

آموزش کارآفرینی: پیدایش، توسعه، گرایش‌ها و چالش‌ها

مصطفی علی‌میری^{*۱}

۱. عضو هیأت علمی دانشگاه پیام نور

(تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۸۶/۱۲/۲۰، تاریخ تصویب: ۱۳۸۷/۲/۸)

چکیده

مقاله‌ی «کارآفرینی» به عنوان مؤثرترین نیروی بالقوه‌ی اقتصادی در تاریخ جهان، به صورت بحث‌برانگیزی از حدود سه دهه‌ی گذشته تاکنون ظهور یافته و مطرح شده است. هم‌گام و هم‌زمان با این مقوله، پیشرفت‌های مشابهی نیز در زمینه‌ی «آموزش کارآفرینی» انجام شده است. پیشرفت‌ها و فعالیت‌های اخیر که در برنامه‌های آموزشی کارآفرینی و ایجاد کسب‌وکارهای جدید انجام شده، بسیار چشم‌گیر و قابل توجه هستند.

تعداد واحدهای آموزشی عالی (دانشگاه و دانشکده‌ها) که واحدهای درسی مربوط به مقوله‌ی «کارآفرینی» را ارائه می‌دهند از چند واحد در سال ۱۹۷۰ میلادی به ۱۶۰۰ واحد آموزشی در سال ۲۰۰۵ افزایش یافته است.

اما این توسعه‌ی فوق‌العاده باعث ایجاد مشکل قانونی کردن و رسمیت دادن به این رشته از حیث علوم دانشگاهی و جامعه‌ی آکادمیک می‌شود. در حالی که برخی مراحل مربوط به فرآیند قانونی شدن این رشته طی چند سال گذشته به اجرا درآمده است؛ هنوز هم مشکلات دیگری پیش‌روی آن قرار دارد.

این مقاله گرایش‌ها و چالش‌های موجود در زمینه‌ی «آموزش کارآفرینی» در قرن ۲۱ را بررسی می‌کند.

واژگان کلیدی: آموزش کارآفرینی، کسب و کارهای کوچک، همبستگی اجتماعی، دید کارآفرینانه، روح کارآفرینی، چالش‌های کارآفرینی

مقدمه، چشم اندازی از کارآفرینی

تحول و دگرگونی که در مقوله ی کارآفرینی روی داده، تمامی جهان را متأثر کرده است؛ به گونه ای که دنیای کار و تجارت برای همیشه متأثر از این مقوله خواهد بود. برای مثال، می توان به شروع قدرتمندانه ی فعالیت های کارآفرینی در کشور آمریکا طی ده سال گذشته اشاره کرد.

آمار مربوط به ثبت شرکت های تجاری جدید، رقمی در حدود ۶۰۰ هزار مؤسسه ی تجاری در سال است. هر چند تعداد زیادی از این مؤسسه ها و واحدهای تجاری ممکن است در گذشته واحدهای کوچکتر و یا تعاونی مانند باشند، اما تمایل و گرایش آنها به سمت کارهایی با خطرپذیری بالاتر، چه به هنگام شروع کار و چه در مراحل توسعه و پیشرفت مؤسسه، افزایش یافته است. آمار دقیق تر نشان می دهد که در سال ۱۹۹۵ میلادی تعداد ۸۰۷ هزار مؤسسه ی تجاری کوچک به ثبت رسیده اند. از سال ۱۹۸۰ میلادی تاکنون حدود پانصد شرکت بزرگ، بیش از پنج میلیون فرصت شغلی را از دست داده اند، اما آمار نشان می دهد که در مقابل این رقم، حدود ۳۴ میلیون فرصت شغلی جدید هم ایجاد شده است. در سال ۹۶ نیز تنها یک زمینه ی شغلی کوچک توانست یک میلیون و ششصد هزار فرصت شغلی جدید ایجاد کند. ۱۵ درصد از واحدهای تجاری که بسیار سریع در حال رشد بوده و توسعه یافته بودند (برای مثال، شبکه تجاری «غزالها») ۹۴ درصد از شبکه ی ایجاد فرصت های شغلی را به خود اختصاص داده بودند و حدود کمتر از یک سوم این واحدها از فناوری پیشرفته ای برخوردار بودند.

کسب و کارهای کوچک، یعنی آنهایی که دارای کمتر از پانصد نفر شاغل هستند، ۵۳ درصد از نیروی کار خصوصی را استخدام کرده و هم چنین ۴۷ درصد از میزان فروش و ۵۱ درصد از تولید ناخالص داخلی مربوط به بخش خصوصی را به خود اختصاص می دهند. ۱۶ درصد از تمامی واحدهای تجاری که اکنون در آمریکا مشغول به فعالیت هستند، ظرف یک سال گذشته به ثبت رسیده اند و واحدهای تجاری کوچکتر هم حدود ۶۷ درصد از اختراعات و اکتشافات جدید را به نام خود ثبت کرده اند (Reynolds, Hay & Camp, 1999).

با وجود این داده‌ها و یافته‌های جدید، روشن است که باید پذیرفت تعداد واحدهای تجاری جدید، چیزی حدود ۶۰۰ هزار واحد در یک سال است و چند میلیون شغل جدید هم در قالب طرح‌های خود اشتغالی، همه ساله ایجاد خواهد شد.

به‌طور متوسط در آمریکا در هر سال به ازای هر ۳۰۰ نفر یک واحد جدید به ثبت می‌رسد. از آنجایی که هر کدام از این واحدها حداقل ۲ مدیر یا مالک دارند، بنابراین در هر سال از هر ۱۵۰ نفر، یک شخص پایه‌گذار یک واحد کسب‌وکار جدید می‌شود. اصولاً دانش آموختگان بیشتری هم درگیر مسائل مربوط به راه‌اندازی یک واحد جدید می‌شوند که آمار مربوط عدد ۱ به ۱۲ را نشان می‌دهد؛ یعنی از هر ۱۲ نفر دانش آموخته یک نفر درگیر راه‌اندازی یک واحد تجاری جدید است. نتیجه‌ی نهایی این است که آمریکا آمار بسیار خوبی در زمینه‌ی ایجاد موسسه‌های جدید تجاری دارد. از بین حدود ۶ میلیون واحدی که ثبت شده‌اند (تک شعبه و یا چند شعبه) به‌طور متوسط رقمی حدود ۶۰۰ هزار تا ۸۰۰ هزار واحد، هر ساله به این آمار افزوده می‌شوند.

این آمار و ارقام را می‌توان به این شکل تفسیر کرد که میزان ثبت این واحدها در یک سال، رقمی حدود ۱۴ الی ۱۶ واحد در هر ۱۰۰ شرکت و واحد ثبت شده است (Reynolds, Hay & Camp, 1999). می‌توان ادعا کرد، آمریکا در طول ۱۰ سال گذشته به بالاترین میزان عملکرد اقتصادی خود دست یافته و این نتیجه‌ی تشویق، ترغیب و نیز بهبود و ارتقای کیفیت فعالیت‌های کارآفرینانه در زمینه‌های گوناگون است (Minniti & Bygrave, 2004).

به‌طور خلاصه، می‌توان گفت که واحدهای کارآفرینانه به دو صورت کاملاً ضروری و تعیین‌کننده در بازار اقتصادی سهمیم هستند. در حالت اول، این واحدها قسمت جدایی‌ناپذیر فرآیند تحول و دگرگونی هستند که در بازار رو به گسترش است. این‌ها در ابداع شیوه‌های جدید که منجر به تغییرات فناوری و افزایش توانایی تولید خواهد شد، نقش مهمی ایفا می‌کنند. باید گفت که چنین واحدهایی در جستجوی تغییر و تحول و رقابت هستند، چون در حال دگرگون کردن ساختار کلی بازار هستند.

اقتصاد بازار، واحدهای سازمانی پویایی را شامل می‌شود که همواره در حال تبدیل

شدن بوده و واحدهای تازه به ثبت رسیده را در برنمی گیرد. این واحدها در جستجوی آینده‌اند و سعی دارند آینده را از آن خود نمایند، نه این که میراث گذشته را حفظ کنند (Kuratko & Hodgetts, 2004).

در حالت دوم نیز سهم این واحدها به این شکل است که مجرای اصلی ورود میلیون‌ها نفر به جریان و روند کلی اقتصاد هستند. این واحدها به میلیون‌ها نفر از جمله زنان، مهاجرین و اقلیت‌های دیگر کشورها امکان می‌دهند که در زمینه‌ی فعالیت‌های اقتصادی به موفقیت‌هایی دست یابند. برای مثال، می‌توان به آمریکا اشاره کرد که همواره در پی رسیدن به آن بوده، از این رو دستیابی به رشد اقتصادی، فرصت‌های برابر شغلی و پیمودن مسیر رشد می‌تواند مجرای اصلی رسیدن به این هدف باشد. اما در این فرآیند که می‌توان آن را نوعی فرآیند دگرگونی نامید، مقوله‌ی کارآفرینی نقش بسیار مهم و غیرقابل انکاری در ایجاد «همبستگی اجتماعی» به عهده دارد؛ این اتحاد و همبستگی می‌تواند فعالیت‌های مربوط به بخش‌های پیشرفته و دارای فناوری بالا را به یکدیگر مرتبط ساخته و نوعی حالت الزام‌آور به آن‌ها بدهد (Small Business Administration [SBA], 1998).

کارآفرینی را می‌توان یک فرآیند پویا نامید؛ که شامل آرمان، تحول، دگرگونی و خلاقیت می‌شود. این فرآیند به کاربرد و استفاده‌ی نیرو و انگیزه‌ی افراد در جهت خلق و اجرای ایده‌های نو و هم‌چنین راه‌حل‌های کاربردی احتیاج دارد. اجزای اصلی این فرآیند شامل موارد زیر است:

- میل به خطرپذیری حساب شده براساس زمان،
- ارزش خالص یا فرصت شغلی،
- توانایی تشکیل یک تیم در ارتباط با انجام یک کار پرخطر،
- داشتن مهارت خلاق در نظم بخشیدن به منابع مورد نیاز،
- داشتن مهارت اساسی در پی‌ریزی و طراحی یک طرح منسجم و پایدار شغلی،
- داشتن چشم‌اندازی برای یافتن فرصت‌هایی که دیگران نمی‌توانند در یک موقعیت به هم ریخته و پر آشوب دریابند (Kuratko & Hodgetts, 2004, p.30).

