

جایگاه نظام آموزش عالی در توسعه کارآفرینی

صدیقه ملائیان، مدرس و عضو شورای پژوهش و فناوری مرکز آموزش علمی کاربردی بهزیستی و

تأمین اجتماعی استان سمنان (مهدیشهر) Mollaeian@Gmail.com

سکینه ستار

چکیده- از آنجاکه دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی به‌عنوان متولیان اصلی تربیت و پرورش منابع انسانی متخصص در جامعه، نقش اساسی دارند، توجه به مقوله کارآفرینی دانشگاهی به توسعه بهتر این امر کمک می‌کند. کارآفرینی موضوعی است که امروزه توجه بیشتر سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان و مجریان امور کشورهای مختلف را جلب کرده است. تأمل در وضعیت اقتصادی و روند مراحل توسعه کشورهای پیشرفته و در حال توسعه که به موضوع کارآفرینی توجه نموده‌اند، نشانگر آن است که این کشورها توانسته‌اند به پیشرفت‌های چشمگیری در زمینه‌های مختلف اقتصادی و اجتماعی دست یابند و یا حداقل بحران‌های پیش‌آمده را به سلامت پشت سر گذاشته و بحران‌هایی که وقوع آن‌ها را در آینده پیش‌بینی می‌کردند را مهار نمایند. امروزه یکی از چالش‌های پیش روی جوامع مختلف، دانش‌آموختگان فاقد توانایی‌های فردی و مهارت‌های لازم برای راه‌اندازی کسب‌وکار مناسب است. این امر، آماده‌سازی فارغ‌التحصیلان دانشگاهی را به‌وسیله توسعه فرهنگ کارآفرینی در آنان مسلم می‌سازد. از این‌رو مراکز آموزش عالی و دانشگاه‌ها می‌بایست با ارائه برنامه‌های مناسب برای تربیت نیروهای متخصص و کارآفرین در توسعه کارآفرینی و گسترش فعالیت‌های نوآورانه اجتماعی و اقتصادی، پرورش و آماده ساختن نیروی انسانی کارآمد، شایسته و ماهر به‌منظور پاسخگویی به نیازهای واقعی جامعه در زمینه‌های گوناگون نقش اساسی ایفا نمایند. بر همین اساس در این مقاله سعی شده جایگاه نظام آموزش عالی در توسعه کارآفرینی مورد بررسی قرار گیرد.

کلیدواژه: آموزش عالی، کارآفرینی، آموزش کارآفرینی

مقدمه

کارآفرینی موضوعی است که امروزه توجه بیشتر سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان و مجریان امور کشورهای مختلف را جلب کرده است. اغلب کشورها به این نتیجه رسیده‌اند که برای کسب موفقیت

اقتصادی در عرصه ملی و بین‌المللی و عرضه خدمات و تولید محصولات در سازمان‌ها و شرکت‌ها نیاز مبرم به توسعه کارآفرین است تا به‌عنوان عامل اصلی تغییر و محرک اصلی توسعه، حرکت‌هایی را آغاز کند و منجر به خلاقیت و نوآوری مستمر شود. از این‌رو در یک گستره وسیع تمام عناصر فعال در صحنه اقتصاد (مصرف‌کنندگان، تولیدکنندگان و سرمایه‌گذاران) باید به کارآفرینی پردازند و به سهم خود کارآفرین باشند.

آنچه در این رابطه اهمیت دارد این است که علی‌رغم اهمیت روزافزون این پدیده و نقش فزاینده آن در اقتصاد جهانی کمتر به آموزش این موضوع پرداخته می‌شود. از طرف دیگر، تحقیقات انجام‌شده، تأکید می‌کند که فرآیندها و برنامه‌های آموزشی خاصی می‌تواند با تغییر بینش و نگرش افراد و تجهیز آن‌ها به دانش و مهارت‌های خاص، راهی را که افراد در گذشته احتمالاً با سعی و خطا و گذشت زمان طولانی به آن می‌رسند بسیار کوتاه نموده و به‌سرعت یک کارآفرین بالقوه را به کارآفرینی بالفعل تبدیل کند. بر این اساس کشورهای زیادی بر لزوم تربیت کارآفرینان از طریق القای مؤلفه کارآفرینی در سیستم آموزشی به‌خصوص در سطوح عالی تأکید دارند (علیپور، بی‌تا). دانشگاه به‌عنوان پایگاه تولید علم باید دانش کارآفرینی را با توجه به مسائل اقتصادی و اجتماعی منطقه در کشور تبیین نماید و از سوی دیگر با برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری دقیق از کارآفرینان، حمایت‌های پژوهشی به عمل آید و نهایتاً اینکه کارآفرینان بتوانند از نتایج تحقیقات دانشگاه‌ها در کسب و کار خود استفاده کنند (سعیدی کیا، ۱۳۸۲).

