

باسمه تعالی

تربیت اقتصادی دانش آموزان در مدرسه

دکتر داود دانش جعفری

عضو هیات علمی دانشکده اقتصاد دانشگاه علامه طباطبایی

تهران ۲۱ آذر

سالن اجتماعات سازمان پژوهش و برنامه ریزی آموزشی

وزارت آموزش و پرورش

چکیده

- در این پژوهش بدنبال پیدا کردن راهکارهای تربیت اقتصادی دانش آموزان در مدارس هستیم.
- آموزش کارآفرینی در مدارس مهمترین شیوه تربیت انسانهای اقتصادی است. دانش آموزان یادمی گیرند که چگونه کسب و کاری را راه اندازی کنند و با درآمد حاصله زندگی خود را اداره کنند.
- برای آموزش کارآفرینی در مدارس باید معلمین را با فنون کارآفرینی آشنا نمود. استفاده از تجارب کشورهای موفق در زمینه کارآفرینی، پیمودن این راه دشوار را آسان می کند.

بخش اول تعاریف اقتصاد

- مفهوم اقتصاد : در گذشته دور مترادف با علم تدبیر منزل بود.
- بعد ها اقتصاد به عنوان علم کشور داری نیز گفته شد.
- در دروان معاصر اقتصاد به معنای : میانه روی، صرفه جویی، افزایش بهره وری و یا چگونگی مدیریت منابع کم یاب برای تامین نیاز های متنوع تعبیر شده است.
- تعریف خودمانی از اقتصاد : علم خوب زیستن
- البته خوب زیستن محدود به داشتن به کار مناسب، در آمد کافی و تغذیه کافی نیست و به عوامل دیگری از قبیل محیط زیست، عدالت، فراغت و ... نیز بستگی دارد.

A typical family with all their possessions in the U.K., an advanced economy



Real GDP per capita: \$30,800

Life expectancy: 78 years

Adult literacy: 99%

A typical family with all their possessions in Mexico, a middle income country

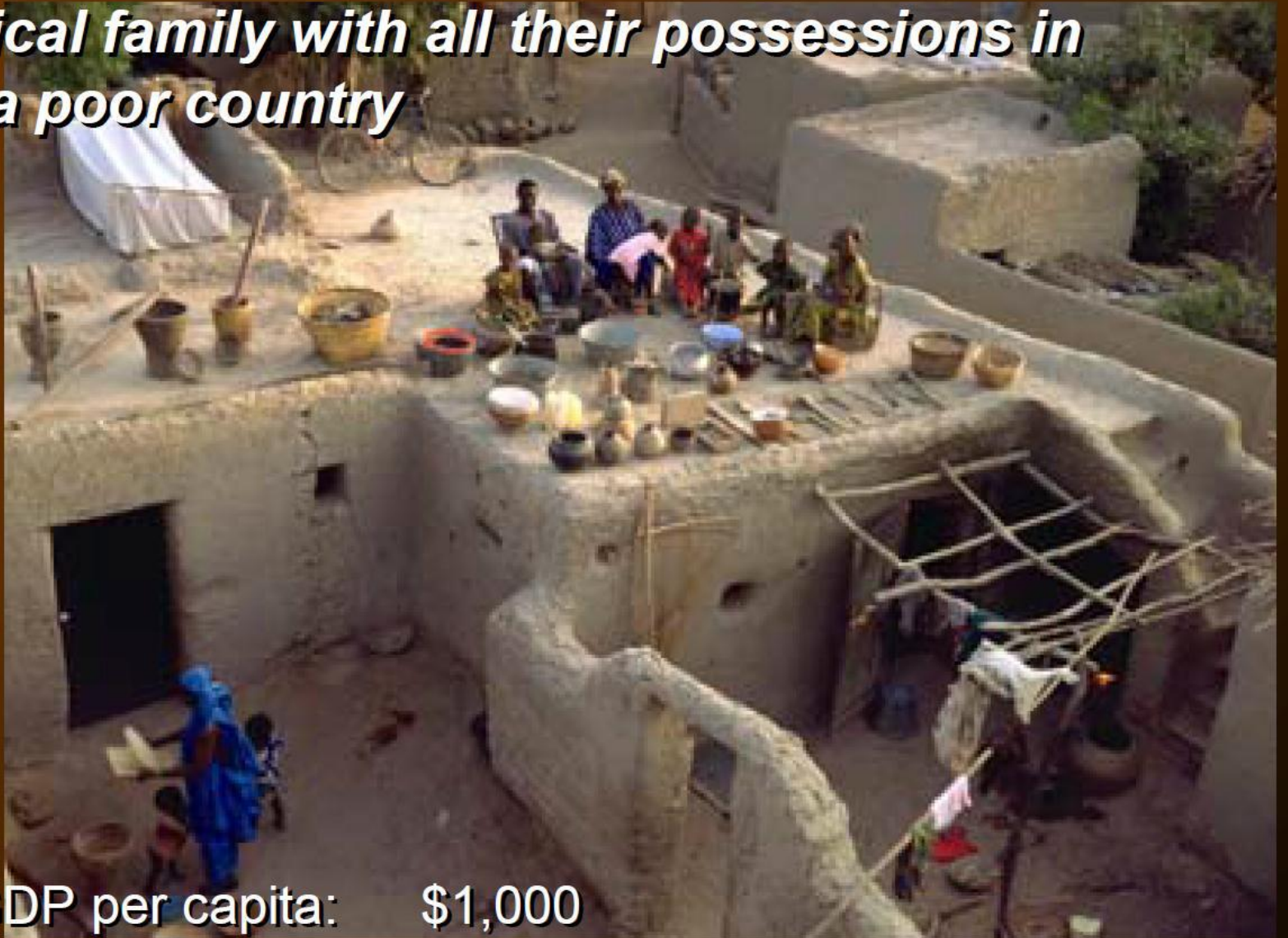


Real GDP per capita: \$9,800

Life expectancy: 74 years

Adult literacy: 92%

A typical family with all their possessions in Mali, a poor country



Real GDP per capita: \$1,000

Life expectancy: 41 years

Adult literacy: 46%

- در اقتصاد شاخص‌هایی وجود دارد که با آنها می‌توان درجه خوب زیستن در جوامع را مورد سنجش قرار داد مثل درآمد.
- بطور مثال اگر ۶۰ درصد مردم ایران در آمدشان از محل کارگری یا کارمندی تامین می‌شود در این صورت با هر درصدی از بیکاری می‌توان درک کرد که چند درصد از جمعیت در آمدشان تهدید شده است.
- در اقتصاد ما راهکارهای مختلف خوب زیستن را مورد مطالعه قرار می‌دهیم و سعی می‌کنیم بهترین آنها را پیدا کنیم.

برای درک وضعیت اقتصادی و یا درجه خوب زیستن خودمان می‌توانیم از اطلاعات مختلفی استفاده کنیم.

بطور کلی اطلاعات مرتبط با سنجش وضعیت اقتصادی، سه دسته هستند:

• اول: اطلاعات روند زمانی – یعنی مطالعه وضعیت یک متغیر در بازه زمانی مشخص

• دوم: اطلاعات مقطعی – یعنی بررسی وضعیت بخش‌های مختلف جمعیتی و یا بخش‌های اقتصادی

• سوم: اطلاعات بین‌الملل – یعنی مقایسه وضعیت خودمان با کشورهای دیگر

بعضی از سرفصل های اطلاعات اقتصادی:

- وضعیت تولید
- وضعیت بیکاری و اشتغال
- وضعیت تورم
- میزان در آمد نفتی
- میزان در آمد مالیاتی
- وضعیت بورس
- وضعیت در آمد مردم
- وضعیت صادرات و واردات
- وضعیت آلودگی هوا

- وضعیت کسب و کار
- وضعیت نابرابری در آمدی
- رشد نابرابری در آمدی
- تولید سرانه
- رشد تولید سرانه
- خالص پس انداز ملی
- میزان بدهی دولت
- بهره‌وری نیروی کار
- متوسط ساعت کار در هفته

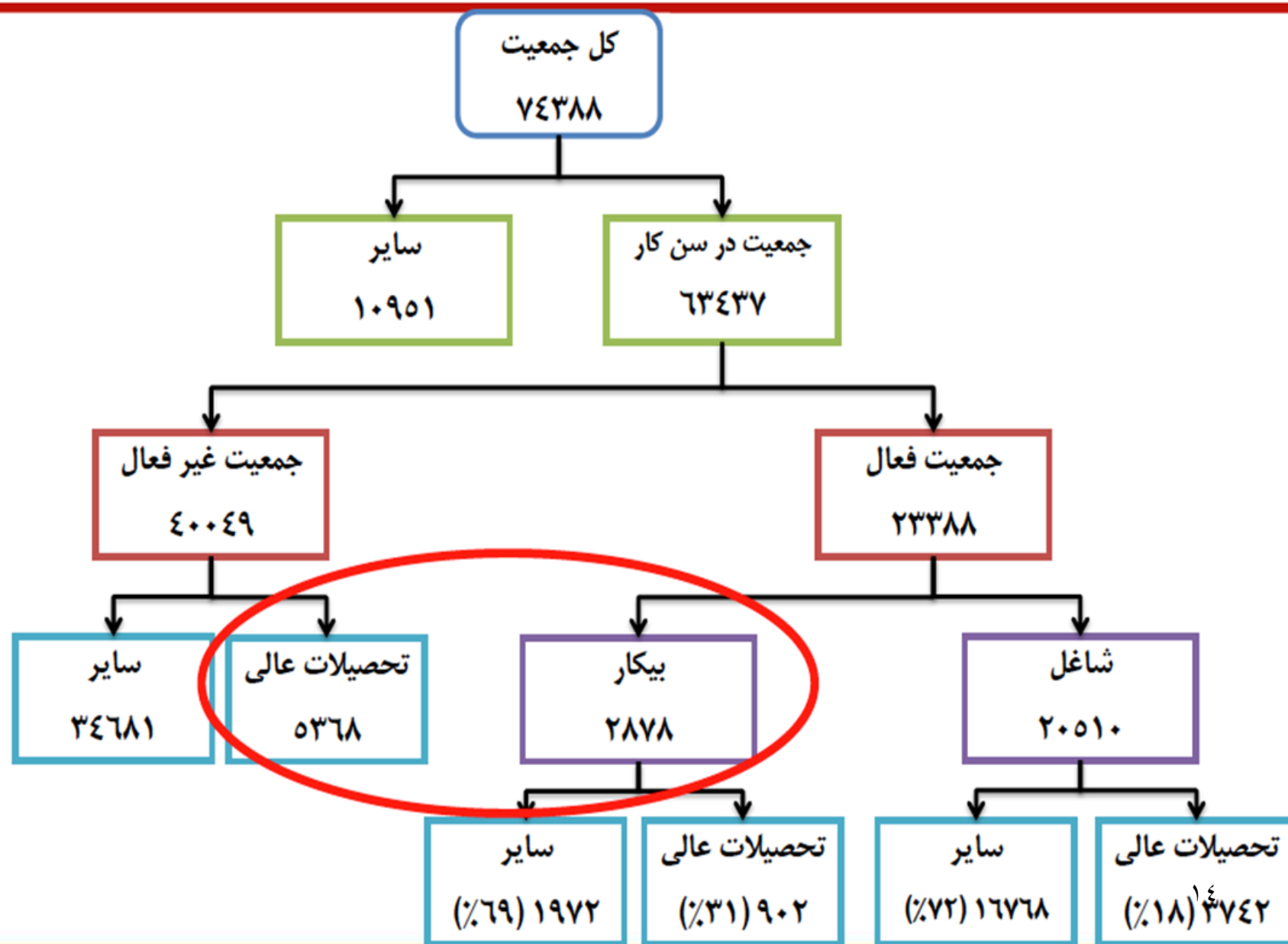
- نسبت در آمد مالیاتی به تولید ناخالص داخلی
- تراز تجاری (تفاوت ارزش صادرات و واردات)
- ضریب جینی (نابرابری در توزیع در آمد)
- متوسط پرداخت مدیران به کارمندان (یا کارگران)
- میزان فقر مطلق (زندگی با کمتر از یک دلار در روز)
- تعداد کاربران اینترنت
- امید به زندگی در بدو تولد
- کیفیت آلودگی هوای شهری

جدول ۱_ نتایج طرح آمارگیری از نیروی کار از سال ۱۳۸۴-۱۳۹۰ مرکز آمار ایران

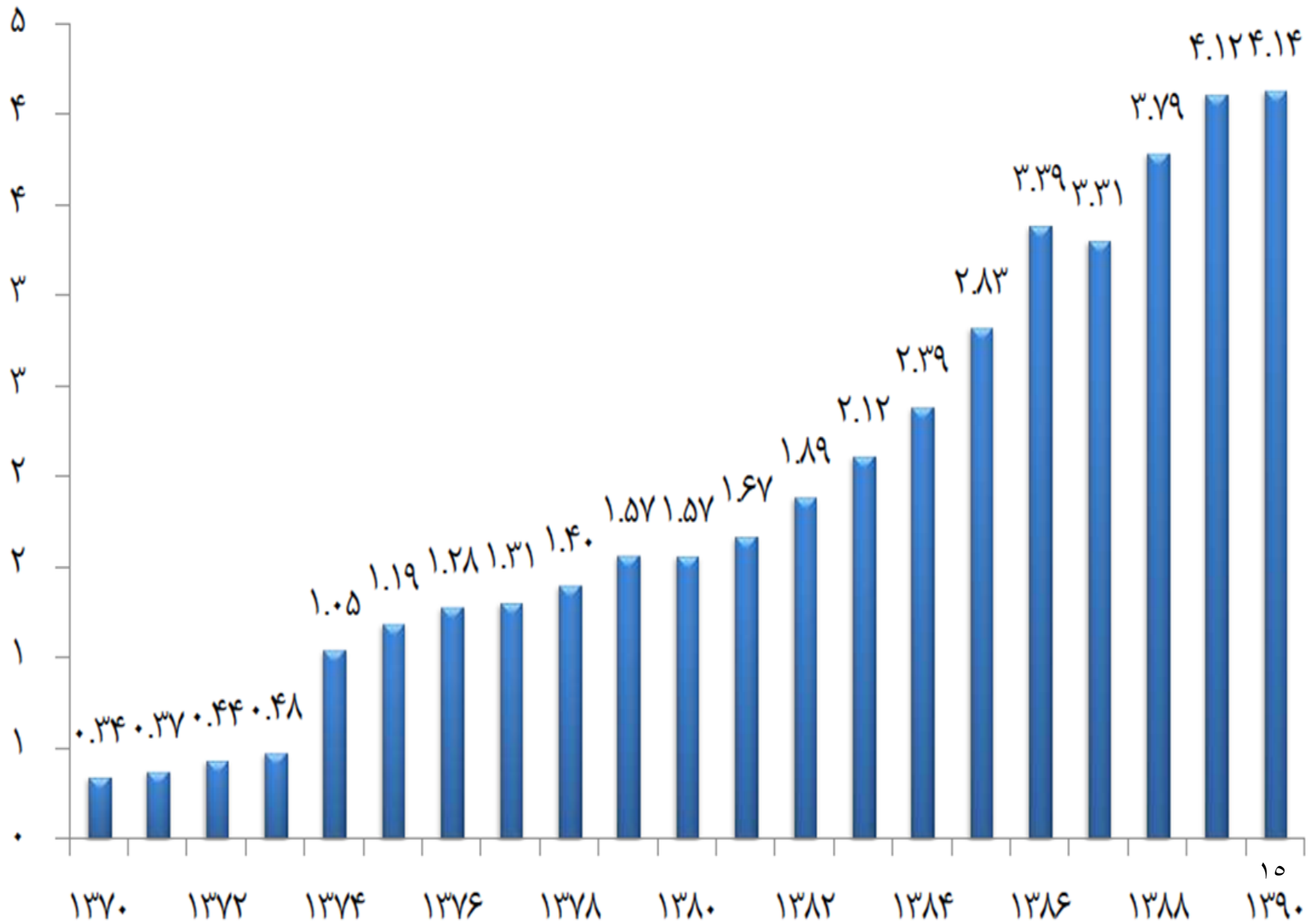
(واحد به نفر- درصد)

