

چکیده

امروزه کارآفرینی از عوامل مهم رشد و توسعه اقتصادی به شمار می آید به طوری که در غرب و برخی دیگر از کشورها، دهه ۲۰ اخیر «دهه های طلایی کارآفرینی» نام گرفته است. در بیشتر کشورهای پیشرفته و در حال توسعه، مقوله کارآفرینی اصلی ترین منبع توسعه به شمار می رود. بسیاری از صاحب نظران معتقدند کارآفرینی با آموزش مستقیم حاصل نمی شود و باید به روش «پرورشی» کارآفرینان را تربیت کرد. در سند چشم انداز ۲۰ ساله نظام نیز ویژگی های یک فرد مطلوب ایرانی در افق ۱۴۰۴ ذکر شده است. در این سند آمده است که ایرانی ۱۴۰۴ «فعال، مسئولیت پذیر، ایثارگر، مؤمن، رضایتمند، دارای وجدان کاری، انضباط، روحیه تعاون و سازگاری اجتماعی، متعهد به نظام اسلامی و شکوفایی ایران و مفتخر به ایرانی بودن» است. با توجه به این که بی تردید کودکان ۴ و ۵ ساله ما، سازندگان ایران ۱۴۰۴ خواهند بود، ما باید محیطی را ایجاد کنیم که نسل آینده کشور در این محیط رشد کند و بتواند به این ویژگی ها دست یابد. تطبیق ویژگی های فرد ایرانی ۱۴۰۴ با ویژگی های افراد کارآفرین نشان می دهد ایرانی مطلوب ۱۴۰۴ فردی خواهد بود با ویژگی های کارآفرینان ایرانی - اسلامی.

بنابراین لازم است که به پرسش اساسی زیر پاسخ داده شود: کودک آینده کیست و چه ویژگی هایی دارد؟ به نظر می رسد این پرسش مهم ترین و زیربنایی ترین پرسش برای انجام یک برنامه ریزی مطلوب است و باید از بدو تولد کودک به این موضوع کلیدی توجه کرد. ویژگی هایی که یک کارآفرین دارد، همراه با تولد با او نمی آیند، بلکه محیط و آموزش، بر آینده فرد تأثیر می گذارند. در این مقاله برآنیم با توجه به اهمیت این موضوع، ضمن بررسی نظریه های دانشمندان و صاحب نظران مطرح در این رابطه و در نظر گرفتن ابعاد مختلف آن با نگاهی به تجربه های سایر کشورها، برای بررسی و بومی سازی این مفاهیم در کشور، نتایج اجرای برخی ابعاد این موضوع در کشور ایران را بررسی کنیم.

از طرف دیگر در مقاله حاضر به بررسی نقش آموزش های کارآفرینی در انواع نظام های آموزشی و پرورشی مراکز مختلف آموزشی جمهوری اسلامی ایران در افق ۱۴۰۴ پرداخته شده است. روش تحقیق در این مقاله، بررسی و تحلیل اسناد و مدارک مرتبط با آموزش های کارآفرینی و مصاحبه با تعدادی از مدیران و سیاستگذاران آموزش های کارآفرینی است.

واژگان کلیدی: آموزش های کارآفرینی، چشم انداز ۱۴۰۴، مراکز آموزشی، کارآفرینی.

نقش آموزش های کارآفرینی در نظام های آموزشی و پرورشی ۱۴۰۴ جمهوری اسلامی ایران

خسرو سلجوقی

ksaljoghi@yahoo.com

عضو هیأت علمی بازنشسته معاونت برنامه ریزی و نظارت راهبردی ریاست جمهوری

عضو هیأت علمی کارگروه علم و فناوری مجمع تشخیص مصلحت نظام

مشاور سازمان نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی ج.ا.

مقدمه

کارآفرینی در بسیاری از کشورهای توسعه‌نیافته و در حال توسعه، راه‌حل ممکن برای رهایی از فقر و گسترش ثروت در جامعه محسوب می‌شود. بسیاری از دولت‌ها برنامه‌ها و فعالیت‌های زیادی را برای ترویج فعالیت‌های کارآفرینانه، به‌ویژه در بین کودکان و نوجوانان و تشویق آن‌ها به مشارکت فعال در زمینه کاهش فقر، دنبال می‌کنند. با اندکی دقت و توجه پرسش‌های متعددی در رابطه با قشر کودک و نوجوان آینده‌ساز به ذهن متبادر می‌شود که نمونه‌هایی از آن‌ها عبارتند از: چرا نوجوانان و جوانان و گاهی حتی بزرگسالان ما نسبت به «کار کردن» از خود مقاومت نشان می‌دهند؟! چرا وقتی صحبت از انجام کار، کارهای گروهی و آموزش آن‌ها می‌شود برای بعضی از کودکان و دانش‌آموزان حتی شنیدن آن دشوار است؟! چرا در آمارهای رسمی اعلام می‌شود که اغلب جوانان ما جویای کار دولتی هستند؟! چرا با وجود رشد چشمگیر آموزش کارآفرینی در کشور در سال‌های اخیر، تغییر چندانی در این زمینه احساس نمی‌شود؟! اگر ریشه مسائل فوق عدم توجه کافی به موضوع پرورش و تربیت نسل آتی کشور است، چه راه‌حلی برای این موضوع وجود دارد؟ نقش پایگاه‌های فرهنگی، اجتماعی و سازمانی همانند مهدکودک، مدرسه، خانواده و آموزش و پرورش در این زمینه چیست؟ نظام‌های موجود تعلیم و تربیت در کشور چه تأثیری در این زمینه دارند؟ نقش مدارس، به‌عنوان اولین مراکز تعلیم و تربیت کودکان، در این زمینه چیست؟ آیا ساختارهایی برای آموزش و تعلیم کارآفرینی در مدارس وجود دارد؟ نظریه‌های اساتید و دانشمندان مطرح در این رابطه چیست؟ دیگر کشورها در این رابطه چه تجربه‌ای دارند؟ اجزا و روش‌های کاری مدارس چیست و در نهایت این که مراکز آموزشی کارآفرین چیست و باید به چه موضوعی بپردازند؟ در مقاله حاضر سعی داریم تا به پرسش‌های فوق کمی بیندیشیم.

بیان مسأله

در یک تعریف ساده، آموزش کارآفرینی فرایندی نظام‌مند^۱، آگاهانه^۲ و هدفگرا^۳ است که طی آن افراد غیر کارآفرین ولی دارای توان بالقوه، به‌صورتی خلاق تربیت می‌شوند. درواقع آموزش کارآفرینی فعالیتی است که از آن برای انتقال دانش و اطلاعات مورد نیاز برای کارآفرینی استفاده می‌شود و افزایش بهبود توسعه نگرش‌ها، مهارت‌ها و توانایی‌های افراد غیر کارآفرین را در پی خواهد داشت. آموزش کارآفرینی می‌تواند یکی از مؤثرترین شیوه‌ها برای تسهیل انتقال جمعیت دانش‌آموختگان به بازار کار باشد. با توجه به پیشنهادهای گات^۴ و گینزبرگ^۵ و زهرا^۶ در دهه ۱۹۹۰، می‌توان گفت ابعاد کارآفرینی عبارتند از: «نوآوری در تولید، نوآوری در فرایند تولید، نوآوری در تشکیلات یا نوآوری سازمانی، ایجاد مشاغل جدید داخلی و بین‌المللی و تجدید راهبردی، نوآوری متضمن تولید محصولات جدید، فرایندهای تولیدی جدید و سامانه‌های سازمانی جدید.» گاروان^۷ و اسیند^۸ با بررسی ۶ برنامه آموزشی در ۵ کشور اروپایی، مهم‌ترین اهداف آن‌ها را به شرح زیر ارائه دادند:

تعیین، شناخت و تحریک جریان کارآفرینانه، استعدادها و مهارت‌ها
خنثی کردن انحراف خطر از تحلیل‌های تکنیکی
ایجاد همدلی و حمایت از تمام جوانب منحصربه‌فرد کارآفرینی
ایجاد نگرش برای تحول

در ایران دستگاه‌های متعدد آموزشی و غیرآموزشی در بخش‌های دولتی و غیردولتی به آموزش دوره‌های کارآفرینی در دوره‌ها و سطوح مختلف و به شکل‌های رسمی و غیررسمی پرداخته‌اند، اما بیشتر اندیشمندان دوره کارآفرینی، از اثربخشی این دوره‌ها رضایت و اطمینان چندانی ندارند. علاوه بر این، شیوه‌های غیربومی آموزش کارآفرینی امکان محقق کردن کارآمد اهداف یادشده را ندارند، برای همین این مقاله پرسش‌هایی را به شرح زیر مطرح کرده و به دنبال بررسی آن‌ها است:

۱. برنامه‌های آموزش کارآفرینی در ایران چه نقاط قوت و ضعفی دارد؟
۲. چگونه می‌توان برنامه آموزش کارآفرینی مطلوبی با شرایط موجود در ایران تهیه کرد؟

مروری بر ادبیات موضوع^۹

این بخش از تجزیه و تحلیل اصول و عقاید بعضی پیشگامان برجسته در آموزش و پرورش پیش از دبستان و نیز بعضی روان‌شناسان و رهبران رشد کودک، نشأت گرفته است.

فردیک فروبل (۱۷۸۲-۱۸۵۲): فروبل بنیان‌گذار کودکستان بود و به شدت عقیده داشت که مرحله پیش از دبستان، گامی اساسی در پلکان تجربه تربیتی است. پاره‌ای از دیدگاه‌های مهم او که در محتوا و روش‌شناسی برنامه‌های مزبور تأثیر بسزایی داشته‌اند، عبارتند از:

- هر کودک فردیت خاص خود را دارد که باید مورد احترام قرار گیرد. برای همین، برنامه‌ها باید به‌صورتی سازمان‌یافته طراحی شوند تا پیشرفت گام‌به‌گام کودک را تضمین کنند.

- هریک از برنامه‌های مذکور باید تعادل بین آزادی و ساختار را حفظ کنند؛ یعنی این نوع برنامه‌ها باید بین فرصت‌های آزاد کودکان برای این که خودشان باشند و به روشی مستقل رشد کنند و نیز برنامه‌ای سازمان‌یافته که ضامن یادگیری و کسب مهارت‌های ضروری، دانش و ارزش‌ها به طریقی سازمان‌یافته و نظام‌مند است، تعادل برقرار کند.

ماریا مونته‌سوری (۱۸۷۰-۱۹۵۲): روش مونته‌سوری بر طرح‌ریزی برنامه‌های آموزش و پرورش در دوران اولیه کودکی تأثیر بسزایی داشته است. مونته‌سوری از نظامی آموزشی حمایت می‌کرد که بتواند برای کودک محیطی فراهم آورد تا با سرعت رشد کند. بعضی دیدگاه‌های مهم مونته‌سوری که در روش وی نیز منعکس شده، در زیر آمده است:

- پرورش کودکان خردسال، در اصل روند شکوفا کردن توانایی‌های ذاتی کودک برای یادگیری و کسب دانش است.
- هرگونه کوشش در آموزش و پرورش کودکان باید براساس تمایل و خواسته طبیعی کودک برای یادگیری باشد. برای همین، مونته‌سوری کودکان را به‌دقت مورد مشاهده قرار می‌داد و بر این اساس انواع تجربه‌هایی را که متناسب با علائق و نیازهای کودک بود، تعیین می‌کرد و محیط کلاس درس را نیز مطابق با آن تدارک می‌دید.

- تمرین و کسب تجربه در زندگی عملی باید بخشی ضروری از برنامه‌های دوره پیش از دبستان و مهدکودک باشد. هدف این‌گونه فعالیت‌ها، کمک به کودک است تا بتواند فردی مؤثر و متکی به نفس بار آید. فعالیت‌هایی برای آمادگی کودک به منظور نوشتن، خواندن و حساب کردن نیز باید در برنامه در نظر گرفته شود؛ زیرا این نوع آمادگی زمینه مناسبی برای آموزش‌های مدرسه‌ای در سنین بالاتر فراهم می‌کند.

راشل و مارگارت مک‌میلان (۱۸۶۰-۱۹۳۱): زمینه‌های مهم مورد تأکید در برنامه‌های آن‌ها عبارت بودند از:

- برای خلاقیت و بازی در برنامه مهدکودک‌ها باید ارزش والایی قائل شد. تخیلات در کودکان خردسال به‌طور طبیعی رشد می‌یابد و در صورت شکوفایی به رشد و پرورش همه‌جانبه کودکان کمک می‌کند. خلاقیت در کودکان باید از طریق تدارک فعالیت‌های بیانی، بازی، هنر و حرکات مختلف پرورش یابد.

- برنامه‌های مهدکودک، باید شامل رشد مهارت‌ها برای مراقبت شخصی، یادگیری حرکتی ادراکی و فعالیت‌های آمادگی تحصیلی باشد.

ژان پیاژه: کارهای پیاژه در برنامه‌ریزی درسی برای دوران اولیه کودکی تأثیر بسزایی داشته است. پاره‌ای از زمینه‌های مهم نظریه رشد شناختی پیاژه که کاربرد ارزنده‌ای در آموزش و پرورش دوره کودکی داشته است، در زیر آمده است:

- کودکان از نظر رشد شناختی مراحل مختلفی را طی می‌کنند. بسیاری از کودکان در گروه سنی ۳ تا ۶ سال در مرحله پیش‌عملیاتی هستند و هنوز توانایی تفکر منطقی را کسب نکرده‌اند و یا نمی‌توانند به روش انتزاعی درباره دنیا و محیط

پیرامون خود فکر کنند. تفکر آن‌ها شهودی است و با ادراک شخصی هدایت می‌شود. آن‌ها می‌توانند در هر زمان فقط بر یکی از ویژگی‌های شیء تمرکز کنند. این وضعیت، درک و شناخت آن‌ها را محدود می‌سازد. بنابراین، هدف اساسی در مرحله آموزش و پرورش کودکی باید کمک به شکل‌گیری مفاهیم اساسی در کودکان باشد تا آن‌ها را به سوی استدلال منطقی هدایت کند.

- هرچه تجربه‌های کودک و تعامل او با محیط متنوع‌تر باشد، وضوح و میزان مفاهیمی که در او پرورش می‌یابد، بیشتر و وسیع‌تر خواهد بود. این‌گونه مفاهیم، شناخت وی را نسبت به محیط افزایش می‌دهد و او را برای تفکر منطقی بهتر، مجهز می‌کند.

- فرصت‌هایی نیز باید برای کودکان فراهم شود تا با دیگران به تعامل بپردازند و از این راه تجربه کسب کنند.

ام. کی. گاندی (۱۸۶۹-۱۹۴۸): در نظام آموزش و پرورش پیش از اساس خود نیز به اهمیت کودک به‌عنوان عنصری اساسی در آموزش توجه داشته است. او به رشد یکپارچه و هماهنگ کودک تأکید داشت و معتقد بود آموزش و پرورش باید کودک - محور و متمرکز بر کودک باشد. گاندی می‌گفت: «منظور من از آموزش و پرورش، شکوفا کردن همه قابلیت‌ها به بهترین وجه در کودک، جسم، ذهن و روح انسان است.» گاندی مخالف تلنبار کردن ذهن کودک با دانش رسمی و انتزاعی بود که از طریق برنامه‌های نظری و صرف تحصیلی به آن‌ها تحمیل می‌شد. وی پیشنهاد می‌کرد که انگیزه خلاق کودک باید از راه فعالیت‌های خلاق و در عین حال سازنده، در مسیر مناسب قرار گرفته و آشکار شود. گاندی، یادگیری از طریق عمل کردن را مورد تأکید قرار می‌داد و آموزش و پرورش مطلوب را از طریق فعالیت‌های سازنده و مؤثر، عملی می‌دانست. گاندی به معلم نیز اهمیت می‌داد و از کودکان انتظار داشت از معلم و حضور او الهام و بهره بگیرند. همان‌گونه که در آموزش و پرورش پیش از اساس وی آشکار است، عقیده داشت که محیط خانه، نخستین مرکز برای تربیت و یادگیری کودک است. بنابراین، نباید هیچ‌گونه تناقضی بین تأثیر خانه و مدرسه وجود داشته باشد؛ زیرا در آن صورت در ذهن کودک ایجاد تضاد می‌کند و تأثیر نامناسبی بر ذهن او باقی می‌گذارد. رابطه نزدیک والدین با مدرسه را امری اجباری می‌دانست و بر آموزش والدین بسیار توصیه می‌کرد.