مفهوم کارآفرینی

واژه کارآفرین از کلمه Entrepreneur (به معنای متعهد شدن) مشتق شده که در اصل از زبان فرانسه به دیگر زبان‌ها راه یافته است. انگلیسی‌ها سه اصطلاح بانام‌های ماجراجو، متعهد و کارفرما را در مورد کارآفرین به کار می‌بردند. از نظر آن‌ها، کارآفرین کسی است که متعهد می‌شود مخاطره‌های یک فعالیت اقتصادی را سازمان‌دهی، اداره و تقبل کند (رضوی نعمت‌اللهی، ۱۳۸۴).

کارآفرینی به فرایند ایجاد ارزش از طریق فراهم آوردن ترکیب منحصربه‌فردی از منابع برای بهره‌گیری از یک فرصت اشاره دارد (استوینسون^۱، ۱۹۸۶). کارآفرینی مانند سایر واژه‌های مطرح در علوم انسانی هنگامی قابل تحلیل و تبیین است که بتوان تعاریف روشن و مشخصی از آن ارائه کرد. در مورد کارآفرینی تعریف واحدی وجود ندارد و از ابتدای طرح آن در محافل علمی، تعاریف متفاوتی از دیدگاه‌های گوناگون برای آن بیان گردیده است (احمدپور، ۱۳۷۸). امروزه واژه‌ی کارآفرینی در محافل علمی، اداری زیاد شنیده می‌شود و تعاریف و برداشت‌های متعددی نیز از آن وجود دارد. یک تعریف بسیار ساده از کارآفرینی این است که:

«کارآفرینی عبارت است از فرایند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه منحصربه‌فردی از منابع به‌منظور بهره‌گیری از فرصت‌ها» (احمدپور، ۱۳۷۸).

امروزه واژگانی همچون کار، کارآفرینی، اشتغال‌زایی، تولید محوری در محافل اقتصادی، اجتماعی، بر سر زبان‌هاست. کارآفرین به کسی اطلاق می‌شود که خلاقیت و نوآوری، پذیرش خطر حساب‌شده، استقلال و جهت‌یابی به‌سوی موفقیت را دارا باشد. او مسئولیت‌پذیری و مخاطره‌جویی را برای ایجاد اشتغال و کسب درآمد ارائه می‌دهد و سپس به آن جامه عمل می‌پوشاند (عبداللهی، ۱۳۹۰). فرآیندی که بتواند با استفاده از خلاقیت، چیز نویی را همراه با ارزش جدید با استفاده از زمان، منابع، ریسک و به‌کارگیری همراهان به وجود آورد کارآفرینی گویند. کارآفرینی فقط فردی نیست. سازمانی هم می‌تواند باشد حتی شرکت‌های بزرگ اعم از دولتی و خصوصی هم می‌توانند به کارآفرینی دست زنند. امروزه حتی صحبت از دولت کارآفرین به میان آمده است. به عقیده «ارتور کول» کارآفرینی عبارت است از: فعالیت هدفمند که شامل یک سری تصمیمات منسجم فرد یا گروهی از افراد برای ایجاد، توسعه یا حفظ واحد اقتصادی است. «روبرت نشتات» کارآفرینی را قبول مخاطره، تعقیب فرصت‌ها، ارضای نیازها از طریق نوآوری و تأسیس یک کسب‌وکار می‌داند. از نظر «پیتر دراگر» کارآفرینی یک رفتار است و در واقع بکار بردن مفاهیم و تکنیک‌های مدیریتی، استانداردهای محصل، بنا نهادن کار بر پایه آموزش می‌باشد (رضوی نعمت‌اللهی، ۱۳۸۴).

