

نقش آموزش عالی در تقویت روحیه کارآفرینی دانشجویان

بهمن خسروی پور^{۱*}، پردیس عالی وند^۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۵/۳۰

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۶/۲۲

کد مقاله: ۵۱۲۸۶

چکیده

در سال‌های اخیر بحران مالی و مشکلات اقتصادی همراه آن باعث افزایش چشمگیر نرخ بیکاری شده است. از سوی دیگر از نظر مالی، محیط کار و کار جدید، از جوانان انتظارات جدیدی از جمله مهارت‌ها و شایستگی‌ها دارد. لذا امروزه بیکاری و افزایش قابل توجه نرخ‌های آن، به ویژه در بین دانش‌آموختگان دانشگاهی، یکی از بزرگترین مشکلات مهم مسئولان آموزش عالی کشور است. در این زمینه، آموزش‌های دانشگاهی و اصلاح رویکردهای آموزشی به منظور ارائه آموزش پویا و پرورش کارآفرینی نقش عمده‌ای در دستیابی به نتایج رفتاری مطلوب، به ویژه از نظر تقویت توانایی پاسخ به موقعیت‌های مختلف، براساس خلاقیت، نوآوری و اشتغال دارد. آموزش کارآفرینی می‌تواند یکی از موثرترین شیوه‌ها برای انتقال جمعیت دانش‌آموختگان به بازار کار باشد. آنها به کارآفرین و یا متفکران حوزه کارآفرینی تبدیل و نرخ بیکاری را کاهش می‌دهد. این مقاله که به روش مروری و با استفاده از منابع کتابخانه‌ای و اینترنتی تهیه شده تلاش دارد ضمن بیان مفاهیم کارآفرینی و اهمیت انگیزه روحیه کارآفرینی در دانشجویان، نقش نظام آموزشی را در تقویت روحیه کارآفرینی آنها بررسی و پیشنهادهایی را ارائه نماید.

واژگان کلیدی: نظام آموزش عالی، روحیه کارآفرینی، بیکاری، کارآفرینی، دانشجویان

۱- استاد و عضو هیئت علمی، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان (نویسنده مسئول)
khosravipour@Asnrukh.ac.ir

۲- دانشجوی ارشد آموزش کشاورزی پایدار و محیط زیست، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان

آغاز قرن بیست و یکم، جهان اهمیت بیشتری به توسعه پایدار داده است (هوانگ و همکاران^۱، ۲۰۲۱). با این وجود بیکاری و همچنین افزایش قابل توجه نرخ‌های آن به ویژه در میان جوانان، یکی از بزرگترین مشکلات می‌باشد (پاپاگیانیس^۲، ۲۰۱۸). بنگاه‌های تجاری و کارآفرینان نقش مهمی در توسعه پایدار از منظر فقر و کاهش بیکاری ایفا می‌کنند (هوانگ و همکاران^۱، ۲۰۲۱). علاوه بر این مرور ادبیات کارآفرینی نشان می‌دهد که کارآفرینی به علت سهم قابل توجه خود در رشد اقتصادی، ایجاد شغل و پیشرفت‌های تکنولوژیکی به طور گسترده به عنوان یک عنصر حیاتی برای موفقیت در جامعه به رسمیت شناخته شده است (نن^۳، ۲۰۱۹). با این حال به دنبال ظهور فناوری‌های نوین، بسیاری از صنایع پیچیده‌تر شده‌اند و دارای ویژگی‌های متنوع هستند. در این محیط نوآوری جهانی، کارآفرینی یک چالش است. به ویژه برای دانشجویان دانشگاه‌ها، رقابت به طور فزاینده‌ای شدید است و هدایت چالش‌های کارآفرینی دشوارتر شده است (هوانگ و همکاران^۴، ۲۰۲۱). چنانچه متخصصان نیز اشاره کرده‌اند که: "ارزش فارغ التحصیلی امروز نه تنها در توانایی کسب و جذب دانش است بلکه توانایی مدیریت و بکارگیری دانش در عمل، در زمینه کارآفرینی را نیز در برمی‌گیرد (دراگوسین و بلالیا^۵، ۲۰۱۰). به طور کلی در سطح آموزش عالی، هدف اصلی آموزش کارآفرینی، باید برای توسعه ظرفیت‌ها و طرز فکر کارآفرینان باشد (دراگوسین و بلالیا^۶، ۲۰۱۰).

عصر حاضر، عصر تغییر و سرعت است. تغییرات سریع محیطی، پیچیدگی و رقابتی شدن جوامع در عرصه‌های جهانی و از سوی دیگر، رشد سریع جمعیت و افزایش نرخ بیکاری، اضطراب‌های اجتماعی ناشی از توزیع ناعادلانه ثروت و درآمد، کیفیت نامطلوب زندگی برای برخی از اقشار جامعه در عرصه‌ی ملی، معضلات و چالش‌های عصر حاضر است. انسان کارآفرین به عنوان یک منبع نامحدود و محور اصلی توسعه، برای پاسخ‌گویی به این مشکلات معرفی شده است؛ برخورداری افراد جامعه از روحیه کارآفرینی فرایند حل مشکلات را تسهیل می‌بخشد. نقطه شروع تحولات در این زمینه، از نظام آموزشی شروع می‌شود (صادقی شه‌میرزادی و عدلی، ۱۳۸۹). متأسفانه، آموزش نوآوری و کارآفرینی در دانشگاه‌ها برای تحریک ذهنیت کارآفرینان جوانان، تشویق نوآورانه راه اندازی کسب و کار و پرورش فرهنگ دوستانه‌تر برای کارآفرینی و رشد شرکت‌های کوچک و متوسط، هنوز به حد مناسب خود نرسیده است (هوانگ و همکاران^۷، ۲۰۲۱).

