

نقش آموزش‌های فنی و حرفه‌ای در توسعه کارآفرینی*

**تالیف: علی عظیمی چنرزی

چکیده

امروزه بر اساس دیدگاه‌های اندیشمندان توسعه در خصوص نقش و ضرورت کارآفرینان در فرایند توسعه اقتصادی اتفاق نظر وجود دارد و اهمیت آموزش‌های هدفمند و به طور کلی و آموزش‌های فنی و حرفه‌ای به طور اخص در توسعه و پرورش کارآفرینی بر کسی پوشیده نیست. تجارب فراوانی از کشورهای توسعه یافته قابل حصول است که نشان می‌دهد بخش عظیمی از دستاوردهای توسعه اقتصادی خود را مرهون توسعه کارآفرینی به ویژه از طریق ارتقاء آموزش‌های فنی و حرفه‌ای بوده‌اند.

با توجه به جایگاه خطیر سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور در ارائه آموزش‌های فنی و حرفه‌ای در سرتاسر کشور بنظر می‌رسد این سازمان در موقعیتی قرار گرفته است که می‌تواند از طریق ارائه طیف وسیعی از آموزش‌های فنی و حرفه‌ای اثربخش نقش اساسی در توسعه کارآفرینی خلاق در سطح استان ایفا نماید. پژوهش حاضر بمنظور بررسی نقش آموزش‌های فنی و حرفه‌ای در توسعه کارآفرینی و شناسایی مشکلات و تنگناهای موجود در فرایند مذکور و ارائه راهکارهای اجرایی انجام یافته است. مطالعات نظری وسیعی در خصوص کارآفرینی و شناخت ابعاد مختلف آن انجام گیرد و سپس در مرحله مطالعه میدانی میزان گرایش یا عدم گرایش آموزش‌دیدگان به سمت فعالیت‌های کارآفرینانه و علل و عوامل موثر بر آن مورد بررسی قرار گیرد. بطور کلی نتایج تحقیق نشان داد که عمدتاً دیدگاه و رویکرد حاکم در دانش آموختگان فنی و حرفه‌ای رویکرد مبتنی بر استخدام و کارجویی است نه مبتنی بر ایده پردازی تجاری، کارآفرینی و خود اشتغالی. وعملاً آموزش‌دیدگان فنی و حرفه‌ای با مقوله کارآفرینی و فرایند آن بیگانه هستند و عرضه آموزش‌های صرفاً فنی و حرفه‌ای در این زمینه چندان موثر نبوده است. همچنین نتایج نشان داد از بین موانع و محدودیت‌های متعددی موجود در گرایش این افراد به کارآفرینی، سه عامل: ۱- بود آموزش‌های کارآفرینی و عدم آشنایی افراد با فرایند کارآفرینی، نحوه تاسیس و راه اندازی، ثبت و شرکت و کسب مجوزها، نحوه شناسایی فرصتها و تقاضاها، نحوه تامین منابع مالی، نحوه مدیریت کسب و کارهای کوچک و عدم آشنایی با قوانین و مقررات موجود در این زمینه، ۲- کمبود سرمایه اولیه و مشکلات در تهیه امکانات و منابع اولیه لازم بویژه مشکلات در زمینه تامین منابع مالی، اخذ وام، بازپرداخت‌ها و عدم آشنایی با تسهیلات و اعتبارات دولتی موجود در این زمینه، ۳- غالب بودن رویکرد مبتنی بر استخدام و کاربابی و کارجویی و علاقمندی بیشتر به استخدام و فقدان انگیزه‌های لازم برای کارآفرینی و خود اشتغالی، به عنوان مهمترین موانع کارآفرینی افراد محسوب می‌شود. بر اساس نتایج بدست آمد، به منظور افزایش نقش آموزش‌های فنی و حرفه‌ای در توسعه کارآفرینی پیشنهاد می‌شود سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای در ارائه آموزشها و مشاوره‌های کارآفرینی، فعال سازی دفتر مشاوره کارآفرینی، شناسایی و معرفی کارآفرینان موفق و کسب و کارهای آنها و... اهتمام بیشتر ارائه نماید.

*- مقاله حاضر نتیجه کار پژوهشی است که نگارنده آن را برای اداره کل آموزش فنی و حرفه‌ای استان آذربایجان شرقی انجام داده است.

**- کارشناس مالی ۳ امور اعتبارات بانک صنعت و معدن استان آذربایجان شرقی، کارشناس ارشد علوم اقتصادی و مدرس دانشگاه

در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار جهان امروز که با تغییر و تحولات پرشتاب محیط بین المللی، گذر از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی و دگرگونی اقتصاد ملی به اقتصاد جهانی همراه است، کار آفرینی را به مثابه «موتور توسعه اقتصادی» به کار گرفته اند، زیرا می تواند در رشد و توسعه اقتصادی کشورها که سبب افزایش بهره وری، ایجاد اشتغال و رفاه اجتماعی خواهد شد، نقش مهمی داشته باشد. برخی اجزای کارآفرینی را می توان نوآوری، خطر پذیری معتدل، جستجوی فرصتها و تجهیز منابع برای بهره برداری از آنها از راه ایجاد کسب و کارهای جدید یا دگرگونی سازمانها دانست. در واقع، کارآفرینی دستاورد کسانی است که میل شدید به کامیابی دارند و سخت کوشی، پافشاری، ریسک پذیری، دورنماسازی شگفت انگیز از جمله ویژگیهای روحی - روانی آنهاست. با این باور، کارآفرین کسی است که با ایده و اندیشه نو و با ایجاد یک سبک و کار، محصول جدید را به جامعه معرفی می کند. اصولاً این گونه کسان در همه جوامع حضور دارند و یک بستر و زمینه مناسب می تواند این حضور را پررنگتر سازد (احمد پور داریانی، ۱۳۷۹).

کشورهای پیشرفته از دهه های قبل و برخی کشورهای در حال توسعه در دهه های اخیر، با توجه به نقش موثر و مثبت کارآفرینان اقتصادی در توسعه جامعه، از این پتانسیل برای رویارویی با مشکلاتی چون رکورد، تورم و بیکاری و نبود امکان اشتغال بهره برداری کرده اند. تدوین استراتژی ها، سیاست ها و برنامه های لازم برای گسترش روحیه و رفتار کارآفرینانه، آموزش مشاوره، ایجاد فضای مناسبتر برای فعالیت کارآفرینان در زمینه های گوناگون اقتصادی - اجتماعی، رفع موانع و ایجاد ارتباط و همکاری بین آنها و تسهیل دستیابی آنها به بازارهای جهانی از جمله کارهایی است که در این زمینه صورت گرفته و دستاوردهای چشمگیر نیز داشته است (پائول وهمکاران، ۲۰۰۰).

۲ تعاریف و مفاهیم کارآفرینی

۱-۲ درآمدی بر مفهوم کارآفرینی

ساختار کسب و کار (Business) امروز با گذشته متفاوت است. به طوریکه می توان شاهد تاثیر این دگرگونی ها بر سطوح مختلف جوامع و در عرصه بین الملل بود. در این شرایط شرکت ها، سازمان ها و یا کشورهایی موفق هستند که قادر به رقابت با دیگران باشند. این رقابت جنبه های بسیاری از زندگی انسان ها را در بر می گیرد و منحصر به یک موقعیت و یا حوزه خاص نمی شود. لازمه موفقیت در این رقابت نیز بهره گیری بیشتر از اطلاعات (Information) و دانش (Knowledge) است. به طوریکه دیگر مثل گذشته ثروتمندترین افراد دنیا کسانی بودند که دارایی های مشهود، مواد اولیه و زمین را بیشتر در اختیار داشتند، امروزه ثروتمندترین مردم، افراد دانش مدار (Knowledge-oriented) و کارآفرین می باشند که پیشه آنها کارآفرینی است. گویی توسعه اقتصادی در عصر اطلاعات (Information Age) بیش از هر چیز نیازمند کارآفرینی بوده و کارآفرینی بیشترین تاثیرات خود را در ایجاد اشتغال برای جوانان، بهره وری و رفاه اجتماعی می گذارد (احمد پور داریانی و مقیمی، ۱۳۸۰).

برای نیل به این مهم، مؤسسات معتبر آموزشی در جهان، اقدامات گسترده ای به منظور انطباق برنامه های خود با نیازهای متغیر و متنوع آموزشی متقاضیان انجام داده اند که از آن جمله می توان به توسعه و پرورش کارآفرینان از طریق آموزش های فنی و حرفه ای اشاره نمود (UNEVOC, ۱۹۹۷).