از این جنبه، کارآفرینی چیزی فراتر از اشتغال‌زایی محض است. هر چند می‌توان آن را از اجزای مهم پیکره‌ی اقتصادی به حساب آورد، اما مطمئناً این مقوله تمام آن چیزی نیست که تا اینجا درباره‌اش بحث شد. ویژگی‌ها و مشخصه‌های جستجوی فرصت‌ها یعنی پذیرفتن خطرها بدون پشتوانه‌ی امنیتی و نیز تحمل سختی کنار زدن یک ایده‌ی قدیمی برای رسیدن به واقعیت، همه و همه در کنار هم با یک دیدگاه و دورنمایی ویژه ترکیب شده و کارآفرینان را به شدت تحت تأثیر قرار می‌دهد. شاید بتوان این دیدگاه را «دید کارآفرینانه» نام برد که به آرامی از سوی افراد در حال پذیرش است. از این منظر داخل یا خارج هر مؤسسه‌ی انتفاعی یا غیرانتفاعی یا فعالیت‌های تجاری و غیر آن با هدف پیشبرد ایده‌های خلاق می‌تواند نشان داده شود. پس می‌توان نتیجه گرفت که مفهوم کارآفرینی یک مفهوم منسجم بوده که به گونه‌ای کاملاً نوآورانه در زمینه‌ی اشتغال فردی نقش ایفا می‌کند. به جرأت می‌توان گفت که این دیدگاه چگونگی هدایت و پیشبرد فعالیت‌های اقتصادی را در تمامی سطوح و در همه‌ی کشورها دچار تحول شگرفی کرده است. این دگرگونی در یک مفهوم اقتصادی آغاز شده و کارآفرینی هم در این مسیر نقش غالب ایفا می‌کند. نسل جوان امروز در ابتدای قرن بیست و یکم از زمان انقلاب صنعتی تا کنون در مقام نسل کارآفرینانه قرار دارد. آمار هم این ادعا را ثابت می‌کند. در حال حاضر ۵/۶ میلیون جوان آمریکایی زیر ۳۴ سال فعالیت اقتصادی و کسب و کار خود را به طور جدی دنبال کرده و فعالیت خود را آغاز کرده‌اند. در این میان، یک سوم، کارآفرینان جدیدی هستند که سن آنان کم‌تر از سی سال است. چیزی حدود ۶۰ درصد و حتی بیشتر هم بین ۱۸ تا ۲۹ ساله بوده و می‌خواهند کارفرمای خود باشند. دیگر این که حدود ۸۰ درصد، کارآفرینان آینده‌ی آمریکا ۱۸ تا ۳۴ ساله هستند.

این آمار روزافزون تنها به کارآفرینان اختصاص ندارد، بلکه در مورد کسب و کارهای جدید مخاطره‌آمیز در چند سال گذشته رشد قابل توجهی داشته است. تعداد دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی که دوره‌های مربوط به کارآفرینی را ارائه

می‌دهند از چند دوره‌ی انگشت شمار دهه‌ی ۱۹۷۰ به تعداد ۱۶۰۰ دوره در سال ۲۰۰۵ افزایش یافته است. (Katz, 2003) اما رشد قابل توجه دوره‌های مربوط به رشته‌ی کارآفرینی، مشکل ساز نیز شده است، این که هنوز این رشته مشروعیت همگانی پیدا نکرده و قانون‌مند و مدون نشده است. برای درک بهتر موانع پیش‌رو، در این مقاله ابتدا به معرفی منابعی که امروزه منابع اصلی برای فهم مقوله‌ی کارآفرینی هستند، می‌پردازیم و سپس به بررسی دیدگاه‌های تاریخی و امروزی درباره‌ی مسأله «آموزش کارآفرینی» خواهیم پرداخت.

منابع درک کارآفرینی

امروزه محققان سعی می‌کنند درباره‌ی موضوع کارآفرینی و چگونگی فرآیند آن، اطلاعات بیشتری به دست آورند تا بتوانند از عوامل مداخله‌گر و مهم در این مقوله درک بهتری پیدا کنند (Bull & Willard, 1993; Bygrave & Hofer, 1991; Gartner, 2001). از میان این منابع اطلاعاتی سه منبع در مورد فرآیند کارآفرینی و نیز دیدگاه خاص کارآفرینی اطلاعاتی به دست می‌دهند که از شمار منابع اصلی هستند.

اولین منبع مانند نشریات بر پایه‌ی کارهای تحقیقاتی بنا شده و اطلاعات موجود در آن از طریق تحقیق ارائه می‌شود. سایر منابع هم از بین همین نشریات کثیرالانتشار انتخاب شده‌اند که اسامی آن‌ها در زیر می‌آید:

نشریات دانشگاهی: این نشریات مقاله‌هایی را در بر می‌گیرند که به مسائل تحقیقی می‌پردازد و در مواردی به عنوان ملاک داوری دیگر مطالب قرار می‌گیرند. این نشریه‌ها که به صورت حرفه‌ای طراحی شده و از ساختار ارزشمند و منسجم برخوردارند مسائل پیرامون تحقیق شامل روش‌شناسی، نتیجه‌ها و کاربردهای آن را بررسی می‌کنند. از این گونه نشریه‌ها می‌توان موارد زیر را نام برد: نشریه‌ی مدیریت کسب‌وکارهای کوچک، کارآفرینی در نظریه و عمل، نشریه‌ی کارآفرینی و اشتغال، نشریه‌ی «پرخطر کردن فعالیت اقتصادی»، نشریه‌ی مدیریت راهبردی، نشریه‌ی راهبرد کسب‌وکارهای کوچک،

«بررسی مدیریت دانشگاهی» و «آکادمی مدیریت اجرایی».

کتاب درسی در زمینه‌ی کارآفرینی: این منابع به نوعی به بررسی کارهای انجام شده و رشد مؤسسه‌های کوچک و سازمان‌های کارآفرینی می‌پردازند. تمامی قسمت‌های این منابع و کتب به تحقیق و بررسی در مورد کارآفرینان اختصاص یافته‌اند. از این منابع می‌توان به این موارد اشاره کرد: «کارآفرینی: نظریه، فرآیند و اجرای آن» (Kuratko & Hodgetts, 2007)، رشد کارآفرینانه‌ی راهبردی (Kuratko & Hodgetts, 2004).

کتاب‌هایی درباره‌ی کارآفرینی: بیشتر این کتاب‌ها به شیوه‌ی «اندرزگونه» توسط پژوهش‌گران نوشته شده‌اند و در بردارنده‌ی راهنمایی‌های کلی هستند. برخی از آن‌ها به بررسی مشکلاتی می‌پردازند که یک شخص هنگام آغاز یک فعالیت اقتصادی با آن‌ها روبرو می‌شود. برخی دیگر هم به بررسی سایر جنبه‌های کارآفرینی می‌پردازند. مانند «راهنمای طرح کسب و کار» (Bangs, 1995).

زندگی نامه‌های کارآفرینان (خودنوشت یا دیگرنوشت): مانند: کسب و کار در سرعت اندیشه (Gates, 1999).

خلاصه‌هایی درباره‌ی کارآفرینان: این منابع مجموعه‌هایی هستند که به بررسی عده‌ای از کارآفرینان منتخب می‌پردازند یا در مورد گرایش‌های کلی که دریافت کرده‌اند (در زمینه‌ی اقتصاد) اطلاعات آماری و بررسی‌های کلی ارائه می‌دهند. کتاب «کارآفرین‌ها» (Sobel, 1974) که اطلاعات مختصر و منتخبی در مورد کارآفرینان آن زمان ارائه می‌دهد، در این دسته قرار می‌گیرد.

گاهنامه‌های خبری: بسیاری از روزنامه‌ها و گاهنامه‌های خبری به صورت منظم یا تصادفی مطالبی در مورد کارآفرینان به چاپ می‌رسانند. این نشریه‌ها شامل 'Wall Street Journal' و 'Business Week', 'Forbes Fortune' هستند.

گاهنامه‌های مربوط به کسب و کارهای پرخطر: تعداد مجله‌های جدیدی که به صورت ویژه به بررسی مسائل مربوط به کسب و کارهای پرخطر می‌پردازند رو به افزایش است. در این منابع محتوی هر کدام از موارد مطرح شده به نوعی به کارآفرینی

ارتباط دارد.

خبرنامه‌ها: تعداد زیادی از خبرنامه‌ها به صورت انحصاری به موضوع کارآفرینی اختصاص دارند. برای مثال می‌توان به خبرنامه‌ی «لیه زان (Liaison)» اشاره کرد که به انجمن کسب و کارهای کوچک و کارآفرینی در آمریکا تعلق دارد.

خلاصه‌ی مقالات در همایش‌ها و نشست‌ها: این نشریات در ارتباط با نشست‌های برنامه‌ریزی شده‌ی سالانه و یا چند سالانه هستند و کمی از مطالب آن‌ها به کارآفرینی اختصاص دارد. موارد زیر را می‌توان به عنوان نمونه نام برد: «صورت جلسه‌ی آکادمی مدیریت»، «صورت جلسه‌ی نشست بین‌المللی کسب و کارهای کوچک»، «صورت جلسه‌ی انجمن کارآفرینی و کسب و کارهای کوچک در آمریکا» و «پیشگامان عرصه‌ی تحقیق در مورد کارآفرینی». (صورت جلسه‌های مربوط به نشست‌های سالانه در زمینه‌ی تحقیق کارآفرینی در کالج بابسون)

نشریه‌های دولتی: دولت آمریکا مطالب کامل و مفصلی در زمینه‌ی کارآفرینی، عملیات اجرایی کسب و کارهای کوچک و مشاغل خاص کوچک به چاپ می‌رساند. از این منابع می‌توان به جزوات منتشر شده به وسیله‌ی انجمن کسب و کارهای کوچک آمریکا (SBA) و هم چنین انتشارات اخیر «سازمان ملی کسب و کارهای مستقل» اشاره کرد.

اما دومین منبع اصلی در زمینه‌ی دانش مربوط به «دیدگاه کارآفرینی» مطالبی هستند که از مشاهده‌ی مستقیم کارآفرینان به دست می‌آیند، یعنی مطالبی که نشان دهنده‌ی وضع کنونی کارآفرینان فعال هستند. به کمک مصاحبه‌ها و بررسی اطلاعات موجود و نیز مطالعه‌ی موردی می‌توان تجربه‌ها و دانسته‌های فردی کارآفرینان را در اختیار یکدیگر قرار داد. تحلیل این تجربیات می‌تواند به شناسایی بهتر ویژگی‌ها و شخصیت هر یک از کارآفرینان کمک کند و مشترکاتی را که به روشن شدن این دیدگاه کمک می‌کنند، بروز خواهد داد.

آخرین منبع اصلی در زمینه‌ی دانش مربوط به کارآفرینی را می‌توان شامل

سخنرانی‌ها و نطق‌های فعالان مقوله‌ی این علم دانست که در نشست‌ها و همایش‌های گوناگون ایراد می‌کنند. اطلاعات موجود در این منبع، قدرت و کیفیت دو منبع اصلی قبل را ندارد، اما فرصتی را فراهم می‌سازد تا مطالبی درمورد دیدگاه کارآفرینی آموزش داده شود.

تمام این منابع زمینه‌ی خوبی برای رشد و تکامل «آموزش کارآفرینی» فراهم می‌کند که از حدود ۲۵ سال پیش تا به امروز ادامه دارد.

پیدایش مقوله‌ی «آموزش کارآفرینی»

اکنون کاملاً واضح است که «کارآفرینی» یا حتی جزییات مربوط به آن را می‌توان آموزش داد. متخصصان و فعالان آموزش کسب و کار این افسانه را شکل داده‌اند که فرد، دانش مربوط به کارآفرینی را کسب نمی‌کند بلکه مادرزاد کارآفرین متولد می‌شود. «پیتر دراگر» فقید که امروزه به عنوان یکی از متفکران تأثیرگذار در زمینه‌ی مدیریت محسوب می‌شود، می‌گوید: «مقوله‌ی کارآفرینی چیز عجیب و غریبی نیست. حتی جادو هم نیست و نمی‌توان آن را چیزی مرموز دانست. این دانش تنها یک مقوله‌ی منظم و منسجم است که هیچ ارتباطی به مسائل ارثی و مادرزادی ندارد. دانشی است که مانند تمام علوم مدون دیگر می‌توان آن را فرا گرفت و آموخت».

