

آموزش و ترویج کارآفرینی در میان دانش آموزان

نویسنده: ناهید شیخان - عضو هیأت علمی مرکز تحقیقات مهندسی

صنایع و بهره‌وری دانشگاه صنعتی امیرکبیر

کشورهای پیشرفته، از دهه پیشین و برخی از کشورهای در حال توسعه، از دهه‌های اخیر، با توجه به نقش موثر و مثبت کارآفرینان در توسعه جامعه، بهره‌برداری از این ظرفیت را برای رویارویی با مشکلاتی مانند رکود، تورم و عدم اشتغال مورد توجه قرار داده و جهت بسط و گسترش آن - به ویژه در میان دانش آموزان - اقدامات زیادی انجام داده‌اند. در شرایط کنونی جامعه ایران، رویکرد (توسعه کارآفرینی) در کشور ضروری است. در این مقاله، با آشنایی با کارآفرینی و مطالعه برنامه‌های آموزشی و ترویج کارآفرینی کشورهای منتخب، پیشنهادهایی برای توسعه این رویکرد در نظام آموزش و پرورش ایران شده است.

۱- پیشگفتار

در دنیای کنونی - که با دگرگونی‌های شتابان محیط بین‌المللی و گذر از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی و تغییر اقتصاد ملی به اقتصاد جهانی همراه شده، کارآفرینی می‌تواند در رشد و توسعه کشورها نقش مهمی داشته باشد که منجر به افزایش بهره‌وری، ایجاد اشتغال و رفاه اجتماعی گردد. از ویژگی‌های کارآفرینی، می‌توان به نوآوری، خطرپذیری معتدل، جستجوی فرصت‌ها و تجهیزات منابع برای بهره‌برداری از فرصت‌ها از طریق کسب و کارهای جدید - یا تغییر در سازمان‌های موجود - اشاره کرد. در واقع، کارآفرینی به دست افرادی صورت می‌گیرد که گرایش زیادی به پیروزی دارند و سخت‌کوشی، پافشاری، خطرپذیری و دورنمای سازایی زیاد از جمله ویژگی‌ها و ممیزهای روحی - روانی آنهاست. کارآفرین، فردی است که با ایده و فکر جدید و از راه ایجاد یک کسب و کار، مبادرت به معرفی کالای جدیدی در جامعه می‌کند. اصولاً این گونه افراد در کلیه جوامع حضور دارند و یک بستر و زمینه مناسب، این حضور را پررنگ تر می‌سازد (احمد پور، ۱۳۷۹، ص ۲۶-۱).

کشورهای پیشرفته، از دهه‌های گذشته و برخی از کشورهای در حال توسعه از دهه‌های اخیر، با توجه به نقش موثر و مثبت کارآفرینان در توسعه جامعه، به این فرآیند توجه خاصی کرده‌اند. این توجه در حد تدوین استراتژی‌ها، سیاست‌ها و برنامه‌های عملی جهت بسط روحیه و رفتار کارآفرینانه و آموزش آن در سطوح مختلف در مدارس، دانشگاه‌های، شرکتها و... بوده و نتایج قابل توجهی را نیز در پی داشته است (گنیوالی، ۱۹۹۴، ص ۱۴۰-۱۲۵). در این مقاله، ابتدا مفهوم کارآفرینی و سیر تاریخی آن و ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان بررسی

شده، سپس راهکارهای اساسی تربیت کارآفرین در جامعه مطالعه شده و به برنامه‌های آموزش و ترویج کارآفرینی در میان دانش آموزان پنج کشور پیشرفته اشاره کوتاهی شده و در آخر نیز پیشنهادهایی برای نظام تعلیم و تربیت ایران معرفی شده است.

۱-۱- هدف و روش پژوهش

هدف تحقیق: آشنایی با کارآفرینی و آموزش و ترویج آن در سطح مدارس است تا به کارگیری آن در نظام تعلیم و تربیت، شاهد تربیت هر چه بیشتر افراد کارآفرین در جامعه شویم. روش تحقیق به کار گرفته شده در این پژوهش: جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات مورد نیاز از منابع معتبر داخلی و خارجی است.