شواهدی وجود دارد که نشان می‌دهد در سراسر جهان، علاقه دانشجویان به انتخاب کارآفرینی به عنوان یک گزینه شغلی در حال افزایش است در حالی که علاقه به مشاغل سنتی در شرکت‌های بزرگ به تدریج در حال کاهش هستند (دراگوسین و بلالیا^۶، ۲۰۱۰). به نظر می‌رسد آموزش کارآفرینی می‌تواند انگیزه‌های قوی برای پیروی از مسیر کارآفرینی باشد و زمانی که دانشجویان دارای روحیه کارآفرینی باشند، رفتارهای کارآفرینانه از خود بروز داده و در نتیجه کارآفرینی در جامعه تقویت می‌شود. لذا بررسی رویکردهای نظام آموزشی جهت تقویت روحیه کارآفرینی دانشجویان ضروری است. این مقاله مفاهیم و ضرورت کارآفرینی و آموزش‌های کارآفرینانه را در نظام آموزش عالی ذکر و نقش آموزش عالی را در ایجاد روحیه کارآفرینی در دانشجویان به روش مروری و استفاده از مطالعات و تحقیقات انجام شده مورد بررسی قرار داده است.

۲- کارآفرینی و رفتار کارآفرینانه

کارآفرینی از کلمه فرانسوی *Entreprendre* به معنای "متعهد شدن" نشأت گرفته است. بنابر تعریف واژه نامه ویستر، کارآفرین کسی است که متعهد می‌شود مخاطره‌های یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل کند. واژه کارآفرینی دیر زمانی پیش از آنکه مفهوم کلی کارآفرین به زبان امروزی پدید آید، در زبان فرانسه ابداع شد. در اوایل قرن شانزدهم میلادی کسانی را که در امر هدایت مأموریت‌های نظامی بودند، کارآفرین می‌خواندند.

از آن پس درباره دیگر انواع مخاطرات نیز همین واژه با محدودیت‌هایی مورد استفاده قرار گرفت. اصطلاح کارآفرین در معنا و مفهوم فعلی را اولین بار ژوزف شومپیتر به کار برد. این اقتصاددان که او را پدر علم کارآفرینی می‌نامند بر این باور بود که رشد و توسعه اقتصادی، زمانی میسر خواهد بود که افرادی در بین سایر آحاد جامعه با خطرپذیری، اقدام به نوآوری کرده، با این کار روش‌ها و راه حل‌های جدید جایگزین راهکارهای ناکارآمد و کهن قبل شود. بر طبق نظر شومپیتر: کارآفرین نیروی محرکه اصلی در توسعه اقتصادی است و نقش وی عبارت است از نوآوری یا ایجاد ترکیب‌های تازه از مواد می‌باشد. تعاریف کارآفرینی در تمرکز و گستردگی متفاوت است و این عامل بر اندازه‌گیری آن تأثیر گذاشته است. کارآفرینی را به عنوان فرایند ایجاد چیزی جدید و ارزشمند با اختصاص زمان و تلاش لازم، با فرض خطر مالی، روانی و اجتماعی همراه و دریافت پاداش حاصل از رضایت پولی و شخصی تعریف کرده‌اند

1 Huang et al
2 Papagiannis & Balalia
3 Neneh
4 Huang et al
5 Dragusin & Balalia
6 Huang et al
7 Dragusin & Balalia

(آسامانی و منسا، ۲۰۱۳). بسیاری از کشورها به طور فزاینده‌ای کارآفرینی را به عنوان ابزاری موثر برای ایجاد شغل، افزایش بهره‌وری و رقابت، بهبود کیفیت زندگی و دستیابی به اهداف جامعه می‌دانند (واردانا و همکاران، ۲۰۲۰). کارآفرینی در یک تعامل چندسویه، هم در مفهوم ایجاد اشتغال، هم مفهوم ایجاد تحول از راه نوآوری‌ها و بهبود فرآیندها و هم به عنوان عامل کلیدی در رشد و توسعه اقتصادی کشورها، به شدت مورد نیاز است (قیاسی فرد و همکاران، ۱۴۰۲). کارآفرینی فرآیند جستجوی فرصت‌ها و توانایی شناسایی شکاف‌های موجود در بازار است. رویکرد کارآفرین، محوری رویکردی است که بر نوآوری بازار و محصول و پروژه‌های خطرپذیر تاکید داشته و با تمایل به پیشگامی در نوآوری، به دنبال کسب برتری بر رقبای است (صمدی میار کلائی و صمدی میارکلائی، ۱۴۰۰).

