

نهادینه کردن آموزش کارآفرینی در نظام آموزش عالی

مهتاب پورآتشی*

چکیده

از اهداف هر نوع آموزش، می‌توان به تغییر در دانش، بینش و ایجاد و پرورش توانایی‌ها و مهارت‌هایی در فراگیران اشاره کرد تا این تغییرات به بهتر زندگی کردن فرد کمک نماید. از جمله مباحث جدیدی که امروزه در آموزش علوم مختلف وارد شده، بحث کارآفرینی است. تواناسازی دانشجویان برای ایجاد کسب و کار جدید، نیاز به آموزش در زمینه مهارت‌های کسب و کار و مهارت‌های کارآفرینی دارد؛ بنابراین، مقاله حاضر که به روش کتابخانه‌ای انجام شده، درصدد است تا به بحث در خصوص نهادینه کردن آموزش کارآفرینی در نظام آموزش عالی بپردازد. در این قالب، موضوع‌هایی نظیر مفهوم کارآفرینی، سابقه آموزش کارآفرینی در نظام آموزش عالی، اهداف آموزش کارآفرینی و... مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرد.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، آموزش عالی، آموزش کارآفرینی، دانشجو

مقدمه

امروزه بیکاری در بسیاری از کشورهای جهان حتی در کشورهای پیشرفته صنعتی به عنوان یک مشکل اساسی وجود دارد. حل این مشکل، سیاستگذاران غالب کشورها را با چالش‌های بزرگی روبه‌رو کرده است، به گونه‌ای که می‌توان گفت ثبات و زوال برخی از دولت‌ها در گرو حل بحران بیکاری می‌باشد (رضازاده و دیگران، ۱۳۸۱). این مسئله در کشور ما نیز شرایط حادثتری به خود گرفته است، به گونه‌ای که نرخ رسمی بیکاری از ۹/۱ درصد در سال ۱۳۷۵ به ۱۴/۲ درصد در سال ۱۳۸۰ رسیده است (رضازاده و دیگران، ۱۳۸۱). چالش‌های اشتغال یا موضوع کار و بیکاری نه فقط یکی از مهم‌ترین مسائل اجتماعی روز در کشور به شمار می‌آید، بلکه با توجه به میزان رشد جمعیت در دو دهه گذشته، می‌توان آن را مهم‌ترین چالش اجتماعی چند دهه آینده نیز به حساب آورد (عزیزی و حسینی ۱۳۸۵). رفع معضل بیکاری، ایجاد و تقویت راهکارهای اشتغال‌زایی و خوداشتغالی و حرکت به سمت توسعه جامعه، نیاز به تربیت و آموزش افراد کارآفرین، کارآمد و خلاق را دوچندان کرده است (حسینی و خسروی‌پور، ۱۳۸۵). از آنجایی که بخش عمده‌ای از نیروهای متخصص مورد نیاز جامعه از برون‌دادهای آموزش عالی می‌باشد، نقش آموزش عالی در توسعه کارآفرینی بسیار حیاتی و تعیین‌کننده خواهد بود. اگر نظام آموزش عالی نتواند خود را با این دگرگونی‌ها وفق دهد و پا به پای این تحولات حرکت نکند، کارایی و بازدهی مفید خود را از دست خواهد داد (اسکندری، ۱۳۸۵).

پوستیگو^۱ (۲۰۰۲) بر این عقیده است که توسعه کارآفرینی میان دانشجویان فواید زیر را در بردارد: قانونی کردن کارآفرینی و توسعه یک فرهنگ کارآفرینانه با هدف تسریع رشد اقتصادی از طریق رونق شرکت‌ها و مشاغل جدید، تغییر نگرش‌ها درباره کارآفرین و کارآفرینی در میان دانشجویان، دسترسی به عقیده خلق شغل، توسعه و تحریک مهارت‌های کارآفرینان در طول تحصیل، آماده کردن دانشجویان برای بازار کار پویا و مشارکت در توسعه کارآفرینان. در این رابطه، باهران و شیخ احمد (۲۰۰۲) بیان می‌کنند که یادگیری کارآفرینی احتمال موفقیت دانش‌آموختگان دانشگاهی را در ایجاد کسب و کارهای جدید افزایش خواهد داد؛ به علاوه، تشویق رفتار کارآفرینانه دانشجویان در دانشگاه‌ها، به راه‌اندازی کسب و کارهای نوپا کمک خواهد نمود. باتوجه به آنچه ذکر شد، مقاله حاضر درصدد است تا به بحث در خصوص نهادینه کردن آموزش کارآفرینی در نظام آموزش عالی بپردازد. از این‌رو ناگزیر به طرح مباحثی نظیر: بیان مفهوم کارآفرینی، مفهوم آموزش کارآفرینی، اثرات آموزش کارآفرینی، آموزش

کارآفرینی در سطح آموزش عالی، سابقه آموزش کارآفرینی در نظام آموزش عالی، اهداف آموزش کارآفرینی، طبقه‌بندی آموزش کارآفرینی و محتوا و برنامه آموزش کارآفرینی خواهیم بود. این مقاله، با مرور و بررسی منابع مکتوب فارسی و انگلیسی و جست و جو در شبکه جهانی اینترنت تنظیم شده است. می‌توان از مجموعه مباحث مطرح شده به عنوان سرآغاز مطالعات مختلف در زمینه آموزش کارآفرینی استفاده نمود.

