



دانشگاه گیلان، دانشکده معارف و علوم انسانی

نشریه کارآفرینی در کشاورزی

جلد سوم، شماره چهارم، زمستان ۱۳۹۵

<http://jead.gau.ac.ir>

## ارائه الگوی مفهومی مؤلفه‌های خرد و کلان نظام آموزش کارآفرینی

\* صبا اجاقی<sup>۱</sup>، بیژن رضایی<sup>۲</sup>، نادر نادری<sup>۳</sup> و حبیب جعفری<sup>۳</sup>

<sup>۱</sup> کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی، آموزش و ترویج کارآفرینی، دانشگاه رازی کرمانشاه،

<sup>۲</sup> استادیار گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشگاه رازی کرمانشاه، <sup>۳</sup> استادیار گروه آمار، دانشگاه رازی کرمانشاه

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۸/۸؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۱۱/۱۱

### چکیده

امروزه آموزش کارآفرینی به یکی از مهم‌ترین و گسترده‌ترین فعالیت‌های دانشگاه‌ها تبدیل شده است. به دلیل این رسالت مهم، کیفیت خدمات در آموزش عالی در طی دو دهه اخیر توجه فزاینده‌ای را به خود جلب نموده است و به یک هدف مهم تبدیل شده است. در این پژوهش، با استفاده از روش کتابخانه‌ای و توصیفی، عوامل و مؤلفه‌های اثرگذار بر آموزش کارآفرینی در سطح خرد و کلان مشخص گردید و سپس الگوی مفهومی مؤلفه‌های اثرگذار بر نظام آموزش کارآفرینی ترسیم گردید. در این مدل، دانشجویان به‌عنوان ورودی‌های یک سیستم آموزشی، وارد محیط آموزشی شده و تحت تأثیر فرآیند آموزش قرار می‌گیرند و در نهایت خروجی نظام آموزشی، نیروهای متخصص، کارآفرین و موردنیاز بازار کار خواهند بود. آموزش‌های کارآفرینی در سطح کلان، متأثر از محیط سیاسی، محیط اقتصادی، محیط فرهنگی و در سطح خرد متأثر از اهداف آموزش کارآفرینی، محتوای دروس کارآفرینی، برنامه‌ها و سیاست‌های دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی، مهارت‌های مدرسان و مربیان کارآفرینی و روش تدریس می‌باشد.

**واژه‌های کلیدی:** آموزش کارآفرینی، محیط کلان، محیط خرد، مدل مفهومی

\*مسئول مکاتبه: [setareh\\_6968@yahoo.com](mailto:setareh_6968@yahoo.com)

## مقدمه

مسئله بیکاری به‌عنوان مانعی در مسیر توسعه کشورهای در حال توسعه از عمده‌ترین چالش‌های اقتصادی-اجتماعی و از مهم‌ترین تهدیدات برای امنیت و توسعه ملی کشورها محسوب می‌شود (کردنائیچ، ۱۳۸۴). از سوی دیگر بررسی جهان متغیر امروز و تغییر جایگاه دولت‌ها، سازمان‌ها و اشخاص مشخص می‌کند که امروزه جامعه نیاز به افرادی با مهارت‌های کارآفرینانه دارد که آن‌ها را قادر سازد با چالش‌های زندگی جهان امروز کنار بیایند. مضاف بر این، اشخاص فارغ از گزینه شغل یا وضعیت شخصی، بایستی قادر به بهره‌مندی از فراگیری رهیافت نوآورانه برای حل مسئله، سازگاری سریع‌تر با تغییرات، خوداتکایی بیشتر و توسعه خلاقیت خود از طریق مطالعه کارآفرینی باشند. شواهد نشان می‌دهد که افزایش آموزش‌های درست می‌تواند بیکاری را کاهش دهد (خسروی‌پور و همکاران، ۱۳۹۰). پس از ظهور کارآفرینی در دهه‌های اخیر، توسعه و رشد آن در برنامه‌های درسی و برنامه‌هایی که اختصاص به کارآفرینی دارند، چشمگیر بوده است. تعداد دانشکده‌ها و دانشگاه‌هایی که برنامه‌هایی را در رابطه با کارآفرینی ارائه می‌کنند در دهه ۱۹۷۰ از تعدادی اندک به ۱۶۰۰ دانشگاه در آغاز قرن بیست و یکم افزایش یافته است (طالبی و زارع یکتا، ۱۳۸۷).

آموزش کارآفرینی سیاستی است که به‌طور مستقیم در کمیت و کیفیت عرضه کارآفرین در یک جامعه اثر می‌گذارد (خانی جزنی، ۱۳۸۶). آموزش کارآفرینی می‌تواند یکی از اثرگذارترین شیوه‌ها برای انتقال آسان جمعیت دانش‌آموختگان به بازار کار باشد (سعیدی‌مهرآباد و مهتدی، ۱۳۸۷). تجارب به‌دست آمده نشان می‌دهد که به‌رغم توجه به آموزش‌های کارآفرینی در دانشگاه‌ها، این آموزش‌ها همواره با مشکلات جدی و عدیده‌ای مواجه بوده (زالی و رضوی، ۱۳۸۳) و نتوانسته‌اند انگیزه لازم برای راه‌اندازی کسب و کارهای کارآفرینانه را در دانش‌آموختگان ایجاد نمایند (رستمی و همکاران، ۱۳۹۰).

