

# SID



ابزارهای  
پژوهش



سرویس ترجمه  
تخصصی



کارگاه های  
آموزشی



بلاگ  
مرکز اطلاعات علمی



سامانه ویراستاری  
STES



فیلم های  
آموزشی

## کارگاه های آموزشی مرکز اطلاعات علمی



آموزش مهارت های کاربردی در تدوین و چاپ مقالات ISI

آموزش مهارت های کاربردی  
در تدوین و چاپ مقالات ISI



روش تحقیق کمی

روش تحقیق کمی



آموزش نرم افزار Word برای پژوهشگران

آموزش نرم افزار Word  
برای پژوهشگران

# آموزش کارآفرینی؛ اصول و مبانی، روشهای آموزش و نقش دانشگاه در آموزش آن

جمال سلیمی: دانشجوی دوره دکتری برنامه ریزی درسی دانشگاه علامه طباطبایی  
و عضو هیأت علمی دانشگاه کردستان  
علی عبدی: دانشجوی دکتری برنامه ریزی درسی دانشگاه علامه طباطبایی

## چکیده:

کارآفرینی<sup>۱</sup> و مطالعات مربوط به آن در سراسر دنیا به شدت در حال توسعه است، بطوریکه بیشتر مطالعات حوزه علوم انسانی در چند سال گذشته به خود اختصاص داده است. در سالهای اخیر، بسیاری از کشورهای صنعتی شاهد نرخ بالای بیکاری، رکود اقتصادی و نوسان در چرخه اقتصادی خود بوده اند به طوریکه این کشورها بعد از جنگ جهانی دوم، چنین رکودی را تجربه نکرده اند. در این میان، توجه بسیاری از سیاستگذاران و تصمیم سازان سیاسی به نقش بالقوه کارآفرینان متمرکز شده است. کارآفرینی فرایندی است که براساس مجموعه ای از متغیرهای کلی نگر، دینامیک، منحصر به فرد و حساس تعریف می شود. بعضی می گویند که، کارآفرینی به مثابه یک راز یا معما است و هر گونه رخداد کارآفرینانه، دارای شرایط منحصر به فرد خود است که مملو از متغیرهای پیچیده و خاص می باشد. اما دسته ای دیگر از صاحب نظران این عرصه معتقدند که کارآفرینی دارای چارچوب موضوعی و هدف مشخص است و بنابراین می توان برای آن محتوا انتخاب و طرح برنامه درسی تدوین نمود و در یک عبارت؛ کارآفرینی قابلیت آموزش را داراست. در این مقاله ما به دنبال بیان ضرورت آموزش کارآفرینی و تبیین اصول و مبانی آن هستیم. در ادامه مقاله، روشهای آموزش کارآفرینی را مطرح و در نهایت سعی خواهد شد تا به بررسی نقش دانشگاه- به عنوان مراکز خاص آموزشی- در آموزش کارآفرینی بپردازیم.

**کلید واژه:** کارآفرینی- آموزش کارآفرینی، اصول و مبانی آموزش کارآفرینی- روشهای آموزش کارآفرینی- دانشگاه و کارآفرینی

## مقدمه:

کارآفرینی امری است که به شدت در حال رواج یافتن است. طیف گسترده ای از عوامل مختلف در احیای علاقه مندی به کارآفرینی و کسب و کارهای کوچک در اروپا و ایالات متحده آمریکا در دهه ۱۹۹۰ نقش داشته اند. در سالهای اخیر، و بعد از بحرانهای اقتصادی و اجتماعی (همچون بیکاری) بسیاری از کشورها، این موضوع را پذیرفته اند و تدابیر سیاسی تازه ای را برای حمایت از شرکتهای کوچک و کارآفرین به کار گرفته اند. تلاش ویژه ای نیز با هدف ارتقای فعالیتهای نوآورانه و افزایش توانمندیهای نوآورانه انجام شده اند. هم اینک، اتحادیه اروپا این موضوع را در حد گسترده ای پذیرفته که سعادت و رفاه آینده منوط به ایجاد کسب و کارهایی است که عمیقاً ریشه در اقتصاد بومی دارد. برای تحقق این امر، باید مجموعه ای از استعدادهای کارآفرینانه بومی را توسعه داد و کسب و کارهای جدیدی را مدیریت کرد که

<sup>۱</sup> . Entrepreneurship

این امر از طریق تربیت افرادی که دارای ویژگی خوداشتغالی هستند امکان پذیر است. (Womack et al, 1990 & Yergin and Stanislaw, 1998)

در ایران، خوداشتغالی، بویژه در در میان دانش آموختگان دانشگاهی هنوز رایج نشده است و متأسفانه اغلب فارغ التحصیلان در جستجوی استخدام، در وهله اول در دستگاههای دولتی و پس از آن در شرکتهای بزرگ هستند. یکی از دلایلی که در کشور ما با پدیده بیکاری فارغ التحصیلان روبرو هستیم، برغم درصد پایین دانش آموختگان در کل جمعیت کشور نسبت به بسیاری از کشورهای غربی و حتی کشورهای همتراز، همین امر است. (سلیمی، ۱۳۸۵؛ سلیمی و حسینی خواه، ۱۳۸۵)

برای رفع این مشکل، اولین راه حل آن است که نظام آموزشی - اعم از مدارس و مراکز دانشگاهی - به آموزش کارآفرینی بپردازد. هدف از آموزش کارآفرینی در دانشگاهها، تدوین سیاستهایی است که دانشجویان و هیات علمی را به این امر تشویق و آنان را در این مسیر مساعدت کند. برنامه های آموزشی و درسی در کلیه رشته ها و فرایندهای اجرایی آنها باید به گونه ای طراحی شوند که مهارتهای لازم را در دو محور، مهارتهای فردی و تخصصی به دانش جویان ارائه کند (Yip; Loewe and Yoshino, 1988)

