

نقش تحصیلات عالی و آموزش بر توسعه کارآفرینی در افغانستان

محمد نویر^۱

چکیده

تحصیلات و آموزش یکی از موارد مهم در رشد و توسعه کارآفرینی است که مورد توجه ویژه کشورهای جهان واقع شده است. با توجه به مطالعات مختلفی که درین زمینه تا حال صورت گرفته ثابت شده که ویژگی‌های کارآفرینان اغلب اکتسابی است نه مورثی و از این رو در حال حاضر آموزش کارآفرینی به یکی از مهم‌ترین و گسترده‌ترین فعالیت‌های مراکز آموزشی خصوصاً پوهنتون‌ها در دنیا تبدیل شده است. با توجه به این که کارآفرینی و اشتغالزایی در روند رشد و توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورها نقش و تأثیر به‌سزایی دارد، دولت‌ها برای آموزش کارآفرینی به نیروی انسانی در جامعه تلاش‌های قابل توجهی از خود نشان می‌دهند. به خصوص در سال‌های اخیر در کشور عزیز ما افغانستان نیز تعدادی از نهادها و پوهنتون‌ها با ایجاد مراکز کارآفرینی و توسعه آموزش کارآفرینی به دانشجویان و برگزارای دوره‌های مختلف آموزشی کوشش فراوانی نموده‌اند. در این مقاله به در نظر داشت داده‌های کیفی مبتنی بر روش تحقیق توصیفی سعی و تلاش بر آن شده، بر این اصل که چقدر تحصیلات عالی و آموزش در توسعه کارآفرینی در کشور نقش و تأثیرگذار است. روی این منظور ابتدا مقدمه‌ای بر بیان مسئله از موضوع ارائه شده و سپس به تعریف کارآفرینی، اهمیت و ضرورت آموزش کارآفرینی، اهداف، سوالات و فرضیه‌های تحقیق، اهداف آموزش کارآفرینی، نیاز به درس کارآفرینی در پوهنتون‌های کشور. اهداف پوهنتون‌ها در گسترش کارآفرینی، ویژگی‌های پوهنتون کارآفرین، شاخص‌های اجتماعی و فرهنگی کارآفرینی در سطح پوهنتون و در پایان به نتیجه‌گیری و پیشنهادها پرداخته شده است.

واژگان کلیدی

تحصیلات عالی، آموزش، توسعه، کارآفرینی و شاخص فرهنگی و اجتماعی.

^۱ دانشکده اقتصاد و مدیریت، دانشگاه جامی، هرات، افغانستان



بیان مسئله

برای تحقق و دستیابی به کارآفرینی، در نخست باید ابعاد و جنبه‌های مختلف آن را شناسایی و سپس با سرمایه گذاری در بخش‌های گوناگون آن این ابزار مهم اقتصادی را در حد امکان تقویت کرد. یکی از مهم‌ترین ابعاد مورد نظر، بسترسازی فرهنگی و اجتماعی برای کارآفرینی در جامعه است. به منظور ایجاد و ترویج فرهنگ مناسب، ابتدا باید راهکارهای مختلفی را شناخت که فرهنگ و اجتماع از طریق آن می‌تواند توانایی و استعداد کارآفرینی را به افراد تزریق و تشویق کند و سپس سرمایه گذاری لازم را روی آن انجام داد تا به هدف مورد نظر از دید کارآفرینی در آن جامعه رسید. کارآفرینی فرآیندی است که با نگاه فرصت‌گرایانه کارآفرین‌ها در اجتماع آغاز می‌شود و نتیجه آن تولید محصولات، ارائه خدمات، ایجاد اشتغال، رفاه و آسایش عمومی جامعه با درک و انجام ابتکارات لازمه و درنهایت این که از هیچ چیز به همه چیز رسیدن است. برای این که یک جامعه را به سطح بالایی از میزان کارآفرینی بالا برد، لازم است آموزش‌های لازم را برای افراد آن جامعه تدارک دید و آگاهی‌ها و توانایی‌های آنان را به منظور بالا بردن کارآفرینی تقویت و افزایش داد. به این ترتیب در جامعه واحدهای کسب و کار توسعه پیدا خواهد کرد و این امر جزء از طریق توجه به نظام آموزشی در کشور امکان‌پذیر نخواهد شد. امروزه تقریباً در تمام مقاطع تحصیلی همه کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه آموزش و ترویج کارآفرینی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار می‌باشد، و خوشبختانه پوهنتون‌های افغانستان هم درین اواخر این رویکرد را به پیش گرفته‌اند که اقدام عالی برای کارآفرینی شدن جامعه ماست. پوهنتون‌ها می‌توانند ضمن ارائه آموزش‌های علمی و تخصصی به دانشجویان، با طراحی دوره‌های ماستری و دکترا و یا طراحی دروس کارآفرینی برای اکثریت رشته‌های تحصیلی به پرورش خصلت‌های کارآفرینانه و مهارت‌های مدیریتی و رهبری در فارغ‌التحصیلان خود موجب افزایش میزان عرضه کارآفرین‌ها به بازار کار کشور شوند تا با شناخت و اجرای فرصت‌های تازه، زمینه‌های تحقق فرآیندهای خلاقانه و نوآور را در بخش‌های مختلف جامعه فراهم نمایند. روی این منظور این تحقیق برای دانستن این موضوع که نقش تحصیلات عالی و آموزش بالای توسعه کارآفرینی در کشورها خصوصاً در جوامع مانند افغانستان چگونه است پرداخته است و تلاش صورت خواهد گرفت که موارد و جزئیات این مبحث به صورت دقیق به بررسی گرفته شود.

اهمیت و ضرورت تحقیق

در حال حاضر سیر تحولات جهانی، کارآفرینان را در خط مقدم رشد و توسعه نوآوری و توسعه اقتصادی قرار داده است. تجربه موفقیت‌آمیز اغلب کشورهای پیشرفته جهان و نیز برخی از کشورهای در حال توسعه در عبور از بحران‌های اقتصادی به واسطه توسعه کارآفرینی در آن کشورها، موجب گردیده تا سایر کشورها نیز برای کارآفرینی، کارآفرینان و شکل‌گیری کسب و کارهای نوآورانه اهمیت خاصی قائل گردند. با عنایت به پدیده جهانی شدن

اقتصاد، برخی عقیده دارند که «بازارهای جهانی فردا از آن شرکت‌هایی است که به ریسک‌پذیری کارآفرینانه بهاء می‌دهند و برای گسترش سرمایه‌های فکری خود در حد کلان سرمایه‌گذاری می‌کنند، در بالندگی فردی پرتلاشند و در خط مشی‌گذاری، شرایط محیطی را مد نظر قرار می‌دهند. بر همین اساس، توسعه کارآفرینی از جنبه‌های گوناگون مدنظر قرار گرفته است. آموزش، یکی از جنبه‌های مهم در گسترش کارآفرینی است که مورد توجه ویژه‌ای واقع شده است. با توجه به مطالعات مختلفی که صورت گرفته ثابت شده که ویژگی‌های کارآفرینان اغلب اکتسابی است و نه مورثی و از این رو در حال حاضر آموزش کارآفرینی به یکی از مهم‌ترین و گسترده‌ترین فعالیت‌های نهاد و خصوصاً پوهنتون‌ها تبدیل شده است.

اهمیت آموزش کارآفرینی و فعالیت‌های کارآفرینانه لازم است که کشورها با درآمد بالا بر اهمیت مسائلی همچون تحقیق و توسعه (R&D)، تجاری‌سازی فناوری و آموزش‌های علمی خصوصاً در حوزه کارآفرینی تأکید بیشتر نمایند همچنان کشورهای با درآمدهای پایین مانند کشور ما افغانستان ضرورت دارد به منظور کاهش میزان کارآفرینی‌های قهری بر آموزش و تربیت نیروی انسانی تمرکز بیشتر کنند و کشورهای با درآمد متوسط به منظور توسعه بستر و زیرساخت‌های مناسب برای کارآفرینی به آموزش کارآفرینانه ملزم هستند.

با توجه بر این‌که برخی از صاحب‌نظران معتقدند کارآفرینی با آموزش مستقیم حاصل نمی‌شود و باید به روش پرورشی و تجربی کارآفرینان را تربیت کرد. اما هیچ‌کس منکر این مطالب نیست که استفاده از تکنولوژی و فناوری و ایجاد کسب و کار جدید بدون آموزش و پژوهش در عمل دست نیافتنی است. با مراجعه به اطلاعات موجود درباره افزایش رشته‌های پوهنتونی، کارآفرینی در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه، اهمیت نظام آموزشی و پژوهشی در توسعه کارآفرینی و تربیت کارآفرینان بیشتر مشخص می‌شود. به عبارت دیگر ارتباط مستقیمی بین پیشرفت فناوری و ضرورت آموزش کارآفرینان وجود دارد. (professor peter F. Drucker. New York)
(c1985, Harper & Row

با در نظر داشت آشکار شدن نقش و تأثیر کارآفرینی بر روند اشتغال‌زایی و رشد اقتصادی کشورهای توسعه یافته، تلاش‌ها در جهت آموزش و تعمیم دانش و روحیه کارآفرینی در بین مدیران، تجار، دانشجویان (که همه کارآفرینان بالقوه محسوب می‌شوند) و کارآفرینان بالفعل شدت گرفته است. به طور کلی هدف از آموزش کارآفرینی، تربیت افرادی است که بتوانند پس از تکمیل تحصیلات خود افرادی «مؤسس» و مهارت‌های لازم را در جهت ایجاد کسب و کاری را داشته باشند و این باعث خواهد شد فرهنگ کارآفرینی را در جامعه گسترش دهد و این امر (آموزش کارآفرینی) نیاز مبرم جامعه‌ای ماست برای عبور از بحران‌های اقتصادی خصوصاً برای رفع و کاهش بیکاری نیروی جوان تحصیل کرده و افزایش روحیه و جرأت کارآفرینی جهت افزایش سرمایه‌گذاری و رسیدن به رشد و توسعه پایدار اقتصادی در کشور.