آموزش‌های کارآفرینی

بی‌تردید امروزه اهمیت کارآفرینی، انکارناپذیر و ضرورت پرداختن به آن بر همه کس آشکار است. کارآفرینان به‌عنوان پیشگامان توسعه فناوری و توسعه اقتصادی هستند. آموزش، یکی از جنبه‌های مهم در گسترش کارآفرینی است که مورد توجه ویژه‌ای واقع شده است. با توجه به مطالعات و تحقیقات مختلفی که صورت گرفته است، ثابت شده که ویژگی‌های کارآفرینان اغلب اکتسابی است و نه توارثی و از این‌رو در حال حاضر آموزش کارآفرینی به یکی از مهم‌ترین و گسترده‌ترین فعالیت‌ها تبدیل شده است. دوره‌های آموزش کارآفرینی با هدف تربیت افرادی با اعتماد به نفس بالا، فرصت‌شناس و به‌طور کلی افرادی که تمایل بیشتری به راه‌اندازی کسب و کارهای مستقل دارند، طراحی شده‌اند. این قبیل دوره‌ها به دنبال بهبود گرایش‌هایی همچون تمایل به استقلال، فرصت‌جویی، ابتکار، تمایل به خطرپذیری، تعهد به کار، تمایل به حل مشکلات و لذت بردن از عدم قطعیت و ابهام است.

به دلیل عدم توافق و اجماع عمومی در زمینه کارآفرینی، نوعی سردرگمی و اختلاف عقیده در زمینه ادبیات و محدوده‌های آموزش کارآفرینی وجود دارد؛ به‌طوری‌که تفاسیر و تعاریف مختلفی از آموزش کارآفرینی ارائه شده است. (اسکندری، ۱۳۸۷)

در رابطه با واژه آموزش کارآفرینی ۲ مفهوم در ادبیات مشخص می‌شود: «آموزش ویژگی‌های کارآفرینانه»^۱ و آموزش کارآفرینی^۱

آموزش ویژگی‌های کارآفرینانه

آموزش ویژگی‌های کارآفرینانه به دامنه وسیعی از شایستگی‌ها و توانمندی‌ها برای یادگیری کارآفرینانه تأکید دارد. در این آموزش، اعتقاد بر این است که با توجه به شرایط متغیر جامعه جهانی و سرعت تغییرات، افراد باید یاد بگیرند که چگونه در تمام زندگی خود به‌صورت کارآفرین رفتار کنند؛ برای همین دامنه آن بسیار وسیع‌تر از کسب و کار به تنهایی است. (کوریلسکی^{۱۲}، ۲۰۰۴؛ گیب، ۲۰۰۲)

آموزش کارآفرینی

آموزش کارآفرینی بر ویژگی‌ها، توانمندی‌ها و مهارت‌هایی تأکید دارد که افراد برای راه‌اندازی، رشد و مدیریت کسب و کار باید به آن‌ها مجهز شوند. (کورلسکی، ۲۰۰۴؛ گیب، ۲۰۰۲)

گیب (۲۰۰۲) بیان می‌کند که تفاوت اصلی میان این ۲ مفهوم این است که آموزش ویژگی‌های کارآفرینانه در معنای وسیع بر روی مهارت‌ها و توانمندی‌هایی تأکید دارد که در هر شرایط و محیطی کاربرد دارد، اما آموزش کارآفرینی بیشتر بر مهارت‌های لازم برای راه‌اندازی و مدیریت کسب و کار تأکید دارد. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که در آموزش ویژگی‌های کارآفرینانه بر روی ابعاد کسب و کار تمرکز نمی‌شود و مهارت‌هایی مانند راه‌اندازی یک کسب و کار و مدیریت آن مورد توجه قرار نمی‌گیرد؛ درحالی‌که در آموزش کارآفرینی، بخش عمده تأکید آموزش بر روی این است که چگونه می‌توان یک کسب و کار مستقل را به‌صورت انفرادی و یا گروهی راه‌اندازی و مدیریت کرد.

آموزش کارآفرینی فرایندی نظام‌مند، آگاهانه و هدف‌گرا است که طی آن افراد غیر کارآفرین ولی دارای توان بالقوه، به‌صورت خلاق تربیت می‌شوند. آموزش کارآفرینی فعالیتی است که از آن برای انتقال دانش و اطلاعات مورد نیاز برای کارآفرینی استفاده می‌شود که افزایش، بهبود و توسعه نگرش‌ها، مهارت‌ها و توانایی‌های افراد غیر کارآفرین را در پی خواهد داشت. (ذبیحی و مقدسی، ۱۳۸۷، ص ۱۶۰)

دلایل نیاز به کارآفرینی در نظام‌های آموزشی و پرورشی

امروزه آموزش کارآفرینی به یکی از مهم‌ترین و گسترده‌ترین فعالیت‌های مراکز آموزشی تبدیل شده است. دوره‌های آموزشی کارآفرینی نه تنها جای خود را در بستر دروس و در رشته‌های مختلف باز کرده، بلکه در دوره‌های مختلف تحصیلی از ابتدایی تا دبیرستان نیز مورد توجه قرار گرفته است. گرچه امروزه تنوع این داده‌ها، شرکت‌های موجود را نیز تحت پوشش قرار می‌دهد و دوره‌های متعددی برای رشد، بقا و کارآفرین کردن سازمان‌های بزرگ طراحی شده، اما هدف اولیه از توسعه کارآفرینی همانا تربیت کردن افراد متکی به نفس و آگاه به فرصت‌ها و به‌طور کلی افرادی است که تمایل بیشتری به راه‌اندازی کسب و کارهای مستقل دارند. (احمدپور داریانی، ۱۳۸۳)

مطالعات نشان می‌دهد که برنامه‌های پرورش کارآفرینان در کشورهای مختلف با سیاست‌گذاری و پشتیبانی اجرایی دولت‌ها به سرانجام رسیده است و از تجربه‌هایی که کشورهای مختلف در زمینه کارآفرینی داشته‌اند، می‌توان نتیجه گرفت که باید پرورش کارآفرینان در کشور را به‌عنوان گام اولیه توسعه تلقی کرد که این مهم بدون ایفای نقش فعلاً دولت به‌ویژه مراکز آموزشی محقق نخواهد شد. (احمدی، ۱۳۸۳)

بارتون کلارک معتقد است: «دانشگاه‌های پویا در قرن بیست و یکم دانشگاه‌هایی هستند که کارآفرین بوده و بتوانند ارزش‌های تخصصی و مدیریتی را تلفیق کنند. هدفمند کردن فعالیت‌ها، ایجاد توازن میان پژوهش‌ها، آموزش و خدمات اجتماعی و تنوع در تأمین بودجه، از جمله ویژگی‌های بارز دانشگاه‌های پویا در قرن جدید است.» (کلارک ۱۲، ۱۹۹۸)

آموزش عالی می‌تواند از طریق آموزش، بر ویژگی‌ها و توانایی‌های افراد تأثیر مثبت بگذارد، مهارت‌های افراد از خصوصیت‌های اکتسابی هستند که می‌توان از طریق آموزش آن‌ها را توسعه داد. (شاه‌حسینی، ۱۳۸۱)

دووک^{۱۲} (۲۰۰۲) معتقد است که دانشگاه‌ها باید با تأسیس نهادهای مختلف، در سایه همکاری و با ایجاد شبکه‌های ارتباطی، از کارآفرینی در دانشگاه‌ها حمایت کنند. در حال حاضر، دانشگاه‌ها با تأسیس پارک‌های علم و فناوری، شهرک‌های تحقیقاتی و مراکز رشد برآند که از کارآفرینی و کاربردی کردن ایده‌های جدید حمایت کنند. اما طراحی و ارائه دروس کارآفرینی و تأسیس نهادهای مختلف در حمایت از کارآفرینی، زمانی مؤثرند که مهارت‌های کارآفرینی، از دوران کودکی رشد کنند و بعدها در دانشگاه‌ها تقویت شوند.

اهمیت و ضرورت آموزش کارآفرینی

در حال حاضر سیر تحولات جهانی، کارآفرینان را در خط مقدم توسعه فناوری و اقتصادی قرار داده است. تجربه موفقیت‌آمیز اغلب کشورهای پیشرفته و نیز برخی از کشورهای در حال توسعه در عبور از بحران‌های اقتصادی به‌واسطه توسعه کارآفرینی در آن کشورها موجب شده تا سایر کشورها نیز برای کارآفرینی، کارآفرینان و شکل‌گیری کسب و

کارهای نوآورانه اهمیت خاصی قائل شوند. با توجه به پدیده جهانی شدن اقتصاد، برخی عقیده دارند که بازارهای جهانی فردا از آن شرکت‌هایی است که به خطرپذیری کارآفرینانه بها می‌دهند و برای گسترش سرمایه‌های فکری خود در حد کلان سرمایه‌گذاری می‌کنند، در بالندگی فردی پرتلاشند و در خط‌مشی‌گذاری شرایط محیطی را مورد توجه قرار می‌دهند.

کارآفرینی تصویری از نیروهای جدید را در عرصه‌های اقتصادی - اجتماعی در سطح ملی و بین‌المللی در قرن حاضر نشان می‌دهد که با ایجاد کسب و کارهای کوچک و متوسط می‌تواند امکان موارد زیر را فراهم آورد:

اشتغال‌زایی و بیکاری

خویش‌فرمایی و استقلال

توزیع متعادل درآمد در سطح جامعه

بهره‌برداری صحیح از امکانات و منابع در دسترس

دستیابی به یافته‌های جدید علم و فناوری

دستیابی به بهره‌وری ملی، توسعه و پیشرفت جامعه

با وجود سرمایه‌گذاری‌های عظیم انجام‌شده در آموزش، به‌ویژه عمری که جوانان صرف تحصیل می‌کنند، چرا دانش کسب‌شده در عمل کاربرد چندانی ندارد؟ آیا می‌توان گفت دانش کسب‌شده بی‌ارزش است و یا علت را باید در جای دیگری جستجو کرد؟

اولین گزینه که به ذهن می‌رسد فقدان قابلیت‌های کارآفرینی افراد است. دانش‌آموختگان نمی‌توانند دانش ذخیره‌شده را به کار گیرند، زیرا قابلیت‌های لازم برای کاربرد دانش که همان کارآفرینی است در آن‌ها ایجاد نشده است. دانشگاه به‌عنوان تولیدکننده دانش، نه تنها باید به کاربرد فکر کند، بلکه موظف است اولویت تولید دانش را بر مبنای کاربردهای عملی و نیاز جامعه تنظیم کند. کارآفرینی دانشگاهی شکاف بین دانش و عمل را کاهش می‌دهد.

پرورش قابلیت‌های کارآفرینی در توسعه و تقویت رقابت در اقتصاد جهانی نیز نقش مهمی دارد. به‌ویژه اگر در طراحی دوره‌های آموزش کارآفرینی تمامی عوامل و عناصر دخیل در آموزش نظیر اهداف، محتوای دروس، شیوه‌های تدریس، اعضای هیأت علمی، شرکت‌کنندگان و... مطابق با یکدیگر و با دقت کافی انتخاب شوند. (حسن مرادی، ۱۳۸۸)

دومین گزینه، محیط کسب و کار است. اگر محیط کسب و کار رقابتی باشد و شرایط محیط مانع نوآوری، راه‌اندازی و اداره یک کسب و کار سالم نباشد و از این فرایند سازنده حمایت کند، انگیزه لازم در کارشناسان کارآفرینی برای کاربرد عملی دانش ایجاد می‌شود. بنابراین، شکاف بین دانش و عمل، تابعی است از قابلیت‌های کارآفرینی و محیط کسب و کار.

قابلیت‌های کارآفرینی باید در مراکز آموزشی ایجاد شود و محیط کسب و کار با مسئولیت دولت و با همکاری صنعت و دانشگاه اصلاح شود. جهت‌گیری صحیح دولت، صنعت و دانشگاه و نیز اثربخشی این همکاری سه‌جانبه به قابلیت‌های کارآفرینی منابع انسانی آن‌ها بستگی دارد. از این‌رو می‌توان گفت یک متغیر کلیدی مؤثر بر شکاف دانش - عمل قابلیت‌های کارآفرینی است.

این‌که چگونه دانش‌های نظری را به اقدام عملی تبدیل کنیم به معنای نوآوری و عرضه محصولات جدید، فناوری‌های جدید، فرایندهای جدید و روش‌های جدیدی است که ارزش اقتصادی و بهره‌وری را افزایش می‌دهد. اهداف کاربرد دانش در دنیای امروز باید به بهبود استانداردهای زندگی و کاهش فقر منجر شود.

وسپر^{۱۳} معتقد است احتمال شکست کارآفرینانی که فقط تجربه دارند و آموزش لازم را ندیده‌اند، زیاد است. در مقابل، کارآفرینانی که هم تجربه دارند و هم آموزش دیده‌اند، در اغلب موارد موفق هستند. (وسپر، ۱۹۹۳)

با تحقیقات متعددی که آثار آموزش بر موفقیت کارآفرینان را به اثبات می‌رساند، تأکید بر آموزش برای تربیت افراد برای ایجاد کسب و کارهای جدید، از ابتدای دهه ۱۹۷۰ جدی‌تر شد. به‌طوری‌که دوره‌های آموزش کارآفرینی نه تنها جای خود را در طرح برخی از دروس باز کرد، بلکه در دوره‌های مختلف تحصیلی از ابتدایی تا دبیرستان نیز مورد توجه قرار گرفت. گس^{۱۴} (۱۹۸۵)، کارلیسکی و والسند^{۱۵} (۱۹۹۸) معتقدند که این آموزش‌ها باید از دوره دبیرستان شروع شود تا جوانان مسیر شغلی مناسب خود را انتخاب کنند. براون^{۱۶} آموزش کارآفرینی برای جوانان را سرمایه‌گذاری برای آینده می‌داند که

تجربه‌های مثبتی را به آنان معرفی می‌کند تا در آینده بتوانند دربارهٔ اشتغال خود بهتر تصمیم بگیرند. (براون، ۲۰۰۳)
گزارش دانشمندان و محققان آموزش کارآفرینی در ایالات متحدهٔ آمریکا نشان می‌دهد، دوره‌های کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای کوچک در سطوح دانشگاهی، هم از نظر تعداد و هم از نظر تنوع واحدهای ارائه‌شده از سال ۱۹۹۰ تا ۲۰۰۵ رشد داشته‌اند. (سولومون، ۲۰۰۶، ۱۱۹)

آموزش کارآفرینی می‌تواند تأثیر بسیاری را در جامعه به دنبال داشته باشد. این آثار را می‌توان در ابعاد فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و اقتصادی مورد بررسی قرار داد. از ابعاد بسیار مهم کارآفرینی ایجاد شغل و استخدام افراد در این گونه شرکت‌های نوپا است که خود می‌تواند اثر اقتصادی، اجتماعی و سیاسی خاصی را به همراه داشته باشد. این مسأله به‌ویژه از لحاظ سیاسی و اجتماعی و به خاطر کاهش تنش‌های ناشی از بیکاری و همچنین جنبه‌های روانی آن بر افراد بیکار، می‌تواند یک مزیت غیرقابل انکار برای آموزش کارآفرینی محسوب شود. کشور ما ایران دارای منابع عظیم طبیعی، اقتصادی و... است که می‌توان همهٔ آن‌ها را به‌عنوان فرصت‌های ناشناخته و استفاده‌نشده دانست. یکی از این منابع «نیروی انسانی» است که روش صحیح استفاده از نیروی انسانی، توجه به کارآفرینی و آموزش آن در راستای بهره‌برداری از فرصت‌های موجود در جامعه و به‌طبع آن ایجاد اشتغال مولد است. (حسینی و خسروی، ۱۳۸۵)
همان‌طور که بیان شد آموزش کارآفرینی در زمینه‌های مختلف تأثیر بسیاری دارد؛ برخی از آثار اقتصادی آن عبارتند از:

آموزش کارآفرینی مشارکت بخش خصوصی را جلب می‌کند.
آموزش کارآفرینی موجب استقلال مالی افراد کارآفرین می‌شود.
آموزش کارآفرینی باعث افزایش انتقال دانش از مراکز آموزشی به بخش خصوصی خواهد شد. (رینولد^{۱۷} و دیگران، ۲۰۰۱)