مفهوم کارآفرینی

امروزه، ادبیات وسیع و غنی در زمینه کارآفرینی وجود دارد. به خاطر ماهیت میان‌رشته‌ای آن، محققان مختلفی در زمینه‌های علمی گوناگون شامل مردم‌شناسی، تاریخ، مدیریت، جامعه‌شناسی و اقتصاد آن را مورد بحث و بررسی قرار می‌دهند (گیب، ۲۰۰۲).

واژه کارآفرینی از کلمه فرانسوی **Entreprene** به معنای متعهد شدن گرفته شده است. براساس تعریف لغت‌نامه وبستر، کارآفرین کسی است که متعهد می‌شود، مخاطره‌های زمینه‌یابی، سازماندهی، راه‌اندازی و مدیریت یک فعالیت اقتصادی را تقبل کند. این واژه در لغت به معنای واسطه و دلال^۲ می‌باشد، اما از بعد علمی، فرایندی است که منجر به ارزش‌آفرینی در جامعه می‌شود.

گاردنر^۳ (۲۰۰۲) کارآفرینی را فرایند راه‌اندازی یک سازمان جدید می‌نامد. هیسریچ^۴ و پیترز^۵ (۲۰۰۳) آن را فرایند ایجاد چیزی متفاوت و ارزشمند تعریف می‌کنند که طی آن فرد از طریق اختصاص دادن تلاش و زمان ضروری و قابل ملاحظه و پذیرفتن ریسک مالی، فیزیکی و اجتماعی، به سود مالی و نیز رضایت شخصی می‌رسد. همان‌گونه که هنری و دیگران^۱ (۲۰۰۳) بیان می‌کنند، متداول‌ترین تعریف از کارآفرینی فرایند راه‌اندازی یک کسب و کار و مدیریت تداوم و رشد آن است. در مجموع باید اظهار داشت که برای واژه کارآفرینی دامنه وسیعی از تعریف‌های مختلف وجود دارد؛ همچنین، به نظر می‌رسد که ارائه یک تعریف واحد که بتوان از آن به عنوان تعریف صحیح نام برد، وجود ندارد؛ زیرا دامنه وسیعی از تعاریف از راه‌اندازی یک کسب و کار گرفته تا به کارگیری ویژگی‌ها و رفتارهای منحصر به فرد و ارزش‌آفرین و نوآوری مورد استفاده قرار گرفته است. از طرف دیگر، بررسی ادبیات موضوع، بیانگر آن است که

1. Gibb
2. Between-Taker
3. Gardner
4. Hisrich
5. Peters
6. Henry et al

در محیط‌ها و زمینه‌های مختلف اقتصادی - اجتماعی، محققان براساس شرایط خاص محیط مورد مطالعه، تعریف مفهومی و عملیاتی ویژه‌ای را ارائه کرده‌اند (هنری و دیگران، ۲۰۰۳).

مفهوم آموزش کارآفرینی

به خاطر عدم توافق و اجماع عمومی در زمینه کارآفرینی، نوعی سردرگمی و اختلاف عقیده در زمینه ادبیات و محدوده‌های آموزش کارآفرینی وجود دارد؛ به طوری که تفاسیر و تعاریف مختلفی از آموزش کارآفرینی ارائه شده است (اسکندری، ۱۳۸۵). در رابطه با واژه آموزش کارآفرینی دو مفهوم ادبیات مشاهده می‌شود:

۱. آموزش ویژگی‌های کارآفرینانه^۱: به دامنه وسیعی از شایستگی‌ها و توانمندی‌ها جهت یادگیری کارآفرینانه تأکید دارد. در این آموزش، اعتقاد بر این است که با توجه به شرایط متغیر جامعه جهانی و سرعت تغییرات، افراد بایستی یاد بگیرند که چگونه در سرتاسر زندگی به صورت کارآفرین رفتار کنند و لذا دامنه آن بسیار وسیع‌تر از صرفاً کسب و کار می‌باشد (کوریلسکی^۲، ۲۰۰۴؛ گیب، ۲۰۰۲)؛

۲. آموزش کارآفرینی^۳: تأکید بر ویژگی‌ها، توانمندی‌ها و مهارت‌هایی دارد که افراد برای راه‌اندازی، رشد و مدیریت کسب و کار بایستی به آنها مجهز شوند (کوریلسکی، ۲۰۰۴؛ گیب، ۲۰۰۲).

گیب (۲۰۰۲) بیان می‌کند که تفاوت اصلی میان دو مفهوم این است که آموزش ویژگی‌های کارآفرینانه در معنای وسیع بر روی مهارت‌ها و توانمندی‌هایی تأکید دارد که در هر شرایط و محیطی کاربرد دارد، اما آموزش کارآفرینی عمدتاً بر روی مهارت‌های لازم جهت راه‌اندازی و مدیریت کسب و کار تأکید دارد؛ بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که در آموزش ویژگی‌های کارآفرینانه بر روی ابعاد کسب و کار تمرکز نمی‌شود و مهارت‌هایی نظیر راه‌اندازی یک کسب و کار و مدیریت آن مورد توجه قرار نمی‌گیرد؛ در حالی که در آموزش کارآفرینی، بخش عمده تأکید آموزش بر روی این است که چگونه می‌توان آن یک کسب و کار مستقل را به صورت انفرادی و یا گروهی راه‌اندازی و مدیریت کرد.