کارآفرینان کسانی هستند که اقدام می‌کنند، آنها در تلاش مستمر هستند برای تبدیل ایده‌های خود به فعالیت‌های عملیاتی و سودآوری شرکت هستند. مطابق تعریف بارون با توجه به اینکه کارآفرینان فرصت‌های جدید را شناخته و آنها را عملیاتی می‌کنند، در نتیجه رفتار کارآفرینان عبارت است از شناسایی فرصت‌ها و بهره‌برداری از آنها (شاهین و الحداد، ۲۰۱۸). رفتار کارآفرینانه مجموعه فعالیت‌هایی است که افراد در سطوح مختلف با هدف بهره‌گیری خلاقانه از منابع در جهت شناسایی و استفاده از فرصت‌ها به انجام می‌رسانند. رفتار کارآفرینانه به همه فعالیت‌های مرتبط با کشف، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه اطلاق می‌شود که توسط افراد انجام می‌گیرد (موسیوند و همکاران، ۱۳۹۶). رفتار کارآفرینانه به عنوان انگیزه و اقدام‌هایی تعریف شده است که کارآفرین را قادر می‌سازد تا به تصمیمات خود در خصوص ایجاد سود از فرصت‌ها و بهره‌برداری از فرصت‌ها، جامعه عمل ببوشاند (ایزدی و عطایی، ۱۳۹۸). پژوهش عباسی و همکاران (۱۴۰۲)، نشان داد که مکانیزم‌های توسعه رفتارهای کارآفرینانه در یک سازمان دولتی شامل مکانیزم‌های محیطی، نهادی و قانونی، فردی و شخصیتی، فرهنگی و اعتقادی، سازمانی، گروهی و تیم کاری است. جدول (۱) سیر تاریخی مفهومی کارآفرینی را نشان می‌دهد.

جدول ۱: سیر تاریخی مفهوم کارآفرینی (خسروی پور و همکاران، ۱۳۹۵)

دوره	زمان	مفهوم کارآفرینی
دوره اول	قرون ۱۵ و ۱۶ میلادی	مسئولان اجرایی پروژه‌های بزرگ (همانند ساخت کلیسا، قلعه‌ها، تأسیسات نظامی و...) از سوی دولت‌های محلی، کارآفرین اطلاق می‌شد. (بدون بعد مخاطره پذیری)
دوره دوم	قرن ۱۷ میلادی	این دوره همزمان با شروع انقلاب صنعتی در اروپا بوده و بعد مخاطره پذیری به کارآفرینی اضافه شد. کارآفرین در این دوره شامل افرادی همانند بازرگانان، صنعتگران و دیگر مالکان خصوصی می‌باشد.
دوره سوم	قرون ۱۸ و ۱۹ میلادی	در این دوره کارآفرین فردی است که مخاطره می‌کند و سرمایه مورد نیاز خود را از طریق وام تأمین می‌کند، بین کارآفرین و تأمین کننده سرمایه (سرمایه گذار) و مدیر کسب و کار در تعریف این دوره تمایز وجود دارد.
دوره چهارم	دهه‌های میانی قرن بیستم میلادی	در این دوره مفهوم نوآوری شامل خلق محصولی جدید، ایجاد نظام توزیع جدید یا ایجاد ساختار سازمانی جدید به عنوان یک جزء اصلی به تعاریف کارآفرینی اضافه شده است.
دوره پنجم	دوران معاصر (از اواخر دهه ۱۹۷۰ تاکنون)	ایجاد کسب و روند کارهای کوچک و رشد اقتصادی، علاوه بر اقتصاددانان، در این دوره به تدریج روانشناسان، جامعه شناسان و دانشمندان و محققین علوم مدیریت نیز به ابعاد مختلف کارآفرینی و کارآفرینان توجه نموده‌اند.

به طور کلی تا دهه ۱۹۸۰ سه موج وسیع، موضوع کارآفرینی را به جلو رانده است: موج اول: انفجار عمومی مطالعه و تحقیق در قالب انتشار کتاب‌های زندگی کارآفرینان و تاریخچه شرکت‌های آنها، چگونگی ایجاد کسب و کار شخصی و شیوه‌های سریع خلق ثروت می‌باشد که از اواسط دهه ۱۹۵۰ شروع شد. موج دوم: این موج که شروع آن از دهه ۱۹۶۰ بوده شامل ارائه رشته‌های آموزش کارآفرینی در حوزه‌های مهندسی و بازرگانی است که در حال حاضر این حوزه‌ها به سایر رشته‌ها نیز تسریع یافته است. موج سوم: این موج شامل افزایش علاقمندی دولت‌ها به تحقیقات در زمینه کارآفرینی و بنگاه‌های کوچک، نشر آموزش‌ها، تشویق رشد شرکت‌های کوچک و انجام تحقیقات در خصوص نوآوری‌های صنعتی می‌شود که از اواخر دهه ۱۹۷۰ آغاز شده است (حسینی، ۱۳۹۲).