بیکاری جوانان ۱۵- سال ۲۹		اشتغال ناقص (درصد)	نرخ فعالیت مشارکت (درصد)	نرخ بیکاری (درصد)	تعداد شاغلان				تعداد بیکاران	جمعیت فعال اقتصادی ده ساله و بیشتر	جمعیت کل کشور*	سال
					خدمات	صنعت	کشاورزی	کل				
(تعداد)	(درصد)											
۱/۹	۲۰/۶	۷/۴	۴۱/۰	۱۱/۵	۹/۲	۶/۲	۵	۲۰/۶	۲/۶	۲۳/۲	۶۹/۳	۱۳۸۴
۱/۹	۲۰/۸	۷/۰	۴۰/۴	۱۱/۳	۹/۴	۶/۶	۴/۸	۲۰/۸	۲/۶	۲۳/۴	۷۰/۴	۱۳۸۵
۱/۸	۲۰/۰	۶/۴	۳۹/۸	۱۰/۵	۹/۵	۶/۷	۴/۸	۲۱	۲/۴	۲۳/۵	۷۱/۵	۱۳۸۶
۱/۷	۲۰/۴	۷/۹	۳۸/۰	۱۰/۴	۹/۵	۶/۶	۴/۳	۲۰/۴	۲/۳	۲۳/۸	۷۲/۵	۱۳۸۷
۱/۹	۲۲/۱	۹/۵	۳۸/۹	۱۱/۹	۹/۹	۶/۶	۴/۳	۲۱	۲/۸	۲۳/۸	۷۳/۶	۱۳۸۸
۲/۱	۲۵/۵	۱۰/۲	۳۸/۳	۱۳/۵	۸/۳	۶/۶	۳/۹	۲۰/۶	۳/۲	۲۳/۸	۷۴/۷	۱۳۸۹
۱/۹	۲۴	۹	۳۶/۹	۱۲/۳	۹/۸	۶/۸	۳/۸	۲۰/۵	۲/۸	۲۳/۳	۷۵/۱	۱۳۹۰
۱/۹	۲۴/۵	۸/۹	۳۷/۷	۱۲/۲	۱۰	۷/۱	۴	۲۱/۱	۲/۹	۲۴/۱	۷۷/۳	۱۳۹۱

هرم جمعیت بر حسب وضعیت فعالیت و تحصیل (هزار نفر)



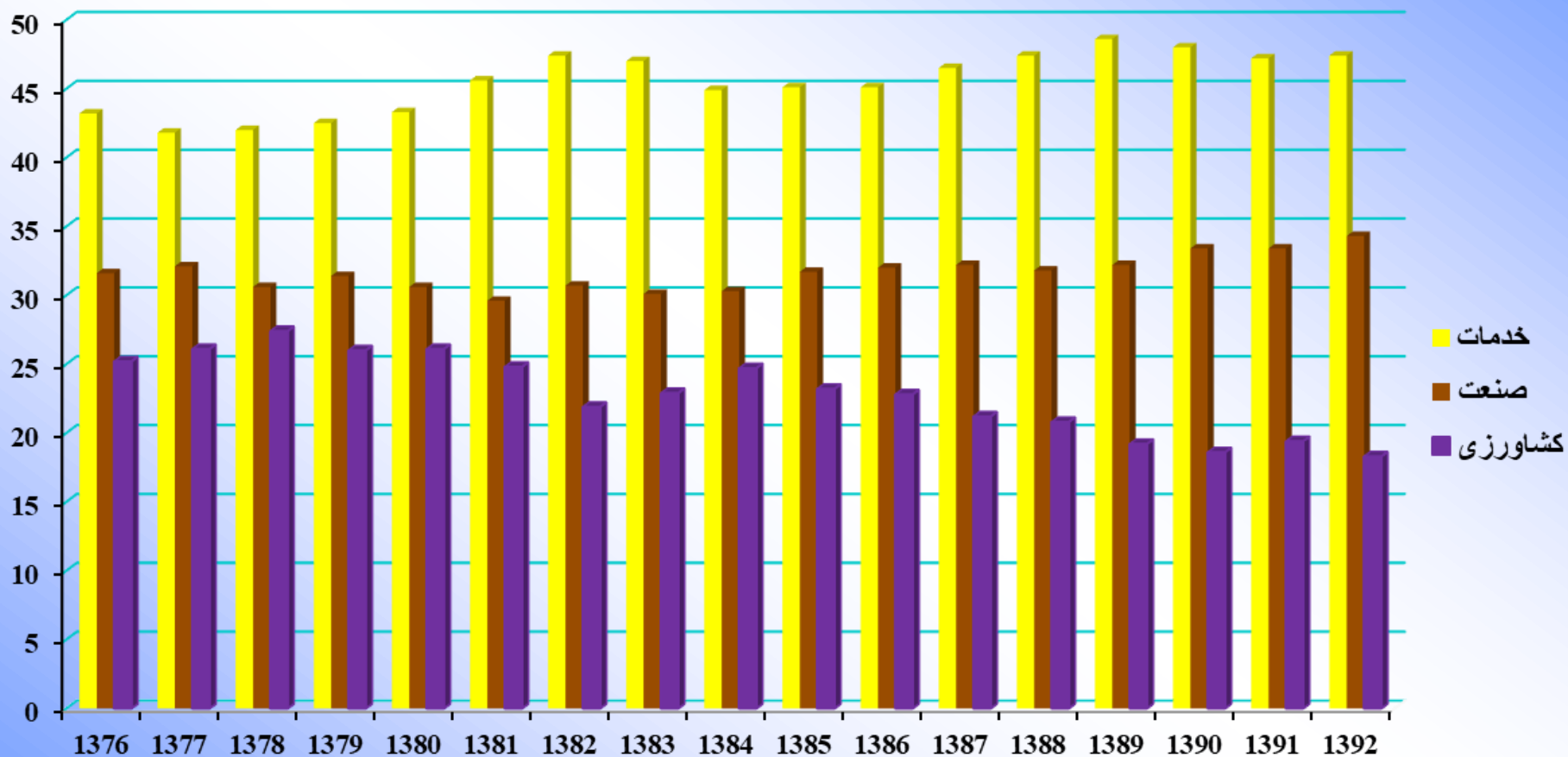
تعداد دانشجویان کشور - میلیون نفر



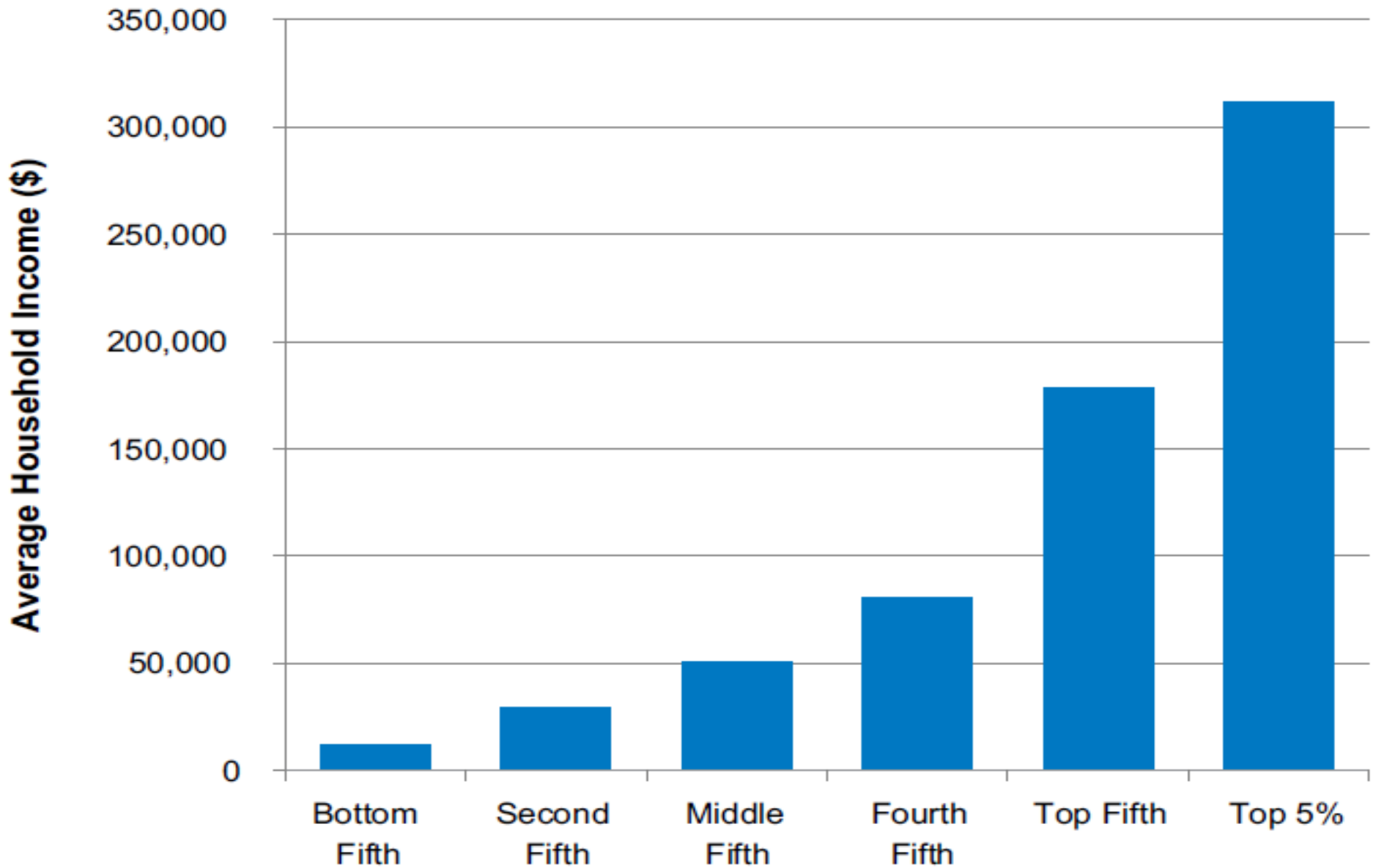
مقایسه تعداد دانشجویان در هر صد هزار نفر کل جمعیت در ایران با سایر کشورها

2010	2005	2000	1995	1985	1975	
5217	3103	2191	1557	398	428	ایران
4147	3147	2548	2043	870	690	ترکیه
3337	3309	3779	-	1711	1053	مصر
3158	2503	1629	-	-	1039	برزیل
6673	5905	4735	5442	5158	4739	آمریکا
3969	3844	3478	3167	1807	1267	انگلستان

مقایسه سهم اشتغال در سه بخش خدمات، صنعت و کشاورزی در ایران (درصد)

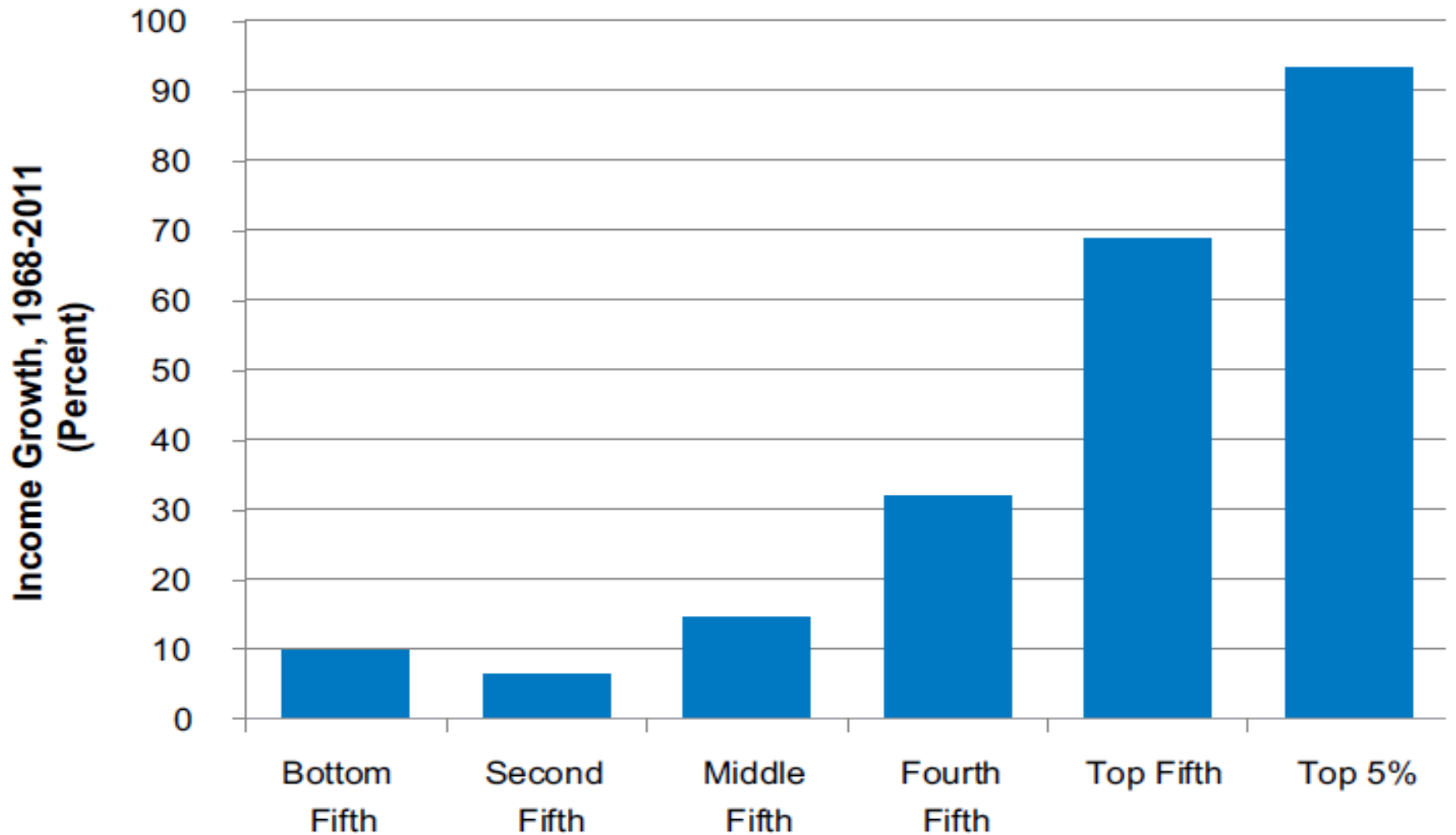


نمودار ۱۰- نابرابری در آمد در بیستک‌های جامعه آمریکا



Source: U.S. Census Bureau, Historical Income Tables: Income Inequality, Table H-3.