امروزه بر اساس دیدگاه‌های اندیشمندان توسعه در خصوص نقش و ضرورت کارآفرینان در فرایند توسعه اقتصادی اتفاق نظر وجود دارد و اهمیت آموزش‌های هدفمند و به طور کلی و آموزش‌های فنی و حرفه‌ای به طور اخص در توسعه و پرورش کارآفرینی بر کسی پوشیده نیست. تجارب فراوانی از کشورهای توسعه یافته قابل حصول است که نشان می‌دهد بخش عظیمی از دستاوردهای توسعه اقتصادی خود را مرهون توسعه کارآفرینی به ویژه از طریق ارتقاء آموزش‌های فنی و حرفه‌ای بوده‌اند (همان).

۲-۲ تعاریف کارآفرینی و کارآفرین

از کارآفرینی تعاریف مختلفی شده است، دانشمندان علوم اجتماعی، روانشناسی، اقتصادی و مدیریت هر یک تعاریف خاصی برای کارآفرینان دارند. اما آنچه در اکثر آنها می‌توان مشاهده کرد. این نکته است که کارآفرینان محور توسعه اقتصادی بوده و با تخریب روش کهن و ناکارآمد قبلی و جایگزینی آنها با شیوه‌های کارآمد و نوین به نظام اقتصادی، پویایی و حیات می‌بخشند.

در قرن شانزدهم میلادی واژه فرانسوی *Entreprene* (کارآفرینی) اولین بار برای افرادی بکار برده شد که در ماموریت‌های نظامی خود را به خطر می‌انداختند. (احمد پور، ۱۳۷۸، ص ۴) بعدها این واژه به کسانی اطلاق شد که مخاطره یک فعالیت اقتصادی را می‌پذیرفتند و آنرا سازماندهی، تقبل و اداره می‌کردند. (واژه نامه مراکز فنی و حرفه‌ای وبستر). از آنجا که کارآفرینی جزء مفاهیم مدیریتی به شمار می‌رود، دارای یک تعریف قطعی و مشخص نیست و درک کاملی از آن نیازمند داشتن دیدگاهی بین رشته‌ای است. واژه کارآفرینی از کلمه فرانسوی *Entrepreneur* به معنای « واسطه و دلال» و یا اصطلاح انگلیسی *To Undertake* به معنای « متعهد شدن» اقتباس شده است که در فارسی ابتدا کارفرمایی و سپس کارآفرینی ترجمه شده که هر دو ترجمه خوبی از این واژه نیستند. به نظر می‌رسد بهتر بود که این واژه به « ارزش آفرینی» ترجمه می‌شد (لامعی، ۱۳۸۰).

کارآفرینی همواره مبنای تحولات و پیشرفت‌های بشری بوده است و تعاریف زیاد و متنوعی از آن شده است. با این همه، مفهوم و ماهیت اصلی آن هنوز شناخته شده نیست و نمی‌توان استاندارد جامع و مطمئن برای آن ارائه نمود اما پاسخ به سوالات زیر در شناخت بهتر مفهوم کارآفرینی موثر می‌باشد:

چه کسی کارآفرینی می‌کند؟ این شخص چه ویژگی‌هایی دارد؟

کارآفرین چرا کارآفرینی می‌کند؟ انگیزه اصلی او برای کارآفرینی چیست؟

کارآفرین چه کاری را انجام می‌دهد؟ رویکرد رفتاری او چگونه است؟

کارآفرین چگونه کارآفرینی می‌کند؟ او چگونه سعی می‌کند که موفق شود؟ فرایند کارآفرینی چگونه است؟ از چه

شیوه‌هایی استفاده کرده و چه استراتژی را به کار می‌بندد؟

کارآفرینی تحت کدام شرایط زمانی و مکانی وقوع می‌یابد؟ هنجارهای قالب بر یک محیط کارآفرینانه چیست؟ چه

ارزش‌ها و باورهایی که باید در اجتماع نهادینه گردد تا کارآفرینان بتوانند به راحتی به فعالیت پرداخته و سبب رشد توسعه

اقتصادی شوند؟

۳-۲ کار آفرین کیست؟

اصطلاح کار آفرین (Entrepreneur) در معنا و مفهوم فعلی را اولین بار ژوزف شومپیتر به کار برد. این اقتصاددان اطریشی الاصل ساکن آمریکا که او را پدر علم کار آفرینی می نامند بر این باور بود که رشد و توسعه اقتصادی در یک نظام، زمانی میسر خواهد بود که افرادی در بین سایر آحاد جامعه با خطر پذیری، اقدام به نوآوری کرده و با این کار روش ها و راه حل های جدید جایگزین راه کارهای ناکارآمد و کهن قبل شود (تخریب اخلاق) تفکرات و آراء "شومپیتر" با انقلاب اطلاعات و شروع عصر فراصنعتی از ارزش و اهمیت خاصی برخوردار شد. زیرا کار آفرینان به عنوان عاملین تغییر و فرآیند کار آفرینی به عنوان فرایند تغییر و تحول در نظام اقتصادی مورد توجه قرار گرفت. و حجم قابل توجهی از تحقیقات و پژوهش های مرتبط با آن طی دهه های ۷۰ و ۸۰ و ۱۹۹۰ میلادی صورت پذیرفت.

"پیتر دراگر" معتقد است کار آفرین کسی است که فعالیت اقتصادی کوچک و جدیدی را با سرمایه خود شروع می نماید. کار آفرین ارزش ها را تغییر می دهد و ماهیت آنها را دچار تحول می نماید. همچنین مخاطره پذیر است و به درستی تصمیم گیری می نماید. برای فعالیت خود به سرمایه نیاز دارد ولی هیچ گاه سرمایه گذار نیست، کار آفرینی همواره به دنبال تغییر است و به آن پاسخ می دهد و فرصت ها را شناسایی می کند و کار آفرینی به عقیده دراگر همانا به کار بردن مفاهیم و فنون مدیریتی، استاندارد سازی محصول، به کار گیری ابزارها و فرایند طراحی و بنا نهادن کار بر پایه آموزش و تحلیل کار انجام شده است. او کار آفرینی را یک رفتار می انگارد. نه یک صفت خاص در شخصیت افراد.

از نظر اقتصاددانان کار آفرین کسی است که ارزش افزوده ایجاد نماید. یعنی اینکه با زمان و انرژی لازم، سرمایه ها را به گونه ای به کار گیرد که ارزش آنها و یا محصولات بدست آمده نسبت به حالت اولیه اش افزایش یابد.

کار آفرین چه کاری را انجام میدهد؟

کار آفرین به منظور تحقق ایده اش عوامل مورد نیاز مانند نیروی انسانی، تجهیزات، مواد اولیه و سرمایه را فراهم می آورد و با استفاده از قدرت تصمیم گیری، مهارتها و استعداد های فردی ایده اش را محقق می سازد و بوسیله طراحی، سازماندهی، راه اندازی و مدیریت واحد جدید، به کسب درآمد می پردازد. همچنین در این راه خطرات شکست را بدلیل فعالیت در محیط غیر قابل کنترل و مبهم می پذیرد. به طور خلاصه کار آفرین سازمان دهنده و فعال کننده یک واحد اقتصادی (غیر اقتصادی) به منظور دستیابی به سود (دست آورد های) شخصی یا اجتماعی است.

"جفری تیمونز" کار آفرین را ایجاد کننده یک چیز ارزشمند از هیچ می داند بنابراین کار آفرین کسی است که دارای قدرت درک بالا می باشد و توان پیدا کردن خلا و فرصتها را دارد، و می تواند در جامعه از طریق پرورش ایده و تبدیل فکر خود به یک محصول جدید اقدام به ارزش آفرینی از هیچ نماید.

۴-۲ کار آفرین چگونه کار آفرینی می کند؟

سؤال دیگری که در شناخت موضوع کار آفرینی مطرح می باشد این است که کار آفرین چگونه کار آفرینی می کند؟ و چه مکانیسم و فرآیندی را طی می کند؟ فرآیند کار آفرینی بسته به تعریفهای مختلف کار آفرین متفاوت است. بعضی از افراد فرآیند کار آفرینی را فرآیند خلق چیزی نو، خلق ثروت و یا خلق چیز ارزشمندی از هیچ می دانند.

"رابرت هیسریچ" فرایند کارآفرینی را خلف چیزی نو می داند که توام با صرف وقت و تلاش بسیار و پذیرش خطرات مالی، روحی و اجتماعی برای بدست آوردن منابع مالی، رضایت شخصی و استقلال است، که نتیجه این فرایند از فعالیتهای منظمی حاصل می شود که خلاقیت و نوآوری را به نیازمندی ها و فرصت های بازار پیوند می دهد. (فیض بخش بازرگانی، ۱۳۸۴) یا عبارتی فرایند کارآفرینی تنها خلق محصول و یا خدمتی جدید نیست بلکه خلق محصول جدیدی است که متناسب با نیازهای بازار و تقاضای موجود باشد و بتوان آنرا به جامعه ارائه نمود.