۲- مفهوم کارآفرینی و بررسی سیر تاریخی موضوع

در تعریف مفهوم کارآفرینی: هر پژوهشگر - با توجه به زمینه تخصصی خود - به موضوع نگریسته است.

اقتصاددانان، بیشتر نقش‌های کاربردی کارآفرین را مورد توجه قرار داده، جامعه‌شناسان و روانشناسان، ابعاد فرهنگی و اجتماعی تأثیرات محیط بر فرد و ویژگی‌های شخصی کارآفرینان را بررسی کرده‌اند. در نتیجه، تعاریف گوناگونی از دیدگاه‌های آنان برای این موضوع ارائه شده است. واژه کارآفرینی، ترجمه کلمه فرانسوی entrepreneur به معنای متعهد شدن است که در زبان انگلیسی به آن entrepreneur گفته می‌شود. این واژه را به کسی می‌گویند که مخاطره‌های یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل می‌کند.

در فرهنگ وبستر: entrepreneur این‌طور تعریف شده است: کسی که سازمان می‌دهد، اداره می‌کند و مخاطرات بعدی یک سرمایه‌گذاری و یا یک طرح

را می‌پذیرد. اقتصاددانان، نخستین کسانی بودند که در نظریه‌های اقتصادی خود به تشریح کارآفرینی پرداختند و از قرن شانزدهم میلادی تاکنون، تقریباً کلیه مکاتب اقتصادی آن را مورد توجه قرار داده‌اند. ژان باتیست سی، درباره کارآفرینی می‌گوید: کارآفرین عاملی است که تمامی ابزار تولید را ترکیب می‌کند و مسئولیت ارزش تولیدات، بازیافت کل سرمایه هزینه شده و سود و یا زیان حاصل از آن را به عهده می‌گیرد (کوچران، ۱۹۸۶، صص ۳۴-۳۳). ژوزف شومپتر، کارآفرین را نیروی محرکه اصلی در توسعه اقتصادی می‌داند و می‌گوید: نقش کارآفرین نوآوری است (شومپتر، ۱۹۳۴، صص ۹۴-۶۸). از دیدگاه وی، ارائه کالایی جدید، عرضه روشی تازه در فرآیند تولید، گشایش بازاری نو، یافتن منابع و ایجاد هر گونه تشکیلات جدید در صنعت... از فعالیت‌های کارآفرینان است (پالمر، ۱۹۸۷، ص ۳۷).

هر چند که در سده‌های پیاپی (۱۹-۱۶م) موضوع کارآفرینی در نظریه‌های اقتصادی مطرح بوده و از کارآفرینان به عنوان موتور توسعه اقتصادی نام می‌بردند، اما، از میانه‌های سده بیستم (۱۹۷۰-۱۹۳۰)، بحث کارآفرینی در اندیشه اقتصادی کم رنگ شد. عده‌ای، دلیل کم رنگ شدن مبحث کارآفرینی را جایگزین واژه (سرمایه‌داری) به جای (کارآفرینی) توسط آدام اسمیت می‌دانند، برخی ایفای نقش کارآفرینی توسط دولت و عده‌ای دیگر، بهره‌گیری از شیوه‌های آماری و ریاضی در تحلیل‌های اقتصادی را دلیل این امر می‌دانند (احمد پور، ۱۳۷۹، ص ۵)

به تازگی، با توجه به پایه‌گذاری مکتب جدید در تفکرات اقتصادی - که براساس (رفتارشناسی) بنا نهاده شده - دوباره در اندیشه‌های اقتصادی به نقش کارآفرین توجه بیشتری شده است. مایسز

پایه‌گذار مکتبی تازه به نام (مکتب نوین اتریش) معتقد است: اقتصاد عبارت است از گردآوری و ترتیب منظم همه اطلاعات تجربی درباره رفتار و عمل انسان. اومی گوید کارآفرین، انسانی است که نسبت به دگرگونی در اطلاعات بازار حساس است. کارآفرین تمام هوش و آمادگی خود را برای اختراع به کار می‌گیرد. او یک عامل اقتصادی است که تکامل فرآیند اقتصادی را پیش می‌برد و ارتقا می‌بخشد. از نظر مایسز، کارآفرین نسبت به دیگران، از انرژی و قدرت فکری بالاتری برخوردار است (مایسز، ۱۹۶۶، ص ۳۳).