نمودار ۱۱- رشد در آمد در بیستک‌های جامعه آمریکا



Note: We use 1968 as the starting year in this analysis because it is the year in which income inequality in the United States started to increase, as we will discuss in Chapter 10.

Source: U.S. Census Bureau, Historical Income Tables: Income Inequality, Table H-3.

بخش دوم اقتصاد کار آفرینی

• شکاف بین منابع و نیازها، همواره دخالت و نقش آفرینی بشر را اقتضا می‌کند.

• جوامع پیشرفته امروزی، توسعه خود را مدیون انسان‌هایی می‌دانند که قادر به تبدیل رویاها و ایده‌های خلاقانه خود به حقیقت بوده‌اند و توانسته‌اند فاصله بین منابع و نیازها را کاهش دهند.

• این عاملان تغییر، شخصیت و روحیه‌ای داشته‌اند که امروزه از آن بنام **”کار آفرینی“** یاد می‌شود.

• با آشکار شدن نقش و تأثیر کار آفرینی بر روند رشد و توسعه اقتصادی و اجتماعی و همچنین اشتغال‌زایی و رفاه و... و بطور کلی خوب زیستن، باعث شده که تلاش‌هایی در جهت آموزش دانش و روحیه کار آفرینی در بین مدیران، تجار، دانش‌آموزان و دیگر افرادی که کار آفرینان آینده کشور محسوب می‌شوند، صورت بگیرد.

• ترکیب جوان جمعیت کشور، ضرورت ایجاد فرصت‌های شغلی، لزوم رهایی از اقتصاد تک محصولی نفت، سیاست‌گذاران اقتصادی و تصمیم‌گیرندگان کلان کشور را وامی‌دارد که به منبع قابل اتکایی به جز مواد اولیه بیاورند. **این منبع حیاتی چیزی جز خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی نیست.**

• کارآفرینی هم بعد نظری دارد و هم بعد کاربردی. **هر دو بعد کارآفرینی را می‌توان آموزش داد.**

• با توجه باینکه **شخصیت و روحیه انسان‌ها، عمدتاً در دوران نوجوانی و جوانی شکل می‌گیرد**، می‌توان با یک برنامه صحیح آموزشی، ضمن پرورش ویژگی‌ها و روحیه کارآفرینی، دانش‌آموزان و دانشجویان را با روش‌های راه‌اندازی کسب و کارهای خلاقانه آشنا کرد تا آنها دغدغهای برای داشتن یک زندگی خوب در آینده نداشته باشند.

• یک برنامه آموزش کار آفرینی مناسب، متضمن فراگیری روش‌های مختلف امرار معاش و تأمین مالی برای داشتن یک زندگی خوب است.

• انسان در هزاره‌های گذشته، با اراده‌ای قوی برای بهبود و توسعه شرایط زندگی خود قدم برداشته‌است و هنوز هم این راه ادامه دارد.

• جوامع بشری سه مرحله را پشت سر گذاشته‌اند.

۱- جامعه سنتی

۲- جامعه صنعتی

۳- جامعه فرا صنعتی یا جامعه اطلاعاتی

• در جامعه سنتی، مردم نیازهای خود از طریق شکار و کشاورزی تأمین می‌کردند و توانایی افراد برای تأمین نیازهای زندگی به زور بازو و کار یدی آنان بستگی داشت.

◦ با پیدایش انقلاب صنعتی، کسب و کارها رشد فوق‌العاده‌ای نمود و
◦ کار فکری بعنوان مکمل کار یدی مطرح شد. در جامعه صنعتی، میل به
ابداع و خلاقیت در بشر ترقی کرد. موتور بخار و ماشین‌های پیچیده در
این دوره اختراع شد و کارخانجات بزرگ خودروسازی راه‌اندازی شد.
◦ در جامعه اطلاعاتی، سرعت تغییر و تحولات به گونه‌ای است که از آن
بعنوان شگفتی یاد می‌شود. در این دوره از اهمیت کار یدی کاسته شد و
بجای آن نیروی انسانی کیفی که توان خلاقیت و نوآوری دارد اهمیت
پیدا کرد.

◦ در جامعه اطلاعاتی، تفکر و اندیشه عامل تمایز و برتری است و
جوامعی می‌توانند توسعه یابند که از انسان بعنوان منشاء فکر و ایده که
حیاتی‌ترین عامل تولید محسوب می‌شود، حداکثر بهره‌برداری را کنند.

بعضی از پژوهشگران بر این باورند که در جامعه اطلاعاتی سه انقلاب رخ داده است:

۱- انقلاب دیجیتالی ۲- انقلاب اینترنتی ۳- انقلاب کارآفرینی

در انقلاب دیجیتالی، اطلاعات بسرعت از طریق سیستم‌های ارتباطی باسیم، بی‌سیم، نوری و ماهواره‌ای منتقل می‌شود.

در انقلاب اینترنتی، اینترنت نسبت به دیگر راه‌های ارتباطی مثل پست، روزنامه، مجله، تلفن، رادیو و حتی تلویزیون اهمیت بیشتری پیدا می‌کند و هر کس می‌تواند اطلاعات کاملی بدست آورد.

در انقلاب کارآفرینی، هر روز کسب و کارهای جدیدی ایجاد می‌شود که در گذشته وجود نداشته است و در کسب و کارهای جدید هر کس دانایی بیشتری داشته باشد، موفق‌تر است.

• آلوین تافلر ویژگی‌های جامعه سنتی، صنعتی و اطلاعاتی را این چنین بیان می‌کند:

جامعه سنتی = خشونت

جامعه صنعتی = ثروت

جامعه اطلاعاتی = دانایی

• در جامعه سنتی، زمین کشاورزی در انحصار فئودال بوده و چون رعیت زمین نداشته، لذا قدرت اقتصادی هم نداشته.

• در جامعه صنعتی، قدرت در اختیار کارخانه‌داران محدودی بوده و چون اکثریت مردم سرمایه‌دار نبودند، لذا قدرت اقتصادی در اختیار کارخانه‌داران بوده است.

• در جامعه اطلاعاتی، چون منشاء قدرت اقتصادی، دانایی و اطلاعات است و لذا هر کس می‌تواند خود را به اطلاعات و دانایی تجهیز کند، بنابراین بهترین نوع توزیع قدرت در جوامع اطلاعاتی صورت می‌گیرد.

• منشاء قدرت در دوره جوامع اطلاعاتی در درون مغز افراد جامعه قرار دارد، که همانا دانایی و اطلاعات است. هر کس از اطلاعات و دانایی بیشتری برخوردار باشد، لیاقت و شایستگی قدرت اقتصادی و داشتن زندگی بهتر است.

• بر اساس نظر تافلر در دوره جامعه اطلاعاتی، قدرت از شکل انحصاری رایج در جوامع سنتی و صنعتی خارج می‌شود.

• بنابراین اگر دنبال توسعه و پیشرفت هستیم با علم باینکه عصر وابستگی ثروت کشور به نفت پایان یافته، همچنین باقی ماندن در جامعه سنتی و صنعتی هم مشکل ما را حل نمی‌کند، پس باید روی انسان‌ها سرمایه‌گذاری کرد و بستری را فراهم کنیم که نیروهای خلاق، نوآور، کارآفرین بتوانند از مغز خود استفاده مؤثرتری کنند و دانش را که ماده حیاتی توسعه در عصر ارتباطات و اطلاعات است، تولید کنند.

مفهوم کسب و کار:

کسب و کار = خرید و فروش و تجارت (واژه نامه آکسفورد)

کسب و کار = پول در آوردن (دیکشنری لانگ من)

کسب و کار = یک نوع کاسبی است که در آن کالا و خدمات برای فروش در بازار تولید و یا توزیع می شود (پروفسور اون)

کسب و کار = خرید و فروش کالاها، تولید کالاها یا عرضه آنها به منظور

کسب درآمد یا سود (جمع بندی)

ویژگی‌های کسب و کار:

۱- فروش یا انتقال کالاها و خدمات با هدف کسب درآمد

۲- معامله کالاها و خدمات

۳- تکرار معاملات

۴- کسب درآمد یا سود (مهمترین محرکه اداره امور کسب و کار)

۵- همراه بودن کسب و کار با ریسک (نااطمینانی از آینده)

هدف کسب و کار تنها کسب سود یا درآمد برای صاحب کار نیست (هدف اقتصادی) بلکه کسب و کار اهداف اجتماعی نیز دارد. ایجاد یک شغل در شرایط رکود اقتصادی حال حاضر ایران منجر به نجات زندگی بیکاران نیز می‌شود. (هدف اجتماعی)

عناصر کسب و کار:

• کسب و کارهای صنعتی مثل: خودرو، فولاد، پتروشیمی، مرغداری و...

• کسب و کارهای خدماتی مثل: بانکداری، حمل و نقل، بیمه، بسته‌بندی، تبلیغات و...

• کسب و کارهای تجاری مثل: صادرات، واردات، عمده‌فروشی، خرده‌فروشی و...

تقسیم‌بندی کسب و کارها:

- **کسب و کارهای الکترونیکی:** کسب و کارهایی که با پیدایش کامپیوتر، اینترنت و توسعه جامعه اطلاعاتی ایجاد شده است.
- **کسب و کارهای خانگی:** درآمد کسب و کار از طریق فعالیت در منزل ایجاد می‌شود.
- **کسب و کار خانوادگی:** وقتی افراد یک خانواده با تشکیل شرکتی، کسب و کاری را راه‌اندازی می‌کنند.
- **کسب و کار روستایی:** کسب و کارهایی که در محیط کوچک روستا رایج است.
- **کسب و کارهای کوچک و متوسط:** کسب و کارهایی که تعداد کارکنان آن بین ۱۰۰-۵۰ است.
- **کسب و کارهای بزرگ:** تعداد کارکنان به تدریج از ۱۰۰ نفر به ۵۰۰ نفر و بالاتر می‌رسد.

اسامی برخی از کسب و کارهای الکترونیکی:

الف – خدمات نرم‌افزاری

- تهیه نرم‌افزار
- تجارت نرم‌افزار
- تجارت خرده‌فروشی نرم‌افزار
- طراحی سیستم یکپارچه رایانه‌ای
- خدمات بازیابی اطلاعات
- رهن و اجاره رایانه
- تعمیر و نگهداری رایانه
- خدمات مرتبط با رایانه

ب- خدمات سخت‌افزاری

- تهیه رایانه و وسایل جانبی آن
- تجارت رایانه و وسایل جانبی آن
- خرده‌فروشی رایانه و وسایل جانبی آن
- وسایل ضبط مغناطیسی و نوری
- لامپ‌های الکترونیکی
- مدارهای چاپی
- نیمه‌هادی‌ها
- قطعات الکترونیکی

ج- تجهیزات مخابراتی

- وسایل صوتی، تصویری و خانگی
- تجهیزات تلفن و تلگراف
- تجهیزات رادیو، تلویزیون و مخابرات

نگرش نسبت به کسب و کار:

• نگرش نسبت به کسب و کار، یعنی میزان آمادگی روانی برای انجام کار. نگرش نسبت به کسب و کار می‌تواند، مثبت، منفی یا خنثی باشد.

زمینه های نگرش منفی نسبت به کسب و کار:

■ وقتی به هر دلیلی فرد از انجام کار خوشش نمی‌آید.

■ دنبال فرصتی است تا از انجام کار شانه خالی کند.

■ شرایط کار را ناعادلانه می‌داند.

■ تکیه به ثروت پدری دارد.

■ فکر میکند کار کردن زحمت دارد و سعی می‌کند چند روز زندگی را

خوش بگذراند.

زمینه های نگرش خنثی نسبت به کسب و کار:

- انجام کار را یک تکلیف می داند در برابر دستمزدی که می گیرد .
- احساس مثبت یا منفی نسبت به کار خود ندارد.
- از کار انتظار محدودی دارد و مشکلات و نارسایی های محیط کار وی را زیاد ناراحت نمی کند. از نظر روانی پذیرفته که درمقابل دستمزدی که می گیرد، باید کاری را انجام دهد.

زمینه های نگرش مثبت نسبت به کسب و کار:

- با عشق و علاقه کار می کند.
- کسب و کار را عامل موفقیت فردی و اجتماعی می داند.
- از انجام کار، احساس رضایت و شادمانی می کند.
- ° نوع نگرش یک جامعه نسبت به کسب و کار، در پیشرفت و توسعه اقتصادی نقش مؤثری دارد.
- ° یکی از موانع توسعه نیافتگی در ایران، فقدان نگرش مثبت گروه های مختلف اجتماعی نسبت به کسب و کار است.

برخی از موانع نگرش مثبت به کسب و کار در جامعه ایران:

- **اقتصاد نفتی و رانتی**
- **علاقه به ثروت باد آورده**
- **استقبال از تعطیلی بیشتر**
- **عدم رابطه بین دستمزد و نتیجه کار**
- **فزونی مشاغل خدماتی نسبت به مشاغل تولیدی**

نگرش اسلام در مورد کسب و کار:

°براستی خداوند سرنوشت هیچ قومی را تغییر نخواهد داد، مگر آنچه را

در ضمیرشان است، تغییر دهند (رعد- س ۱۱)

°پیامبر اکرم (ص) فرمود: کسی که از دسترنج خویش بخورد، روز

قیامت در شمار انبیاست و ثواب انبیا را دریافت می‌کند (مستدرک

الوسایل، ج ۲- باب ۸- حدیث ۸)

°امام باقر (ع): کسی که در امر دنیای خود کاهل باشد، نسبت به امور

اخروی خود کاهل‌تر است (وسایل الشیعه، ج ۱۲، ص ۳۷)

°امام صادق (ع): دنیای خوب، کمکی برای بدست آوردن آخرت است

(وسایل الشیعه، ج ۱۲، ص ۱۷)

مفهوم کار آفرینی:

- کار آفرینی اشاره به تعهد سپردن برای انجام کاری است. عبارت دیگر کار آفرین کسی است که متعهد می‌شود تا سازماندهی و مدیریت کسب‌وکاری را که توأم با ریسک است بپذیرد.
- یکی از تعاریف اقتصاد: چگونگی استفاده از منابع کمیاب برای دستیابی به نیازهای سیری ناپذیر انسان بود.

بطور کلی - منابع مختلفی که در اقتصاد وجود دارد عبارتند از:

• **منابع طبیعی** مثل نفت، جنگل، زمین، آب، خورشید و...

• **منابع تولید شده توسط انسان** مثل کارخانجات، خودرو، کامپیوتر، جاده، راه آهن و...

• **منابع دانش و مهارت**

• **منابع مالی**

• **روابط اجتماعی**، نیز یکی از منابع مهم محسوب می شود.

• **اقتصاد دانان** از منابع، بعنوان سرمایه یاد می کنند که برای پیشرفت و توسعه لازم است.