" مک کله لند" تعریف گسترده تری از کارآفرینی بیان می کند و فرایند کارآفرینی را فراتر از شغل و حرفه بلکه یک شیوه زندگی تعبیر می نماید به طوری که خلاقیت و نوآوری، عشق به کار و تلاش مستمر، پویایی، مخاطره پذیری، آینده گری، ارزش کارآفرینی، آرمان گرایی، فرصت گرایی، نیاز به پیشرفت، مثبت اندیشی، زیربنا و اساس زندگی کارآفرینانه می باشد، در این زندگی شکست مفهومی ندارد و به جز اینکه پله ای برای بالا رفتن موقعیتی برای آموختن، تصور ناقصی از واقعیت، ابهامی که در هدف وجود دارد، واقعه ای که هنوز فواید آن تبدیل به سود نشده است (صمد آقایی، ۱۳۸۰، ص ۱۸)

به اعتقاد بریچ (۱۹۹۶) کارآفرینی به معنای به کارگیری مفاهیم و فنون مدیریتی، ابزارها و فرایندهای طراحی، استاندارسازی محصول و بنا نهادن کار بر پایه آموزش و سپس تحلیل آن است (بریچ، ۱۹۹۶).

کارتی (۱۹۹۸) کارآفرینی را فرایند شکار فرصت ها به وسیله افراد، به طور انفرادی (کارآفرین مستقل) (Entrepreneurs) یا در سازمان ها (کارآفرینی سازمانی) (Intrapreneur (Inrtacorporate is)) (combined with Entrepreneur))، بدون در نظر گرفتن منابع موجود در اختیار آن ها می داند (کارتی، ۱۹۹۸).

کارآفرین فردی است که به طور عمده به منظور کسب سود و رشد، کسب و کاری را ایجاد می کند که مشخصات اصلی آن نوآوری (Innovation) و مدیریت استراتژیک (Strategic Management (SM)) است (توموکو، ۲۰۰۳).

همچنین از دیدگاه آبتون و همکاران وی (۱۹۹۷) کارآفرین فردی دارای ایده و نظری نو و جدید است که از طریق فرایند تاسیس و ایجاد یک کسب و کار و قبول مخاطره، محصول یا خدمات جدیدی را به جامعه خود معرفی می کند.

در مجموع می توان گفت که کارآفرینی فرایندی است که منجر به ایجاد رضایتمندی و یا تقاضای جدید می شود. کارآفرینی عبارتست از فرایند ایجاد ارزش از اه تشکیل مجموعه منحصر به فردی از منابع به منظور بهره گیری از فرصت ها (احمدپور، ۱۳۷۸)

و به عبارت دیگر فرایند کارآفرینی، فرایندی است که فرد کارآفرین با ایده های نو و خلاق و شناسایی فرصت های جدید به معرفی محصول و یا خدمت جدیدی و یا بهبود ساختار تولید، که توام با پذیرش مخاطرات مالی، روانی و اجتماعی و دریافت منابع مالی، رضایتمندی شخصی و استقلال می باشد، مبادرت می ورزد

۳ ویژگی های کارآفرینان

تحقیقات نشان می دهد که ویژگی های مشترک قابل تاملی بین کارآفرینان وجود دارد. البته این ویژگی ها منحصر به فرد نبوده و هر یک از کارآفرینان بالقوه و یا بالفعل به یک نسبت از این ویژگی ها و قابلیت ها برخوردار نیستند. (سعیدی کیا، ۱۳۸۲).

ده مورد از مهمترین ویژگی‌هایی که "تامپسون"، "هیسریچ" و "پیترز" (۱۹۹۸) در خصوص کارآفرینان ذکر کرده اند عبارتند از:

۱- کارآفرینان افرادی هستند که تفاوت ایجاد می‌کنند، در واقع آنها به طور خلاقانه فرصت‌هایی را برای کسب و کار ایجاد می‌نمایند.

۲- کارآفرینی، تشخیص و استفاده مطلوب از فرصت‌ها می‌باشد.

۳- کارآفرینان با هدف دستیابی به منافع مورد نیاز برای استفاده از فرصت‌ها به شدت تلاش می‌کنند.

۴- کارآفرینان از طریق ارائه محصولات خدمات یا شیوه‌های جدید، ارزش ایجاد می‌کنند.

۵- کارآفرینان ایجادکننده شبکه‌های مطلوب منابع امکانات مالی، ابتکارات، شبکه‌های اجتماعی و مذاکرات مختلف هستند.

۶- کارآفرینان شناخت دقیق از چگونگی و چرایی فرصت‌ها و جایگاه خود را دارند. (شرایط ابهام)

۷- کارآفرینان خود، سرمایه ایجاد می‌کنند، این سرمایه به شکل‌های مختلفی نظیر سرمایه مالی، اجتماعی و هنری می‌باشد.

۸- کارآفرینان خطرناپذیرند و توانایی اداره ریسک‌های مختلف را دارند.

۹- کارآفرینان در مقابل سختی‌ها و مشکلات، خویشتن‌دار و مقاوم هستند.

۱۰- کارآفرینی مستلزم خلاقیت و نوآوری است و این دو عناصر اصلی آن است (لباف و طالبی، ۱۳۸۲، ص ۴۲۷)

عمده ویژگی‌های شخصیتی و روانشناختی کارآفرینان را می‌توان به توفیق، ومخاطره‌پذیری، خلاقیت و نوآوری، مسئولیت‌پذیری، استقلال‌طلبی، دارای بصیرت، کاردان، پرتلاش، دارای اعتماد به نفس، دستاوردگرایی و هدفگرایی نام برد. (کاتون، ۱۹۹۰):

● مرکز کنترل درونی

کارآفرین مسئولیت اعمال و تصمیم‌های خود را می‌پذیرد. کارآفرینان موفق، به خود ایمان دارند و موفقیت‌ها یا شکست‌ها را به سرنوشت، اقبال و یا نیروهای مشابه نسبت نمی‌دهند به عقیده آنها شکست‌ها و پیشرفت‌ها را تحت کنترل و نفوذ خویش دانسته و خود را در نتایج عملکردهایشان موثر می‌دانند. (هورنادی و آبود ۱۹۷۱)

● استقلال طلبی

استقلال طلبی یکی از ویژگی‌های کارآفرینان می‌باشد که با دارا بودن این ویژگی فرد احساس می‌کند شخصا بر سرنوشت خویش احاطه دارد. از این جهت ارتباط زیادی بین این ویژگی و مرکز کنترل درونی می‌باشد. آقای "خودبودن" یکی از قوی‌ترین نیازهای فرد کارآفرین است، او می‌خواهد کارها را به شیوه خود انجام دهد و کار کردن برای دیگران برای او سخت است. (احمدپور، ۱۳۷۸)

● نیاز به توفیق

کارآفرینان با انگیزه و مهارت خود دست به رقابت می‌زنند و سعی می‌کنند از عهده کاری که بر روی آن وقت و انرژی خود را متمرکز کرده‌اند به درستی برآیند. تمایل به انجام کار در استانداردهای عالی جهت پیشی گرفتن از رقبای خود را دارند و

حتی آنها می کوشند که استانداردها را خود تعیین کنند زیرا افرادی که استانداردها را در هر حرفه ای تعیین می کنند همیشه بر بازار حاکم و مسلط هستند. (ملک کله لند، ۱۹۶۲، ص ۹۹)

● مخاطره پذیری

"لایلز" و "بروکهاوس" معتقد بودند که تمایل به پذیرش مخاطره های معتدل از ویژگیهای بارز کارآفرینان است و "مایر" در سال ۱۹۹۰ نشان داد که کارآفرینان موفق کمتر از مدیران از مخاطره پرهیز می کنند، فرق آنها با مدیران در این است که مدیران خانه ای می سازند و سعی در نگهداری آن خانه دارند و به همین دلیل تهدیدگرا و محافظه کارند و تلاش می کنند وضعیت موجود را حفظ کنند، اما کارآفرینان همواره در پی ساختن خانه ای جدید هستند و به همین جهت فرصت گرا، انعطاف پذیر و اهل ریسک هستند.

● تحمل ابهام

تحمل شرایطی که فرد به طور قطع نمی داند موفق می شود و یا شکست می خورد و پذیرفتن عدم قطعیت و شروع یک فعالیت مشتعل در حالی که تصور روشن و واقعی از آینده پیش روی ندارد از توانایی های افراد کارآفرین می باشد. کارآفرینان بدون اینکه احساس تهدید یا ناراحتی نمایند قادرند تا بطور اثربخش با شرایط و اطلاعات مبهم، ناقص و غیرقطعی سازمان نیافته و غیر شفاف روبرو شوند و ضمن رفع ابهامات آنها را به نفع خود بگیرند. در واقع ابهام سبب انگیزش آنها می شود. (احمدپور، ۱۳۷۸، ص ۸۹)

● خلاقیت و نوآوری

مشخصه اصلی کارآفرینی، نوآوری است. کارآفرین با ارائه محصولات و خدمات جدید می تواند جامعه را به سمت پیشرفت و توسعه سوق دهد و با ترکیب منابع و یا استفاده از منابعی که تا بحال مورد بهره برداری قرار نگرفته است روش هایی جدید را ارائه نماید که موجب تحول در زندگی روزمره می شود.