۱-۲- ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان

کیزنز، از استادان اقتصاد دانشگاه نیویورک و از پیشروان مکتب نوین اتریش، کارآفرینی را این گونه بیان می‌کند (کارآفرینی یعنی ایجاد سازگاری و هماهنگی متقابل بیشتر در عملیات بازارها (کیزنز، ۱۹۸۲، ص ۵۷) توجه دوباره به کارآفرینی در اندیشه‌های جدید - که بر رفتارشناسی افراد استوار است - باعث شده تا برای تحلیل کارآفرینی، علاوه بر دیدگاه‌های اقتصادی، از مقوله‌های دیگری چون روانشناسی، جامعه‌شناسی و مدیریت نیز استفاده شود.

هاروارد آمریکا - که نخستین بار (نظریه روانشناسی توسعه اقتصادی) را مطرح کرد - بر این باور است که عامل عمده عقب ماندگی اقتصادی در کشورهای در حال توسعه، مربوط به نداشتن خلاقیت فردی است. او معتقد است که با یک برنامه درست تعلیم و تربیت، می توان روحیه کاری لازم را در جوامع تقویت کرد، به گونه ای که شرایط لازم برای صنعتی شدن آنها فراهم آید (تفضیلی، ۱۳۷۲، ص ۹۸). همچنین، مطالعات صورت گرفته تاکنون نشان می دهد که کارآفرینی یک فرآیند تکاملی انسان است و بسیاری از افراد در صورتی که بخواهند، می توانند کارآفرین باشند.

انواع ویژگیهای که از آغاز تاکنون درباره کارآفرینان بررسی شده عبارت است از: (کارلند، ۱۹۸۴، صص ۳۵۹-۳۴۵)

۱- نیاز به توفیق: نیاز به توفیق عبارت از گرایش به انجام کار در استانداردهای عالی، جهت موفقیت در موقعیتهای رقابتی است. امروزه این حقیقت ثبت شده است که با آموزش، می توان نیاز به توفیق در افراد را تقویت کرد. والدین - به ویژه - در تقویت این نیاز در دوران کودکی اطفال تاثیر بسزائی دارند.

۲- مرکز کنترل درونی: افراد با اعتقاد به مرکز کنترل بیرونی، معتقدند که وقایع خارجی غیر قابل کنترل، سرنوشت آنها را تعیین می کنند. در حالی که، کارآفرینان به خود ایمان دارند و موفقیت یا شکست را به سرنوشت، شانس یا نیروهای مشابه نسبت نمی دهند و خود را عامل اصلی شکست ها و پیشرفت های خود می دانند.

۳- تمایل به مخاطره پذیری: هر چند، بیشتر مردم، کارآفرینان را شیفته مخاطره می دانند و این که ویژگی مشترک آنها خطرپذیری است لیکن تحقیقات نشان می دهد که کارآفرینان نوعاً چنین نیست. بلکه او در رویکرد به سوی خطر، بسیار حساب شده و با دقت عمل می کند و تمام تلاش خود را صورت می دهد تا احتمالات خطرناک را به نفع خود تغییر دهد.

۴- نیاز به استقلال: فرای، معتقد است که ویژگی بارز کارآفرین، سلطه جویی درونی و استقلال عمل او است. سلطه جویی درونی، بدین معنی است که فرد احساس کند بر سرنوشت خویش حاکم است. (فرای ۱۹۹۳، صص ۱۹۷-۱۹۳)

۵- خلاقیت: خلاقیت، توانایی بروز فکریهای جدید است که به خدمات یا محصولات جدیدی منجر می شود. برای تعریفی دقیق از خلاقیت، باید جایگاه نوآوری مشخص شود. نوآوری، در واقع ارایه محصول، فرآیند و خدمات تازه به بازار است و خلاقیت نیروی است که در پس نوآوری نهفته است. نوآوری و خلاقیت، از بخش های جدایی ناپذیر کارآفرینی به شمار می رود. وجود نوآوری در کارآفرینی، به قدری ضروری است که می توان ادعا کرد که کارآفرینی بدون آن وجود ندارد، همچنان که خلاقیت بدون نوآوری، بی نتیجه است. (علوی، ۱۳۸۰، ص ۹۹).