اثرات آموزش کارآفرینی

آموزش کارآفرینی می‌تواند اثرات بسیار زیادی را در جامعه به دنبال داشته باشد. این اثرات را می‌توان در ابعاد فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و اقتصادی مورد بررسی قرار داد. از ابعاد بسیار مهم کارآفرینی، ایجاد شغل و استخدام افراد در این گونه شرکت‌های نوپا

1. Enterprise Education
2. Kourilsky
3. Entrepreneurship Education

می‌باشد که خود می‌تواند اثرات اقتصادی، اجتماعی و سیاسی خاصی را به دنبال داشته باشد. این مسئله به ویژه از لحاظ سیاسی و اجتماعی و به خاطر کاهش تنش‌های ناشی از بیکاری و همچنین، جنبه‌های روانی آن بر افراد بیکار، می‌تواند یک مزیت غیرقابل انکار برای آموزش کارآفرینی محسوب شود (حسینی و خسروی پور، ۱۳۸۵). به علت گستردگی بحث، فقط اثرات اقتصادی را با تأکید بیشتری مد نظر قرار می‌دهیم:

- آموزش کارآفرینی مشارکت بخش خصوصی را جلب می‌کند؛
- آموزش کارآفرینی استقلال مالی افراد کارآفرین را سبب می‌شود؛
- آموزش کارآفرینی باعث افزایش انتقال فناوری از دانشگاه به بخش خصوصی خواهد شد (رینولد و دیگران، ۲۰۰۱)؛
- آموزش کارآفرینی، توانایی دانش‌آموختگان را در کسب ثروت و افزایش تمکن مالی بیشتر می‌کند؛ حدوداً درآمد سالیانه دانش‌آموختگان کارآفرین ۲۷ درصد بیشتر از متوسط درآمد سالیانه دانش‌آموختگان غیرکارآفرین است؛
- آموزش کارآفرینی حمایت از خلاقیت و نوآوری را افزایش می‌دهد؛ دانش‌آموختگان کارآفرین استعداد و شایستگی بیشتری در توسعه محصولات جدید نسبت به دانش‌آموختگان غیرکارآفرین دارند؛ این افراد زمان بیشتری را در تحقیق و توسعه فعالیت‌های مرتبط با کار صرف می‌کنند (کوریلسکی، ۲۰۰۴).

آموزش کارآفرینی در سطح آموزش عالی

رویکرد اکثر کشورهای جهان در دهه‌های اخیر به موضوع کارآفرینی و توسعه آن، موجب شده موجی از سیاست‌های توسعه کارآفرینی در دنیا ایجاد شود. کشورهای مختلف به راه‌حلی در سه دهه گذشته برای فایق آمدن بر مشکلات مختلف اقتصادی و اجتماعی روی آورده‌اند که در ذیل بدان اشاره می‌شود:

- توسعه فرهنگ کارآفرینی،
 - انجام حمایت‌های لازم از کارآفرینان،
 - ارائه آموزش‌های مورد نیاز به کارآفرینان،
 - انجام تحقیقات و پژوهش‌های لازم در این زمینه (مقیمی و همکاران، ۱۳۸۳).
- امروزه به علت افزایش گرایش افراد به فعالیت‌های کارآفرینانه، آموزش کارآفرینی به موضوع مهمی تبدیل شده است. پژوهش‌ها نشان می‌دهد که مهم‌ترین عامل مؤثر در حرکت کارآفرینی از قوه به فعل، بروز روحیه کارآفرینی در افراد از طریق آموزش می‌باشد (غلامی، ۱۳۸۲)؛ بنابراین، همان‌طور که گفته شد، عامل انسانی، مهم‌ترین جنبه

کارآفرینی بوده و آموزش عامل انسانی در روند پیشرفت کارآفرینی تأثیر بسزایی خواهد داشت.

یکی از ابعاد گسترش کارآفرینی متوجه آموزش کارآفرینی در تمامی سطوح نظام آموزشی به ویژه آموزش عالی بوده است (بوک^۱، ۲۰۰۰). امروزه آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی تبدیل به یک پدیده جهانی شده است که در اکثر کشورها اعم از توسعه یافته و در حال توسعه رشد یافته است. «وستد» و دیگران^۲ (۲۰۰۵) به اهمیت و گسترش این موضوع به شکل زیر اشاره می‌کنند:

کشورهای مختلف با هدف ترغیب و تشویق نوگرایی، رقابت، ارزش‌آفرینی، اشتغال‌زایی و افزایش سودآوری اقتصادی در سطح محلی و ملی، برنامه‌های متعددی را جهت توسعه کارآفرینی طراحی و اجرا می‌کنند تا از طریق آنها تمایل و گرایش افراد به سمت و سوی خوداشتغالی و راه‌اندازی یک کسب و کار جدید و مستقل بیشتر شود. با توجه به اعتقاد بین‌المللی به نقش کارآفرینی به عنوان یک راهبرد اقتصادی در جهت پاسخ به نیازهای همواره در حال تغییر بازارکار و کاهش نرخ بیکاری از طریق ایجاد شغل، محققان، تئوری‌پردازان، مدرسان، برنامه‌ریزان آموزشی متعددی اعتقاد دارند که بایستی آموزش کارآفرینی نقش پررنگی در برنامه‌های درسی سطوح مختلف نظام آموزشی داشته باشد (میراه^۳، ۲۰۰۳).