آموزش کارآفرینی، توانایی دانش‌آموختگان را در کسب ثروت و افزایش تمکن مالی افزایش می‌دهد. متوسط درآمد سالیانهٔ دانش‌آموختگان کارآفرینی حدود ۲۷ درصد بیشتر از متوسط درآمد سالیانهٔ دانش‌آموختگان غیرکارآفرین است. این افراد زمان بیشتری را در تحقیق و توسعه و فعالیت‌های مرتبط با کار صرف می‌کنند. (کوریلسکی، ۲۰۰۴)
در حال حاضر آموزش، یکی از جنبه‌های مهم در گسترش کارآفرینی است که مورد توجه ویژه‌ای واقع شده است. البته وضعیت همیشه به این منوال نبوده و در گذشته‌های نه‌چندان دور این اعتقاد وجود داشت که کارآفرینان از ویژگی‌های ذاتی همچون ابتکار، روحیهٔ تهاجمی، تحرک، تمایل به خطرپذیری، توان تحلیلی و مهارت در روابط انسانی برخوردارند و این ویژگی‌ها با آن‌ها متولد می‌شود. فرض اساسی در آن دوره این بود که کارآفرینان از طریق آموزش، پرورش نمی‌یابند بنابراین تا آن زمان خبری از نقش آموزش در ایجاد و توسعهٔ کارآفرینی نبود و تنها بر جنبهٔ هنری کارآفرینی تأکید می‌شد. ولی به‌تدریج نتایج مطالعات مختلف، این تفکر نادرست را اصلاح کرد و نشان داد ویژگی‌های کارآفرینان اغلب اکتسابی است و نه توارثی و از این‌رو در حال حاضر آموزش کارآفرینی به یکی از مهم‌ترین و گسترده‌ترین فعالیت‌های مراکز آموزشی تبدیل شده است، چراکه لازمهٔ توسعهٔ کارآفرینی، آموزش آن است. پژوهش‌ها نشان می‌دهد که مهم‌ترین عامل مؤثر در حرکت کارآفرینی از قوه به فعل، بروز روحیهٔ کارآفرینی در افراد از طریق آموزش است. سازمان بین‌المللی کار (ILO) به منظور ارتقای کارآفرینی مدیران صنایع کوچک، برنامه‌های آموزشی و مشاوره‌ای را با عنوان SIYB در کشورهای مختلف به‌وجود آورده است. این برنامه‌ها که عملکرد مؤسسه‌های کوچک اقتصادی را بهبود می‌بخشد برحسب توانایی مدیران صنایع کوچک و نوع فعالیت آن‌ها طراحی شده‌اند. قابل توجه است که با طی دورهٔ SIYB، ۹۰ درصد شرکت‌کنندگان با اصول اولیهٔ کسب و کار آشنا شده‌اند و ۵۰ درصد از کارآفرینان مهارت‌های خاص مدیریتی را فراگرفته‌اند. در حال حاضر ILO در ۷۰ کشور دنیا برنامهٔ SIYB را با هدف رشد کارآفرینی در صنایع کوچک، به اجرا درآورده است.

برنامه‌های مختلف آموزش کارآفرینی در جهان

اواخر دههٔ ۵۰ میلادی، نخستین کشوری که آموزش علمی و هدفمند کارآفرینی و ترویج فرهنگ آن را از سطح دبیرستان آغاز کرد، ژاپن بود. مسألهٔ کارآفرینی در ژاپن به سطح دانشگاه‌ها هم کشیده شد و در بین سال‌های ۱۹۲۲ تا ۱۹۷۰ میلادی، کارآفرینان بیش از ۹۶ درصد نوآوری صنعتی را که توانست موقعیت ژاپن را در اقتصاد جهانی به یک موقعیت برجسته و

برتر تبدیل کند، به نام خود ثبت کردند. آموزش کارآفرینی سیاستی است که در کمیت و کیفیت عرضه کارآفرینی در یک جامعه اثر مستقیمی دارد؛ برای همین، در بسیاری از کشورها به‌ویژه کشورهای پیشرفته که تا حد ممکن موانع و مشکلات آن‌ها برطرف شده، دولت‌ها به شکوفا کردن توان بالقوه مردم پرداخته‌اند. در این میان، دادن آموزش به تولیدکنندگان کوچک بسیار اهمیت دارد. با اجرای این سیاست همواره می‌توان به اهداف گوناگونی مانند شناخت فرصت‌ها و چگونگی بهره‌برداری از آن‌ها، آشنایی با فناوری و دانش فنی جدید و چگونگی به‌کارگیری آن‌ها، روش‌های جدید علمی، مدیریت و بازرگانی، جامعه عمل پوشید. در ضمن، آموزش می‌تواند بلندمدت (مانند آموزش از دوره دبیرستان به بعد) و یا کوتاه‌مدت (مانند سخنرانی‌های ادواری) باشد.

تاکنون ۴ دسته تحقیقات در زمینه کارآفرینی انجام شده است که عبارتند از:

۱. مطالعات در خصوص ویژگی‌های کارآفرینان
 ۲. مطالعات در خصوص سازوکارهای تشکیل شرکت‌های نوپا
 ۳. مطالعات در خصوص ارتباط کارآفرین با جامعه
 ۴. مطالعات در خصوص آموزش روش‌شناسی تحقیق و نقش دولت در کارآفرینی
- در گذشته این افسانه شایع بود که کارآفرینان ویژگی‌هایی ذاتی دارند که این ویژگی‌ها شامل ابتکار، خطرپذیری و... است. درواقع فرض اساسی این افسانه آن بود که کارآفرینان از طریق آموزش، پرورش نمی‌یابند. اما امروزه کارآفرینی به‌عنوان رشته‌ای علمی مورد شناسایی قرار گرفته و فروپاشی این افسانه قدیمی را به دنبال داشته است. رشته علمی کارآفرینی همانند تمامی رشته‌های دیگر دارای مدل‌ها، فرایندها و قضایایی^{۱۸} است که باید دانش مربوط به آنها کسب شود. کارآفرینان همان‌گونه که ما یاد می‌گیریم یاد می‌گیرند. کارآفرینان نه تنها می‌توانند از خطاها و مربیان غیررسمی خود بیاموزند، از طریق مطالعه و تربیت رسمی نیز مستعد یادگیری هستند. کتاب‌ها و دوره‌های آموزشی با موضوع شکل‌دهی کسب و کار جدید، با سرعت زیادی در حال افزایش است. علاوه بر دوره‌ها و کتاب‌ها، مجموعه جدیدی از برنامه‌های آموزشی برای پر کردن شکاف اطلاعاتی و دانشی برای کارآفرینانی طراحی شده است که هم‌اکنون در حال پیگیری کسب و کارشان هستند. برنامه‌های مبتنی بر آموزش بر مبنای این فرض عمل می‌کنند که اگر ما فقط ابزارهای مناسب و مؤثر را برای مرتبط ساختن منابع برگرفته از دانشگاه‌ها، مدارس فنی و دانشکده‌ها، با جامعه کسب و کار جدید پیدا کنیم، قادر خواهیم بود ابتکارهای صنعتی را تقویت کنیم.

دانشگاه کالگری در سال ۱۹۷۳، برای نخستین بار مجوز تأسیس دوره کارشناسی ارشد را دریافت کرد و کارآفرینی به‌عنوان یکی از زمینه‌های اصلی مورد توجه قرار گرفت. در ژوئن سال ۱۹۸۵ میلادی، این دانشگاه به ارزیابی نتایج برگزاری یکی از دوره‌های آموزش کارآفرینی خود که در فاصله ژوئن سال ۱۹۸۴ تا دسامبر ۱۹۸۴ برگزار شده بود پرداخت و از ۵۰ نفر از ۶۵ شرکت‌کننده دوره درباره نتایج دوره نظرخواهی کرد. این دوره آموزش رقمی حدود ۷۵ هزار دلار برای دانشگاه هزینه داشت!

تجربه دانشگاه کالگری نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاری کوچکی (حدود ۷۵ هزار دلار) در آموزش کارآفرینان کسب و کارهای کوچک منجر به ارزش‌افزوده فراوانی (معادل یک میلیون و ۷۵۰ هزار دلار) شده و علاوه بر آن تأثیر زیادی در ایجاد فرصت استخدام و تسهیل ایجاد سرمایه داشته است.

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 کارآفرینی تحت عنوان سربازان فداکار اقتصادی ژاپن، پیاده و اجرا کرد. براساس این طرح از افرادی از سطح دبیرستان‌ها به مسأله کارآفرینی پرداخته و آموزش دیدند که در حین تحصیل چگونه کار کنند و به دنبال کسب سود باشند و چگونه کشورشان را از وابستگی صنعتی‌های رهایی دهند. به تدریج مسأله کارآفرینی در ژاپن به سطح دانشگاه‌ها هم کشیده شد. اکنون در ژاپن بیش از ۲۵۰ مؤسسه بزرگ کارآفرینی وجود دارد.

بین سال‌های ۱۹۷۰ تا ۱۹۹۲ میلادی، کارآفرینان عامل اصلی بیش از ۹۶ درصد نوآوری صنعتی ژاپن بودند که توانست موقعیت این کشور را در اقتصاد جهانی به یک موقعیت برتر تبدیل کند. البته ناگفته نماند حمایت‌های دولت هم در این زمینه نقش مهمی داشته است.

در انگلستان، دولت به دانشگاه‌ها برای آموزش کارآفرینی یارانه می‌پردازد. در هلند، برای کارکنان SMEها آموزش‌های

حرفه‌ای گذاشته شد به طوری که در سال ۱۹۹۸، ۳۲ درصد از SMEها درگیر آموزش حرفه‌ای بوده‌اند. همچنین در ایتالیا، ۸۵۵ دوره کسب و کار برای ۱۰ هزار شرکت کننده در بیش از ۲۰ دانشگاه ارائه شده است. امروزه آموزش کارآفرینی به یکی از مهم‌ترین و گسترده‌ترین فعالیت‌های دانشگاه‌ها تبدیل شده است. به عنوان مثال در ایالات متحده آمریکا آموزش کارآفرینی در درون دوره‌های دانشگاهی و توسط مؤسسه‌های خاص مورد توجه بسیاری قرار گرفته است.

کانادا و برخی کشورهای آسیایی همچون فیلیپین، هند و مالزی نیز گام‌هایی اساسی برای حمایت از کارآفرینی برداشته‌اند. این حمایت‌ها شامل راهنمایی‌های عملی، مشاوره، ارائه تسهیلات مالی و برگزاری دوره‌هایی با موضوع کارآفرینی در دانشگاه‌ها و یا خارج از آن‌ها است.

سازمان جهانی کار^{۱۹} با استفاده از تجربه‌های کشورهای موفق در زمینه کارآفرینی، به طراحی و تدوین دوره‌های مختلفی از کارآفرینی با استانداردهای بین‌المللی اقدام کرده است. از جمله برنامه‌های آموزش کارآفرینی، برنامه‌ای است که به اختصار «سیب»^{۲۰} خوانده می‌شود. این برنامه در بیش از ۶۰ کشور در حال توسعه اجرا شده است. برنامه «سیب»، برنامه‌ای آموزشی و مشاوره‌ای است که به منظور تربیت و پرورش مدیران کارآفرین در واحدهای کوچک (اعم از صنعتی، خدماتی و تجاری) تنظیم شده است و بسته‌های متنوع آموزشی را شامل می‌شود. بسته‌های (IYB)^{۲۱} و (SYB)^{۲۲} به آموزش اصول و مفاهیم مدیریتی و روش‌های اداره بنگاه به صاحبان و مدیران واحدهای کوچک تولیدی و خدماتی که در صدد رشد و توسعه بنگاه خویش هستند، می‌پردازد. طی یک دهه از اجرای برنامه SIYB توسط سازمان جهانی کار در کشورهای مختلف جهان بیش از ۱۰۰ هزار کارآفرین تحت آموزش قرار گرفتند. پژوهش‌ها نشان می‌دهد که شرکت کنندگان از برنامه راضی بوده‌اند، آن را مفید و جالب یافته‌اند و برنامه به نظرشان بی‌ربط نبوده است. همچنین، آموزش‌های IYB در میزان رشد، اشتغال و سودآوری بنگاه‌ها تأثیر جدی بر جای گذاشته است.

از دیگر دوره‌هایی که سازمان جهانی کار در زمینه کارآفرینی ارائه می‌دهد می‌توان به آموزش کارآفرینی «کب»^{۲۳} اشاره کرد که با همکاری مرکز آموزش‌های بین‌المللی تورین ایتالیا^{۲۴} مطابق با استانداردهای بین‌المللی تهیه شده است. این مجموعه در ۲۶ کشور دنیا از جمله ایران بومی و برگزار شده است.

یکی دیگر از روش‌های آموزش کارآفرینی، آموزش از راه دور است که امروزه با توجه به پیشرفت فناوری اطلاعات (ویدئو، اینترنت، شبکه‌های سازمانی و...) انجام این نوع آموزش از پیشرفت زیادی برخوردار شده است. آموزش از راه دور معرف سامانه‌ای است که طی آن نهادهای مسئول از راه دور آموزش یادگیرنده را برعهده می‌گیرند. در این روش، یادگیرنده (فراگیر) بیشتر به خود متکی بوده و در هنگام ضرورت درخواست کمک خواهد کرد. با توجه به قابلیت‌های آموزش از راه دور و یادگیری باز، مؤسسه (IGNOU) در سال ۱۹۸۵ در هند تأسیس شد و مسئولیت معرفی، ترویج و هماهنگی سامانه آموزش از راه دور را در این کشور برعهده گرفت و آموزش دروس مربوط به کارآفرینی و مدیریت مؤسسه‌های کوچک نیز به یکی دیگر از کارگروه‌های مؤسسه مزبور سپرده شد.

انواع برنامه‌های آموزش کارآفرینی در ایران

با استفاده از الگوی SIYB و تجربه‌های ارزنده‌ای که از اجرای آن به دست آمده و با توجه به شرایط اقتصاد ایران، چارچوبی برای تشکیل دوره‌های آموزشی کارآفرینی در ایران در قالب طرح «ستاد آموزش کارآفرینی ایران» (SAKA) طراحی و ارائه شده است. همچنین مؤسسه کار و تأمین اجتماعی با استفاده از منابع بین‌المللی کار (ILO)، طرح آموزش کارآفرینی را در سال ۱۳۶۷ ارائه کرد و همزمان با تدوین نظام جدید آموزشی، در سال ۱۳۶۸ «کارآفرینی» را به عنوان یکی از دروس رشته کار و دانش پیشنهاد کرد. در طرح آموزش کارآفرینی تأکید شده است که «آموزش برای ایجاد اشتغال با مزد» دیگر تنها راه حل مقابله با مشکل فزاینده بیکاری نبوده و قلمرو آموزش از فرهنگ «برای دیگران کار کردن» فراتر رفته است. وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی نیز در راستای وظایف و اهداف خود، به کارآفرینی به عنوان یک راهکار مؤثر در ایجاد اشتغال نگرسته و در این زمینه اقداماتی به عمل آورده است. از مهم‌ترین این اقدامات می‌توان به برگزاری جشنواره اشتغال و کارآفرینی در مهر ماه سال ۱۳۸۳ اشاره کرد. این جشنواره که در تاریخ ۱۴ و ۱۵ مهر ماه سال ۱۳۸۳ در مجموعه فرهنگی ورزشی وزارت مذکور با همکاری سازمان همیاری اشتغال فارغ التحصیلان برگزار شد، اهداف زیر را دنبال می‌کرد:

شناسایی و معرفی طرح‌ها و تلاش‌گران برگزیده در حوزه اشتغال و کارآفرینی
ترویج و اشاعه فرهنگ کارآفرینی به منظور ایجاد اشتغال بیشتر
فراهم ساختن زمینه مناسب برای رقابت سازنده در این عرصه

آموزش و پرورش کارآفرینان در نظام آموزش عالی کشور ما با بیش از ۲۰ سال تأخیر نسبت به کشورهای توسعه‌یافته در اواخر سال ۱۳۷۹ در وزارت علوم، تحقیقات و فناوری با عنوان طرح کاراد مورد توجه قرار گرفت. براساس برنامه سوم توسعه کشور، طرحی تحت عنوان «طرح توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌های کشور» که به اختصار کاراد نام گرفته است تدوین و اجرای آن با نظر سازمان وقت مدیریت و برنامه‌ریزی کشور و وزارت علوم، تحقیقات و فناوری در ۱۲ دانشگاه کشور شروع و مسئولیت پیگیری، اجرا و امور ستادی آن از سوی وزارت علوم در اواخر سال ۱۳۷۹ به سازمان سنجش آموزش کشور واگذار شد.