۳- انواع دانش کارآفرینی

کارآفرینی بعنوان یکی از استراتژی‌های اثربخش در محیط عصر حاضر، الگویی کارآمد جهت حصول به اهداف توسعه اقتصادی-اجتماعی قلمداد می‌گردد. امروزه از آن به عنوان موتور محرکه‌ی توسعه و نیز عامل ایجاد مزیت رقابتی در جهت رشد و بقای جوامع، نام برده می‌شود به گونه‌ای که به عنوان یکی از شاخص‌های مهم حتی در بین ممالک پیشرفته و توسعه‌یافته مورد نظر و اندیشمندان واقع گردید و همه‌ی این مزایا و دستاوردهای درخشان متکی به وجود ویژگی‌های متعالی در انسان‌های توانمند، متعهد، خودباور و مسئولیت‌پذیر بنام کارآفرین که واجد مختصات گرانسنگی همچون: پیشگامی، نوآوری و خلاقیت، آینده‌نگری، تعهد، اعتماد به نفس بالا، استقلال طلبی و تعالی‌جویی می‌باشند (شریف زاده و عبدال زاده، ۱۳۹۳). به طور کلی کارآفرینی یک ابزار توسعه پایدار است که از حل معضل فقر و بیکاری حمایت می‌کند (هوانگ و همکاران^۱، ۲۰۲۱).

دانش کارآفرینی سه گونه می‌باشد که چنانچه سازمان جدید توسط یک فرد ایجاد شود کارآفرینی انفرادی نامیده و در صورتیکه سازمان جدید با مشارکت جمعی از افراد به وجود آید، کارآفرینی گروهی نامیده می‌شود اما با در نظر گرفتن انگیزش کارآفرین به ایجاد و بهره‌برداری فرصت‌های جدید می‌توان آن را به چهار روش تقسیم نمود:

۱- کارآفرینی مبتنی بر منابع: که عامل اولیه انگیزش وجود منابع مادی بوده و منشأ فرصت تجاری جدید نیز وجود منابع مادی (مالی، طبیعی یا زمین) می‌باشد در این رابطه محصول یا خدمات موجود در بازار تولید می‌شود که بهترین نوع کارآفرینی فاقد نوآوری در قالب صنایع موجود، اینگونه محصولات تولیدی بوده که به بازار عرضه می‌شود.

۲- کارآفرینی مبتنی بر تجربه: عامل انگیزش اولیه کارآفرینی، تجربه منشأ فرصت تجاری جدید نیز تجربه‌کاری یا فنی نیز می‌باشد به هر حال کارآفرین با بهره‌گیری از تجربه، بنگاهی را تأسیس و کالا یا خدمات موجود را بهبود و تولید نموده و به بازار عرضه می‌نماید. این نوع کارآفرینی بعضی مواقع توأم با نوآوری و در پاره‌ای موارد فاقد نوآوری است.

۳- کارآفرینی مبتنی بر دانش: عامل انگیزش اولیه، دانش و دارایی تفکر کارآفرین می‌باشد در این رابطه فرصت‌های تجاری نو نیز اختراعات و ایده‌های جدید ناشی از تحقیقات نظام‌مند بوده که در سازمان‌های اقتصادی و علمی نصج گرفت، این نوع کارآفرینی، یک فرآیند تکاملی می‌باشد که با تحقیقات، اختراعات و ایده‌های علمی و دانشگاهی مرتبط بوده و در این زمینه نیز نوآوری اساس کارآفرینی علمی است.

۴- کارآفرینی دانش و اشتغال تحصیل کرده‌ها: کارآفرینی دانشی، آثار مختلفی بر اشتغال دانش‌آموختگان دارد. در این کارآفرینی با ایجاد و توسعه سازمان تحقیقاتی جدید میزان اشتغال بالایی برای دانش‌آموختگان مقطع دکترا به وجود خواهد آمد، هرچند برای دانش‌آموختگان لیسانس هم اشتغال ایجاد می‌شود، لیکن اشتغال ایجاد شده به اندازه مقاطع فوق لیسانس و دکترا نمی‌باشد. برای استفاده از دانش در مقطع لیسانس بیشترین، برای مقطع فوق لیسانس متوسط و برای مقطع دکترا سطح پایینی از اشتغال را به خود اختصاص می‌دهد (هادی‌زاده مقدم و رحیمی فیل آبادی، ۱۳۸۴).

۳- آموزش کارآفرینی

هدف آموزش کارآفرینی این است که دانش، مهارت و تجربه کارآفرینی را از طریق دوره‌های کارآفرینی، مسابقات کارآفرینی و سایر آموزش‌ها به دانشجویان منتقل کند تا تفکر خلاقانه و توانایی کارآفرینی را پرورش دهد. توسعه آموزش کارآفرینی در سال ۱۹۴۷ زمانی آغاز شد که مدرسه بازرگانی هاروارد اولین دوره آموزش کارآفرینی تحت عنوان "مدیریت شرکت‌های جدید" را افتتاح کرد و از آن زمان به تدریج به توسعه‌ی خود ادامه داد. آموزش کارآفرینی در کالج‌ها فراگیران را با استفاده از توانایی‌های جامع خود مانند توانایی شناسایی فرصت‌ها، توانایی نوآوری و قدرت روانی راهنمایی می‌کند (هوانگ و همکاران^۲، ۲۰۲۱).