رابطه اقتصاد و کار آفرینی:

• سه نگرش اقتصادی در مورد کار آفرینی وجود دارد.

• **نگرش نئوکلاسیکی:** کار آفرین را یک **صاعقه هوشمند** می‌داند. کار آفرینان افرادی هستند که به سرعت رعد و برق گزینه‌ها و فرآیندهای مولد را بررسی و بهترین گزینه را انتخاب می‌کنند.

• **نگرش اطریشی:** در این مکتب، کار آفرین **فرصت‌های نامتعادل بازار** را شناسایی و از آن بهره‌برداری می‌کند.

• **نگرش شومپتری:** کار آفرینی را موتور محرک توسعه اقتصادی می‌داند و کار آفرین را فردی متفکر، جسور و رهبری الهام بخش می‌داند که با ترکیب منابع اقتصادی در قالب روشی جدید، محصول جدیدی را تولید می‌کند.

تعاریف کار آفرینی:

• کار آفرین، منابع اقتصادی را از حوزه‌ای که دارای بهره‌وری و سود پایین‌تر است به حوزه‌ای که بهره‌وری و سود بالاتری دارد، منتقل می‌کند. (ژان باتیست سه)

• کار آفرین، به بهره‌برداری از فرصت‌های کشف نشده می‌پردازد. (کرایزور)

• کار آفرین، دنبال بهره‌برداری از فرصت‌ها برای ایجاد تغییر است. (پیتر دراکر)

• کار آفرین، رقابت را افزایش می‌دهد و به دنبال فرصتی است تا نیازهای برآورده نشده را تأمین کند و ایده‌های جدید را به اجرا بگذارد. (وسپر)

- کار آفرین، دنبال خلق چیزی ارزشمند، از هیچ است. (تیمونز)
- کار آفرین، دنبال کسب و کار مخاطره آمیز جدید و سازمانی نو برای تحقق آن است. (استونر)
- کار آفرین، دارای ایده و فکر جدید است و با تجهیز منابع، از طریق فرآیند ایجاد یک کسب و کار (اینترنتی، خانگی، خانوادگی، کوچک و متوسط و...) که توأم با مخاطره مالی، اجتماعی و حیثیتی است، محصول و خدمت جدید به بازار عرضه می کند (احمدپور و مقیمی)

نقش کار آفرینی در توسعه اقتصادی:

- کار آفرینی موجب جمع آوری **سرمایه‌های سرگردان** می‌شود و سرمایه‌گذاری را رونق می‌دهد.
- کار آفرینی موجب ایجاد **اشتغال** در مقیاس وسیع می‌شود.
- کار آفرینی **به توسعه متوازن** منطقه‌ای می‌انجامد.
- کار آفرینی باعث **تمرکز اقتصادی** در جامعه می‌شود.
- کار آفرینی منجر به **توزیع مجدد ثروت**، در آمد می‌شود.
- کار آفرینی موجب استفاده بهتر از **منابع سرمایه‌ای بلا استفاده** در جامعه می‌شود.
- کار آفرینی **کیفیت زندگی** را ارتقاء می‌دهد.
- کار آفرین موجب بهبود **تجارت خارجی** می‌شود.
- کار آفرینی موجب افزایش **رقابت** در اقتصاد می‌شود.
- کار آفرینی موجب افزایش **درآمد مالیاتی** دولت و بهبود زیرساخت‌های اقتصادی جامعه می‌شود.

انواع کار آفرینی:

• کار آفرین فردی: حالتی است که فردی کسب و کار مستقلی را ایجاد می کند و با تمرکز بر نوآوری، توسعه فرآیند، محصولات با خدمات جدیدی را خلق می کند.

• کار آفرینی سازمانی: شامل پرورش رفتار کار آفرینانه در سازمانی است که قبلاً تأسیس شده و یا فرآیندی است که محصولات (خدمات) یا فرآیندهای نوآورانه با خلق فرهنگ کار آفرینانه را در یک سازمان دنبال می کند. بطور مثال یک شرکت یا سازمان، فضایی را برای کارکنان خود بوجود می آورد تا در امور کار آفرینی مشارکت کرده و محصولات خدمات و یا فرآیندهای نوآورانه را از طریق ایجاد فرهنگ کار آفرینانه به ظهور برسانند.

فرآیند کار آفرینی: از عناصر مختلفی تشکیل شده است:

• **کار آفرین:** کلیدی ترین جزء فرآیند کار آفرینی است. او آگاهانه تصمیم گرفته است تا کسب و کار جدیدی را که توأم با مخاطره است را آغاز کند.

• **فرصت:** کار آفرین با تجزیه و تحلیل و شناسایی فرصت های بازار، بهترین آنرا انتخاب و برای شروع کسب و کار در آن حوزه از آن استفاده می کند.

• **ساختار:** کار آفرین برای انجام کسب و کار، مشخص می کند که در قالب چه نوع ساختاری (فردی، شراکتی یا شرکتی) می خواهد فعالیت جدید را آغاز کند.

• **منابع:** منابع مالی و انسانی و... که برای انجام طرح لازم است را جستجو و تدارک می کند.

• **استراتژی و برنامه کسب و کار:** اهداف کلی، استراتژی ها و برنامه تفصیلی کسب و کار را تعیین می کند.

ویژگی روانشناختی و شخصیتی کارآفرینان:

- پشتکار: متوسط و بالا
- انگیزه موفقیت: متوسط و بالا
- ابتکار: متوسط و بالا
- پافشاری بر حل مشکلات: متوسط و زیاد
- تحمل ابهام: کم – متوسط – زیاد
- درستکاری و قابل اعتماد بودن: متوسط – زیاد
- تحمل شکست: زیاد
- خلاقیت و نوآوری: متوسط و زیاد
- اعتماد به نفس: زیاد
- استقلال و قابلیت کنترل درونی: زیاد
- ریسک‌پذیری: متوسط

ویژگی رفتاری کار آفرینان:

• شرایط کودکی: بسیاری از کار آفرینان موفق دوره کودکی را با حوادثی مثل فقر، عدم امنیت، مرگ والدین تجربه کرده‌اند.

• تحصیلات: قبل از ورود به جامعه اطلاعاتی عصر جدید، تحصیلات نقش کمی در کار آفرینی داشت. ولی در عصر اطلاعات، بدلیل رشد بالای فناوری، نقش تحصیلات مثبت است.

• پایگاه اجتماعی پایین: قرار نگرفتن در جایگاه اجتماعی مورد انتظار سبب می‌شود که فرد نسبت به اقدام کار آفرینانه فعال‌تر باشد.

• ویژگی تجربی: داشتن تجربه کاری قبلی در حوزه‌ای که فرد اقدام به کار آفرینی می‌کند، فوق‌العاده مؤثر است.

• الگو: اگر کسی خواهان موفقیت است، تنها باید کسانی را که موفقیت کسب کرده‌اند، الگو قرار دهد.

• احساس نیاز به پیشرفت: هر قدر احساس نیاز بیشتر باشد، تمایل به کار آفرینی افزایش می‌یابد.

شیوه های راه اندازی کسب و کار:

۱- خرید کسب و کار موجود

۲- پذیرش نمایندگی یا عاملیت فروش (Franchise)

۳- شروع کسب و کار از صفر

۱- خرید کسب و کار موجود:

• در این روش کسب و کاری که در حال فعالیت است، خریداری می‌شود.

• چون کسب و کار در حال فعالیت است، در زمان مربوط به طی کردن فرایندهای بیش از راه‌اندازی صرفه‌جویی می‌شود.

• ممکن است فروشنده، پول لازم باشد و لذا حاضر باشد با قیمت کمتری کسب و کار خود را بفروشد.

عیب‌های این روش:

• موفقیت‌های خریدار جدید تا حدودی در گرو عملکرد مالک قبلی است.

• امکان ابتکارات جدید محدود بوده و یا هزینه‌بر است.

• ممکن است بازار اشباع شده باشد و لذا در خرید باید احتیاط نمود.^{۴۹}

۲- روش پذیرش نمایندگی:

در این روش کارآفرین یا عامل فروش (Franchise) با شرکت امتیازدهنده (Franchisor) توافق می‌کند که محصول تولیدی شرکت امتیازدهنده را بفروش برساند. بطور مثال اخذ نمایندگی ایران خودرو یا بیمه ایران ...

در این روش عامل فروش بایستی چند کار انجام گیرد:

الف- اقدامات کارآفرین:

۱- سرمایه‌گذاری مالی - میزان سرمایه‌گذاری نسبت به کسب و کار صفر محدود است.

۲- دریافت تجهیزات و امکانات استاندارد از امتیازدهنده (هایدا)

۳- تعهد برای حفظ کیفیت محصول تولید شده

۴- رعایت استانداردهای امتیازدهنده

۵- پرداخت نرخ فرانشیز (درصدی از درآمد خالص کسب و کار) به امتیازدهنده

۶- تعامل مستمر با امتیازدهنده

ب- اقدامات شرکت امتیاز دهنده:

۱- ارایه مجوز برای استفاده از نام شرکت امتیاز دهنده

۲- اجازه استفاده از آرم شرکت امتیاز دهنده

۳- ارایه آموزش‌های حرفه‌ای به کارکنان عاملیت فروش

**۴- فروش مواد و تجهیزات لازم برای عملیات واحد کسب و کار با
قیمت عمده فروشی**

۵- اعطای کمک مالی یا تسهیلات

۶- نظارت بر عملیات کسب و کار جدید

۳- شروع کسب و کار از صفر:

در این روش، کار آفرین به بررسی موارد ذیل می‌پردازد:

- **ساختار مالکیتی واحد کسب و کار جدید (مالکیت انفرادی، شراکتی یا شرکتی)**
- **قوانین مالیاتی**
- **مسئولیت کسب و کار جدید**
- **چگونگی دسترسی به سرمایه**
- **فرآیند تأسیس کسب و کار جدید**

مطالعه امکان‌پذیری کسب و کار جدید:

- مطالعه امکان‌پذیری فنی
- مطالعه امکان‌پذیری بازار (بررسی فرصت‌ها و مخاطره‌های بازار)
- مطالعه امکان‌پذیری مالی (آیا کسب و کار جدید سود ده است؟)
- مطالعه امکان‌پذیری سازمانی (پیش‌بینی نیروی کار لازم برای عملیات تولید)
- مطالعه امکان‌پذیری رقابتی (تجزیه و تحلیل موقعیت رقبا در بازار)

مطالعه سرگذشت کارآفرینان موفق در ایران:

۱- شرکتهای کوچک و متوسط:

- رضا نقی لو (سازنده و تعمیرکار ترانس - ۱۳۵۷)
- مجید قادری (طراح عروسکهای دارا و سارا)
- ایرج یزدان بخش (مدیرعامل گروه پارت پلاستیک - ۱۳۱۹)
- احسان شایسته مهر (طراح سایت های الکترونیکی)
- سمیه سعادت (کارآفرین IT - ۱۳۳۲)
- علی معیری (طراح فروشگاه های اینترنتی لوح فشرده - ۱۳۶۵)
-

۲- شرکت‌های بزرگ استارت‌آپی ایران:

- شهرام شاهکار مؤسس شرکت اسنپ
- نازنین دانشور (مدیر استارت‌آپ تخفیفان)
- شایان شلیله (مدیرعامل استارت‌آپ ای نت ورک)
- رضا اربابیان (مدیر استارت‌آپ شیپور)
- تبسم لطیفی (استارت‌آپ مامان پز)
- محمد جواد شکوری مقدم (مدیر استارت‌آپ‌های آپارات و فیلمو)
- برادران محمدی (بنیان‌گذار دیجی کالا)
- مجید حسینی نژاد (مدیر استارت‌آپ‌های علی بابا و جاباما)
- (استارت‌آپ کافه بازار)
- (استارت‌آپ دیوار)
- (استارت‌آپ علی بابا)
- هومن دمیرچی (مؤسس استارت‌آپ تپسی)

استارت‌آپ چیست؟

یک سازمان موقت است که با هدف یافتن یک مدل کسب و کار تکرارپذیر و مقیاس‌پذیر بوجود آمده است. استارت‌آپ‌ها معمول حول ایده‌های نوآورانه و خلاقانه بنا می‌شوند. در واقع فرد یا افرادی خوشفکر، با ایده‌های نو، در جستجوی روش‌هایی برای کسب درآمد از آن ایده برمی‌آیند و تولید انبوه محصولات یا خدمات مبتنی بر آن ایده راه‌اندازی می‌کنند.

نوآوری در استارت‌آپ‌ها، به شکل نوآوری در بازار یا نوآوری در محصولات و خدمات خود را نشان می‌دهد. **نوآوری اسنپ، کاهش هزینه بود که فوق العاده مورد استقبال استفاده کنندگان واقع شد.**

اطلاعات اقتصادی استارت‌آپ‌های بزرگ ایرانی

اطلاعات اقتصادی	نام شرکت
بزرگترین خرده فروشی آنلاین کشور – ۸۰ درصد سهم بازار فروش سالانه: ۲۰۰ میلیارد تومان ارزش شرکت ۱۱۰۰ میلیارد تومان	دیجی کالا (۱۳۹۶)
ارزش شرکت حدود ۲۰۰ میلیارد تومان	بامیلو (۱۳۹۶)
ارزش شرکت: ۴۵۰ میلیارد تومان معاملات سالانه: حدود ۲۰۰ میلیارد تومان با ۳۰ درصد رشد سالانه سود شرکت: حدود ۶۰ میلیارد تومان در سال	کافه بازار (۱۳۹۶)
در سال ۱۳۹۵ با شرکت ۲۰ میلیون یورویی شرکت MTN شروع کرد از سال ۱۳۹۶ با رشد ماهیانه ۱۰۰ درصدی در بازار تجارت الکترونیک ایران روبرو بود	اسنپ (۱۳۹۶)
ارزش: ۴۰۰ میلیارد تومان – ۲۵ درصد سهام آن متعلق به بانک ملی	تسی (۱۳۹۶)

اطلاعات اقتصادی استارت‌آپ‌های بزرگ ایرانی

اطلاعات اقتصادی	نام شرکت
بیش از ۱۴۰ هزار بلیط با نرخ میانگین ۱۷۰ هزار تومان بفروش می‌رساند در هر ماه ۵-۹ درصد فروش ۲۴ میلیارد تومانی خود، معادل ۱/۸ میلیارد تومان را کارمزد می‌گیرد ارزش علی بابا حدود ۱۲۰ میلیارد تومان تخمین زده می‌شود	آژانس مسافرتی آنلاین علی بابا (۱۳۹۶)
ارزش حدود ۱۵۰ میلیارد تومان سالی ۱۸ میلیارد تومان درآمد و ۲۵۰ میلیون تومان هزینه دارد	دیوار (۱۳۹۶)
ارزش حدود ۲۰۰ میلیارد تومان	آپارات (۱۳۹۶)
ارزش حدود ۲۵ میلیارد تومان	زرین پال (۱۳۹۶)

بخش سوم آموزش کارآفرینی در مدارس

**Entrepreneurship Education (EE) in
School**

تعریف کار آفرینی و کار آفرین

➤ واژه کار آفرینی از کلمه فرانسوی *Entrepreneur* به معنای «متعهد شدن» نشئت گرفته است (در قرن ۱۷). در آن زمان کار آفرین فردی بود که به او مأموریت داده می شد تا پروژه بازرگانی خاصی را به عهده بگیرد.