بهرحال، باید قبل از آن، محیط اجتماعی و اقتصادی، بازار کار، سیاستهای کلان اقتصادی، اجتماعی و قوانین کشور بر مبنای حمایت از فعالیتهای علمی و نوآوری باشد و دانشگاه و دانشگاهیان نقش کلیدی را در این رابطه ایفا نمایند. برنامه ریزی آموزشی و بالاخص برنامه ریزی آموزش عالی با تدوین برنامه های آموزشی، یکی از حوزه های مهمی است که می تواند نقش نهادینه کردن کارآفرینی و ارتباط بازار کار و دانش آموختگان را به خوبی ایفا کند. رابطه میان نظام آموزشی و نیاز بخشهای مختلف اقتصادی به نیروی کار متخصص، همواره یکی از مسائل عمده در برنامه ریزی آموزشی بوده است. در واقع یکی از دلایل اصلی مطرح شدن ضرورت تدوین برنامه های آموزشی تطابق هرچه بیشتر میان فارغ التحصیلان سطوح مختلف و رشته های متفاوت نظام آموزش با نیازها و قابلیت های اقتصادی بوده است (Kirby, 2003)

در برنامه های آموزشی، مفاهیم تحصیلاتی، محتوای مطالب و ..... شکل می گیرند که تعیین کننده اصلی دوره های آموزشی دانشگاهی هستند. لذا اگر برنامه های آموزشی رشته های مختلف در یک نظام آموزشی، هماهنگ با نیاز بازار کار باشد، می تواند روند مناسبی را در جهت کار آفرینی ایجاد نماید. (Bolton and Thompson, 2004).

هدف این مقاله بررسی اصول و مبانی برنامه آموزشی کار آفرینی، چگونگی آموزش آن و نقش دانشگاهها در این رابطه می باشد. ضمن اینکه به معرفی الگوهای آموزشی کار آفرینی و محدودیتهای احتمالی آموزش کار آفرینی در دانشگاهها هم نظری انداخته است.

### استدلال های آموزش کارآفرینی

کارآفرینی موفق، بیش از آنکه یک فعالیت اقتصادی باشد، نوعی هنر است و این درحالی است که تعریف این فعالیت هنری براساس روش های موجود یا اثرات محیطی کار، بسیار دشوار است (Thomke, 2003)

این مقاله، کارآفرینی را روشی برای متحول ساختن تعلیم و تربیت و توسعه فعالیت های نو آورانه می داند «ایجاد کسب وکار به عنوان یک نقش خلاق، تنش هایی را بدنبال دارد، عنصر اصلی این معضل، ریشه در شرایط ناملموس کار آفرینی موفق دارد. کار آفرینی فرایندی است که بر اساس مجموعه ای از متغیر های کلی نگر، دینامیک، منحصر به فرد و حساس تعریف می شود. اما کارآفرینی به مثابه یک راز یا یک معما است. هر گونه رخداد کار آفرینانه دارای شرایط منحصر به فرد خاص خود است و فرایند کارآفرینی مملو از متغیر های پیچیده و خاص است. بنابراین رخدادهای کارآفرینانه غیر قابل پیش بینی بوده و می توان آنها را پدیده دانست (Young Enterprise, 2005)

اکنون این موضوع در حد گسترده ای مورد قبول قرار گرفته که کارآفرینی مزایای زیادی در رشد و توسعه اقتصادی و اجتماعی دارد و می تواند بستری مساعد برای شکل گیری صنایع جدید، احیای صنایع، ایجاد اشتغال، تولید ثروت و پیشرفت اجتماعی باشد. از منظر فردی، کارآفرینی باعث غلبه بر موانع و معضلاتی همچون نژاد، طبقه اجتماعی و جنسیت می شود. (Davidsson, 1995) کار آفرینی به مثابه ابزاری برای برآورده ساختن «نیاز های باطنی<sup>۲</sup>» افراد طلقی می شود. بنا برین، کارآفرینی مزایای بسیاری در سطح کلان، برای توسعه اقتصادی و در سطح خرد برای توسعه و رضایت فردی دارد. شرایط دهه ۱۹۹۰ و محیط های ناپایدار سیاسی و اقتصادی مدرن طلقی شوند. مثلاً آشفتگی های سیاسی در اروپای مرکزی و شرقی، در ها را به روی فعالیت های کار آفرینانه باز کرده است. (Dollinger, 2003) از این رو کارآفرینی را دیگر نباید تنها مرتبط با اقتصاد های غربی دانست چرا که هم اکنون، اهمیت آن در استمرار و حفظ فعالیت های اقتصادی و تولید ثروت و رفاه، به شکل گسترده ای مورد پذیرش و قبول قرار گرفته است. اما برای اینکه تضمین نماییم که این رویکرد فقط در حد حرف مورد تأیید قرار نگرفته، باید آن را سرو سامان داده، و توسعه دهیم و آنرا توسعه دهیم و آنرا در قالب کسب و کار، وادار به حرکت روبه جلو نماییم. منطبق ترغیب آموزش کارآفرینی بسیار قوی است و تعداد رو به افزایش مراکز آموزشی که به تدریس دوره های کارآفرینی می پردازند، مؤید این ادعاست. (Hill, 2001).

### دلایل نیاز به آموزش کارآفرینی در دانشگاه ها

با روشن شدن مزایای کارآفرینی و اینکه افرادی با ویژگی های شخصیتی و جمعیتی شناختی خاصی به ایجاد کسب و کار های موفق و مستقل اقدام می نمایند، تلاشهای زیادی در زمینه شناسایی وجه تمایز کارآفرینان با غیر کارآفرینان و همچنین مدیران با کار آفرینان صورت گرفت، تا با شناسایی این اختلافات نسبت به تقویت روحیه کارآفرینی در افراد غیر کارآفرین، فعالیت های آموزشی ویژه ای انجام پذیرد. به همین دلیل فعالیت های آموزشی در ابتدای دهه ی ۱۹۸۰ به سرعت در سطوح دانشگاه ها و دانشکده ها گسترش یافت. گرچه بعضی از دانشگاه ها فعالیت های را از اواسط دهه ۷۰ آغاز کرده اند. اما این فعالیت ها بسیار پراکنده و غیر منسجم بوده و به طور کلی می توان آموزش کارآفرینی را از ابتدای دهه ۷۰ و در کورهای توسعه یافته به طور علمی دنبال نمود. (Anderson. and Jack, 2001).