¹Stevenson

ضرورت آموزش کارآفرینی

در حال حاضر سیر تحولات جهانی، کارآفرینان را در خط مقدم توسعه فن‌آوری و توسعه اقتصادی قرار داده است. تجربه موفقیت‌آمیز اغلب کشورهای پیشرفته و نیز بخری 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 کسب‌وکارهای نوآورانه اهمیت خاصی قائل گردند. با عنایت به پدیده جهانی شدن اقتصاد، برخی عقیده دارند که «بازارهای جهانی فرد از آن شرکت‌هایی است که به ریسک‌پذیری کارآفرینان بها می‌دهند و برای گسترش سرمایه‌های فکری خود در حد کلان سرمایه‌گذاری می‌کنند، در بالندگی فردی پرتلاش‌اند و در خط‌مشی‌گذاری، شرایط محیطی را مدنظر 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 توارثی و از این رو در حال حاضر آموزش کارآفرینی به یکی از مهم‌ترین و گسترده‌ترین فعالیت‌های دانشگاه و مؤسسات آموزشی تبدیل شده است. اهدافی که در برنامه‌های آموزش و پرورش کارآفرینان پیگیری می‌شود عبارت‌اند از: تربیت کارآفرینان جدید، هدایت کارآفرینان به سمت کسب مهارت‌های لازم و ارائه مهارت‌های لازم به آنان به منظور بالا بردن میزان موفقیت آنان در کسب‌وکارهایی که شروع می‌نمایند (علیپور، بی‌تا).

آموزش کارآفرینی در نظام آموزش عالی

دنیای امروز با تحولات سریع و شتاب‌زده‌ای روبه‌رو است. این تحولات بیش از هر چیز، حیطه آموزش را تحت تأثیر قرار می‌دهد یا بهتر است بگوییم که باید تحت تأثیر قرار دهد و تغییراتی را در راهبردها، اهداف نظام آموزشی، روش‌ها و موضوعات آموزشی به وجود آورد. به راستی هم‌اکنون رسالت دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی چیست؟ آیا صرفاً انتقال برخی اطلاعات و مهارت‌ها به دانشجویان است. جواب منطقی به سؤال مطرح شده این است که مسلماً تأکید

نظام آموزش عالی بر انتقال صرف اطلاعات و مهارت‌های تخصصی و حرفه‌ای به دانشجویان بدون در نظر گرفتن سایر قابلیت‌هایی که برای نیل به موفقیت در بیرون از دانشگاه و مؤسسه به آن نیازمندند، امری معقول و منطقی به نظر نمی‌رسد.

همچنین در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازارهای کنونی که با تحولات و تغییرات سریع و شتابان محیط بین‌المللی و گذر از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی و تغییر اقتصاد ملی به اقتصاد جهانی همراه است. بدیهی است یک دانش‌آموخته هر قدر هم در رشته تخصصی خود کارآزموده و ماهر باشد، در صورت عدم فهم پیچیدی حاکم بر نظام اقتصادی و شرایط کنونی، موفقیت چندانی نخواهد داشت. زمانی دانشگاه به‌عنوان یک محیط آموزشی شناخته می‌شد و کلیدواژه‌های این محیط، استاد، تعلیم و تربیت و یاددهی بود؛ اما زمانی که ما با تحولاتی در نظام کلان اجتماعی روبه‌رو شدیم، دانشگاه‌ها یک رویکرد پژوهشی پیدا کردند، در واقع یک وظیفه به وظایف دانشگاه اضافه و کلیدواژه آموزش از یاددهی به یادگیری تبدیل شد و هدف آن به تقویت استعدادها (دانشجو) و افزایش توان یادگیری او تغییر شکل داد. تحصیلات تکمیلی محصول این تحول بود (علیپور، بی‌تا).