"گیلفورد" خلاقیت را تفکری واگرا می داند که به جهات مختلف سیر می کند و برای حل مسئله به خلق راه حل های بسیار متنوع و نوین می پردازد. کارآفرین از میان ایده های ناشی از خلاقیت خود و یا دیگران و ترکیب آن با فرصت های بازار این ایده را با تلاش پیگیر و مستمر به یک فرصت کارآفرینانه تبدیل می کند و با راه اندازی کسب و کار به آن عینیت می بخشد. بنابراین نوآوری توانایی به کار بردن راه حل های خلاق برای مسائل، مشکلات و فرصت هاست، تعبیر دیگر نوآوری، عملی ساختن محصول یا خدمت از ایه ای خلاق است. البته در فصل بعد بدلیل اهمیت نوآوری و خلاقیت راجع به آن مفصل سخن به میان خواهد آمد.

● دستاوردگرایی و هدف گرایی

کارآفرینان هدفگرا و دستاوردگرا هستند، آنها دارای خصوصیتی هستند که کار ار به خاطر حسن انجام کار و رسیدن به دستاورد خود انجام می دهند. به همین دلیل است که پاداش ها و تنبیه ها، تشویق ها و ملامت ها اهمیتی نمی دهند. (البته این موارد در روحیه کارآفرین بی تاثیر نخواهد بود.) این صفت با ویژگی میل به توفیق و یا میل به نیک از عهده برآمدن کار ارتباط نزدیک دارد، در حقیقت وقتی کارآفرین روی چیزی کار می کند می خواهد که آن کار به خوبی انجام شود و همین برای رضایت او کافی است البته کارآفرین در صورت موفقیت به سود خواهد رسید و پاداش مالی بدست خواهد آورد، اما برای او سود اصالت نداشته و هدف نیست بلکه معیاری برای اندازه گیری موفقیت ها می باشد.

• کارآفرینی و رشد اقتصادی

با تحولات و تغییرات سریع و شتابان جامعه بین المللی، گذر از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی و تغییر اقتصادی ملی به اقتصاد جهانی، راهکارهای مختلفی مطرح می شود که منجر به توسعه و رشد اقتصادی و حل معضلات اشتغال، عدالت اجتماعی و رفاه جامعه می شود. شاید یکی از مباحث جدید و مفاهیم نو همانا نقش کارآفرینان در توسعه پایدار در جوامع، به ویژه با پتانسیل رشد بالا و جوامع خواهان تحول و تغییر است، از دیدگاه بسیاری از خیرخواهان، عاشقان و دلسوزان و توفیق خواهان هر کشور، به ویژه در جوامع رو به توسعه آرزو و خواست عمومی این است که چرا کشورشان نسبت به جوامع دیگر عقب افتاده و چگونه می شود راه ترقی و مسیر پیشرفت را هموار کرد.

از سال ۱۹۹۷، با همکاری مراکز معتبر مراکز فنی و حرفه ایی در برخی کشورها، مدل «جی.ای.ام. Global Entrepreneurship Monitor) برای ارتباط بین کارآفرینی و رشد اقتصادی طراحی شد و مطالعات لازم در این زمینه بر اساس سه سؤال محوری به این شرح صورت گرفت.

- فعالیت های کارآفرینی بر رشد اقتصاد ملی و رفاه جامعه چگونه اثر می گذارد؟
 - فعالیت های آغاز کسب و کار میان کشورهای گوناگون تا چه اندازه با هم تفاوت دارند؟
 - با کدام معیارها می توان یک کشور را کارآفرین معرفی کرد و چگونه می توان فعالیت های آغاز یک کسب و کار را محدود کرد یا گسترش داد؟
- در سال ۱۹۹۹ این الگو در ده کشور آمریکا، انگلیس، آلمان، فرانسه، ایتالیا، ژاپن، کانادا، فنلاند، دانمارک و اسرائیل بررسی شد و در سال ۲۰۰۰ کشورهای آرژانتین، استرالیا، بلژیک، برزیل، هند، ایرلند، کره جنوبی، نروژ، سنگاپور، اسپانیا و سوئیس هم به آنها پیوستند که دستاوردهای این پژوهش را به این شرح می توان بیان کرد:
- فعالیت های کارآفرینانه در کشورها بسیار متفاوت است.
 - سیاستهای مناسب و افزایش توان کارآفرینی یک جامعه (از جمله مهارتها و انگیزه ها) بیشترین تاثیر را در گسترش کارآفرینی دارد.
 - شرکت زنان در کارآفرینی ضرورتی دراز مدت برای اقتصاد است.
 - برای رسیدن به دستاوردهای پایدار و بلندمدت، سیاست ها باید جوانان زیر ۲۵ سال و افراد بالای ۴۴ سال را به کارآفرینی فراخواند و تشویق کند.
 - هر دولتی که متعهد به پیشرفت اقتصادی است، باید زمینه حمایت های لازم را از همه جنبه های سیستم اقتصادی که هادی و حامی افزایش بسترهای کارآفرینی هستند، از جمله به کمترین رساندن مالیات ها، دسترسی به نیروی کار، کاهش هزینه های نیروی انسانی غیرحقوق بگیر، کاهش مقررات و آسان سازی کسب و کار توسط دولت را فراهم سازد.
 - سیاستهای باید راهگشای گسترش سرمایه گذارهای مخاطره آمیز و برانگیختن انگیزه های افراد خصوصی برای سرمایه گذاری بهینه در مراحل نخست هر گونه کسب و کار باشد.
- در کشور ما اکنون، به رغم داشتن جمعیتی هوشمند و مستعد و نیز برخورداری از منابع طبیعی فراوان، تولید ناخالص داخلی (GDP) در سطح پایین است، شمار قابل توجهی از نیروهای جوان و حتی تحصیلکرده از امکان اشتغال بی بهره اند و بر

اولویت ایجاد کار در دیگر فعالیتهای دولتی در سطوح گوناگون تأکید می شود. افزون بر این بسیاری از شرکت ها، به سبب بهره وری اندک، فقدان تقاضا و غیره در آستانه تعطیلی هستند یا تعطیل شده اند و امکانات رقابتی کشور هم در بازارهای جهانی اندک است از این رو « توسعه کارآفرینی » رویکردی ضروری است.

۲-۳ انواع کارآفرینی

یکی از رایج ترین تقسیم بندی در خصوص انواع کارآفرینی به شرح زیر می باشد (صمد آقایی، ۱۳۷۸):

الف) کارآفرینی فردی شامل:

ب) کارآفرینی گروهی شامل:

ج) کارآفرینان مستقل

د) کارآفرین سازمانی (Intrapreneur)

و) کارآفرینی شرکتی

۴- مدل های کارآفرینی

تلاش محققین در ارائه مدل های کارآفرینی با توجه به جنبه های رویکرد رفتاری و رویکرد ویژگی ها و تعاریف کارآفرینی انجام می گردد. در واقع، می توان دو دسته مدل را ارائه نمود: مدلهای فرآیندی و مدل های محتوایی.

۴-۱ مدل های محتوایی

کلیه تلاش های محققین در خصوص مطالعه رویکرد ویژگی ها که منجر به شناسایی خصوصیات فردی و شخصی افراد می گردد، جزئی از این طبقه بندی محسوب می گردد.

آنچه که می بایستی مورد توجه قرار گیرد این است که هدف محققین در رویکرد ویژگی ها و مدل های محتوایی، یافتن یک چارچوب روانشناسانه و ارائه تعریف کارآفرینی بر مبنای یکسری ویژگی های فردی بوده است که با توجه به محدودیت تحقیقات در پرداختن و اظهار نظر قطعی راجع به ویژگی های فردی، ارائه مدل محتوایی فراگیر همواره عقیم مانده است. بر این اساس، محققین به جای پرداختن به رویکرد ویژگی ها، به رویکرد رفتاری و مدل های فرآیندی روی آورده اند (تراپمن و مورنینگ استار، ۱۹۸۹، ص ۳۷)

۴-۲ مدل های فرآیندی

مدل های فرآیندی شامل دو دسته اصلی از مدل ها می باشند، که در ادامه تحت بررسی قرار خواهند گرفت:

الف) فرآیند رویدادی (Event Process)

در این دیدگاه، کارآفرینی فرآیندی است که در آن فرد کلیه فعالیتهای کارآفرینانه را برنامه ریزی، اجرا و کنترل می نماید. به علاوه، در این بین مفاهیمی وجود دارد که بر هر رویداد در فرآیند کارآفرینانه تأثیر می گذارند. طرفداران این دیدگاه معتقدند که بروز برخی عوامل محیطی و تأثیر آن بر فرد، نقش بسیار تعیین کننده ای در تصمیم وی به کارآفرین شدن، دارد. در ادامه به بررسی مهمترین دیدگاهها پرداخته می شود (کوراتکو و هاجتس، ۱۹۸۹).