البته باتوجه به سابقه ۲۰ ساله این مطالب نباید انتظار صدها مورد مطالعاتی را در این زمینه داشت. طی این مدت بیشتر در زمینه تاثیر آموزش کارآفرینی در تشکیل شرکت های جدید و ارزش افزوده ناشی از ارائه برنامه های آموزشی در دانشگاه ها مطالعاتی صورت گرفته است و با توجه به اینکه بررسی تاثیرات آموزشی در دراز مدت نمایان خواهد شد و نیاز به مطالعات طولانی دارد، در حال حاضر موارد مطالعاتی چندانی در دست نیست. (Rae and Carswell, 2001)

امروزه آموزش کارآفرینی به یکی از مهمترین و گسترده ترین فعالیت های دانشگاه ها تبدیل شده است. دوره های آموزشی کارآفرینی نه تنها جای خود را در بستر دروس دانشگاهی و در رشته های مختلف باز نموده، بلکه در دوره های مختلف تحصیلی از ابتدایی تا دبیرستان نیز مورد توجه قرار گرفته است. (Rae, 2003-2004) گرچه تنوع این داده ها، شرکت های موجود را نیز تحت پوشش قرار می دهد و دوره های متعدد جهت رشد، بقا و کارآفرین نمودن سازمان های بزرگ طراحی شده، اما هدف اولیه از توسعه کارآفرینی همانا تربیت نمودن افراد متکی به نفس و آگاه به فرصت ها و به طور کلی افرادی افرادی است که تمایل بیشتری به راه اندازی کسب و کارهای مستقل دارند. (Harding, 2005)

مطالعات نشان می دهد که برنامه های پرورش کارآفرینان در کشورهای مختلف با سیاست گذاری و پشتیبانی اجرائی دولت ها به سرانجام رسیده است. از تجربیاتی که کشورهای مختلف در زمینه کارآفرینی داشته اند، می توان نتیجه گرفت که باید پرورش کارآفرینان در کشور را به عنوان گام اولیه توسعه تلقی کرد که این مهم تنها با ایفای نقش

<sup>2</sup> . Inert Needs

فعالانه دولت امکان پذیر نیست بلکه تمام موسسات و مراکز خصوصی و دانشگاههای غیر دولتی مخصوصا دانشگاه آزاد و مراکز آموزش عالی غیر دولتی، محقق نخواهد شد. (حسینی خواه، سلیمی، ۱۳۸۵).

دانشجویان رشته های مختلف چه رشته های فنی ، بهداشت، کشاورزی، و چه رشته های جامعه ساز علوم انسانی نیاز به دوره ها و برنامه های آموزشی دارند که چهار چوبی اصولی برای درک فرایند کارآفرینی به آنها ارائه دهد. برای کارآفرینی موفق تنها پول و شانس کافی نیست، کارآفرینی فرایندی است که مستلزم خلاقیت و نوآوری ، ریسک پذیری و برنامه ریزی است. (Fiet, 2001)

در تقسیم کار جدید (تقسیم بندی جدید ) دانشگاه عمدتا به عنوان مولد اصلی برای سرمایه گذاری در تکنولوژی جدید و مشاغل پنداشته می شود و حتی بعضی مواقع به عنوان موتور توسعه ی منتقهای از آن یاد می شود. انتظارات و وظائف جدید معمولا به عنوان رسالت جدید دانشگاه ها تعبیر می شوند. بعضی ها حتی در صدد ایجاد دانشگاه های کار آفرینی هستند. تعجبی ندارد که چنین الگویی (پارادایمی<sup>۳</sup>) به ویژه الگوی مبتنی بر بازار و امور سود جویانه بعضا منجر به چالش ها و مسائلی شود که بعضی اوقات این معضلات ناشی از ارزش ها و فرهنگهای سنتی ،عقب ماندگی آکادمیک و حتی مسائل عملی مثل قوانین اداری، فقدان مهارت ، شبکه ها یا منابعی است که می توانند به شکل فعال در امور جدید مداخله کنند. (Minniti and Bygrave, 2001) در کشورهای اسکانندیناوی مثل فنلاند، الزامات وظیفه سوم (نقش داشتن در مسائل اقتصادی و کارآفرینی ) در روش های دانشگاهی و زنجیر های مرتبط با آن در یک حالت نامتعادل قرار دارد. تا کنون طرفداران این نظریه (نظریه سوم) به مراتب خلاق بوده اند در حالی که هواداران ارزش های سنتی غالبا استراتژی دست روی گذاشتن و منتظر ماندن<sup>۴</sup> را دنبال می کنند و این اقتصادی نیست (Antonicic and Hisrich, 2003) به رغم اینها لوازم و ظرفیت ها باید آشکار شوند تا سیاستهای هوشمندانه و مشارکتی در طرح های مختلف به تصویب برسد. به عنوان مثال بعضی از هواداران نظریه سوم باید بدانند که مطالبه درآمد های جدید از یک منبع غیر قابل انعطاف می تواند به تحقیقات و پژوهش و آموزش لطمه بزند، حتی یک چرخه (روش) فاسد با قابلیت تباه کردن واز بین بردن توانمندی آکادمیک را ایجاد کند. همچنین مشخص نیست که آیا هر دانشگاهی صرف نظر از اندازه و موقعیت آن باید تلاش در هر سه وظیفه بالا را به نحو یکسانی انجام دهد یا خیر. به عبارت دیگر مثلا واقعیت های رقابت جهانی و ابهامات اقتصادی سرمایه گذاری سرمایه داران ، به خوبی توسط دانشگاه ها درک نمی شود. (Littunen, 2000)

### نقش دانشگاه در توسعه کار آفرینی

در ارزیابی روند کارآفرینی در دانشگاه ها ، موضوعات مختلفی مشخص شدند که در درک پیچیدگی فرایند کارآفرینی مفید بودند. حوزه های مهم در این بخش شامل موارد زیر هستند:

۱- کارآفرین دانشگاهی کسی است که میان شرایط رشته تحصیلی خود و استراتژی انتقال فناوری دانشگاه خود و همچنین فرصت های ناشی از بهره بردن از سرمایه های فکری در شرکت های تکنولوژی مدارتوازن برقرار می نمایند.

۲- این شرایط رشته تحصیلی است که توانایی های آکادمیک را به ویژه در قبال نوآوری تعیین می کند.

۳- این شرایط دانشگاه است که امکان استفاده از سرمایه های علمی و انسانی را افزایش می دهد.

۴- شرکت های تکنولوژی مدار، مبتنی بر دانش تخصصی هستند.

۵- دانشگاه ها تلاش می کنند تا دانش سازمانی خود را اشاعه دهند.