در دنیای امروز، دوره‌های آموزشی کارآفرینی نه تنها جای خود را در بستر دروس دانشگاهی و در رشته‌های مختلف باز نموده، بلکه در دوره‌های مختلف تحصیلی (از ابتدایی تا دبیرستان) نیز مورد توجه قرار گرفته‌اند. تنوع این دوره‌ها، شرکت‌های موجود را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد و دوره‌های متعددی نیز جهت رشد، بقاء و کارآفرین نمودن سازمان‌های بزرگ طراحی شده است (آقاجانی، ۱۳۸۶).

اهداف آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها

- ترویج و ترغیب روحیه و فرهنگ کارآفرینی و تلاش در جامعه دانشگاهی
- ترغیب و جذب جامعه دانشگاهی به آموزش‌های دوره‌های کارآفرینی
- گسترش تحقیقات تفضیلی در خصوص کارآفرینان، پروژه‌های کارآفرینی، محیط و فضاها
- کارآفرینان سایر زمینه‌های مرتبط، با توجه به شرایط و مقتضیات؛
- آگاه‌سازی جامعه دانشگاهی در مورد کارآفرینی، کارآفرینان و نقش آن‌ها در رونق اقتصادی و ایجاد اشتغال و رفاه، برای رسیدن به اهداف فوق‌برنامه‌ها و راهبردهای زیر مدنظر است:

۱. بسترسازی و حمایت‌های مالی، مشاوره‌ای و اطلاعاتی لازم در جهت راه‌اندازی فعالیت‌های کارآفرینانه دانشجویان؛
۲. ترویج و ترغیب دانشجویان در هنگام فراغت از تحصیل جهت آشنایی با ایجاد کسب‌وکارهای کارآفرینانه، یا اجرای برنامه‌های ترویجی از قبیل سمینارها و کارگاه‌ها، برنامه‌های تصویری و تبلیغی.
۳. ارائه آموزش‌های کارآفرینی در قالب سمینارها و کارگاه‌های تخصصی، دروس انتخابی و ایجاد رشته کارآفرینی؛
۴. تربیت مربیان و اساتید آموزش‌های کارآفرینی؛
۵. شناسایی، انتخاب و تشویق کارآفرینان برگزیده سال و برگزاری جشنواره کارآفرینی؛
۶. انتقال دانش و دستاوردهای تحقیقاتی مرتبط با کارآفرینی از خارج به داخل کشور، با همکاری مراکز کارآفرینی، دانشگاه‌ها و مؤسسات پژوهشی (رزاقی بورخانی و اسدی، ۱۳۸۹).

اهمیت و ضرورت توسعه کارآفرینی

کارآفرینی با کارکردها و پیامدهای مثبتی که دارد، به عنوان راه حلی اساسی برای رفع بسیاری از مشکلات و بحران‌های داخلی و باقیماندن در عرصه رقابت‌های جهانی، از سوی بسیاری از کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه مورد توجه قرار گرفت. کشورهای مختلف به سه دلیل برای موضوع کارآفرینی اهمیت قائل شده و به آن پرداخته‌اند که عبارت‌اند از:

۱. ایجاد و توسعه تکنولوژی
 ۲. تولید ثروت در جامعه
 ۳. ایجاد اشتغال (مقیم، ۱۳۸۲).
- با عنایت به پدیده جهانی شدن اقتصاد، برخی عقیده دارند که بازارهای آینده از آن شرکت‌هایی است که به ریسک‌پذیری کارآفرینانه بهاء می‌دهند و برای گسترش سرمایه‌های فکری خود در حد کلان سرمایه‌گذاری می‌کنند، در بالندگی فردی پر تلاش‌اند و در خط‌مشی‌گذاری، شرایط محیطی را مدنظر قرار می‌دهند (یعقوبی، ۱۳۸۷).

بر همین اساس، توسعه کارآفرینی از جنبه‌های گوناگون مدنظر قرار گرفته است که آموزش یکی از جنبه‌های مهم آن و در راستای گسترش آن است. با توجه به مطالعات مختلفی که صورت گرفته، تأیید شده است که ویژگی‌های کارآفرینانه اغلب اکتسابی است و نه ارثی. از این رو، در حال حاضر آموزش کارآفرینی به یکی از مهم‌ترین و گسترده‌ترین فعالیت دانشگاه‌ها تبدیل شده است (یعقوبی، ۱۳۸۷).