طی دو دهه اخیر تعداد دانشجویان کشور چندین برابر شده است، اما همزمان با این افزایش سایر عوامل آموزش عالی از جمله هیأت علمی و امکانات آموزشی و پژوهشی از رشد هماهنگ با جمعیت دانشجویی بهره‌مند نبوده‌اند (بازرگان و همکاران، ۱۳۷۹). به‌عبارتی دیگر در مقابل رشد «کمی» آموزش به عوامل «کیفی» توجه کمتری شده که در اثر این بی‌توجهی سطح کیفیت آموزش و پژوهش دانشگاه‌ها پایین آمده است. بررسی‌های به عمل آمده نشان می‌دهند که دانش‌آموختگانی که محصول نظام آموزش عالی کشور به‌شمار می‌آیند، فاقد توانمندی‌های لازم هستند و به‌جای ایجاد فرصت‌های شغلی و

کارآفرینی و مشارکت در توسعه ملی خود به دنبال استخدام شدن، مخصوصاً در بخش دولتی هستند (پزشکی‌راد و محتشم، ۱۳۸۲).

از یک سو توجه به کیفیت آموزش عالی به‌منظور هدر نرفتن نیروهای عظیم انسانی، منابع مادی و مالی لازم و هماهنگی بین توسعه نظام‌های آموزشی و کارایی آن امری ضروری است. از سوی دیگر، اصلاح ساختار، شیوه‌ها و اهداف آموزش عالی بدون در نظر گرفتن و همراه ساختن آن با کیفیت، یک سری اصلاحات ظاهری است و دگرگونی بنیادی را به دنبال نخواهد داشت. دانشگاه برای حفظ پویایی خود نیازمند برنامه‌ریزی‌های توسعه‌ای و راهبردی، بهبود فرآیندها و روش‌ها و کنترل مستمر کیفیت است. بر این مبنا ارتقای کیفیت خدمات از اهمیت زیادی برخوردار است چرا که بر کاهش هزینه‌ها و افزایش سطح رضایتمندی تأثیرات قابل توجهی بر جای می‌گذارد (حمیدی‌رادی، ۱۳۹۲). لذا با توجه به اهمیت روزافزون مقوله آموزش کارآفرینی، در پژوهش حاضر، سعی شده است با استفاده از مؤلفه‌های خرد و کلان تأثیرگذار بر آموزش کارآفرینی، مدل مفهومی نظام آموزش کارآفرینی ترسیم گردد.

**مبانی نظری:** ظهور و توسعه کارآفرینی یک پدیده تصادفی نیست، بلکه این پدیده وابسته به فاکتورهای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی است که غالباً به‌عنوان شرایط توسعه کارآفرینی فهرست می‌گردند. فاکتورهایی نظیر منابع مالی، روش‌های مدیریت کسب و کار و شناخت فرصت‌ها و تهدیدات بازار از مهم‌ترین پیش‌نیازهای تأسیس کسب و کار هستند. نقش دولت‌ها به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه در حمایت از کارآفرینان در ایجاد تسهیلات و خدمات اولیه و فراهم آوردن انگیزه‌ها و اعطای امتیازات لازم است که می‌تواند فعالیت‌های کارآفرینی را تسهیل نماید. از این‌رو حمایت‌های دولتی به‌عنوان مؤثرترین عامل رشد کارآفرینی به حساب می‌آیند. عوامل تأثیرگذار بر توسعه آموزش‌های کارآفرینی در دو سطح طبقه‌بندی می‌شوند که عبارتند از (آبتین، ۱۳۹۰):

### سطح کلان

**محیط سیاسی (سیاست‌ها و اقدامات دولت):** بهترین بستر برای این‌که هر کارآفرین بتواند ایده خود را به مرحله اجرا برساند، راه‌اندازی یک کسب و کار کوچک است. شرط راه‌اندازی یک بنگاه کوچک و ادامه فعالیت برای اجرای ایده‌های کارآفرینانه، فراهم بودن بسترهای لازم می‌باشد. این بسترسازی

وظیفه اصلی دولت از طریق قانون‌گذاری، رفع موانع قانونی و اجرای سیاست‌های حمایتی صحیح و غیره می‌باشد. دولت از طریق اعمال خط‌مشی در وزارتخانه‌ها و مؤسسات می‌تواند موجب شکوفایی کارآفرینی شود (همان منبع).

به اعتقاد متخصصان کارآفرینی، علاوه بر خانواده و نظام آموزشی که نقش مهمی در توسعه فرهنگ کارآفرینی در جامعه دارند، مسئولان کشور و نظام نیز نقش بسیار مهمی در توسعه کارآفرینی در جامعه دارند. کارشناسان می‌گویند اولین وظیفه مسئولان نظام این است که سیاست‌های خود را برای توسعه کارآفرینی روشن کنند. بنابراین مسئولان باید زمینه‌های رشد و توسعه کارآفرینی را فراهم کنند. کارآفرینان نیازمند حمایت‌های مالی، اطلاعاتی، قانونی، امنیتی و تکنولوژیک مسئولان کشور هستند (سیدی و تقی‌خانی، ۱۳۹۰).

بنابراین، لازم است در جهت کمک به شرکت‌های کوچک و متوسط بایستی خط‌مشی‌های ویژه‌ای به‌کار گرفته شوند. برخی از مهم‌ترین خط‌مشی‌ها به شرح زیر است:

- اصلاحات ساختاری و نهادسازی: اصلاحات ساختاری عمده‌تاً ناظر بر اصلاح در قوانین، مقررات و چارچوب‌های حقوقی حاکم بر ابعاد مختلف، تأسیس و راهبری کسب و کارهاست. مهم‌ترین این قوانین عبارتند از: مقررات ثبت و تأسیس شرکت‌ها و تعیین ماهیت حقوقی آن‌ها و روابط مؤسسان، قانون مالیات‌ها و قوانین کار و رقابت. هدف از اصلاحات ساختاری، اطمینان از انطباق چارچوب قانونی، حقوقی با نیازها و ضرورت‌های توسعه کارآفرینی در مقاطع مختلف زمانی است و عمده‌تاً با هدف بهبود فضای قانونی - حقوقی به نفع کسب و کارهای جدید، نوآور و در حال رشد صورت می‌گیرد (دانایی‌فرد و همکاران، ۱۳۸۶). برای دستیابی به این هدف دولت‌ها با ساده‌سازی رویه‌های شروع یک کسب و کار جدید، ایجاد نظام بانکداری و سیستم حسابداری سالم می‌توانند به کارآفرینان کمک کنند.

