. در این روش، یک نوع انتقال یادگیری و رابطه ذهنی بین معلم و شاگرد ایجاد می شود. از خصوصیات این روش، فعال و متکلم وحده بودن معلم و پذیرنده و غیرفعال بودن شاگرد است. در فرایند تدریس تمام عوامل تحت کنترل مدرس است. او می تواند به هر ترتیبی که خود می پسندد درباره موضوع مورد نظر سخن بگوید و هر وقت لازم بداند آن را پایان دهد. انتقال پیام یک جریان فکری یک طرفه معلم به فراگیران است.

استفاده از روش سخنرانی در دوره های آموزش کارآفرینی

در استفاده از روش سخنرانی در دوره های آموزش کارآفرینی اشاره قرار گرفت، نکات زیر باید توسط مدرس کارآفرینی رعایت شود.

(۱). در مواردی که مدرس قصد دارد مفاهیم، تئوری ها، مدل ها و مبانی نظری موضوعات را مطرح نماید، این روش، روش مناسبی است و استفاده از آن توصیه می شود.

(۲). دعوت از کارآفرینان موفق و کسانی که مسیر کارآفرینی را پیموده اند، در دوره های آموزش کارآفرینی، امری رایج و مرسوم در دنیا می باشد. معمولاً از این افراد جهت معرفی الگوهای موفق بومی یا الگوهای موفق در رشته های تخصصی فراگیران مانند کشاورزی، پزشکی، صنعتی، خدمات و غیره استفاده می شود. استفاده از روش سخنرانی توسط افراد دعوت شده به دوره یکی از بهترین شیوه هاست.

(۳). همان گونه که در صفحات قبل ذکر شد، شور و حرارت و انرژی برای هر مدرس و مربی لازم است و برای یک مدرس و مربی کارآفرینی لازم تر. توصیه می شود به هنگام سخنرانی در کلاس های آموزش کارآفرینی، سعی شود حداقل انرژی ممکن از مدرس و مربی به فراگیران منتقل شود و آنان را در مسیر کارآفرینی به حرکت درآورد.

(۴). در استفاده از روش سخنرانی در دوره های آموزش کارآفرینی، مدرس دوره باید تا حد امکان از مثال های واقعی و مربوط به جامعه ای که فراگیران در آن حضور دارند، استفاده نماید. بیان مثال هایی در سایر جوامع و کارآفرینان موفق کشورهای دیگر از اثربخشی اندکی برخوردار است و کمتر باعث تحریک فراگیران می شود.

(۵). توصیه می شود در طول دوره آموزش کارآفرینی، از روش سخنرانی به عنوان مکمل سایر روش ها استفاده شود و از اتکاء صرف بر این روش در طرح مباحث و موضوعات مرتبط با کارآفرینی پرهیز شود. استفاده از روش های ترکیبی باعث افزایش اثربخشی دوره های آموزش کارآفرینی خواهد شد.

۲-۵. روش حل مساله

یکی از روش های تدریس، روش آموزش مبتنی بر حل مساله است. آموزش اثر بخش آن است که صرفاً به انتقال دانش و معلومات محدود نشود، بلکه با درک مفاهیم و اصول از جانب یادگیرنده همراه باشد و به پرورش مهارت های ذهنی و کسب توانایی در حل مساله منجر گردد. در روش حل مساله فراگیران با یک مسئله یا حادثه ای معما گونه مواجه می شوند تا با استفاده از دانش و تجربیات قبلی خود از طریق فرایندهای ذهنی چون تجزیه و تحلیل شرایط، فرضیه سازی و آزمایش فرضیه ها به حل مساله و کشف پاسخ و یا راه حل مورد نظر بپردازند. [۱۲]

استفاده از روش حل مساله در دوره های آموزش کارآفرینی

مدرسان و مربیان دوره های آموزش کارآفرینی در به کارگیری روش حل مساله، باید نکات زیر را نیز رعایت نمایند:

۱. مربیان و مدرسان دوره های آموزش کارآفرینی برای به کارگیری روش حل مساله باید تعداد افراد شرکت کننده در کلاس را مدنظر قرار دهند. در کلاس های پر جمعیت (بیش از ۲۰ نفر) استفاده از این روش دشوار و در برخی موارد کنترل آن توسط مدرس غیر ممکن خواهد بود

۲. مدرس دوره آموزش کارآفرینی برای به کارگیری روش حل مساله باید قبل از حضور در کلاس با انجام مطالعه و تحقیق، مسائلی را برای حل در کلاس تعریف و تدوین نماید. ارتباط مسائل طرح شده با موضوع بحث و منطقی بودن آن ها با واقعیت جامعه به اثربخشی هر چه بیشتر کلاس کمک خواهد کرد. در شرایطی که مدرس دوره با فراگیرانی مواجه است که دارای سابقه کارآفرینی و تجربه کسب و کار هستند، می تواند مسائل را با کمک آن ها کشف و تدوین نماید و برای حل آن ها اعضای کلاس را برانگیزاند.