هدف اصلی تحقیق

بررسی نقش تحصیلات عالی و آموزش بر توسعه کارآفرینی

اهداف فرعی تحقیق

- (۱) بررسی تأثیر شاخص‌های فرهنگی و اجتماعی کارآفرینی نهاد‌های آموزشی (پوهنتون‌ها) و نقش آن بر توسعه کارآفرینی
- (۲) بررسی تأثیر ویژگی‌های کارآفرین نهاد‌های آموزشی (پوهنتون‌ها) و نقش آن بر توسعه کارآفرینی
- (۳) بررسی تأثیر دوره‌های آموزش کاربردی و تجربی کارآفرینی نهاد‌های آموزشی (پوهنتون‌ها) و نقش آن در توسعه کارآفرینی

سؤالات تحقیق

سؤال اصلی تحقیق

آیا تحصیلات عالی و آموزش بر توسعه کارآفرینی تأثیر دارد؟

سؤالات فرعی تحقیق

- (۱) آیا شاخص‌های فرهنگی و اجتماعی کارآفرینی نهاد‌های آموزشی (پوهنتون‌ها) بر توسعه کارآفرینی تأثیر دارد؟
- (۲) آیا وجود ویژگی‌های کارآفرین نهاد‌های آموزشی (پوهنتون‌ها) بر توسعه کارآفرینی تأثیر دارد؟
- (۳) آیا دوره‌های آموزش کاربردی و تجربی کارآفرینی نهاد‌های آموزشی (پوهنتون‌ها) بر توسعه کارآفرینی تأثیر دارد؟

فرضیه‌های تحقیق

فرضیه اصلی تحقیق

تحصیلات عالی و آموزش بر توسعه کارآفرینی تأثیر گزار است.

فرضیه‌های فرعی تحقیق

- ۱) به نظر می‌رسد شاخص‌های فرهنگی و اجتماعی کارآفرینی در نهاد‌های آموزشی (پوهنتون‌ها) بر توسعه کارآفرینی تاثیرگذار است.
- ۲) به نظر می‌رسد وجود ویژگی‌های کارآفرین در نهاد‌های آموزشی (پوهنتون‌ها) بر توسعه کارآفرینی تاثیرگذار است.
- ۳) به نظر می‌رسد دوره‌های آموزش کاربردی و تجربی کارآفرینی در نهاد‌های آموزشی (پوهنتون‌ها) بر توسعه کارآفرینی تاثیرگذار است.

محیط تحقیق

این تحقیق بر اساس داده‌های کیفی بوده و ساحه تحقیق کشور افغانستان می‌باشد.

روش تحقیق

با در نظر داشت داده‌های کیفی روش استفاده شده در این تحقیق عبارت از روش توصیفی است و نتایج حاصله از مطالعه موردی توصیفی از کل جامعه آماری (محیط تحقیق) خواهد بود.

اهداف آموزش کارآفرینی

یکی از جمله مهم‌ترین و مقدم‌ترین عوامل در طراحی و اجرای یک دوره آموزشی، توجه به اهداف آن است. در تدوین اهداف یک دوره آموزش کارآفرینی نیز ابتدا باید هدف از برگزاری آن را مشخص نمود. دوره‌های آموزش کارآفرینی نیز همانند تمامی دوره‌های آموزشی بر اساس اهداف متفاوتی طراحی می‌گردند. با وجود این در مجموع با توجه از اهداف ویژه خود سه تغییر اساسی در فراگیران و مستفیدین ایجاد می‌نمایند. این سه تغییر شامل:

۱. تغییر در دانش، معلومات و اطلاعات افراد مستفید شونده از آموزش
 ۲. تغییر در نگرش و بینش و طرز تلقی افراد نسبت به موضوعات و مسائل ویژه مرتبط
 ۳. تغییر در مهارت‌ها و توانایی‌های عملی افراد مستفید شونده از آموزش
- همچنان مهم‌ترین اهداف آموزش کارآفرینی را می‌توان دست‌یابی به مهارت‌های لازم برای استفاده از فنون، تجزیه و تحلیل موقعیت‌های کسب و کار، شناسایی و ایجاد انگیزه، استعداد و مهارت‌های کارآفرینی، حمایت از تمامی ابعاد منحصر به فرد کارآفرینی و هدایت نگرش‌ها به سمت تغییر و تحولات و همچنین ترغیب شرکت‌های تازه تأسیس و دیگر کسب و کارهای کارآفرینانه برشمرد. (سعیدی کیا و همکاران، ۱۳۸۷، ۲۱).
- به طور کلی هدفهای مورد نظر در آموزش کارآفرینی به شرح ذیل می‌باشند:

ایجاد و تحریک انگیزه افراد

یکی از اهداف در آموزش و ترویج کارآفرینی تحریک انگیزه‌ها در افرادی است که دارای خصوصیات کارآفرینانه می‌باشند. شناخت این افراد از توانایی‌های خود و آگاهی دادن در این زمینه و تشویق آنها از اصلی‌ترین وظایف آموزش کارآفرینی است. تحریک انگیزه‌هایی از قبیل: میل به کسب ثروت، میل داشتن کسب و کار شخصی خودش، موفقیت طلبی، استقلالیت، تمایل به ساختن چیزی نو، قرار نگرفتن فرد در پایگاه اجتماعی که لیاقتش را دارد و غیره آن موجب می‌شود که فرد را در مسیر کارآفرین شدن قرار دهد.

پرورش ویژگی‌ها و مهارت‌های افراد

چنان که ذکر شد ویژگی‌ها و توانایی‌های که موجب می‌گردد یک فرد کارآفرین شود، موارثی نیست بلکه اکتسابی و تجربی است. بنابراین پرورش این ویژگی‌ها در افراد مختلف مطابق به نوعیت داشتن آن لازم است. چون برخی از افراد در محیط‌هایی پرورش می‌یابند که زمینه برای تحریک انگیزه‌ها و پرورش ویژگی و مهارت‌های آنان فراهم است، بنابراین در صورتی که این افراد کسب و کاری و یا فعالیت نوآورانه را شروع نمایند، مطالعات و تجربیات نشان داده که اغلب با موفقیت همراه خواهد بود. اما بیشتر مردم در چنین محیط‌هایی قرار ندارند، لذا ایجاد انگیزش و پرورش ویژگی‌ها و توانایی‌های آنها از طریق برنامه‌های آموزشی و تحصیلی برای آنان لازم است. این ویژگی‌ها شامل مواردی همچون آموزش تفکر خلاقانه، افزایش ابتکارات، افزایش مهارت‌های مدیریتی، بالا بردن ریسک پذیری، بالا بردن قدرت تحمل پذیری، دادن اعتماد به نفس، فرصت شناسی، انتخاب طرح و ایده‌های تاب، دادن اطلاعات آموزشی نسبت به خصوصیات روانی و شخصیتی شخص می‌باشد.

آموزش مهارت‌های کسب و کار افراد

این آموزش‌ها به صورت عموم به سه بخش تقسیم می‌گردند:

- ۱) آموزش قبل از تأسیس شرکت و کسب و کار
- ۲) آموزش در زمان تأسیس شرکت و کسب و کار
- ۳) آموزش بعد از تأسیس شرکت (مدیریت کسب و کار)

قبل از تأسیس باید فرد کارآفرین چگونگی ایجاد و راه اندازی یک کسب و کار و مراحل آن، چگونگی انجام کارهای گروهی و مهارت‌های ارتباطی و مدیریت، کنترل و غیره را بیاموزد. در زمان تأسیس باید در زمینه مسائل مالی، شناخت بازار، اصول مدیریت، بیمه، اقتصاد، قانون کار و امور حقوقی، آگاهی لازم را کسب نماید. توانایی مدیریت توسعه و رشد شرکت، یافتن شیوه‌های جدید، رقابت و حفظ موقعیت در بازار، یافتن بازارهای جدید نیز از

جمله مهارت‌های مورد نیاز کارآفرین بعد از تأسیس شرکت هستند. کلیه هدف‌ها و مراحل فوق به منظور ایجاد انگیزش در بین افراد و ایجاد کارآفرینان جدید، آگاهی دادن، هدایت و تشویق کارآفرینان به سوی کسب مهارت‌های لازم و ارائه آموزش‌های لازم برای کسب مهارت‌های مورد نیاز به کارآفرینان صورت می‌گیرد و گذراندن این دوره‌های آموزشی برای موفقیت کارآفرینانی که قبلاً هیچ گونه سابقه و شرایط محیطی لازم برای آنان فراهم نبوده، ضروری است (سعیدی کیا، مهدی و همکاران)

سوق دادن نگرش‌ها به سمت تغییر

یکی دیگر از اهداف در آموزش و ترویج کار آفرینی سوق دادن نگرش‌ها به سمت تحول و تغییر در جامعه به گونه مثبت است ممکن است شما کسب و کاری داشته باشید که از نظر اهداف اصلی، بسیار غنی باشد اما به اصطلاح نتواند دردی از جامعه و مشتری دوا کند اینجاست که باید منشأ مشکل را بیابید و تغییر مطرح می‌شود. گاهی تغییر در اهداف لازم است و گاهی تغییر در فرآیند انجام کارها. اما نباید در برابر تغییر، مقاومت نشان دهید. تا مادامی که تغییر را پذیرا نباشید موفق نخواهید بود. در چنین شرایطی اگر نتوانید از امکانات خود در راستای بهینه‌سازی وضعیتتان برای مشتری استفاده کنید، مجبور به تغییر در کسب و کار خود خواهید شد. (professor peter F. Drucker)

نیاز به تدریس کارآفرینی در پوهنتون‌های کشور

آموزش و آماده سازی افراد خصوصاً نسل جوان در مورد کارآفرینی نباید بعد از فارغ التحصیلی آن‌ها از مراجع عالی باشد. بلکه این امر باید در حین تحصیل با در نظر داشت اصل‌ها و استانداردهای اساسی در این حوزه انجام شود و لازم است روحیه کارآفرینی در پوهنتون‌ها پرورش داده شود تا باشد که نقش و موثریت حوزه‌های تحصیلی در قسمت رشد و توسعه ظرفیت‌های خلاق و مبتکر افزایش و باعث گردد افراد بیشتری برای کارآفرینی اقدام و با کسرت آن جامعه به سمت رشد اقتصادی و افزایش کسب و کارهای خلاق و نوآور حرکت کند. دلایل نیاز به ارائه تدریس و آموزش کارآفرینی را می‌توان در پوهنتون‌ها در موارد زیر خلاصه نمود:

- ۱) تقویت ساختارهای دانش محور در تولید علم و فناوری
- ۲) ایجاد توانایی و مهارت کار گارگروهی و تیمی
- ۳) آشنایی و درک فرصت‌ها و ایده‌ها یابی
- ۴) ایجاد توانایی ارزیابی اقتصادی از طرح تجاری
- ۵) آشنایی و نیازسنجی تحولات مطابق به نیازهای جامعه

- ۶) توجه بیشتر به تولید علم و تولید ثروت از دانش
- ۷) ایجاد توان شناسایی نیازهای جامعه و تطبیق تخصص و تحصیلات
- ۸) ایجاد و پرورش فرهنگ کارآفرینی در جامعه
- ۹) درک اهمیت کارآفرینی در ارتباط با رشد و توسعه اقتصادی در کشور
- ۱۰) پرورش ظرفیت‌های بالقوه مطابق به تقاضا کار کشور
- ۱۱) ایجاد بستر سازی برای فعالیت‌های کار آفرینانه در بین جوانان
- ۱۲) تشویق و گسترش خلاقیت برای خلق ایده و مفاهیم کسب و کارهای جدید.
- ۱۳) افزایش و بالا بردن قدرت تجزیه و تحلیل دانشجویان در زمینه‌های مختلف
- ۱۴) افزایش مهارت‌های شناسایی برای درک نقاط قوت و ضعف، تجزیه و تحلیل فرصت‌ها و تهدیدها کسب و کار
- ۱۵) توانایی و ارائه راهکارهای بهبود و مؤثر برای مشکلات کسب و کارها

نقش پوهنتون کارآفرین

از زمان گذشته الی حال یکی از موارد بارز و مهم تولید علم و اندیشه در جهان، مراکز علمی و پوهنتون‌ها می‌باشند و اندیشمندان بر این باورند که به اندازه‌ای که در یک کشور، تولید علم و اندیشه می‌شود، به همان اندازه، مظاهر حیات و شکوفایی و بالندگی بر آن کشور سایه انداخته و موجب رشد و توسعه آن در بخش‌های مختلف می‌شود. چنانچه پوهنتون‌ها و سایر مراکز آموزشی و تحصیلی در کشور، توجه و اهتمام اصلی خود را بر محور مبادلات علمی و مباحث آموزشی و پژوهشی اختصاص دهند، بی شک افق روشن و درخشانی را برای کشور و جامعه ترسیم خواهند کرد. (رنجبریان، ۱۳۹۱، ۳۱).