۳- راهکارهای اساسی تربیت کارآفرین با توجه به تعاریف داده شده، اهمیت و ضرورت افراد کارآفرین در جامعه مشخص می شود. بنابراین، آموزش و تربیت کارآفرین یک ضرورت زیر بنایی

برای توسعه کشور و کاهش نرخ بیکاری است. به همین منظور، آنچه در تدریس دوره های کارآفرینی بیش از پیش باید مورد توجه قرارگیرد، کارآفرینانه بودن شیوه های تدریس، ترکیب افراد و اهداف آموزشی و تطبیق این موارد با یکدیگر است. دوره های آموزش کارآفرین را به چهار گروه اصلی تقسیم می کنند. (بزرگراه ۱۳۸۱، ص ۳۹)

گروه اول: برنامه هایی برای آگاهی و جهت گیری افراد سنین گوناگون به سوی کارآفرینی؛ هدف از این دوره های افزایش آگاهی: آموزش درک و بینش درست از کارآفرینی، به عنوان آگاهی برای تمامی اقشار اجتماعی است. این گونه برنامه ها، در مقاطع تحصیلی ابتدایی، راهنمایی و دبیرستان تدریس می شود تا انگیزه و گرایش دانش آموزان برای کارآفرین شدن افزایش یابد.

گروه دوم: برنامه های آموزشی که توسعه و تأسیس شرکت ها را پوشش می دهد:

این برنامه ها، به اقتضای ویژگی های هر کشور طراحی شده است. کشورهایی همچون هند، فیلیپین، مالزی، فنلاند و... مراکز ویژه ای را جهت حمایت از کارآفرینان بالقوه تأسیس کرده اند که ضمن آموزش های ویژه برای توسعه، مباحثی همچون توانایی ها و انگیزش افراد، توسعه مناطق شهری و روستایی و آموزش های عملی در نزد کارآفرینان موجود را نیز در بر می گیرد.

گروه سوم: دوره های ویژه ای که سازمان های بین المللی، مانند سازمان بین المللی کار، در نظر می گیرند:

گاه این دوره ها، به صورت حضوری و گاه مکاتبه ای (آموزش از راه دور) است. در این دوره ها، تازه ترین پژوهش ها و نتایج آنها برای همگان ارایه می شود. این دوره ها، گاه بنا به سفارش سازمان خاصی در یک کشور برگزار می شود و گاه جنبه عمومی دارد.

گروه چهارم: برنامه های (توسعه آموزش کارآفرینی): این برنامه ها، شامل شیوه های جدید آموزش و تعیین نقش های نوین دانشجویان و استادان در فرآیند کارآفرینی است. هدف دیگر این برنامه های آموزشی، برطرف کردن کمبود استادان جدید از میان صنعتگران و دست اندرکاران فعالیت های اقتصادی برای آموزش کارآفرینی است. با آشکار شدن نقش و تاثیر کارآفرینی بر روند اشتغال زایی و رشد اقتصادی، ضرورت آموزش کارآفرین به منظور توسعه امری اساسی و زیربنایی است. زیرا، هدف از آموزش کارآفرینی تربیت افرادی است که بتوانند پس از تمام کردن تحصیلات خود، به تأسیس موسسه ای جدید اقدام و کسب و کاری را ایجاد کنند. تا اوایل دهه ۸۰ سده بیستم میلادی، تنها ۱۳۰ دانشکده در جهان به طراحی دوره های محدود در خصوص کارآفرینی می پرداختند و در رشته های بازرگانی و مهندسی تدریس می کردند. در اوایل دهه ۹۰، شمار دانشکده ها به بیش از ۵۰۰ رسید و اکنون در بیش از ۲۰ دانشگاه، کارآفرینی به عنوان رشته و گرایش مستقل آموزش داده می شود. در ایران از سال ۱۳۷۹، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، با طرح قرارداد (کارآفرینی در دانشگاهها) اقدام به تأسیس مراکز کارآفرینی در دانشگاهها کرد و هر سال، با اختصاص بودجه هایی به این مراکز