ایران با دارا بودن نیروی انسانی به‌عنوان یکی از عوامل مؤثر در تولید و ثروت اقتصادی همانند بسیاری از کشورهای در حال توسعه برای استفاده مؤثرتر از این نیروها تعدادی از دوره‌های ارائه‌شده در جهان را برای آموزش کارآفرینی مورد استفاده قرار داده است. اغلب سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای متولی برگزاری این دوره‌ها و یا ناظر بر ارائه آنها است. با توجه به شرایط اقتصاد ایران چارچوبی برای تشکیل دوره‌های آموزشی کارآفرینی در ایران در قالب طرح ستاد آموزش بعضی از متدلوژی‌هایی مانند (GTZ) CEF، KAB(ILO) و (UNVTAD) EMPRETEC در مؤسسه‌های آموزش فنی و حرفه‌ای مورد بررسی قرار گرفته و همچنین برای ارائه یک دوره آموزشی برای ادغام کردن آنها مورد توجه است.

از دیگر برنامه‌های آموزش کارآفرینی در ایران، برنامه آموزش کارآفرینی براساس مدل NFTE^{۲۵} است. این برنامه آموزشی متناسب با سطوح و دوره‌های مختلف تحصیلی طراحی شده و محتوای آن براساس گروه‌های سنی مختلف تنظیم شده است. برنامه آموزشی NFTE را می‌توان به‌صورت دوره کوتاه‌مدت در یک نیم‌سال تحصیلی، یک ترم یا یک دوره یک‌ساله کارآفرینی آموزش داد. برنامه آموزشی KAB که پیش‌تر به آن اشاره شد، از دیگر برنامه‌های ارائه‌شده در ایران است و شامل مجموعه‌ای از مواد آموزشی برای آموزش کارآفرینی است. هدف کلی KAB کمک به ایجاد یک فرهنگ کسب و کار است. سامانه آموزش KAB برای تأمین مواد درسی ضروری معلمان و مربیان در یک دوره ۱۲۰ ساعته طراحی شده است. این بسته آموزشی شامل یک کتابچه راهنمای مربی و ۸ عنوان درسی است هر عنوان یک بخش اصلی از کارآفرینی را معرفی می‌کند و به چندین موضوع تقسیم می‌شود. هر عنوان درسی به‌عنوان یک بسته مستقل طرح‌ریزی شده است و پیش‌نیاز عناوین دیگر نیست.

ارزیابی برنامه‌های کارآفرینی در ایران

به منظور بررسی نقاط قوت و ضعف دوره‌های آموزش کارآفرینی در ایران از روش بررسی اسناد و مدارک استفاده شده است. به‌طور کلی می‌توان گفت که آموزش کارآفرینی در ایران در مرحله طفولیت به سر می‌برد و برخی از نقاط قوت و ضعف آن عبارتند از:

الف) نقاط قوت دوره‌های آموزش کارآفرینی در ایران

با توجه به دوره‌های معدودی که برگزار شده، به نظر می‌رسد استقبال خوبی از این دوره‌ها شده است این اقبال ناشی از مطالعات موردی و وجود خلأ در این زمینه، در مؤسسه‌های آموزشی و صنعتی است.

در برخی از برنامه‌های آموزشی، تعدادی از استادان، از مطالعات موردی^{۲۶}، مثال‌های بومی و همچنین ابزار سمعی و بصری (همانند فیلم‌های ویدئویی)، استفاده کرده‌اند که تأثیر زیادی در جلب توجه و رضایت شرکت‌کنندگان دوره‌ها داشته است. از آنجایی که بیشتر استادان دوره‌ها، دارای سوابق مدیریتی مراکز صنعتی بوده‌اند، ارتباط با مخاطبان و شرکت‌کنندگان دوره‌ها به‌نسبت خوب بوده است و تجربه عملی آن‌ها و بازگویی تجربه‌های عملی برای شرکت‌کنندگان، درک مفاهیم کارآفرینی را آسان کرده است. مراکز صنعتی و آموزشی کشور درخواست زیادی برای برگزاری این دوره‌های آموزش کارآفرینی دارند. این خواسته ناشی از احساس کمبود در این زمینه است.

ب) نقاط ضعف دوره‌های آموزش کارآفرینی در ایران

در برگزاری دوره‌های آموزش کارآفرینی باید از روش‌های مختلف تدریس استفاده کرد، مواردی همچون روش کلاسی،

سمینار، سخنرانی، کارگاهی و... متناسب با موضوعات به کار گرفته شود، ولی دوره‌های آموزش کارآفرینی در ایران، تنها به صورت سخنرانی بوده و روش‌ها متنوع نیستند.

منابع آموزشی و کمک آموزشی در زمینه کارآفرینی در کشور هنوز به میزان مطلوب نرسیده است، به طوری که تعداد کتب موجود از ۶۰ عنوان تجاوز نمی‌کند و تعداد مقاله‌های علمی - پژوهشی نیز کم است؛ بنابراین استادان و شرکت‌کنندگان در دوره‌ها، منابع اطلاعاتی اندکی در اختیار دارند. برنامه‌های آموزش کارآفرینی در مراکز آموزشی و صنعتی، سازماندهی شده نیست و برنامه‌ها و سطح‌بندی آن مورد توجه قرار نمی‌گیرد. برنامه‌های آموزش کارآفرینی برگزار شده در صنایع کشور، بیشتر در یک نیمروز یا حداکثر یک روز کامل بوده که این علاوه بر خستگی شرکت‌کنندگان، درک مفاهیم جامع و کامل راجع به کارآفرینی را ناممکن می‌کند.

پیشنهاد مدل مطلوب تهیه برنامه آموزش کارآفرینی در ایران

همان‌طور که پیش‌تر گفته شد، ایران با داشتن ظرفیت‌های مناسب برای توسعه و رشد کارآفرینی، برخی از برنامه‌های جهانی آموزش کارآفرینی را به منظور پرورش کارآفرینان ارائه کرده است. از آنجایی که این دوره‌های ارائه شده به طور کامل با شرایط و ظرفیت‌های کشور و زمینه‌های موجود متناظر نیستند، حرکت برای بومی‌سازی برنامه‌های آموزش ضروری به نظر می‌رسد. گام نخست برای تهیه هر برنامه آموزشی، تعیین نیازهای آموزشی، سپس تعیین هدف‌های آموزشی و در پایان هم تعیین محتوای دوره است. با توجه به این که سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور مهم‌ترین نهاد در تهیه و ارائه دوره‌های آموزش کارآفرینی محسوب می‌شود، در ساختار و تشکیلات خود دفتری به نام دفتر بهسازی و نظارت آموزشی^{۲۷} به این منظور پیش‌بینی کرده است. دفتر بهسازی و نظارت آموزشی در ۲ محور اصلی زیر متولی امور آموزشی مربوط به فعالیت بخش دولتی سازمان است و با همکاری اداره‌های کل آموزش فنی و حرفه‌ای استان‌ها در بحث خدمت‌رسانی به متقاضیان فراگیری مهارت در مراکز ثابت آموزش فنی و حرفه‌ای، تیم‌های آموزشی مستقر در پادگان‌ها و همچنین ندامتگاه‌ها را برعهده دارد. محورهای اصلی فعالیت این دفتر عبارتند از:

الف) برنامه‌ریزی و بهبود مستمر داده‌های لازم برای فعالیت مراکز، شعب و تیم‌های آموزشی و بهینه کردن فرایند مهارت‌آموزی در کارگاه‌ها از طریق مطالعه وضع موجود، ارائه راهکارهای بهینه و آزمایش روش‌های جدید، علمی و اعتباربخشی به روش‌های نو و تسری آن‌ها.

ب) نظارت بر استقرار و نهادینه شدن ضوابط و مقررات آموزشی، از یک طرف برای ارائه بازخوردهای لازم برای بهینه کردن سامانه آموزشی در حال اجرا و از طرف دیگر برای استقرار نظام شایسته‌سالاری.

این دفتر برای دستیابی به داده‌های مورد نیاز جهت تهیه برنامه آموزشی، به آخرین اطلاعات از وضعیت اقتصادی کشور به‌ویژه بخش صنعت نیاز دارد. علاوه بر آن، اطلاعاتی بهنگام از وضعیت اشتغال کشور به تفکیک مناطق مختلف و وضعیت کارجویان و فرصت‌های شغلی موجود برای جذب نیروی کار از ملزومات تهیه برنامه کاربردی برای به جریان انداختن خلاقیت و کارآفرینی نیروهای موجود، با هدف پر کردن خلأهای موجود در بازار کار است. مورد اخیر به‌خوبی در داده‌های ناشی از مطالعات و بررسی‌های معاونت برنامه‌ریزی و نظارت راهبردی ریاست جمهوری در هر استان قابل دسترسی است. به این ترتیب، با در نظر گرفتن مأموریت هریک از این ۳ مجموعه یادشده، سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای می‌تواند برای بومی کردن محتوای دوره‌های آموزش کارآفرینی در کشور از داده‌های ارائه شده توسط وزارت صنعت، معدن و تجارت و همچنین معاونت نظارت راهبردی ریاست جمهوری، نیازهای حوزه‌های مختلف اقتصاد کشور و به‌ویژه بخش صنعت را که جذاب‌ترین و مؤثرترین حوزه برای پرورش و استفاده از ایده‌های نوین کارآفرینی است، دریافت کند.

نقش فرهنگی دانشگاه در توسعه کارآفرینی با توجه به سند چشم‌انداز

نقش کارکردهای دانشگاه در تربیت کارآفرین

در تربیت کارآفرین ۲ عامل اساسی مورد توجه قرار دارد: نخست عواملی که سبب به وجود آمدن رویکردها، ویژگی‌ها و رفتار کارآفرینانه در فرد می‌شود و دیگری عواملی است که محیط را برای فعالیت‌های کارآفرینانه مساعد و مناسب می‌سازد. در عامل اول که در آن، دیدگاه روان‌شناختی مطرح است، ویژگی‌های کارآفرینان را برای فرد بیان کرده و راه‌های کسب این

توانمندی‌ها و ویژگی‌ها را به او نشان می‌دهند تا فرد تشویق شده و با کسب توانایی فردی به کارآفرینی بپردازد. به عبارتی با این عامل، بذر را تقویت می‌کند و با شیوه‌های اصلاح نباتات کاری می‌کند که این بذر در هر خاک و محیط سخت رشد کند و بتواند در عرصه رقابت دوام آورده و پایدار بماند. اما عامل دوم که دیدگاه جامعه‌شناختی است محیط را متناسب با فعالیت کارآفرین تنظیم کرده و با انواع تسهیلات، حمایت‌ها و تشویق‌ها جامعه را برای فعالیت افراد خلاق و کارآفرین مهیا می‌سازند. (نیازی و کارکنان نصرآبادی، ۱۳۸۶)

به‌طور کلی، برای نظام فرهنگی هر جامعه دست کم می‌توان ۵ کارکرد اصلی را ذکر کرد:

۱. تأمین نیازهای فیزیولوژی

۲. ایجاد ارتباط جمعی

۳. دادن هویت فرهنگی خاص به اعضا

۴. حفظ، تداوم و بقای جامعه

۵. ایجاد و حفظ همبستگی و انسجام اجتماعی

به عبارت دیگر، اگر فرهنگی بخواهد برای یک جامعه به‌عنوان فرهنگ باقی بماند و توسط اعضای آن جامعه حفظ شده و مقدس شمرده شود، باید از کارکردهای فوق برخوردار باشد و گرنه همواره به‌عنوان یک فرهنگ پیرو به‌دنبال عناصر فرهنگی جوامع دیگر خواهد بود تا بتواند از طریق آن عناصر این کارکردها را پاسخ دهد.

با توجه به کارکردهای دانشگاه و نیز تصور جدید از دانشگاه که به‌عنوان یک سازمان کارآفرین ترسیم شده است به نقش کارکردهای دانشگاه در عوامل فردی و محیطی پرداخته می‌شود. از آنجایی که در علم روان‌شناسی مراحل تغییر افراد در فرد شامل موارد انگیزش، دانش و تثبیت است، بنابراین چنانچه فردی بخواهد رفتار خود را براساس ویژگی‌های یک فرد کارآفرین تغییر دهد و مانند یک فرد خلاق و نوآور به فعالیت‌های کارآفرینانه دست بزند و درست در همان زمانی که برخی افراد فقط هرج و مرج، تناقض، تضاد و ابهام را می‌بینند او بتواند فرصت‌ها را دیده و آن‌ها را به موفقیت تبدیل کرده و استفاده کند، باید برای دستیابی به این منظور ۳ مرحله انگیزش، دانش و تثبیت را طی کند.

بر این اساس آلد ریچ^{۲۸} و زیمر^{۲۹} کارآفرینی را فرایندی محسوب می‌کنند که در شبکه متغیری از روابط اجتماعی واقع شده است. این روابط اجتماعی می‌توانند رابطه کارآفرین را با منابع و فرصت‌ها، محدود یا تسهیل کنند. این شبکه عبارت است از مجموعه تمامی افرادی که از طریق خاص با یکدیگر رابطه دارند و می‌توانند این نقش مهم را در فرایند تأسیس شرکت‌ها ایفا کنند: «بالا بردن انگیزه، برانگیختن فکر، تسهیل تبدیل فکر به یک طرح واقعی، ارائه کمک علمی، حمایت و پشتیبانی». با نگاهی به این ۵ عامل این نتیجه گرفته می‌شود که در ایفای نقش‌های اول و دوم «انگیزش» و نقش سوم و چهارم «دانش» و نقش پنجم «تثبیت» مطرح است. از این‌رو با توجه به کارکردهای دانشگاه (فرهنگی، آموزشی و پژوهشی) می‌توان نقش انگیزش را توسط فعالیت‌های فرهنگی و ترویجی، نقش دانش را توسط برنامه‌های آموزشی و نقش تثبیت را با فعالیت‌های پژوهشی ایفا کرد.

از سوی دیگر، راه رسیدن و دستیابی به اهداف و برنامه‌های سند چشم‌انداز ۲۰ ساله کشور، بها دادن به کارآفرینی است، چراکه دستیابی به اهداف سند چشم‌انداز ۲۰ ساله جمهوری اسلامی ایران و نیز تحقق کامل اهداف برنامه‌ها، مستلزم توسعه فرهنگ و دانش کارآفرینی به‌عنوان عامل اصلی تحرک و تولید در جامعه است. در این راستا دانشگاه می‌تواند با حرکت به سوی دانشگاه کارآفرین بهترین مکان برای توسعه فرهنگ کارآفرینی در جامعه باشد. اساتید دانشگاه می‌توانند با شناسایی کارآفرینان و نخبگان دانشجو، آنان را در تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری‌ها شریک کنند به‌گونه‌ای که نخبگان در جامعه احساس تنهایی نکنند. از جمله کارهایی که باید در راستای ایجاد فرهنگ کارآفرینی در بین افراد جامعه انجام شود می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱. در نظام آموزشی شامل دانشگاه‌ها، دانشکده‌ها، مراکز آموزش‌های حرفه‌ای، دبیرستان‌ها و... باید به نوآوری، ابداع و خلاقیت و کارآفرینی بها دهند نه به محفوظات. اگر تفکر نوآوری در آموزش حاکم شود بخش عظیمی از نیروهای جوان مادرگیر فعالیت‌های کارآفرینی می‌شوند.

۲. دانشگاه‌ها و سایر مراکز تحقیقاتی باید ایجاد همبستگی نسبی تحقیقاتی با اهداف توسعه صنعتی، تحول رشته‌های دانشگاهی نسبت به روند تحول فناوری و آینده‌نگری و اصالت‌بخشی به تحقیقات را از مهم‌ترین وظایف خود بدانند.

۳. آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها و شناسایی افراد مستعد و ارزش‌آفرین (کارآفرین) در دانشگاه‌ها توسط گروه خبره‌ای که در صنعت کار کرده‌اند.