اساسی‌ترین عامل برقرار نمودن ارتباط نظام آموزش و تحصیلات عالی (پوهنتون‌ها) با جامعه، تربیت و آماده ساختن نیروی انسانی کارآمد، شایسته و دارای مهارت‌های لازم، به منظور پاسخگویی به نیازهای واقعی جامعه در زمینه‌های مختلف می‌باشد. همچنین تولید و ارائه دانش بومی در کشور برای حل مسائل جاری و حیاتی جوامعی که پوهنتون‌ها در آن قرار دارند از عمده‌ترین نقش‌های نظام تحصیلات عالی به حساب می‌آید. پوهنتون‌ها به عنوان بالاترین و آخرین مرحله نظام تحصیلی یا به عبارت دیگر رأس هرم آموزش و تحصیل در هر کشور هستند. اهداف و نقش پوهنتون‌ها در کشور، تربیت نیروی انسانی متخصص مورد نیاز جامعه، ترویج و ارتقای علم و دانش، گسترش تحقیق و فراهم نمودن زمینه مساعد برای رشد توسعه و پیشرفت کشور در بخش‌های مختلف خصوصاً حوزه تربیه کدرهای تأثیر گذار در مظاهر گوناگون می‌باشند

در عصر حاضر ضرورت توجه پوهنتون ها به تأمین نیازهای متنوع اجتماعی و احساس مسئولیت و پاسخگویی نسبت به آن تأکید شده است که پوهنتون ها باید در عین داشتن استقلال و خودگردانی و آزادی آکادمیک، در قبال استفاده از منابع عمومی، خصوصی، ملی و بین المللی، احساس مسئولیت نمایند. جایگاه رفیع پوهنتون ها در جامعه موجب ایجاد انتظاراتی جدید شده است و سیاستگذاران، مدیران و مجریان پوهنتونی را ملزم می نماید تا ضمن درک نیازهای متحول دنیای کار و اشتغال، آموزش های خود را کارآمد و معطوف به حل مسئله نمایند و ضمن پرورش انسان های خلاق و کارآفرین و دارای مهارت های عملی برای ورود به عرصه های اقتصادی - اجتماعی کار و زندگی، تعادلی بین تحقیق های بنیادی و کاربردی ایجاد نمایند و توانایی ارائه خدمات مشاوره ای به روز و کارساز را به جامعه داشته باشند تا باشد نقش مؤثر آنها در رشد و توسعه کارآفرینی در کشور به گونه قابل توجهی مورد دید عموم قرار گرفته و جلب حمایت و همیاری را از ملت برای گسترش آن در آینده همراه داشته و زمینه ساز توسعه پایدار در کشور فراهم گردد.

همچنان پوهنتون ها با تأسیس و حمایت بخش های فناوری، تحقیقاتی و کاریابی برآنند که از کارآفرینی و کاربردی کردن ایده های جدید حمایت کنند. پوهنتون کارآفرین موضوع جدیدی است که از یک سو توجه آن به دانش آموختگان است که بتوانند فعالیت های کارآفرینانه از خود بروز دهند و از سوی دیگر به تنوع بخشی، نوآوری در ارائه محصولات و خدمات تحصیلی و پژوهشی تأکید دارد. همچنان پوهنتون کارآفرین، پوهنتون سیستمی است که مهم ترین واژه در ادبیات آن نتیجه گرایی و مشتری گرایی است؛ زیرا این پوهنتون ها شامل گروهی از وظایف به هم پیوسته است که با هم نتیجه ارزشمندی از دید مشتری به بار می آورند. در این پوهنتون با بهره گیری از ابزارهای مدیریت کارآفرین و رویکرد سیستمی فعالیت های تحصیلی را با نیازهای جهان امروز و جهان آینده منطبق می شود. (سعیدی کیا، ۱۳۸۶، ۲۱).

تأکید توجه روزافزون به تحصیل و آموزش در جهان نیروهای انسانی خلاق و کارآفرین از یک سو و رسالت پوهنتون ها و مراکز آموزشی در انجام این امر مهم موجب گردید تا در اواخر قرن بیستم پوهنتون ها به مفهوم کارآفرینی توجه ویژه ای نمایند. در اواسط دهه ۱۹۷۰ اکثر پوهنتون های دنیا فعالیت های پراکنده و غیر منسجمی در رابطه با آموزش کارآفرینی انجام می دادند و از ابتدای دهه ۱۹۸۰ فعالیت در این زمینه گسترده تر و علمی تر گردید و تعداد پوهنتون هایی که به تدریس دروس کارآفرینی می پرداختند روز به روز بیشتر می شود. تا آنجا که امروزه آموزش کارآفرینی به عنوان یکی از مهم ترین و گسترده ترین فعالیت های تحصیلی پوهنتون ها قلمداد می شود و اکثر پوهنتون های بزرگ دنیا بر حسب ویژگی های کارورزان و نیازهای محلی و منطقه ای برنامه های آموزشی متعددی را در این زمینه برای سازمان های خصوصی و عمومی طراحی و اجرا می نمایند و دولت ها نیز اغلب حامی چنین برنامه هایی هستند (حسن مرادی، ۱۳۸۵: ۳۶۱).

اهداف پوهنتون کارآفرین در توسعه کارآفرینی

پوهنتون ها برای رشد و توسعه کارآفرینی اهداف متعددی را جست و جو می کنند که از آن جمله می توان به اهداف زیر در جهت گسترش فعالیت های کارآفرینانه اشاره کرد:

۱) کمک به فرایند تحصیلات عالی، آموزش و پرورش در تربیت نسل آینده (خصوصاً نیروی جوان و فعال کشور) برای پیشرفت شخصی، تحرک و انگیزه فردی، مهارت های فرهنگی و اجتماعی و ارتقای توانایی های فکری دانشجویان برای زندگی در شرایط موجوده مطابق به روز در دنیای جدید.

۲) افزایش و گسترش فرهنگ کارآفرینی با هدف تقویت ظرفیت های بالقوه محصلان برای ایستادگی و مواجهه با جهان کار و تقویت درک و شناخت آنها از شرایط کاری و مشکلات و نارسایی های موجود در این عرصه خصوصاً در کشور ما با توجه عدم ثبات پایدار فضای شغلی در حالت حال و آینده شان.

۳) وسعت و گسترش دادن فرهنگ علمی با هدف تقویت روحیه تحقیق و تفکر خلاقانه و افزایش نقش تحصیل و آموزش در جهت رشد و توسعه فرهنگ پذیری جامعه از نوآوری و کارآفرینی با اتخاذ و توجه به تولید دانش معیاری در مطابقت به پیشرفت سایر ابعاد آن در دنیای امروزی.

۴) فراهم سازی زمینه های رشد و پرورش خلاقیت ها، قابلیت های نسل جوان، استعداد های نهفته انسانی، افزایش توانایی و مهارت های ذهنی و فکری نیروی فعال جامعه جهت حل مسائل و اقدام به فعالیت های علمی تحقیقی مخصوص در بخش توسعه کارآفرینی در کشور با توجه به فرصت های پنهان در جامعه. (USAID)

۵) افزایش فرهنگ و روحیه کار گروهی و تیمی، همدیگرپذیری و مسئولیت پذیری از طریق مشارکت دانش جویان در گروه ها و فعالیت های جمعی در اجتماع و گسترش مهارت های ارتباطی و آماده کردن آنها برای زندگی و ریاوایی به منجلا ب ها در جامعه متحول.

۶) هم کاری و کمک جهت درک بهتر جایگاه و منزلت علمی و اجتماعی دانشجویان توسط محیط و مردم از طریق گسترش مشارکت آنان در حیات فرهنگی جامعه خصوصاً در حوزه کاربردی علم و دانش فراگرفته شان در محیط اکادومیک (شاه حسینی، ۱۳۸۳: ۵۲۱)

ویژگی های پوهنتون کارآفرین

پوهنتون کارآفرین باید دارای ویژگی های باشد که این ویژگی های موجب تمایز این پوهنتون و یا مرکز آموزشی با سایر پوهنتون های دیگر در جامعه شود. چرا که پوهنتون کارآفرین باید بیش از همه به نیازهای اساسی صنایع کوچک (کسب کار های کوچک)، کارخانجات و مراکز تولیدی و خدماتی در کوتاه مدت و میان مدت در جامعه پاسخ دهند. این پوهنتون ها باید به منابع و نیروی انسانی، فناوری و تکنالوژی، امکانات و تجهیزات لازم مجهز

باشند تا بتوانند از طریق به کارگیری و استفاده مؤثر آن‌ها به نیازهای جامعه پاسخ سریع نشان داده تا که نقش اصلی مراکز تحصیلی و آموزشی در جامعه برای محیط و افراد محسوس و اقدامی برای رشد و توسعه فعالیت‌های گوناگون علی‌الخصوص در حوزه کار آفرینی گردد. در زیر به تعدادی از ویژگی‌های اصلی یک پوهنتون کارآفرین اشاره می‌گردد.

۱- پوهنتون کارآفرین مستقل و خودگردان است و از راه‌های متنوع به کسب درآمد می‌پردازد تا استانداردهای کیفی و کمی خود را حفظ نماید بدون متکی بودن به منابع خاص (دولتی یا سایر نهادها) و این امر بیشتر در بخش خصوصی محسوس است.