➤ کار آفرینی یعنی فرایند ایجاد و دستیابی به فرصت ها و دنبال کردن آنها

➤ واژه نامه دانشگاهی وبستر، واژه کار آفرین را این گونه تعریف نموده است: **کار آفرین کسی است که متعهد می شود مخاطره های یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل کند.**

➤ کار آفرین کسی است که توانایی آن را دارد تا فرصت های کسب و کار را ببیند و آنها را ارزیابی کند، سپس منابع لازم را جمع آوری و از آنها بهره برداری بهینه نماید و به عبارتی از راه ایجاد و سازماندهی مجموعه منحصر به فردی از منابع، به دنبال بهره برداری اثربخش از فرصتها باشد.

➤ **کار آفرینی اساساً اکتسابی است؛ یعنی می شود آن را به افراد آموزش، تقویت و پرورش داد.**

لذا با شناخت قابلیت های روانشناختی کار آفرینی از یک سو و شناخت زمینه های مناسب بروز

و پرورش این قابلیت ها در جامعه، به خصوص در نظام آموزشی از سوی دیگر، می توان

نیروی انسانی کار آفرین را تربیت کرد.

ضرورت آموزش کار آفرینی

➤ صرف نظر از میزان توسعه یافتگی، همه کشورها در تلاشند تا با استفاده از توسعه کار آفرینی، بویژه در کارهای کوچک، بر موانع توسعه، کسب و رفاه و شکوفایی اقتصادی غلبه کنند. **اهمیت تربیت کارآفرینان به اندازه ای است که سازمان های بین المللی مانند سازمان توسعه و همکاری های اقتصادی، مجمع جهانی اقتصاد، و نیز یونسکو نه تنها آموزش کار آفرینی را توصیه کرده اند، بلکه در سال های اخیر آن را از تکالیف دولت ها و آموزش رسمی برشمرده اند.**

➤ کشورهای پیشرفته آموزش کار آفرینی را محور اساسی در برنامه های خود قرار داده و با این کار عملاً به دانش آموختگان خود می آموزند که چگونه در حین یادگیری علم، کار کنند. **بعبارت دیگر آنها می آموزند چگونه یک ایده یا فکر جدید را به محصولی جدید تبدیل کنند.**

ضرورت آموزش کارآفرینی

➤ آموزش صحیح کارآفرینی باعث رشد اقتصادی میشود.

➤ ابزارهای مختلف پشتیبانی و تامین منابع برای آموزش کارآفرینی مورد نیاز است. برای دانش و مهارت های آموزش کارآفرینی معلمان و آموزش دهندگان باید توسعه یابد.

➤ گرچه مفهوم کارآفرینی در دهه های قبل ابداع شده، اما هنوز خیلی از معلم ها با این مفهوم آشنا نیستند، نه امکانات مختلف مربوط به فن تعلیم را می شناسند نه منابع لازم برای انجام این وظیفه را دارند.

دلایل آموزش کار آفرینی در مدارس

- افزایش فرصت های اقتصادی
- استفاده از کار آفرینی بعنوان عامل عدالت اجتماعی
- کار آفرینی به کودکان یاد می دهد آزادانه فکر کنند و مهارت ها و استعداد های متعارف خود را پرورش دهند.
- القای اعتماد به نفس به کودکان
- پرورش ویژگی هایی مثل ریسک پذیری و تاب آوری در کودکان (افراد مرفه معمولاً کودکان را به ریسک پذیری و اشتباه کردن تشویق نمی کنند، در حالی که این دو برای ابتکار و خلاقیت ضروری هستند)•
- افزایش رفاه اجتماعی و عاطفی
- افراد بعد از راه اندازی کسب و کار خودشان ، کنترل بیشتری بر سرنوشت خود دارند.
- کارآفرینان دوست دارند در زمینه های مختلف خوب باشند، نه فقط در یک زمینه خاص. همین توانایی تفکر وسیع، این افراد جوان را قادر می سازد به انواع کارهای ضروری ورود نمایند.

چرا آموزش کارآفرینی از مدرسه؟

➤ بررسی ویژگی های کارآفرینان موفق در جهان ضرورت آغاز این آموزش ها را در سنین آغازین تحصیل توجیه می نماید: نگرش، عامل بروز تفاوت های اساسی در عملکرد کارآفرینان می شود. نگرش ها، اکتسابی و زمان بر هستند. همین ویژگی باعث می شود فرصت های کسب و کار به سرعت و پی در پی برای کسانی که دانشگاه و بعد از آن را نقطه آغاز آموزش کسب و کار برمی شمردند، از دست بروند.

چرا آموزش کار آفرینی از مدرسه؟

➤ دلیل دیگر آغاز کردن این آموزش ها از مدرسه این است که در گذشته قابلیت های مورد نیاز برای راه اندازی موفق یک کسب و کار بسیار ناچیزتر از این روزگار بود. در سال های نه چندان دور چیزهایی به نام استراتژی، مشتری مداری، کیفیت، تحلیل رفتار خریدار، طراحی، بسته بندی، قوانین و مانند آن یا وجود نداشتند یا بسیار سطحی و ابتدایی بودند. اما امروزه، حتی در حوزه دانشی، چیزهای زیادی وجود دارد که برای راه اندازی و اداره موفق یک کسب و کار باید دانست. **این حجم از قابلیت ها شامل دانش، مهارت و نگرش به زمان زیادی، بسیار بیشتر از آموختن در دوره دانشگاه یا بعد از آن نیاز دارد.**

➤ دلیل سوم این است که نه دانشجویان و نه استادان دانشگاه برنامه و انگیزه ای برای تربیت کارآفرین ندارند. نظام آموزش تحصیلات عالی و تکمیلی نیز برای تربیت کارآفرین برنامه و هدفی ندارد.

۳-۱- تجربه های بین المللی در زمینه آموزش کارآفرینی در مدارس

۱- تجربه فنلاند: معلمان اصلی (Head Teachers) آموزش کارآفرینی را مدیریت می کنند

- ❖ در فنلاند آموزش ابتدایی از ۷ سالگی شروع می شود. بیشتر معلمان یا هیچ آموزشی در زمینه کارآفرینی ندیده بودند یا آموزش کمی دیده بودند. با این حال آموزش کارآفرینی در این کشور بخشی از برنامه درسی اصلی ملی از سال ۱۹۹۴ است.
- ❖ در حالی که اصلاحات بنیادی آموزش و پرورش در سطح برنامه کشور های اروپایی در حال پیشرفت بود، ولی اجرای طرح های کارآفرینی در فنلاند کند پیش می رفت.
- ❖ توسعه آموزش های معلمان اصلی برای کارآفرینی، یک نیاز ضروری بود. بعبارتی آموزش کارآفرینی در مدارس می تواند بوسیله آموزش معلمان اصلی بهتر از استخدام نسل جدیدی از معلمان اصلی آشنا با زمینه های کارآفرینی است.

۱- تجربه فنلاند: معلمان اصلی (Head Teachers) آموزش کار آفرینی را مدیریت می کنند

❖ فعالیتهای آموزش کار آفرینی در مدارس فنلاند از ۶ طریق صورت می گیرد:

✓ آموزش کار آفرینی در قالب برنامه های سالیانه

✓ دوره های کاری

✓ باشگاه های کار آفرینی

✓ مشارکت در مدرسه کسب و کار

✓ درس های زمینه ای در مورد کار آفرینی

✓ توسعه فعالیت های بنگاه محور در مدرسه

❖ مدیریت آموزش کار آفرینی در مدارس فنلاند وابسته به شخص نیست .

۱- تجربه فنلاند: معلمان اصلی (Head Teachers) آموزش کارآفرینی را مدیریت می کنند

❖ علیرغم تفاوت معلمان اصلی و مدارس فنلاند، **سطح مدرسه** (دوره اول ابتدایی (کلاس های ۱-۶)، دوره دوم ابتدایی (کلاس های ۷-۹) و دوره عمومی متوسطه معمولاً ۳ سال) و **آموزش معلمان اصلی** در زمینه آموزش کارآفرینی بایکدیگر تناسب دارد.

❖ **فعالیت های آموزش کارآفرینی معلمان اصلی از مدارس ابتدایی شروع شده و در دبیرستان تقریباً دو برابر می شود.** در سطح دبیرستان، فعالیت های آموزش کارآفرینی، ساختاریافته تر، برنامه ریزی شده و مرتبط با ذینفعان مختلف مدرسه است.

۱- تجربه فنلاند: بر ساخت اجتماعی کار آفرینی دانش آموزان مدرسه کسب و کار

➤ امروزه محققان به این نتیجه رسیده اند که کار آفرینی قابل آموزش است.

➤ بر اساس مطالعه ای که در سال ۲۰۱۵ در فنلاند انجام شد، آموزش کار آفرینی

موثر باید مبتنی بر تئوری کار آفرینی منسجم و در عمل بر فعالیت های

یادگیری دانش آموزان متمرکز شود.

۱- تجربه فنلاند: بر ساخت اجتماعی کار آفرینی دانش آموزان مدرسه کسب و کار

➤ میتوان از گزارش های کار آفرینی دانش آموزان در ساخت

چارچوبی برای EE (آموزش کار آفرینی) استفاده نمود.

➤ همچنان که مباحثات کسب و کار، نوآوری و سبک زندگی بطور

جمعی نشر داده می شود، باید فضایی را برای مباحثات کار آفرینی

جمعی مطالبه کنیم، در حالی که به مباحثات سنتی نیز توجه

داریم، این کار ممکن است در تشویق کار آفرینی در میان دانش

آموزان موثر باشد.

۲- تجربه مکزیک: توسعه کار آفرینی در مدارس ابتدایی (اولین شرکت من: کار آفرینی بواسطه بازی کردن)

➤ همزمان با جهانی شدن، در مکزیک، اجرای مدل توسعه نئولیبرال ترویج شد که اثرات جانبی آن با افزایش نرخ بیکاری سالانه در دوره ۲۰۱۴-۱۹۸۲ ظاهر شد. بنابراین ضروری بود که سیاست اقتصادی دوباره به سمت ایجاد و افزایش اشتغال و درآمد هدایت شود تا بیکاری مزمن کاهش یابد. در نتیجه مکزیک FESE (بنیاد آموزش بنگاه های اقتصادی) را راه اندازی نمود. هدف FESE، ترویج کار آفرینی در همه سطوح برای دستیابی به تحول اجتماعی از طریق ایجاد و کمک به ایجاد شرکت های کوچک جدید است.

۲- تجربه مکزیک: توسعه کار آفرینی در مدارس ابتدایی (اولین شرکت من: کار آفرینی بواسطه بازی کردن)

➤ "اولین شرکت من: کار آفرینی بواسطه بازی"، جزوبرنامه های (sub-program) آموزشی مکزیک است که برای ترویج کار آفرینی در سطح مدارس ابتدایی طراحی شد. هدف این برنامه در کوتاه مدت، توسعه روح کار آفرینانه در میان دانش آموزان ۱۲-۱۱ ساله ابتدایی (کلاس پنجم و ششم) در ۲۷ ایالت مکزیک بود و منجر به ایجاد ۱۳۲۷ شرکت کوچک در دوره ۲۰۱۴-۲۰۰۹ (۳۳ مدرسه در سال ۲۰۰۹ که به ۱۱۱ مدرسه در سال ۲۰۱۴ رسید) شد. **انتظار می رود این برنامه بعد ها کسب و کارها و مشاغل جدیدی را ایجاد کند و در بلند مدت به حل مشکل بیکاری و رشد پایدار مکزیک کمک کنند.**

۲- تجربه مکزیک: توصیف برنامه آموزش کار آفرینی ("اولین شرکت من: کار آفرینی بوسیله بازی کردن")

• این برنامه شامل سه مرحله است:

□ **مرحله اول: دوره آموزش آنلاین کارآفرینی (بوسیله مربیان یا**

معلمان به مشاوران ارائه می شود):

بعد از اتمام مرحله آموزش، مربیان و مشاوران یک مدرسه ابتدایی را

انتخاب می کنند و لذا یک توافق نامه رسمی بین آنها و مدرسه

ابتدایی امضا می شود. FESE سرمایه لازم را فراهم می کند.

مدرسه هم تعهد می کند که والدین ۲-۳ بار در هفته به مدرسه

بیایند (ساعت ۱۶-۱۸) تا از پیشرفت های بچه ها ایشان از طریق

مشاوران با خبر شوند..

۲- تجربه مکزیک: توصیف آموزش کار آفرینی ("اولین شرکت من: کار آفرینی بوسیله بازی کردن")

- در دسترس بودن منابع اقتصادی، حمایت مشاوران و مربیان، مشارکت والدین و تشخیص فرصت ها برای ارائه محصولات و خدمات جدید به جامعه، عناصر حیاتی برای ایجاد یک محیط اجتماعی مطلوب در سطح خرد هستند تا توانایی های دانش آموزان را برای ایجاد و مدیریت یک بنگاه اقتصادی سودآور را افزایش دهد.

۲- تجربه مکزیک: توصیف آموزش کار آفرینی ("اولین شرکت من: کار آفرینی بوسیله بازی کردن")

• مرحله دوم: توسعه فعالیت های اقتصادی خطرپذیر جدید با کمک یک

گروه مشاور:

در شروع فاز دو مشاوران، ۸ تیم ۴ نفره از دانش آموزان را بصورت تصادفی انتخاب می کنند. سپس هر تیم مسئول راه اندازی یک شرکت کوچک می شود. در مرحله بعدی هر مشاور پروفایلی از هر دانش آموز ایجاد می کند و با توجه به ترجیحات و توانایی های مورد نیاز برای ایفای نقش های مختلف مدیریتی (مدیر عمومی، مدیر تولید، مدیر فروش، مدیر مالی و مدیر تبلیغات) نقش پیشنهادی برای بازی هر دانش آموز را تعیین می کند.

۲- تجربه مکزیک: توصیف آموزش کار آفرینی ("اولین شرکت من: کار آفرینی بوسیله بازی کردن")

• کارآفرینان، چشم انداز، مأموریت، خط مشی ها، چارت سازمانی و لوگوی کسب و کار را تعریف می کنند؛ علاوه بر این استراتژی کسب و کار و تبلیغات را نیز طراحی کرده تا جایگاه شرکت کوچک را دقیقاً تعیین کنند. پس از این مرحله، کارآفرینان شرکتشان را به گروه سهامداران نشان می دهند: مدیر مدرسه، والدین، هم کلاسی ها، مشاوران و مریبان. سپس دانش آموزان شرکت کننده در این برنامه، دانش بدست آمده از مشاورانشان را بکار می گیرند تا یک نمونه اولیه (prototype) یک محصول یا خدمت را طراحی کنند.

سپس هزینه های تولید و قیمت محصول را تعیین کرده، تجهیزات را شناسایی کرده و در نهایت امکان پذیری مالی پروژه های کسب و کارشان را از طریق تجربیات عملی ارزیابی می نمایند. وقتی طرح تجاری کامل شد، در یک دوره ۳ تا ۴ ماهه، محصول تولیدی به بازار عرض می شود. گرچه کارآفرینان همه تصمیماتشان را بر اساس طرح مطالعه شده اجرایی اخذ می کنند، اما از آزادی کامل در اقدام برخوردارند.