جهت ترویج و آشنایی دانشجویان و اساتید با این مبحث، اقدامات اولیه ای را انجام می دهد. (استاد زاده، ۱۳۸۲، صص ۷۶-۷۵)

۴- مطالعه برنامه های همکاری به کارآفرینی دانش آموزان در کشورهای منتخب نظام آموزش و پرورش ایران برای ترویج و آموزش کارآفرینی، تاکنون فقط اقدام به برگزاری چندین همایش و گردمایی و نیز تدوین درس کارآفرینی برای دانش آموزان کار و دانش کرده است. برای آشنایی با روشهای پیشرفته و جلوگیری از دوباره کاری ها، مطالعه برنامه ها در محدوده وسیعی، شامل آموزش کلاسیک حمایت های مالی و اطلاعاتی، جوایز تشویقی و... می شود. در این قسمت، به مهمترین این برنامه ها در کشورهای منتخب اشاره می کنیم. (شیخان، ۱۳۸۱، صص ۹۳-۹۳)

۱-۴- کشور تایوان

دولت تایوان یکی از اساسی ترین سیاست ها و برنامه های کمکی خود را به امر تربیت، تقویت و ارتقای سطح عملکرد کارآفرینان اختصاص داده است. سیاست گذاری تایوانی، با توجه به این که کشورشان از لحاظ منابع طبیعی، مواد اولیه، تکنولوژی پیشرفته و حتی، نقدینگی و سرمایه کلان در مضیقه است. نیاز تایوان به مدیران خلاق و جسور را از ضرورت های حیاتی دانسته اند. براساس این بینش، تربیت مدیران کارآفرین، از اهمیت ویژه بی برخوردار است. (سازمان صنایع کوچک ایران، ۱۳۸۰، صص ۴۰-۳۳)

برنامه های تربیت کارآفرینان جوان و همچنین ارتقای سطح کارآفرینان شاغل در تایوان، براساس یک برنامه بلند مدت و فراگیر (در برگیرنده قشرهای مختلف) طرح ریزی شده است. تربیت مدیریت کارآفرینی در دو سطح انجام می پذیرد. در سطح

دبیرستان ها و موسسات فنی، تربیت تکنسین به عهده وزارت آموزش متوسطه است و تربیت مدیران کارآفرین در سطح دانشگاه ها و موسسات آموزش عالی، به عهده وزارت علوم و تکنولوژی های پیشرفته است که با همکاری وزارت صنایع و تجارت بین المللی تایوان صورت می گیرد. لازم به ذکر است که دروس نظری مربوط به مدیریت کارآفرینی - در دوره تحصیلی متوسطه و دانشگاهها - اجباری است.

نمودار زیر ساختار تربیت و تأمین کارآفرینی در کشور تایوان را نشان می دهد.

ساختار سازمانی تربیت کارآفرینان در کشور تایوان که در شکل (۱) تشریح شده به قرار زیر خلاصه می شود:

۱- تنظیم دستورالعمل های اجرایی، همراه با ارایه راهکارهای تایید شده در خصوص اجرای برنامه های آموزشی

- دریافت راهکارها، برنامه های اجرایی، روش های آموزشی و تربیت کارآفرینان، تهیه و تأمین مدرسان و مربیان.

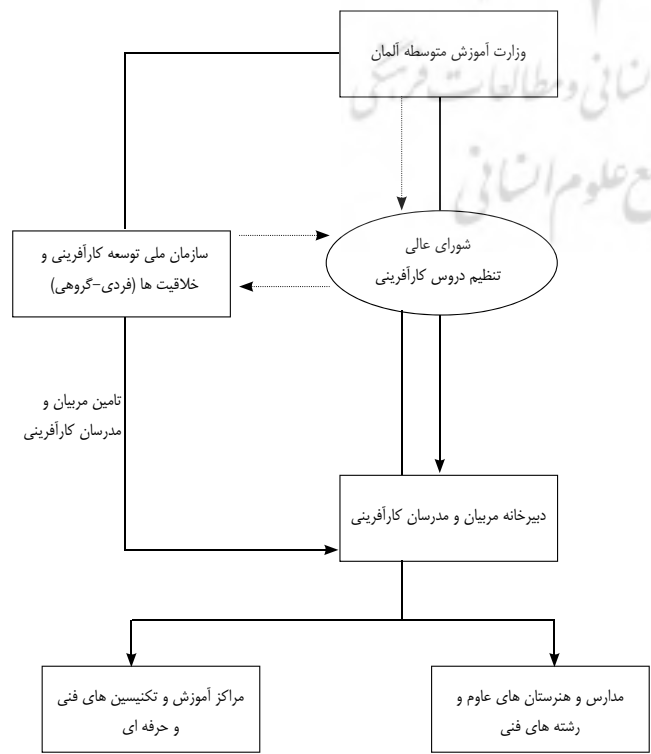
۲- مطالعه، طراحی و تدوین راهکارها، برنامه های اجرایی، روش های آموزشی و تربیت کارآفرینان، تهیه و تأمین مدرسان و مربیان.