آموزش عالی و توسعه کارآفرینی

زمانی دانشگاه به‌عنوان یک محیط آموزشی شناخته می‌شد و کلیدواژه‌های این محیط، استاد، تعلیم و تربیت و یاددهی بود؛ اما زمانی که ما با تحولاتی در نظام کلان اجتماعی روبرو شدیم، دانشگاه‌ها یک رویکرد پژوهشی پیدا کردند، در واقع یک وظیفه به وظایف دانشگاه اضافه و کلیدواژه آموزش از یاددهی به یادگیری تبدیل شد و هدف آن به تقویت استعدادها (دانشجو) و افزایش توان یادگیری او تغییر شکل داد. تحصیلات تکمیلی محصول این تحول بود. این مفهوم تا اوایل قرن بیستم ادامه پیدا کرد و پس از آن با افزایش فعالیت‌های اقتصادی و تشدید رقابت در سطح جوامع و مطرح شدن مسائلی همچون بهره‌وری، کیفیت و حرکت به سوی اقتصاد مبتنی بر دانش در چند دهه گذشته، به تدریج تغییر در نقش دانشگاه‌ها را به سمت تکنولوژی و دانش فنی و حرکت آن‌ها را به سوی کارآفرینی مشاهده می‌کنیم (کیا و احمدزاده، ۱۳۸۶).

امروزه برگ برنده دانشگاه‌ها صرفاً در پژوهش آن‌ها نیست، بلکه تبدیل یافته‌های پژوهشی به کالا و خدمات با بهره‌وری کیفی بیشتر و قیمت پایین‌تر است. در واقع مفهوم بهره‌وری در اقتصاد جهانی نقش اساسی بازی می‌کند و رقابت‌پذیری شرط اول در تجارت جهانی شده است. بنابراین دانشگاه‌ها متوجه این مطلب شدند که نمی‌توانند صرفاً به وظیفه آموزش و پژوهش بسنده کنند بلکه باید وارد محیط‌های کارآفرینی شوند و شروع به نوآوری کنند. (توفیقی، ۱۳۸۲). امروزه، در بسیاری از مؤسسات آموزش عالی، آموزش کارآفرینی را به‌عنوان لازمه رشد نیروی انسانی مطرح می‌کنند. (Neo and Wee, 2004) و آموزش کارآفرینی به یکی از مهم‌ترین و گسترده‌ترین فعالیت دانشگاهی تبدیل شده است.

یکی از صاحب‌نظران در زمینه‌ی کارآفرینی بر این عقیده است که آموزش کارآفرینی به دانشجویان فواید زیر را در بردارد:

- ۱) قانونی کردن کارآفرینی و توسعه‌ی یک فرهنگ کارآفرینانه با هدف تسریع رشد اقتصادی از طریق رونق شرکت‌ها و مشاغل جدید.
 - ۲) تغییر نگرش‌ها درباره کارکرد کارآفرینی، کارآفرین و تصور کارآفرین در میان دانشجویان
 - ۳) دسترسی به باور ایجاد شغل.
 - ۴) توسعه و تحریک مهارت‌های کارآفرینان در طول تحصیل، به وجود آوردن کارآفرینان
 - آموزش دیده با هدف اینکه چه وقت، کجا، با چه کسی و چگونه کسب و کار جدید را شروع نمایند.
 - ۵) آماده کردن دانشجویان برای بازار کار پویا.
 - ۶) مشارکت در توسعه کارآفرینی سازمانی (امجد، ۱۳۸۳).
- آموزش عالی برای پرورش افراد کارآفرین نیازمند ارائه آموزش‌هایی به شرح ذیل است:
- ۱) دانش کاربردی یعنی دانشی که شخص بتواند مهارت‌های لازم برای یک شغل را به دست آورد.
 - ۲) مهارت‌های کسب و کار (مدیریت- اینترنت- بازرگانی- مالی و چگونگی تأسیس شرکت).
 - ۳) توانایی کارآفرینانه (کارآفرینی، خلاقیت و نوآوری) (سعیدی کیا، ۱۳۸۲).
- از طرف دیگر آموزش عالی از طریق بسترسازی فرهنگی باعث می‌شود تا اقبال عمومی از کارآفرینی افزایش یافته و خطرات غیرمالی فرآیند کارآفرینانه کاهش یافته و در ارزیابی ریسک- پاداش، وزنه به طرف کارآفرینی سنگین تر شود (کیا و احمدزاده، ۱۳۸۶).
- برگزاری همایش‌ها، سمینارها، مسابقات مقاله‌نویسی و انتشار کتب و بولتن‌ها می‌تواند باعث تغییر اولویت‌ها، ارزش‌ها و گرایش افراد شده و در تحلیل ریسک و پاداش آن‌ها را به سمت کارآفرینی سوق دهد (کردناهیچ و شمس، ۱۳۸۲).