- دسترسی به اطلاعات: دولت به‌منظور تسهیل دسترسی به اطلاعات می‌تواند با بهبود دسترسی کارآفرینان و شرکت‌های کوچک و متوسط به اطلاعات موردنیاز از طریق سیستم‌های خاص و جریان‌های اطلاعات بین آژانس‌های حمایتی، کارآفرینان و شرکت‌های کوچک و متوسط را در توسعه کارآفرینی یاری دهد (داوری و رضایی، ۱۳۸۵).

• کمک‌های مالی: دولت‌ها با تأمین سرمایه برای فعالیت‌های مخاطره‌آمیز و تشویق مردم به پس‌انداز و همچنین اعطای وام، رعایت عدالت در پرداخت وام (جلوگیری از رانت‌خواری) و غیره به رشد کارآفرینی در شرکت‌های کوچک و متوسط کمک می‌کند (همان منبع).

**محیط فرهنگی:** فرهنگ را می‌توان مجموعه‌ای از باورها، آیین‌ها، اندیشه‌ها، آداب و رسوم و ارزش‌های حاکم بر یک جامعه دانست. کارآفرینی نیازمند وجود فرهنگ خاصی است، به همین علت و با توجه به اهمیت کارآفرینی در اقتصادهای نوین، کشورهای مختلف مصراانه برنامه‌های مفصلی را برای بسط چنین فرهنگی در جامعه خود تدارک دیده‌اند تا بتوانند همچنان مسیر رشد و پویایی‌شان را ادامه دهند. موفق‌ترین کشور در این زمینه، آمریکا است. فرهنگ کارآفرینی، مجموعه ارزش‌ها، نگرش‌ها، هنجارها و رفتارهایی است که هویت افراد کارآفرین را تشکیل می‌دهد. افراد کارآفرین و خلاق سعی می‌کنند با نوع متمایز نگاهشان به پدیده‌های اطراف و شیوه متفاوت رفتارشان در مواجهه با پدیده‌های پیرامون خود، دست به فعالیت‌های کارآفرینانه بزنند و محصول و خدمت جدیدی به جامعه ارائه نمایند. فرایند کارآفرینی و فرهنگ حاکم بر آن، علاوه بر این که متأثر از مبانی فرهنگی جامعه است، می‌تواند تحولات اساسی در آن ایجاد کند. کارآفرینی با ایجاد فرصت‌های شغلی، تولید ثروت و بهبود شرایط اقتصادی، پیش‌زمینه‌ای اساسی برای ارتقای فرهنگ جامعه است (Thompson, 2000).

ایجاد و تقویت ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتار کارآفرینانه، تحت عنوان فرهنگ‌سازی کسب و کار، از مؤلفه‌های اصلی استراتژی دولت‌ها در توسعه کارآفرینی است. این هدف عمدتاً در قالب سیاست‌ها و برنامه‌های تشویقی- ترویجی و آموزشی و در کلیه سطوح و لایه‌های اجتماعی پیگیری می‌شود (رحمانی، ۱۳۹۰).

**محیط اقتصادی:** توسعه اقتصادی همه‌جانبه و پایدار در یک نظام اقتصادی پویا ارمان نوآوری آحادی از جامعه است که با پذیرش خطر و جایگزینی روش‌ها و راه‌حل‌های نو، راهکارهای ناکارآمد و کهن را تغییر می‌دهند. کارآفرینان، رهبران و قهرمانان عرصه توسعه اقتصادی هستند که با اراده، خلاقیت، تلاش و پشتکار، نقش آفرینی می‌کنند. شرایط اقتصادی و بازار همراه با عواملی نظیر منابع مالی، نیروی کار، تسهیلات فیزیکی، زیرساخت اقتصادی و خدمات تخصصی بر انگیزه کارآفرینی و میزان موفقیت کارآفرینان تأثیرگذار است. تقویت ابزارهای مالی کارآفرینان مانند مؤسسات مالی، حذف قوانین دست و پاگیر و تشریفات زاید دولتی، اعطای مشوق‌هایی نظیر معافیت‌های مالیاتی، حمایت

همه جانبه از فعالیت‌های کارآفرینانه و استفاده از ظرفیت‌های بخش خصوصی، کارآفرینی را حیاتی دوباره و پویایی اقتصاد را دوامی مضاعف می‌بخشد. کشورها از طریق کاهش یا تخفیف مالیاتی، پرداخت وام‌های ضروری و دیگر برنامه‌های تنظیمی، کارآفرینی را پشتیبانی می‌کنند. پشتیبانی مالی برای شرکت‌های کوچک و متوسط یکی از معمول‌ترین رویکردها برای ارتقای کارآفرینی در سراسر جهان است (دانایی فرد و همکاران، ۱۳۸۶).

### سطح خرد

**محیط آموزشی:** محیط آموزشی و بالاخص برنامه‌ریزی آموزش عالی از حوزه‌های مهمی است که می‌تواند نقش نهادینه کردن کارآفرینی و ارتباط بازار کار و دانش‌آموختگان را به خوبی ایفا کند. رابطه میان نظام آموزشی و نیاز بخش‌های مختلف اقتصادی به نیروی کار متخصص، همواره از مسائل عمده در برنامه‌ریزی آموزشی بوده است. در واقع یکی از دلایل اصلی مطرح شدن ضرورت تدوین برنامه‌های آموزشی، تطابق هر چه بیشتر میان فارغ‌التحصیلان سطوح مختلف و رشته‌های متفاوت نظام آموزشی با نیازها و قابلیت‌های اقتصادی بوده است. لذا اگر برنامه‌های آموزشی رشته‌های مختلف در یک نظام آموزشی، هماهنگ با محتوای موردنیاز بازار کار باشد، برنامه‌های آموزشی و برنامه‌ریزی آموزشی صورت گرفته، روند مطلوبی را طی کرده است و حتی می‌توان مهم‌ترین کار برنامه‌ریزی آموزشی را ایجاد توازن و رابطه هماهنگ بین آموزش دانشگاهی و مهارت‌های کاری موردنیاز جامعه قلمداد کرد (میرزا محمدی و همکاران، ۱۳۸۷). عناصر اصلی برنامه‌ریزی آموزشی عبارتند از: اهداف آموزشی، محتوای آموزشی، برنامه‌ها و سیاست‌های دانشگاه، روش تدریس و مهارت‌های اساتید و مربیان کارآفرینی.