سابقه آموزش کارآفرینی در نظام آموزش عالی

امروزه آموزش کارآفرینی به یکی از مهم‌ترین و گسترده‌ترین فعالیت‌های دانشگاه‌ها تبدیل شده است. طی دهه ۱۹۸۰، دانشگاه‌ها برحسب ویژگی گروه‌های تحت آموزش و نیازهای محلی، منطقه‌ای و ملی برنامه‌های آموزشی متعددی را برای سازمان‌های خصوصی و ملی طراحی نموده‌اند. دولت‌های اروپایی نیز حمایت‌های ویژه‌ای از فعالیت‌هایی که در جهت تشویق کارآفرینی بین جوانان لازم است، ایجاد کرده‌اند (احمدپور داریانی، ۱۳۸۲). گیب (۲۰۰۲) بیان می‌کند که در دهه هشتاد در بریتانیا برنامه‌های مختلفی به منظور گسترش و بهینه‌سازی مفهوم داد و ستد طراحی شد و مورد حمایت بخش خصوصی و دولتی قرار گرفت و بعد از کاهش فعالیت‌ها در اوایل دهه نود، نظر به بهبود بخشیدن به کارآفرینی در میان دانشجویان مقاطع دوم و سوم از سر گرفته شد و تأکید بیشتر بر مفهوم کارآفرینی معطوف شد.

1. Buck
2. Westhed et al
3. Myrah

در امریکا آموزش کارآفرینی در آموزش عالی دارای یک سابقه ۴۰ ساله است و امروزه آموزش کارآفرینی در سرتاسر رشته‌های تخصصی دانشگاهی گسترده شده است. امروزه تقریباً در هر دانشگاهی حداقل یک درس کارآفرینی ارائه می‌شود (بیچاره^۱ و گرگوری^۲، ۲۰۰۵).

سابقه آموزش کارآفرینی در آموزش عالی کشورهای در حال توسعه به اوایل ۱۹۹۰ بر می‌گردد (اسکندری، ۱۳۸۵). از آن به بعد، دلایل مختلفی نظیر افزایش نرخ بیکاری مشاهده تأثیر برنامه‌های کارآفرینی و آموزش آن در رشد اقتصادی کشورهای توسعه یافته، سبب شد تا کارآفرینی بیشتر مورد توجه قرار گیرد. امروزه در هند، آموزش کارآفرینی در سطح آموزش عالی یک پدیده پذیرفته شده و عادی به شمار می‌رود (اسکندری، ۱۳۸۵).

در ایران تا آغاز برنامه سوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، به کارآفرینی توجهی نشده بود، اما در این برنامه، به علت وجود بیکاری گسترده به ویژه در میان جوانان و دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها و پیش‌بینی تشدید این معضل در دهه ۱۳۸۰، کارآفرینی مورد توجه قرار گرفت (مقیم، ۱۳۸۱).

بر اساس بند ۲- الف، راهکارهای اجرایی بخش آموزش عالی مندرج در جلد دوم پیوست شماره ۲ لایحه برنامه پنج ساله سوم توسعه، کارآفرینی و کارآمدی دانشجویان و دانش‌آموختگان از راه تحول برنامه‌ها و شیوه‌های آموزشی تأکید شده است؛ بنابراین، به منظور توسعه و ارتقای سطح کارآفرینی، به ویژه ابعاد آموزشی و پرورشی دانشجویان و دانش‌آموختگان مقاطع گوناگون تحصیلی و فراهم آوردن مشارکت هر چه بیشتر دانشگاهیان در توسعه کشور، آیین‌نامه طرح توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌های کشور تهیه و برای اجرا به دانشگاه‌ها ابلاغ شد (کاراد، ۱۳۸۱).

توسعه کارآفرینی در سطح وزارتخانه‌های علوم، تحقیقات و فناوری، بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، جهاد کشاورزی و صنایع و معادن و نیز جهاد دانشگاهی مطرح و در حال اجراست. وزارت علوم، تحقیقات و فناوری مسئولیت اجرای «طرح توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌های کشور» را که به اختصار «کاراد» نامیده می‌شود، به سازمان سنجش آموزش کشور واگذار کرده است. این سازمان نیز از اواخر سال ۱۳۷۹ نسبت به سازماندهی آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌های مجری طرح اقدام نموده است (مقیم، ۱۳۸۱)؛

بنابراین، می‌توان گفت اگرچه موضوع آموزش و پرورش کارآفرینان از ابتدای برنامه سوم توسعه اقتصادی کشور مورد توجه قرار گرفت، اما نخستین گام رسمی جهت

1. Bechard

2. Gregorie

آموزش کارآفرینی با تصویب طرح کاراد در سال ۱۳۷۹ برداشته شد (مقیمی، ۱۳۸۱). با اجرای این طرح، فعالیت‌های ترویجی مثل انتشار کتب، مقالات و سخنرانی‌ها و ... شروع شد و فعالیت‌های آموزشی هم با برگزاری دوره‌های آموزشی و در ادامه، ارائه ۳ واحد درس انتخابی با عنوان کارآفرینی برای دانشجویان کارشناسی ادامه یافت و در کنار اینها در بعضی دانشگاه‌ها نیز اقدام به اجرای دوره‌های پیش رشد گردید و کارگاه‌هایی نیز برگزار شد (مقیمی، ۱۳۸۱)، ولی وقتی به مقایسه آموزش کارآفرینی در سطح دانشگاه در ایران و سایر کشورها مخصوصاً کشورهای اروپایی و امریکایی توجه می‌شود، علاوه بر مشخص شدن میزان فاصله بسیار زیاد با آنها، به ناکافی بودن آموزش‌های کارآفرینی در دانشگاه‌های کشور برخورد می‌شود (آراسته، ۱۳۸۲).