موضوع دیگری که این دیدگاه را تقویت می‌کند مربوط به «تاریخچه‌ی ده ساله» بررسی مواردی است که شامل مؤسسه‌های تجاری، کارآفرینی و آموزش مدیریت کسب و کارهای کوچک است. در این تاریخچه آمده است: بررسی‌های انجام شده بر روی مطالعات تجربی نشان می‌دهد، مقوله‌ی «کارآفرینی» را می‌توان آموزش داد یا حداقل به وسیله‌ی آموزش، آن را توسعه و بسط بیشتری داد (Gorman, Hanlon, & King, 1997, p.63). با وجود این که خطر پذیری‌های کارآفرینانه کلید اصلی نوآوری، تولید و رقابت اثر بخش است، کم‌کم مقبولیت عام یافته است؛ ولی این سؤال که، چگونه باید کارآفرینی را آموزش داد، به یک پرسش قدیمی تبدیل شده است. رونشانات در سال ۱۹۸۷ این سؤال را به گونه‌ای دیگر طرح می‌کند.

سؤال وی تخصصی‌تر و در مورد آموزش کارآفرینی است: چه چیزهایی را چگونه

باید آموزش داد؟ در مورد این که چه چیزهایی باید آموزش داده شوند، چند موضوع اصلی وجود دارد که ویژگی‌های کارآفرینان و نیز ایجاد کسب‌وکارهای جدید پرخطر را بیان می‌کنند. خلاصه‌ای از مهم‌ترین موارد مربوط در زیر می‌آید که اکنون جزو مقوله‌های تحقیق و آموزش کارآفرینی هستند:

❶ ابعاد کارآفرینانه و مدیریتی مانع‌الجمع (ناسازگار) انحصاری نیستند ولی گستره‌ی خاصی را شامل می‌شوند. بُعد کارآفرینانه بیشتر تحت تاثیر فرصت‌ها قرار دارد ولی بعد مدیریتی بیشتر تحت تأثیر گفتگو و منابع موجود قرار دارد (Ireland, Hitt, & Sirmon, 2003).

❷ خطرپذیری مالی بالا که شامل تأمین سرمایه‌ی خطرپذیری هم می‌شود، مثل دیگر شیوه‌های ابداعی تأمین هزینه‌ها که در طول دهه‌ی ۹۰ میلادی آغاز شد و تا آن زمان بی سابقه بوده است.

❸ این جریان یک دهه‌ی دیگر را هم کاملاً تحت تأثیر موضوع کارآفرینی قرار داد (Shepherd & Zacharakis, 2001, 2002; Dimov & Shepherd, 2005).

❹ در طول چند سال گذشته، شرکت‌های کارآفرینی و نیاز به داشتن مؤسساتی که در ایجاد کسب و کارهای پرخطر داخلی فعالیت کنند، توجه زیادی را به خود جلب کرده است (Miles & Govin, 2002; Kuratko, Ireland, & Hornsby, 2001; Morris & Kuratko, 2002).

❺ راهبردهای کارآفرینانه که بررسی شدند مشخص شد، آن‌ها فصل مشترک و مهم، موارد، موضوعات و نیز مبادلاتی بین کارآفرینی و راهبردها داشته‌اند (Hitt, Ireland, Gamp, & Sexton, 2001).

❻ تنوع و گوناگونی فوق‌العاده‌ای که بین کارآفرینان و شیوه‌های رسیدن آنان به موفقیت وجود دارد، باعث شده تا در زمینه‌ی جنبه‌های روان‌شناختی آن، که می‌تواند موفقیت آینده‌ی آنان را پیش‌بینی کند، تحقیقاتی صورت بگیرد (Kickul & Gundry, 2002).

❼ خطرپذیری‌ها و نیز بده-بستان‌های مربوط به یک شغل کارآفرینانه و به ویژه

ماهیت دارای فشار درونی آن و نیز مقتضیات چنین شغلی، همواره موضوع مورد مطالعه‌ی محققان علاقه‌مند به آن بوده است که در ارتباط با کارآفرینان فعال و کارآفرینان آینده نیز هست. (McGrath, MacMillan, & Scheinbert, 1992)

❶ کارآفرینان گروه‌های اقلیت و نیز کارآفرینان زن به‌طور کاملاً بی‌سابقه افزایش داشته‌اند. به نظر می‌رسد که این گروه از کارآفرینان با مشکلاتی متفاوت در مقایسه با دیگر کارآفرینان روبرو هستند. (Chaganti & Greene, 2002; Greene, Hart, Gatewood, Brush, & Carter, 2003; Gundry & Welsch, 2001)

❷ «روح کارآفرینی» یک موضوع جهانی است و مؤید این مطلب این است که در طول چند سال گذشته در تمامی دنیا گرایش و علاقه‌ی روز افزونی نسبت به مقوله‌ی «کارآفرینی» به وجود آمده است. (Mc Dougall & Oviatt, 2003)

❸ صاحب‌نظران نشان داده‌اند که سهم اجتماعی و اقتصادی کارآفرینان، شرکت‌های جدید و کسب‌وکارهای خانوادگی در اشتغال‌زایی زیاد بوده و این مسأله در مورد نوآوری و احیای اقتصادی هم صدق می‌کند. در حالی که شرکت‌های بزرگ در مقایسه با آنها، سهم کم‌تری داشته‌اند. (Chrisman, Chua, & Sharma, 2003; Vpton, Teul, & Felan, 2001)

❹ به علت رسوایی‌های اخیری که در شرکت‌ها روی داده است، دو مسأله‌ی کارآفرینی و اصول اخلاقی تبدیل به موضوعاتی شده‌اند که تحقیقات درباره‌ی آنها در حال انجام است. (Kuratko & Goldsby, 2004; Morris, Schindehutte, Walton, & Allen, 2002)

زمینه‌ی تاریخی مقوله‌ی آموزش کارآفرینی

کتز^۱ (۲۰۰۳) کامل‌ترین و جامع‌ترین کار را در زمینه‌ی گردآوری تاریخچه

1. Katz

آموزش کارآفرینی انجام داده است. درحالی که او در کارش مسائل مربوط به تجربیات و آمار مربوط به اقتصاد و کشاورزی را که به سال ۱۸۷۶ باز می‌گردد هم ذکر کرده است؛ دیگران هم به گردآوری دروسی پرداخته‌اند که دانشگاه هاروارد در سال ۱۹۴۷ در این زمینه ارائه کرده، ولی واقعیت مربوط به آموزش کارآفرینی به عنوان عامل تعیین‌کننده در مدارس آموزش اشتغال از سال‌های ابتدایی دهه‌ی ۷۰ در قرن بیستم آغاز شده است. دانشگاه کالیفرنیا جنوبی در سال ۱۹۷۱ میلادی برای اولین بار رشته‌ی کارشناسی «مدیریت اقتصادی» را راه‌اندازی کرد که محوریت آن، موضوع کارآفرینی بود. این واحد آموزش عالی در ادامه‌ی این روند در سال ۱۹۷۲ اولین ورودی این رشته را نیز ثبت‌نام کرد که مثل سایر رشته‌ها تعداد آن‌ها بیشتر از سال‌های اولیه‌ی راه‌اندازی آن بود. از آن تاریخ به بعد، این رشته کم‌کم جای خود را بین رشته‌های دانشگاهی باز کرد. قبل از آغاز دهه‌ی ۸۰ میلادی تعداد این واحدهای آموزشی که دروس مربوط به آموزش کارآفرینی (و نیز در زمینه‌ی کسب و کارهای کوچک) ارائه می‌کردند به بیش از سیصد واحد می‌رسید و این رقم قبل از دهه‌ی ۹۰ میلادی به یک هزار و پنجاه واحد آموزشی افزایش یافت (Solomon, Weaver, & Fernald, 1994). بنابراین می‌توان گفت که پیدایش این رشته‌ی دانشگاهی در اصل مربوط به دهه‌ی ۸۰ است.

زیتامل و رایس^۱ در سال ۱۹۸۷ در مورد تعدادی از دانشگاه‌ها که در کشور آمریکا پیشگام آموزش کارآفرینی بودند، بررسی‌هایی انجام دادند. این دو در پایان بررسی‌های خود برای آینده‌ی آموزش و تحقیق در حیطه‌ی کارآفرینی پیشنهاداتی دادند که شامل موارد زیر است:

۱. فرصت‌هایی برای برنامه‌های آموزش کارآفرینی وجود دارد و باید به گونه‌ای شکل بگیرند که با تصوراتی که اخیراً در مورد کارآفرینی ایجاد شده، همسو و هماهنگ باشد.

^۱-Zeithaml and Rice

۲. مسیر و جریان سازگاری که بعضی از این برنامه‌ها مد نظر دارند، در صورتی قابل دسترسی است که کار تحقیقاتی زیادی در کنار آن‌ها انجام شود.
۳. دستور العمل پیشنهادی سوم این است که در زمینه‌ی شیوه‌های آموزش که به صورت گسترده در برنامه‌های کارآفرینی استفاده می‌شود، تحقیقاتی صورت گیرد.
۴. شواهد موجود گواه آن است که دروس کارآفرینی، مراکز و برنامه‌های کارآفرینی می‌توانند منبعی برای تأمین هزینه‌های دانشکده یا دانشگاه مورد نظر باشند.
- زیتامل و رایس بر این باورند که آموزش در زمینه‌ی کارآفرینی تمامی حوزه‌ی مربوط به مسائل اجرایی در اقتصاد را به خود اختصاص داده و این نگرش در آن زمان نزدیک‌ترین دیدگاه در مورد مفهوم رایج در دانشگاه‌ها درباره‌ی آموزش مدیریت بوده است. با جدا شدن شاخه‌های متعدد از آموزش اقتصادی که این دو آن را مطرح کردند، اعتقاد داشتند که رشته‌ای مثل کارآفرینی با داشتن دیدگاهی عقلی و منطقی که به سرعت در جهان در حال گسترش است، می‌تواند در بین افرادی که آرزو دارند در امور اجرایی، مدیریتی و کارآفرینی فعالیت کنند، جای خود را به سرعت باز کند.
- هم‌چنین پژوهش‌گر دیگری به نام رونشتات^۱ در سال ۱۹۸۷ طرحی ارائه کرد که براساس آن برنامه‌های مربوط به کارآفرینی باید به گونه‌ای طراحی شوند که کارآفرینان به هنگام آغاز فعالیت اقتصادی خود از موانع موجود آگاه شوند و بتوانند برای برطرف کردن آن‌ها راهکاری بیابند. وی یک الگوی دو زنجیره‌ای طراحی کرد که مربوط به برنامه‌ی آموزش کارآفرینی بود. الگوی وی به نام الگوی «ساختارمند - فاقد ساختار» به شیوه‌های متعددی اشاره می‌کند که در مورد انتقال تجربیات و دانسته‌ها هستند. در میان شیوه‌هایی که وی به بررسی آن‌ها پرداخته، می‌توان به سخنرانی‌ها، مطالعات موردی و طرح‌های امکان‌پذیری اشاره کرد.
- وی دومین پیوستار مربوط به طرح پیشنهادی خود را به اسم «دانش فنی کارآفرینی»

شناختن کارآفرین کمیتی» نام‌گذاری کرده است. این زنجیره به بیان این مسئله می‌پردازد که موفقیت در کارآفرینی تنها به دانش بستگی ندارد، بلکه شبکه‌ای از افرادی که با کارآفرینی همکاری می‌کنند، می‌توانند نقش مهمی داشته باشند. رونشستات معتقد است که یک برنامه‌ی مؤثر آموزشی باید به دانشجویان نشان دهد که چگونه رفتاری حرفه‌ای در زمینه‌ی کارآفرینی داشته باشند و دیگر این که، آنان را به افرادی که می‌توانند در رسیدن به موفقیت همراهی کنند، معرفی کند.