۱- مدل رویدادی آلبرت شاپیرو (۱۹۷۵): « آلبرت شاپیرو » استاد مراکز فنی و حرفه ای ایالت اوهایو پیشنهاد

داد که بیش از آنکه بر فرد کارآفرین تمرکز صورت گیرد باید به « رویداد کارآفرینی » (Entrepreneurial Event) توجه

نشان داد. چرا که چنین دیدگاهی کلیه مشکلات مربوط به تعاریف کارآفرین را کنار می گذارد. در این زمینه او بیان می دارد که « رویداد کارآفرینی » در برگیرنده موارد زیر است:

- ابتکار: یک فرد یا گروه، ابتکاری را انجام می دهد.

- سازمان: منابع لازم در جهت برآورده کردن یک سری اهداف که بشکل سازمانی ترکیب می شوند (یا اینکه منابع در یک سازمانی موجود شناسایی می شوند)

- مدیریت اجرائی: کسانی که ابتکار را در دست دارند و مدیریت سازمان را برعهده می گیرند.

- استقلال نسبی: مبتکران، به آزادی نسبی برای تخصیص منابع نیاز دارند

- مخاطره پذیری: مدیران و مبتکران در موفقیت یا عدم موفقیت سازمان سهیم هستند

۲- مدل رویدادی فرای (۱۹۹۳): از نظر « فرای » سه عامل در انگیزه کارآفرین برای تاسیس یک شرکت نوپا

دخالت دارند. این سه عامل عبارتند از متغیرهای مقدم یا پیشینه (Antecedent or background variable) و متغیرهای تسریع کننده یا حرکت دهنده (Triggering or precipitating variable) و متغیرهای توانبخش (enabling variable) هر سه گروه از متغیرها بعنوان نیروهای انگیزشی در تصمیم گیری کارآفرین دخالت دارند. عامل مقدم: عامل مقدم با متغیرهای زمینه ساز (Stage - Setting) ارتباط دارد. این موقعیت ها یا ویژگیها، عواملی هستند که باعث می شوند، فرد به طور خود آگاه یا ناخودآگاه امکانات کارآفرینی را مورد بررسی قرار دهد. بعضی از این متغیرها ماهیتاً تاریخی یا محیطی می باشند. برای مثال، بسیاری از کارآفرینان در خانواده هایی کارآفرین دنیا می آیند. برای بسیاری از آنها نیز در اوایل زندگی شان، حوادثی پیش آمده که شخصیت کارآفرین آنها را شکل داده است.

عامل تسریع کننده: در حالیکه عامل مقدم در طول زمان باعث ایجاد شرکت نوپا می شود. عامل تسریع کننده، حادثه یا موقعیتی است که بطور ویژه ای عمل کارآفرینی را سرعت می بخشد. اینها، حوادث برجسته زندگی می باشند و شامل تحولات شخصیتی، مالی یا حرفه ای در زندگی یک کارآفرین هستند، که در تصمیم گیری کارآفرین تاثیر گذار می باشند. برای مثال اخراج شدن از یک کار می تواند یک عامل تسریع کننده باشد. آشنا شدن با یک کارآفرین دیگر که در پی یک شریک می باشد می تواند عامل ترک شغل جاری شخص و تبدیل شدن وی به یک کارآفرین باشد.

عامل توانبخش: متغیرهای مقدم و تسریع کننده، انگیزه بالقوه کارآفرین را برای تاسیس شرکت یا سرمایه گذاری مخاطره آمیز بوجود می آورند. اما، این مساله بدین مفهوم نیست که شرکت نوپا به طور واقعی تاسیس خواهد شد. برانگیخته شدن برای راه اندازی تشکیلات اقتصادی جدید، بدین مفهوم نیست که شروع آن تشکیلات، عاقلانه یا امکان پذیر خواهد بود. فرد کارآفرین تنها یکی از اجزاء تشکیل دهنده شرکتهای نوپای کارآفرینانه است. دو جزء فرصت و منابع، در تصمیم گیری برای تاسیس شرکتهای نوپا، حیاتی می باشند و عوامل توانبخش نامیده می شوند.

معادله کارآفرین را می توان برای در برگرفتن این دو متغیر مهم گسترش داد. در جدول ذیل عامل توانبخش به عوامل تسریع کننده و مقدم اضافه می شود، که باعث جمع شدن فرصت ها و منابع می شود.

۳- مدل رویدادی ویلیام بای گریو (۱۹۹۴): از نظر وی عوامل مهم در رخداد کارآفرینی عوامل شخصی،

روانی و محیطی می باشند. اینها عواملی هستند که باعث تولد یک موسسه جدید می شوند. یک شخص، فکر نو برای ایجاد تشکیلات اقتصادی جدید را یا از طریق تحقیقات دقیق و یا به طور تصادفی بدست می آورد. تصمیم گیری یا عدم تصمیم گیری

برای پیگیری آن فکر به عواملی همچون زمینه های شغلی، خانواده، دوستان، الگوی نقش، وضعیت اقتصاد و قابل دسترس بودن منابع بستگی دارد.

(ب) فرآیند چند بعدی

در این دیدگاه، کارآفرینی یک چارچوب چند بعدی و پیچیده می باشد که کلیه عوامل شامل فرد کارآفرین و ویژگیهای او، مهارتها و سبکهای مدیریتی او، فرهنگ، استراتژی، ساختار، نظام و سازمان را در بر می گیرد. در ادامه به برخی از مدل‌های ارائه شده توسط محققین پرداخته می شود (کولر می یر، ۱۹۹۲)

مدل فرآیندی جفری تیمونز و دیگران (J. Timmons, L. Smolen and A. Dingee ۱۹۸۵): وی در مدل خود، محیط، ویژگیهای شخصیتی، انگیزه ها، رفتار، اهداف و نتایج را در نظر می گیرد و بر توانایی سرمایه گذاری در فرصتها تکیه می نماید. همچنین کارآفرین را فردی می پندارد که دارای مهارتهای چند گانه است.

مدل چند بعدی ویلیام گارتنر (H. Stevenson, et al ۱۹۸۵): وی چهار عنصر فرد، محیط و سازمان و فرآیند را در ایجاد یک شرکت موثر دخیل می داند و آنها را به ترتیب ذیل با یکدیگر مرتبط می کند.

مدل فرآیندی چل و هاورس (H. Stevenson, et al ۱۹۸۸): چل و هاورس یکی از جامعترین مدل‌های کارآفرینی را در سال ۱۹۸۸ ارائه نمودند. این مدل شامل ویژگیهای شخصیتی و عناصر شناختی می باشد و همچنین بر قدرت سرمایه گذاری در فرصتها که مخالف تجهیز منابع می باشد نیز تاکید دارد. در این مدل کارآفرین موفق فردی پنداشته می شود که مهارتهای مختلفی همچون تشکیل تیم های کاری و انجام کار با کمک دیگران را داشته باشد..

مدل فرآیندی استیونسون و دیگران (H. Stevenson, et al ۱۹۸۸): استیونسون فرآیند کارآفرینی را چنین تعریف می نماید: کارآفرینی عبارتست از فرآیند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه منحصر به فردی از منابع به منظور بهره گیری از فرصت ها. وی عناصر موثر در فرآیند کارآفرینی را در هر بعد از فرآیند کسب و کار به شرح ذیل بیان می دارد. این نکته حائز اهمیت است که این مراحل فرآیندی به ترتیب طبیعی تنظیم گردیده و نمی توان هر یک از آنها را بدون ارتباط با دیگری در نظر گرفت. برای مثال، لازم است کارآفرین برای ارزیابی فرصت، برداشتی از مفهوم کسب و کار نیز داشته باشد، یا بدانند اجرای آن مفهوم نیاز به چه منابعی خواهد داشت، و یا هزینه آن منابع چقدر خواهد بود.

مدل یکپارچه (Integrative Model) کارآفرینی نیوالی (Devi R. Gnyawali) و فوگل (Deniel)

(S. Fogel ۱۹۹۴): این دو محقق ضمن مطالعات خود چهار عنصر اصلی محیطی را معرفی نموده اند که تاثیر تقویت کننده یا

تضعیف کننده زیادی بر فرآیند ایجاد شرکتهای نوپا دارند. این چهار عامل عبارتند از

(۱) رویکردها و سیاستهای دولت (۳) مهارتهای شغلی و کارآفرینی

(۲) شرایط اقتصادی و اجتماعی (۴) حمایت‌های مالی و غیرمالی

کلیه این عوامل رابطه مستقیم با ایجاد شرکتهای جدید دارند.