<sup>3</sup> . Paradigm

<sup>4</sup> . wait and see

۶- دانشگاه ها تلاش می کنند تا اقدام به تاسیس شرکت هایی نمایند که مبتنی بر فن آوری ، مهندسی و دانش هستند.

۷- دانشگاه ها تلاش می کنند تا به عنوان یک نماد میزبان و مستقل، با شرکت های تکنولوژی مدار، ارتباط برقرار نمایند.

شرایط فوق در محیط های کارآفرینانه ای رخ می دهند که دانشگاه ها و بازار ها در آنها وجود داشته و به خوبی فعالیت می نمایند. سه موضوع، یعنی وجود شرکت های تکنولوژی مدار، اشاعه دانش و علم دانشگاهی و نقش دانشگاهها در جوامع ، مطابق بانگرش کارآفرینی آکادمیک است. به عبارت دیگر ، تمرکز بر فرد، به عنوان مرکز پژوهش های کارآفرینی ، باعث نادیده گرفتن نقش وسیع سازمانها می شود . بارتون کلارک معتقد است که دانشگاه های پویا در قرن بیست و یکم دانشگاه های هستند که کارآفرین بوده و بتوانند ارزش های تخصصی و مدیریتی را تلفیق نمایند. وی همچنین اظهار می دارد که هدفمند کردن فعالیت ها ، ایجاد توازن میان پژوهش ها ، آموزش و خدمات اجتماعی ، و تنوع در تامین بودجه ، از حمله ویژگی های بارز دانشگاه های پویا در قرن جدید است. (Anderson and Miller, 2002) دیویی در سال ۱۹۱۶ عنوان می کند که جامعه می تواند با پرورش شهر وندان، اهداف خود را محقق سازد؛ می تواند روش ها و منابع خود را سازمان دهی کند و در نتیجه، اقتصاد کشور را به سمتی که می خواهد هدایت کند (Thomke, 2003). در زمان ما ، آموزش معطوف به کارآفرینی در دانشگاه های توسعه یافته و در حال توسعه رو به افزایش است و نظر دیویی را که جامعه باید اقتصاد کشور را هدایت کند به این طریق جامه عمل می پوشاند . دانشگاه ها برای این کار معمولا برنامه هایی دارند که با هدف ایجاد تجربیات عملی و فرایند مناسب تولید کالاهای جدید طراحی شده اند. معمولا این برنامه ها ، به دانشجو یان در تولید ایده ها کمک می کنند. در این برنامه ها از روش های مختلف آموزشی به منظور ارتقای مهارت های دانشجو یان برای ورود به بازار کار تا مین شرکت های تجاری استفاده می شود (Timmons, 1989)

آموزش عالی می تواند از طریق آموزش بر خصیصه ها و توانایی های افراد تا تاثیر مثبت بگذارد، مهارت های افراد از خصوصیات اکتسابی هستند که می توان از طریق آموزش آنها را توسعه داد. خصوصیات ذاتی نظیر یادگیری ، ویژگی های شخصی و خلاقیت هم از طریق آموزش قابل توسعه هستند . آموزش عالی می تواند با توسعه و پرورش خصیصه های کار آفرینانه و نیز افزایش توانایی مدیریتی و کار آفرینانه افراد باعث افزایش عرضه کار آفرینی گردد، در همین راستا آموزش عالی می تواند با توجه به نیاز بازار کار به افراد متخصص که دانش مدیریتی و کار آفرینی دارند اقدام به طراحی درسی کار آفرینی برای تمام رشته نماید. (Adcroft and Willis, 2000)

در این میان، دانشگاهها (ملی و پیام نور و دانشگاههای غیر دولتی)، بنابر توسعه ای که از لحاظ پوشش دامنه مناطق کشور پیدا نموده اند، نیازمند بازنگری در برنامه های درسی خود می باشند. با توجه به گسترش دامنه فعالیت دانشگاهها، به طوریکه امروزه بسیاری از مناطق جغرافیایی کشور را دربر گرفته است. می تواند با ایجاد و تدوین برنامه ای منظم آموزش کار آفرینی نقش بسیار مهمی در گسترش این امر داشته باشد. دامنه گستردگی آن به گونه ای است که می توان گفت ، چنانچه دانشگاهها رویکردهای مدونی را برای آموزش کارآفرینی در نظر بگیرد، می تواند در توسعه فرهنگ و دانش کارآفرینی بسیار موثر باشند. (سلیمی، ۱۳۸۶)

## آموزش کار آفرینی

تیم گورمون<sup>5</sup> (۱۹۹۷) به کار ((باندورا<sup>6</sup>)) اشاره می کند که استدلال کرده ، آموزش می تواند اصلی اساسی در ارتباط با شروع تاسیس یک کسب و کار با شد که به وسیله آن انتظار می رود ، انتقال دانش واکتساب آن و همچنین توسعه مهارت های کار آفرینانه باعث افزایش کار آیی و اثر بخشی کار آفرینانی بالقوه شوند . آنها معتقدند که می توان این اصل اساسی را گسترش داد تا شامل آماده سازی افراد برای مدیریت و کسب و کار های کوچک شود. البته همه کسانی که در دوره های کار آفرینی شرکت می کنند ، تمایل ندارند که به کار آفرین تبدیل شوند : برخی خواهان آن هستند که از طریق یادگیری کار آفرینی ، سطح فکری و اطلاعاتی خود را افزایش دهند ، دیگران از نیاز جامعه به کار آفرینی مطلع هستند و در این برنامه شرکت کنند تا به درک بالاتری در این خصوص دست یابند . بنابراین ، فرایند و ساختار کار آفرینانه نیز اهمیت زیادی دارند . مثلاً ، ممکن است انتظار داشته باشیم که فرایند یادگیری کار آفرینی از طریق کاربرد مدلها و الگوها ، توسعه و تقویت شبکه های فردی و نیز از طریق ارزیابی مقطعی تقویت شود . امنیت اقتصادی ، هم برای کار فرمایان و هم برای کارکنان ، به طور فزاینده ای وابسته به مهارت ها ، عقاید و توانایی های یادگیری انطباق با شرایط دائماً در حال تغییر است . این موارد مؤید چالشهای اقتصادی و اجتماعی هستند . (Mallon, & Cohen, 2001)