اهداف آموزش کارآفرینی

سه خصیصه و ویژگی مهم نوآوران و کارآفرینان در دانش، بینش و مهارت‌های آنان خلاصه می‌شود. در نظام آموزش رسمی غالباً با دانش افراد سروکار داریم و به صورت جامع با آن برخورد می‌شود. در این نظام به مهارت‌های افراد توجه سطحی می‌شود و غالب افراد در این زمینه به نتایج سودمندی دست نخواهند یافت. بینش افراد به عنوان یک نیروی روان‌شناختی - اجتماعی دارای زمینه فرهنگی است و از اهمیت خاصی در تأثیرگذاری بر الگوهای رفتاری نوآوران و کارآفرینان برخوردار است؛ بنابراین، اگر آموزش می‌تواند بر کارآفرینی تأثیرگذار باشد، نکته اساسی این است که این امر نه تنها باید از طریق دانش و مهارت صورت گیرد، بلکه باید از طریق تشویق فعالیت‌های مخاطره‌آمیز نیز انجام شود (رینولد و دیگران، ۲۰۰۱).

میلز (۱۹۸۸) در بررسی خود که بر روی ۱۵ مدرسه کارآفرینی مطرح در ایالات متحده انجام شد، دو هدف مهم را در برنامه‌های آموزشی کارآفرینی مشخص ساخت؛ این اهداف عبارت‌اند از:

۱. افزایش آگاهی و درک فرایند شروع و مدیریت یک کسب و کار جدید،
۲. افزایش آگاهی دانشجویان در مورد مالکیت کسب و کارهای کوچک به عنوان یک گزینه شغلی بسیار مهم.

سولمان و دیگران^۱ (۲۰۰۲) اهداف مختلف دوره‌های آموزش کارآفرینی را به صورت زیر ارائه کردند

- کسب دانش مربوط به کارآفرینی
- کسب مهارت در تحلیل فرصت‌های اقتصادی و ترکیب برنامه‌های عملیاتی،
- تعیین و تقویت ظرفیت، استعداد و مهارت کارآفرینی،
- القای مخاطره‌پذیری در فنون تحلیلی،
- توسعه همفکری و حمایت متقابل در جنبه‌های انحصاری کارآفرینی،
- تقویت نگرش‌ها در جهت پذیرش تغییر،
- تشویق فعالیت‌های اقتصادی جدید و دیگر فعالیت‌های کارآفرینانه.

هیسریچ و پیترز (۲۰۰۳) به جای در نظر گرفتن اهداف برنامه‌های کارآفرینی از دیدگاه دست‌اندرکاران و مربیان، این اهداف را از دیدگاه فراگیران مورد بررسی قرار دادند. چند نمونه از اهداف یادگیری کارآفرینی که توسط فراگیران اشاره شده است، عبارت از گسترش فهم قدرت و ضعف انواع مختلف داد و ستدها و همچنین، فرصت ارزیابی مهارت‌های کارآفرینی توسط خود شخص می‌باشد. علاوه بر آن، اهدافی نظیر بازاریابی، جنبه‌های مالی، طراحی عملیاتی، سازماندهی، طراحی ایجاد شغل جدید به همراه کسب منابع نیز تأکید شده است.

در مجموع، کامل‌ترین طبقه‌بندی از اهداف آموزش کارآفرینی در آموزش عالی را می‌توان به صورت زیر دسته‌بندی نمود:

۱. درک مفاهیم و دستیابی به دانش مرتبط به کارآفرینی،
۲. کسب مهارت‌های لازم به منظور استفاده از متون مختلف مرتبط به کارآفرینی،
۳. افزایش دانش و آگاهی دانشجویان در زمینه استعداد، سابقه و مهارت‌های کارآفرینانه،
۴. توانمندسازی دانشجویان در زمینه اینکه قادر باشند، ریسک موجود را کاهش دهند،
۵. فراهم نمودن فرصت‌های مناسب برای دانشجویان جهت درک ابعاد خاص کارآفرینی،
۶. ترغیب در زمینه پیش قدم شدن در تغییرپذیری و نوآوری نه اینکه منتظر تغییر باشند و بعد سعی کنند خود را با آن سازگار کنند (اسکندری، ۱۳۸۵).

طبقه‌بندی آموزش کارآفرینی

حسینی و خسروی‌پور (۱۳۸۵) به نقل از جیمسون^۲ (۱۹۸۴) یک چارچوب سه طبقه را برای سازماندهی آموزش کارآفرینی ارائه می‌دهند:

1. Solomon et al
2. Jimson

طبقه اول، آموزش درباره داد و ستد، بیشتر به ایجاد آگاهی می‌پردازد و اهداف خاصی را در آموزش افراد و در ابعاد مختلف برپایی و اداره کسب و کار از نظر تئوریک دنبال می‌کند؛

طبقه دوم، آموزش برای داد و ستد، بیشتر به آماده‌سازی کارآفرینان مشتاق و مستعد برای خوداشتغالی با اهداف خاصی برای ترغیب شرکت‌کنندگان برای برپایی و اداره کردن کسب و کار خود می‌پردازد؛

طبقه سوم، آموزش در داد و ستد، به آموزش مدیریت برای کارآفرینان آماده به کار می‌پردازد و بر تضمین رشد و توسعه آینده کسب و کار تأکید می‌کند.