۲-۷ آموزش کارآفرینی

پس از روشن شدن ضرورت توجه به کارآفرین، آشنایی با مفهوم کارآفرینی و خصوصیات کارآفرین، پرورش روحیه کارآفرینی در افراد غیر کارآفرین از اهمیت فوق العاده ای برخوردار می شود. از این رو فعالیت های آموزشی برای تربیت کارآفرینان در دستور کار بسیاری از مراکز آموزش کارآفرینی قرار گرفته، چرا که لازمه توسعه کارآفرینی، آموزش آن است.

فعالیت های آموزش کارآفرینی به طور غیررسمی از اواسط دهه ۷۰ میلادی آغاز شده ولی زمان شروع رسمی آن ها به ابتدای دهه ۸۰ برمی گردد. درعین حال، این فعالیت ها در مراکز فنی و حرفه ای های کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه رو به افزایش است. به طوریکه در سال ۱۹۷۵ دروس کارآفرینی در ۱۰۴ دانشکده آمریکا تدریس می شد، در حالیکه این تعداد در سال ۱۹۸۰ به ۱۶۳ عدد، در اواسط همان دهه به ۲۰۵ و در ابتدای دهه ۹۰ به ۲۵۳ دانشکده رسیده است و در حال حاضر در بیش از ۲۰ مراکز فنی و حرفه ای این کشور کارآفرینی به عنوان یک رشته تدریس می گردد (احمد پور داریانی، ۱۳۸۰).

تاریخچه آموزش کارآفرینی

در گذشته ای نه چندان دور افسانه ای رایج بود مبنی بر اینکه کارآفرینان دارای ویژگی های ذاتی همچون ابتکار، روحیه تهاجمی، تحرک، تمایل به ریسک، توان تحلیلی و مهارت در روابط انسانی هستند. و این ویژگی ها با آن ها متولد می شود. فرض اساسی آن ها این بود که کارآفرینان از طریق آموزش، پرورش نمی یابند. بنابراین تا آن زمان خبری از نقش آموزش در ایجاد و توسعه کارآفرینی نبود و تنها بر جنبه هنری کارآفرینی تاکید می شد (همان).

گرچه کاربرد واژه کارآفرینی سابقه ای چند ساله دارد، ولی تحقیقات این رشته از اوایل دهه ۷۰ میلادی در آمریکا شروع شد. این تحقیقات در پی تغییرات جامعه شناختی و ارزشی بوجود آمده در سطح جامعه بود که منجر به ایجاد میلیون ها کسب و کار خود اشتغال گردید.

در سال ۱۹۷۳ برای اولین بار مراکز فنی و حرفه ای کالگری مجوز تاسیس دوره کارشناسی ارشد را دریافت کرد و کارآفرینی، به عنوان یکی از زمینه های اصلی، مورد توجه قرار گرفت. با انتشار نتایج تحقیقات دیوید بریج در سال ۱۹۷۹، در خصوص روند اشتغال زایی و استخدام در ایالات متحده در طی سال های ۱۹۶۹ تا ۱۹۷۶ مبنی بر اینکه ۸۱ درصد مشاغل جدید توسط شرکت هایی کوچک با حداکثر ۱۰۰ کارمند ایجاد شده اند، توجه به مفهوم کارآفرینی وارد مرحله تازه ای شد. چرا که بریج نشان داد که شرکت های کوچکتر با بهره گیری از آموزش های کارآفرینی توانسته اند سهم بیشتری در رشد اقتصادی آمریکا داشته باشند (هولم و موسلی، ۱۹۹۶).

مطالعه ای که در سال ۱۹۸۲ در مراکز فنی و حرفه ای بایلور (Baylor University) بر روی دانشجویان رشته کارآفرینی صورت گرفت نشان داد که بیشترین تاکید باید بر روی دروس مالی باشد. دومین رشته ای که از نظر آنان باید بیشتر مورد تاکید قرار می گرفت درس مدیریت کارآفرینی (Intrepreneurship Management) بود (گیپ، ۱۹۸۷).

در ژوئن سال ۱۹۸۵ میلادی مراکز فنی و حرفه ای کالگری به ارزیابی نتایج برگزاری یکی از دوره های آموزش کارآفرینی خود (در فاصله ژوئن ۱۹۸۴ تا دسامبر ۱۹۸۴) پرداخت. نتایج این دوره شگفت انگیز بود و نشان می داد که سرمایه گذاری به نسبت کوچکی (حدود ۷۵۰۰۰ دلار) در آموزش کارآفرینان دارای کسب و کار های کوچک، منجر به ایجاد ارزش افزوده فراوانی (حدود ۱۷۵۰۰۰ دلار) گردیده و تاثیر زیادی نیز در ایجاد فرصت های استخدام و تسهیل ایجاد سرمایه داشته است (همان).

در سال ۱۹۹۰ میلادی تحقیق در مورد آموزش کارآفرینی همچون یک رشته علمی جدید مورد توجه قرار گرفت و بر مواردی همچون توسعه روش های تحقیق برای سنجش اثربخشی آموزش کارآفرینی، آموزش می بینند، پذیرش آموزش

کارآفرینی در مدارس، وجود و توسعه یک چارچوب علمی مشترک در زمینه کارآفرینی، اثر بخشی دیگر شیوه های آموزشی و نیازهای آموزشی کارآفرین تعلیم یافته متمرکز شد(همان).

تعریف آموزش کارآفرینی

گینزبرگ(۱۹۹۴) در یک تعریف ساده، آموزش کارآفرینی را فرایندی نظام مند(Systematic Process) ، آگاهانه(Conscious) و هدف گرا (Goal-driven) توصیف می کند که طی آن افراد غیر کارآفرین ولی دارای توان بالقوه به صورتی خلاق تربیت می گردند. در واقع، آموزش کارآفرینی فعالیتی است که از آن برای انتقال دانش و اطلاعات مورد نیاز جهت کارآفرینی استفاده می شود که در نتیجه، افزایش، بهبود و توسعه نگرش ها، مهارت ها و توانایی های افراد غیر کارآفرین را در پی خواهد داشت(هیسریچ۱۹۹۸)

اهداف آموزش کارآفرینی

در واقع هدف از آموزش کارآفرینی تربیت و پرورش افرادی خلاق(Creative) و نوآور(Innovator) است. این قبیل دوره ها به دنبال استفاده از فرصت های مناسب فراهم شده، مخاطره پذیری، تمایل به حل مشکلات، بهبود انگیزش و گرایش های افراد می باشند. به طور کلی در آموزش رشته کارآفرینی اهداف متعددی مورد نظر است(بلاک۲۰۰۲) که برخی از آنها عبارتند از :

الف- کسب دانش مربوط به کارآفرینی: دانش بسیاری را می توان از طریق آموزش کارآفرینی در زمینه هایی همچون تعریف کارآفرین، کارآفرینی، تاریخچه کارآفرینی، ویژگی های افراد کارآفرین، سیر تئوریک مباحث کارآفرینی، مزایای کارآفرینی و زندگی نامه کارآفرینان بزرگ کسب کرد.

ب- حل مشکلات اشتغال و بهبود بهره وری: از آنجا که از یک سو کشاورزی دیگر کمتر می تواند اشتغال زا باشد و از سوی دیگر فراگیری و ورود به کارهای سود آور نیز برای همه میسر نیست، به نظر می رسد آموزش کارآفرینی راه حل مطلوبی برای حل مشکلات اشتغال و بهره وری است. در این زمینه افراد بسیاری که در نقاط جغرافیایی متعددی پراکنده هستند، باید آموزش ببینند که این کار به طور معمول از طریق اینترنت، آموزش مجازی(Virtual Training) و از راه دور و توسط موسسات کارآفرینی صورت می گیرد. برای مثال، موسسه اینگ نو(INGNU) در سال ۱۹۸۵ در هند تاسیس شد و آموزش دروس مربوط به کارآفرینی مدیریت موسسات کوچک نیز بر عهده یکی از کمیته های آن قرار گرفت.

ج- شناسایی و تحرک استعدادها و مهارت های کارآفرینانه: ایجاد و تقویت ارزش ها، نگرش ها و رفتار های کارآفرینانه نیازمند شناسایی و تحرک استعدادها و مهارت های آن است. این هدف به طور عمده در قالب سیاست ها و برنامه های تشویقی، ترویجی و آموزشی پیگیری می شود.

برای نمونه، در نظام آموزشی سنگاپور، الگوهای اجرای نقش کارآفرینی به عموم مردم و به خصوص جوانان نشان داده می شود همچنین جوایز متعددی به کارآفرینان اعطاء می گردد و آنها از طریق رسانه های جمعی به عموم شناسانده می شوند. جهت تحقق این هدف، نمونه هایی از برنامه های اعطاء جوایز و معرفی کارآفرینان در زیر آمده است:

• اعطاء جایزه سال به کارآفرین نمونه توسط مرکز توسعه کارآفرینی مراکز فنی و حرفه ای تکنولوژی نانیاک (Nan Yang University)

• جایزه ویژه تایمز تجاری (Business Times Prize) برای شرکت کارآفرین نمونه سال

• پخش یک برنامه تلویزیونی برای تشریح زندگی کارآفرینان برجسته

• چاپ نشریات متعدد در مورد ماجراهای موفقیت کارکنان.