آموزش کارآفرینی می‌تواند یکی از موثرترین شیوه‌ها برای انتقال جمعیت دانش‌آموختگان به بازار کار باشد. مطالعات در اروپا نشان داده که چنین آموزش‌هایی توانسته است افراد را مسئولیت‌پذیرتر بار آورد و آنها را تبدیل به کارآفرین و یا متفکران حوزه کارآفرینی کند. در نتیجه نرخ بیکاری و شکست کسب و کارها کمتر شده است (جامع اصل و همکاران، ۱۳۹۵). هدف آموزش کارآفرینی، همه دانشجویان هستند که از سال اول دانشگاه شروع و در کل فرایند آموزش دانشگاهی ادامه می‌یابد. در عین حال، از نظر سازماندهی و مدیریت، هر دانشگاه باید مدیریت آموزش کارآفرینی را ایجاد کند، سازمانی به رهبری رئیس دانشگاه، با مشارکت متخصصان مربوطه موسسات آموزشی، بخش‌های کار دانشجویی، بخش‌های مدیریت آموزشی و غیره، برای ایجاد رهبری و مدیریت آموزش کارآفرینی با منابع یکپارچه و ایجاد موسسه‌ای که به طور خاص آموزش کارآفرینی را اجرا و پژوهش می‌کند (بین و همکاران^۳، ۲۰۲۱). دوره‌های آموزشی بر پرورش روحیه کارآفرینی در دانشجویان تاثیر مثبت دارد، از این رو کشورهای در حال

1 Huang et al
2 Huang et al
3 Bin et al

توسعه مانند ایران نیز برای دستیابی به مزیت‌های رقابتی و حل مسائل و مشکلات عمومی جامعه مانند بیکاری و نظایر آن ملزم به توسعه کارآفرینی هستند (مالک پور و دلاور، ۱۳۹۴). درواقع توسعه فضای کارآفرینانه، آموزش کارآفرینی و انتقال مهارت‌های کارآفرینانه به دانشجویان در دانشگاه‌ها یکی از ضرورت‌های زیربنایی و درخور توجه برای ایجاد اشتغال در جامعه محسوب می‌شود (قربانعلی زاده و نجارنهندی، ۱۳۹۳).

۴- روحیه کارآفرینی

بر اساس گزارش سازمان کارآفرینی جهانی (۲۰۱۸-۲۰۱۷)، آگاهی کارآفرینان، درک فرصت کارآفرینی و خودکارآمدی کارآفرینانه سه متغیر روحی کارآفرینی با بیشترین تأثیر هستند. اولین، آگاهی کارآفرینی یک نیروی محرک داخلی قوی برای افراد است که به فعالیت‌های کارآفرینی بپردازند. دوم، درک فرصت کارآفرینی به درک ذهنی افراد از فرصت‌های کارآفرینی در اطراف آنها اشاره دارد. در نهایت، متغیر سوم، خودکارآمدی کارآفرینانه، به میزان اطمینان افراد در توانایی خود برای کارآفرینان موفق اشاره دارد (هوانگ و همکاران^۱، ۲۰۲۱). روحیه کارآفرینی فرآیند بهره‌گیری از فرصت‌ها و ایجاد کسب و کار به نحوی که محصول تلاش زیاد، پذیرش ریسک‌های مالی، اجتماعی، روانی و نوآوری است و با انگیزه سود مالی، استقلال یا به خاطر اضطراب شروع می‌شود (عباس نژاد و ستار زاده، ۱۳۹۱). روحیه کارآفرینی Entrepreneurship spirit، همان میل و اراده درونی افراد کارآفرین برای راه اندازی یک کسب و کار بر مبنای یک فکر و ایده نوآورانه است. ویژگی‌های فردی یا سازمانی که تحمل پذیرش خطر را افزایش داده و گرایش به نوآوری را بالا می‌برد، تلفیقی از ویژگی‌های روانشناختی می‌باشد (سایت پارس مدیر، ۱۴۰۰).

۵- آموزش عالی و روحیه کارآفرینی

نظام آموزش عالی کشور به عنوان یکی از دو قطب آموزشی، تعلیم و تربیت نیروی انسانی متخصص و کارآمد مورد نیاز جامعه را در سطوح و رشته‌های مختلف به عهده دارد. جذب دانش آموختگان دانشگاه‌ها در بازار کار منوط به داشتن توانایی‌ها و ویژگی‌هایی است که بخشی از آن می‌بایست در طول دوران تحصیل در دانشگاه ایجاد گردد (قاسمی و اسدی، ۱۳۸۹). تجارب کشورهای توسعه‌یافته نشان می‌دهد که کارآفرینی برای توسعه کشورها، مناطق و همچنین بخش‌های مختلف صنعت ضروری است. دانشگاه به عنوان یک نهاد محوری در جامعه، می‌تواند در توسعه و ارتقای کارآفرینی مشارکت حیاتی داشته باشد. با وجود آنکه فرایند ایجاد شرکت یک نوع انتخاب مسیر شغلی پایدار برای دانشجویان فراهم می‌کند (عزیزی و عزیزی، ۱۳۹۹). کشورهای جهان اهمیت زیادی به کارآفرینی و توسعه می‌دهند و سیاست‌هایی را برای ارتقای کارآفرینی معرفی کرده‌اند. در سوئد، آموزش و سیاست کارآفرینی، یادگیری و فرهنگ کارآفرینی را در آموزش عالی به طور گسترده ارتقا می‌دهد. در ترکیه، حمایت ساختاری (اعم از سیستم ساختاری شامل سازمان‌های خصوصی، دولتی و غیردولتی) برای دانشجویان دانشگاه که مشاغل خود را شروع می‌کنند بسیار حیاتی است. علاوه بر این، دولت ژاپن با پیاده سازی سیاست‌هایی که جو کسب و کارهای نوپا را بهبود می‌بخشد، از ایجاد فرهنگ کارآفرینی حمایت می‌کند (هوانگ و همکاران^۱، ۲۰۲۱). دانشگاه‌ها در تلاش برای ایفای نقش موثرتری در جامعه پیرامون خود هستند. ارائه آموزش‌های کارآفرینی به منظور پرورش دانشجویان دارای ویژگی‌های کارآفرینانه، یکی از کارکردهای نوین مراکز آموزش عالی برای حرکت در جهت حل نیازهای جامعه است (خسروی پور و همکاران، ۱۳۹۴). علاء و همکاران (۱۴۰۰)