در طبقه‌بندی آموزش کارآفرینی، گاراوان و اسپندی (۱۹۹۴) تفکر وسیع‌تری را اتخاذ کردند و بین آموزش کارآفرینی از یک سو و آموزش و تربیت صاحبان کسب و کاری کوچک از سوی دیگر تفاوت قائل شده‌اند. بخش اول این طبقه‌بندی به عنوان آموزش آگاهی و کسب و کارهای کوچک نامگذاری شده است. هدف این نوع آموزش، افزایش تعداد افراد مطلع است که این کسب و کارهای کوچک را به عنوان گزینه‌ای شغلی در آینده در نظر داشته باشند. دسته دوم، به شرح آموزش و تربیت مالکان کسب و کاری کوچک می‌پردازد. هدف این نوع آموزش، فراهم کردن کمک‌های عملی قابل استفاده برای کسانی است که تمایل دارند از اشتغال سنتی به سمت خوداشتغالی گام بردارند. سازمان بین‌المللی کار (۱۹۹۸)، دوره‌های آموزشی کارآفرینی را شامل چهار دسته اصلی می‌داند:

دسته اول: برنامه‌هایی برای آگاهی و جهت‌گیری به سوی کارآفرینی که هدف، افزایش آگاهی، درک و بینش نسبت به کارآفرینی به عنوان یک انتخاب شغلی برای افراد از تمامی اقشار اجتماعی است؛

دسته دوم: شامل برنامه‌های آموزشی می‌باشد که توسعه تأسیس شرکت‌ها را پوشش می‌دهد؛ این برنامه‌ها به اقتضای شرایط خاص هر کشور طراحی شده‌اند؛

دسته سوم: دوره‌هایی جهت رشد و بقای کارآفرینان و شرکت‌های کوچک طراحی شده است که شرکت‌های کوچک موجود را پوشش می‌دهد؛

دسته چهارم: برنامه توسعه آموزش کارآفرینی می‌باشد که شامل شیوه‌های جدید آموزشی و تعیین نقش‌های نوین دانشجو و استاد در فرایند آموزش کارآفرینی است. آنچه در این قسمت قابل اهمیت است، اینکه تقسیم‌بندی‌های دیدگاه‌های ذکر شده تقریباً هم‌جهت و یکسان هستند و به نوعی یکدیگر را تکمیل می‌کنند.

محتوا و برنامه آموزش کارآفرینی

ارائه فرصت‌های آموزشی برای جوانان با چالشی اساسی روبه‌روست و آن اینکه چگونه نقش کارآفرینی را درک کنند و چگونه دانش و مهارت‌های مورد نیاز را کسب کنند. به طور کلی می‌توان گفت که کارآفرینی با سه ویژگی زیر مشخص می‌شود:

■ شناسایی و تشخیص فرصت‌ها و ارائه یک ایده شغلی (خدماتی یا تولیدی) برای عملیاتی کردن ایده،

■ هماهنگی و سازماندهی منابع در مواجهه با مخاطرات برای تعقیب فرصت‌ها،

■ ایجاد سازمان‌های حرفه‌ای و عملیاتی برای اجرایی کردن ایده‌های شغلی ارائه شده (اسلاتر^۱، ۱۹۹۵).

کارآفرینی هرگز نمی‌تواند بدون پیش‌نیازهای اصلی مدیریت کسب و کار (تشخیص فرصت‌ها، تدارک منابع و ایجاد فعالیت‌های کسب و کار) انجام پذیرد؛ از این‌رو آموزش کارآفرینی نیز نمی‌تواند بدون تأکید بر این پیش‌نیازها اثربخش باشد.

از نظر شکلی، برنامه‌های آموزش کارآفرینی غالباً شامل موارد زیر می‌باشد:

۱. کلاس‌هایی که در آنها ایده‌های کسب و کار توسط گروه‌های دانشجویان ارائه می‌شود؛

۲. کلاس‌های تصمیم‌گیری که در آن دانشجویان به تقسیم وظایف مدیریتی کسب و کار می‌پردازند (راندولف^۲ و پوسنر^۳، ۱۹۹۷).

متأسفانه این قبیل برنامه‌ها به صورت محدود و جزئی صورت می‌گیرد و دانشجویان نمی‌توانند شخصاً تحقیق در فرصت‌های بازار و ارائه ایده‌های مرتبط با کسب و کار جدید را تجربه کنند. آنان امکان تجربه چالش‌های تأمین منابع و مخاطرات موجود در سرمایه‌گذاری را ندارند و این‌گونه فرصت‌ها به وسیله گروه‌های خاص و با دخالت مربیان از دست می‌رود.