در سال ۱۹۹۱ میلادی، پژوهشگرانی به نام‌های «راینسون» و «هیز»^۱ بررسی و پژوهشی را انجام دادند که در آن تعداد حداقل یکصد هزار دانشجو ثبت نام کرده بودند. آنان این بررسی را در دانشگاه و برای تعیین میزان توسعه‌ی «آموزش کارآفرینی» انجام دادند. در آن بررسی، رشد قابل توجهی در این زمینه به ثبت رسید اما دو مسأله‌ی مهم نیز ذکر شد:

۱. گسترش برنامه‌های آموزشی و گروه کاری موجود یعنی افزایش کیفیت در زمینه‌ی آموزش کارآفرینی: برای رسیدن به توسعه و روند رشد موانع زیادی وجود دارد که باید مرتفع شود. اصل موضوع را می‌توان این طور مطرح کرد که مشکل، کمبود اصول منسجم و محکم نظری است که الگوهای آموزشی باید بر پایه‌ی آنها استوار باشند.
 ۲. کمبود برنامه‌های رسمی آکادمیک و دانشگاهی: که نشان دهنده‌ی عدم مشارکت مناسب از سوی دستگاه‌های اجرایی دانشگاه‌ها است.
- راینسون و هیز اعتقاد داشتند که آموزش کارآفرینی طی بیست سال گذشته راه طولانی را پیموده، با این وجود، دارای نقاط ضعفی است که بررسی این نقاط ضعف کمک فراوانی به شناخت نیاز آموزش کارآفرینی می‌کند.
- اولین مشغله‌ی ذهنی و نگرانی موجود، در مورد کیفیت برنامه‌های آموزشی است که

از این پس ارائه می‌شوند. رسیدن به موفقیت‌های بیشتر به این بستگی دارد که برنامه‌های جدید تا چه میزان با نظام رسمیت یافته‌ی آموزش کارآفرینی ارتباط و همسویی داشته باشند.

وضعیت کنونی مقوله‌ی «آموزش کارآفرینی»

امروزه، موضوع آموزش کارآفرینی به گونه‌ای رشد کرده است که برای مثال در آمریکا بیش از ۲۲۰۰ واحد درسی در این زمینه در بیش از ۱۶۰۰ واحد آموزشی ارائه می‌شوند. حدود دویست و هفتادوهفت واحد از این مراکز آموزشی وقف شده‌اند که در آن‌ها و نیز در ۴۴ گاهنامه‌ی دانشگاهی معتبر و گاهنامه‌ی مدیریت مطالب و موضوعات زیادی در مورد کارآفرینی بحث و ارائه می‌شود. هم‌چنین بیش از یکصد مرکز سرمایه‌گذاری ثبت شده، این موضوع را پی‌گیری می‌کنند. ثروتی که از طریق این فرآیند به دست آمده، چیزی بیشتر از چهارصد و چهل میلیون دلار است که این مبلغ حدود ۷۵ درصد بیشتر از ثروتی است که از سال ۱۹۸۷ به دست آمده است (Katz, 2003).

افرادی به نام‌های سالمن، دافی و تارابیشی^۱ در سال ۲۰۰۲ یکی از جامع‌ترین تحلیل‌های تجربی را در زمینه‌ی آموزش کارآفرینی به انجام رسانیدند. آنان در بررسی آموزش کارآفرینی به موارد زیر اشاره کرده‌اند:

موضوع اصلی در زمینه‌ی آموزش کارآفرینی این است که، آموزش این مقوله با آموزش دیگر مقوله‌ها مثل اشتغال، تفاوت دارد. آغاز یک فعالیت اقتصادی با موضوع مدیریت آن کاملاً متفاوت است (Gartner & Vesper, 1994). آموزش کارآفرینانه باید به ماهیت برابر یک فرصت شغلی اشاره کند (Gartner, Bird, & Star, 1992). دست‌یابی به این منظور، در گرو ارائه‌ی دروسی است که مهارت‌های دانش‌آموزان

1. Solomon, Duffy & Tarabishy

و دانشجویان را در زمینه ی برقراری ارتباط، مدیریت، تولید فرآورده های جدید، داشتن فکر خلاق و دسترسی به نوآوری فناورانه تقویت کند (McMullan & Long, 1987). دیگر زمینه های کاری و تحقیقی که برای رشته ی کارآفرینی اهمیت دارند شامل موارد زیر هستند: آگاهی از تعداد مشاغلی که کارآفرین می تواند انتخاب کند، (Donckels, 1991; Hills, 1988); توانایی رویارویی صحیح با ابهامات، (Ronstadt, 1987); ویژگی هایی که شخصیت کارآفرینانه را تعریف می کنند، (Hills, 1988; Hood & Young, 1993; Scott & Twomey, 1998) و بالاخره موانعی که در هر یک از مراحل اجرای کارهای پرخطر وجود دارد (McMullan & Long, 1987; Plaschka & Welsch, 1990). این دانشمندان به ویژه دریافتند که یادگیری در این زمینه از طریق انتقال تجربیات در مقایسه با مطالعه ی کتب درسی، هم فراگیرتر است و هم کاربردهای متنوع تری دارد. ابزارهای آموزشی که در آموزش کارآفرینی مورد استفاده قرار می گیرند شامل موارد زیر هستند: طرح های کسب و کار (Gartner & Vesper, 1994; Gorman et al. 1997; Hills, 1988, Pershing, 1991; Vesper & Hills, 1988). شروع به کار دانشجویان در فعالیت اقتصادی (McMullan, 1988 Klatt, 1988; Truell, Webster & Davidson, 1998). مشاوره با کارآفرینان شاغل (Klatt, 1988; Solomon et al., 1994)، الگوسازی و همانند سازی کامپیوتری (Brawer, 1997)، مصاحبه با کارآفرینان و بررسی های محیطی (Solomon et al., 1991)، قرار گرفتن در محیط های واقعی (Gartner & Vesper, 1994)، استفاده از فیلم های آموزشی و سفرهای مربوط (Klatt, 1988).

سالمن و همکاران وی به این نتیجه رسیدند که موضوع آموزش و پرورش در زمینه ی کارآفرینی براساس خواسته ها و نیازهای رو به افزایش بازار، دائماً در حال تحول و دگرگونی است. برنامه های آموزشی مربوط به چند رشته ی مختلف از گروه های آموزشی دانشکده ها کمک گرفتند تا بتوانند برای دانشجویان غیر شاغل نیز برنامه هایی را طراحی کنند و اکنون گرایش زیادی به دروس رشته هایی مانند مهندسی، هنر و علوم پایه وجود دارد. علاوه بر دروسی که در جهت آماده ساختن کارآفرینان آینده طراحی

شده‌اند، روش‌شناس‌های ساختارگرا شیوه‌های دیگری را برای سایر افراد در نظر گرفته‌اند، از جمله افرادی که در سازمان‌ها، کارآفرینان را مدیریت خواهند کرد، افرادی هستند که استعداد ذاتی فراوانی داشته (حسابداران، وکلا و مشاورین) و کارآفرینان به آن‌ها بسیار نیازمندند یا در نهایت مدیران ارشدی هستند که به منظور نجات مؤسسات بحران زده جهت ارائه‌ی نوآوری‌های جدید، آنان را رهبری می‌کنند (Block & Stumpf, 1992). افراد درگیر در امور آموزشی، سرگرم طراحی موقعیت‌های مناسبی هستند که فرآیند یادگیری مؤثر در آنان روی می‌دهد. سکستون و آپتون در سال ۸۴ میلادی پیشنهاد کردند، برنامه‌های آموزشی که برای دانشجویان و دانش‌پژوهان کارآفرینی طراحی شده است، باید متکی بر مهارت‌های فردی باشد نه مهارت‌های جمعی؛ همچنین تا حدودی ساختار نیافته باشد و مسائل را پیش‌روی کسانی قرار دهد که نیازمند ارائه‌ی راه‌حل‌های جدیدی هستند؛ راه‌حلی که در شرایطی نظیر ابهام و وجود خطرات کاری اتخاذ می‌شوند. دانشجویان باید آماده شوند تا در شرایط محیط کارآفرینی که ماهیتی ساختار نیافته و غیر مطمئن دارد، رشد کرده و بتوانند بر مشکلات چیره شوند (Ronstadt, 1990).

علاوه بر تمامی این برنامه‌ها، تعدادی از واحدهای اجرایی مهم دانشگاهی برنامه‌های آموزشی را در زمینه‌ی «تحقیقات کارآفرینی» طراحی و آماده کرده‌اند که هر سال کالج بابسون با بهره‌گیری از این برنامه‌ها در یکی از محوطه‌های دانشکده یک کنفرانس علمی با نام «پیشگامان تحقیق در زمینه‌ی کارآفرینی» ترتیب می‌دهد.

از سال ۱۹۸۱ تا به امروز این نشست علمی همواره فرصتی برای ارائه‌ی آخرین پیشرفت‌ها و دستاوردها در زمینه‌ی کارآفرینی بوده است. در سال ۱۹۹۸ «ائتلاف ملی مراکز کارآفرینی» (NCEC)^۱ با هدف ادامه‌ی همکاری‌ها بین مراکز ثبت شده‌ی کارآفرینی و مراکز جدید التأسيس شکل گرفت. از اهداف شکل‌گیری این ائتلاف

1. National Coalition Entrepreneurship Centers

می‌توان به همکاری در زمینه‌ی تبادل دانش روز، انجام پروژه‌های ویژه و همکاری و همپاری در جهت پیشرفت بیشتر و بهبود تأثیر مراکز یاد شده اشاره کرد. ائتلاف یاد شده علاوه بر این توانست مرکز «فعالان و محققان کارآفرینی در قرن بیست و یکم» را راه‌اندازی کند، این مرکز که روزبه‌روز بر تعداد اعضای آن افزوده می‌شود و افراد فعال در زمینه‌ی کارآفرینی هر چه بیشتر به آن روی می‌آورند، به تازگی کارهای زیادی را در جهت شناسایی و معرفی موارد جالب و کاربردی در زمینه‌ی تحقیق انجام داده است. هم‌چنین این مرکز ابتکارهای شگرفی در زمینه‌ی تحقیقاتی داشته و ثابت می‌کند، مراکز کارآفرینی از جهت دانش و علوم مربوط در سطح بالایی قرار دارند. البته جامعه‌ی دانشگاهی نیز از این جهت در سطحی بالاتر قرار می‌گیرد. این ائتلاف در سرتاسر کشور آمریکا به عنوان هسته‌ی اصلی مراکز کارآفرینی شناخته می‌شود و این مراکز کارآفرینی از طریق ائتلاف یاد شده می‌توانند به پیشرفت‌های خود در تمامی موارد مربوط به کارآفرینی ادامه دهند.