۲- محصلان به منزله مشتری مورد توجه ویژه پوهنتون‌ها قرار دارد و با دقت نیازهای تحصیلی و آموزشی آنان جهت زندگی در دنیای واقعی شناسایی و تأمین می‌شود. لذا در تصمیم‌گیری‌ها مشارکت دارد، اظهار نظر می‌کند و برای آینده اقدامات همه‌جانبه را انجام و هزینه می‌کند.

۳- پوهنتون‌های کارآفرین با حذف تشریفات اداری و بروکراسی و تعدیل ساختار سنتی و کهنه پاسخگوی نیازهای فردی و اجتماعی مستفیدین خویش هستند که این امر موجب ارتقاء جایگاه و منزلت علمی و تحقیقی این نهادها می‌گردد. علی‌الخصوص در حوزه کارآفرینی برای محصلان و کاریابی برای فارغین بعد از سپری نمودن دوره‌های آموزشی مرتبط بر علاوه بر مفردات و نصاب تحصیلی موجود در نظام رایج و مورد استفاده در کشور.

۴- با در نظر داشت و توجه فرهنگ منسجم کارآفرینی چشم انداز مشترک در پوهنتون تعیین و ایجاد انگیزه ارتباط بین اعضای هیئت علمی، مدیران، دانشجویان و کارکنان در کلیه بخش‌ها نزدیک‌تر و همکاری و همراهی در حوزه‌های مختلف بیشتر می‌گردد (حسن مرادی، ۱۳۸۵: ۱۷۱)

از دیدگاه دیگر، برای سازمان‌های کارآفرین ویژگی‌هایی در نظر گرفته‌اند، از آن جایی که پوهنتون نیز به عنوان یک سازمان محسوب می‌شود می‌توان این ویژگی‌ها را به آن نیز تعمیم داد:

- ساختار مناسب و استندرد
- غیر متمرکز بودن
- غیر رسمی بودن
- عمودی و افقی بودن ارتباطات
- در انحصار نبودن اطلاعات بخش‌ها
- گروهی و تیمی بودن کارها
- داشتن ساختار سازمانی که مانع ایجاد ایده‌های نو نباشد
- کنترل و نظارت دقیق

- داشتن کاکنان ماهر و متخصص
- حمایت مدیریت از بخش‌ها
- قدردانی مدیریت از افراد ریسک پذیر
- قدر دانی مدیریت از افراد و ایده‌های نو
- رعایت اصل انعطاف پذیری
- متولی شدن طرح‌های کار آفرینانه، داشتن تنوع در حمایت‌های مالی مدیریت
- حمایت مدیریت از طرح‌های کوچک آزمایشی
- به کار گیری ایده‌های جدید کارکنان
- تغذیه مالی برای شروع و حرکت طرح‌های نو
- قدرت تصمیم گیری مدیریت (صمد آقائی، ۱۳۷۸، ۳۱)

شاخص‌های فرهنگی و اجتماعی کارآفرینی در سطح پوهنتون‌ها

احساس رسالت و مسئولیت پذیری

رسالت در حقیقت حلقه اتصالی بین وظایف اجتماعی و فردی و اهداف مشخص‌تر پوهنتون است. رهبر و مدیر گروه کارآفرینی باید در مورد این که رسالت گروه خیلی محدود یا گسترده باشد، تصمیم بگیرد. در پوهنتون برای آنان که احساس رسالت می‌کنند، حد اقل چهار ویژگی را می‌توان معرفی کرد: (خانی جزنی، ۱۳۸۷، ۸۸۱)

- مقصد گروه را می‌دانند
- می‌گذارند که رهبر گروه، رهبری کند
- اول توفیق گروه را می‌خواهند بعد توفیق خود را
- به هر کاری که لازم است دست می‌زنند تا رسالت خود را انجام دهند

خلاقیت و نوآوری

در پوهنتون باید افراد به خلاقیت و ابتکار عمل تشویق شوند. بها و ارزش دادن به خلاقیت نه تنها در درازمدت باعث رشد و توسعه کارآفرینی در پوهنتون‌ها می‌شود، بلکه زمینه مناسبی را برای رشد و شکوفایی استعدادها و ظرفیت‌های انسانی در جامعه فراهم می‌کند و این شکوفایی خود بستر مناسبی برای رشد فضایل اخلاقی و معنوی انسان‌ها است. به منظور محور قرار دادن کارآفرینی باید فرهنگ آموزشی پوهنتون به سمت خلاقیت بیشتر گام بر

دارد تا از این طریق فرهنگ کارآفرینی پوهنتون تأثیر مثبتی در بپذیرد و باعث رقابت مثبت در اجتماع نیز گردد. (خانی، ۱۳۸۷، ۹۸۱).

ریسک پذیری

ریسک پذیری عبارت است از پذیرش مخاطره‌های معتدل که می‌تواند با تلاش‌های شخصی مهار شود. دولت یا دیگر حامیان مانند پوهنتون‌ها باید حاضر به پذیرش ریسک مورد نیاز کارآفرین‌ها بوده، سرمایه مخاطره پذیر برای وی فراهم نموده و او را در مراحل و فرایند مختلف کارآفرینی همراهی کنند. (Vesper, K., & Gartner, W. 1997)

توفیق طلبی

انگیزه توفیق طلبی هم متأثر از فرهنگ حاکم بر جامعه و هم مؤثر بر آن است. یکی از عمده‌ترین عوامل رشد و توسعه کارآفرینی وجود انگیزه توفیق طلبی در دانشجویان پوهنتون است. توفیق طلبی در محصلان گروه‌های شخصیتی نظم‌گرا، فکرگرا و حس‌گرا؛ در وضعیت مطلوب‌تری وجود دارد.

با کفایت ولایت

اعضای با کفایت هرگروه توانایی و صلاحیت انجام کار را در بهترین وجه ممکن آن دارند. افراد لایق و با کفایت تعالی طلب هستند. تعالی، ارزش ما را بر پایه توانایی و ظرفیت خود ما می‌سنجد. انسان‌های با کفایت به متوسط قانع نمی‌شوند. نیروی خود را بر کار خویش متمرکز می‌سازند و در طبق اخلاص می‌گذارند. آن‌ها، کیفیت کار خود را پایین نمی‌آورند. (خانی جزنی، ۱۳۸۷، ۲۹۱)

هدف‌گرا

یکی از موضوع‌های اصلی مورد بحث در کارآفرینی، هدف و هدف‌گذاری است. اهمیت تعیین هدف در پوهنتون به حدی مهم است که آن را به صورت یک شاخصه فرهنگ و اجتماعی کارآفرینی مطرح می‌نمایند. دانشجویان از طریق تمرکز بر اهداف قابل دستیابی نوآورانه و حصول بهترین نتایج ممکن با استفاده بهینه از منابع در دسترس می‌توانند در راستای تقویت و توسعه کارآفرینی در پوهنتون گام بردارند. (David B. Audretsch)

توسعه کارآفرینی

منظور از توسعه کارآفرینی ایجاد فرهنگ کارآفرینی در کشور، تقویت گرایش مثبت عمومی به کارآفرینی و در پی آن افزایش نرخ فعالیت‌های کارآفرینانه است. کارآفرینی نه تنها یک حوزه علمی نوظهور بلکه یک نوع راه و رسم زندگی است. در رویکرد فرا توسعه اعتبار هر جامعه به تولید سرانه سرمایه‌های مادی و معنوی آن بستگی دارد. این سرمایه‌ها را می‌توان به موارد زیر دسته بندی کرد:

- سرمایه فیزیکی: مانند منابع طبیعی و دارایی‌ها و غیره
- سرمایه فناورانه: که به تولید بهینه و کارا می‌انجامد
- سرمایه مالی: که توانایی تبدیل شدن به سرمایه فیزیکی را دارد
- سرمایه انسانی: مانند تحصیلات، سواد، سطح دانش عمومی، مهارت‌ها و ...
- سرمایه فرهنگی: که به پرورش فرد بر می‌گردد، و به مسائلی مثل نگاه آینده نگر و ارزش نهادن به شیوه دستاوردهای اقتصادی و ... می‌پردازد

در میان این سرمایه‌ها، سرمایه اجتماعی و فرهنگی در توسعه فراگیر هر جامعه نقش موثرتری را بازی می‌کنند. احیای تحقیقات و عملیات کارآفرینی در دنیا به دهه ۱۹۸۰ میلادی باز می‌گردد؛ که آن را "انقلاب کارآفرینانه" نام گذاری کرده‌اند. محققان تعریف یکسانی از کارآفرینی ندارند و هر یک بسته به نوع نگاه خود، تعریف خاصی از این پدیده ارائه داده‌اند. کارآفرینی بومی بر ایجاد اداره و گسترش فعالیت‌های کارآفرینانه و مخاطره آمیز برای بهره گیری افراد بومی دلالت دارد. پشتیبانی از ایده کارآفرینی بومی به نگهداشت هویت و پاسداشت میراث فرهنگی می‌انجامد. برای افراد بومی فرهنگ با ارزش است و آنها برای ارزش‌ها و میراث خود حساسی نیرومند دارند. فرهنگ به عنوان یک متغیر وابسته در نگرش کارآفرینی بومی نمایان می‌شود و به رفتارها و ویژه با رویکرد اقتصادی کارآفرینی می‌انجامد.

نتیجه‌گیری

نتیجه‌گیری مبتنی بر فرضیه فرعی اول: شاخص‌های فرهنگی و اجتماعی کارآفرینی در نهاد های آموزشی (پوهنتون‌ها) بر توسعه کارآفرینی تاثیرگذار است.

کارآفرینی و تاثیر آن از بعد اجتماعی و فرهنگی، از دو جهت قابل بحث است. از یک سو، نتایج کارآفرینی است که بر جامعه تاثیر می‌گذارد و از سوی دیگر، خود فرایند کارآفرینی و فرهنگ حاکم بر آن است که هم متأثر از

مبانی فرهنگ جامعه است و هم می‌تواند در آن تحولات اساسی ایجاد کند. با توجه به اهمیت این دو شاخص مزیت‌های مبتنی بر آن در چند مورد نتیجه‌گیری می‌گردد.

(۱) کارآفرینی با ایجاد فرصت‌های شغلی و تولید ثروت و بهبود شرایط اقتصادی، پیش‌زمینه‌ای اساسی برای ارتقای سطح فرهنگی و اجتماعی جامعه است.

(۲) با توجه به میزان رشد جمعیت در چند دهه گذشته بیکاری را می‌توان مهم‌ترین چالش اجتماعی در آینده به حساب آورد. پیامدهای این بحران گسترش فقر و افزایش پدیده‌های ناگوار اجتماعی است. توجه بیشتر به کارآفرینی با ایجاد فرصت‌های شغلی جدید منجر به کاهش نرخ بیکاری و بهبود وضعیت اجتماعی خواهد شد و به سلامت روحی جوامع نیز کمک خواهد کرد.