- تبادل نظر و ارایه مشاوره های لازم و ضروری به شورای عالی تنظیم دروس

۳- تنظیم سرفصل ها، کتاب های درسی، تهیه وسایل کمک آموزشی و انتقال شیوه های تدریس، همراه با راهکارهای مورد نیاز به مربیان و مدرسان کارآفرینی.

۴- دبیرخانه مربیان و مدرسان موظف است که به مدارس متوسطه، هنرستان ها و موسسات تربیت تکنسین، مربی و مدرس بفرستد.

۵- مدارس متوسطه، هنرستانهای علوم و موسسات



شکل ۱- ساختار سازمانی تربیت کارآفرین در کشور تایوان

تربیت کننده تکنسین های فنی، زیر پوشش این ساختار سازمانی هستند.

۴-۲- کشور هلند

الف - مدارس سعی بر این دارند تا متناسب با تغییر جامعه، تغییر کنند. رشته های تحصیلی در حال تغییر است تا آموزشهایی تنظیم شود که دانش آموزان جوان بتوانند خود را به شیوه بهتری برای رویارویی با نیازهای استعدادی تازه آماده کنند. در واقع بعضی از دگرگونیهای تکنولوژیکی آن قدر تند رخ می دهد که آموزش رسمی، همیشه در پس توسعه های عملی باقی خواهد ماند. رشته های آموزشی و تحصیلی نو می شود، اما هرگز نمی تواند به طور کامل منطبق با تغییرات تند بازار جامعه و نیازها شود. بعضی از تغییرات ایجاد شده در جامعه را نمی توان از راه رویکرد رشته تحصیلی سنتی پوشش داد. یک مثال مناسب در این زمینه، کارآفرینی است. یک برنامه یادگیری گام به گام، نمی تواند برای کسب یک نگرش کارآفرینی به کاربرده شود. کارآفرینی را می توان به صورت درک مستقیم و الهام، پشتکار و استقامت و خطر پذیری توصیف کرد. (اندر، ۲۰۰۱، صص ۲۸-۱۷)

کشور هلند، نمونه خوبی را در زمینه تغییر سیاست به سمت رویکرد آموزش کارآفرینی در مدارس ارائه می دهد. رشته تحصیلی کارآفرینی اجباری برای مبتدیان تدوین شده است. در هلند، تقریباً هر کارآفرین تازه کار، باید صلاحیت کارآفرینی را از طریق گذران یک رشته کارآفرینی و امتحان مربوط به آن کسب کند.

مربیان، در بیشتر موارد، از کارآفرینان هستند. این رشته آموزشی، شامل شش واحد درسی و مدت زمان آن هشت ماه است. واحدهای درسی عبارت است از:

امور کارکنان و سازمان

امور مالی

مدیریت امور مالی

بازاریابی

طرحهای کسب و کار (B.P)

علاوه بر اینها، تازه کار باید یک دیپلم اضافی در مورد جنبه های فنی یکی از چهار رشته صنعتی را به دست آورد. این رشته های صنعتی عبارت است از: صنایع غذایی، ساختمان، تعمیر ماشینها و تأسیسات.