اکثر مراکز آموزش عالی که در آن‌ها دروس کارآفرینی ارائه می‌شود، مبنای کار خود را روی سه موضوع اصلی استوار کرده‌اند: ۱- آموزش کارآفرینانه ۲- فعالیت‌های مشاوره‌ای به کارآفرینان ۳- تحقیق در مورد کارآفرینی. این مراکز تاکنون پایگاه اصلی انجام تحقیق در مورد مقوله‌ی کارآفرینی بوده‌اند و در آینده هم به احتمال زیاد عهده‌دار همین نقش خواهند بود. امروزه در اکثر دانشگاه‌های جهان، گرایش به سوی توسعه و گسترش برنامه‌های آموزشی مربوط به کارآفرینی و نیز طراحی برنامه‌ها چالشی است، که به صورت کاملاً ویژه برای دانشجویان کارآفرینی طراحی شده است. علاوه بر این، کشف استعدادهای جدید در این زمینه به‌طور قابل ملاحظه‌ای به عهده‌ی مؤسسات آموزشی پیشرو در زمینه‌ی کارآفرینی است و آن‌ها با هدای جویز این کار را انجام می‌دهند. جوایزی که برخی از مراکز ملی چون مرکز ملی کارآفرینی و کسب و کارهای کوچک آن را اهدا می‌کنند. این مراکز علاوه بر این، الگوی ملی برنامه‌های آموزشی، رده‌بندی ملی این استعدادها را هم اعلام می‌کنند و این

کار آن‌ها شبیه کاری است که نشریات «یواس نیوز ورلدریپورت» و «مجله‌ی کارآفرینی» ارائه می‌دهد^۱.

این برنامه‌ها که به صورت الگو ارائه شده‌اند شامل موارد زیر هستند: دروسی که مخصوص دانش‌آموزان و دانشجویان ترم‌های پائین‌تر است، برنامه‌ها و دروس مخصوص دانشجویان در شرف دانش‌آموختگی، شیوه‌های ابتکاری در آموزش و پرورش و سرانجام، برنامه‌هایی که با هدف خاصی طراحی شده‌اند. تمامی این دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی در زمینه‌ی «آموزش کارآفرینی» به شیوه‌ای فعالیت کرده‌اند که هم بر روی دانشجویان و هم بر خود این رشته‌ی تحصیلی، تأثیر بسزا و طولانی مدت داشته‌اند. اما از دید وِسپر در سال ۱۹۹۹ میلادی، هنوز هم یک کار ناتمام مربوط به قرن بیستم باقی مانده و آن قانونی کردن و تثبیت این رشته به عنوان یک رشته‌ی دانشگاهی است. مسائل دیگری نیز از سوی وِسپر طرح شده که شامل موارد زیر می‌شود: ارائه‌ی الگو، محتوای کاری، متعادل کردن زمینه‌های تحقیقی، استقلال و جدایی این رشته، استمرار و ثبات آن. هرچند می‌توان ادعا کرد که بحث قانونی شدن آموزش رشته کارآفرینی طی چند سال اخیر و در حال حاضر و با وضع کنونی تا حدود زیادی حل شده، اما هنوز هم موانع زیادی بر سر راه این رشته‌ی نوپا وجود دارد.

چالش‌های آینده‌ی آموزش کارآفرینی

افرادی که در زمینه‌ی آموزش کارآفرینی به فعالیت می‌پردازند، باید بیش از یک محرک، نقش ایفا کنند. امروزه، پس از گذشت چندین سال از شروع جریان مربوط به کارآفرینی، دیگر نمی‌توان ادعا کرد که این رشته از دیگر زمینه‌ها متمایز است، باید با نگاهی متفاوت به آن نگریست و پذیرفت که این جریان وارد روند کلی و روزمره‌ی اقتصادی شده است. شاید بزرگ‌ترین تهدید برای این افراد نظیر افرادی که با اقتصاد

۱. موارد مهم و نکته‌های کلیدی در ارتباط با این برنامه‌های آموزشی را می‌توان با مراجعه به آدرس زیر کسب کرد:
<http://www.usasbe.org>

در گیرند این باشد که به روند و جریان تغییراتی که روی می‌دهد، بی تفاوت هستند. چند عامل وجود دارد که باعث بروز مسائل و مشکلاتی در این زمینه خواهد شد، همان‌طور که در زمینه‌ی اشتغال این مسائل روی داده است، مسائلی چون پای‌بندی به گذشته و حفظ شیوه‌های قدیمی و بی‌اعتنایی به چالش‌هایی که در بین نسل جوان‌تر و نسل قدیمی و با تجربه تر وجود دارد. با این پیش‌زمینه‌ی ذهنی، به مواردی از چالش‌های امروزی که در مورد موضوع آموزش کارآفرینی وجود دارند، اشاره می‌شود.

مسائل بلوغ

کنز در سال ۲۰۰۳ به این موضوع اشاره می‌کند که ارائه‌ی دروس کارآفرینی در مراکز پیشرفته‌ی دانشگاهی و مدارس بازرگانی و نیز بیش از یک هزار مدرسه‌ی غیر دانشگاهی، همگی نشان دهنده‌ی این است که این رشته به آرامی در حال کامل شدن است. او علاوه بر این، به زیر بنای ۳۰۰ واحد زمین اعطایی و یکصد مرکز آموزش کارآفرینی و ۴۴ گاهنامه‌ی دانشگاهی نیز اشاره می‌کند. هم‌چنین مسأله‌ی قانونی و فراگیر شدن این رشته را طرح می‌کند که رسانه‌های جمعی موجود در بازار اقتصاد، در آن سهم بوده‌اند. با این وجود، رشته‌ی کارآفرینی تا اندازه‌ای قانونی و تثبیت شده است و تکامل واقعی و قانونی شدن کامل دانشگاهی این رشته هنوز هم به دست نیامده است. کنز معتقد است که چون این رشته به مرحله‌ی حساسی از بلوغ و تکامل رسیده، بنابراین، خطراتی این رشته را تهدید می‌کند. غرور ناشی از موفقیت، به روند رشد آن آسیب می‌رساند و ادامه می‌دهد که آموزش دهندگان دانش کارآفرینی ممکن است فراموش کنند که تصورات و برداشت‌های اولیه‌ی از این رشته باعث شده که امروز به این اندازه از پیشرفت برسد. در این مورد واقعیت‌هایی برای گفتن وجود دارد. اما این تصورات اولیه حتی وجود خارجی ندارند. این اعتقاد وجود دارد که انگیزه‌ی اصلی در برخی از فراگیران آموزش کارآفرینی، «هیجان پیشرو» بود که به آنان خط می‌داد و در بعضی دیگر نیز این تصور که با این رشته می‌توانند به حیات علمی خود ادامه دهند، در آن دوره تمامی تلاش‌ها برای رسیدن به هدف خاصی انجام می‌شد. از آن تلاش‌ها در

مقام نهضت آموزش کارآفرینی یاد می‌شود، همان‌طور که قبلاً نیز به آن اشاره شد، امروز هم این تلاش‌ها در سطوحی بالاتر ادامه دارند. اما وظیفه‌ی امروز این است که دانشکده‌های نوپای کارآفرینی هر چه سریع‌تر راه‌اندازی شوند و وظیفه‌ی استادان و رهبران این مجموعه این است که اعضای دانشکده‌های جدید کارآفرینی را وادار کنند تا سبک‌ها و الگوهای کاری در خور این رشته را به مرحله‌ی اجرا در آورند. جایگاه واقعی مقوله‌ی کارآفرینی در مؤسسات آموزش بازرگانی قرن بیست و یکم می‌تواند یکی از زمینه‌های رهبری-آموزش، تحقیق، و سرمایه‌گذاری باشد. ما اکنون در اوج این مرحله‌ی تاریخی قرار داریم. دانشکده‌های کارآفرینی، چه نوپا و چه با سابقه، همگی باید در یک جهت و برای عبور از موانع بعدی با هم به فعالیت خود ادامه دهند تا به جایگاه اصلی خود یعنی هدایت و رهنمود سایر رشته‌ها برسند.

معضل تحقیق و انتشارات

کتر در سال ۲۰۰۳ اشاره می‌کند که بازار نشریه از مجله‌ها و گاهنامه‌هایی اشباع شده که بر سر چاپ و انتشار مقاله‌هایی با کیفیت پائین با هم در حال رقابت هستند. از دید وی مشکل دیگر این است که افراد شاخص و مطرح در زمینه‌ی تحقیق کارآفرینی را مجبور می‌کنند تا مقاله‌های خود را در گاهنامه‌های غیر کارآفرینانه چاپ کنند.

کمبود تعداد دانشکده‌های کارآفرینی

این موضوع دو مشکل عمده را شامل است: اولین مشکل به کمبود دانشکده‌های کارآفرینی مربوط می‌شود که در تمامی رده‌های دانشگاهی محسوس است و دومین مسأله در مورد فقدان مقاطع تحصیلی بالا (کارشناسی ارشد و دکتری) در این رشته است که خود به خود باعث می‌شود تا از داشتن دانشکده‌ای که کاملاً مربوط به رشته‌ی کارآفرینی است محروم بود. البته باید به این نکته اشاره کرد که برای داشتن دوره‌هایی در مقطع دکتری کارآفرینی به وجود مؤسسات آموزش بازرگانی بیشتری نیاز است.

امروزه، چند دانشگاه پیش قدم در این زمینه مثل دانشگاه‌های ایندیانا، کلورادو، سیراکیوز، جورجیا و «کیس وسترن ریزرو» وجود دارند. مؤسسات آموزش بازرگانی باید در برنامه‌های آموزشی خود تغییراتی بدهند. با این حال تا زمانی که برنامه‌های جدید آموزشی تدوین شوند می‌توان با کمی سعی و تلاش در برنامه‌ها و اصول اولیه‌ی دانشکده‌های کارآفرینی تغییراتی داده و آن‌ها را از نو بنا نهاد. اکنون زمان آن فرارسیده تا این رشته در بین مدارس بازرگانی به جایگاه واقعی خود به عنوان راهنما و هدایت کننده‌ی سایر رشته‌ها دست یابد.

چالش فناوری

در سال ۲۰۰۲ میلادی سالمن و همکاران وی در بررسی‌های گسترده‌ی خود در زمینه‌ی آموزش کارآفرینی با چالشی جدید در مورد مسئله‌ی فناوری و استفاده از آن روبرو شدند. موضوع جالب این است که آنان با استفاده از اطلاعات به دست آمده درباره‌ی آموزش کارآفرینی به این نتیجه رسیدند که یک گرایش منفی در مورد استفاده از فناوری روز در زمینه‌ی آموزش وجود دارد. این اطلاعات نشان می‌داد که تنها ۲۱ درصد از مراکز آموزشی برای ارائه‌ی دروس مربوط از فناوری آموزش از راه دور کمک گرفته‌اند.