۲- تجربه مکزیک: توصیف آموزش کار آفرینی ("اولین شرکت من: کار آفرینی بوسیله بازی کردن")

مرحله دوم: توسعه فعالیت های اقتصادی خطرپذیر جدید با کمک یک گروه مشاور:

✓ محصولات که بوسیله این شرکت های کوچک ساخته می شوند: آب نبات، صنایع دستی، تزئینات

اداری، دفترچه های دکوری، جواهرآلات محلی، لوازم آرایشی، محصولات تمیزکننده و غذا.

✓ پس از تولید، تبلیغات و بازاریابی آن را در خانه، همسایگان، ادارات و یا در میان سایت ها انجام می دهند.

✓ **تامین منابع مالی برنامه:** وقتی پروژه ها توسط هماهنگ کنندگان اجرایی هر مربی و FESE

تصویب می شود، هر شرکت، ۳۰۰۰ پزو مکزیک (حدود ۱۷۰ دلار) در سال ۲۰۰۹ و ۱۵۰۰ پزو

(حدود ۸۵ دلار) از ۲۰۱۳-۲۰۱۰ بعنوان سرمایه اولیه دریافت می کند. هر یک از مشاوران

۲۴۰۰۰ پزو (۱۳۷۰ دلار) کمک هزینه برای ۶ ماه دریافت می کند و مربی نیز پول منحصر به

فردی، یعنی ۱۰۰۰۰ پزو (۵۷۰ دلار) دریافت می کند. همه این منابع اقتصادی از طریق صندوق

FESE تامین می شود.

۲- تجربه مکزیک: توصیف آموزش کار آفرینی ("اولین شرکت من: کار آفرینی بوسیله بازی کردن")

مرحله سوم: راه اندازی کسب و کارهای کوچک:

- کارآفرینان با کمک مشاوران، گزارش نهایی ارائه کرده و صورت های مالی را می بندند.

- در پایان، کارآفرینان درآمدها و سودها را در میان خودشان بعنوان پاداش توزیع می کنند. هزینه های انجام شده به عنوان هزینه های سرمایه گذاری مدرسه تلقی می شود و هیچ مالیاتی برای این نوع فعالیت های در مدارس در نظر گرفته نمی شود.

۲- تجربه مکزیک: توسعه کارآفرینی در مدارس ابتدایی (اولین شرکت من: کارآفرینی بواسطه بازی کردن)

❑ بچه‌هایی که در این برنامه مشارکت کردند، توسعه قابل توجهی را از لحاظ تولید و بازاریابی نه تنها در کالاهای صنایع دستی، بلکه همچنین در کالاهایی با ارزش افزوده بالا تجربه کردند.

❑ منابع مالی و انسانی مورد نیاز برای آموزش کارآفرینی توسط FESE توسط دانشگاه‌ها، مدارس ابتدایی و آژانس‌های دولتی تامین شد. درصد شرکت‌های کوچک جدید موفق در هر ایالت با تعدادی مشاوران و مربیانی که هر تیم کارآفرینی را هدایت و توسعه دانش کارآفرینی، بطور قابل ملاحظه‌ای افزایش یافت.

❑ این برنامه کارآفرینی در دوره راهنمایی و دبیرستان تکمیل می‌شود و پس از اتمام آموزش بصورت حرفه‌ای بکار گرفته می‌شوند تا به هدف نهایی ایجاد یک کسب و کار سودآور با اثر مثبت بر اقتصاد و جامعه نائل شوند.

❑ این برنامه بر توسعه مسئولیت اجتماعی افراد شرکت‌کننده نیز تکیه داشت و از طریق مدیریت مالی، اقتصادی، اجتماعی و جنبه‌های اخلاق کارآفرینی هدف خود را دنبال می‌نمود.

۲- تجربه مکزیک: توسعه کار آفرینی در مدارس ابتدایی (اولین شرکت من: کار آفرینی بواسطه بازی کردن)

✓ تجارب مکزیک در زمینه آموزش کار آفرینی نشان می دهد کودکان می توانند بطور اثربخشی آموزش داده شوند تا کار آفرین شوند. در کوتاه مدت بنگاه های اقتصادی کوچک جدیدی مبتنی بر ارزش های فردی و اجتماعی ایجاد می شود.

✓ مهم ترین درس هایی که دانش آموزان از مشارکت در این برنامه گرفته اند: یادگیری در زمینه شفافیت، در مدیریت پول و تامین مالی، انسجام (همبستگی)، احترام و همکاری و مشارکت

✓ آموزش کار آفرینی (EE) مکزیک، به ارتقای دانش اقتصادی-اجرایی، تقویت ارزش ها، توسعه مهارت های کار آفرینی و شناخت کار آفرینی بعنوان یک استراتژی بلندمدت برای خوداشتغالی و ایجاد ثروت در میان دانش آموزان ابتدایی کمک کرده است.

۲- تجربه مکزیک: توسعه کار آفرینی در مدارس ابتدایی (اولین شرکت من: کار آفرینی بواسطه بازی کردن)

- ✓ تجربه مکزیک نقش کلیدی مربیان (معلمان) و مشاوران در آموزش کار آفرینی را نشان می دهد و اینکه نقش مربی در اجرای موفقیت آمیز یادگیری کار آفرینی، چقدر مهم است.
- ✓ این برنامه منجر به توسعه اجتماعی شد: پیشرفت فردی، استقلال اقتصادی، تقویت ریسک پذیری، توانایی برای یادگیری و انجام کار و آشنایی با خوداشتغالی.
- ✓ اجرای این آموزش کار آفرینی، ظرفیت بهبود موقعیت اقتصادی اجتماعی و افزایش خود اشتغالی مکزیک در میان کشورهای در حال توسعه را نشان داد.

۳- آموزش کار آفرینی در سوئد

- سوئد استراتژی آموزش کار آفرینی را در سال ۲۰۰۹ تصویب کرد و در سال ۲۰۱۲ اصلاح شد. Skolverket (آژانس آموزش در سوئد)، وظیفه اجرای این راهبرد ملی را بعهدہ گرفت. این آژانس سرمایه لازم را برای شهرداری ها، آموزشگاه های مستقل، و دیگر سازمان هایی که در زمینه آموزش کار آفرینی کار می کنند، فراهم می کند. آژانس همچنین فعالیت های تحقیق و توسعه و تهیه دستورالعمل های آموزش کار آفرینی را پشتیبانی می کند. اقدامات آژانس منجر به تهیه مجموعه جامعی از دستور العمل های ساده گردیده بطوریکه مفاهیم کار آفرینی را براحتی به معلمان منتقل می کند.

۳- آموزش کار آفرینی در سوئد

- آموزش کار آفرینی در سوئد در همه سطوح مدارس و به اشکال مختلف اجرا در می آید و **بخشی از آموزش اجباری است**، و از آن بعنوان هدف بینابینی برنامه درسی در آموزش ابتدایی، متوسطه و آموزش شغلی یاد می شود. **اغلب بعنوان یک موضوع جداگانه تدریس می شود**. پس از اتمام تحصیلات از دانش آموزان انتظار می رود مفاهیم کار آفرینی برای افراد، سازمان ها، کسب و کارها و جوامع را درک کرده باشند. **روش های تدریس و یادگیری در سراسر کشور و حتی از مدرسه ای به مدرسه دیگر متفاوت است**.

۳- آموزش کار آفرینی در سوئد

Flashes of Genus (Snilleblixtarna): سازمانی است که آموزش کارآفرینی را از طریق تمرکز آموزش معلمان مدرسه حمایت می کند تا علاقه بچه ها را به کارآفرینی، تکنولوژی، علوم طبیعی و اختراعات را افزایش دهد. برنامه آموزشی سوئد برای معلمان دستورالعمل هایی را تهیه می کند دارد که در کار روزانه شان از آن استفاده کنند و به آنها کمک می کند با موضوعات تکنولوژی روز و کارآفرینی مواجه شوند. این سازمان از طریق صندوق های مختلفی مثل صندوق EU تامین مالی می گردد.

اهداف اصلی این طرح عبارتند از:

- ❖ برانگیختن خلاقیت و توانایی بچه ها برای انجام ابتکارات
- ❖ حمایت بچه ها در تفکر مستقل و خلاقانه
- ❖ گسترش دانش بچه ها بوسیله اجازه دادن به آنها که با اختراعات خودشان کار کنند.
- ❖ کمک به فرآیندهای یادگیری مدارس تا کارآفرینانه محورتر باشند.

۳- آموزش کار آفرینی در سوئد

- **گروه های هدف Snilleblixarna:** نخستین گروه هدف، **معلمان** هستند و سپس دانش آموزان.
- **سازمانهای درگیر:** Snilleblixarna از طریق شرکای محلی و منطقه ای کمک می شود. حدود ۶۰ اپراتور تایید شده در سوئد بازوی Snilleblixarna در مدارس هستند. اپراتورهای تایید شده در آموزش و اعتبارسنجی معلمان کمک می کنند. نقش آنها این است که مواد آموزشی را فراهم میکنند، جلسات آموزشی معلمان Snilleblixarna، راسازماندهی کرده و به برگزاری نمایشگاه های محلی و منطقه ای کمک می کنند. آموزش کار آفرینی بوسیله شهرداری های مربوطه تامین مالی می شود.

۳- آموزش کار آفرینی در سوئد

- **نتایج فعالیت Snilleblixarna:** بیش از ۵۰ شرکت با این سازمان در سوئد همکاری دارند، به دلیل اقدامات (ابتکاری) جایزه دانش را در سال ۲۰۰۹ دریافت کرد و همچنین در غرفه سوئد در نمایشگاه جهانی شانگهای در سال ۲۰۱۰ شرکت کرد. عامل کلیدی موفقیت این پروژه بر مشارکت افراد مختلف است، **عمدتاً مبتنی بر کار داوطلبانه استوار است. امروزه بیش از ۴۰۰۰۰ فرد جوان درگیر این پروژه هستند و این مفهوم همچنین در نروژ هم گسترش یافته است.**
- **درس هایی از تجربه سوئد:** وابسته کردن کار مدارس به این طرح با کمک شرکت های محلی بسیار مهم است. Snilleblixarna توانسته به آموزش و توسعه مهارت ها در دانش آموزان کمک کند.

۳- مثال هایی از ابتکارات آموزش کارآفرینی در سوئد

۱. **UF--ENTERPRISE** (برنامه ای برای کارآفرینان جوان - تاریخ راه اندازی: ۱۹۸۰ - مجری: شهرداری SODERHAMN - گروه هدف: دانش آموزان دبیرستانی بین سنین ۱۶ تا ۲۰ سال):

۲. این طرح برای افراد جوانی است که می خواهند تجربه ای از دنیای واقعی کسب و کار بدست بیاورند، از جمله یادگیری در مورد چرخه زندگی یک شرکت، نوشتن یک برنامه کسب و کار، تجربه کردن مدیریت فروش و تهیه یک گزارش مالی سالانه. با کمک معلمان و نمایندگی کسب و کارهای مختلف، دانش آموزان شرکت های خودشان را تأسیس کرده و در دوره تحصیلی فعالیت شرکت را هدایت می کنند. این برنامه نیاز به مشارکت بالای معلمان، انگیزه قابل توجه دانش آموزان دارد. در نهایت ۲۴٪ دانش آموزان شرکت خودشان را راه اندازی کرده اند.

۳- مثال هایی از ابتکارات آموزش کارآفرینی در سوئد

۱. **SUMMER CHALLENGE** (برنامه ای برای کارآفرینان جوان - مجری:

دبیرستان Staffan - گروه هدف: دانش آموزان دوره دوم دبیرستان): هدف اصلی آن توسعه مهارت های کارآفرینانه افراد جوان است.

۲. دانش آموزان با شرکت در دوره های آموزشی و همچنین راه اندازی شرکت های خودشان، یک تابستان را به کسب تجربه در جنبه های مختلف کارآفرین را تجربه می کنند. شرکت ها می تواند هم بوسیله افراد و هم تیم ها راه اندازی شوند. در شروع برنامه، دانش آموزان یک کمک هزینه تحصیلی دریافت می کنند و یک مربی آنها را راهنمایی می کند.

۳- مثال هایی از ابتکارات آموزش کارآفرینی در سوئد

۱. **Future seeds** (برنامه ای برای معلمان - تاریخ راه اندازی: ۲۰۰۲-)

گروه هدف: معلمان

۲. یک سازمان غیرانتفاعی (FramtidsFrön)، رویکرد پیچیده کارآفرینی در مدارس ابتدایی را دنبال می کند. این سازمان معلمان را آموزش می دهد و ابزارهای مختلفی را فراهم می کند تا مفاهیم کارآفرینی در مدارس آسان تر به دانش آموزان منتقل شود. FramtidsFrön با شهرداری ها و مدارس کار می کند. همچنین معلمان با کمک این سازمان در تولید مواد درسی همکاری می کنند.

۳- مثال هایی از ابتکارات آموزش کار آفرینی در سوئد

۱. **FINN UP.** (نوعی رقابت دانش آموزی - تاریخ راه اندازی: ۱۹۷۹ - مجری: جامعه مهندسی سوئد - گروه هدف: دانش آموزان):

۲. **فیناپ یک رقابت سنتی سوئدی برای بچه های ۱۵-۱۲ ساله است.** دانش آموزان مسئله ای را در زندگی روزمره شان شناسایی می کنند و سپس سعی می کنند آن را با یک ابتکار (اختراع) حل کنند. بعد از انجام اینکار، آنها تکنولوژی را یاد می گیرند. هدف این برنامه افزایش علاقه به علم و تکنولوژی در میان افراد جوان است. فیناپ بوسیله دولت سوئد تامین مالی می شود. دانش آموزان می توانند در در قالب گروهی یا بصورت انفرادی کار کنند.

۳- تجربه سوئد: تاثیر آموزش کار آفرینی در دبیرستان بر عملکرد کار آفرینانه بلندمدت

➤ در دهه های اخیر افزایش یافته ای در برنامه های آموزش کار آفرینی (EET) در سراسر جهان دیده می شود. **هدف این اقدامات، افزایش نرخ و کیفیت شرکت های استارت آپ است.** در برنامه های کار آفرینی مدارس ابتدایی و راهنمایی کمتر به اثرات بلندمدت پرداخت می شود اما ممکن است مهارت های غیرشناختی مرتبط با کار آفرینی را پرورش دهد.

➤ ارتباط بین آموزش و پرورش و عملکرد کار آفرینانه مانند کسب درآمد از خوداشتغالی، بقای شرکت، سود و رشد شرکت، مثبت است. **طی یک متا آنالیز مشخص شد شاخص های سرمایه انسانی ارتباط بسیار نزدیکی با موفقیت های کار آفرینانه دارند.** در کنار سطح آموزش، انتخاب رشته در مدرسه یا برنامه های آموزشی می تواند یک مولفه مهم کار آفرینی باشد.

۳- تجربه سوئد: تاثیر آموزش کار آفرینی در دبیرستان بر عملکرد کار آفرینانه بلندمدت

□ JACP برنامه ای است که سال هاست اجرا می شود و در ۱۲۲ کشور بطور گسترده ای در دسترس است.