**مؤلفه‌های نظام آموزش کارآفرینی:** آموزش کارآفرینی بستر لازم برای انتقال دانش و مهارت‌های ضروری به افراد علاقه‌مند بالاخص دانشجویان و دانش‌آموختگان دانشگاهی که جویای مشاغل ارضا کننده هستند را فراهم می‌کند. آموزش کارآفرینی لازمه توسعه کارآفرینی است (میرزا محمدی و همکاران، ۱۳۸۷). فرایند آموزش و هدایت افراد به بازار کار در دو دهه اخیر تحت تأثیر سه عامل افزایش جمعیت، رویدادهای منطقه‌ای و جهانی و همچنین تغییرات سریع تکنولوژیک دستخوش

دگرگونی شده است. یکی از راه‌های مقابله با این معضل، آموزش کارآفرینی به دانش‌آموزان و دانشجویان است (کنجوری و مهدی‌زاده، ۱۳۹۲).

آموزش کارآفرینی به‌دنبال آماده‌سازی افراد برای درک موقعیت‌های کارآفرینی و استفاده از فرصت‌ها و پتانسیل‌های موجود برای ایجاد کارآفرینی یا تفکر کارآفرینی است (همان منبع). برای این‌که دوره‌های آموزش کارآفرینی با موفقیت همراه باشد، باید نکاتی چند مورد توجه و اهتمام قرار گیرد، که عبارتند از:

۱. ترکیب شرکت‌کنندگان در کلاس‌های آموزش کارآفرینی متنوع باشد. ۲. کلاس‌ها در بردارنده بازخورد مستمر و حتی از قبل پیش‌بینی نشده باشد. ۳. افزون بر راه‌اندازی کسب و کارهای جدید بر انواع ابتکارات و خلاقیت‌های کارآفرینانه هم تأکید نماید. ۴. جهت هر یک از بحث‌ها و مسائل کلاس، راه حل و جواب مشخص و معینی ذکر گردد. ۵. امکان تغییر و اصلاح برنامه‌های آموزشی توسط معلم و یا استاد به آسانی میسر و مقدور باشد. ۶. از سبک‌ها و روش‌های گوناگون تدریس استفاده گردد تا باعث ایجاد هیجان و جذابیت شود. ۷. معلمان و یا استادانی که کارآفرینی را تدریس می‌کنند، خودشان کارآفرین باشند (Zeiders, 2003).

**اهداف آموزش کارآفرینی:** هدف از فعالیت‌های کارآفرینی و پرورش کارآفرینان چیست؟ اریکلا (۲۰۰۰) معتقد است هدف کارآفرینی، آموزش دانشجویان برای خلاقیت، نوآوری و سودمندی بیشتر است (مذبوحی و همکاران، ۱۳۹۰). هدف دوره‌های آموزشی در مجموع تربیت افرادی با اعتماد به نفس بالا، فرصت شناس و به‌طور کلی افرادی که تمایل قوی و بیشتری برای راه‌اندازی کسب و کارهای مستقل دارند، می‌باشد. در حقیقت هدف اصلی از توسعه کارآفرینی همانا تربیت نمودن افرادی دارای اعتماد به نفس و آگاه به فرصت‌ها و به‌طور کلی افرادی است که انگیزه‌ای قوی برای راه‌اندازی کسب و کارهای جدید داشته باشند (Cotton, 1990).

گاروان و اوسنید اهداف برنامه‌های آموزشی کارآفرینی را در قالب موارد زیر بیان می‌کنند:

۱. شناسایی و آماده‌سازی کارآفرینان بالقوه برای شروع یا توسعه دانش و فناوری در کسب و کارهای مخاطره‌آمیز؛

۲. توانمندسازی مخاطبان برای تنظیم برنامه‌های کسب و کار؛

۳. تمرکز بر موضوعاتی که برای اجرای پروژه‌های کارآفرینانه همچون تحقیق بازار و تحلیل رقبا، تأمین مالی کسب و کار و موضوعات مالیاتی و قانونی، حیاتی هستند؛

۴. بهبود و توسعه رفتارهای مستقلانه، ریسک‌پذیری و تقبل مسئولیت‌ها؛  
۵. توانمندسازی مخاطبان به گونه‌ای که در پایان دوره آموزشی بتوانند اقدام به تأسیس کسب و کار  
مخاطره‌آمیز دانش محور یا فناوری سطح بالا کنند (Garvan and Ocinnede, 1994).  
**محتوای آموزش کارآفرینی:** کارآفرینان نیازمند مهارت‌های متفاوتی هستند تا بتوانند در ارتقای  
ابتکارات ایجاد کسب و کار سازمانی به موفقیت برسند. آن‌ها باید آینده سازمان و تغییراتی را که  
احتمالاً در توانایی‌های بنگاه برای توجیه و تأیید ایجاد کسب و کار سازمانی رخ می‌دهند، پیش‌بینی  
کنند. این توانایی نیازمند درک راهبرد، بازارها و دیگر توانمندی‌های بنگاه است. کارآفرینان باید درک  
کنند که چگونه ابتکارات مرتبط با کسب و کار می‌توانند بر واحدهای مختلف سازمانی به شکلی کاملاً  
متفاوت تأثیر بگذارند و چگونه حول این موضوعات کار کنند (Zahra, 2006). آموزش و پرورش در  
بهبود و توسعه مهارت‌های مدیریتی ضروری برای کسب و کارهای کوچک نقشی اساسی دارد.  
مهارت‌هایی که شانس موفقیت کارآفرینان را افزایش می‌دهد (Ibrahim and Soufani, 2002).  
عوامل حیاتی در ارتقای شایستگی و توانایی‌های کارآفرینان کسب و کارهای کوچک عبارتند از:  
توانایی شبکه‌سازی در مراحل اولیه، توانایی اشاعه تجارب و فرصت‌ها، توانایی انعکاس راهبرد گذشته،  
توانایی تشخیص اشتباهات، توانایی دسترسی به منابع، توانایی جذب اعضای بیرونی به‌عنوان بخشی از  
تیم کارآفرینانه (Deakins and Freel, 1998).