۴. توسعه فرهنگ نوآوری و کارآفرینی از طریق دوره‌های آموزشی، برگزاری همایش‌ها و... باید در برنامه کاری دانشگاه‌ها باشد.

۵. تشویق و حمایت دانش‌آموختگان مستعد دانشگاه‌ها در سطح کشور از طریق رسانه‌های جمعی و کمک‌های آزمایشگاهی و کمک‌های مالی.

هنگامی که ما در دانشگاه‌های خود مراکزی برای توسعه کارآفرینی و ترغیب کارآفرینان داشته باشیم و دانشجویان مستعد کارآفرینی را برای رسیدن به اهداف‌شان یاری کنیم، می‌توانیم یک دانشگاه کارآفرین داشته باشیم. ما باید طی آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها «فرهنگ کارآفرینانه» را در میان قشرهای دانشگاهی پیشرفت دهیم تا بتوانیم در روند توسعه صنعتی کشور موفق باشیم. (غدیری، خبرگزاری فارس، ۱۳۸۷/۰۳/۲۲)

اهداف آموزش و یادگیری کارآفرینی

در نظر گرفتن نقش فرهنگی و تجربی برای کارآفرینی، باعث می‌شود که به شکلی غیرمستقیم از این ایده حمایت شود که کارآفرینی تحت تأثیر اقدام‌های آموزشی است. وقتی آموزش با نتایج یک موضوع رفتاری پیوند بخورد، آنگاه می‌توان خطوطی موازی میان آموزش و کارآفرینی ترسیم کرد. به عنوان مثال، رایل^{۳۰} به نکته‌ای پذیرفته‌شده در مورد اهمیت آموزش در قبال نتایج و رفتارها اشاره می‌کند که به‌طور خاص دربرگیرنده نوآوری، خلاقیت، انعطاف‌پذیری، توانایی پاسخ دادن به موقعیت‌های مختلف، استقلال و ابراز وجود است. به‌طور کلی، ۳ موضوع و قالب مهم در مورد نوآوران و کارآفرینان «دانش، مهارت و نگرش» است.

در بیشتر آموزش‌های رسمی، به شکلی جامع و تحلیلی به موضوع اول پرداخته می‌شود اما توجه به موضوع دوم اغلب به شکلی ناقص است و به راحتی نمی‌توان آن را در سامانه‌های آموزش رسمی دید و به موضوع سوم هیچ پرداخته نمی‌شود. از دید مک‌مولان و کاهون (۱۹۷۹)، مهم‌ترین اهداف ذکرشده در مورد آموزش کارآفرینی و برنامه آموزشی که به رشد استقلال‌طلبی و خلاقیت در نظام تعلیم و تربیت کمک می‌کنند، عبارتند از:

شناسایی و برانگیختن انگیزه، استعداد و مهارت‌های کارآفرینی

کمک و حمایت از تمامی ابعاد منحصربه‌فرد کارآفرینی

هدایت نگرش‌ها به سمت تغییر و تحولات

ترغیب شرکت‌های تازه‌تأسیس و دیگر کسب و کارهای کارآفرینانه

فرایند آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها

آموزش کارآفرینی، یک فرایند یادگیری چندمرحله‌ای است که حداقل در ۵ مرحله متفاوت از زندگی توسعه و تحقق می‌یابد. در این دوره‌های یادگیری فرض می‌شود که هر فرد در سامانه آموزشی باید فرصت‌هایی برای یادگیری مراحل اولیه داشته باشد، اما در مراحل بعدی افرادی هدف‌گزینش و آموزش قرار می‌گیرند که با یادگیری هر مرحله بتوانند در آینده کارآفرین شوند. آموزش‌های هر یک از مراحل فرایند آموزش کارآفرینی، ممکن است با فعالیت‌های سایر دروس ترکیب شده و یا به عنوان یک دوره درسی مجزا تدریس شود. مراحل آموزش کارآفرینی به ترتیب سطح عبارتند از:

مرحله اول) سطح پایه

دانش‌آموزان در دوره‌های ابتدایی، راهنمایی و دبیرستان باید رویه‌های مختلف مالکیت کسب و کار را تجربه کنند. در این مرحله بر مفاهیم اساسی اقتصادی، فرصت‌های کسب و کار که در نتیجه تغییرات اقتصادی به وجود می‌آیند و همچنین مهارت‌های اساسی مورد نیاز برای موفقیت در بازار کسب و کار تمرکز می‌شود. برانگیختن برای یادگیری بیشتر و درک فرصت‌های منحصربه‌فرد اقتصادی، از نتایج غایی و مورد انتظار این سطح است.

مرحله دوم) سطح پرورش شایستگی‌ها

در این مرحله دانش‌آموزان باید زبان تجارت و کسب و کار را یاد بگیرند و با مسائل و دیدگاه‌هایی که از نظر صاحبان

مؤسسه و بنگاه مهم هستند، آشنا شوند. سطح پرورش شایستگی‌ها به آموزش‌های حرفه‌ای خاصی نیاز دارد. این آموزش‌های حرفه‌ای می‌تواند در تمام کلاس‌های درسی مختلفی که به‌نوعی با کارآفرینی مرتبط هستند، تدریس شود. به‌طور مثال جریان‌های نقدینگی و مسائل مدیریتی و اقتصادی مرتبط با آن می‌تواند در درس ریاضیات ویژه کارآفرینی گنجانده شده و آموزش داده شود.

مرحله سوم) سطح کاربرد خلاق:

این سطح از فرایند آموزش کارآفرینی دربرگیرنده حداقل دروسی است که یادگیری آن‌ها برای تشریح یک کسب و کار نوین الزامی است. در آغاز یک کسب و کار موارد بسیاری برای یادگیری وجود دارد و این موضوع برای شغل‌های درگیر با مسائل و مشکلات متفاوت، تعجب‌برانگیز هم نیست. برای نمونه یک پزشک باید سال‌های طولانی درس بخواند تا بتواند طبابت کند. از این مرحله انتظار می‌رود که یادگیرندگان یا همان صاحبان آتی کسب و کار، تمام موارد لازم و ضروری مرتبط با حرفه خود را در چند سمینار آموزشی بیاموزند. در این مرحله فراگیران باید فرصت‌های آشنایی با ایده‌های متفاوت و روش‌های گوناگون برای برنامه‌ریزی کسب و کار را یاد بگیرند. هرچند هنوز این کار یک تجربه آموزشی است، اما دانش‌آموزان باید نسبت به مرحله قبل، مسائل را بهتر بیاموزند. نتیجه این سطح از فرایند آموزش کارآفرینی شکل‌گیری یک ایده واحد در آن‌ها و فرایند تصمیم‌گیری و اجرای برنامه‌های کسب و کار کامل است. دوره آموزش کاربرد خلاق را می‌توان برای دانش‌آموزان سال آخر دبیرستان رشته‌های فنی و کار و دانش پیاده کرد. در نتیجه این آموزش‌ها، فراگیران ممکن است به‌عنوان یک کارآفرین، یک فعالیت کسب و کار را شروع کنند.

مرحله چهارم) سطح راه‌اندازی کسب و کار

این مرحله که نتیجه مستقیم مرحله قبل است، هدفی جز راه‌اندازی یک کسب و کار توسط فراگیران ندارد و پیامد منطقی آموزش‌هایی است که در سطوح قبلی فرایند آموزش کارآفرینی داده شده است. بعد از این که افراد بزرگسال تجربه‌های شغلی خاصی را کسب کردند و با آموزش‌های بیشتری را در آن زمینه دیدند، به یاری خاص مربیان خود نیاز دارند تا درحالی که با معلمان خود به بحث و تبادل نظر می‌پردازند و نقاط مبهم راه‌اندازی یک کسب و کار برای‌شان روشن می‌شود، تجربه‌های مرتبط با شغلی را که آموزش دیده‌اند، اجرایی کنند. این دوره آموزشی اغلب ۲ ساله بوده و در دانشکده‌های اقتصاد و مدیریت برگزار می‌شود.

مرحله پنجم) سطح رشد و توسعه

اغلب صاحبان کسب و کار علاقه‌ای به درخواست کمک و مساعدت برای افزایش آگاهی‌ها و دانش خود ندارند مگر این که در آن زمینه احساس نیاز کنند. دوره‌های مستمر آموزشی، نشست‌ها و گردهمایی‌های علمی می‌تواند به این افراد کمک کند تا توانایی‌های کسب و کار خود را بالا برده و تقویت کنند. در عین حال ممکن است گروه‌ها، سازمان‌ها و یا نهادهایی هم باشند که از این افراد حمایت کنند. همچنین می‌توانند کارآفرینان را در شناخت مشکلات بالقوه و چگونگی برخورد با آن مسائل یاری کنند. این مراکز، اغلب چنین سمینارها و کارگاه‌هایی را در دانشگاه‌ها و در قالب برنامه‌های آموزش مستمر برای کمک به کارآفرینان و تبادل نظر میان آنها برگزار می‌کنند.

علل تشویق به کارآفرینی

نالس (۱۹۹۷) معتقد است برای ایجاد تحولات اجتماعی، مربیان تعلیم و تربیت باید درباره ثمره واقعی تعلیم و تربیت فکر کنند. وایتهد با کلام معروف خود که یادگیری شاگردان بی‌فایده است مگر این که کتاب‌های خود را گم کنند و جزوات خود را بسوزانند، با تلویح به این معنا اشاره دارد که ثمره واقعی تعلیم و تربیت باید فرایندی باشد که در آن تفکر خلاق، تفکر انتقادی و کارآفرینی به‌وجود آید. تمایل به توسعه توانایی‌های تفکر کارآفرینی در محافل آموزشی پدیده جدیدی نیست، الگویی که تعلیم و تربیت مدرن از آنجا برخاسته است از مدلی است که در آن تفکر خلاق بسیار غلبه داشته است و آن الگوی آکادمی افلاطون است. از طرفی کارآفرینی به طرق مختلف در اقتصاد یک کشور تأثیر دارد به‌طوری که در ۶۰ سال اخیر رشد آگاهی‌ها را نسبت به اهمیت نقش‌های اقتصادی و اجتماعی و اهمیت کارآفرینی در رشد اقتصادی را در دنیا شاهد هستیم. این موضوع هم در مورد کشورهای پیشرفته و هم در خصوص کشورهای در حال توسعه مصداق دارد. برای جوامع و ملت‌ها، کارآفرینی امکان دستیابی به سطح ایده‌آل تنوع، استقلال و خودکفایی در تصمیم‌گیری‌ها،

فراهم آوردن تسهیلات زندگی و رشد آزادی را فراهم آورده است. تحقیقات تیلان، کاول^{۳۱} (۳۲۱۹۹) و سیرت (۱۹۹۵) نیز اشاره دارند که بعضی از برنامه‌های تمام‌شده در سازمان‌های تجاری به دانش‌آموختگان خود، رهبریت و جلودار بودن، خلاقیت و نوآوری و کارآفرینی را آموزش می‌دهند. در حقیقت کارآفرینی و آموزش آن می‌تواند منافع بی‌شماری داشته باشد. مسوولان ولانگ (۱۹۹۰) در تحقیقات خود عنوان می‌دارند: در وهله اول برای آموزش کارآفرینی نباید به دنبال منفعت بلندمدت و پراکنده به‌گونه‌ای که در آموزش سطوح بالاتر موجود است، بود، بلکه نتایج باید کوتاه‌مدت و متمرکز و به‌صورت قابل اندازه‌گیری بوده و سود حاصله واقعی و ملموس باشد. در کل آموزش کارآفرینی قسمتی از یک راهبرد اقتصادی جدید برای پیشرفت و ترقی و ایجاد اشتغال است. حاصل آموزش کارآفرینی، نسل جدیدی از سرمایه‌گذاران خواهد بود که نه فقط برای خود بلکه برای دیگران نیز شغل ایجاد می‌کنند. آموزش جدی کارآفرینی از دهه ۶۰ مورد توجه قرار گرفت و به تدریج در تمام کشورها گسترش یافت، به‌طوری‌که در دانشگاه‌های معتبر جهان، درس و واحدی تحت عنوان آموزش کارآفرینی در مقاطع گوناگون تعریف شده است.

آموزش و پرورش و کارآفرینی

نقش آموزش و پرورش در ۲ سطح کلان و خرد قابل بررسی است که در سطح کلان راهبرد آموزش و پرورش، ایجاد فرهنگ کارآفرینی در جامعه و نهادینه کردن آن است که با بهره‌مندی از شیوه‌های تربیت کارآفرینی می‌توان برای تأمین منابع انسانی اقدام کرد. در سطح خرد که همان وظایف سطح عملیاتی است، می‌توان با رویکرد آموزشی کارآفرینی در فضای آموزشی کلاس به فعالیت‌هایی همچون پرهیز از تأکید بر مباحث نظری محض، روش‌های آموزش فعال و یادگیری پژوهش‌محور، به روز بودن مطالب درسی، به تقویت توانایی عقلانی و انتزاعی افراد و مهارت‌های روابط انسانی پرداخت. امروزه آموزش کارآفرینی به یکی از مهم‌ترین و گسترده‌ترین فعالیت‌های مراکز آموزشی تبدیل شده است به‌طوری‌که آن را به‌عنوان یکی از عوامل لازم برای رشد نیروی انسانی مطرح می‌کنند. (نئو و وی^{۳۲}، ۲۰۰۴)

آموزش‌های کارآفرینی حتی به مرز استانداردسازی نیز رسیده و نمونه‌های بارز آن دوره‌های SYB^{۳۳} و IYB^{۳۴} است که توسط سازمان بین‌المللی کار (ILO) در بسیاری از کشورها اجرا شده است. SYB برنامه آموزشی ویژه افرادی است که ایده‌ای برای راه‌اندازی کسب و کار عملی دارند و برآند تا کسب و کاری دست و پا کنند و IYB به آموزش اصول و مفاهیم مدیریتی و روش‌های اداره بنگاه که صاحبان آن درصدد توسعه آن هستند، می‌پردازد. (لامعی، ۱۳۷۸)

تجربه‌های کارآفرینی کودک در دیگر کشورها

کارآفرین در اصل معادل فارسی واژه Entreprenure فرانسوی است و به معنی متعهد شدن است. کارآفرین فردی است که وظیفه اصلی او جمع‌آوری منابع لازم برای شروع کسب و کار است. مشخصه اصلی کارآفرین، نوآوری است. در رابطه با کارآفرینی تعاریف متعددی از دیدگاه‌های مختلف ارائه شده است که از دیدگاه روان‌شناسانه ویژگی‌های کارآفرینان مورد تأکید قرار گرفته‌اند و بیشتر صاحب‌نظران ویژگی‌های زیر را به‌عنوان ویژگی‌های مشترک کارآفرینان ذکر کرده‌اند: توفیق‌طلبی (تمایل به انجام کار با استانداردهای بالا)، مرکز کنترل (ایمان به خود و پذیرش مسوولیت‌ها)، خطرپذیری، خلاقیت، تمایل به استقلال، تحمل ابهام (پذیرش عدم قطعیت و انعطاف)، اما آنچه مهم است توجه به این نکات است که: کارآفرینان متولد نمی‌شوند بلکه آن‌ها از طریق تجربه در طول زندگی ساخته می‌شوند. هر فردی می‌تواند در هر لحظه از زندگی یک کارآفرین باشد. کارآفرینی فرایند یادگیری زندگی از خردسالی تا بزرگسالی است. تنها با خواندن یک کتاب و موفق شدن در امتحانات آن نمی‌توان کارآفرین شد. فعالیت‌های آموزش کارآفرینی، ابزار زندگی برای به‌کارگیری و توسعه مهارت‌های تحصیلی فرد است. در هر شغل و حرفه‌ای می‌توان کارآفرینان را یافت. فرصت‌های آموزشی کارآفرینی در هر سطحی از مراحل تحصیلی فرد ارزشمند هستند. دوران کودکی یکی از عوامل اصلی در شکل‌گیری کارآفرینان است. در تحقیقات، کارآفرینی همواره یکی از ۴ مولفه مورد تحقیق بوده است.