(۳) تعمیق و گسترش فرهنگ کارآفرینی، بستری مناسب برای بسط عدالت در جامعه است. در یک جامعه کارآفرین، همه انسان‌ها فرصت‌های یکسانی پیش روی خود دارند. در چنین جامعه‌ای، سرمایه یا زمین منشأ تولید ثروت نیست و افراد هوشمند، خلاق و صاحب‌اندیشه و نیز پرتلاش و مصمم، شانس بیشتری برای موفقیت دارند و صاحبان سرمایه‌های کلان نمی‌توانند ثروت را در انحصار خود نگه دارند. تمام اینها در کنار هم یک زمینه مناسب برای بسط عدالت در سطح اجتماع است

(۴) کارآفرینی باعث رشد و شکوفایی استعدادهای نهفته افراد جامعه می‌شود. شواهد نشان می‌دهد بسیاری از اختراعات و نوآوری‌ها توسط کارآفرینان واحدهای صنعتی کوچک و متوسط انجام شده است. این موجب می‌شود تا افراد جامعه با استفاده از خلافت و نوآوری‌ها به انواع موفقیت‌های فردی و مالی و شغلی دست پیدا کنند.

(۵) کارآفرینی به حفظ و تداوم و بقای جامعه کمک می‌کند. امروزه در سراسر جهان تغییرات جمعیت، فناوری، تورم، بیکاری، عدم توسعه یافتگی و دیگر عوامل محیطی مسائل برای جامعه بشری بوجود آورده است. برخی از انواع کارآفرینی روش و اجرای کارآفرینانه فعالیت‌هایی است که مأموریت و هدفشان برخاسته از نیازها و منافع اجتماعی باشد. منظور از ارزش در کارآفرینی اجتماعی علاوه بر دست یافتن به سود، توجه به مشکلات مربوط به انسانها و محیط اجتماعی و زیستی آنها مانند آموزش، سلامتی، فقر، کمبود آب، آلودگی هوا، بهداشت محیط، انرژی و ... است.

(۶) کارآفرینی در ایجاد حفظ همبستگی و انسجام اجتماعی تأثیر می‌گذارد. فرهنگ کارآفرینی یک خرده فرهنگ از کل فرهنگ حاکم بر جامعه و متأثر از آن است. فرهنگ هر جامعه‌ای در ایجاد روحیه و رفتار افراد جامعه در جهت همبستگی و مشارکت اجتماعی و پویایی اقتصادی نقش مؤثر و فزاینده‌ای دارد. در واقع هر چه ارزشها و عقاید موجود در جامعه افراد جامعه را به کار، تولید مداوم، فکر و اندیشه و یادگیری و کسب دانش سوق دهد، در آن جامعه فرهنگ کارآفرینی گسترش می‌نماید.

بنابراین در جامعه‌ای که کارآفرینان آن از ارزش و منزلت اجتماعی بالایی برخوردار باشند و ایجاد ارزش افزوده در فرایند اقتصاد و تولید مورد تأیید و احترام ارزشهای فرهنگی رایج جامعه باشد، جهت گیری افراد به سمت فعالیت‌های کارآفرینانه افزایش خواهد یافت این جامعه افراد بیشتری دست به خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی می‌زنند و افراد کارآفرین بیشتری موفق می‌شوند که ایده‌های نوین خود را در جامعه محقق سازند.

در نتیجه در دنیای در حال تحول امروز، کامیابی از آن جوامعی است که بین منابع کمیاب و قابلیت‌های مدیریتی و کارآفرینی منابع انسانی خود رابطه معنی داری برقرار سازد. به عبارتی دیگر جامعه‌ای می‌تواند در مسیر توسعه، حرکت روبه جلو و با شتابی داشته باشد که با درک اهمیت کارآفرینی و ایجاد بسترهای لازم، منابع انسانی خود را به دانش و مهارت کارآفرینی مولد تجهیز کند تا آنها با استفاده از این توانمندی ارزشمند، سایر منابع جامعه را به سوی ایجاد ارزش و حصول رشد و توسعه، مدیریت و هدایت کنند. گسترش روحیه کارآفرینی و تربیت و پرورش کارآفرینان در جامعه اثر مطلوبی بر رشد اقتصادی و اجتماعی دارد. چرا که کارآفرینان با استفاده صحیح از امکانات اقتصادی و خلق فرصت‌های تجاری جدید موجب بهبود عملکرد بنگاه‌هایی تولیدی و خدماتی می‌شوند و با توجه به درک موضوع از جهات مختلف نمایان می‌شود که شاخص‌های فرهنگی و اجتماعی از جمله عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی در جامعه می‌باشد و این اصل با در نظر داشت شرایط و محیط می‌تواند تاثیرگذاری آن‌ها متفاوت باشد. نتیجه‌گیری مبتنی بر فرضیه فرعی دوم: وجود ویژگی‌های کارآفرین در نهادهای آموزشی (پوهنتون‌ها) بر توسعه کارآفرینی تاثیرگذار است.

مطالعات قابل توجهی در زمینه کارآفرینی و آموزش آن صورت گرفته است. برای نمونه سید محمد مقیمی (۱۳۸۹) به طراحی و تبیین مدل کارآفرینی سازمانی برای سازمان‌های غیر دولتی ایران پرداخته و سه دسته از عوامل تأثیر گذار بر کارآفرینی سازمانی (عوامل ساختاری، رفتاری و زمینه‌ای) را مورد مطالعه قرار داده است. نرگس حسن مرادی (۱۳۹۳) به منظور ارائه الگوی مناسب ایجاد دانشگاه کار آفرین تحقیقی انجام داده که در آن الگوی دانشگاه کارآفرین با تأکید بر سه مؤلفه اصلی برون‌سیستمی شامل زیرساخت‌ها، مبانی نظری و اهداف و شش مؤلفه اصلی درون سیستمی شامل زمینه، درون داد، فرآیند، برون‌داد، ارزیابی و توسعه و پیامد در نظر گرفته است. جهانگیری (۱۳۹۲) در رساله خود با عنوان «طراحی و تبیین الگوی کارآفرینی در سازمان‌های دولتی»، عوامل فردی و سازمانی را به عنوان متغیر مستقل و عناصر کارآفرینی را به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته است.

علاوه بر آن نظریه‌ها و مدل‌های مختلفی نیز در این زمینه ارائه شده است. از جمله؛ مدل رویدادی آلبرت شاپیرو (۱۹۷۵)، مدل رویدادی فرای (۱۹۹۳)، مدل رویدادی ویلیام بای گریو (۱۹۹۴)، مدل فرایندی جفری تیمونز و دیگران (۱۹۸۵)، مدل فرایندی «استیونسون» و دیگران (۱۹۸۹)، مدل فرایندی چل و هاورس (۱۹۸۸)، مدل یک پارچه کارآفرینی نیاوالی و فوگل (۱۹۹۴)، مدل چند بعدی ویلیام گارتر (۱۹۸۵)، الگوی تحلیل تعامل علم و

صنعت، دانشگاه کارآفرین به عنوان یک سازمان یادگیرنده، مراکز رشد دانشگاهی، مدل کارآفرینی درون سازمانی، مدل کارآفرینی کورنوال و پرلمن، مدل یادگیری یک پارچه، مدل کارآفرینی دانشگاه ویرجینیای غربی، نظریه خودمدیریتی «الیز» (۱۹۷۶).

هدف از اجرای طرح کارآفرینی در دانشگاه‌ها تربیت دانشجویانی است که قادر باشند پس از دانش آموختگی شغل جدیدی همراه با نوآوری و خلاقیت ایجاد کنند. (دایره المعارف آموزش عالی، ۱۳۸۳، ص ۶۹۷) پوهنتون به عنوان یک نهاد اجتماعی باید آماده باشد که به ارزیابی و تحلیل منطقی وضع موجود جامعه بپردازد و هدف‌هایی را برای حرکت منسجم آینده کشور ترسیم نماید و در واقع، جامعه دانشگاهی به عنوان آگاه‌ترین قشر جامعه باید قادر باشد نقشه‌ای برای توسعه جامعه طراحی کند. پوهنتون‌های مختلف کشور به تدریج شروع به انجام اقدامات لازم در زمینه اجرای طرح و توسعه کارآفرینی نموده‌اند. کارآفرینانه نمودن دروس و شیوه‌های تدریس، برگزاری دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی کارآفرینی، انجام تحقیقات در خصوص کارآفرینی و کارآفرینان، حمایت‌های علمی، مشاوره‌ای و مالی جهت انجام فعالیت‌های کارآفرینانه توسط دانشجویان، گسترش مهارت‌های فردی، و برگزاری دوره‌های کارآموزی، از جمله اقداماتی است که در کشورهای مختلف مد نظر بوده است.

امروزه آموزش کارآفرینی آرام آرام جای خود را در درس‌ها و رشته‌های گوناگون پوهنتون‌ها باز کرده است، چراکه در این دوره‌ها ویژگی‌ها و اقدامات لازم برای رشد، بقا و کارآفرین ساختن سازمان‌ها، شرکت‌ها و اداره‌های کوچک و بزرگ در نظر گرفته شده است. فعالیت‌های آموزشی در دانشگاه‌ها با برگزاری دوره‌های آموزش کارآفرینی آغاز شده است.

پوهنتون‌ها مجری این طرح در زمینه‌های پژوهشی نیز مبادرت به تهیه و اجرای طرح‌های پژوهشی گوناگون در زمینه کارآفرینی کرده‌اند و در زمینه خدماتی و مشاوره‌ای نیز می‌توان به مواردی مانند انتشار کتاب‌ها، مقاله‌ها، نشریه‌ها، خبرنامه‌ها، برگزاری همایش‌ها و سخنرانی‌ها، سیمینارهای آموزشی، نمایشگاه‌های کتاب، تکثیر فیلم‌های آموزش کارآفرینی و کارآفرینان و طراحی و تکثیر پوسترها، بروشورها، تبلیغات مرتبط به آن اشاره کرد. از این رو می‌توان گفت که این امر در سال‌های گذشته در پوهنتون‌ها آغاز شده ولی برای ساماندهی آن نیاز به برنامه‌ریزی منسجم و هماهنگ است و امید می‌رود که این امر یعنی آموزش و تربیت کارآفرینان با تلاش بیشتر و برنامه‌های مناسب صورت گیرد و پوهنتون شرایط بهتر را برای تبدیل شده به یک پوهنتون کارآفرین را با توسل به ویژگی‌های مورد نیاز آن بر دارند و این فرض که ویژه‌های کارآفرین در نهاد‌های آموزشی خصوصاً پوهنتون‌ها می‌تواند تأثیر گزاری خویش را بالای توسعه کارآفرینی در کشور داشته باشد و این اصل با استناد به مدل‌ها و تحقیق‌های گذشته در این مورد کاملاً نمایان و واضح شده است و در شرایط کنونی نیز قابل تعمیم می‌باشد.