گاروان و اوسینید با بررسی برنامه‌های آموزش کارآفرینی، محتوای آن را در قالب سه محور کلی  
مفهوم‌سازی نمودند:

**برنامه‌های مرحله شکل‌گیری کسب و کارها:** بر کسب دانش در حوزه‌هایی همچون اطلاعات دانشی  
و زمینه‌ای در دنیای کسب و کار، ماهیت کارآفرینی، ویژگی‌های تیم‌های اثربخش و ماهیت تعاملات و  
فعالیت‌های کسب و کار تأکید می‌شود؛ برنامه‌های مرحله توسعه کسب و کار: این برنامه‌ها بر مهارت‌ها  
و نگرش‌ها تأکید دارد، موضوعات محتوایی همچون برنامه‌ریزی کسب و کار، انتخاب بازار،  
برنامه‌ریزی مالی، شناسایی محصول و دریافت هدایای مالی؛ برنامه‌های مرحله اجرای کسب و کار: این  
برنامه‌ها بر دانش‌ها و نگرش‌های کلی متمرکز است. برنامه‌هایی همچون برنامه‌ریزی مالی، مدیریت  
رشد کسب و کار، کارکردها و نگرش‌های مدیریت و تبادل اطلاعات از کارآفرینان به مدیران  
(Garavan and Ocinnede, 1994).



روش‌های تدریس کارآفرینی: نتایج اکثر مطالعات تجربی و زمینه‌یابی نشان داده‌اند که با استفاده از آموزش کارآفرینی می‌توان کارآفرینی را تعلیم داد و یا حداقل ترغیب نمود. سؤال خوبی که در اینجا می‌توان در زمینه آموزش کارآفرینی مطرح ساخت این است که چه چیز باید آموزش داده شود و چگونه؟ (Kuratko, 2003)

از دیدگاه هاینس (۱۹۹۶) آموزش کارآفرینی شامل روش‌های سنتی و غیر سنتی می‌باشد و بایستی از هر دوی آن‌ها به صورت یکپارچه و تلفیقی استفاده نمود. وی این روش‌ها را به شرح زیر توصیف می‌کند:

- روش‌های سنتی بر جنبه‌های نظری کارآفرینی تأکید دارند و شامل شیوه‌هایی نظیر سخنرانی، تحقیقات کتابخانه‌ای، آموزش برنامه‌ای و مانند آن می‌باشد.
- روش‌های غیرسنتی شامل مطالعات موردی، پروژه‌های عملی، کارآموزی، یادگیری تجربی، بازدید از شرکت‌های کارآفرینانه، کار تیمی و طوفان اندیشه می‌باشد (Hynes, 1996).

برخی از مفسران و منتقدان مانند دیویس و گیب (۱۹۹۱) نسبت به اعمال روش آموزش سنتی که عمدتاً بر تئوری و سبک معلم محوری تأکید دارد، انتقاد می‌کنند و بیان می‌دارند که این روش‌ها برای آموزش کارآفرینی مناسب نیستند. یانگ (۱۹۹۷) نیز با به زیر سؤال بردن ارتباط و ارزش روش تئوریک (نظری) برای موضوعی که منحصراً با فعالیت سر و کار دارد، این انتقاد را می‌پذیرد و بیان می‌کند که تجربه و مهارت‌های عملی که کارآفرینان استفاده می‌کنند چیزی نیست که بتوان از طریق روش‌های معمول آموزش کسب کرد. با وجود این، شفرد و داگلاس (۱۹۹۶) استفاده از روش‌های مطالعه موردی، ایفای نقش، شبیه‌سازی و حل مسأله که کمتر سنتی هستند را مورد انتقاد قرار می‌دهند و اظهار می‌کنند که در محدوده کلاس که راهنمایی‌هایی ارائه می‌شود و نتایج نیز مشخص است، این‌گونه مکانیزم‌ها بیشتر به پیشرفت و گسترش تفکر عقلانی منجر می‌شود تا تفکر کارآفرینانه یا خلاق (Henry et al., 2003).