توانایی حل مسئله	جهت گیری به سوی عمل
ویژگی های آموزش عالی کارآفرینی	
مهارت های بین المللی	یادگیری بین رشته ای

شکل ۱- ویژگی های آموزش عالی کارآفرینی (عموزاده جلیلی و جانلو، ۱۳۹۱)

بیان می کنند که مؤلف‌های ارزش‌ها و نگرش‌های اجتماعی و فرهنگی، زیرساخت متغیرهای دارای قدرت نفوذ قوی بر مدیریت، کارآفرینی و اشتغال دانش بنیان، می‌باشند. 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 توسعه و پرورش خصیصه‌های کارآفرینانه و نیز افزایش توانایی مدیریتی و کارآفرینانه افراد باعث افزایش عرضه کارآفرینی گردد (شاه حسینی، علی (۱۳۹۸).

رهوواز کویتز (۲۰۰۴) چند ویژگی را برای آموزش عالی کارآفرینی بررسی و تأکید کرده که می‌توان آنها را در شکل (۱) نشان داد. به باور گیپ و هانن (۲۰۰۷)، یکی از اهداف کارآفرینی در دانشگاه‌ها تمرکز بر پرورش نگرش‌های کارآفرینانه در دانشجویان است، آنها باید یاد بگیرند که افرادی نوآور و خلاق باشند و ابتکار و تفکر مستقل را بیاموزند (مجیدی و همکاران، ۱۳۹۱). در ارتباط

با عوامل موثر بر روحیه کارآفرینی در دانشجویان، موحدی و جلیلیان (۱۳۹۵) در پژوهش خود با استفاده از تحلیل‌های عاملی اکتشافی این عوامل را شناسایی نمودند که به طور اختصار می‌توان آنها را در شکل (۲) نشان داد.



شکل ۲: عوامل موثر بر توسعه روحیه کارآفرینی دانشجویان (موحدی و جلیلیان، ۱۳۹۵).

پژوهشگران فوق، ذکر نموده‌اند تحلیل عاملی بیانگر آن است که عامل آموزش و اهمیت کارآفرینی یکی از مهم‌ترین عامل‌های موثر بر کارآفرینی دانشجویان محسوب می‌شود و توصیه کردند که مسأله آموزش کارآفرینی دانشجویان باید بیش از پیش مورد توجه قرار گیرد.

۶- نتیجه گیری

آموزش‌های کارآفرینانه مهم‌ترین تلاشی هستند که بستر لازم را برای توانمندسازی دانشجویان و کسب مهارت ضروری خصوصاً دانشجویان و دانش‌آموختگان در راستای رفع نیازهای جامعه و یا خوداشتغالی فراهم می‌کند و در این راستا آموزش عالی می‌تواند با ارائه برنامه‌های آموزشی در زمینه‌ی قابلیت‌های کارآفرینی این توانایی را در آنها ایجاد نماید. قرن حاضر به عصر اطلاعات موسوم است، دارای پیامدهایی چون جهانی شدن، توسعه روزافزون فناوری‌های نوین، تحولات شتابان در مبادلات، رقابت شدید در زمینه کسب و کار و ... می‌باشد. در چنین فضایی توسعه کارآفرینی در جامعه به طور عام و در میان دانشجویان آموزش عالی به طور خاص یکی از شاخص‌های تاثیرگذار در دستیابی به توسعه ملی و آینده‌ی مطلوب است. تجارب کشورهای دنیا نیز نشان می‌دهد در راستای آماده نمودن فراگیران نظام آموزش عالی جهت اشتغال در بازارکار یا خوداشتغالی، آموزش‌های کارآفرینانه را در برنامه‌های آموزشی به طور جدی دنبال می‌کنند. آموزش‌های دانشگاهی باید بتواند با ارائه برنامه‌های آموزشی مناسب در بروز و پرورش روحیه و قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان (ریسک‌پذیری، خلاقیت، خودباوری، آینده‌نگری و...) موثر باشد، توانایی‌های بالقوه دانشجویان را شناسایی و آنها را در راستای خوداشتغالی و راه اندازی کسب و کار توانمند سازد. در این زمینه پیشنهاد‌های زیر ارائه می‌شود:

- ۱- برگزاری دوره‌های آموزش کارآفرینی (مبانی کارآفرینی و آموزش فرآیند راه اندازی کسب و کار) با اهداف تقویت روحیه ریسک‌پذیری و تغییرپذیری (مدیران، کارکنان و دانشجویان)