□ JACP (برنامه شرکت موفق کوچک) از ۱۹۸۰ در دبیرستان های سوئد اجرا می شود و تا کنون

حدود ۲۰۰۰۰۰ نفر دانش آموز در این برنامه مشارکت کرده و شرکت های JACP را راه اندازی و مدیریت کرده اند. دانش آموزان کل چرخه زندگی یک شرکت را از طریق (یادگیری بوسیله انجام دادن)

تجربه می کنند. تحت راهنمایی مربیان و معلمان، شرکتی به نام JACP را راه اندازی کرده و برخی از انواع محصولات و خدمات را تولید کرده و می فروشند، سپس ترازنامه شرکت بسته

می شود. کار آفرینی JACP در بیش از ۵۵۰ دبیرستان در سوئد اجرا شده (نیمسال تحصیلی

۲۰۱۰/۲۰۱۱) و در هر مدرسه سالانه حدود ۲۰۰۰۰ دانش آموز دبیرستانی شرکت های JACP را

راه اندازی می شود.

۳- تجربه سوئد: تاثیر آموزش کار آفرینی در دبیرستان بر عملکرد کار آفرینانه بلندمدت

□ طی مطالعه ای در سال ۲۰۱۰ تاثیر این برنامه بر زندگی آینده سه گروه دانش آموزان دبیرستانی مطالعه شد. دانش آموزان ۱۹-۱۷ ساله ای که در سال های ۱۹۹۶-۱۹۹۴ در ۲۷۸ دبیرستان سوئد دوره دبیرستان را می گذراندند و در آن زمان شرکت JACP را هم راه اندازی کرده بودند. این افراد شامل ۱۹۴۰۰۰ نفر بودند که البته نمونه مطالعه روی ۹۷۳۱ فارغ التحصیل JACP انجام گرفت.

۳- تجربه سوئد: تاثیر آموزش کار آفرینی در دبیرستان بر عملکرد کار آفرینانه بلندمدت

□ با استفاده از دو پایگاه داده ای، اطلاعات و وضعیت زندگی این افراد بررسی شد و این تحلیل صورت گرفت که آیا راه اندازی و مدیریت شرکت های JACP در ادامه فعالیت های کار آفرینانه آنها در آینده تاثیری داشته یا خیر.

۱. پایگاه داده های SCB که شامل همه شرکت های ثبت شده در سوئد می باشد.

۲. پایگاه داده های LISA که شامل اطلاعات در مورد همه افراد ۶۴-۱۶ ساله مقیم سوئد از نظر کار، محل زندگی و خانواده است. این پایگاه اطلاعات مفصلی در مورد وضعیت آموزشی افراد دارد.

۳- تجربه سوئد: تاثیر آموزش کار آفرینی در دبیرستان بر عملکرد کار آفرینانه بلندمدت

□ تحلیل انجام شده سه پیامد را در نظر می گیرد:

❖ بررسی تاثیر مشارکت JACP بر گرایش افراد به شروع یک شرکت جدید در آینده

❖ ارزیابی اثر مشارکت JACP بر درآمد کاری افرادی که یک شرکت جدید را راه اندازی کردند.

❖ تاثیر مشارکت JACP بر بقای شرکت

□ نتایج نشان می دهد که مشارکت در JACP احتمال راه اندازی یک شرکت

کار آفرینانه موفق در آینده را افزایش می دهد، همچنین درآمد این افراد

نسبت به افرادی که این دوره را نگذرانده اند، بالاتر است. اما مشارکت JACP

بر بقای شرکت تاثیری نمی گذارد.

۴- وضعیت آموزش کار آفرینی در ژاپن

- ژاپن اولین کشوری است که ترویج فرهنگ کار آفرینی را از سطح دبیرستان شروع کرد. اولین مؤسسه در توکیو در سال ۱۹۵۶ میلادی آغاز به کار کرد.
- در سال ۱۹۵۸، سازمان آموزش و پرورش ژاپن طرحی را برای اشاعه فرهنگ کار آفرینی تحت عنوان سربازان فداکار اقتصادی ژاپن پیاده و اجرا کرد. بر اساس این طرح افراد از سطح دبیرستان ها آموزش های کار آفرینی را فرا می گیرند و سپس یاد میگیرند که چگونه در حین تحصیل کار کنند و به دنبال کسب سود باشند؛ و چگونه کشورشان را از وابستگی صنعتی رهایی دهند.

۴- وضعیت آموزش کارآفرینی در ژاپن

□ به تدریج مسئله کارآفرینی در ژاپن به سطح دانشگاه ها هم کشیده شد. در حال حاضر ۴۶.۱٪ دانشگاه ها در ژاپن (۲۴۷ آموزشگاه)، برنامه درسی کارآفرینی دارند.

□ برنامه Hiranuma در سال ۲۰۰۱ برای ارتقاء کارآفرینی طی ۱۰ سال بعد در دانشگاه ها و دانشکده های ژاپن تعیین شد. هدف این برنامه عبارت بود از:

- افزایش تعداد ثبت اختراعات به ۱۰ برابر و رسیدن آن به ۱۰۰۰ مورد در هر آموزشکده (از طریق بنگاه های اقتصادی که با سرمایه ریسک پذیر ایجاد می شوند)
- اضافه شدن آموزش کارآفرینی به برنامه درسی دانشکده ها

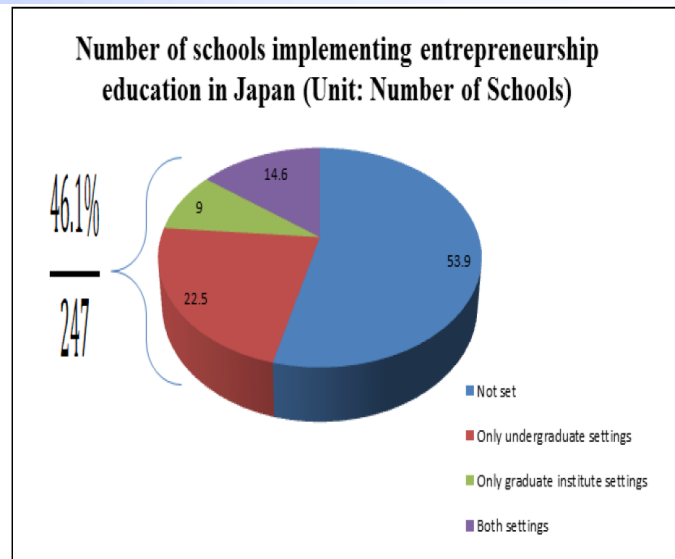
۴- وضعیت آموزش کارآفرینی در ژاپن

در ژاپن از ۱۹۹۹ بمنظور ترویج روح کارآفرینی در جوانان، آموزش کارآفرینی را در برنامه درسی دوره ابتدایی، راهنمایی و دبیرستان تقویت نمود.

- در کالج های ژاپن، ۴۰٪ کل رشته ها، دوره های آموزشی مرتبط با آموزش کارآفرینی را اجرا می کنند که می توانند در این زمینه ادامه تحصیل دهند و تقریباً ۳۰٪ هم می توانند در آموزشگاه های دانشگاهی (Graduate School) ارائه شوند. **در مجموع ۴۰٪ کالج ها و آموزشگاه های دانشگاهی، تدریس کارآفرینی را اجرا کرده اند.**

- ۳۰٪ مدرسان کالج ها که کارآفرینی تدریس می کنند، از خارج از کشور می آیند.

- بر تجربه مدرس در آموزش کارآفرینی در ژاپن، تاکید می شود.



۴- وضعیت آموزش کار آفرینی در ژاپن

- تاکید بر داشتن برنامه های درسی عملی از قبیل روش های تامین مالی بانک.
- سازماندهی افرادی که تجربه عملی در زمینه آموزش کار آفرینی دارند و قرار دادن آنها در کنار اساتید آموزشگاه ها در مدارس با هدف هماهنگ نمودن تئوری و عمل
- مفاهیم کار آفرینی در برنامه درسی دانش آموزان قرار داده شده است
- دوره های کار آفرینی می تواند از طریق اینترنت هم یاد گرفته شود تا هزینه را کاهش دهد.
- منابع درسی کار آفرینی شامل (مسایل تامین مالی بانکی، مسایل قانونی، فرآیند تأسیس یک بنگاه اقتصادی ، بصورت کاربردی آموزش داده می شود و همه می توانند راه حل ها را نیز در وب سایت مشاهده کنند)
- موسسات تخصصی برای فراهم نمودن کمک های تخصصی به مدارس و دانش آموزان نیز وجود دارد.

۳-۲- مطالعات ایرانی در زمینه آموزش کارآفرینی

۱- ضرورت آموزش کار آفرینی در همه مقاطع تحصیلی (خانم یعقوبی نجف آبادی، ۱۳۸۹)

این مطالعه بر روی ۱۷۰ دانش آموز دختر و پسر ۲۰-۱۱ ساله مدارس
عادی و غیرانتفاعی استان اصفهان انجام شد و نشان داد:

- روحیه کسب و کار، اشتغال و کار آفرینی در فراگیران کلیه مقاطع آموزشی
مشاهده نمی شود..

- از کودکی آینده نگری شغلی و کسب و کار باید در ذهن فراگیران ایجاد
گردد. چرا که آرزوهای دوران کودکی معمولاً به تحقق می پیوندد. ایجاد
روحیه و نگرش کار آفرینی از وظایفی است که باید به آن پرداخته شود. در
پرورش روحیه کار آفرینی آنچه که باید حین آموزش به آن توجه شود،
استقلال، خودباوری، اعتماد به نفس، ریسک پذیری و خلاقیت می باشد.

۱- ضرورت آموزش کار آفرینی در همه مقاطع تحصیلی (خانم یعقوبی نجف آبادی، ۱۳۸۹)

- از آنجا که صفات کار آفرینی اکتسابی است نه ارثی و ژنتیکی، آموزش و پرورش باید با برنامه ریزی و سازماندهی، زمینه های رشد خصوصیات روحی دانش آموزان را در جهت ایجاد و روحیه کار آفرینی فراهم کرده و این روحیه را در آنها پروراند.

- **تقویت روحیه خود کنترلی:** باید به دانش آموزان یاد داد همه شکست ها عامل بیرونی ندارند بلکه باید به تلاش و انرژی درونی خود متکی باشند. زیرا شکست ها و پیشرفت ها نتایج عملکرد خود او می باشد.

- **تقویت علاقه مندی به کار:** آموزش و پرورش باید زمینه های تلاشگری و روحیه کار را برای توسعه اقتصادی فراهم نماید. باید روحیه پایداری، غلبه بر مشکلات و داشتن عزمی راسخ برای کسب موفقیت را به دانش آموزان آموخت تا اعتماد به نفس در آنها شکل گیرد.

۱- ضرورت آموزش کارآفرینی در همه مقاطع تحصیلی (خانم یعقوبی نجف آبادی، ۱۳۸۹)

- **تقویت و ایجاد روحیه خوش بینی و اصرار بر حل مشکلات:** آموزش و پرورش باید دانش آموزان را هدفمند، واقع بین و حلال مشکلات خود تربیت کند.
- **آموزش روحیه مخاطره پذیری:** از دیگر ویژگیهای کارآفرینان که باید به پرورش آنها پرداخت؛ روحیه دوراندیشی، مسئولیت پذیری، همکاری، دقت و کمال جویی، خلاقیت و نوآوری، پافشاری، بصیرت، خودجوشی، توانایی و سازگاری است.
- **روش آموزش کارآفرینی:** بهتر است روش تدریس شاگرد محور و اقدام محور باشد. رویکرد شاگرد محور بر برداشت ها و علایق خود فراگیران متمرکز است و می تواند پاسخگوی نیازهای آنها باشد.
- محیط یادگیری مناسب برای آموزش کارآفرینی باید دارای این ویژگی ها باشد:

۱- ضرورت آموزش کارآفرینی در همه مقاطع تحصیلی (خانم یعقوبی نجف آبادی، ۱۳۸۹)

□ **تفویض اختیار:** انتخاب عوامل فرآیند آموزش مانند گروه ایده،

فرصت ها و آزمون ها توسط خود فراگیران

□ **تفویض مسئولیت:** تعیین جدول زمانی و نوع وظایف توسط خود فراگیران

□ **مدیریت کل گرا:** انجام وظایف متعدد بطور همزمان

□ **معرفی موفقیت های مبهم و ناشناخته:** ارائه مثال هایی از دنیای واقعی

□ **مجاز شمردن اشتباه:** اجازه درس گرفتن فراگیران از اشتباهات و شکست ها

□ **تحت فشار گذاشتن:** تعیین جدول زمانی فشرده برای تحویل تکالیف و وظایف و ارائه

تکالیف و وظایف جدید و فوری بطور ناگهانی

۱- ضرورت آموزش کارآفرینی در همه مقاطع تحصیلی (خانم یعقوبی نجف آبادی، ۱۳۸۹)

تدوین محتوای مناسب برای آموزش کارآفرینی در تلفیق با سایر موضوعات درسی یا بصورت موضوع جداگانه

- تجهیز معلمان مدارس به سواد کارآفرینی و در صورت زمان بر بودن استفاده از مربیان خارج از مدرسه
- نگرش کارآفرینانه با این مضمون که اگر کودکی با پول درآوردن و کسب و کار شرافتمندانه آشنا شوند در آینده نیز انسانی خلاق و پول ساز خواهند بود.
- اشاعه آموزش کارآفرینی در مدارس مانند طرح آموزشی ژاپن (سربازان فداکار اقتصادی ژاپن) تا دانش آموزان بتوانند در کنار تحصیل به کسب درآمد بپردازند.
- انجام بازدیدهای علمی فراگیران از کسب و کارهای کوچک موفق و مصاحبه با کارآفرینان موفق
- گنجانیدن کسب و کار اینترنتی بصورت خانگی در کتاب های درسی و جهت یابی آن به نوعی که آموزش IT نه تنها لازمه زندگی هر فرد بلکه از جمله مشاغل عصر حاضر به شمار رود.

۱- ضرورت آموزش کارآفرینی در همه مقاطع تحصیلی (خانم یعقوبی نجف آبادی، ۱۳۸۹)

• مجهز نمودن فراگیران به این ۵ مهارت:

۱. زبان کسب و کار مثل انگلیسی

۲. IT: توانایی کار با کامپیوتر + توانایی استفاده از اینترنت + آشنایی با روش ها و قوانین

تجارت الکترونیکی

۳. مدیریت

۴. بازاریابی: آشنایی با خرید، فروش، تبلیغات و بازاریابی الکترونیک

۵. مالی و اقتصادی: حسابداری، مفاهیم هزینه و درآمد، آشنایی با مسایل اقتصادی

۲- بررسی عوامل مؤثر بر شکل گیری کار آفرینی در دانش آموزان مقطع متوسطه ناحیه ۱ شهرستان بهارستان استان تهران (خانم روحی، ۱۳۹۳)

این مطالعه در سال تحصیلی ۱۳۹۱-۱۳۹۲ در پایه چهارم دبیرستان (در سه رشته ریاضی، تجربی و انسانی) انجام شد.