پیشنهادها بر مبنای فرضیه فرعی دوم تحقیق:

چنانکه گفته شد، افزایش چشمگیر بیکاری بویژه در میان گروه‌های تحصیل کرده زنگ خطر را برای مقامات کشور به صدا در می‌آورد و از این رو ضروری است که برای حل این مشکل برنامه‌ریزی دقیق، فراگیر و درازمدت صورت گیرد.

«کارآفرینی» یکی از این راههایی است که شایسته است به عنوان اقدامی پایدار در جهت اشتغال‌زایی در اولویت قرار گیرد به گونه‌ای که مردم بویژه جوانان را چنان تربیت کند که توانایی اقدام و عمل مناسب همراه با انعطاف‌پذیری و پذیرش موقعیتهای شغلی ناامن و پیچیده را در بازار کار داشته باشند و بتوانند مشاغل تازه‌ای همراه با نوآوری و خطرپذیری شایسته ایجاد کنند.

در این راستا، دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی دولتی به علت داشتن اعضای هیأت علمی ثابت و امکانات پژوهشی پیشرفته در سطحی که مراکز غیردولتی به سختی توان فراهم کردن آنها را دارند می‌توانند در زمینه تولید دانش و تکنولوژی با شتاب حرکت کنند، در مورد نظام‌های صنعتی پیشرفته پژوهش کنند و از دستاوردهای آنها بهره‌مند شوند. این مراکز با در اختیار داشتن امکانات پیشرفته و مؤسسات پژوهشی می‌توانند در زمینه تولید مواد، دستگاه‌ها و قطعات گوناگون فعالیت کنند، با ارائه طرح‌ها و مشاوره‌های لازم به سازمانها و شرکتهای دولتی و غیر دولتی، زمینه ایجاد شرکتهای واحدهای تولیدی سودآور را فراهم آورند، دانشجویان را با گذراندن دوره‌های آموزشی ویژه برای هماهنگی با نیازهای در حال تحول جامعه آماده سازند و از این راه زمینه‌های کارآفرینی را در جامعه فراهم کنند.

پوهنتون‌ها و مؤسسات آموزشی برای رسیدن به این هدف باید در برنامه‌های آموزشی و درسی خود، آموزش‌های کارآفرینی را مورد توجه قرار دهند و گام‌های اساسی در جهت پشتیبانی از اقدامات و فعالیت‌های کارآفرینی بردارند. این گامها می‌تواند دربرگیرنده موارد زیر باشد:

۱) پوهنتون‌ها و مؤسسات آموزش عالی باید تلاش کنند تا دانشجویان را با دانش و تئوری‌های اقتصادی و کارآفرین آشنا سازند، تا آنها را در موقعیت مناسبی برای شناخت عوامل اقتصادی و غیراقتصادی مؤثر در رشد و توسعه کشور قرار دهند و دانشجویان بتوانند به بینش و وسعت نظر کافی برای درک پدیده‌های توسعه علمی و اقتصادی دست یابند. این پدیده‌ها در برگیرنده کسب دانش و درک مفاهیم مدیریت اقتصادی و موارد مانند شناسایی فرصتها و چگونگی بهره‌گیری از آنها، چگونگی دستیابی به منابع اقتصادی، کسب دانش و مهارت در کاربرد فنون تحلیلی و مدیریتی مانند توانایی تحلیل یک موقعیت اقتصادی، ترکیب یک طرح عملیاتی، تعیین و تقویت ظرفیت استعداد و مهارت‌های کارآفرینی.

۲) در درسهای یادشده باید تلاش شود تا در دانشجویان انگیزه و روحیه کارآفرینی ایجاد شود. افزون بر اینها سعی شود دانشجویان را خود باور و شجاع، نوآور و خلاق، مسئولیت‌پذیر و هدایت‌گر، استقلال‌طلب و آینده‌نگر و

توانمند در رویارویی با ابهام و خطرپذیر و متکی به نفس بارآورند. در همین راستا باید تلاش شود دانشجویان را به دنبال ایده‌های نو بکشانند تا برای رسیدن به اهداف خود قادر به کنار گذاشتن روشهای معمول باشند و راهکارهای تازه‌ای بیازمایند، توانایی کشف و ارزیابی پرشتاب فرصت‌ها، تصمیم‌گیری درست و بجای، گردآوری منابع و برنامه‌ریزی برای فعالیت‌های اشتغال‌زا و توسعه و گسترش آن‌ها بیابند و نگرش‌های آن‌ها به گونه‌ای سازماندهی شود که در شرایط گوناگون توانایی پذیرش دگرگونی‌ها را داشته باشند.

۳) ایجاد یا گسترش رشته‌های، دوره‌ای، واحدهای درسی و مراکز کارآفرینی در پوهنتون‌ها و سازماندهی این مراکز در قالب شبکه‌های کارآفرینی ضروری است. در این برنامه‌ها باید مناسب‌بودن محتوای دوره آموزشی، گزینش مفاهیم درسی مفید و مناسب، استفاده از فنون گوناگون برای بهبود عملکرد آموزشی و کیفیت یادگیری دانشجویان در مراحل مختلف آموزشی مورد توجه قرار گیرد. دوره‌های ویژه آموزشی نظری و عملی می‌تواند دربرگیرنده دوره‌های مقدماتی و عالی باشد. تدریس این درسها در دانشکده‌های بازرگانی و مدیریت ضروری است.

۴) ایجاد یا گسترش مراکز کارآفرینی در پوهنتون‌ها و سازماندهی آنها در قالب شبه‌های کارآفرینی ضروری است. به سخن دیگر، باید سازمانها و تشکیلاتی در پوهنتون‌ها ایجاد شود که دانشجویان افزون بر فعالیتهای آموزشی و پژوهشی، در فعالیتهای اقتصادی نیز مشارکت داده شوند. ایجاد کارگاه‌های خود اشتغالی در پوهنتون‌ها باعث می‌شود که دانشجویان گذشته از کار کردن به هنگام تحصیل، تجربه‌های همخوان با رشته تحصیلی‌شان نیز با توجه به امکانات کنونی پوهنتون‌ها پیش از فارغ‌التحصیل شدن به دست آورند.

افزون بر این، پوهنتون‌ها باید بتوانند مستقیماً یا از راه تأسیس نهادهای وابسته به عنوان مرکز ایجاد و پرورش شرکت‌های مورد بحث عمل کنند و با فراهم آوردن امکانات و تسهیلات لازم، هر چند اندک، در مراحل نخستین تولد و رشد آنها، هزینه و ریسک تأسیس شرکت برای کارآفرینان را کاهش دهند. شرکت‌های یاد شده باید بتوانند در یک فرآیند تکاملی هر چه زودتر از پوهنتون مستقل و در مدت معینی به شرکت‌های خصوصی تبدیل شوند و پس از آن، پوهنتون در پوشش توافقنامه‌های مربوطه از آنها پشتیبانی کند ضمن این‌که شرکت‌های نیز در صورت موفقیت در بازار می‌توانند به تحقیقات دانشگاهی کمک کنند.

۵) دولت باید تلاش کند از پوهنتون‌ها و مؤسسات آموزش عالی کارآفرین پشتیبانی کند. این پشتیبانی می‌تواند به شکل سیاستگذاری، ایجاد انگیزه، برنامه‌ریزی، تأمین امنیت سیاسی و اقتصادی و تصویب قانون مربوطه صورت گیرد. افزون بر این، دولت باید با تسهیل روابط علمی و صنعتی مربوط با کارآفرینی در حوزه تکنولوژی‌های گوناگون، جریان نوآوری در سطح کشور را در قالب نظام ملی نوآوری انسجام بخشد.

۶) ایجاد یک بانک اطلاعاتی نیز باید مورد توجه باشد زیرا فراهم ساختن اطلاعات لازم برای آگاهی استادان و دانشجویان از نیازها و مسایل کاری رشته تخصصی‌شان در رشد و ایجاد روحیه کارآفرینی آنها بسیار مؤثر است.

از این رو ایجاد بانک‌های اطلاعاتی در این پوهنتون‌ها ضروری است. چنین بانک‌هایی می‌توانند اطلاعات لازم را برای آشنایی با اقدامات و فعالیتهای کارآفرینانه در اختیار دانشجویان قرار دهند.

نتیجه‌گیری مبتنی بر فرضیه فرعی سوم: به نظر می‌رسد دوره‌های آموزش کاربردی و تجربی کارآفرینی در نهادهای آموزشی (پوهنتون‌ها) بر توسعه کارآفرینی تاثیرگذار است.

نقش علم و تجربه در کارآفرینی به مثابه دو کفه ترازویی است که باید در تعادل بماند و عدم حفظ تعادل در هر یک از این دو نتایج رضایت‌بخشی را در پی نخواهد داشت. بسیاری کسب و کارهایی که با وجود علم بسیار اما به دلیل نداشتن تجربه کافی و کار عملی به شکست منتهی می‌شوند. البته کم نیستند کسب و کارهایی که با تکیه بر تجربه صرف و نداشتن علم به روز و قابل اتکا به شکست‌های بزرگی ختم می‌شوند. یادگیری استاندارد و کاربردی مهارت‌های کارآفرینی؛ هم سبب کاهش احتمال خطای کسب و کارهای نوپا می‌شود و هم سبب توسعه و پیشرفت کسب و کارهای قدیمی‌تر. چه شما در حال آمادگی برای شروع کسب و کار خود باشید، چه اکنون صاحب کسب و کار خود و در پی گسترش آن باشید؛ در هر حال شما به آموزش کارآفرینی و مهارت‌های ضروری و تجربی آن نیازمندید؛ هم برای ایجاد ساختارهای قوی از ابتدا و هم برای توسعه و پیشرفت شرکت و تجارت.