هیسریچ و پیترز (۲۰۰۳) به منظور طراحی محتوا و برنامه آموزش کارآفرینی، رهیافتی پودمانی را پیشنهاد می‌دهند. آنها می‌گویند که رهیافت فوق باید به نحوی طراحی گردد که بتواند به ترکیب کاملی از اهداف برنامه‌های آموزش کارآفرینی و مهارت‌های مورد نیاز جهت کارآفرینی دست یابد. هیسریچ و پیترز به منظور دستیابی به اهداف آموزش کارآفرینی و با در نظر گرفتن دو اصل بسیار مهم آن یعنی تصمیم‌گیری کارآفرینانه و فرایند کارآفرینی، مهارت‌ها و توانایی‌های مورد نظر جهت کارآفرین شدن را در سه طبقه گروه‌بندی کرده‌اند:

1. Slaughter
2. Randolph
3. Posner

۱. توانایی‌های شخصی کارآفرینان: شامل انگیزه توفیق، ریسک‌پذیری، استقلال‌طلبی، تغییرپذیری، نوآوری و آینده‌نگری، تلاشگری و سخت‌کوشی، مرکز کنترل درونی؛

۲. مهارت‌فنی: شامل ارتباط کتبی و شفاهی، مدیریت کسب و کار، کار تیمی، مهارت بین‌فردی، گوش دادن، توانایی سازماندهی، توانایی تشکیل شبکه‌های مورد نیاز، نظارت بر محیط پیرامون، سبک‌های مدیریتی و مربی‌گری؛

۳. مهارت‌های مورد نیاز جهت مدیریت کسب و کار: شامل برنامه‌ریزی و هدف‌گذاری، تصمیم‌گیری، مذاکره، بازاریابی، مالی، مدیریت، حسابداری، روابط انسانی در شرکت و سازمان، راه‌اندازی و مدیریت شرکت جهت رشد و توسعه.

در رهیافت پودمانی هیسریچ و پیترز، اهداف و مهارت‌های ذکرشده اساس و پایه برنامه آموزشی کارآفرینی را تشکیل می‌دهد.

یکی از کامل‌ترین محتواهای آموزشی، پیشنهادی است که برای آموزش کارآفرینی در سطح دانشگاه، از سوی گیب (۲۰۰۲) ارائه شده است. از دیدگاه گیب، با توجه به اینکه آموزش کارآفرینی رهیافتی جدید در نظام آموزش دانشگاهی است؛ بنابراین، یک برنامه جامع آموزش کارآفرینی بایستی تمام نیازهای آموزشی را تحت پوشش قرار دهد. به منظور طراحی محتوای آموزش کارآفرینی بایستی به نکات زیر توجه کرد (ماگنوس، ۲۰۰۰):

۱. بایستی نیازهای آموزش کارآفرینی در هریک از رشته‌های دانشگاهی را از طریق مطالعه محیط پیرامون و بررسی کسب و کارهای راه‌اندازی در زمینه موردنظر شناسایی نمود؛

۲. اهداف آموزش کارآفرینی در دانشگاه مورد نظر کدام یک از موارد زیر است؟

- آموزش "درباره" کارآفرینی،
- آموزش "از طریق" کارآفرینی و فعالیت‌های کارآفرینانه،
- آموزش "برای" کارآفرینی.

دستیابی به هریک از موارد فوق نیازمند محتوای آموزش خاص خود است. کامل‌ترین و جامع‌ترین برنامه آموزشی آن است که هر سه هدف فوق را دنبال کند (ماگنوس، ۲۰۰۰). محتوای در نظر گرفته شده بایستی به شکلی باشد که کلیه مراحل فرایند کارآفرینی و مهارت‌های مورد نیاز هر مرحله را تحت پوشش قرار دهد.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

همراه با آشکارشدن نقش و تأثیر کارآفرینی بر روند اشتغال‌زایی، تلاش در جهت آموزش و تعمیم دانش و روحیه کارآفرینی در بین دانشجویان که کارآفرینان بالقوه

محسوب می‌شوند، شدت گرفت. هدف از آموزش کارآفرینی، تربیت افرادی است که بتوانند پس از تکمیل تحصیلات خود، افرادی مؤسس باشند و کسب و کاری را ایجاد نمایند.

در رابطه با اشتغال‌زایی و نیز توسعه کارآفرینی، دانشگاه و در مجموع نظام آموزش عالی یکی از مهم‌ترین ارکان محسوب می‌شود. آموزش عالی می‌تواند از طریق آموزش بر خصیصه‌ها و توانایی‌های افراد، تأثیر مثبت بگذارد. مهارت‌های افراد از خصوصیات اکتسابی هستند که می‌توان از طریق آموزش، آنها را توسعه داد. آموزش عالی می‌تواند با طراحی دوره‌های کارشناسی ارشد و دکترای کارآفرینی، اقدام به تربیت نیروهای کارآفرین نماید. طی این دوره‌ها، آموزش عالی با توسعه و پرورش خصیصه‌های کارآفرینانه و نیز با افزایش توانایی مدیریتی و کارآفرینانه افراد، باعث افزایش عرصه کارآفرینی می‌گردد. در همین راستا، آموزش عالی می‌تواند با توجه به نیاز بازار کار به افراد متخصص که دانش مدیریتی و کارآفرینی دارند، اقدام به طراحی دروس در زمینه‌های مختلف ولی مرتبط با کارآفرینی برای تمام رشته‌ها نماید. در پایان، پیشنهادهایی به شرح زیر ارائه می‌شود:

- اختصاص دوره‌ها یا واحدهای درسی در دانشگاه‌ها در زمینه مفاهیم، اصول و تئوری‌های کارآفرینی، شناسایی فرصت‌ها و چگونگی بهره‌گیری از آنها و کسب مهارت‌های مدیریتی برای تحلیل یک موقعیت اقتصادی،
- برگزاری سمینارها، کارگاه‌ها و دوره‌های ویژه در زمینه کارآفرینی برای ارتقای سطح آگاهی، دانش و بینش دانشجویان،
- دعوت از نمونه‌های موفق دانش‌آموختگان کارآفرین و الگو قرار دادن آنان برای ایجاد انگیزه و نگرش مثبت در دانشجویان در رابطه با زمینه‌های کاری و امکان‌پذیری فعالیت‌های مبتنی بر علم و ابتکار،
- افزایش تعداد بازدیدها برای آشنایی بیشتر دانشجویان با مراکز کاری و تولیدی موجود در کشور، شناخت فعالیت‌ها، درک شرایط و محدودیت‌های آنان و درکل، تحکیم ارتباط متقابل جامعه و دانشگاه و آگاهی از نیازهای آنان.