رویکرد کلی در قبال دانش کار آفرینی ، منعکس کننده مشکلات مفهومی در تعیین و تعریف ماهیت این پدیده است . ((گار تونر<sup>7</sup>)) نود ویژگی را یافته است که به نظر می رسد با کار آفرینان مرتبط هستند و آن را در پیش از این نیز بیان کرده است «تفاوت های میان کار آفرینان و دیگر افراد در حوزه کسب و کار به مراتب بیشتر از آن چیزی است که تصور می شود . در حقیقت تفاوت های بسیار زیادی میان کار آفرینان و افراد غیر کار آفرین و نیز میان کسب و کار های کار آفرینانه و غیر کار آفرینانه وجود دارد»

مشخصاً کار آفرینی ، دارای ابعاد مختلفی است . منطق کار آفرینی ، یک اقدام و عمل است هر چند که فقدان تجربه در دانشگاه ها همراه با فقدان تجربه دانشجویان می تواند باعث آسیب پذیری این تئوری شود تحقیقات قبلی نشان می دهد که در آموزش کار آفرینی و شروع یک کسب و کار غالب دانشجویان فاقد ایده های خوبی در ارتباط با کسب و کار هستند که این امر باعث وجود مهارت های پایین و موانع ورود به عرصه ی کسب و کار می شود این امر بازتابی از محدودیتهای تجربه ی دانشجویان است ولی برای ایجاد کسب و کار های که می تواند به توسعه ی اقتصادی و گسترش توانمندی های تولیدی اشتغال و تولید ثروت کمک کنند ما باید به دانشجویان فراتر از حوزه های موجود فشار بیاوریم به هر حال محدودیتهای همیشه وجود دارند یکی از راههای غلبه بر این مشکل آن است که دانشجویان را ترغیب کنیم تا با دانشجویان دیگر مؤسسات آموزشی و همگی با کار آفرینان فعال همکاری کنند این امر باعث آشنایی آنان با طیفی از شرایط مختلف و کار برد های گوناگون دانش کار آفرینی می شود . (Hannon, 2004).

با این وجود نقش دانشگاهها ارائه ی مفهومی نظری در مورد این پدیده است لذا ما باید ارتباط و ارزش یک رویکرد کاملاً نظری در خصوص این موضوع را نیز مد نظر داشته باشیم این امر باعث بروز این پرسش می شود که آیا کار آفرین موفق بر اساس عملش تعریف می شود و یا براساس فرآیندی که چنین اعمالی در آن رخ می دهد می توان آموزش کار آفرینی را تبادل رسمی و نظام مند اطلاعات و دانش کار آفرینی عبارت است از مفاهیم و مهارت ها و ذهنیتی که مالکان کسب و کارها از آنها استفاده می کنند یا باید از آنها استفاده کنند ممکن است هنوز هم نتوان از طریق روش های رایج و مرسوم به دانش مهارت ها و تجربه ی لازم دست یافت به علاوه

<sup>5</sup> . Time Gorman

<sup>6</sup> . Pandora

<sup>7</sup> . Gar Tuner

عوامل زیادی باید دست به دست هم بدهند تا یک فرد بتواند به مالک یک کسب و کار تبدیل شود تفاوت‌های زیادی در شروع کسب و کارهای مختلف دخال دارند محیط‌ها با هم تفاوت دارند کارآفرینان کاملاً متفاوتی وجود دارند و روش‌های زیادی برای تبدیل شدن به کارآفرین مطرح هستند. (Thomke, 2003)

### اصول و مبانی آموزش کارآفرینی<sup>۸</sup>

از مهمترین نیازهای جامعه امروز، توسط نظام آموزش عالی، نشان دادن واکنش مناسب در برابر تغییرات اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی، با هدف توسعه انسانی است. از اهداف آموزش کارآفرینی در آموزش عالی، بهبود توانایی‌های فردی و تخصصی دانشجویان است. این اهداف به منظور آماده‌سازی دانشجویان برای تولید محصولات و تأسیس شرکت‌های جدید و بهبود وضعیت اجتماعی و اقتصادی مردم تدوین و طراحی شده‌اند. (Gergen, 1999)

دانشگاه باید باور داشته باشد که یک سیستم و مجموعه اجتماعی است، هر سیستم زمانی که رابطه بهینه خود را با محیط از دست بدهد و به داد و ستدمادی و اطلاعاتی با محیط بپردازد یا این روند حالت ایستا به خود بگیرد، هویت مستقل و جامعیت خود را از دست می‌دهد. (Gergen, 1999)

«بارتون کلارک<sup>۹</sup> معتقد است که دانشگاه‌های پویا در قرن بیست و یکم دانشگاه‌هایی هستند که کارآفرین بوده و بتوانند ارزش‌های تخصصی و مدیریتی را تلفیق نماید (Rae, 2004). دانشگاه کارآفرین، دانشگاه سیستمی است که مهمترین واژه در ادبیات آن نتیجه‌گیری و مشتری‌گرایی است؛ زیرا این دانشگاه دارای گروهی از وظائف به هم پیوسته است که با هم نتیجه‌ارزشمندی از دید مشتری به بار می‌آورند. در این دانشگاه با بهره‌گیری از ابزارهای مدیریت کارآفرینی و رویکرد سیستمی فعالیت‌های آموزشی، بانیان جهان امروز و جهان آینده منطبق می‌شود (Gergen, 1999).

«فادایر<sup>۱۰</sup>» معتقد است سازمان کارآفرین زمانی ایجاد می‌شود که بالاترین مقام اجرایی نسبت به مفهوم کارآفرینی متعهد شود و بعد از آن کل سازمان کارآفرینی را بپذیرد و یک ساختار زنده و پویا در سازمان ایجاد شود. همچنین توسعه فرهنگی کارآفرینی و شناسایی ارزش‌های کارآفرینانه و پاداش به کارآفرینان از عمده‌ترین کارهایی است که هر سازمان برای کارآفرین شدن باید انجام دهد. قسمتی از ادبیاتی که در این باره مد نظر قرار گرفته است عبارت است از:

- دانشگاه‌های علمی - کاربردی یکی از دستاوردهای این تفکر است.