در یک جمع‌بندی کلی می‌توان گفت که کارآفرینی نیازمند نگاهی عمیق است، از زمان تولد کودک تا زمانی که به یک کارآفرین تبدیل می‌شود. البته مهم‌ترین این مراحل دوران کودکی است. در این رابطه کشورهای مختلف برنامه‌های زیادی را اجرا کرده‌اند، به‌عنوان نمونه در آلمان تا حدود سن ۱۲ سالگی به کودک اجازه تماشای تلویزیون داده نمی‌شود در ازای آن بچه‌ها با حضور در کلاس‌های مختلف انواع مهارت‌ها را کسب می‌کنند، برای مثال یک دختر بچه ۵ ساله قادر به پخت شیرینی و حتی بافتنی است!

در خانواده فرانسوی کودک از سن ۴ سالگی، با مفهوم دریافت پول در برابر کار آشنا می‌شود. در چین، اریک لی^{۳۵}، یکی از سرمایه‌گذاران چینی که در وی‌سی هم سرمایه‌گذاری کرده است، به‌تازگی توانسته مجوز راه‌اندازی یک سامانه آموزشی از مهد کودک تا دوران متوسطه را از دولت چین بگیرد. او معتقد است آنچه چین در حال حاضر نیاز دارد، سامانه آموزشی با کیفیت و صنعتگران ماهر است. اگر ما می‌خواهیم کارآفرین باشیم باید زمان زیادی را برای آموزش نیروهایی مورد نیاز شرکت‌های خود سپری کنیم، هرچند ممکن است این امر بیش از ۲۰ سال طول بکشد!

در سنگاپور برنامه Biz4Kidz Entrepreneur، با هدف آموزش نوآوری و کارآفرینی در قالب سرگرمی و کارهای دستی به کودکان و برنامه ChAn Ching Wai IQ Genius، با هدف ارائه آموزش‌های دولتی کارآفرینی به کودک و نیز وجود مهد کودک النصری^{۳۶} یکی از مهدکودک‌های اسلامی در این کشور که برنامه‌های کارآفرینی کودک را دنبال می‌کند، از گام‌های مهم در این زمینه است.

در کانادا می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: «داستان‌های کوتاه d'Coups»^{۳۷}، اجرای برنامه Pathways to Enterprise، آموزش بیش از ۵۰ هزار کودک در سال ۲۰۰۱، صرف در مجموع ۵۱۷ هزار دلار در سال ۲۰۰۱ برای اجرای ۲ برنامه اخیر^{۳۸}.

و اما در آمریکا «اجرای برنامه هفته کسب و کار برای کودکان مهد کودک، بازدید و آشنایی با کارخانه‌ها و مشاغل مختلف، مصاحبه و نوشتن داستان‌های مسیر کاری» نمونه‌های مورد توجه در این زمینه هستند.

معرفی اجزا و ساختار مدارس کارآفرینی در راستای ایجاد نهادهای آموزش کارآفرینی کودکان آینده‌ساز

براساس مطالعات انجام‌شده، اهداف اجرای آموزش کارآفرینی در مدارس، می‌تواند به شرح زیر باشد:

تشویق کودک به استقلال و خلاقیت از طریق فراهم کردن فرصت‌های کافی برای ابراز خود

پرورش آداب و نگرش‌های اجتماعی مطلوب، به منظور تشویق در مشارکت گروهی سالم و حساس کردن کودک به رعایت حقوق و امتیاز دیگران

برانگیختن کنجکاوی ذهنی کودک و کمک کردن به او در درک دنیایی که در آن زندگی می‌کند و شکوفا کردن علایق تازه در او از طریق فراهم آوردن فرصت‌ها برای پژوهش، جستجو و کسب تجربه

آشنایی کودک با مباحث اقتصادی، گردش و پس‌انداز پول

پرورش پختگی عاطفی از طریق راهنمایی کودک به بیان و ابراز خود، شناخت، پذیرش و کنترل احساسات و عواطف شخصی

تقویت درک زیبایی‌ها در کودک

پرورش عادات بهداشتی سالم و تشکیل مهارت‌های پایه لازم به منظور سازگاری شخصی کودک، مانند لباس پوشیدن و درآوردن، خوردن، شستن، نظافت و...

پرورش سلامت جسمی، هماهنگی ماهیچه‌ای مناسب و مهارت حرکتی اساسی کودک

پرورش توانایی کودک برای بیان احساسات و افکار به زبانی روان، واضح و صحیح

روش آموزش و پرورش در مدارس کارآفرینی، روش بازی است یعنی باید براساس بازی و فعالیت استوار باشد. این روش، کودک-محور و تقویت‌کننده نیازهای فردی، توانایی‌ها و علایق اوست. بازی، طبیعت دوم کودک است راهی طبیعی برای بیان عقاید و احساسات و نیز پژوهش و شناخت دنیای پیرامون کودکان. بازی همچنین به ایجاد روابط اجتماعی بین کودکان کمک می‌کند و در حمایت از رشد همه‌جانبه کودک نقش ارزشمندی دارد.

موقعیت‌های بازی تجربه‌هایی برای یادگیری کودک به شکل عینی فراهم می‌آورد، به‌طوری‌که وی به شرکت‌کننده‌ای فعال و نه دریافت‌کننده‌ای غیرفعال در روند کلی یادگیری تبدیل می‌شود. بازی برنامه‌ای متعادل، فرایند -محوری را فراهم می‌آورد که همه اهداف رشدی را تحقق می‌بخشد. بازی رشد فرایندهای یادگیری همچون مشاهده، تجربه‌آموزی، حل مسأله و خلاقیت را در کودکان تقویت می‌کند و در عین حال به ارتقای مهارت‌های جسمی، گفتاری و اجتماعی کمک می‌کند. بازی توجه فردی و ارزشیابی مداوم هر کودک را تسهیل می‌کند. فعالیت‌های بازی گروهی و انفرادی بازخوردهایی فوری برای مربی و یا کارکنان مهدکودک کارآفرینی در توجه نشان دادن به کودک را فراهم می‌آورد. بازی یادگیری را برای کودکان لذت‌بخش می‌سازد و در آنان انگیزه‌ای مداوم برای یادگیری به‌وجود می‌آورد.

کلاس درس در مدارس کارآفرینی باید طوری تنظیم شود که اجرای روش بازی را تسهیل کند

کلاس درس باید به طریقی تنظیم شود که فضای کافی برای هر دو فعالیت‌های گروهی بزرگ و کوچک فراهم شود. بهتر است که چنین فضایی سطحی وسیع برای نشستن کودکان گروه‌های سنی مختلف داشته باشد تا آن‌ها بتوانند به فعالیت‌های گروهی کوچک و بزرگ پردازند و میزها و صندلی‌هایی برای کارهای رومیزی هر کودک مانند نقاشی، رنگ‌آمیزی، کار با مداد شیمی و مداد رنگی، معماها و غیره در گوشه‌ای تدارک ببینند. کلاس درس باید برای نمایش کارهای کودکان و نیز تصاویر مربوط به پروژه‌های مختلف، نمودارها و غیره تدارکاتی فراهم آورد. این محل نمایشی باید در سطح دید کودکان قرار گیرد. اگر فضا و بودجه اجازه دهد، کلاس درس باید به‌صورت مراکز فعالیت‌های ویژه تنظیم شود مانند «خانه اسباب‌بازی» که با وسایلی چون عروسک‌ها، صورتک‌ها، وسایل ویژه بازی‌های تخیلی و غیره مجهز شود، «مرکز بازی با مکعب‌ها» که با وسایل تخیلی و ساختمان‌سازی دیگر مجهز می‌شود، «مرکز کتاب‌های تصویری» به منظور انتخاب و مشاهده کتاب‌ها، «مرکز علوم» برای انجام آزمایش‌های ساده، مشاهده‌ها و غیره، «کارگاه کار و مشاغل»، قسمتی که برای انجام هنرهای خلاق و کارهای گروهی تنظیم می‌شود. همچنین بایستی فضایی ویژه برای نگهداری ظروف غذا و تغذیه کودکان منظور شود. در صورت امکان، بهتر است یک تخته سیاه یا شیشه‌ای در سطح قامت و دید کودکان تدارک دیده شود تا آزادانه از آن برای نقاشی و ترسیم، خط‌خطی کردن و مواردی از این قبیل استفاده کنند. کلاس درس باید محلی برای انبار کردن و قرار دادن وسایل بازی داشته باشد تا خود کودکان در بازی‌های آزاد، به راحتی وسایل را از آن محل بردارند و در پایان بازی به روشی منظم در جای خود قرار دهند.

وسایل و تجهیزات در مدارس کارآفرینی

تجهیزات خارج از کلاس (محیط باز)

تجهیزاتی هستند که برای کسب تجربه‌های محیطی با استفاده از وسایل قابل دسترسی مانند بالا رفتن، پریدن، تعادل برقرار کردن، بالا و پایین رفتن از سرسره، تاب خوردن، دوچرخه‌سواری و غیره مورد استفاده قرار می‌گیرند. وسایلی مانند توپ‌های کوچک و بزرگ، لاستیک‌ها، حلقه‌ها و غیره، که برای کسب تجربه‌هایی چون پرتاب کردن، غلتیدن، گرفتن و لگد زدن مورد استفاده قرار می‌گیرند. سطوح‌های شن در انواع و شکل‌های مختلف و ظروف قدیمی که برای شن‌بازی مورد استفاده قرار می‌گیرد مانند صاف‌کن پلاستیکی، لیوان و ظروف پلاستیکی قدیمی و...

وسایل و تجهیزات داخل کلاس (محیط بسته)

وسایل بازی برای بازی‌های دست‌ورزی هستند برای مثال تخته اشکال، آجرهای موزاییکی، وسایل چینه‌سازی، مهره‌ها، حلقه، طناب، برگ‌های درختان، شاخه‌های کوچک، سنگ‌ریزه‌ها، خمیر، شن و هر وسیله دیگری که کودک بتواند

به صورت‌های مختلف با آن‌ها دست‌ورزی کند. وسایل بازی برای بازی‌های ساختمان‌سازی مانند مکعب‌های چوبی یا پلاستیکی، آجرهای کوچک و...

وسایل بازی برای بازی‌های تخیلی و نمادین، برای مثال عروسک‌ها، وسایل ویژه پزشکی، لباس‌های کهنه، ظروف مختلف آشپزخانه، دوربین‌های قدیمی، کیف و کفش‌های کهنه، ماشین‌های بازی، دوچرخه‌های بازی، هواپیماهای بازی و غیره.

وسایل بازی معلم - ساخته، برای فعالیت‌های گفتاری و شناختی سازمان‌یافته و غیره مانند دومینوها (رنگ، نقطه، عدد، تصویر و...)، کارت‌های راهنما، کارت‌های تصویری و بریده‌های مختلف برای دسته‌بندی کردن، مرتب کردن، طبقه‌بندی کردن، الگوسازی و غیره، نمودارها و تصاویر مختلف برای بحث و گفتگو، عروسک‌ها و صورتک‌ها (چوبی، انگشتی و دست‌کشی)، معماهای جورکردنی (در اندازه‌ها و قطعات مختلف)، مقیاس‌ها (وزنه‌های) اندازه‌گیری معلم - ساخته، ساعت و غیره، وسایل نمایشی مربوط به پروژه‌ها و فعالیت‌ها، وسایل ساختگی (معلم - ساخته) برای آزمایش‌های علوم، مجموعه‌ای از اشعار و قصه‌ها و داستان‌ها، وسایل متفرقه اضافی و مواد خام و اولیه، کاغذ، خمیر، رنگ نقاشی و رنگ‌آمیزی، قلم‌موهای مختلف برای نقاشی، مداد رنگی و مداد شمعی، چسب، قیچی و غیره و هرگونه وسیله کهنه و بدون استفاده برای مثال کارتن و جعبه‌های خالی، بطری‌ها و درهای بطری، حرارت‌سنج، تکه‌های پارچه، روزنامه‌ها و مجلات و...

ارزشیابی کودک در مدارس کارآفرینی: چرا؟ چه موقع؟

از آنجایی که آموزش و پرورش پیش از دبستان «رشدمحور» است نه «موضوع‌محور»، ارزشیابی غیررسمی و مداوم کودک براساس هدف‌های رشدی، ضرورت دارد. ارزشیابی کودک باید به‌طور انفرادی بوده و همه جنبه‌های رشد او مانند رشد عاطفی - اجتماعی، شناختی و گفتاری را شامل شود و بیشتر از طریق مشاهده رفتار کودک و پاسخ‌های او به هنگام فعالیت‌های مختلف بازی صورت گیرد مانند زمان انجام فعالیت‌هایی چون بازی با معماها، فعالیت‌های شناختی و گفتاری سازمان‌یافته، بازی‌های فکری و غیره. علاوه بر ارزشیابی مداوم، ارزشیابی دوره‌ای نیز ضرورت دارد. گزارش پیشرفت هر کودک را می‌توان با والدین نیز در میان گذاشت، ارزشیابی از هر دوره باید براساس فعالیت‌ها و برنامه‌های مربوط به آن دوره خاص صورت گیرد، ارزشیابی مداوم، باید کودکانی را که نیازهای ویژه دارند، مشخص کند.

همچنین گروه‌های کوچکی را می‌توان برای توجه به این‌گونه کودکان و برآوردن نیازهای آنان ترتیب داد. فعالیت‌های گروهی کوچک، فرصت‌هایی را برای کودکان فراهم می‌آورد تا بتوانند همگام با سرعت خود یاد گیرند و پیشرفت کنند. معلم باید بتواند فعالیت‌های متناسب با نیازهای آنان را طرح‌ریزی کند.

کار کردن با والدین

اگر کودک در برنامه‌های مدارس کارآفرینی اولویت نخست را دارد، والدین از اولویت ثانویه برخوردارند! والدین، نخستین معلمان کودک هستند و به مسئولیت مهم خود در رشد کودکان‌شان همچنان ادامه می‌دهند. برای همین، والدین و معلمان باید در کنار یکدیگر به‌عنوان اولیای کودک کار کنند تا به یادگیری و رشد او کمک کنند.

کار کردن با والدین در برنامه‌های والدین، ۲ جنبه دارد: «همراهی والدین و آموزش والدین».

همراهی والدین به مشارکت داوطلبانه والدین در کمک کردن به معلم و یا کارکنان مراکز آموزش و پرورش پیش از دبستان در مراحل طراحی و اجرای برنامه‌های این دوره گفته می‌شود.

آموزش والدین به فراهم آوردن دانش در مهارت‌های ویژه‌ای گفته می‌شود که به آن‌ها توانایی بیشتری می‌دهد تا والدینی موفق و مؤثر باشند. این ۲ عنصر اساسی، اگرچه جدا از یکدیگرند، اما یکدیگر را کامل می‌کنند. همراهی والدین با معلم و یا کارکنان مراکز آموزش و پرورش پیش از دبستان به روش‌های گوناگونی صورت می‌گیرد: مانند:

به عنوان دستیار در انجام و اداره فعالیت‌های گروهی کوچک مانند فعالیت‌های خلاق، قصه‌گویی یا همراهی با کودکان در گردش‌های خارج از مهد و غیره.

به‌عنوان معلم جایگزین در مواردی که معلم ویژه این دوره، در فعالیت‌های دیگر با بچه‌ها مشغول است.

به عنوان منبع اطلاعاتی در جمع آوری وسایل و مواد خام و بدون استفاده به منظور کاربرد در مدارس. والدینی که مهارت یا استعداد ویژه‌ای دارند، می‌توانند با بهره‌رسانی مهارت‌های خود به نفع کودکان، کمک‌های ارزنده‌ای داشته باشند. به عنوان مثال، پدری که نقاش است می‌تواند در رنگ‌آمیزی قفسه‌ها کمک کند. در مرحله مشارکت، والدین باید آموزش‌هایی را نیز در مورد فلسفه آموزش‌های این دوره دریافت کنند. آموزش والدین برای اطمینان از این که آنچه در برنامه‌های مراکز آموزشی این دوره کسب می‌شود، باید بیشتر در خانه تقویت و یا کامل شود، ضروری است. والدین نیاز دارند که در مورد پیشرفت کودک خود مدام آگاهی یابند. علاوه بر این، آن‌ها باید دانش و معلومات پایه‌ای را در موارد زیر به دست آورند:

- مراقبت از کودک یعنی بهداشت و تغذیه کودک
- اهمیت بازی و محرکات اولیه در رشد کودک
- روش‌های بازی به کار گرفته شده در برنامه‌های خلاقیت و کارآفرینی و نیازها و مقاصد آن
- نقش والدین در رشد کودک

مدارس می‌توانند به والدین در زمینه شعرخوانی، قصه‌گویی، تهیه عروسک‌ها و صورتک‌ها برای بازی کودکان و اسباب‌بازی‌های سرگرم‌کننده ارزان قیمت و مواردی از این دست، آموزش‌هایی ارائه دهند تا کیفیت تعامل آن‌ها با کودکان‌شان را بهبود بخشند.