منابع

- آیین‌نامه طرح توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌های کشور (کاراد)، شماره ۱۱/۲۵۱۹ مورخ ۱۳۸۱/۳/۲۷، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری.
- آراسته، حمید (۱۳۸۲). کارآفرینی و آموزش عالی: اصول و موانع. مجله رهیافت، شماره ۲۹، (۱۳-۵).
- احمدپور داریانی، محمود (۱۳۸۲). آیا کارآفرینی راهبرد دانشگاه‌ها را تغییر می‌دهد؟. مجله رهیافت، شماره ۲۹، (۲۶-۱۵).
- اسکندری، ف. (۱۳۸۵). بررسی و تبیین راه‌کارهای توسعه کارآفرینی در نظام آموزش عالی کشاورزی ایران. رساله دکترا، پردیس کشاورزی و منابع طبیعی، دانشگاه تهران.
- حسینی، م. و خسروی‌پور، ب. (۱۳۸۵). کارآفرینی: سیر تحول مفاهیم و دیدگاه‌ها و نقش و اهمیت آموزش در کارآفرینی، همایش آموزش کشاورزی کشور، تهران: دانشگاه تربیت مدرس.
- رضازاده، ح.، شیخان، ن. و احمدپور داریانی، محمود. (۱۳۸۱). کارآفرینی در آلمان. ماهنامه تخصصی بازاریابی، شماره ۲۲، (۶۰-۵۸).
- غلامی، کورش (۱۳۸۲). آموزش کارآفرینی در مدارس. گاهنامه مرکز مطالعات، تحقیقات و ارزشیابی آموزشی سازمان سنجش آموزش کشور، شماره ۷، ص ۳.
- مقیمی، فضل‌الله و همکاران (۱۳۸۳). گزارش نهایی طرح ارزیابی عملکرد دانشگاه‌های مجری طرح کاراد. تهران: سازمان سنجش آموزش کشور.
- مقیمی، فضل‌الله. (۱۳۸۱). کارآفرینی. گاهنامه مرکز مطالعات، تحقیقات و ارزشیابی آموزشی سازمان سنجش آموزش کشور، شماره سوم (۷).

- Baharun, R. & Sheikh Ahmad, F. (2002). Access to human capital in entrepreneurship education: A comparison of male and female students in technical discipline. *Akauntan National*. (Sept). pp 30-33.]
- Bechard, J. & Gregorie, D. (2005). Entrepreneurship education, research revisited. *The case of Higher Education academy of management learning & education*, 2005. Vol 4. No 1. pp 22-43.
- Buck, B. (2000). *Toward entrepreneurship education and training*. European training foundation.
- Gibb, A. (2002). Crating conducive environments for learning and entrepreneurship. *Industry and higher education*. pp 135-148.
- Henry, C., Frances, H., & Claire, L. (2003). *Entrepreneurship education and training*. London: Ashgate
- Hisrich, R.D. & Peters, P. (2003). *Entrepreneurship* (5th Ed.). New delhi: Tata Mc Graw-hill.
- Kourilsky, M. (2004). *Entrepreneurship education: opportunity in search of curriculum*. Business education forum.
- Magnos, K. (2000). Training entrepreneurship at universities: a Swedish case. *International Entrepreneurship Conference Proceeding*.
- Myrah, K. (2003). *A study of public post-secondary entrepreneurship education in British Columbia: The possibilities and challenges of an integrated approach*. The University of British Colombia, Canada.

- Postigo, S. (2002). Entrepreneurship education in Argentina. The case of Sananders University. Paper presented for the "Internationalizing Entrepreneurship education & training conference in Ent 2002 Malaysia, July 8-10.
- Randolph, W.A. & Posner, B.Z. (1997). Designing meaningful earning situations in management: a contingency decision tree approach. *Academy of management Review*, July, pp 67-459.
- Reynold, P.D., Camp, S.M., Bygrave, W.D., Autio, E. & Hay, M. (2001). *Global entrepreneurship monitor* (Kauffman center for Entrepreneurial Leadership).
- Slaughter, M.P. (1995). *Entrepreneurship education opportunity in search of curriculum*. (Center for Entrepreneurial Leadership, Ewing Marion Kauffman foundation), Published in Business Education Forum, October 1995.
- Solomon, G.T., Duffy, S., & Tarabishy, A. (2002). The state of entrepreneurship education in the United States: a nationwide survey and analysis. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 1(1), pp 65-86.
- Westhead, P., Ucbasaran, D. & Wright, M. (2005). Experience and cognition: do novice, serial and portfolio entrepreneurs differ? *International small business journal*, 23(1), pp 72-98.