فرصت‌ها و چالش‌های پیش روی مراکز کارآفرینی در دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی

تغییر و تحول در عرصه‌های مختلف اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی در عصر حاضر از یک‌سو و نیازمندی‌های بشر از سوی دیگر مزید بر علت شده و باعث تحولاتی در عرصه زندگی

می‌شود که به دنبال آن فرصت‌ها و تهدیدها نیاز دارند که بتوانند فرصت‌ها را غنیمت شمرده و به مقابله با تهدیدها پردازند. خلاقیت مقوله‌ای است که ارتباط نزدیکی با تغییر و تحول دارد و به عبارتی می‌توان تغییر را ناشی از خلاقیت و ایده‌های خلاق پنداشت. موضوع کارآفرینی ارتباط تنگاتنگی با خلاقیت دارد و در واقع خلاقیت از مهم‌ترین پیش‌شرط‌های کارآفرینی و جزو لاینفکی از عوامل و شرایط ظهور آن می‌باشد. مؤسسات و مراکز نیز برای مقابله با چالش‌ها و بهره‌گیری از فرصت‌ها از حل خلاق مسئله و نوآوری استقبال می‌کنند، خلاقیت گروه‌های کاری خود را بهبود می‌بخشد و فضای سازمانی را که بتواند این خلاقیت را به نوآوری تبدیل کند، فراهم می‌سازند.

فرصت‌های دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی در توسعه کارآفرینی

دانشگاه‌ها به‌عنوان یکی از مهم‌ترین ابزار و عواملی است که می‌توانند در تربیت نیروی کارآفرین و توسعه کارآفرینی نقش مؤثری ایفا نمایند، از ابزارها و عواملی که در اختیار مؤسسات آموزش عالی و دانشگاه‌ها می‌باشد، عبارت‌اند از:

- وجود اعضای هیئت‌علمی علاقه‌مند، فرصت‌گران‌بهای دیگری است که می‌تواند در امر کشف و شناسایی زمینه‌های کارآفرینی به کار آید.
- همکاری انجمن‌های علمی و دانشجویی به‌عنوان اصلی‌ترین کانون تمرکز فعالیت‌های علمی دانشجویان می‌تواند در امر ترویج و آموزش کارآفرینی بسیار مؤثر باشد، به شرط آنکه راهکارهای مناسب همکاری با این انجمن‌ها با دقت و سرعت تدوین گردد.

نتیجه‌گیری

در عصر حاضر کارآفرینی مقوله بسیار مهمی است که بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه به آن توجه جدی مبذول می‌دارند. در این جوامع کارآفرینی تبدیل به ابزار نیرومندی در جهت ایجاد فرصت‌های مناسب شده که بهره‌گیری از آن‌ها می‌تواند باعث رفع مشکلاتی همچون اشتغال، کمبود نیروی انسانی خلاق و پویا، نزول چشمگیر بهره‌وری، کاهش کیفیت محصولات و

خدمات، رکود اقتصادی و افزایش رقابت شود. از این رو کشورها پرورش و آموزش کارآفرینان را در اولویت برنامه‌های توسعه اقتصادی و اجتماعی خویش قرار داده‌اند.