ویژگی های شاخص روانشناختی کارآفرینان که بر شکل گیری کار آفرینی در دانش آموزان مؤثر است عبارتند از:

❖ توفیق طلبی (نیاز به پیشرفت)

❖ تمایل به خلاقیت

❖ نیاز به استقلال

❖ خطرپذیری

❖ عزم و اراده (مرکز کنترل درونی).

۲- بررسی عوامل مؤثر بر شکل گیری کار آفرینی در دانش آموزان مقطع متوسطه ناحیه ۱ شهرستان بهارستان استان

تهران (خانم روحی، ۱۳۹۳)

➤ **پیشنهادات برای افزایش و بهبود کار آفرینی در دانش آموزان:**

❖ **محور قرار ندادن رشته تحصیلی**

❖ **افزایش فعالیت های جنبی آموزشی در مدرسه**

❖ **افزایش کارهای گروهی**

❖ **افزایش امکانات تحصیلی**

❖ **دوره های سخنرانی و آموزش کار آفرینی**

۳- بررسی رابطه شیوه های تفکر و ویژگی های شخصیتی کارآفرینی مدیران مدارس در سال های ۱۳۸۹-۱۳۸۸

۱۳۸۸ (مطالعه موردی مدارس مقاطع سه گانه شهر بیرجند) عبدالوهاب پورقاز - یحیی کاظمی - امین محمدی - ۱۳۹۰

- ❖ شیوه تفکر غالب در میان مدیران مدارس، تفکر برون نگر می باشد.
- ❖ در بین ویژگی های شخصیتی کارآفرینی، ویژگی توفیق طلبی بالاترین میانگین را به خود اختصاص داده است.
- ❖ می توان استنباط کرد که اکثر مدیران، تمایلی به انجام کارهای روزمره و یکنواخت ندارند و بیشتر از انجام کارهای چالشی لذت می برند و آینده نگرند.
- ❖ میانگین پایین ویژگی استقلال طلبی نیز نشانگر این است که اغلب مدیران مدارس تمایل دارند تا در انجام کارها از دیگران کمک گرفته و از دستورات کاری ابلاغی پیروی نمایند.
- ❖ بین شیوه های تفکر آزاداندیش و برون نگر با خلاقیت و خطرپذیری مدیران مدارس رابطه مثبت وجود دارد.

۳- بررسی رابطه شیوه های تفکر و ویژگی های شخصیتی کارآفرینی مدیران مدارس در سال های ۱۳۸۹-۱۳۸۸

(مطالعه موردی مدارس مقاطع سه گانه شهر بیرجند) عبدالوهاب پورقاز - یحیی کاظمی - امین محمدی - ۱۳۹۰

❖ همچنین بین شیوه تفکر درون نگر با استقلال طلبی مدیران مدارس رابطه مثبت مشاهده شد.

❖ همه شیوه های تفکر بجز تفکر درون نگر با توفیق طلبی مدیران مدارس رابطه مثبت داشتند

❖ مدیرانی که دارای شیوه های تفکر خلاق و پیچیده می باشند، از ویژگی های شخصیتی کارآفرینی بالاتری برخوردارند و در نتیجه استعداد بیشتری برای کارآفرینی دارند.

❖ در مقابل آن دسته از مدیرانی که دارای شیوه های تفکر هنجارمدار و ساده می باشند از ویژگی های شخصیتی کارآفرینی پایین تری برخوردارند و در نتیجه توانایی کمتری برای کارآفرینی دارند.

۳- بررسی رابطه شیوه های تفکر و ویژگی های شخصیتی کار آفرینی مدیران مدارس در سال های ۱۳۸۹-۱۳۸۸

(مطالعه موردی مدارس مقاطع سه گانه شهر بیرجند) عبدالوهاب پورقاز - یحیی کاظمی - امین محمدی - ۱۳۹۰

پیشنهادات

- بهتر است با توجه به برنامه های موجود و بودجه های ملی در انتخاب مدیران آموزشی دارای شیوه های تفکر مناسب اقدام شود. برای گسترش کار آفرینی لازم است مدیرانی با شیوه تفکر پیچیده و خلاق شناسایی و به کار گماشته شوند.
- با توجه به میانگین پایین ویژگی شخصیتی استقلال طلبی در مدیران مدارس به مسئولان نظام آموزشی پیشنهاد می شود از طریق مشارکت مدیران در فرایندهای برنامه ریزی و سیاست گذاری و تفویض اختیار، مسئولیت پذیری آنان را افزایش داده و از این طریق به رشد اعتماد به نفس و استقلال کنند طلبی در مدیران کمک کنند.
- با توجه به رابطه مثبت شیوه های تفکر پیچیده و خلاق با ویژگی های شخصیتی کار آفرینی مدیران مدارس، به مسئولان نظام آموزشی پیشنهاد می شود با تفویض اختیار و تمرکز زدایی امکان تغییر و تحول برنامه ها و قوانین را در سطوح پایین نظام آموزشی فراهم می شود و با افزایش مشارکت مدیران سطوح پایین، زمینه تشویق و تقویت شیوه های تفکر پیچیده و مولد خلاقیت و به تبع آن رشد ایده های خلاق و کار آفرینانه را در مدیران فراهم آورند.

۴- بررسی رابطه جو سازمانی مدرسه با گرایش به کارآفرینی در دانش آموزان دبیرستان های دخترانه شهر اصفهان
پروین صمدی، هما شیرزادی اصفهانی- ۱۳۸۵

✓ نمونه مورد مطالعه؛ ۱۸۰ مدیر و دبیر زن شاغل در و ۱۵۰ دانش آموز دختر
پایه های دوم و سوم متوسطه شهر اصفهان .

✓ شاخص های روحیه کارآفرینی (خلاقیت، عزت نفس، انگیزه پیشرفت، منبع کنترل
درونی، آینده نگری و ریسک پذیری) در این دانش آموزان بالاتر از حد میانگین
بود.

✓ برخی شاخص های جو سازمانی (صمیمیت، عدم جوشش، بازدارندگی) با روحیه
کارآفرینی ارتباط قوی دارند. اما بین سایر شاخص های جو سازمانی ()
روحیه، کناره گیری، نفوذ، تاکید بر تولید، مراعات) با روحیه کارآفرینی ارتباطی
وجود ندارد.

۵- بررسی رابطه ویژگی های کار آفرینانه مدیران با اثر بخشی آنان در مدارس متوسطه دخترانه

شهر کرمان - سال تحصیلی ۱۳۸۶-۱۳۸۵ محمد رضا بهرنکی، بهار طباطبایی

- آموزش و پرورش می تواند از ابتدای کودکی بطور جدی و حساب شده موجبات کسب مهارت های لازم کار آفرینی دانش آموزان در سطوح تحصیلی دبستان، دبیرستان و مقاطع بالاتر را به اقتضای سن و شخصیت آنها فراهم سازد. اما معلوم نیست که مدیران آموزشی که بر مبنای نوآوری با ویژگی های کار آفرینی استخدام نشده اند، بتوانند مدارس را در جهت نیل به اهداف مذکور اثربخش سازند. مدیر آموزشی نباید فقط بازگوکننده بخشنامه ها و مجری و آیین نامه ها و ناظر بر اجرای برنامه باشد بلکه وظیفه عمده او هدایت امور آموزشی در جهت تحقق اهداف آموزش و پرورش و توسعه یادگیری و عملکرد دانش آموزان در جامعه است.
- متغیرهای کار آفرینی (ویژگیهای کار آفرینانه) مدیران دبیرستان های دخترانه شهر کرمان با اثربخشی آنها ارتباطی ندارد.

۵- بررسی رابطه ویژگی های کار آفرینانه مدیران با اثر بخشی آنان در مدارس متوسطه دخترانه

شهر کرمان - سال تحصیلی ۱۳۸۶-۱۳۸۵ محمد رضا بهرنکی، بهار طباطبایی

• یکی از نتایج عمده این است که در گزینش مدیران دبیرستان ها به شاخص کار آفرینی مدیران توجه نشده است. از سوی دیگر اثربخشی در هر سازمان به تحقق اهداف سازمان توجه دارد. اگر ویژگی های کار آفرینی مدیران و آموزش آن جزء اهداف مدارس نباشد، معلوم است که اثربخشی هم با آن ارتباطی نخواهد داشت. در واقع کار آفرینی مدیران مدارس تاکنون جزء وظایف آنان در مدرسه محسوب نشده است. بنابراین مشخص می شود که تنظیم مقررات مربوط به شایستگی مدیران نیاز به اصلاح دارد. با توجه به اینکه جامعه مورد بررسی این پژوهش مدیران زن بوده اند، با استناد به نظر استونر، که گفت معمولاً مدیران زن در مدارس اثربخش هستند، اما ویژگی های کار آفرینانه در کارکنان زن کم است و مانند کارکنان سازمان های دولتی کمتر تمایل به مخاطره پذیری دارند، شاید نتیجه پژوهش با این قضیه منطبق باشد.

۵- بررسی رابطه ویژگی های کار آفرینانه مدیران با اثر بخشی آنان در مدارس متوسطه دخترانه

شهر کرمان - سال تحصیلی ۱۳۸۶-۱۳۸۵ محمدرضا بهرنگی، بهار طباطبایی

با توجه به یافته های این پژوهش، به منظور افزایش ویژگی های کار آفرینی و در نهایت تقویت روحیه کار آفرینی در مدارس و مدیران آموزشی پیشنهاد می شود اقدامات عملی در زمینه های ذیل صورت گیرد:

- ✓ افزودن هدف توسعه مهارت های کار آفرینی به وظایف مدیران مدارس و در فهرست اهداف مدرسه
- ✓ افزودن شایستگی مدیران در توسعه کار آفرینی در فهرست شایستگی های مدیران مدارس
- ✓ آموزش راه های اثربخش شدن مدیران در تحقق اهداف کار آفرینی در مدرسه
- ✓ اهمیت دادن به نوآوری، ابتکار و خلاقیت مدیران دبیرستان ها و تدوین آیین نامه ها و مقررات حمایتی در این زمینه
- ✓ ارزشیابی دقیق و عملی از شایستگی های کار آفرینی در هنگام گزینش مدیران مدارس
- ✓ آموزش همراه با فراهم کردن زمینه برای ریسک پذیری و رفتارهای جسورانه در مدیران مدارس
- ✓ ایجاد روحیه فرصت جویی در پذیرش تغییر در مدیران مدارس

۶- بررسی و مقایسه مولفه های کارآفرینی در بین دانش آموزان سال آخر مدارس متوسطه و هنرستان (دوره

دوم) شهرستان دلفان، ۱۳۹۴-۱۳۹۳ یوسف میرزاییان کلواری و مسعود شریفی

- برای تبدیل انسان های عادی به کارآفرین، و پشتیبانی همه جانبه از آنها نیاز به جهادی فراگیر در آموزش، گسترش زمینه های مختلف تحصیلی و پشتیبانی آموزشی در شاخه های مختلف تحصیلی می باشد. در همین راستا بررسی اثربخشی مولفه های کارآفرینی، انگیزه، شور و رغبت تحصیلی دانش آموزان ضروری است.

- در شاخه کار و دانش عمدتاً روی مهارت های کارآفرینی ۸گانه مورد بررسی در تحقیق توجه بیشتری شده و محتوای آموزش دوره ها در این شاخه، به محوریت تقویت روحیه و توانایی کارآفرینان و ویژگی های آنها توجه می کند و آموزش های لازم را ارائه می دهند. چنانچه سایر شاخه ها مانند نظری و فنی و حرفه ای بخواهند نقطه ضعف خود را در این زمینه تقویت کنند باید در مباحث نظری دوره و محتوای آموزش ها تجدیدنظر نمایند. همچنین دانش آموزان تحت تحصیل در شاخه کار و دانش بیشتر تحت تدریس کارآفرینی و آموزش های عملی و کاربردی بوده اند.

۶- بررسی و مقایسه مولفه های کارآفرینی در بین دانش آموزان سال آخر مدارس متوسطه و هنرستان (دوره

دوم) شهرستان دلفان، ۱۳۹۴-۱۳۹۳ یوسف میرزاییان کلواری و مسعود شریفی

- اگر دنبال راه حل های جدید هستیم، فضای آموزش باید بگونه ای طراحی شود که کارآفرینان رشد کنند. در اغلب موارد مدیریت با تصمیم گیری متمرکز ضد روحیه کارآفرینی است. در جهان امروز بدون داشتن دانش و مهارت کارآفرینی، صرف اینکه ایده ای در جامعه وجود داشته باشد، ولی افراد آن دانش لازم را ندانسته باشند، با شکست مواجه می شود.

۶- بررسی و مقایسه مولفه های کار آفرینی در بین دانش آموزان سال آخر مدارس متوسطه و هنرستان (دوره دوم) شهرستان دلفان، ۱۳۹۴-۱۳۹۳ یوسف میرزاییان کلواری و مسعود شریفی

بستر مناسب برای رشد و توسعه کار آفرینان عبارت است از:

✓ آموزش خلاقیت از دبستان تا دانشگاه حتی در مقطع دکترا برای کلیه رشته های تحصیلی اعم از فنی، پزشکی، اقتصاد و ...

✓ تجدید نظر در نظام آموزشی، روش تدریس و ارزیابی سنجش دانش آموزان و دانشجویان برای تقویت و شکوفایی روحیه خلاقیت فراگیران

✓ بالا بردن نیاز پیشرفت افراد از طریق آموزش های مستقیم و غیرمستقیم

✓ آموزش کار آفرینی و شناسایی افراد کار آفرین جامعه توسط گروهی خبره بصورت سالیانه و معرفی و تشویق و حمایت آنها در سطح کشور و استان از طریق رسانه های جمعی و اعطای جوایز توسط مسئولان عالی رتبه کشوری

✓ تاسیس مراکز توسعه کار آفرینی جهت برنامه ریزی، آموزش، تحقیق و مشاوره در خصوص کار آفرینی (به نقل از فکور و همکاران، ۱۳۸۷).

۷- کار آفرینی در مدارس (امید محرابی، ۱۳۹۶)

روش آموزش کار آفرینی چیست؟

ترکیبی از آموزش در عمل، آموزش از طریق حل مسئله، آموزش از طریق بازی و ایفای نقش، به عنوان راهبردهای آموزش موفق کار آفرینی توصیه و تجربه شده است.

آموزش کار آموزی شامل چه اهداف و محتواهایی است؟

- ❖ آموزش ویژگی‌هایی کار آفرینان موفق
- ❖ آموزش موضوع کسب و کار (مثلاً کسب و کار آرایشگری یا رستوران داری و مهمانداری): ماهیت دانشی و مهارتی دارد.
- ❖ آموزش روح کسب و کار: این نوع آموزش ماهیت نگرشی دارد و در همه حرفه‌ها و مشاغل یکسان است. هرچند ممکن است روش‌های اجرایی آنها متفاوت و متنوع باشد. مانند مشتری‌مداری، تدوین راهکار برای تبدیل ایده به پول، تضمین کیفیت محصول یا خدمت، امور و قوانین جاری و حاکم بر کسب و کار مانند قوانین صنفی یا قانون تجارت، بیمه، مالیات و مانند آن، استخدام و اخراج، فروش، رصد مشتری و ارتباط با آن و ده‌ها مورد دیگر.

از توجه شما سپاسگزارم