تحقیقات نشان می‌دهد که کارآفرینی امری آموزش‌پذیر، تقویت‌پذیر و پرورش‌پذیر است. اولین کشورهایی که در زمینه آموزش کارآفرینی فعالیت‌هایی را انجام دادند، کشورهای آلمان، انگلیس، امریکا و ژاپن بودند (فیض، ۱۳۸۶). امروزه آموزش کارآفرینی به یکی از مهم‌ترین و گسترده‌ترین فعالیت‌های دانشگاهی تبدیل شده است. طی دهه ۱۹۸۰، دانشگاه‌ها بر حسب ویژگی گروه‌های تحت آموزش و نیازهای محلی، منطقه‌ای و ملی، برنامه‌های آموزشی متعددی را برای سازمان‌های خصوصی و عمومی طراحی نموده‌اند. دولت‌های اروپایی نیز حمایت‌های ویژه‌ای را از فعالیت‌هایی که جهت تشویق کارآفرینی بین جوانان می‌شود، ایجاد کرده‌اند (احمدپور، ۱۳۸۷). در واقع هدف این بوده تا افراد در طی دوران تحصیل افرادی مؤسس (Enterprising) تربیت شوند. این افراد شامل پیشروان در فعالیت‌ها، ماجراجویان، جسوران، مبتکران، فرصت‌طلبان، جاه‌طلبان، و ارتقا جویان می‌باشند (گیب، ۱۹۸۷). این قبیل از دوره‌ها به دنبال بهبود و انگیزش گرایش‌های افراد همچون تمایل به استقلال، فرصت جویی، ابتکار، تمایل، مخاطره‌پذیری، تعهد به کار، تمایل به حل مشکلات و لذت بردن از عدم قطعیت و ابهام می‌باشد. به طور کلی همراه با آشکار شدن نقش و تأثیر کارآفرینی بر روند توسعه اقتصادی کشورهای توسعه یافته، تلاش در جهت آموزش و تعمیم دانش و روحیه کارآفرینی در بین مدیران، تجار، دانشجویان، (که جملگی کارآفرینان بالقوه محسوب می‌شوند) و کارآفرینان بالفعل شدت گرفت. هدف از آموزش کاربردی کارآفرینی تربیت افرادی است که بتوانند پس از تکمیل تحصیلات خود افرادی مؤسس باشند و کسب و کاری را ایجاد نمایند با توجه به این موارد اهمیت دوره‌های کاربردی و تجربی بصورت واضع بیانگر آن است که این دوره‌ها تنها بالای افراد کارآفرین

و کسب و کارها تأثیر مستقیم و مطلوب دارد بلکنی مؤلفه برای رشد متوالی کارآفرینی و در نهایت باعث رشد بخش‌های مرتبط به توسعه پایدار را در کشورها فراهم می‌سازد و این فرضیه کاملاً موثریت آن در این بخش واضح است و قابل قبول برای همه خصوصاً در حوزه کارآفرینی.

پیشنهادها بر مبنای فرضیه فرعی سوم

از آن جایکه این فرضیه بر محوریت دروه‌های کاربردی و تجربی کارآفرینی است باید یک دوره آموزش کاربردی کارآفرینی موارد ذیل را به خاطر موثریت و اثربخشی بر مستفیدین باید در نظر داشته و متحوا تدریسی را بر اساس آن تدوین گردد.

- ۱) برنامه باید برای آگاهی و بالابردن دانش کارآفرینی متحوا داشته باشد
- ۲) برنامه باید برای تشویق افراد به تأسیس شرکت‌های نوپا و جدید تاکید نماید
- ۳) برنامه باید جهت رشد و بقای شرکت‌های کوچک نیاز سنجی شود
- ۴) برنامه باید جهت اثر بخش نمودن شیوه‌های آموزشی کارآفرینی تنظیم گردد
- ۵) برنامه باید مسیر صحیح کارآفرینی را به ما نشان دهد.
- ۶) برنامه باید در پیشرفت دانش مدیریت کسب‌وکار ما نقش داشته باشد
- ۷) برنامه باید در گسترش شبکه ارتباطی فردی به ما کمک کند
- ۸) برنامه باید مهارت‌های مورد نیاز ما را مشخص و در ادامه آموزش جامع و کاربردی از آن به ما ارائه کند
- ۹) مطالب برنامه صرفاً جنبه تئوری نداشته باشند و به ما یاد بدهد بر اساس تجربیات گذشته

نتیجه‌گیری مبتنی بر فرضیه اصلی و کلی تحقیق

اصولاً پوهنتونی که به دنبال ترویج شیوه‌های کارآفرینی و فناوری پیشرفته است از ساختاری برخوردار است که امکان به روز کردن خلاقیت‌ها، ایده پردازی و نوآوری را تشویق می‌کند و به نوعی آن را در وظایف مختلف پوهنتون پیش بینی و حمایت می‌کند. در اکثر پوهنتون‌ها از صرف منابع برای استفاده از خلاقیت‌ها و نوآوری‌های نیروی جوان هراسی وجود ندارد دانشجویان می‌توانند به صورت فردی یا گروهی با فرآیند ایده پردازی و نوآوری درگیر شده و مهارت لازم را کسب کرده و برای پیاده سازی آن تلاش همه جانبه را انجام دهند، امکان رشد استعدادها در پوهنتون دور از ذهن نیست و فراگیران دانش و تحصیل یقین دارند که بر اساس شایستگی‌ها، قابلیت‌ها و مهارت‌های خود می‌توانند در پوهنتون رشد کرده و به برآورده ساختن آرمان‌ها و اهداف خود و پوهنتون کمک شوند. همچنان رقابت سالم به عنوان ارزشی مطلوب انگاشته می‌شود و ساخت چنین پوهنتونی افقی برای پویایی و خرد امریست مهم و

مؤثر چون در چنین مرکزی انعطاف پذیری برای ایجاد تحول و حرکت به سوی رشد و بالندگی فردی و گروهی در سطح بسیار بالایی است.

نتایج این تحقیق در زمینه مؤلفه‌های اصلی برنامه‌های آموزش کارآفرینی با تحقیقات انجام شده در برخی از دانشگاه‌های سایر کشورها مورد حمایت قرار می‌گیرد. برای نمونه مک نیل، فالرتون و مورفی (۲۰۰۴) با بررسی برنامه‌های کارآفرینی در بیش از پانزده دانشگاه جهان به چهارچوب مشابهی رسیدند. به نظر آنان گام اول در طراحی برنامه اثربخش کارآفرینی ترسیم چشم انداز برنامه‌های آموزشی است. این امر از طریق شناسایی و درک نیازهای فراگیران و هماهنگ ساختن آن با نیازهای سازمانی است. (مورفی، مک نیل و فالرتون، ۲۰۰۴، ص ۵) از این رو ارزیابی نیازها مستلزم شناسایی چند دسته نیاز است که عبارتند: از نیازهای دانشجویان، نیازهای مدیریت و نیازهای اعضای هیات علمی در این تحقیق چند دسته نیاز برای کارآفرینان شناسایی شد. بعضی از این نیازها در هر سه گروه (مدیران، اعضای هیات علمی و دانشجویان) مشترک‌اند. نیاز به استقلال از این دسته نیازها محسوب می‌شود. همچنان به نظر «کرورو و ویلسون» (۱۹۹۴) [۲۱] تحقق اصول آموزش برنامه‌های کارآفرینی، نیازمند شناسایی نیازها و علایق مختلف است. از نظر شلدون (۱۹۹۵) دانشگاه کارآفرین به همان میزان که به اصلاح و بهبود ساختارهای کلان و زمینه‌های سازمانی و مدیریتی وابسته است، به رشد و ارتقای سطح قابلیت‌های افراد و بروز خلاقیت‌ها و نوآوری آنان نیز بستگی دارد

از دیدگاه «کریستن سن» قابلیت‌های افراد و مخصوصاً کارکنان دانشگاه همچون کوه یخی است که تنها ده درصد آن قابل مشاهده است و بخش اعظم آن پنهان بوده و از طریق مدیریت و رهبری کارآفرین آشکار و بارز می‌گردد. در واقع خلق دانشگاه کارآفرین اساساً و در گرو آشکار سازی یا آزاد سازی حجم عظیم قابلیت و استعداد انسانی است. (حسن مرادی، ۱۳۸۳) برای این منظور توجه به سازمان و مدیریت دانشگاه با توجه به ویژگی‌های مورد مطالعه، ضروری می‌باشد. «باندورا» [۲۳] (۱۹۷۷)، «پوتر» [۲۴] (۱۹۵۴) و «ورون» [۲۵] (۱۹۶۶) تلاش کرده‌اند تا فرایندهای شناختی که به انگیزش شخصی (خود انگیختی) و خود مدیریتی منجر می‌شود، تشریح کنند. تحقیقات آنها نشان داد افرادی که انتظار موفقیت دارند و باور دارند که نتایج بیرونی به دنبال آنها به دست خواهد آمد، مهارت‌های خود مدیریتی قوی‌تری دارند تا افرادی که انتظار شکست دارند و نمی‌توانند بین تلاش‌های خود و وقایع بیرونی زندگی ارتباط برقرار کنند. مهارت‌ها و نیازهایی که در مدل پیشنهادی مطرح شده، در بردارنده چنین رویکردی است.

«دیوید کایربی» (۲۰۰۲) می‌گوید: «تحقیق و دانش درباره چگونگی آموزش کارآفرینی بر خلاف تقاضا برای آن از رشد چندانی برخوردار نبوده است» (صص ۴-۵). اما این امیدواری وجود دارد که در آینده پیشرفت‌هایی در این زمینه‌ها صورت بگیرد تا مشخص شود در دوره‌های کارآفرینی چه چیزی آموزش داده شود؟ چگونه آموزش داده

شود؟ و در چه شرایطی این آموزش اتفاق بیفتد. وی وضع فعلی آموزش کار آفرینی را در بردارنده سه محور اصلی می‌داند که عبارتند از: موضوع کار آفرینی یاد دهی کار آفرینی و آموزش کار آفرینی دانشگاه‌هایی که خود را برج عاج نشین می‌دانند و با واقعیت‌های جامعه بیگانه‌اند. به نظر «کایربی» (۲۰۰۲) برای یاد دهی و یادگیری مؤثر کار آفرینی این عناصر کافی نیستند و سه تحول اساسی در این زمینه لازم است تا آموزش مؤثر اتفاق بیفتد:

- از کار آفرینی به آموزش رفتار کار آفرینانه
- از یاد دهی به یادگیری
- از برج عاج نشینی به دانشگاه کار آفرین

سه تحول اساسی در ساختار پوهنتون و آموزش برای این تحولات (آموزش کار آفرینی) ضرورت دارد. این تحولات باید به صورت موازی اتفاق بیفتد تا احتمالات جدیدی در زمینه خلق ثروت در جامعه ایجاد کند. باید در نظر داشت که تمام این تحولات در بستری یک پارچه صورت می‌گیرد. بستری که در آن از فرصت‌های مقتضی برای بهبود استفاده می‌شود. تهیه برنامه‌های آموزشی بر اساس الگوی پیشنهادی چنین بستری را فراهم خواهد کرد. و سپروگارتتر (۱۹۹۷) نیز با ارزیابی برنامه‌های کار آفرینی در دانشگاه‌ها چند معیار اصلی را مطرح می‌کند: شایستگی‌های اعضای هیات علمی، تنوع و ژرفای برنامه‌های درسی در زمینه کار آفرینی، معیارهای موفقیت علمی و کیفیت منابع مورد استفاده (ص ۴۰۵-۴۰۷) با بررسی یافته‌های این تحقیق معیارهای فوق به همراه معیارهای دیگری چون: برگزاری دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی در زمینه شیوه‌های آموزش کار آفرینی برای اساتید، پیش بینی انگیزه‌های مادی برای اساتید و دانشجویان کار آفرین، سیاست‌های حمایتی و کمک‌های مالی در زمینه تحقیقات کار آفرینی، تعداد دانشجویان کار آفرینی و سیاست‌های حمایتی تدوین شده در زمینه حمایت و پشتیبانی از کار آفرینان را مورد تاکید قرار می‌دهد.