(۳). به کارگیری روش حل مساله، زمان بر و هزینه بر است، لذا در صورتی که مدرس زمان محدودی در اختیار دارد، بهتر است از به کارگیری این روش صرف نظر نماید و از روش هایی نظیر روش سخنرانی استفاده کند.

(۴). در صورتی که فراگیران با مبانی نظری بحث آشنایی ندارند، مدرس دوره ابتدا با استفاده از روش های دیگر همانند روش سخنرانی، تئوری ها و مبانی نظری را بیان نماید و پس از آن اقدام به استفاده از روش حل مساله کند.

(۵). در به کارگیری روش حل مساله مهارت مدرس دوره در مدیریت گروه ها و هدایت آن ها در فرایند حل مساله امری بسیار مهم و ضروریست. مدرس دوره باید خود نیز به موضوع بحث تسلط داشته باشد و پیش از حضور در کلاس این روش را آزموده باشد.

۳-۵. تدوین طرح کسب و کار

تدوین طرح کسب و کار توسط فراگیران یکی دیگر از روش های آموزش کارآفرینی است. در این روش مدرس دوره از فراگیران می خواهد تا به عنوان بخشی از فرایند آموزش، یک طرح کسب و کار را تدوین نموده و جهت ارزیابی در اختیار مدرس دوره قرار دهند. در به کارگیری این روش مدرس دوره باید نکات زیر را رعایت نماید.

(۱). مدرس دوره ابتداء باید با استفاده از روش سخنرانی، نحوه تدوین کسب و کار و اجزاء آن را برای فراگیران دوره تشریح نماید.

(۲). توصیه می شود مدرس دوره قبل از حضور در کلاس، نمونه هایی از طرح های کسب و کار تدوین شده را تهیه نماید و جهت اطلاع بیشتر فراگیران، آن ها را در اختیار آنان قرار دهند.

(۳). نقد و بررسی طرح های کسب و کار تدوین شده در کلاس توسط مدرس دوره و بیان نقاط ضعف و قوت آن ها، در فراگیری نحوه تدوین طرح کسب و کار توسط فراگیران بسیار مؤثر خواهد بود.

(۴). بهتر است مدرس دوره قبل از حضور در کلاس، فرم های تدوین کسب و کار را آماده نموده و آن ها را در اختیار فراگیران قرار دهد. این فرم ها باعث می شود تا طرح های کسب و کار در یک فرمت مشخص و یکسان تدوین شده و امر ارزیابی طرح ها را آسان تر کند.

(۵). مدرس دوره باید معیارهای یک طرح کسب و کار خوب و با کیفیت را در کلاس بیان نماید تا فراگیران از نحوه ارزیابی طرح ها آگاهی یابند.

(۶). مدرس دوره باید در یک فاصله زمانی تعیین شده، طرح های کسب و کار را از فراگیران جمع آوری نموده و پس از ارزیابی و مشخص نمودن اشکالات، آن ها را جهت انجام اصلاحات به فراگیران بازگرداند.

۴-۵. مصاحبه با یک کارآفرین

مصاحبه با کارآفرینان و کسانی که موفق شده اند مسیر دشوار کارآفرینی را طی نمایند، یکی دیگر از روش های تدریس کارآفرینی محسوب می شود. روش مصاحبه با کارآفرینان واقعی می تواند فواید زیادی در دوره های آموزش کارآفرینی به همراه داشته باشد. مصاحبه با کارآفرینان می تواند فراگیران را از مشکلات و موانع موجود در مسیر کارآفرینی و فرصت ها و موقعیت های کسب و کار، آگاه نموده و اعتماد به نفس لازم را در آنان جهت گام نهادن در دنیای کارآفرینی ایجاد نماید. در استفاده از روش مصاحبه توجه به نکات زیر ضروری است:

(۱). شناسایی کارآفرینانی که جهت انجام مصاحبه افراد مناسبی هستند و تجربیات آن ها می تواند به آموزش کارآفرینی کمک نماید. این کارآفرینان ممکن است توسط مدرس دوره، فراگیران، مراکز علمی - تحقیقاتی، مراکز کارآفرینی و سازمان های مرتبط نظیر سازمان صنایع و معادن مورد شناسایی قرار گیرند.