آموزش کارآفرینی رشته‌ای نیست که بتوان آن را از گردونه خارج کرد. این رشته روز به روز پخته‌تر و تأثیر گذارتر می‌شود. باید فناوری روز را شناسایی کرد و از آن در نظام آموزشی این رشته سود جست. آموزش کارآفرینی می‌تواند در بسیاری از جهات نظام آموزشی را متحول کند. برای مثال، می‌توان برخی از دانشگاه‌ها را مانند دانشگاه جورج واشنگتن نام برد که از فناوری کم‌نظیری بهره می‌برند. آن‌ها برای کارهای آموزشی نرم افزاری به نام «پرومتوس»^۱ طراحی کرده‌اند. مثال دیگری که در این مورد

1. Prometheus

می‌توان به آن اشاره کرد برنامه‌های آموزشی مربوط به دانشگاه «بال استیت»^۱ است که از طریق تلویزیون پخش می‌شود. به این صورت که برنامه‌ها ابتدا در استودیو ضبط برنامه و تهیه شده و بعداً پخش می‌شود. مثال دیگر مربوط به مدرسه بازرگانی دانشگاه ایندیانا می‌شود که برنامه‌های آن روی شبکه‌ی اینترنت پخش می‌شود. بدون شک این شیوه‌ی گسترش و فراگیری آموزش رشته‌ی کارآفرینی به سرعت در طول سال‌های آینده ادامه خواهد یافت.

میراث اینترنت و آموزش کارآفرینی

در سال ۱۹۴۰ میلادی اختراع بمب اتمی هزینه‌ای بالغ بر ۲۰ میلیارد دلار در برداشت. دو دهه پس از این ماجرا هزینه‌ای بالغ بر ۲۰ میلیارد دلار صرف شد تا انسان بتواند روی کره‌ی ماه گام بگذارد. در سال ۱۹۹۹ میلادی هم جریان فراگیر «دات. کام» مبلغی معادل ۲۰ میلیارد دلار هزینه کرد تا به جایگاه امروز برسد. هزینه‌ای که این جریان به دنبال داشت بسیار بیشتر از هزینه‌ی پیدایش اینترنت و حتی بیشتر از نظام سرمایه‌داری که پایه‌ی این دو به حساب می‌آمد، در برداشت. این موضوع به سرعت در حال گسترش بود و باعث شد تا تمامی تصورات قبلی در مورد کارآفرینی از بین برود، تصوراتی که این رشته را به عنوان عاملی می‌دانست که خواب‌های بشر را به واقعیت تبدیل خواهد کرد. دانشجویان به شدت به جریانی علاقه‌مند شده بودند که در مسیر سرمایه‌گذاری و گردش آن، توانایی نقد سریع، در دسترس بودن و به تعهدی مقید نبودن حرکت می‌کرد. به جای اینکه محققین به تحقیق در زمینه‌ی «بنگاه‌های پایدار» یا شرکت‌های تجاری بپردازند، به روندی که در آن محور اصلی بود، روی آوردند. باید تمرکز و توجه بر روی اهداف واقعی و اصلی کارآفرینان و انگیزه‌های آنان معطوف گردد (Kuratko et al., 1997). باید این مسائل را به نسل آینده‌ی کارآفرینان آموزش دهیم که در اینترنت به جستجو و بررسی موضوعاتی

1. Ball State

بپردازند که ریشه‌های اصلی کارآفرینی، تجارت و توسعه، کانون اصلی توجهشان باشد. شاید راه کارهای خروجی مناسب به دست آید، ولی نباید باعث شوند که ادامه‌ی فرصت‌های کارآفرینی به مخاطره بیفتد.

جامعه‌ی دانشگاهی و عدم وجود سازگاری با تجارت و کسب‌وکار

همواره این پرسش وجود دارد که «آیا کارآفرینان در فرآیند آموزش موقعیتی هم‌تراز با استادان دارند؟» حتی اگر مؤسسه یا شرکت خاصی بتواند برای ایجاد این سازگاری تلاش‌ها و فعالیت‌های مستمری انجام دهد، باز هم این سؤال باقی است که آیا می‌توان این شکاف ایجاد شده را از بین برد یا از رشد آن جلوگیری کرد. چه تعامل‌ها و گفت‌وگوهای مفیدی صورت گرفته که می‌تواند تأثیر مثبتی بر روند آموزشی داشته باشد؟ ابتدا باید از یک موضوع مطمئن شد و آن هم این است که آیا استادان کارآفرینی واقعاً به مباحث کلیدی و مفید می‌پردازند؟ آیا در مورد مشکل‌های ریشه‌ای و اصلی قضایا بحث می‌کنند یا به مسائل بی‌ارزش می‌پردازند. این موضوع مهم‌ترین نگرانی و دغدغه‌ی فکری فعالان آموزش کارآفرینی است. دانشجویان این رشته باید به کارآفرینانی که برای رسیدن به وضع کنونی سختی‌های زیادی را تحمل کرده و حتی شکست‌هایی هم داشته‌اند، دسترسی داشته باشند تا از تجربیات آنان سود ببرند. باید از عقیده و فکر کارآفرینان با تجربه که می‌گویند «همیشه باید به فکر نوآوری بود»، درس‌های فراوانی گرفت و به دانشجویان انتقال داد.

کم‌رنگ شدن «کارآفرینی»

همان‌طور که این رشته به آرامی جای خود را بین جامعه‌ی دانشگاهی باز کرده و مشروعیت پیدا می‌کند، این تهدید جدی نیز وجود دارد که هدف و مقصود اصلی این رشته و کلاً این بستر کاری، کم‌رنگ شود. در حالی که اصطلاح «کارآفرینی» واژه‌ای معتبر و قابل استفاده است، اما این مسأله هم وجود دارد که باید زمینه‌ی سوء استفاده از این نام تحت هر عنوان که باشد، از بین برود. به عبارت بهتر، نمی‌توان هر موضوعی را

صرفاً به خاطر اینکه در شمار موضوعات «کارآفرینی» درآمده (برای مثال، بازاریابی کارآفرینانه و غیره) واقعاً کارآفرینی دانست. باید مطمئن شد که آیا این عناوین جزو برنامه‌ی کارآفرینی هستند یا به آن مربوط می‌شوند یا نه، فقط تعدادی عناوین خاص و بی‌ربط هستند. به نظر می‌رسد که در این زمینه سوء استفاده‌هایی انجام می‌شود که با هدفی غیر از رشد و ارتقای کارآفرینی و آموزش این رشته صورت می‌گیرند. وظیفه‌ی اساتید این رشته این است که از مقصود و معنای واقعی کارآفرینی در برابر این سوء استفاده‌ها پاسداری کنند.

مسأله‌ی انتخاب یک راه: امنیت شغلی یا معضل خطرپذیری

خطرهایی که در یک شغل خاص می‌تواند وجود داشته باشد به اشکال مختلف، یک کارآفرین را تهدید می‌کند. این خطرها می‌تواند مربوط به مسائل مالی، کاری، خانوادگی، اجتماعی یا حتی مسائل روانی فرد باشد (Kuratko & Hodgetts, 2004). این خطرات شکل‌های مختلفی دارند، ولی به هر صورت که باشند نمی‌توان آن‌ها را از پیکره‌ی فرآیند کارآفرینی مجزا دانست. باید گفت که کارآفرینان افرادی هستند که با احتیاط پذیرای خطر هستند و این گونه نیست که چشم و گوش بسته و مانند داستان‌های اساطیری از تمامی خطرها استقبال کنند. ولی با تمامی این‌ها به ندرت می‌توان در مورد خطرپذیری در برنامه‌ی آموزشی دانشگاه‌ها چیزی پیدا کرد. (Kuratko, 1996) حتی استادانی که بخواهند برای پیشبرد برنامه‌ی درسی خود دست به هر خطری بزنند، بسیار اندک هستند. بسیاری از دانشکده‌های کارآفرینی فقط به این نکته بسنده می‌کنند که به تکامل و پیشبرد یک گرایش خاص پردازند و بسیاری از آن‌ها به مسائل اصلی کارآفرینی که بعد از اتمام تحصیل و در حین کار روی می‌دهد، اهمیت چندانی نمی‌دهند. با این حال باید پرسید، پس در این کلاس‌ها به چه مفاهیمی می‌پردازند؟ جالب است که در این زمینه دانشکده و اساتید، امنیت کاری و خطرناپذیری را انتخاب می‌کنند ولی دانشجویان باید راه دوم را انتخاب کرده و خطرها را بپذیرند. این مسئله یعنی وجود این دوراهی، چالش بزرگ رشته‌ی کارآفرینی در جامعه‌ی دانشگاهی

محسوب می‌شود. دانشکده‌های نوپای کارآفرینی باید به فکر رسیدن به اهدافی باشند که جامعه‌ی دانشگاهی از آن‌ها طلب می‌کند، اهدافی که برای رشته‌ی کارآفرینی و سایر رشته‌ها معین شده‌اند.

گرایش‌ها در رشته‌ی کارآفرینی موضوع بسیار مهمی هستند، اما باید با این مسئله منطقی و حساب شده برخورد شود. دانشکده‌های قدیمی‌تر هم که گرایش‌های آن‌ها تثبیت شده، باید همواره آماده‌ی دفاع و حمایت از استادان جوان‌تر این رشته باشند. این چالش، تنها یکی از موانع موجود است که باید به آن پرداخته شود.

وضعیت ناپایدار رهبران اجرایی

در طول ۲۵ سال گذشته رشته‌ی کارآفرینی در دانشگاه‌های کشورهای مختلف در تمامی جهات رشد بسیار چشم‌گیری داشته است ولی با این حال هنوز حمایت‌هایی که در سطح جامعه‌ی دانشگاهی از این رشته صورت می‌گیرد بسیار پراکنده است. عامل اصلی این مسئله «تغییر و تحول مدام» این حمایت‌ها و البته تغییر دیدگاه‌هایی است که در قبال کارآفرینی وجود دارد، رؤسای دانشگاه‌ها و دانشکده‌ها به صورت دائمی در حال عوض شدن در بین مراکز آموزشی هستند و طبیعی است هنگامی که رئیس تغییر می‌کند، نوع نگرش و دید نیز تغییر خواهد کرد. برنامه‌های آموزشی و دروس این رشته به خاطر وجود رؤسای گوناگونی که هر کدام اندیشه‌ی خاص خود را دنبال می‌کردند زیان‌های زیادی را متحمل شده‌اند. هر چند قدرت تغییر چنین وضعیتی وجود ندارد، ولی حداقل می‌توان این رشته را به جایی رساند که در تمامی مؤسسات نقش کلیدی و محوری داشته باشد.

در آن صورت کارآفرینی در بین دانشجویان، دانش‌آموختگان، مدیران اقتصادی و... به عنوان رشته‌ای کلیدی مطرح خواهد شد. این وضعیت تنها حالت مناسب از ایفای نقش کلیدی این رشته است و جایگاه واقعی کارآفرینی در قرن ۲۱ هم نباید چیزی کمتر از این باشد.