روش‌های ایجاد ارتباط بین معلمان و والدین

- ملاقات‌های اتفاقی و ضمنی مانند وقتی که والدین برای بردن و آوردن کودکان خود به مراکز می‌آیند.
- ملاقات‌های سازمان یافته که می‌توان در فاصله‌های زمانی معین، ماهانه، ۳ ماه یکبار و یا به طریق دیگر، ترتیب داد.
- ملاقات‌های خانگی که معلم و یا کارکنان مراکز حداقل ۳ ماه یکبار و یا فصلی ترتیب می‌دهند.
- برگزاری جشنواره‌ها و یا مراسم‌های مختلف به صورت سالانه و دعوت کردن از خانواده‌های کودکان
- راهاندازی نشریات
- برگزاری کلاس‌ها و کارگاه‌های آموزشی

چند برنامه آموزشی مناسب برای آموزش در طول دوره تحصیلی

برنامه آموزشی SIYB

این برنامه با عنوان «کسب و کار خود را آغاز کرده و بهبود بخشید»^{۳۷}، برنامه‌ای آموزشی - مدیریتی است که راهبرد اصلی آن تمرکز بر شروع و بهبود بخشیدن به کسب و کارهای کوچک است تا از این طریق بتوان اشتغال بیشتر و بهتری را در اقتصادهای در حال توسعه و در حال گذار به وجود آورد.

هدف از اجرای برنامه SIYB

هدف بلندمدت اجرای این برنامه آموزشی، همکاری در توسعه اقتصادی و خلق مشاغل جدید و بهتر است، اما اهداف کوتاهمدت آن عبارتند از:

توانمندسازی سازمان‌های توسعه کسب و کارهای منطقه‌ای (BDS) به ویژه سازمان‌های مرتبط با زنان، به منظور اجرای مستقل و کارآمد آموزش‌های «شروع و بهبود کسب و کارها» برای کارآفرینان بالقوه و بالفعل

توانمندسازی زنان و مردان کارآفرین (بالقوه و بالفعل) از طریق سازمان‌های توسعه کسب و کارهای منطقه‌ای (BDS) به منظور شروع کسب و کارهای پایدار و قابل رشد و افزایش پایداری و سودآوری آن‌ها

گروه هدف

الف) سازمان‌های توسعه کسب و کارهای منطقه‌ای (BDS) که می‌توانند خصوصی، دولتی و یا غیرانتفاعی باشند.

ب) کسب و کارهای کوچک (هر ۲ نوع کسب و کار راهاندازی نشده و یا آنهایی که راهاندازی شده‌اند) که حدود ۱۰ نفر کارمند داشته باشند. این گروه برای بهره‌مندی از آموزش‌های IYB باید قادر به خواندن و نوشتن باشند.

اجزای آموزشی برنامه SIYB

برنامه SIYB برنامه‌ای است که براساس مواد آموزشی آن و در سطوح مختلف اجرا می‌شود. این سطوح عبارتند از:

- ایده کسب و کار خود را پرورش دهید. (GYBI)^{۳۸}
- کسب و کار خود را آغاز کنید. (SYB)^{۳۹}
- کسب و کار خود را بهبود بخشید. (IYB)^{۴۰}
- بازی کسب و کار. (SBG)^{۴۱}
- کسب و کار خود را توسعه دهید. (EYB)^{۴۲}

برنامه آموزشی براساس مدل NFTE^{۳۳}

برنامه آموزشی NFTE با استفاده از متد آموزشی عملی به جوانان آموزش می‌دهد. این برنامه آموزشی، تناسب با سطوح و دوره‌های مختلف تحصیلی طراحی شده و محتوای آن بر اساس گروه‌های سنی مختلف تنظیم شده است.

برنامه آموزشی براساس این مدل را می‌توان به صورت یک دوره کوتاه مدت، در یک نیم سال تحصیلی، یک ترم یا یک دوره یک ساله کارآفرینی، آموزش داد. به علاوه، می‌توان این برنامه را به عنوان بخشی از برنامه درسی مدارس و دانشگاه‌ها تدریس کرد. در برنامه NFTE، فراگیران، ضمن آموختن مفاهیم کسب و کار و تمرین مهارت‌های لازم مانند مذاکره و قیمت گذاری، سعی می‌کنند تا یک طرح شغلی را برای کسب و کار فردی خود تهیه کنند. بسیاری از معلمان، مربیان و دست‌اندرکاران، سفرهای علمی را به بازارهای عمده‌فروشی تدارک می‌بینند تا فراگیران بتوانند کالاهای مورد نیاز خود را خریداری و سپس در نمایشگاه تجاری محل تحصیل خود به فروش برسانند.

هدف از برگزاری دوره «راهنمایی و اداره کسب و کار کوچک» بر اساس این مدل عبارت است از:

۱. آشنایی فراگیران با ویژگی‌های کارآفرینان و مقایسه ویژگی‌های خود با آن‌ها، به منظور شناخت قابلیت‌های فردی و اقدام برای برطرف کردن نقاط ضعف
۲. آشنایی فراگیران با انواع کسب و کار، راهبردهای توسعه، قوانین و مقررات و مهارت‌های لازم برای مدیریت و اداره آن
۳. آموزش روش‌های تأمین سرمایه کسب و کار
۴. آشنایی فراگیران با اصول اولیه حسابداری و امور مالی کسب و کارها
۵. آموزش فنون و نکات کلیدی بازاریابی، تبلیغات، مذاکره و ارتباطات تجاری به فراگیران
۶. یادگیری نحوه تهیه یک طرح شغلی جامع و کامل، به صورت عملی (قاهری، ۱۳۸۷، ۱۵۷-۱۵۶)

چالش‌های آموزش کارآفرینی و رویکردهای وزارتخانه‌های آموزشی

امروزه آموزش‌های کارآفرینی و تحقیقات مربوط به آن با چالش‌های متعددی مواجه شده است. یکی از چالش‌های موجود در این زمینه، ناشناخته بودن مقوله کارآفرینی است که از موانع گسترش فرهنگ کارآفرینی در کشور است. ارزش نداشتن سرمایه در کشور و نیز منزلت اجتماعی از جمله موانع موجود در راه گسترش فرهنگ کارآفرینی در کشور هستند. از طرفی، توسعه فناوری اطلاعات در کشور، فرصت‌های کارآفرینی جدیدی را ایجاد می‌کند. در دهه‌های اخیر، بخش خدمات یکی از بخش‌های اشتغال‌زا و بسیار پول‌ساز در کشورها بوده است. به عنوان مثال، کشورهای بزرگی همچون انگلستان که عمده درآمدشان از بخش خدمات است و بخش صنایع، قسمت کمی از درآمد ملی آن را تشکیل می‌دهد؛ گفتنی است بخش خدمات شامل مواردی همچون بانک، بیمه و تجارت الکترونیک است. (صالحی و شاه‌حسینی، ۱۳۸۷)

بلاک و استامپ چالش‌های دیگری را در این زمینه معرفی می‌کنند: «چالش در کیفیت مدرسان کارآفرینی، چالش در پذیرش آموزش کارآفرینی در دانشکده‌ها نسبت به کسب و کار، چالش در ایجاد یک پیکره عمومی در زمینه دانش‌های مختلف، چالش در اثربخشی روش‌های آموزشی، چالش در نیازهای یادگیری کارآفرینانی که در حال کسب و کار هستند متناسب با دوره زندگی کسب و کاری که هم‌اکنون در آن به سر می‌برند. (تدین، ۱۳۸۶)

امروزه بیشتر دروس دانشگاه‌ها به‌ویژه رشته‌های علوم انسانی به‌طور نظری ارائه می‌شوند و تلاش جدی برای کاربردی کردن آنها صورت نگرفته است. به عبارت دیگر، افراد کارآفرین در آن کمتر تربیت می‌شوند. از این رو بیشتر خروجی‌های

دانشگاه‌ها با نیازهای بازار کار هماهنگی و هم‌خوانی ندارند، تخصص‌ها و مهارت‌ها هم‌جهت و هم‌سو با نیازهای بازار کار شکل نمی‌گیرند و به خاطر کمتر کاربردی بودن دروس دانشگاهی، به‌ویژه در رشته‌های فنی، دانش‌آموختگان آمادگی لازم را برای کار کردن ندارند. محدودیت اختیار دانشگاه‌ها در زمینه ایجاد و تأسیس دوره‌های بین‌رشته‌ای از جمله مشکلات قابل ذکر است. البته طی سال‌های اخیر اقداماتی در این زمینه صورت گرفته که باید گسترش یابد. بازار کار، هماهنگ با تحولات علوم و فناوری جهان در حال تحول است. برای همین، بازار کار به بعضی تخصص‌های جدید نیازمند دارد که تنها دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها آن‌ها را در دوران تحصیل فرا نمی‌گیرند. اشکال دیگر، عدم ارتباط دانشگاه‌ها با صنایع و مراکز تولیدی و صنعتی است؛ به‌طوری‌که امروزه با وجود ایجاد و گسترش دانشگاه‌های صنعتی، حلقه‌های اتصال آن‌ها با صنعت و تولیدچندان شکل نگرفته است. درواقع، وقتی ارتباط دانشگاه و صنعت به‌درستی صورت نگیرد، نمی‌توان انتظار پیشرفت و توسعه جدی کشور را داشت. عدم شناخت جوانان از بازار کار و مشارکت نداشتن فعال بخش خصوصی در زمینه‌های تحقیق، توسعه، فعالیت‌های تولیدی و کارآفرینی، مشکلات دیگری در این زمینه هستند. (حیدری عبدی، ۱۳۸۳)

بلاک^{۴۴} و استامپ^{۴۵}، برخی از این چالش‌هایی را که امروزه فراوری آموزش‌های کارآفرینی و تحقیقات مربوط به آن هستند، چنین نام می‌برند:

چالش در ایجاد متدلوژی‌های تحقیق برای اندازه‌گیری اثربخش کارآفرینی
چالش در محتوا و شیوه‌های آموزش کارآفرینی
چالش در کیفیت مدرسان کارآفرینی
چالش در پذیرش آموزش کارآفرینی در مراکز آموزشی نسبت به کسب و کار
چالش در ایجاد یک پیکره عمومی (مشترک) در زمینه دانش‌های مختلف
چالش در اثربخشی روش‌های آموزش
چالش در نیازهای یادگیری کارآفرینی که در حال کار هستند مناسب با دوره زندگی کسب و کاری که هم‌اکنون در آن به سر می‌برند.

در سال ۱۹۹۰ میلادی تحقیق در خصوص آموزش کارآفرینی همچون یک رشته جدید مورد توجه قرار گرفت و مواردی همچون توسعه روش‌های تحقیق برای سنجش اثربخشی آموزش کارآفرینان، محتوا و روش‌های آموزش کارآفرینی مورد توجه قرار گرفت. به‌طور کلی تا سال ۱۹۹۰ میلادی، ۴ دسته اصلی از دوره‌های آموزش کارآفرینی شکل گرفت که این دوره‌ها عبارتند از:

دسته اول: برنامه‌هایی برای «آگاهی و جهت‌گیری به سوی کارآفرینی»

هدف از این دوره‌ها افزایش آگاهی، درک و بینش نسبت به کارآفرینی به‌عنوان یک انتخاب شغلی برای افراد از تمامی اقشار اجتماعی است. این‌گونه برنامه‌ها در دوره‌های تحصیلی ابتدایی، راهنمایی و متوسطه تدریس می‌شود تا انگیزه و تمایل دانش‌آموزان و دانشجویان برای کارآفرین شدن افزایش یابد. مخترعان، دانشمندان، کارکنان دولت، بازنشستگان ارتش و گروه‌های مختلف می‌توانند تحت پوشش این دوره قرار گیرند.

دسته دوم: شامل برنامه‌های آموزشی است که «توسعه تأسیس شرکت» را پوشش می‌دهد. این برنامه‌ها به اقتضای شرایط خاص هر کشور طراحی شده‌اند.

دسته سوم: دوره‌هایی است برای «رشد و بقای کارآفرینان و شرکت‌های کوچک» طراحی شده و شرکت‌های موجود کوچک را پوشش می‌دهد. نیازهای آموزشی در این برنامه‌ها بسیار متنوع است.

دسته چهارم: برنامه «توسعه آموزش کارآفرینی» است که شامل شیوه‌های جدید آموزش و تعیین نقش‌های نوین دانشجویان و استاد در فرایند آموزش کارآفرینی است. هدف دیگر این برنامه‌ها آموزش و گسترش کمی استادان جدید از میان صنعتگران و دست‌اندرکاران فعالیت‌های اقتصادی برای آموزش کارآفرینی است.

با توجه به چالش‌های کارآفرینی که از نظر گذشت ضروری به نظر می‌رسد که مراکز آموزشی اگر می‌خواهند در عرصه کارآفرینی موفق شوند باید بتوانند به چالش‌های فوق پاسخی مناسب بدهند و برای اثربخش بودن برنامه‌ها و فعالیت‌های‌شان در زمینه کارآفرینی توجه خاصی را به این ۴ دسته دوره‌های آموزش کارآفرینی داشته باشند تا بتوانند به بهره‌وری لازم در زمینه ایجاد، توسعه و تقویت کارآفرینی دست پیدا کنند.

موانع پیش‌روی آموزش کارآفرینی

۱. **ضعف آموزشی:** در کشورهای اروپایی و آمریکا مباحث کارآفرینی از چنان اهمیتی برخوردارند که علاوه بر شکل‌گیری رشته جدید کارآفرینی، اغلب در دوره‌های کارشناسی و ارشد بیشتر رشته‌های دانشگاهی آن‌ها حداقل یک درس با عنوان کارآفرینی ارائه شده است. به دلیل اهمیت موضوع، کاربردی بودن درس و همچنین منافع بسیار زیاد مشاهده‌شده از آن، مهارت‌های ارائه‌شده در این درس به‌دقت و متناسب با اهداف و سیاست‌های کلان اقتصادی تعیین می‌شوند. در ایران تنها در چند دانشگاه رشته کارآفرینی ارائه می‌شود و بیشتر رشته‌های درسی، واحدی با عنوان کارآفرینی ندارند تا باعث یک شکوفایی در رشته مربوط به خود شوند.

از طرفی، کارآمد نبودن دانش‌آموختگان، رواج روحیه مدرک‌گرایی در جامعه، کمبود کادر هیأت‌علمی دانشگاه‌ها از نظر تعداد، ترکیب، مراتب علمی و روزآمدی، از دیگر موانع موجود در این مسیر هستند.

۲. **انتظارات حکومتی:** در بیشتر انتخابات در کشور شعار اصلی رقبا ایجاد اشتغال برای جوانان است. برای همین اغلب انتظار جوانان از دولت ایجاد اشتغال و استخدام کردن آن‌ها است؛ در نتیجه فکر جوانان تنها به سمت شغل‌های اداری و دولتی منحرف شده و به دنبال ایجاد نوآوری و تغییر نیستند.

۳. **خطر گریزی محیط خانواده، جامعه و مدرسه:** به گونه‌ای که اغلب جوانان و حتی قشر تحصیل‌کرده به دنبال حرفه‌های دارای درآمد مطمئن و بدون خطرپذیری سوق داده می‌شوند. به‌طوری‌که حتی در امر ازدواج، خانواده‌ها ترجیح می‌دهند دخترشان با کسی ازدواج کند که درآمد ثابت و مطمئنی دارد، تا یک فرد کارآفرین!

۴. **عدم توجه به آموزش حین کار:** فرصت‌های مناسب آموزش مهارت‌های کارآفرینی حین کار است که در کشور به آن توجهی نمی‌شود.

۵. **موانع فرهنگی و اجتماعی:** هرچند بیشتر ورودی دانشگاه‌های ایران را در سال‌ها اخیر دختران تشکیل می‌دهند ولی در خانواده‌های ایرانی زنان بیشتر امور مربوط به خانواده و تربیت فرزندان را برعهده دارند و نمی‌توانند کارهای نوآورانه ایجاد کنند. این موانع، ناامنی شغلی زنان را به همراه دارد. از طرف دیگر، هنوز هم در بعضی از روستاها و خانواده‌های ایرانی دختران از رفتن به مدرسه منع می‌شوند.