(۲). مصاحبه با کارآفرینان یا باید به عنوان یک تکلیف کلاسی توسط فراگیران انجام شده و گزارش مکتوب آن به مدرس دوره ارائه شود و یا این که کارآفرین در خلال دوره آموزشی به کلاس دعوت شود و در حضور فراگیران مصاحبه توسط مدرس دوره یا فراگیران با کارآفرین انجام شود.

(۳). مصاحبه به هر صورتی که انجام شود، لازمست فرم مصاحبه یا برگه سوالات مصاحبه از قبل تهیه شده و به تأیید مدرس دوره برسد.

(۴). در انجام مصاحبه با کارآفرینان باید اصول علمی انجام مصاحبه های علمی نظیر رعایت بی طرفی، عدم توهین به مصاحبه شونده، پیگیری هدف مشخص، برقراری ارتباط صمیمانه و دوستانه با مصاحبه شونده، جلب اعتماد مصاحبه شونده و ... رعایت شود.

(۵). هنگامی که مصاحبه در کلاس انجام می شود، مدرس دوره باید سوالاتی را مطرح نماید تا پاسخ های آن مطالب مفیدی را در زمینه کارآفرینی در اختیار فراگیران قرار دهد.

۵-۵. بازدیدهای علمی

در دوره های آموزش کارآفرینی، می توان از روش بازدیدهای علمی نیز استفاده نمود. منظور از بازدیدهای علمی، بازدید از کسب و کارهای کارآفرینان است. مشاهده کسب و کار کارآفرینان باعث ایجاد اعتماد به نفس در فراگیران شده و می تواند تجربیات کارآفرینان را به صورت ملموس و مستقیم در اختیار فراگیران دوره کارآفرینی قرار دهد. در استفاده از روش بازدیدهای علمی از کسب و کارهای کارآفرینان باید نکات زیر مورد توجه قرار گیرد:

(۱). بازدیدهای علمی می تواند برای چند ساعت، یک روز یا چند روز برنامه ریزی شود.

(۲). طراحی برنامه بازدید توسط مدرس دوره که در آن هدف از بازدید، زمان بازدید و مکان بازدید مشخص شده باشد، ضروریست.

(۳). مدرس دوره باید قبل از اجرای برنامه بازدید، اطلاعاتی را در خصوص شخصیت فرد کارآفرین و ویژگی های کسب و کار کارآفرینانه او به فراگیران ارائه دهد.

- (۴). بازدید علمی ممکن است به صورت گروهی و با هدایت مدرس دوره یا به عنوان یک تکلیف کلاسی، توسط فراگیران به صورت انفرادی انجام شود.
- (۵). بازدید علمی به هر صورتی که انجام شود، (گروهی یا انفرادی) باید گزارش آن توسط فراگیران تهیه شده و به وسیله مدرس دوره مورد ارزیابی قرار گیرد.
- (۶). مدرس دوره باید گزارشات فراگیران را مورد ارزیابی قرار داده و ضمن گوشزد نمودن اشکالات آن ها، نکات مهم و مثبت را مورد تأکید قرار دهد. [۱۳]

۶. جمع بندی و نتیجه گیری

امروزه آموزش کارآفرینی به یکی از مهمترین فعالیتهای دانشگاه ها تبدیل شده است و هر روز بر اهمیت آن افزوده می شود. ارائه آموزش اثربخش کارآفرینی مستلزم فراهم آوردن امکانات سخت افزاری و نرم افزاری خاصی است و بدون آن ها نمی توان به اثربخشی آموزش های کارآفرینی امید چندانی داشت. در مقاله حاضر پس از طرح مباحثی در ارتباط با آموزش کارآفرینی، روش های مختلف آموزش کارآفرینی مورد اشاره قرار گرفت. در پایان توجه به نکات زیر به عنوان جمع بندی حائز اهمیت است:

۱. قبل از هر چیز توجه به تربیت مدرسین و مربیان کارآفرینی که توانایی تدریس کارآفرینی در نظام آموزش عالی را داشته باشند، ضرورتی انکار ناپذیر دارد.
۲. آموزش روش های مختلف تدریس به اساتید و مدرسان کارآفرینی و آشنا نمودن آنان با شیوه های جدید آموزش کارآفرینی یکی از مهمترین شرایط مورد نیاز برای ارائه آموزش های اثربخش کارآفرینی در نظام آموزش عالی محسوب می شود.
۳. مدیران دانشگاه ها و مدرسان کارآفرینی باید توجه داشته باشند که آموزش کارآفرینی به دلیل ویژگی های خاص آن، باید مورد توجه ویژه قرار گیرد و هزینه و زمان بیشتری برای آن صرف شود.
۴. بدیهی است اثربخشی روش های مختلف تدریس بستگی به موقعیت، شرایط، امکانات، زمان هزینه و موضوع مورد نظر دارد. شاید روشی که برای یک درس و در یک موقعیت خاص بهترین روش است در شرایطی دیگر نامناسب ترین روش باشد. بنابراین تلاش مربیان و مدرسان کارآفرینی جهت تشخیصی موقعیت ها و انتخاب مناسب ترین روش امری لازم و ضروری به شمار می آید. معمولاً مدرسان عادت دارند تا به جای انتخاب مناسب ترین روش، ساده ترین و کم دردسرتترین روش یعنی روش سخنرانی را انتخاب نمایند، در حالی که استفاده از سایر روش های تدریس می تواند اثربخشی هر دوره آموزشی، خصوصاً آموزش کارآفرینی را دو چندان نماید.
۵. مطالعات نشان می دهد، در میان تمام رشته های دانشگاهی که در دانشگاه های معتبر دنیا تدریس می شود، آموزش کارآفرینی از نظر روش تدریس دارای ویژگی های خاصی است و در آن به آموزش های عملی و فعال اهمیت بیشتری داده می شود. از این رو توصیه می شود در دوره های آموزش کارآفرینی از روش های مختلف و متنوع استفاده شود و از تکیه صرف بر روش سخنرانی پرهیز شود. البته استفاده از روش سخنرانی به عنوان روش مکمل بسیار مفید است و اصولاً چشم پوشی در استفاده از این روش در برخی موقعیت ها غیرممکن به نظر می رسد.

منابع و ماخذ

۱. احمد پور داریانی، محمود، (۱۳۷۸)، کارآفرینی و نقش آن در اقتصاد ملی طرح توسعه ای کارآفرینی در دانشگاه ها (کاراد)، سازمان سنجش آموزش کشور، ص ۶۱،
۲. سعیدی کیا، مهدی، (۱۳۸۲)، آشنایی با کارآفرینی، نشر سپاس، تهران، ص ۳۶،

۳. فیض داود، احمد پور محمود، (۱۳۸۲)، تبیین استراتژی های توسعه‌ی آموزش کارآفرینی در دانشگاه های کشور، طرح تحقیقاتی، مرکز کارآفرینی دانشگاه امیر کبیر، تهران، ص، ۱
۴. کوراتکو، داند و هاجتس، ریچارد، (۱۳۸۳)، نگرشی معاصر بر کارآفرینی، ترجمه ابراهیم عامل ابراهیمی، جلد اول، انتشارات دانشگاه فردوسی مشهد، تهران، ص ۵۰
۵. بازرگان، عباس، (۱۳۷۳)، آموزش برای کارآفرینی در بخش غیرمتشکل اقتصادی، مجله دانش مدیریت، شماره ۲۵ .
6. McClelland, D. And Winter , D. , Motivating Economic Achievement , New York : Free Press , 1971 .
7. Myron, D. And McClelland, D. , The Impact Of Achievement Motivation Training On Small Business, California Management Review , Vol 21 , no 4, 1979, PP 13-28.
8. Hamilton , J. , Entrepreneur For a New Age , Journal Of Career Education , Vol 7 , No 2 , 1989 , PP 161-167 .
9. Watkins, W. , The Entrepreneur And Entrepreneurship , Ohio , National Center For Research In Vocational Education , 1982 .
10. Block, Z and Stump ,s. (1992), Entrepreneurship Education Research: Experience and Challenge, In D. Sexton and J.Kasarda (eds), the State of the Art of Entrepreneurship, Boston: PWS-KENT.
11. Block and Stump ,s,Ibid.
۱۲. صفوی، امان الله، (۱۳۷۵)، کلیات روش ها و فنون تدریس، تهران، نشر معاصر، چاپ هشتم.
۱۳. فیض، داود، احمد پورداریانی، محمود، (۱۳۸۰)، طراحی دوره های آموزش کارآفرینی برای مربیان کارآفرینی، طرح تحقیقاتی وزارت صنایع، تهران، منتشر نشده.

Archive of SID