د- القای مخاطره پذیری با استفاده از فنون تحلیلی: برای کارآفرینی باید شجاعتی عاشقانه و زیرکانه داشت که خود متکی به دو عامل یکی اعتماد به نفس (برای آموختن چیزهایی که نمی دانیم) و دیگری (شجاعت برای رویارویی با شکست یا پذیرش مخاطره) است.

برای مثال، یکی از اقدامات صورت گرفته در این زمینه، معرفی و شناساندن مدیریت ریسک پذیر و کارآفرین در سطح دبیرستان در شهر لیست (List) فیلیپین در سال ۱۹۷۷ بود. در راستای تلاش مزبور، مدیران دولتی با کمک استادان مراکز فنی و حرفه ای یک درس سه واحدی با عنوان مدیریت ریسک پذیر طراحی نمودند. عوامل رفتاری در پرورش و بهبود مدیریت ریسک پذیر، عوامل محیطی موثر بر اجرای مدیریت ریسک پذیر، نقش مدیران ریسک پذیر در توسعه اقتصادی و ... اهم عنوان های انتخاب شده در این درس بود، برای پرورش، بهبود و توسعه منابع انسانی، از روش انگیزش بر مبنای هدف (Motivation By Objectives (MBO)) استفاده می شود که زمینه را برای ایجاد واحدهای کوچک و یا داشتن سبک مدیریت ریسک پذیر و کارآفرین آماده می کند (بوگراو، ۱۹۹۱).

ه- تجدید نگرشها در جهت پذیرش تغییر: کارآفرینی یکی از عواملی است که سبب رشد و توسعه اقتصادی کشورها در عصر حاضر می شود. این نقش کلیدی کارآفرینی بیش از هر چیز معطوف به قبول انعطاف ساختارهای سازمانی و اعمال استراتژی های تغییر و تحول مستمر و پویا در سیستم ها، فرایندها و در نهایت کالاها و خدمات است.

رئوس مطالب آموزش کارآفرینی

رئوس مطالب درسی که برای آموزش کارآفرینی تدریس می گردد را می توان بر اساس سطوح فردی (Individual) سازمانی (Organization) و محیطی (Environment) به سه بخش تقسیم کرد (فیضی و مقدسی ۱۳۸۴):

الف- کارآفرینی و فرد: ویژگی ها، خصوصیات و رفتار یک کارآفرین، کارآفرینی و نوآوری، کارآفرینی و خلاقیت و ویژگی های مدیر کارآفرین رئوس مطالبی هستند که در این سطح تدریس می شوند.

ب- کارآفرینی و سازمان: راه اندازی سازمان های کارآفرین، حفظ و نگهداری سازمان های کارآفرین، توسعه کارآفرینی در سازمان های کوچک، متوسط و بزرگ اهم مطالب دروس کارآفرینی در سازمان می باشند.

ج- کارآفرینی و محیط: تعاریف و ویژگی های کارآفرینی، نقش کارآفرینان در جامعه، کارکرد کارآفرینان در اقتصاد، اثرات و نتایج توسعه کارآفرینی، اهمیت کارآفرینی، تشویق و حمایت هایی که جهت توسعه کارآفرینی صورت می گیرد کارکرد دولت در کارآفرینی نقش پشتیبانی دولت از کارآفرینی مهمترین موارد تدریس شده در این سطح از کارآفرینی می باشد.

فرایند آموزش کارآفرینی

آموزش کارآفرینی یک فرایند یادگیری چند مرحله‌ای (Multi stages) است که حداقل در پنج مرحله متفاوت از زندگی، توسعه و تحقق می‌یابد. در این دوره‌های یادگیری فرض می‌شود که هر فرد در سیستم آموزشی باید فرصت‌هایی جهت یادگیری مراحل اولیه (Initial Stages) داشته باشد اما در مراحل بعدی کسانی هدف‌گزینش و آموزش قرار می‌گیرند که با یادگیری هر مرحله بتوانند در آینده کارآفرین شوند. آموزش‌های هر یک از مراحل فرایند آموزشی 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 (مک فرسون، ۲۰۰۳):

مرحله اول - سطح پایه: دانش آموزان 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 جهت موفقیت در بازار کسب و کار تمرکز می‌شود. برانگیختن برای یادگیری بیشتر و درک فرصت‌های منحصر به فرد اقتصادی از نتایج غایی و مورد انتظار این سطح است.

مرحله دوم - سطح پرورش شایستگی‌ها: در این مرحله دانش آموزان باید زبان تجارت و کسب و کار را یاد بگیرند و با مسائل و دیدگاه‌هایی که از نظر صاحبان موسسه بنگاه مهم هستند آشنا شوند سطح پرورش شایستگی‌ها به طور مخصوصی به آموزش‌های حرفه‌ای نیاز دارد. این آموزش‌های حرفه‌ای می‌تواند در تمام کلاس‌های درسی مختلفی که به نوعی با کارآفرینی مرتبط هستند، تدریس گردد. به طور مثال جریان‌های نقدینگی و مسایل 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 در برگیرنده حداقل دروسی است که یادگیری آن‌ها با تشریح یک کسب و کار نوین الزامی است. چیزهای بسیاری برای یادگیری جهت آغاز یک کسب و کار وجود دارد و این موضوع برای شغل‌هایی که با مسایل و مشکلات متفاوتی درگیر هستند تعجب برانگیز هم نیست. برای نمونه یک پزشک باید سال‌های طولانی درس بخواند تا بتواند طبابت کند. از این مرحله انتظار می‌رود که متعلمین یا همان صاحبان آتی کسب و کار تمام چیزهای 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 اگر چه این کار یک تجربه آموزشی است اما دانش آموزان باید نسبت به مرحله قبل، مسائل را بهتر بیاموزند. نتیجه این سطح از فرایند آموزش کارآفرینی، شکل‌گیری یک ایده واحد در آنها و آموختن فرایند تصمیم‌گیری و اجرای برنامه‌های کامل کسب و کار می‌باشد.

دوره آموزش کاربرد خلاق را می‌توان برای دانش آموزان سال آخر دبیرستان رشته‌های فنی و کار و دانش پیاده کرد. در نتیجه این آموزش‌ها، فراگیران ممکن است به عنوان 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 اینکه افراد بزرگسال تجارب شغلی خاصی را کسب کردند و یا آموزش های بیشتری را در آن زمینه دیدند به مساعدت های خاص مربیان خود نیاز دارند تا در حالیکه با معلمین خود به بحث و تبادل نظر می پردازند و نقاط تاریک راه اندازی یک کسب و کار برایشان روشن می شود، تجارب مرتبط با شغلی را که دیده اید، بالفعل نمایند. این دوره آموزشی معمولاً دو ساله بوده و در دانشکده های اقتصاد و مدیریت برگزار می شود.

مرحله پنجم- سطح رشد و توسعه : اغلب صاحبان کسب و کار علاقه ای به درخواست کمک و مساعدت برای افزایش آگاهی ها و دانش خود ندارند مگر اینکه در آن زمینه احساس نیاز کنند. دوره های مستمر آموزشی، سمینارها و ورکشاپ های علمی می تواند به این افراد کمک کند تا توانایی های کسب و کار خود را بالا برده و تقویت نمایند. در عین حال ممکن است گروه ها، سازمان ها و یا نهادهایی هم باشند که از این افراد حمایت کنند. همچنین می توانند کارآفرینان را در شناخت مشکلات بالقوه و چگونگی برخورد با آن مسائل یاری نمایند. این مراکز، اغلب چنین سمینارها و کارگاه هایی را در مراکز فنی و حرفه ای ها و در قالب برنامه های آموزش مستمر جهت کمک به کارآفرینان و تبادل نظر میان آنها برگزار می کنند(تموکو، ۲۰۰۳).

دوره های آموزش کارآفرینان

دوره های آموزش کارآفرینان(Entrepreneurship Training Courses) که تا سال ۱۹۹۰ میلادی شکل گرفتند در چهار دسته اصلی قابل تقسیم بندی می باشند(بوگراو، ۱۹۹۱) که عبارتند از :

دسته اول- دوره های آگاهی و جهت گیری به سوی کارآفرینی: هدف از برنامه های این دوره، افزایش آگاهی، بینش و درک نسبت به کارآفرینی به عنوان یک انتخاب شغلی برای افراد از تمامی اقشار اجتماعی است.

برنامه های این دسته در مقاطع تحصیلی ابتدایی، راهنمایی و دبیرستان تدریس می شوند. در دوره های آزاد کارآفرینی، گروه های نژادی، مخترعان، کارکنان دولت دانشمندان، بازنشستگان نیروهای مسلح و حتی افراد غیر شاغل نیز می توانند تحت پوشش قرار بگیرند.