- با بررسی بر روی هزاران نوآوری و طبقه‌بندی آنها به این نتیجه رسیده‌اند که ۳۲٪ از کل نوآوری‌های جهان ناشی از راه‌حل‌های علمی در حوزه فعالیت‌های حرفه‌ای می‌باشد. بنا برین به کارگیری سطوحی از دانش در فعالیت‌های شغلی، خود یک نوآوری بوده و بیان‌گر خلاقیت افراد می‌باشد، که این کارمستلزم انجام کارها به شیوه‌های علمی، جدید و نوآورانه است. (Rae, 2004)

- براساس نتایج تحقیقات به عمل آمده از موسسه بین‌المللی مونیتور<sup>۱۱</sup>، تفاوت نرخ رشد اقتصادی در کشورهای توسعه‌یافته ناشی از تفاوت سطح کارآفرینی آنها بیان شده است. این نتایج نشان داد که کارآفرینان در کشورهای توسعه‌یافته نقش کلیدی در توسعه اقتصادی و اجتماعی ایفا نموده‌اند. (Gergen, 1999)

پاسخ به سوالات زیر می‌تواند ما را در شناخت بهتر اصول و مبانی آموزش کارآفرینی یاری کند:

چه کسی کارآفرینی می‌کند؟ انگیزه اصلی او برای این کار چیست؟

<sup>8</sup> . principles and Foundations of Entrepreneurship

<sup>9</sup> . Barton Clark

<sup>10</sup> . fadayer

<sup>11</sup> . Monitor International institute



کار آفرین چرا کارآفرینی می کند؟ انگیزه اصلی او برای این کار چیست؟<sup>۱۲</sup>  
کار آفرین چه کاری انجام می دهد؟ رویکرد رفتاری او چگونه است؟  
کارآفرین چگونه کارآفرینی می کند؟ او چگونه سعی می کند که موفق شود؟ فرایند کارآفرینی چگونه است؟ از چه شیوه هایی استفاده کرده و چه استراتژی را به کار می بندد؟  
کارآفرینی تحت کدام شرایط زمانی و مکانی وقوع می یابد؟ هنجارهای غالب بر یک محیط کارآفرینانه چیست؟  
چه ارزش ها و باورهایی باید در اجتماع نهادینه گردد تا کار آفرینان بتوانند به راحتی به فعالیت پرداخته و سبب رشد و توسعه اقتصادی شوند؟

« پیتر دراگر<sup>۱۳</sup> » معتقد است، کارآفرین کسی است که فعالیت اقتصادی کوچک و جدیدی را با سرمایه خود شروع می کند. کارآفرین ارزش هارا تغییر میدهد و ماهیت آنها را دچار تحول می نماید. همچنین مخاطره پذیر است و بدردستی تصمیم گیری می نماید. برای فعالیت خود به سرمایه نیاز دارد ولی هیچگاه سرمایه گذار نیست، کار آفرین همواره به دنبال تغییر است و به درستی تصمیم گیری می نماید و فرصت ها را شناسایی می کند. از منظر او همانا به کار بردن مفاهیم و فنون مدیریتی، استاندارد سازی محصول، به کارگیری ابزارها و فرایندهای طراحی و بنا نهادن کار بر پایه آموزش و تحلیل کار می باشد. او کارآفرینی را یک رفتار می انگارد نه یک صنعت خاص در شخصیت افراد. (Martin and Terblanche, 2003)

- از نظر اقتصاددانان، کارآفرین کسی است که ارزش افزوده ایجاد نماید. یعنی اینکه با زمان و انرژی لازم، سرمایه ها را به گونه ای به کار گیرد که ارزش آنها و محصولات بدست آمده، نسبت به حالت اولیه اش افزایش یابد. ممکن است کارآفرین حتی مخترع، عالم و هنرمند نیز نباشد ولی توان بهره برداری مناسب از علم، تخصص و هنر دیگران را دارد. برای مثال: در مورد «بیل گیتز<sup>۱۴</sup>»، «مایکزیسن» رقیب سر سختش می گوید: «او هیچ چیز را اختراع نکرده است اما مهارت و توانای بیل گیتز در گرفتن طرح ها و تبدیل آنها به فن آوری های قابل استفاده است.» (Martin and Terblanche, 2003). بیل گیتز بر این باور است که بیشترین راه حل ها در جای دیگر کشف شده است و فقط باید آن را شناسایی کرد و از حوزه کشف شده به حوزه خود انتقال داد. «رابرت هیسریچ<sup>۱۵</sup>» فرایند کار آفرینی را خلق چیزی نو می داند که توأم با صرف وقت و تلاش بسیار و پذیرش خطر احتمالی، روحی واجتماعی برای بدست آوردن منابع مالی، رضایت شخصی و استقلال است. (Hissers, 2001)

«مک کله لند» که فرایند کار آفرینی فراتر از شغل و حرفه، بلکه یک شیوه زندگی است؛ به طوری که خلاقیت و نو آوری، عشق به کار و تلاش مستمر، پویایی، مخاطره پذیری، آینده نگری، ارزش آفرینی، آرمان گرایی، فرصت گرایی، نیاز به پیشرفت و مثبت اندیشی، زیر بنا و اساس زندگی کارآفرینانه می باشد؛ در این زندگی شکست، تصور ناقص از واقعیت مبهمی است که در هدف وجود دارد؛ واقعه ای که هنوز فواید آن تبدیل به سود نشده است و هدف اصلی از کار و فعالیت، ارضای حس کنجکاوی، تحقق بخشیدن به آرمان ها، آزادسازی انرژی های ذهنی و تبدیل آنها به ایده های عملی و در نهایت خلق ارزش است. (Mac Cleland, 1994)

## مشکلات آموزش کار آفرینی

<sup>12</sup> . peter Dracker

<sup>13</sup> . Pitter Darker

<sup>14</sup> . Bile Gits

<sup>15</sup> . Robert Histrich

تاریخچه کارآفرینی در جوامع «آنگلو ساکسونی» مملو از نمونه های متعدد از آموزش ضعف ولی وجود کارآفرینان بسیار موفق است. شرایط جامعه شناسانه ی فعالیت های کارآفرینانه با کار «وبر» آغاز می شود که مستمراً بر جایگاه حاشیه ای گرو ها و جامعه در سطوح بالای فعالیت های کارآفرینانه تا کید می کرد.