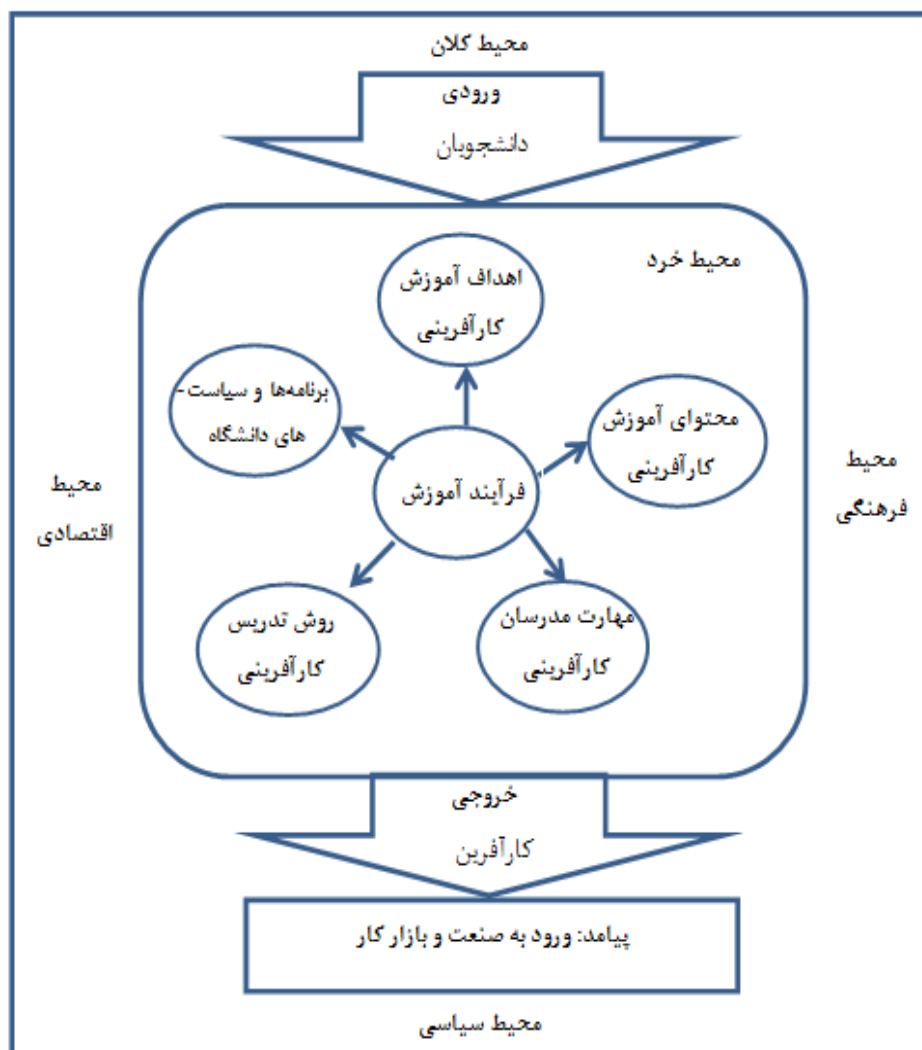
مهارت مدرسان کارآفرینی: از جمله سؤالانی که در هنگام تصمیم‌گیری در زمینه تلفیق آموزش کارآفرینی در درون برنامه آموزشی مطرح می‌گردد، این است که چه کسی باید دروس کارآفرینی را تدریس کند؟ آیا مدرسانی که فاقد تجربه کارآفرینانه و یا فاقد تجربه کار با کارآفرینان هستند، قادرند

مدرسانی اثربخش باشند؟ شایستگی‌های موردنیاز مدرسین کارآفرینی کدام‌ها هستند؟ هیلز<sup>۱</sup> (۲۰۰۲)، از طریق نظرخواهی از آموزشگران دانشگاه‌های مختلف دریافت که اکثر آن‌ها عقیده دارند که بایستی کسانی در دوره‌ها، دروس کارآفرینی را تدریس کنند که خود تجربه کار کارآفرینانه و یا حداقل سابقه کار کردن با کارآفرینان را داشته باشند. محققان متعدد اظهار داشته‌اند که یکی از چالش‌های آموزش کارآفرینی در سطح آموزش عالی، کمبود مدرس توانمند است (نیونی و همکاران، ۱۳۸۸).

**برنامه‌ها و سیاست‌های دانشگاه:** امروزه دانشگاه دیگر مکانی برای یادگیری یکسری آموزه‌های صرف نیست. بارتون کلارک معتقد است که در قرن بیست و یکم دانشگاه‌هایی پویا هستند که کارآفرین بوده و بتوانند ارزش‌های تخصصی و مدیریتی را تلفیق نمایند (Clark, 2003). امروزه دانشگاه‌ها حرکتی پرشتاب را به سوی دانشگاه کارآفرین آغاز نموده‌اند (معصوم‌زاده و انصاری، ۱۳۸۸). فارغ‌التحصیل دانشگاه کارآفرین دیگر صرفاً یک فرد با مجموعه‌ای از دانسته‌های علمی و کاربردی نیست، وی را باید فردی دانست که در محیط کارش نوآوری می‌کند، در هر مقام و جایگاهی که باشد، افق‌های نوین را می‌بیند؛ گام به درون عرصه‌هایی می‌گذارد که یا دیگران ندیده‌اند و یا اگر هم دیده باشند جرأت ورود به آن‌ها را نداشته‌اند. دانشگاه کارآفرین فارغ‌التحصیلانی را به جامعه ارائه می‌دهد که دانش را در کنار پژوهش‌های کاربردی به خدمت گرفته و با نوآوری کار می‌کنند (فاتح‌راد و تقی یاری، ۱۳۸۴).

دانشگاه باید به شیوه کارآفرینانه عمل نماید، مراکز رشد تجاری و پارک‌های فناوری و دیگر مراکز این‌چنین را ساماندهی کند و دانشجویان را در این سازمان‌ها دخیل کند و از این طریق به دانشجویان و فارغ‌التحصیلان در راه‌اندازی کسب و کار کمک نماید (Schulte, 2004).

بنابراین، تربیت نیروی کار تحصیل‌کرده، ماهر، خلاق و نوآور، مهم‌ترین کوشش یک دانشگاه در راستای ایجاد و توسعه اشتغال دانش بنیان است (اکبرزاده و شفیع‌زاده، ۱۳۹۱). با توجه به این‌که متقاضیان ورود به دانشگاه‌ها به‌طور مداوم در حال افزایش است؛ دانشگاه‌ها اکنون می‌توانند نقش مهمی در خلق نوآوری داشته باشند (Etzkowitz and Leydesdorff, 2000).