چالش «محوری بودن»

قبلاً به این موضوع اشاره شد که بسیاری از برنامه‌های آموزشی رشته‌ی کارآفرینی تنها به وسیله‌ی یک استاد یا راهنمای رشته آغاز شد یا حتی ادامه پیدا کرد. بسیاری از منتقدین روی این مسأله بحث می‌کنند که چون بسیاری از برنامه‌های آموزشی تنها حول محور یک نفر و دستورالعمل‌ها و راهکارهای او می‌چرخد پس کارآفرینی رشته‌ای ضعیف است. اما این موضوع جزو نقاط قوت محسوب نمی‌شود. انگیزه و شور و هیجانی که در این اساتید وجود دارد در واقع نشان دهنده‌ی وجود احساسات اصیل و ریشه‌دار در بین اعضای این رشته آموزشی است. چرا که هر کدام از این اساتید دروس یا برنامه‌ی آموزشی ویژه‌ای را پی‌ریزی کرده‌اند که امروز هر یک از آن‌ها در مراکز آموزشی جزو دروس مهم و اصلی هستند. این ویژگی که باعث متفاوت بودن و البته نوآوری در رشته‌ی کارآفرینی شده است در هیچ رشته‌ی دیگری، به این صورت نمود و جلوه ندارد.

نتیجه‌گیری: فراخوان به نوآوری

پس از بررسی و تحلیل موانع موجود در زمینه‌ی آموزش کارآفرینی، یک سؤال مطرح می‌شود: «چه اقداماتی باید انجام داد؟» پاسخ به این سؤال نه بسیار ساده و نه بسیار مشکل است. جواب این سؤال را می‌توان در پیوستگی و وجود تعدادی فعالیت ساده بیان کرد که همگی ضروری هستند. همه‌ی ما می‌توانیم نوآوری کنیم و این در صورتی امکان‌پذیر است که بسیار تلاش کنیم. این مطلب را باید به خاطر داشت که یک مسیر هر اندازه هم که طولانی و سخت باشد با گام نخست آغاز می‌شود، یعنی مهم‌ترین گام، همان گام اول است.

یکی از معانی دیوانگی و جنون را این گونه می‌توان توضیح داد: انجام کارهای مشابه ولی انتظار دیدن نتیجه‌ای متفاوت را داشتن. بنابراین نسل اول و قدیمی‌تر استادان رشته‌ی کارآفرینی باید از روندهایی که می‌توانند باعث شوند رشد نخبگان متوقف گردند، دوری کنند، زیرا که این روندها می‌توانند به پیکره‌ی مشاغل زیادی آسیب به

رسانند. «جان منیارد کینز»^۱ این گونه بیان می‌کند که: «سخت‌ترین کارها این است که از مردم بخواهی عقاید قدیمی خود را فراموش کنند و این کار بسیار راحت‌تر از این است که از آنها بخواهیم عقاید جدیدی را قبول کنند.»

کاملاً روشن است که برای رسیدن کارآفرینی به جایگاه واقعی خود و مزیت آن در قرن بیست و یکم، این واقعیت انکار ناپذیر است که استادان باید در زمینه‌ی استفاده از فناوری دانشگاهی، دانش بیشتری کسب کنند و همچنین در ارتباط با مسائل آموزشی، روش‌ها و اصول جدیدتر و راه‌گشایتری را فراگیرند تا با کمک آنها هر چه بهتر به آموزش کارآفرینی بپردازند. به عنوان مثال، استفاده از دستگاه‌های ویدئویی یا دوربین در نشست‌های مختلف نشان دهنده‌ی انواع موارد استفاده از فناوری آموزشی هستند. توانایی یافتن ابعادی جدید از مناطق قدیمی و دور افتاده باعث غنی‌تر شدن تجربیات آموزشی خواهد شد.

فضای مجازی یا سایبر اسپیس^۲ به کمک نظریه‌ی آموزش و با عملی کردن و دادن شکل اجرایی به آن، مشکل فاصله و زمان را تا حدود زیادی حل کرده است.

(Solomon.2002,82-83)

رشته‌ی کارآفرینی رشته‌ای تقریباً تازه و جدید است که همه روزه نوآوری‌های جدیدی را عرضه می‌کند. امید می‌رود که مدارس بازرگانی هم در آینده به این رشته روی آورده و از آن استقبال کنند. این رشته باید به آرامی به سمت جایگاه واقعی خود که می‌تواند در مقام برترین رشته و تعیین کننده برای سایر رشته‌ها باشد، حرکت کند. امروزه لغات و واژه‌هایی که برای شرح یک نوآوری به کار می‌آیند شامل کلمات زیر هستند: رؤیا، آفرینش، جستجو، ابداع، پیشرو و خیال. استادان باید به همان اندازه که از دانشجویان انتظار نوآوری دارند، نوآوری و خلاقیت داشته باشند.

مباحث مطرح شده را می‌توان به عنوان فکری جالب، تصور کرد و راهی دانست تا به

1. John M. Keynes
2. Syber space

صورتی متفاوت‌تر به مسئله‌ی آموزش کارآفرینی نگریسته شود. نویسنده‌ای مبتکر و خلاق به اسم «داوتن»^۱ در سال ۱۹۸۶ این‌طور بیان کرد که: «چیز متفاوت همیشه بهترین نیست بلکه این بهترین چیز است که همیشه متفاوت است.» اگر قصد ما ارتقای کارآفرینی و بالابردن سطح آن باشد، دیگر جای هیچ تردید، کم‌کاری یا بی‌حوصلگی نخواهد بود. انسان‌های دو دل و مردّد هنوز هم وجود دارند و زندگی می‌کنند. نیروی تازه‌ای لازم است تا در سطوح اجرایی تغییرات اساسی داده و هرچه سریعتر این رشته را کاملاً در جامعه‌ی دانشگاهی تثبیت نموده و آن را رسمی کند. باید نسل جدید استادان را تربیت و جذب این رشته نمود. باید پشتکار داشت و از طریق آن، کارها را پیش برد و مطمئناً تلاش، بی‌پاسخ نخواهد ماند و همین انگیزه و تلاش است که به راه‌رهران ارزش می‌دهد. (Mayer, 2001)

در این برهه از زمان در شرایطی هستیم که شکاف بین تصورات و آنچه که واقعاً هست از بین رفتنی نیست. آینده متعلق به کسانی است که از امروز در فکر آن هستند. اکنون نوبت ماست تا به جایگاه و نقش واقعی خود برسیم. بوکر.تی. واشنگتن^۲ این‌گونه بیان می‌کند که: «موفقیت یک فرد را با موقعیتی که به آن رسیده است ارزیابی نمی‌کنند بلکه ملاک ارزیابی موانع و مشکلاتی است که آن فرد برای رسیدن به موفقیت پشت سر گذاشته است.»

1. Dauten
2. Booker T. Washington

منابع

- Bangs, D.N. (1995). **The planning guide** (7th ed.). Chicago: Upstart Publishing.
- Baron, R.A. & Ward, T.B. (2004). Expanding entrepreneurial cognition's toolbox: Potential contributions from the field of cognitive science. **Entrepreneurship Theory and Practice**, 28(6), 553-574.
- Baumol, W.J. (2004). Entrepreneurial cultures and countercultures. **Academy of Management Learning and Education**, 3(3), 316-326.
- Block, Z. & Stumpf, S.A. (1992). **Entrepreneurship education research: Experience and challenge**. In D.L. Sexton & J.D. Kasarda (Eds), *The state of the art of entrepreneurship* (pp. 17-45). Boston: PWS-Kent Publishing.
- Brawer, F.B. (1997). **Simulation as a vehicle in entrepreneurship education**. ERIC Digest, 97-1, ED 433 469.
- Brockhaus, R., Hills, G., Klandt, H., & Welsch, H. (Eds). (2001). **Entrepreneurship education: A global view**. Aldershot, U.K.: Avebury.
- Bull, I. & Willard, G.E. (1993). Towards a theory of entrepreneurship. **Journal of Business Venturing**, May (8), 183-196.
- Bygrave, W.D. & Hofer, C.W. (1991). **Theorizing about entrepreneurship**. *Entrepreneurship Theory and Practice*, winter, 12-22.
- Chaganti, R. & Greene, P.G. (2002). Who are ethnic entrepreneurs? A study of entrepreneurs' ethnic involvement and business characteristics. **Journal of Small Business Management**, 40(2), 126-143.
- Chamberlin, J. (1963). **The enterprising Americans: A business history of the United States**. New York: Harper & Row.
- Charney, A. & Libecap, G.D. (2000). **Impact of entrepreneurship education. Insights: A Kauffman research series**. Kansas City, MO: Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership.
- Chrisman, J.J., Chua, J.H., & Sharma, P. (2003). **Current trends and future directions in family business management studies: Toward a**



- theory of the family firm. Coleman White Paper Series, 4, 1-63. Retrieved June 2005, from <http://www.usasbe.org>
- Clark, B.W., Davis, C.H., & Harnish, V.C. (1984). Do courses in entrepreneurship aid in new venture creation? **Journal of Small Business Management**, 2(26), 26-31.
- Dauten, D. (1986). **Taking chances: Lessons in putting passion and creativity into your work life**. New York: Newmarket Press.
- DeTienne, D.R. & Chandler, G.N. (2004). Opportunity identification and its role in the entrepreneurial classroom: A pedagogical approach and empirical test. **Academy of Management Learning & Education**, 3(3), 242-257.
- Dimov, D.P. & Shepherd, D.A. (2005). Human capital theory and venture capital firms: Exploring "home runs" and "strike outs." **Journal of Business Venturing**, 20(1), 1-21.
- Donckels, R. (1991). Education and entrepreneurship experiences from secondary and university education in Belgium. **Journal of Small Business and Entrepreneurship**, 9(1), 35-42.
- Drucker, P.F. (1985). **Innovation and entrepreneurship**. New York: Harper & Row.
- Frontiers of Entrepreneurship Research (1981-2005). Wellesley, MA: Babson College.
- Gartner, W.B. & Vesper, K.H. (1994). Experiments in entrepreneurship education: Success and failures. **Journal of Business Venturing**, 9, 179-187.
- Gartner, W.B. (2001). Is there an elephant in entrepreneurship? Blind assumptions in theory development. **Entrepreneurship Theory and Practice**, 25(4), 27-39.
- Gartner, W.B., Bird, B.J., & Starr, J.A. (1992). Acting as if: Differentiating entrepreneurial from organizational behavior. **Entrepreneurship Theory and Practice**, 16(3), 13-32.
- Gates, B. (1999). *Business at the speed of thought*. New York: Time Warner.