در ایالات متحده که آموزش کارآفرینی طی سال های اخیر، رشد چشمگیری در آن داشته است، تحقیقات انجام شده توسط «وسپر»<sup>۱۶</sup> نمایانگر شایستگی چنین برنامه هایی هستند و این امر را می توان یکی از علل رشد کارآفرینی دانست. با این وجود، حتی در جا هایی که این برنامه ها تاکید بسیار زیادی داشته اند که شرکت کننده ها بتوانند عقاید جدیدی برای کسب و کار های خود ارائه دهند، باز هم نتایج حاصله نا امید کننده بوده اند. برنامه های آموزش کارآفرینی در مقایسه با دیگر برنامه های آموزشی بسیار کوتاه مدت بوده اند و تنها هدفشان کمک به افراد برای پرداختن به یک دوره شغلی بوده است.

«آجیل پاسونر»<sup>۱۷</sup> علم کارآفرینی را با چهار عامل سیاست، اقتصاد، جامعه و فرهنگ عمومی در حال تنش و کشش کشش دائم می داند (Martin and Terblanche, 2003)

«رابطه اقتصاد و کارآفرینی به معنای تعامل بین دو طیف فعالیت های علمی و اندیشه های علمی در زمینه کارآفرینی از یک طرف و مجموعه ای از نهادها، فعالیت ها و مقوله بازار، مقوله صنعت خدمات و تولید و مفاهیم مشابه از طرف دیگر و رابطه سیاست و کارآفرینی حاکی از نوع نگرش نظام سیاسی مسلط به مقوله کارآفرینی در این عرصه می باشد. و همچنین در مورد ارتباط کارآفرینی با جامعه باید دید که آیا ارزشهای اجتماعی مدافع ارزش های کارآفرینانه است یا اینکه با آنها مغایرت دارد. این ارتباط باید طوری باشد که کارآفرین خود را در جامعه غریبه احساس نکند. و در مورد ارتباط کارآفرین با فرهنگ، باید ارزش ها، هنجارها و باور های موجود در فرهنگ عمومی متناسب با فعالیت خلاق کارآفرین باشد.

چرا کارآفرینی به رغم عمر چندین دهه به عنوان یک اصل مسلم توسعه، هنوز نتوانسته است در ایران عرض اندام کند؟ این یکی از مهمترین سؤالاتی است که در دهه اخیر ذهن بسیاری از اندیشمندان جامعه را به خود مشغول کرده است. برای یافتن موانع موجود باید به ساختار چهار عامل ذکر شده یعنی ساختار اقتصادی، سیاستهای مطرح شده در جامعه، فرهنگ کارآفرینی و ارزشهای جامعه نگرست (Mallon, & Cohen, 2001)

۱- دانشگاه و مؤسسات آموزش عالی برای اجرای کارآفرینی با مشکلاتی روبه رو هستند که عمده ترین آنها را می توان چنین بر شمرد: امروزه بیشتر درسهای دانشگاهی به ویژه در رشته های علوم انسانی به شیوه ی نظری ارائه می شود و تلاش جدی برای کاربردی کردن آنها نشده است. بیشتر دانشجویان یک رشته مطالب درسی را حفظ کرده و امتحان می دهند و سرانجام موفق به گرفتن مدرک می شوند. از این رو بیشتر دانش آموزان دانشگاه ها با نیازهای بازار کار هماهنگی و همخوانی ندارند و تخصص ها و مهارت ها هم جهت و هم سو با نیازهای بازار کار شکل نمی گیرد. به علت کاربردی نبودن درسهای دانشگاهی به ویژه در رشته های فنی، دانش آموزان آمادگی برای کار ندارند» (Anderson and Miller, 2002)

۲- از دیگر مشکلات در زمینه ی اشتغال نهادینه نشدن فرهنگ کارآفرینی در سطوح گوناگون جامعه است. متأسفانه بجای ایجاد فرهنگ کارآفرینی، فرهنگ کارمند پروری در جامعه رشد و گسترش یافته است که این امر با توجه به پایین بودن ظرفیت جذب نیرو در اداره ها و سازمان ها مشکلاتی پدید آورده است

۳- بازار کار هماهنگ با تحولات علوم و تکنولوژی در حال دگرگونی است. از این رو بازار کار به برخی تخصص های تازه نیازمند است که لزوماً دانش آموزان دانشگاه ها در دوران تحصیل فرا نمی گیرند.

<sup>16</sup> . vesper

<sup>17</sup> . agile parsons

۴- محدودیت اختیار مدیران دانشگاه ها در زمینه بر گزار ی در سهای کار آفرینی و برنامه ریزی بلند مدت برای کار های اشتغال زا ، منجر به کاهش ابتکار و نوآوری می شود . از این رو ، ناگزیر به برنامه ریزی در کوتاه مدت می شوند ، برنامه ریزی های کوتاه مدت نیز به کاهش ابتکار های کار آفرینانه با آثار دراز مدت می انجامد . (Timmons, 1989)

۵- مشکل دیگر نبود ارتباط میان دانشگاه ها و مراکز صنعتی است . به گونه ای که امروزه به رغم ایجاد گسترش دانشگاه های صنعتی ، حلقه های پیوند آنها با صنعت و تولید چندان شکل نگرفته است . در واقع تا زمانی که ارتباط دانشگاه و صنعت به درستی شکل نگیرد ، نمی توان به پیشرفت و توسعه جدی کشور امید وار بود .

۶- نا آشنایی جوانان با بازار کار و مشارکت نداشتن فعال بخش خصوصی در زمینه های پژوهش ، توسعه ، فعالیتهای تولیدی ، و کار آفرینی از سوی دیگر مشکلات در این زمینه است .

### نتیجه گیری:

اگرچه دیدگاههای مختلفی در خصوص امکان یا عدم امکان آموزش کارآفرینی وجود دارد اما از آنچه گفتیم می توان نتیجه گرفت که کارآفرینی یک امر قابل آموزش است و می توان آن را نظارت و ارزشیابی نمود. در این میان می توان از مدل های متفاوتی از آموزش کار آفرینی استفاده نمود که هر کدام دارای خصوصیات منحصر به فردی هستند. دانشگاهها می توانند نقش اساسی در آموزش کار آفرینی و توسعه دانش و روحیه کار آفرینی در جوامع بشری ایفا نمایند. در این میان با توجه به متمرکز بودن دولت و تاخیر در اجرای اصل ۴۴ قانون اساسی مبنی بر خصوصی سازی از یک طرف، و عدم پوشش اجتماعی کامل از طرف نهادهای آموزش عالی دولتی از طرف دیگر ، نقش موسسات آموزش عالی غیر دولتی از جمله دستگاه وسیع و گسترده دانشگاه آزاد بسیار برجسته و چشم گیر است.