طبق نظر منزیس و گاس (۱۹۹۹) آموزش کار آفرینی جنبه‌های کاربردی را بر اساس توانایی‌ها و استعدادها فراگیران، با دانش نظری تلفیق می‌کند. علاوه بر آن بر انگیزش فراگیران در زمینه خلاقیت و نوآوری تأکید دارد. یافته‌های این تحقیق نیز نشان داد که تاکید بر آموزش تلفیقی و ایجاد توانایی‌های کار آفرینی هم به عنوان شیوه‌های آموزش و هم به عنوان فلسفه و هدف آموزش حائز اهمیت‌اند.

از آنجایی که تخصیص منابع (مالی و فیزیکی) به سوی دستیابی به کار آفرینی متأثر بر تضمین کیفیت و نهادینه شدن آنهاست امروزه اکثر کشورهای جهان به دلیل نقش و جایگاه ویژه کار آفرینان در روند توسعه و رشد اقتصادی کشورها، بسیاری از دولت‌ها در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه تلاش می‌کنند با حداکثر امکانات و بهره برداری از دستاوردهای تحقیقاتی، شمار هر چه بیشتری از افراد جامعه را که دارای ویژگی‌ها و رفتار کار آفرینی هستند به آموزش و تحصیل در جهت ایجاد کار آفرینی و فعالیت‌های کار آفرینانه تشویق، هدایت و حمایت کنند.

طوری که کارآفرینان نقش کلیدی در توسعه اقتصادی و تحولات فرهنگی و اجتماعی دارند و همچنان کارآفرینان به عنوان عناصر اصلی در تسریع توسعه کشورهای در حال توسعه و در تجدید حیات و استمرار توسعه کشورهای صنعتی مورد توجه و مطالعه بوده‌اند و در آینده هم بیشتر مورد نظر خواهند بود. در شرایط کنونی اقتصاد کشور ما که با مسائل و نارسایی‌های مهمی نظیر فرار مغزها (مهاجرت افراد متخصص و نیروی جوان)، بیکاری یا کم کاری به ویژه فارغ التحصیلان پوهنتون‌ها و نیروی انسانی متخصص، کاهش سرمایه گذاری خارجی و دولت، عدم تحرک و رشد اقتصادی کافی روبروست، پرورش و آموزش کارآفرینان برای توسعه کشور از اهمیت مضاعفی برخوردار است برای رسیدن به رشد اقتصادی و توسعه پایدار در تمام جهات و بخش‌های مهم در کشور است و در نهایت این فرضیه که نقش تحصیلات عالی و آموزش در توسعه کارآفرینی چگونگی است کاملاً تأثیر مسقیم بین این دو مؤلفه بوده با استناد به تحقیقات و نتایج حاصله از آنها و میزان و درجه موثریت آن در کشورهای مختلف با توجه به مواردی زیادی مانند سطح تحصیلات و رویکرد جامعه و دولت در بخش آموزش، رویکرد و مدل آموزشی پوهنتون‌ها، فرهنگ و مؤلفه‌های اجتماعی می‌تواند متفاوت باشد. چون از مهم‌ترین عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی، اتخاذ سیاست‌های سازگار با شرایط اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، قانونی و تکنولوژیکی کشور است.

پیشنهادها

- پیشنهادهایی که در خصوص رسیدن به اهداف جامعه از طریق پوهنتون‌ها در مورد توسعه کارآفرینی می‌توان مطرح نمود به شرح زیر می‌باشد:
- ۱) برنامه ریزی محتوای تحصیلی، تربیت استادان کارآفرینی، ارائه آموزش‌های کارآفرینی در قالب برگزاری ورکشاپ‌های کاربردی، سمینارها و کارگاه‌ها و ایجا رشته (دیپارتمنت) کارآفرینی در پوهنتون‌ها در مقاطع مختلف.
 - ۲) دسترسی به امکانات تحقیق و توسعه شامل سرمایه گذاری دولت در تحقق و توسعه، تسهیل شرایط و امکانات تست برای کارآفرینان.
 - ۳) ایجاد تیم‌های کار گروهی و نیز تجزیه و تحلیل کار گروه‌ها در فعالیت‌های کارآفرینی پوهنتون‌ها.
 - ۴) انتقال دانش و دستاوردهای تحقیقاتی مرتبط با فعالیت‌های کارآفرینی از خارج به داخل کشور.
 - ۵) درخواست پروژه‌های عملی و طراحی فرایند طرح‌های تجاری از دانشجویان در پوهنتون‌ها.
 - ۶) زمینه سازی حمایت‌های مالی، اطلاعاتی، و مشاوره‌ای مناسب در جهت راه اندازی فعالیت‌های کارآفرینی دانشجویان در پوهنتون و نهاد مرتبط و همکار با پوهنتون در داخل و خارج از کشور.

- ۷) استفاده از فیلم‌های آموزشی و اسلایدها و برگزاری دوره‌های مختلف آموزشی برای دانش‌آموختگان در پوهنتون‌ها در بخش‌های فنی و حرفه‌ای.
- ۸) ترغیب و جلب جامعه پوهنتون‌ها به دوره‌های آموزشی کارآفرینی.
- ۹) بهبود دسترسی به بازارها شامل تسهیل دسترسی به بازارهای داخلی و بازار خارجی برای کارآفرینان در جهت صادرات محصولات.
- ۱۰) در پوهنتون‌ها از افراد کارآفرین نمونه و موفق برای راهنمایی دانشجویان و فارغ‌التحصیلان پوهنتونی استفاده شود.
- ۱۱) استفاده از کدرهای مجرب و توانا (با تجربه کاربردی در بخش کسب و کار) برای ارائه دروس کارآفرینی در پوهنتون و مراکز آموزشی در کشور.
- ۱۲) ایجاد و راه‌اندازی رشته‌های کارآفرینی در مقطع تحصیلات تکمیلی در گرایش‌های مختلف برای پوهنتون‌ها.
- ۱۳) گسترش تحقیقات تفصیلی در خصوص کارآفرینان، پروژه‌های کارآفرینی، محیط و فضای کارآفرینان و سایر زمینه‌های مرتبط با توجه به شرایط و مقتضیات کشور.
- ۱۴) ترویج روحیه و فرهنگ کارآفرینی و ارتقاء شناخت جامعه پوهنتونی به ویژه محصلان نسبت به کارآفرینی، کارآفرینان و نقش آنها در رونق اقتصادی، ایجاد اشتغال و رفاه در کشور.
- ۱۵) ایجاد ساختارها برای کارآفرینی نظام‌مند در سطح پوهنتون‌ها و کشور.

منابع

- ۱) خانی جزنی، جمال، ۱۳۸۷، «اصول و مبانی فرهنگ کارآفرینی»، تهران: انتشارات مهرآش، چاپ اول.
- ۲) حسن مرادی، نرگس؛ ۱۳۸۵، «مدیریت کارآفرینی»، کرج: انتشارات مؤسسه تحقیقات و آموزش مدیریت وابسته به وزارت نیرو، چاپ اول.
- ۳) رنجبریان، رسول، ۱۳۹۱، «مبانی کارآفرینی، کارآفرینی عمومی»، ارومیه: انتشارات پوهنتون آزاد اسلامی واحد ارومیه، چاپ دوم.
- ۴) سعیدی کیا، مهدی، ۱۳۸۶، «اصول و مبانی کارآفرینی»، تهران: انتشارات کیا، چاپ ششم.
- ۵) سعیدی کیا، مهدی و همکاران؛ ۱۳۸۷، «راهنمای تدریس کارآفرینی»، تهران: انتشارات کیا، چاپ اول.
- ۶) شاه حسینی، علی؛ ۱۳۸۳، «کارآفرینی»، تهران: انتشارات نشر آبیژ، چاپ اول.

- (۷) صمدآقایی، جلیل؛ ۱۳۷۸، «سازمان‌های کارآفرین»، تهران: انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی، چاپ اول
- (۸) جهانگیری، علی. (۱۳۸۲)، طراحی و تبیین الگوی کارآفرینی. رساله دکترا، تهران، دانشگاه آزاد اسلامی.
- (۹) حسن مرادی، نرگس. (۸۴-۸۳). پروژه تدوین الگوی دانشگاه کارآفرین. تهران، دانشگاه آزاد اسلامی
- (۱۰) صمد آقایی، جلیل. (۱۳۷۸)، شناسایی بستر سازمانی مناسب برای جذب و رشد کارآفرینان.، تهران

English Resources

۱. Innovation and Entrepreneurship (Practice and Principles); professor peter F. Drucker. New York Harper & Row ،c1985
۲. Vesper ،K. ،& Gartner ،W. (1997). Measuring Progress in Entrepreneurship Education. IN Journal of Business Venturing ۱۲ ،(5) ۴۰۳-۴۲۱ ،
۳. Blenker ،Per.Poul Dreisler.H. Meibom & John Kjeldsen (2003) ، Entrepreneurship education and university context ،PILE Group ،Aarhus School of Business ،Haslegaardsvej 10 ،DK- 8210 Aarhus V ،Denmar
۴. David B. Audretsch (eds.) ،Handbook of Entrepreneurship Research ،New York: Springer Publishers ،pp. 195-222. -Gibb ،A. in.(۲۰۰۲)
۵. .growth-economic/afghanistan/gov.usaid. www://https ،(Growth Economic) ، ۲۰۱۸(USAID)
۶. T. ،& Gasse ،Y. (1999). Entrepreneurship and Canadian universities: Report of a national survey of entrepreneurship education. Retrieved August 23 ۲۰۰۱ .from <http://www.bus.brocku.ca/~tmenzies>
۷. -Nelson ،Lita ،(2001) ،“The Entrepreneurial University” ،in Teich et al. ،AAAS Science and Technology Policy Yearbook 2001 ،The American Association for the Advancement of Science ،Washington.
۸. -Vesper ،K. ،& Gartner ،W. (1997). Measuring Progress in Entrepreneurship Education. In Journal of Business Venturing