۴-۳- کشور اتریش

الف - دانش آموزانی که سن آنها بین ۱۵-۱۹ سال است، باید یک طرح کسب و کار (Business) را تهیه و براساس آن، یک کسب و کار کوچک ۵ را در مدرسه خود برای یک سال درسی ایجاد کنند. آنها محصولاتی را تولید و خدماتی را در بازار محلی عرضه می کنند و در تمام تصمیم های مربوط به کسب و کار را خودشان می گیرند. از سال تحصیلی ۱۹۹۶-۱۹۹۷، شمار این کسب و کارهای کوچک در اتریش دوبرابر شده است.

ب - یک شرکت مجازی ۶ مدلی از یک شرکت واقعی است که چگونگی رویدادها را برای یک کسب و کار شرح می دهد و همچنین چگونگی ارتباط یک شرکت با شرکت های دیگر و گوناگونی فرهنگ های کسب و کار را نیز بیان می کند. آموزش این مدل، در تمام موسسات آموزش بازرگانی و مدارس کسب و کار در اتریش اجباری

است. در اتریش، در حال حاضر ۸۵۰ مورد از این شرکت های مجازی وجود دارد. (کمیسون اروپا، ۲۰۰۰، صص ۴۸-۳۰)

پ - در سال ۱۹۹۸، انستیتو یادآور گوگیشز ۷ با موضوع (نوآوری) در وین تأسیس شد. تأسیس این انستیتو، امتیازی برای مدارس محسوب می شود. تأسیس این انستیتو امتیازی برای مدارس محسوب می شود. این مرکز عالی کسب و کار، در درجه نخست، به این دلیل ایجاد شد که تا

شرکت ها کمک کرده، آنها را حمایت می کنند. پ- گروههای کاری صنایع - مدرسه در آلمان، تبادل اطلاعات و تجارب را بین مدارس و صنعت ارتقا می بخشند. فعالیت های آنان، همچنین، شامل آموزش معلمان، بازدید و آموزش عملی در زمینه کسب و کارها برای دانش آموزان و معلمان، کمک به تأسیس شرکت ها توسط دانش آموزان، یک رقابت با عنوان (مدرسه و صنعت - موفق با یکدیگر) و بازی های مدیریتی با عناوین (بازی

نظام آموزش و پرورش ایران برای ترویج و آموزش کارآفرینی، تاکنون فقط اقدام به برگزاری چندین همایش و گردهمایی و نیز تدوین درس کار آفرینی برای دانش آموزان کار و دانش کرده است. برای آشنایی با روشهای پیشرفته و جلوگیری از دوباره کاری ها، مطالعه برنامه ها در محدوده وسیعی، شامل آموزش کلاسیک حمایت های مالی و اطلاعاتی، جوایز تشویقی و... می شود.

بازار) و (قله اقتصادی) ۳ و مانند آن است.

۴-۵- کشور فنلاند

الف - آموزش کارآفرینی: سامانه آموزشی از دبستان تا دانشگاه را شامل می شود. دو درجه ویژه کارآفرینی در سطح دبیرستان و در ادامه آن آموزش فنی و حرفه ای، وجود دارد. یکی، درجه عادی صلاحیت کارآفرین و دیگری درجه تخصصی صلاحیت کارآفرین ۱۵ است. از آغاز سال ۱۹۹۹، آموزش های کارآموزی برای کارآفرینی نیز دایر شده است (کمیسون اروپا ۲۰۰۰، صص ۴۸-۳۰)

۵- پیشنهادها

با مطالعه انجام شده در مورد کارآفرینی و بررسی تجارب کشورها در تدوین و اجرای برنامه های آموزش و ترویج کارآفرینی در مدارس، نتیجه می گیریم که اساس این برنامه ها در دو پایه زیر استوار است:

۱- افزایش توانایی های کارآفرینی: شامل تقویت مواردی مانند فکریابی، نوآوری، خلاقیت، فرصت یابی، مخاطره پذیری و...

۲- افزایش مهارت های کسب و کار: شامل آموزش های مورد نیاز مانند مدیریت، بازاریابی، حسابداری و IT و...