- ۲- متناسب نمودن سرفصل‌ها با نیاز بازار کار، افزایش فعالیت‌های عملی در دروس مختلف، تلفیق مبانی کارآفرینی در دروس تخصصی و دسترسی مناسب و کافی به تجهیزات فناوری اطلاعات و ارتباطات در دانشگاه
- ۳- با اصلاح سرفصل‌های دروس و برنامه درسی، واحدهای کارآموزی و عملیاتی دانشجویان طوری تنظیم شود که با مهارت‌هایی چون کار تیمی، برنامه ریزی و ... تطابق داشته و به پرورش توسعه ویژگی‌ها و روحیه کارآفرینی افراد منجر شود
- ۴- برگزاری سمینارها، دوره‌ها، کارگاه‌های آموزشی در زمینه‌ی مبانی کارآفرینی خصوصا در زمینه‌های تصمیم گیری، فرصت شناسی، خلاقیت، نوآوری و راه اندازی کسب و کار برای دانشجویان رشته‌های مختلف
- ۵- راه اندازی و حمایت از تشکلهای مشترک استادان و دانشجویان در زمینه‌های مرتبط با کارآفرینی و تولید
- ۶- کارآموزی باتوجه به نقش مهمی که در ایجاد روحیه کارآفرینی در دانشجویان دارد، با جدیت و کیفیت بهتر و بیشتری انجام شود و فعالیت و تحقیقاتی نظیر تهیه پروژه کسب و کار، آموزش خلاقیت و نوآوری و بازدید از الگوهای موفق در کارآفرینی اجرایی شوند.

منابع

۱. ایزدی، نسیم، یعقوبی فرانی، احمد و عطائی، پوریا، (۱۳۹۸)، «تعیین کننده‌های رفتار کارآفرینانه افراد عضو شبکه‌های اجتماعی مجازی کشاورزی»، نشریه راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی، ۱۲(۶)، ۴۸-۵۸
۲. جامع اصل، سیمین، ذوالفقاری، عاطفه، حجازی، سید رضا و مجاور، بابک، (۱۳۹۵)، «نقش آموزش در موفقیت کارآفرینی دانشگاهی در دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران»، نشریه آموزش در علوم انسانی، شماره ۱، ۱۷۶-۱۵۵
۳. حسینی، سید محمد (۱۳۹۲)، «موج‌های پیش برنده کارآفرینی»، سایت مدیر سرا، قابل دسترس در Madirsara.blogfa.com
۴. خسروی پور، بهمن، برادران، مسعود و عابدی، بهاره، (۱۳۹۴)، «رابطه‌ی ویژگی‌های روانشناختی کارآفرینانه با روحیه کارآفرینی دانشجویان دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی رامین خوزستان»، نشریه پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، ۳۰-۴۱، (۳۵)۷
۵. خسروی پور، بهمن، برادران، مسعود و عابدی، بهاره، (۱۳۹۵)، «آموزش کارآفرینانه در توسعه روستایی»، چاپ اول، تهران، انتشارات تاک (تحقیقات آموزش کشاورزی)، صص ۳۱۲.
۶. سایت پارس مدیر (۱۴۰۰)، «روحیه کارآفرینی»، قابل دسترس در parsmodir.com/db/etpreneurship.
۷. شاه حسینی، علی (۱۳۹۸)، «کارآفرینی»، چاپ چهارم، تهران، انتشارات نویسنده
۸. شریف زاده محمدشریف و عبد الله زاده غلامحسین (۱۳۹۳)، «تدوین نشانه‌های کارآفرینی دانشگاهی در آموزش عالی کشاورزی»، فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۷(۲)، 267-287
۹. صادقی شه‌میرزادی سمیه و عدلی فریبا (۱۳۸۹)، «رابطه‌ی جو نظام آموزش عالی و پرورش روحیه کارآفرینی دانشجویان»، پژوهش تربیتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد بجنورد، شماره ۲۲.
۱۰. صمدی میارکلائی حسین و صمدی میارکلائی حمزه (۱۴۰۰)، «در مسیر دانشگاه کارآفرین: دانشگاه کارآفرین از تئوری تا عمل»، نشریه صنعت و دانشگاه، سال ۱۳، شماره های ۴۷ و ۴۸، صص ۱۶۶-۱۴۹
۱۱. عباس نژاد رقیه و ستار زاده داوود (۱۳۹۱)، «بررسی ارتباط بین مولفه‌های سرمایه اجتماعی با میزان روحیه کارآفرینی (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه پیام نور مرکز ساری)»، کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان، بابلسر
۱۲. عباسی، حمیدرضا، حسینی نیا، غلام حسین و داوری، علی، (۱۴۰۲)، «شناسایی و واکاوی مکانیزم‌های توسعه رفتار کارآفرینانه در سازمان‌های دولتی (مورد مطالعه: وزارت کار، تعاون و امور اجتماعی)»، مجله توسعه کارآفرینی، ۱۶(۱)، ۳۰-۱۵
۱۳. عزیزی محمد و عزیزی اکرم (۱۳۹۹)، «نسل سوم دانشگاهی: تجربه‌های موفق دانشگاه‌های برتر در آموزش کارآفرینی با اتکا به منابع صنعت»، صنعت و دانشگاه، ۳۱(۹)، ۱۴-۱.
۱۴. علاء، اسرافیل، حاتمی، جواد، احمدی، امین و آقاجانی، حسنعلی، (۱۴۰۰)، «ارائه الگوی دانشگاه کارآفرین با رویکرد بلوغ روانشناختی و آمادگی روانی برای تجاری سازی و کارآفرینی»، مدیریت و برنامه‌ریزی در نظام‌های آموزشی، ۱۴(۱)، ۱۵۷-۱۸۴