شکل ۴- مدل مفهومی آموزش کارآفرینی

### جمع بندی

اکنون به طور فزاینده‌ای این انتظار هست که دانشگاه‌ها در کنار پژوهش و تعلیم، وظیفه دیگری را نیز به‌عنوان محرک‌های ابتکار و رشد اقتصادی هر منطقه بر عهده گیرند. در این میان کارآفرینی را

می‌توان از عوامل اصلی ایجاد ارزش اقتصادی و ابزار کارآمدی برای کشور محسوب کرد، در حقیقت امروزه کارآفرینی در کشورهای توسعه یافته به یکی از مهم‌ترین و گسترده‌ترین فعالیت‌های دانشگاهی تبدیل شده است. از مباحث فوق چنین نتیجه می‌شود که عوامل تأثیرگذار بر توسعه آموزش کارآفرینی در سطح کلان عبارتند از: اقدامات و سیاست‌های دولت (محیط سیاسی)، محیط اقتصادی، محیط فرهنگی و در سطح خرد عبارتند از برنامه‌ها و سیاست‌های دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی، اهداف آموزش کارآفرینی، محتوای آموزش کارآفرینی، روش تدریس و مهارت‌های اساتید و مدرسان کارآفرینی. لذا با توجه به نتایج پژوهش در جهت ارتقای سطح کیفی آموزش‌های کارآفرینی در دانشکده‌های کشاورزی پیشنهادهای در سطح خرد و کلان ارائه می‌گردد:

#### • سطح کلان

- تدوین قوانین و مقرراتی در جهت حمایت از کسب و کار دانش‌آموختگان
- ارائه تسهیلات مالی به دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی به منظور راه‌اندازی کسب و کارهای جدید و نوآورانه
- ترویج فرهنگ کار و کارآفرینی در سطح ملی
- ایجاد واحدهای تحقیق و توسعه (R & D) به منظور ایجاد کارآفرینی
- برنامه تضمین اعتبار برای شرکت‌های نوپا
- ارائه تسهیلات مالی و غیر مالی به دانش‌آموختگان دانشگاهی

#### • سطح خرد

- بازنگری و تجدیدنظر در محتوای دروس کارآفرینی توسط وزارت علوم، تحقیقات و فناوری به منظور همسان‌سازی دروس با نیازهای شغلی دانشجویان
- گزینش و جذب مدرسین متخصص در حوزه آموزش کارآفرینی
- فراهم آوردن امکانات و تجهیزات آموزشی مناسب توسط مسئولین دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی
- استفاده و به‌کارگیری شیوه‌های خلاقانه و نوین تدریس توسط اساتید و مربیان کارآفرینی
- آماده ساختن دانشجویان جهت ورود به بازار کسب و کار و زندگی شغلی آینده توسط دانشگاه‌ها

منابع

۱. آبتین، ع. ۱۳۹۰. بررسی شیوه‌های نوین توسعه کارآفرینی در استان سیستان و بلوچستان. کار و جامعه، ۲ (۱۳۵): ۷۵-۵۵.
۲. بازرگان، ع.، فتح‌آبادی، ج.، عین‌الهی، ب. ۱۳۷۹. رویکرد مناسب ارزیابی درونی برای ارتقای مستمر کیفیت گروه‌های آموزشی در دانشگاه‌های علوم پزشکی. مجله روانشناسی و علوم تربیتی دانشگاه تهران، ۵ (۳۰): ۱-۲۶.
۳. پزشکی‌راد، غ.، محتشم، ح. ۱۳۸۲. ارزیابی درونی رهیافت مناسب برای بهبود کیفیت آموزش عالی کشاورزی. فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش عالی، ۹ (۳): ۲۵-۱۱.
۴. خانی‌جزنی، ج. ۱۳۸۶. تأثیر آموزش کارآفرینی بر ارتقای فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه‌های کشور. اقتصاد و تجارت نوین، ۳ (۱۰): ۲۶۶-۲۴۲.
۵. خسروی‌پور، ب.، سلیمانپور، م. ۱۳۹۰. شناسایی و تحلیل ویژگی‌های فردی مؤثر بر توانمندی کارآفرینانه، همایش ملی توسعه کارآفرینی در آموزش‌های علمی کاربردی کشاورزی، موسسه آموزش عالی علمی کاربردی جهاد کشاورزی. مشهد.
۶. دانایی‌فرد، ح.، فروهی، م.، صالحی، ع. ۱۳۸۶. ارتقا کارآفرینی در ایران، تحلیلی بر نقش دولت. فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، ۱۱ (۴۲): ۲۶۲-۲۲۱.
۷. داوری، ع.، رضایی، ح.ر. ۱۳۸۵. نقش دولت و خط مشی‌های دولتی در توسعه کارآفرینی. فصلنامه علوم مدیریت ایران، ۱ (۲): ۱۳۰-۱۰۹.
۸. ردایی، ح. ۱۳۹۲. ارزیابی کیفیت خدمات آموزشی دانشگاه آزاد مریوان بر اساس مدل سروکوال، پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، مدیریت آموزشی، دانشگاه سندج.
۹. رستمی، ف.، گراوندی، ش.، زرافشانی، ک. ۱۳۹۰. پدیدارشناسی تجربیات دانشجویان در تأسیس کسب و کار (مطالعه موردی: دانشجویان پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه رازی کرمانشاه). فصلنامه توسعه کارآفرینی، ۴ (۱۴): ۱۰۵-۸۷.
۱۰. زالی، م.، رضوی، م. ۱۳۸۳. بررسی تحلیلی آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها. فصلنامه پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی، ۴ (۱۶): ۸۲-۵۱.