کشور ایران نیز، با تدوین برنامه ای گسترده و توجه ویژه و تدوین برنامه های آموزشی و پرورشی می تواند افراد کارآفرینی بیشتری را تربیت کند تا از این راه، شاهد رشد و شکوفایی در توسعه کشور باشیم. اهم این برنامه ها، به صورت خلاصه، پیشنهاد می شود:

۱- ایجاد شورای عالی تنظیم دروس کارآفرینی در وزارت آموزش و پرورش، به منظور طراحی دروس و تربیت مربیان و مدرسان کارآفرینی در میان تمام رشته های دوره دبیرستان.

۲- آشنا سازی معلمان، دبیران و دانشجویان مراکز تربیت معلم با مباحث کارآفرینی.

۳- تغییر چگونگی درس دادن معلمان و دبیران، با هدف افزایش توانمندی های کارآفرینانه دانش آموزان

۴- آشنا کردن اولیای دانش آموزان با این محبت، در

انجمن های اولیا و مربیان، برای تربیت دانش آموزان در محیط خانواده، به منظور افزایش توانایی های کارآفرینانه آنان.

۵- تدریس دروس مورد نیاز برای شکل دهی یک واحد کسب و کار، مانند مدیریت (مفاهیم ابتدایی سازماندهی، برنامه ریزی، هماهنگی و کنترل)، حسابداری، بازاریابی و... در کلیه رشته های آموزش دبیرستان.

۶- روز آمد کردن مثال ها و مسائل در کتب درسی با قیمت روز بازار.

۷- جهت آموزش عملی، دانش آموزان دوره دبیرستان، یک طرح کسب و کار کوچک را در دوران تحصیل تهیه و آن را اجرا کنند و از این راه، خدمات و محصولاتی را به بازار محلی عرضه کنند.

۸- مدل شرکت مجازی، مدل خوبی از شرکت واقعی است که می تواند در افزایش توانمندی های کارآفرینانه و مهارت های کسب و کار دانش آموزان نقش به سزایی داشته باشد. طراحی این مدل در ایران و استفاده معلمان و مدرسان از این مدل، جهت آموزش کارآفرینی به دانش آموزان، پیشنهاد می شود.

۹- برگزاری همایش های کارآفرینی در میان دانش آموزان و دادن جوایز و تشویق آنها (مانند دانش آموزان ممتاز، المپیادی و...) می توان انگیزش کارآفرینی را در میان دانش آموزان افزایش داد.

مراجع

۱- احمدپور داربانی، محمود. کارآفرینی: تعاریف، نظریات، الگوها، فصل اول (صفحات ۲۶-۱) انتشارات شرکت پردیس ۵۷، تابستان ۷۹

۲- احمدپور داربانی، محمود. (آیا کارآفرینی استراتژی دانشگاه ها را تغییر می دهد؟) فصلنامه سیاست علمی و پژوهشی و رهیافت، شماره ۲۹، بهار ۱۳۸۲، صص ۱۶

۳- استاذزاده، زهرا. کارآفرینی، توسعه، اشتغال) فصلنامه سیاست علمی - پژوهشی رهیافت، ش ۲۹، بهار ۱۳۸۲، صص ۷۶-۷۵

۴- بزرگراه، عبدالاسلام، (راهکارهای اساسی تربیت کارآفرین) ماهنامه اقتصادی - اجتماعی و فرهنگی تعاون، ش ۱۳۵ آذرماه ۱۳۸۱، صص ۳۹

۵- تفضلی، فریدون. تاریخ عقاید اقتصادی از افلاطون تا دوره معاصر، نشر نی، چاپ اول، ۱۳۷۲، صص ۹۸

۶- سازمان صنایع کوچک ایران - سیاستهای موفق توسعه صنایع کوچک، بهار ۱۳۸۰، صص ۴۰-۲۳

۷- شیخان، ناهید. گزارش طرح پژوهشی (تجارب کارآفرینی در کشورهای منتخب) دانشگاه صنعتی امیرکبیر، آذرماه ۱۳۸۱، صص ۹۳-۳۵

۸- علوی، سید ابوالفضل و حداد سبزواری، محسن، خلاقیت و نوآوری در دانشگاهها) چکیده مقالات چهل و چهارمین نشست روسای دانشگاه ها و مراکز علمی تحقیقاتی کشور، موسسه پژوهش و برنامه ریزی آموزش عالی، ۱۳۸۰، صص ۹۹