- Gorman, G., Hanlon, D., & King, W. (1997). Some research perspectives on entrepreneurship education, enterprise education, and education for small business management: A ten-year literature review. **International Small Business Journal**, 15, 56-77.
- Greene, P.G., Hart, M.M., Gatewood, E.J., Brush, C.G., & Carter, N.M. (2003). **Women entrepreneurs**: Moving front and center: An overview of research and theory. Coleman White Paper Series, 3, 1-47. Retrieved June 2005, from <http://www.usasbe.org>
- Gundry, L.K. & Welsch, H.P. (2001). The ambitious entrepreneur: High growth strategies of women-owned enterprises. **Journal of Business Venturing**, 16(5), 453-470.
- Hills, G.E. (1988). Variations in university entrepreneurship education: An empirical study of an evolving field. **Journal of Business Venturing**, 3, 109-122.
- Hindle, K. (2002). A grounded theory for teaching entrepreneurship using simulation games. **Simulation and Gaming**, 33(2), 236-242.
- Hindle, K. (2006). Teaching entrepreneurship at university: From the wrong building to the right philosophy. **International Journal of Entrepreneurship and Small Business**, forthcoming.
- Hitt, M.A., Ireland, R.D., Camp, S.M., & Sexton, D.L. (2001). Strategic entrepreneurship: Entrepreneurial strategies for wealth creation [Special issue]. **Strategic Management Journal**, 22(6), 479-492.
- Honig, B. (2001). Learning strategies and resources for entrepreneurs and intrapreneurs. **Entrepreneurship Theory and Practice**, 26, 21-35.
- Honig, B. (2004). Entrepreneurship education: Toward a model of contingency-based business planning. **Academy of Management Learning and Education**, 3(3), 258-273.
- Hood, J.N. & Young, J.E. (1993). Entrepreneurship's requisite areas of development: A survey of top executives in successful entrepreneurial firms. **Journal of Business Venturing**, 8, 115-135.
- Hornaday, J.A. (1982). **Research about living entrepreneurs**. In C. Kent, D. Sexton, & K. Vesper (Eds), Encyclopedia of entrepreneurship (pp. 21-22). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

- Ireland, R.D., Hitt, M.A., & Sirmon, D.G. (2003). A model of strategic entrepreneurship: The construct and its dimensions. **Journal of Management**, 29(6), 963-989.
- Ireland, R.D., Hitt, M.A., Camp, S.M., & Sexton, D.L. (2001). Integrating entrepreneurship actions and strategic management actions to create firm wealth. **Academy of Management Executive**, 15(1), 49-63.
- Katz, J., Gundry, L., Low, M., & Starr, J. (1994). Guest editorial: Simulation and experiential learning in entrepreneurship education. **Simulation and Gaming**, 25, 335-337.
- Katz, J., Gundry, L., Low, M., & Starr, J. (1995). Guest editorial: Simulation and experiential learning in entrepreneurship education. **Simulation and Gaming**, 26, 286-287.
- Katz, J., Gundry, L., Low, M., & Starr, J. (1996). Guest editorial: Simulation and experiential learning in entrepreneurship education. **Simulation and Gaming**, 27, 332-333.
- Katz, J.A. (2003). The chronology and intellectual trajectory of American entrepreneurship education. **Journal of Business Venturing**, 18(2), 283-300.
- Kent, C.A. (1990). **Entrepreneurship education at the collegiate level: A synopsis and evaluation**. In C.A. Kent (Ed.), *Entrepreneurship education* (pp. 111-122). New York: Quorum Books.
- Kickul, J. & Gundry, L.K. (2002). Prospecting for strategic advantage: The proactive entrepreneurial personality and small firm innovation. **Journal of Small Business Management**, 40(2), 85-97.
- King, S.W. (2001). **Entrepreneurship education: What the customer values**. Proceedings of the 46th International Council for Small Business, Taipei, Taiwan.
- Klatt, L.A. (1988). A study of small business/entrepreneurial education in colleges and universities. **The Journal of Private Enterprise**, 4(Fall), 103-108.
- Kuratko, D.F. & Goldsby, M.G. (2004). Corporate entrepreneurs or rogue middle managers: A framework for ethical corporate entrepreneurship. **Journal of Business Ethics**, 55(1), 13-30.

- Kuratko, D.F. & Hodgetts, R.M. (2007). **Entrepreneurship: Theory, process, practice**. Mason, OH: South-Western College Publishers.
- Kuratko, D.F. & Hornsby, J.S. (1996). Developing entrepreneurial leadership in contemporary organizations. **Journal of Management Systems**, 8(4), 17-27.
- Kuratko, D.F. & Welsch, H.P. (2004). **Strategic entrepreneurial growth (2nd ed.)**. Mason, OH: South-Western College Publishers.
- Kuratko, D.F. (1996). Risk, challenge & innovation: The entrepreneurial experience at Ball State University. **Mid-American Journal of Business**, 11(2), 43-48.
- Kuratko, D.F. (2004). **Entrepreneurship education in the 21 st century: From legitimization to leadership**. Proceedings of the U.S. Association for Small Business & Entrepreneurship, 45-60.
- Kuratko, D.F., Hornsby, J.S., & Naffziger, D.W. (1997). An examination of owner's goals in sustaining entrepreneurship. **Journal of Small Business Management**, 35(1), 24-34.
- Kuratko, D.F., Ireland, R.D., & Hornsby, J.S. (2001). Improving firm performance through entrepreneurial actions: Acordia's corporate entrepreneurship strategy. **Academy of Management Executive**, 15(4), 60-71.
- Kuratko, D.F., Ireland, R.D., Covin, J.G., & Hornsby, J.S. (2005). A model of middle-level managers' entrepreneurial behavior. **Entrepreneurship Theory and Practice**, 29(6).
- Loucks, E.L. (1982). **Elaboration on education in entrepreneurship**. In C.A. Kent, D.L. Sexton, & K.H. Vesper (Eds), Encyclopedia of entrepreneurship (pp. 344-346). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Low, M., Venkataraman, S., & Srivatsan, V. (1994). Developing an entrepreneurship game for teaching and research. **Simulation and Gaming**, 25, 383-401.
- McDougall, P.P. & Oviatt, B.M. (2003). **Some fundamental issues in international entrepreneurship**. Coleman White Paper Series, 2, 1-27. Retrieved June 2005, from <http://www.usasbe.org>

- McGrath, R.G., MacMillan, I.C., & Scheinbert, S. (1992). Elitist, risk takers and rugged individualists? An exploratory analysis of cultural differences between entrepreneurs and non-entrepreneurs. **Journal of Business Venturing**, 7(2), 115-136.
- McMullan, W.E. & Long, W.A. (1987). Entrepreneurship education in the nineties. **Journal of Business Venturing**, 2, 261-275.
- McMullan, W.E., Long, W.A., & Wilson, A. (1985). MBA concentration on entrepreneurship. **Journal of Small Business and Entrepreneurship**, 3(1), 18-22.
- Meyer, G.D. (2001). **Major unresolved issues and opportunities in entrepreneurship education**. Coleman White Paper, USASBE National Conference, February 2001.
- Miles, M.P., & Covin, J.G. (2002). Exploring the practice of corporate venturing: Some common forms and their organizational implications. **Entrepreneurship Theory and Practice**, 26(3), 21-40.
- Minniti, M. & Bygrave, W.D. (2001). A dynamic model of entrepreneurial learning. **Entrepreneurship Theory and Practice**, 25, 5-16.
- Minniti, M. & Bygrave, W.D. (2004). **Global entrepreneurship monitor**. Kansas City, MO: Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership.
- Mitchell, R.K. & Chesteen, S.A. (1995). Enhancing entrepreneurial expertise: Experiential pedagogy and the new venture expert script. **Simulation and Gaming**, 26(3), 288-306.
- Morris, M.H. & Kuratko, D.F. (2002). **Corporate entrepreneurship**. Mason, OH: South-Western College Publishers.
- Morris, M.H., Schindehutte, M., Walton, J., & Allen, J. (2002). The ethical context of entrepreneurship: Proposing and testing a developmental framework. **Journal of Business Ethics**, 40(4), 331-362.
- Peterman, N. & Kennedy, J. (2003). Enterprise education: Influencing students' perceptions of entrepreneurship. **Entrepreneurship Theory and Practice**, 28, 129-144.
- Plaschka, G.R. & Welsch, H.P. (1990). Emerging structures in entrepreneurship education: Curricula designs and strategies. **Entrepreneurship Theory and Practice**, 14(3), 55-71.

- Preshing, W.A. (1991). Education by projects. **Journal of Small Business and Entrepreneurship**, 9(1), 55-59.
- Reynolds, P.D., Camp, S.M., Bygrave, W.D., Autio, E., & Hay, M. (2001). **Global entrepreneurship monitor**. Kansas City, MO: Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership.
- Reynolds, P.D., Hay, M., & Camp, S.M. (1999). **Global entrepreneurship monitor**. Kansas City, MO: Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership.
- Robinson, P. & Hayes, M. (1991). Entrepreneurship education in America's major universities. **Entrepreneurship Theory and Practice**, 15(3), 41-52.
- Robinson, P. (1996). The minefield exercise: "The challenge" in entrepreneurship education. **Simulation and Gaming**, 27, 350-364.
- Ronstadt, R. (1987). The educated entrepreneurs: A new era of entrepreneurial education is beginning. **American Journal of Small Business**, 11(4), 37-53.
- Ronstadt, R. (1990). **The educated entrepreneurs: A new era of entrepreneurial education is beginning**. In C.A. Kent (Ed.), *Entrepreneurship education* (pp. 69-88). New York: Quorum Books.
- Scott, M.G. & Twomey, D.F. (1998). The long-term supply of entrepreneurs: Student's career aspirations in relation to entrepreneurship. **Journal of Small Business Management**, 26(4), 5-13.
- Sexton, D.L. & Upton, N.E. (1984). Entrepreneurship education: Suggestions for increasing effectiveness. **Journal of Small Business Management**, 22(4), 18-25.
- Sexton, D.L. & Upton, N.E. (1987). Evaluation of an innovative approach to teaching entrepreneurship. **Journal of Small Business Management**, 25(1), 35-43.
- Shane, S. & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. **Academy of Management Review**, 25, 217-226.
- Shepherd, D.A. & Zacharakis, A. (2001). Speed to initial public offering of VC-backed companies. **Entrepreneurship Theory and Practice**, 25(3), 59-69.

- Shepherd, D.A. & Zacharakis, A. (2002). Venture capitalists' expertise: A call for research into decision aids and cognitive feedback. **Journal of Business Venturing**, 17(1), 1-20.
- Shepherd, D.A. (2003). Learning from business failure: Propositions about the grief recovery process for the self-employed. **Academy of Management Review**, 28, 318-329.
- Shepherd, D.A. (2004). Educating entrepreneurship students about emotion and learning from failure. **Academy of Management Learning and Education**, 3(3), 274-287.
- Small Business Administration. (1998). **The new American revolution: The role and impact of small firms**. Washington, DC: Small Business Administration, Office of Economic Research.
- Sobel, R. (1974). **The entrepreneurs: Explorations within the American business tradition**. New York: Weybright and Talley.
- Solomon, G.T. & Fernald, L.W., Jr. (1991). Trends in small business management and entrepreneurship education in the United States. **Entrepreneurship Theory and Practice**, 15, 25-39.
- Solomon, G.T. & Fernald, L.W., Jr. (1993). **Assessing the need for small business management/entrepreneurship courses at the university level**. Proceedings of the 17th National Small Business Consulting Conference-Small Business Institute Director's Association, 102-107.
- Solomon, G.T. (1988). Small business management and entrepreneurial education in America: A national survey overview. **Journal of Private Enterprise**, 4(1), 109-118.
- Solomon, G.T. (2001). **Interview at The George Washington University School of Business and Public Management**.
- Solomon, G.T., Duffy, S., & Tarabishy, A. (2002). The state of entrepreneurship education in the United States: A nationwide survey and analysis. **International Journal of Entrepreneurship Education**, 1(1), 65-86.
- Solomon, G.T., Weaver, K.M., & Fernald, L.W., Jr. (1994). Pedagogical methods of teaching entrepreneurship: A historical perspective. **Simulation and Gaming**, 25(3), 338-353.