۱۵. عموزاده خلیلی مجید و محمود جانلو وحید (۱۳۹۱)، «بررسی و پرورش روحیه کارآفرینی در نظام آموزش عالی ایران (مطالعه موردی: دانشگاه مازندران)»، کنگره پیشگامان پیشرفت، تهران.
۱۶. قاسمی جواد و اسدی علی (۱۳۸۹)، «تحلیل عاملی عوامل موثر در ایجاد روحیه کارآفرینی دانشجویان تحصیلات تکمیلی (مطالعه موردی: پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران)»، نشریه اقتصاد و توسعه کشاورزی (علوم و صنایع کشاورزی)، دوره ۴۴، شماره ۱، صص ۲۲-۱۳.
۱۷. قربانعلی زاده مزده و نجار نهاوندی مریم (۱۳۹۳)، «تحلیلی بر کارآمدی آموزش عالی در مساله اشتغال جوانان»، نشریه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان، ۱۳ (۲۴)، صص ۲۵-۱.
۱۸. قیاسی فرد، نصراله، محبی، حسین و نبی میدی، مرتضی، (۱۴۰۲)، «تحلیل موانع توسعه کارآفرینی در مناطق محروم با استفاده از روش دلفی و فرآیند تحلیل شبکه ای»، مجله توسعه کارآفرینی، ۱۶ (۱)، ۶۱-۷۶.
۱۹. مالک پور کامران و دلاور علی (۱۳۹۴)، «نقش‌های آموزش‌های دانشگاهی بر ایجاد روحیه کارآفرینی و راهکارهای ارتقا آن»، فصلنامه پژوهش‌های تربیتی، ۲ (۳۱)، ۵۷-۳۲.
۲۰. مجیدی، داوود، یاسیلاهی شراهی، بهمن و علی‌محمدی، میترا، (۱۳۹۱)، «تاثیر آموزش کارآفرینی بر نگرش و روحیه کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه خوارزمی»، فصلنامه مهارت‌آموزی، ۱۱ (۱)، ۱۳۱-۱۱۷.
۲۱. موحدی رضا و جلیلیان سارا (۱۳۹۵)، «تحلیل سازه‌های موثر بر روحیه کارآفرینی دانشجویان تحصیلات تکمیلی ترویج و آموزش کشاورزی»، جلد ۱۲، شماره ۱، صص ۱۹۷-۱۸۱.
۲۲. موسیوند، مریم، فرازانی، فاتح، کریمی، علی و ویس، سیدمهدی، (۱۳۹۶)، «تبیین تأثیر مؤلف‌های توانمندسازی روانشناختی بر توسعه رفتار کارآفرینان در بین کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان کرمانشاه»، فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش، ۴ (۴)، ۸۰-۷۱.
۲۳. هادی‌زاده مقدم اکرم و رحیمی فیل آبادی فرج اله (۱۳۸۴)، «کارآفرینی سازمانی»، چاپ اول، تهران، نشر جانان.
24. Asamani, L., Mensah, A.O. (2013). Entrepreneurial Inclination among Ghanaian University Students: The Case of University of Cape Coast, Ghana. Eur. J. Bus. Manag. 5, 113-126.
25. Bin, L., Zakaria, J., Zeng, G. and Ran, Z. (2021) Approaches of Cultivating Entrepreneurship Talent in Sport Major.
26. Dragusin, M., and Balalia, A. E. (2010). Cooperation between SMEs and Higher education Institutions-effective tool for entrepreneurial education. Studia Universitatis Babeş Bolyai-Negotia, 1(55, 87-89.
27. Huang, Y., An, L., Wang, J., Chen, Y., Wang, S., and Wang, P. (2021). The Role of Entrepreneurship Policy in College Students' Entrepreneurial Intention: The Intermediary Role of Entrepreneurial Practice and Entrepreneurial Spirit. Frontiers in Psychology, 12, 934.
28. Neneh, B. N. (2019). From entrepreneurial alertness to entrepreneurial behavior: The role of trait competitiveness and proactive personality. Personality and Individual Differences, 138, 273-279.
29. Papagiannis, G. D. (2018). Entrepreneurship education programs: The contribution of courses, seminars and competitions to entrepreneurial activity decision and to entrepreneurial spirit and mindset of young people in Greece. Journal of Entrepreneurship Education, 1(12, 1-12.
30. Shaheen, N. and AL-Haddad, S. (2018), "Entrepreneurial self-efficac and entrepreneurial behavior", International Journal of Development and Sustainability, Vol. 7 No. 10, pp. 2385-2042.
31. Wardana, L. W., Narmaditya, B. S., Wibowo, A., Mahendra, A. M., Wibowo, N. A., Harwida, G., & Rohman, A. N. (2020). The impact of entrepreneurship education and students' entrepreneurial mindset: the mediating role of attitude and self-efficacy. Heliyon, 6(9).