۶. **عدم تربیت درست:** فرهنگ خانواده‌های ایرانی و زندگی کردن جوانان تا سن بالا در خانواده و زیر نظر پدر و مادر، موجب می‌شود جوانان چندان به فکر راه‌های کسب درآمد و کارهای نوآورانه نیافتند.

۷. **عدم امنیت برای سرمایه‌گذاری:** این امر موجب فرار مغزها و سرمایه‌ها شده است.

۸. **کمبود بودجه کافی:** در صورت راه‌اندازی مرکز کارآفرینی، به دلیل نپایا بودن آن، اغلب بودجه و اعتبار کافی برای آن در نظر گرفته نشده است.

راهکارهای توسعه آموزش کارآفرینی

یکی از روش‌های کارآمد در رفع موانع و از بین بردن چالش‌های موجود در زمینه کارآفرینی و آموزش آن «دیدگاه نظام‌مند» است. در این دیدگاه به‌صورت فراگیر به سازمان‌ها به‌عنوان یک سامانه یکپارچه نگریسته شده و مسائل، معضلات و پیچیدگی‌های آن‌ها را از دیدگاهی نظام‌مند و کل‌نگر مورد بررسی قرار می‌دهند و سپس با بررسی تمام جوانب برای حل مشکل اقدام می‌کنند. از دیگر راهکارهای سودمند در این زمینه می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- نهادینه‌سازی فرهنگ خلاقیت و کارآفرینی در مراکز آموزشی و جامعه
- ارائه آموزش‌های مجازی با هدف افزایش قابلیت‌های کارآفرینی در مراکز آموزشی
- راه‌اندازی نشریات، مجلات و همایش‌های گوناگون در این زمینه
- برقراری تعامل متقابل بین مراکز آموزشی و دولت
- تعلیم و تربیت مربیان کارآفرین
- اختصاص بودجه‌ای مشخص به منظور کارآفرینی و حمایت از طرح‌های کارآفرین
- تشویق دانشجویان دوره‌های تکمیلی به ارائه پایان‌نامه‌های مرتبط با کارآفرینی

- تربیت اساتید کارآفرین به‌ویژه در رشته‌های تخصصی
- آشنایی مردم با نقش مهم کارآفرینان در رشد جامعه توسط رسانه‌های جمعی
- کشف زمینه‌های تخصصی پژوهش‌ها علاوه بر رشته‌های آموزشی موجود در دانشگاه
- حمایت از صاحبان سرمایه و ترغیب آنان به سرمایه‌گذاری در بخش‌های تولیدی و خدماتی با ایجاد ثبات اقتصادی در دولت

تجربه‌های کشورهای مختلف در آموزش کارآفرینی

کشور کانادا

- مهم‌ترین برنامه‌های زنجیره‌وار توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌های کانادا به شرح زیر است:
۱. راه‌اندازی دوره‌های کوتاه‌مدت ۳ تا ۴۰ روزه آشنایی با مفاهیم کارآفرینی، آشنایی با تفکر کار گروهی، فنون (تکنیک) حل مسأله، ایده‌سازی و تحلیل محیط کسب و کار
 ۲. ارائه مشاوره‌های فنی - مدیریتی و پژوهشی به دانشجویان صاحب ایده
 ۳. ایجاد کارگاه‌های خاص با عنوان «مهندسی تجاری‌سازی ایده» با هدف تبدیل ایده به فعالیت‌های اقتصادی از طریق نوشتن طرح تجاری
 ۴. تأمین بخشی از سرمایه مورد نیاز کارآفرینان دانشجویی که موفق به اقتصادی کردن ایده خود شده‌اند توسط مرکز کارآفرینی
 ۵. کمک به معرفی ایده‌های اقتصادی کارآفرینان به صاحبان سرمایه مخاطره‌آمیز
 ۶. اختصاص وام و اعتبار به آن دسته از دانشجویان کارآفرینی که طبق نظریه شورای مشورتی مرکز کارآفرینی از لحاظ قابلیت‌های کارآفرینی قادر به ایجاد و راه‌اندازی کسب و کار هستند. بانک توسعه کارآفرینی کانادا بزرگ‌ترین حامی تأمین وام و اعتبار برای کارآفرینان دانشگاهی است.
 ۷. دریافت تنها ۱۰ درصد از کل هزینه‌های مربوط به استفاده از آزمایشگاه‌ها و امکانات دانشگاهی از دانشجویان کارآفرینی که از این امکانات برای تبدیل ایده خود به فعالیت اقتصادی استفاده می‌کنند.
- مراکز کارآفرینی به منظور تضمین، حفظ و تداوم ایده‌های نوآورانه و فعالیت‌هایی که نیاز به مراکز تحقیقاتی پیشرفته و امکانات گسترده فناوریانه برای تبدیل به محصول و یا خدمات داشته باشند، دانشجویان کارآفرینی را که موفق به ایجاد شرکت‌های نوپا در این راستا شده‌اند، به مراکز رشد و انکوباتورهای پیشرفته برای شبیه‌سازی پیلوت ایده‌های فنی خود معرفی می‌کنند. (طباطبایی، ۱۳۸۶)

مالزی

- شورای سیاست‌گذاری کارآفرینی در دانشگاه‌های مالزی که زیر نظر وزارت توسعه کارآفرینی است، در سال ۲۰۰۲ اهداف جدیدی را برای توسعه کارآفرینی و آموزش کارآفرینی به دانش‌آموختگان دانشگاهی به شرح زیر اعلام کرد:
۱. کمک به کارآفرینان برای شناخت جامعه‌شناسی مشتری و بازار
 ۲. راه‌اندازی هسته‌های مشاوره‌ای برای طراحی طرح کسب و کار تجاری
 ۳. کارگاه‌های تولید و پرورش ایده‌های نوآوری
 ۴. دوره‌های ویژه با کمک مدیران کارآفرین باتجربه مالزی برای شناخت راهکارهای رقابت و رقابت‌پذیری
 ۵. تشویق دانشجویان به انجام پروژه‌های مشترک اقتصادی
 ۶. تشویق دانشجویان به راه‌اندازی شرکت‌های اقتصادی
 ۷. اخذ وام‌های ویژه برای کارآفرینان موفق در تجاری‌سازی ایده خود
 ۸. معرفی کارآفرینان دارای ایده‌های نوآورانه با فناوری بالا به پارک‌های فناوری برای پرورش عملیاتی ایده‌های خود و تبدیل ایده به محصول و یا خدمات و در نهایت جذب سرمایه‌گذاری از طریق بازار سرمایه

استرالیا

دولت استرالیا در اواخر سال ۲۰۰۴، شورای ملی توسعه کارآفرینی، نوآوری و شرکت‌های کوچک و متوسط تحت نظر نخست‌وزیر را تشکیل داد که اهداف اصلی این شورا عبارت بودند از:

۱. اجباری کردن آموزش کارآفرینی برای تمام گروه‌های دانشگاهی
۲. افزایش مهارت‌های کارآفرینی به‌ویژه در ارتباط با تبدیل ایده‌های نو به کسب و کارهای اقتصادی
۳. افزایش توان مدیریتی کارآفرینان به منظور افزایش قابلیت‌های لازم مقابله با نوسانات محیط (رقابت، کمبود سرمایه، بازاریابی)
۴. بالا بردن توان ایده‌های نوآورانه دانشجویان و آشنایی با تجاری‌سازی طرح‌های نوآورانه
۵. شناساندن دستاوردهای کارآفرینان برخوردار از طرح‌های تجاری ناب به سرمایه‌گذاران
۶. تشویق کارآفرینان دانشگاهی به انجام کارهای گروهی و تشکیل گروه‌های اقتصادی کوچک و متوسط
۷. هدایت دانشجویان به فعالیت‌های خوداشتغالی و تأسیس شرکت‌های دانش‌بنیان

سخن آخر

برای جدی گرفته شدن مبحث کارآفرینی در کشور، هدایت نظام‌های آموزشی به سمتی که در آن افراد دانش‌آموخته ویژگی‌های کارآفرین را داشته باشند، ضرورت دارد. هرچند نقش خانواده در این زمینه بر کسی پوشیده نیست اما به جرأت می‌توان گفت نقش اصلی در انجام این مهم برعهده نظام‌های آموزشی است. دانش‌آموختگان باید به داشتن تفکر خلاق ترغیب شوند. با توجه به این که کشورهای پیشرفته و صنعتی سابق، امروزه به مرحله اقتصاد دانش‌بنیان وارد شده‌اند و در حال تحکیم پایه‌های خود به‌عنوان اقتصاد مبتنی بر دانش هستند، کشور ما نیز برای همگامی با این پیشرفت جهانی و رسیدن به توسعه پایدار، باید با به‌کارگیری مطلوب اهداف متعالی سند چشم‌انداز و در راستای رسیدن به آن، از مراکز آموزش و مشاوره کارآفرینی در دانشگاه‌ها و سایر مؤسسه‌ها، نهایت استفاده را برده و با آموزش کارآفرینی در مراکز آموزشی، ضمن توسعه «فرهنگ کارآفرینانه» در میان قشرهای مختلف جامعه، در روند توسعه کشور تحولی عظیم ایجاد کند.

در بسیاری از کشورها به‌ویژه کشورهای پیشرفته که تا حد ممکن موانع و مشکلات موجود در این زمینه برطرف شده‌اند، دولت‌ها به شکوفا کردن توان بالقوه مردم پرداخته‌اند. آموزش دانش کارآفرینی بسیار اهمیت دارد. با اجرای این سیاست همواره می‌توان به اهداف گوناگونی مانند شناخت فرصت‌ها و چگونگی بهره‌برداری از آن‌ها، آشنایی با فناوری و دانش فنی جدید و چگونگی به‌کارگیری آن‌ها، روش‌های جدید علمی مدیریتی و بازرگانی، جامعه عمل پوشید. آموزش می‌تواند بلندمدت (مانند آموزش از دوره دبیرستان به بعد) و یا کوتاه‌مدت (مانند سخنرانی‌های ادواری) باشد.

به‌طور کلی بسترهای مناسب برای رشد و توسعه کارآفرینان عبارتند از:

آموزش خلّاقیت از کودکان تا دانشگاه حتی در مقطع دکتری برای تمامی رشته‌های تحصیلی

بازنگری در نظام آموزشی، روش تدریس، ارزیابی و سنجش دانش‌آموزان و دانشجویان برای تقویت و شکوفایی روحیه خلّاقیت فراگیران

بالا بردن نیاز پیشرفت افراد از طریق آموزش‌های مستقیم و غیرمستقیم

آموزش کارآفرینی و شناسایی افراد ارزش‌آفرین (کارآفرین) جامعه توسط گروهی خبره به‌صورت سالیانه و معرفی، تشویق و حمایت از آنها در سطح کشور و استان از طریق رسانه‌های جمعی و نیز اعطای جوایز توسط مسؤولان عالی‌رتبه کشوری

تشکیل انجمن کارآفرینان برای ارتباط، همفکری، همکاری و تعاون کارآفرینان با یکدیگر

ترویج فرهنگ کارآفرینی از طریق مؤسسه‌های فرهنگی و رسانه‌های جمعی

تأسیس مراکز توسعه کارآفرینی برای برنامه‌ریزی، آموزش، تحقیق و مشاوره درباره کارآفرینی

ژاپن، نخستین کشوری بود که ترویج فرهنگ کارآفرینی را از سطح آموزش عمومی آغاز کرد. امروزه در جهان آموزش کارآفرینی به کودکان، نوجوانان و جوانان در اولویت گرفته است و در تمامی مراکز آموزشی به این جهت تشویق می‌شوند. به نظر می‌رسد در جهان امروز صرف داشتن ایده‌های تازه، ولی نداشتن دانش و مهارت کارآفرینی لازم، راه به جایی نمی‌برد.

به‌طور کلی، یافتن راهکارهای جدید مستلزم این است که فضای کشور به‌گونه‌ای طراحی شود که کارآفرینان در آن رشد کنند. در اغلب موارد مدیریت با تصمیم‌گیری متمرکز، ضد روحیه کارآفرینی است. کارآفرینی در جایی رشد می‌کند که تمرکز تمام‌عیار نباشد.

منابع

۱. جونز، آنا، ۱۰۴ فعالیت سازنده، ترجمه میترا محمدی، جوانه رشد، ۱۳۸۴.
۲. احمدپور داریانی، محمود، کارآفرینی (تعاریف، نظریه‌های، الگوها)، پنج گوهر، ۱۳۸۷.
۳. رادمنش، محمدحسن، ایده‌های ناب تربیتی، ورا دانش، ۱۳۸۷.
۴. سند چشم‌انداز ۲۰ ساله جمهوری اسلامی ایران، مجمع تشخیص مصلحت نظام.
۵. کول، ونیتا، برنامه‌های آموزش و پرورش در دوره پیش از دبستان، ترجمه دکتر فرخنده مفیدی، ۱۳۸۶.
6. National Standards in K–12 Personal Finance Education (With Benchmarks, Knowledge Statements, and Glossary), 2007, Jump\$tart Coalition for Personal Financial Literacy Reading grade by grade & writing, primary literacy standards for kindergarten through third grade, Sampler, 2004.
7. ADVANCING INVENTIVE CREATIVITY THROUGH EDUCATION, THE LEMELSON-MIT PROGRAM (School of Engineering) ECONOMIC EDUCATION K-12, Dr. Joe Baker, Director, Julie Ann Felshaw, 2002.
8. Early childhood Education Programme, Venita Kaul, New Delhi, National Council of Educational Research and Training, 1991.
9. Swaminathan, M., Play Activities for Young Children, Unicef, New Delhi, 1994.
10. 365 days of creative play: for children two years and up, Elison Sheila, 2007.
11. M Srivastava, R Muntz, M Potkonjak. Smart Kindergarten: Sensor-based Wireless Networks for Smart Developmental Problem-solving Environments- Proceedings of the 7th annual ..., 2001 - portal.acm.org.
12. Cejka, Erin; Rogers, Chris; Portsmore, Merredith. Kindergarten Robotics: Using Robotics to Motivate Math, Science, and Engineering Literacy in Elementary School, International Journal of Engineering Education, Volume 22, Number 4, August 2006, pp. 711-722 (12) Publisher: International Journal of Engineering Education.
13. Maria T. de Jong, Leiden University, The Netherlands. The Efficacy of Electronic Books in Fostering Kindergarten Children's Emergent Story Understanding.
14. Jong, M.T., & Bus, A.G. (2004, October/November/December). The Efficacy of Electronic Books in Fostering Kindergarten Children's Emergent Story Understanding. Reading Research Quarterly, 39(4), 378–393. doi: 10.1598/RRQ.39.4.2.
15. 700 CLASSROOM ACTIVITIES, David Seymour, Maria Popova, MACMILLAN.
16. www.jumpstartcoalition.org.
17. http://www.kauffman.org/.
18. ksaljoghi@yahoo.com.
19. www.karafarini.gov.ir.

پی‌نوشت‌ها

1. Systematic process.
2. Conscience.
3. Goal-driven.
4. Guth.
5. Ginsberg.
6. Zahra.
7. Caravan.

8. Ocinneide.
9. literature Review.
10. Enterprise Education.
11. Entrepreneurship Education.
12. Kourilsky.
13. Vesper.
14. Gess.
15. Carilski & Valested.
16. Brown.
17. Reynold et al.
18. CASES.
19. International labour organization (ILO).
20. SIYB.
21. Improve your business.
22. Start your business.
23. KAB.
24. ITC.
25. National foundation for teaching entrepreneurship.
26. Cases.
27. The Office of Training Improvement and Observation.
28. Aldrich, H.
29. Zimmer, C.
30. Ryle.
31. Tillan & Covel
- 32.
33. Neo & Wee.
34. Start your Business.
35. Improve your Business.
36. Eric Li.
37. Alnasry.
38. Start and Improve Your Business (SIYB)
39. Generate Your Business Idea.
40. Start Your Business.
41. Improve Your Business.
42. SIYB business game.
43. Expand Your Business.
44. National Foundation for Teaching Entrepreneurship.
45. Block.
46. Stump.