۱۱. سعیدی مهرآباد، م.، مهتدی، م. ۱۳۸۷. تأثیر آموزش کارآفرینی بر توسعه رفتارهای کارآفرینانه (مطالعه موردی: آموزش‌های کارآفرینی وزارت کار و امور اجتماعی). فصلنامه توسعه کارآفرینی، ۱ (۲): ۵۷-۷۳.
۱۲. سیدی، ع.، تقی‌خانی، ا. ۱۳۹۰. موانع توسعه کارآفرینی و نقش دولت در تسهیل توسعه کارآفرینی. فصلنامه کار و جامعه، ۹ (۱۳۵): ۷۶-۸۰.
۱۳. طالبی، ک.، زارع یکتا، م. ۱۳۸۷. آموزش کارآفرینی دانشگاهی و نقش آن در ایجاد و توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط (SME) دانش بنیان. فصلنامه توسعه کارآفرینی، ۱ (۱): ۱۱۱-۱۳۱.
۱۴. فاتح‌راد، م.، تقی‌یاری، ح. ۱۳۸۴. دانشگاه کارآفرین، نظام ملی نوآوری و توسعه مبتنی بر دانایی. فصلنامه رشد فناوری، ۲ (۵): ۱۹-۲۵.
۱۵. کردنائیچ، ا. ۱۳۸۴. دانشگاه کارآفرین و نقش آن در ایجاد اشتغال. مجموعه مقالات دومین همایش اشتغال و نظام آموزش عالی کشور. تهران، دانشگاه تربیت مدرس، ۹ و ۱۰ خرداد ماه ۱۳۸۴: ۳۶-۱.
۱۶. معصوم‌زاده، م.، انصاری، م. ۱۳۸۸. عوامل مؤثر در شکل‌گیری دانشگاه کارآفرین. فصلنامه رهیافت، ۱۹ (۴۴): ۵-۱۱.
۱۷. میرزاحمدی، م.، پورطهماسبی، س.، تاجور، آ. ۱۳۸۷. موانع و راهکارهای کارآفرینی در نظام آموزش عالی ایران. کار و جامعه، ۱۴ (۹۷): ۳۴-۴۷.
۱۸. نبیونی، ا.، آقاجانی، م.، الله‌وردی‌زاده، س. ۱۳۸۸. بررسی تجربی پنج کشور موفق در زمینه توسعه آموزش کارآفرینی برای فارغ‌التحصیلان دانشگاهی. کار و جامعه، ۱۵ (۱۰۸): ۸۱-۹۱.
19. Clark, B.R. 2003. The Entrepreneurial University: Demand and Response. Tertiary Education and Management, 4(1): 5-16.
20. Cotton, J. 1990. Enterprise Education Experience, A manual for School Based in Service Training, CASDEC.
21. Deakins, D., and Freel, M. 1998. Entrepreneurship Learning and the Growth Process in SMEs, The Learning Organization, 5(3): 144-155.
22. Etzkowitz, H., and Leydesdorff, L. 2000. The Dynamics of Innovation: From National System and "Mode to a Triple Helix of University- Industry-Government Relations. Research Policy. 29(1): 109-123.
23. Garvan, T., and Ocinneide, B. 1994. Entrepreneurship Education and Training Programmes: A Review and Valuation, Journal of European Industrial Training, 18(11): 13-21.
24. Hayns, R. 1996. Industrializing Knowledge: University Industry Linkages in Japan and the United States; London, MIT Press.

25. Henry, M., Bennett, D., and Leseure, M. 2003. University to business technology transfer\_ UK and USA comparisons. *Technovation*, 2(27): 55-145.
26. Ibrahim, A.B., and Soufani, K. 2002. Entrepreneurs GIP Education and Training in Canada: A Critical Assessment? *Education and Training*, 44(8, 9): 421-430.
27. Kuratko, D. 2003. Entrepreneurship Education: Emerging trends and challenges for the 21st century, Coleman Foundation White Paper Series.
28. Schulte, P. 2004. The Entrepreneurial University: A Strategy for Institutional Development. *Higher Education in Europe*, 29(2): 187-191.
29. Sexton, D., and Kasarda, J. 1992. *Entrepreneurship*. PWS Kent Publishing Co.
30. Thompson, J., Geoff, A., and Lee, A. 2000. Social Entrepreneurship: A New Look at the People and Potential. *Management Decision*, 38(5): 20-55.
31. Zahra, S.H. 2006. Championing Corporate Venturing, In Michael Hitt and Duane Ireland, *Entrepreneurship*, Victoria: Blackwell Publishing.
32. Zeiders, M.D. 2003. Why Entrepreneurship Training? Did You Know the Following U.S. 2001 Economic Statistics, United States Small Business Administration, Office of Advocacy.



Gorgan University of Agricultural  
Sciences and Natural Resources

*Journal of Entrepreneurship in Agriculture* Vol. 3(4), 2017  
<http://jead.gau.ac.ir>

## **Entrepreneurship education system model with an emphasis on entrepreneurship education components**

**\*S. Ojaghi<sup>1</sup>, B. Rezaee<sup>2</sup>, N. Naderi<sup>2</sup> and H. Jafari<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>M.Sc. Graduate, Dept., of Management and Entrepreneurship, Razi University of Kermanshah, Iran, <sup>2</sup>Assistant Prof., Dept., of Management and Entrepreneurship, Razi University, Iran, <sup>3</sup>Assistant Prof., Dept., of Statistics, Razi University of Kermanshah, Iran

Received: 29/11/2016; Accepted: 30/1/2017

### **Abstract**

Today, entrepreneurship education in universities has become one of the most extensive activities. Because of this important mission, service quality in higher education over the past two decades has attracted increasing attention and has become an important goal. In this study, using descriptive library, factors and components affecting entrepreneurship training in micro and macro levels were determined and then a conceptual model components affecting entrepreneurship education system were drawn. In this model, students are entered as inputs in an educational system, to the educational environment and to be under the influence of the education process and Finally the output of the educational system will be professionalism and entrepreneur that required the job market. Training of entrepreneurship in the macro level, affected by the political environment, environment, economic and cultural environment and at the micro level affected by the entrepreneurial education goals, the content of entrepreneurship courses, policy of University and institutions of higher education, skills of entrepreneurship teachers and teaching methods.

**Keywords:** Entrepreneurship education, Macro environment, Micro environment, Conceptual model

---

\*Corresponding author: setareh\_6968@yahoo.com