کارآفرینی موضوعی است که امروزه توجه بیشتر سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان و مجریان امور کشورهای مختلف را جلب کرده است. اغلب کشورها به این نتیجه رسیده‌اند که برای کسب موفقیت اقتصادی در عرصه ملی و بین‌المللی و عرضه خدمات و تولید محصولات در سازمان‌ها و شرکت‌ها نیاز مبرم به توسعه کارآفرینی است تا به‌عنوان عامل اصلی تغییر و محرک اصلی توسعه، حرکت‌هایی را آغاز کند و منجر به خلاقیت و نوآوری مستمر شود. از طرف دیگر تحقیقات انجام‌شده، تأکید می‌کند که فرآیندها و برنامه‌های آموزشی خاصی می‌تواند با تغییر بینش و نگرش افراد و تجهیز آن‌ها به دانش و مهارت‌های خاص، راهی را که افراد در گذشته احتمالاً با سعی و خطا و گذشت زمان طولانی به آن می‌رسند بسیار کوتاه نموده و به سرعت یک کارآفرین بالقوه را به کارآفرینی بالفعل تبدیل کند. بر این اساس کشورهای زیادی بر لزوم تربیت کارآفرینان از طریق القای مؤلفه کارآفرینی در سیستم آموزشی به‌خصوص در سطوح عالی تأکید دارند.

منابع:

۱. احمدپور داریانی (۱۳۷۸). نیازهای کارآفرینان. تهران: دوره آموزشی توسعه کارآفرینی.
۲. آقاجانی (۱۳۸۵). کارآفرینی: مفاهیم، نظرات و ضرورت وجودی.
۳. امجد، محمد، نیازسنجی آموزش کارآفرینی در دانشجویان دوره کارشناسی رشته مهندسی برق دانشکده فنی تهران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران، ۱۳۸۳.
۴. رزاقی بورخانی، فاطمه؛ اسدی، علی (۱۳۸۹). واکاوی جایگاه نظام آموزش عالی در توسعه کارآفرینی، مجموعه مقالات اولین کنفرانس بین‌المللی، مدیریت و نوآوری و کارآفرینی.
۵. رضوی نعمت‌اللهی، اقدس‌السادات (۱۳۸۴). مفاهیم و کلیات کارآفرینی، روزنامه همشهری، سه‌شنبه ۳۰ فروردین ۱۳۸۴، سال سیزدهم، شماره ۳۶۷۷، صفحه ۱۰.
۶. عبدالهی، عفت (۱۳۹۰). کارآفرینی و زنان، مجموعه مقالات همایش دانشجویی کارآفرینی مرکز آموزش علمی کاربردی کلاردشت.
۷. علیپور، حسن (بی‌تا). نقش مؤسسات آموزش عالی در توسعه کارآفرینی، هفته‌نامه مرکز آموزش علمی و کاربردی.

۸. کردنائیچ، اسدا...، شمس، شهاب‌الدین، نقش آموزش عالی در توسعه کارآفرینی و ایجاد اشتغال در کشور، گاهنامه کارآفرینان، شماره ۱، بهمن ۱۳۸۲.
۹. کیا، محمد و نسرین احمدزاده (۱۳۸۶). کارآفرینی و آموزش عالی. فصلنامه رویش، فصلنامه علمی-آموزشی، ترویجی، اطلاع‌رسانی، سال پنجم، شماره ۱۹، پاییز، صص: ۴۱-۵۳.
۱۰. مقیمی (۱۳۸۲). کارآفرینی اجتماعی، مجله رهیافت، شماره بیست و نهم، بهار ۱۳۸۲.
۱۱. ملائیان، صدیقه (۱۳۸۸). دانشگاه‌ها، مراکز آموزشی و کارآفرینی، مجموعه مقالات همایش ملی کارآفرینی دانشگاه ایلام.
۱۲. یعقوبی (۱۳۸۷). کارآفرینی در کشاورزی، چالش‌ها و راهکارها. قابل دسترس در:

http://www.aftab.ir/articles/economy_marketing_business/job/c2c1208335360p1.php