### منابع فارسی:

- سلیمی، جمال (۱۳۸۵). ارزیابی برنامه های آموزش کارآفرینی در بخش خصوصی و دولتی؛ نگاهی مقایسه ای به آموزش کار آفرینی در ایران و کشورهای آسیای جنوب شرقی، *کنفرانس آموزش کار آفرینی*، دانشگاه بیرجند، ۱۷-۱۵ شهریور ماه.
- حسینی خواه، علی؛ سلیمی، جمال (۱۳۸۵). آیا می توان کار آفرینی را آموزش داد؟. *نخستین همایش ملی مدیریت کار آفرینی*، ۲۶-۲۵ بهمن ماه، دانشگاه تهران.

### References:

1. Womack, J., Jones, D. and Roos, D. (1990), *the Machine that Changed the World*, Rawson Associates, New York, NY.
2. Yergin, D. and Stanislaw, J. (1998), *The Commanding Heights: The Battle between Government and the Marketplace that Is Remaking the Modern World*, Simon & Schuster, New York, NY.
3. Yip, G.S., Loewe, P.M. and Yoshino, M.Y. (1988), "How to take your company to the global market", *Columbia Journal of World Business*, winter, pp. 37-47.
4. Kirby, D. (2003), *Entrepreneurship Education: Can Business Schools Meet the Challenge?* Creacion de Empresas.
6. Bolton, B. and Thompson, J. (2004), *Entrepreneurs: Talent, Temperament, Technique*, 2nd ed., Butterworth-Heinemann, Oxford.

5. Revans, R. (2006), *Action Learning: New Techniques for Managers*, Blond & Briggs, London.
6. Young Enterprise (2005), *Summary of Outcomes from Graduate Enterprise Workshops*, Young Enterprise, Oxford.
7. Dollinger, M. (2003), *Entrepreneurship: Strategies and Resources*, 3rd ed., Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ. Farrell, K. (1994), “*Why b-schools embrace entrepreneurs*”, *Venture*, Vol. 16 No. 4, pp. 60-3.
8. Davidsson, P. (1995), “*Determinants of entrepreneurial intentions*”, paper presented to the RENT IX Conference, Piacenza.
9. Hill, S. and Cinneide, B.O. (2001), “*Entrepreneurship education – case studies from the ‘Celtic Tiger’*”, in Anderson, A.R. and
10. Anderson, A.R. and Jack, S.L. (2001), *Enterprise and Learning*, University of Aberdeen, Aberdeen.
11. Enterprise and the Economy in Education, HMSO, Norwich. Gergen, K. (1999), *An Invitation to Social Construction*, Sage, Beverly Hills, CA.
12. Rae, D. (2004), “Practical theories from entrepreneurs’ stories: discursive approaches to entrepreneurial learning”, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 11 No. 2, pp. 195-202.
13. Rae, D. and Carswell, M. (2001), “Towards a conceptual understanding of entrepreneurial learning”, *Small Business and Enterprise Development*, Vol. 8 No. 2, pp. 150-8.
14. Rae, D. (2003), “Opportunity cantered learning: an innovation in enterprise education?” *Education Training*, Vol. 45 No. 8/9, pp. 542-9.
15. Rae, D. (2003), “Opportunity cantered learning: an innovation in enterprise education?” *Education Training*, Vol. 45 No 8/9, pp. 542-9.
16. Mallon, M. and Cohen, L. (2001), “Time for a change? Women’s accounts of the move from organizational careers to self-employment”, *British Journal of Management*, Vol. 12, pp. 217-30.
17. Harding, R. (2005), *Global Entrepreneurship Monitor*, UK National Report for 2004, London Business School, London. 47, 8/9.
18. Miner, J. and Raju, N.S. (2004), “Risk propensity differences between managers and Entrepreneurs and between low and high growth entrepreneurs: a reply in a more Conservative vein”, *Journal of Applied Psychology*, Vol. 89, pp. 3-13.
19. Boyd, N.G. and Vozikis, G.S. (1994), “The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurship”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 18 No. 4, pp. 63-77.
20. Brush, C.G., Greene, P.G. and Hart, M.M. (2001), “From initial idea to unique advantage: the entrepreneurial challenge of constructing a resource base”, *Academy of Management Executive*, Vol. 15 No. 1, pp. 64-78.
21. Martin, E.C. and Terblanche, F. (2003), “Building organizational culture that stimulates creativity and innovation”, *European Journal of Innovation Management*, Vol. 6 No. 1, pp. 64-74.
22. Fiet, J. (2001), “The theoretical side of teaching entrepreneurship”, *Journal of Business Venturing*, Vol. 16, No. 1.
23. Minniti, M. and Bygrave, W. (2001), “A dynamic model of entrepreneurial learning”, *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol. 25 No. 3.12,4

24. Littunen, H. (2000), "Entrepreneurship and the characteristics of the entrepreneurial personality", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 6 No. 6, pp. 295-309.
25. Antoncic, B. and Hisrich, R.D. (2003), "Clarifying the entrepreneurship concept", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 10 No. 1, pp. 7-24.
26. Anderson, A. and Miller, C. (2002), "Class matters: social capital in the entrepreneurial process", *Journal of Socio-Economics*, Vol. 32 No. 1, pp. 17-36.
27. Timmons, J.A. (1989), *The Entrepreneurial Mind*, **Brick House Publishing**, Andover, MA.

Archvie of SID

# SID



ابزارهای  
پژوهش



سرویس ترجمه  
تخصصی



کارگاه های  
آموزشی



بلاگ  
مرکز اطلاعات علمی



سامانه ویراستاری  
STES



فیلم های  
آموزشی

## کارگاه های آموزشی مرکز اطلاعات علمی



کارگاه آموزشی  
آموزش مهارت های کاربردی در تدوین و چاپ مقالات ISI

آموزش مهارت های کاربردی  
در تدوین و چاپ مقالات ISI



کارگاه آموزشی  
روش تحقیق کمی

روش تحقیق کمی



کارگاه آموزشی  
آموزش نرم افزار Word برای پژوهشگران

آموزش نرم افزار Word  
برای پژوهشگران