دسته دوم- دوره های توسعه تاسیس بنگاه ها: برنامه های آموزشی این دسته به اقتضای شرایط خاص هر کشور طراحی شده اند. در این زمینه مراکز ویژه ای در کشورهایی همچون آمریکا، استرالیا، هند، هلند، فیلیپین، مالزی، سنگاپور، انگلستان و فنلاند ایجاد شده اند. اهداف عمده این مراکز، ارائه آموزش های ویژه جهت توسعه توانایی ها و انگیزش افراد، توسعه مناطق شهری و آموزش های عملی کارآفرینان است.

دسته سوم- دوره های رشد و بقای کارآفرینان و بنگاه های کوچک: این دوره ها که شرکت های کوچک را در بر می گیرد، نیازهای آموزشی بسیار متنوعی را تحت پوشش قرار می دهند. شرکت های کوچک در هر کشوری باید مورد توجه قرار گیرند. نمونه عملی این سیاست در کشورهای بلوک شرق قابل مشاهده است که نتیجه آن تاسیس تعداد زیادی از این شرکت ها با کمتر از ۱۰ کارمند بود.

از دوره های بسیار مهم و مورد قبول در این رابطه می توان به دوره های « فعالیت های اقتصادی خود را بهبود دهید» توسعه سازمان بین المللی کار(International Labor Organization) و « رشد شرکتهای کوچک » در مراکز فنی

و حرفه ای دارهام اشاره کرد. این دوره ها به هر دو صورت حضوری و مکاتبه ای قابل انجام می باشند و جدیدترین تحقیقات و نتایج آن ها برای همگان ارایه می گردد.

دسته چهارم- دوره های توسعه آموزش و کارآفرینی: برنامه های این دسته، شامل شیوه های جدید آموزشی و تعیین نقش های تازه استاد- دانشجو در فرآیند آموزش کارآفرینی است. هدف عمده این برنامه ها آموزش و گسترش کمی استادان و مربیان جدید از میان دست اندرکاران فعالیتهای اقتصادی و صنعتگران برای آموزش کارآفرینی است.

مراکز آموزش کار آفرینی

برای آموزش کارآفرینی کارآفرینان و صاحبان کسب و کارهای گوناگون می توان از منابع و مراکز مختلفی همچون موسسات آموزشی دولتی و مراکز فنی و حرفه ایی، سازمان ها یا حکومتهای محلی، موسسات آموزشی خصوصی، اتاق های بازرگانی و کسب و کار، سازمان های غیردولتی (Non-Governmental Organizations (NGOs)) فعال در بخش کارآفرینی، موسسات توسعه و ترویج مدیریت، انجمن ها و مراکز بازرگانی، سازمان های مشاوره ای و موسسات آموزشی خودگران بهره جست (همان).

الزامات محوری در ارائه دوره های آموزش کارآفرینی

برای آنکه دوره های آموزشی کارآفرینی با موفقیت همراه باشد، باید نکاتی چند مورد توجه و اهتمام قرار گیرد که عبارتند از (فیضی و مقدسی، ۱۳۸۴):

- ۱- ترکیب شرکت کنندگان در کلاس های آموزشی کارآفرینی متنوع باشد.
- ۲- کلاس ها در بردارنده بازخوردهای مستمر و حتی از قبل پیش بینی نشده باشد.
- ۳- علاوه بر راه اندازی کسب و کار جدید بر انواع ابتکارات و خلاقیت های کارآفرینانه هم تاکید شود.
- ۴- جهت هر یک از بحث ها و مسائل کلاس، راه حل و جواب مشخص و معینی ذکر گردد.
- ۵- امکان تغییر و اصلاح برنامه های آموزشی توسط معلم و یا استاد به آسانی میسر و مقدور باشد.
- ۶- از سبک ها و روش های مختلف تدریس استفاده گردد تا باعث ایجاد هیجان و جذابیت شود.
- ۷- معلمان یا استادانی که کارآفرینی را تدریس می کنند خودشان کارآفرین باشند.

۵ مرور اجمالی تجربه برخی از کشورها در پیاده سازی برنامه های آموزش کارآفرینی

امروزه تجربیات فراوانی در سراسر دنیا راجع به طراحی برنامه ها، ارتقاء و ایجاد انگیزه و کمک به کارآفرینی از طریق آموزش آن وجود دارد که تعدادی از آنها در اینجا مطرح می شوند (فیضی و مقدسی ۱۳۸۴)

الف- هندوستان: در هند موسساتی همچون موسسه توسعه کارآفرینی هند، و سایر سازمان های آموزشی ایالتی و ... تلاش های قابل ملاحظه ای را برای اداره برنامه های کوتاه مدت و بلند مدت کارآفرینی، با توجه به گروه های هدف مورد آموزش، انجام می دهند و در حال حاضر تحقیقات و آموزش کارآفرینی در این موسسات در سطح خوبی صورت می گیرد. علاوه بر آن آموزش کارآموزانی که می توانند در نقاط مختلف کشور کار کنند، اثر بخشی این آموزش ها را دو چندان کرده

است. در این زمینه، موسسات توسعه کارآفرینی هند، به عنوان یک موسسه معتبر ملی، به آموزش کارآفرینان می پردازد. این موسسه پیشگام جنبش کارآفرینی در سراسر کشور هند به شمار می رود و این ایده را دنبال می کند که کارآفرینان لزوماً کارآفرین متولد نمی شوند، بلکه کارآفرینی را باید از طریق فعالیت های مدون و مناسب آموزش داد. این ایده به نوبه خود به ارائه برنامه های متعددی برای آموزش کارآفرینی منجر شده است.

ب- سنگاپور: در سنگاپور، دوره های آموزشی متعددی در خصوص کارآفرینی توسط مراکز فنی و حرفه ای ها و موسسات پلی تکنیک برگزار می شود. موسسه های آموزشی مراکز فنی و حرفه ایی و آژانس های دولتی نیز به ارائه برنامه های کوتاه مدت در این ارتباط پرداخته اند. در این رابطه، یکی از مراکز آموزش کارآفرینی، مراکز فنی و حرفه ای نانیانگ است. یکی از برنامه های درسی مهم این مراکز فنی و حرفه ای، توسعه مهارت های شخصی است. در این برنامه درسی، شرکت کنندگان به منظور تکمیل دانش فنی مورد نیاز خود، مهارت های شخصی مهمی همچون کارآفرینی و خلاقیت را می آموزند.

ج- استرالیا : وزارت آموزش فنی و حرفه ای بزرگتر آموزش دهنده مدیریت و کارآفرینی در استرالیاست و اهدافی همچون ارتقاء ظرفیت برای ارائه دروس توسعه مدیریت و ایجاد مشوق هایی برای بهبود کیفیت، اعطاء گواهینامه صلاحیت به کارآموزان و مشاوران شرکت های کوچک، ایجاد نشست های حضوری و ارائه کمکهای مالی، استفاده از وسایل کمک آموزشی پیشرفته برای آموزش و استفاده از فناوری های اطلاعاتی برای مبادله اطلاعات در سطح سازمانی و فراسازمانی را دنبال می کند. به طور کلی این وزارتخانه در جهت ارتقاء مهارت های انسانی، رهبری و استراتژیک کارآفرینان تلاش می نماید.

علاوه بر فعالیت های فوق دولت استرالیا در زمینه توسعه آموزش های کارآفرینی اقداماتی همچون برگزاری سمینارها، نشست ها و کنگره ها را نیز در دستور کار خود قرار داده که نمونه برجسته آن برگزاری سمینار توسعه کارآفرینی حضور بیش از ۱۰۰ هیات اعزامی از کشورهای جهان، در سال ۱۹۹۹ بوده است.

د- فیلیپین: در فیلیپین نیز در اواخر دهه ۷۰ میلادی، مراکز فنی و حرفه ای مرکزی این کشور، موسسه صنایع کوچک را تحت پوشش دانشکده مدیریت بازرگانی تاسیس کرد که مسوولیت عمده آن انجام تحقیقات، آموزش و خدمات توسعه صنعتی بود. سپس، سایر مراکز فنی و حرفه ای ها نیز به پیروی از آن، در جهت آموزش کارآفرینی، گام هایی را برداشتند سیستم آموزشی رسمی فیلیپین در گذشته بیشتر معطوف به ترتیب فارغ التحصیلانی بود که به جای ایجاد کار و شغل برای خود تنها به دنبال پیدا کردن کار بودند. این رویکرد باعث صنایع سرمایه بر و بزرگ و افزایش نسبت مهاجرت می شد. بنابراین، تلاش مراکز فنی و حرفه ای ها برای ترویج کارآفرینی سبب رشد اشتغال و کاهش مهاجرت به شهر های بزرگ شد. دانشکده های بازرگانی مراکز فنی و حرفه ای های این کشور نیز در رشته مدیریت بازرگانی در سطح کارشناسی ۲۴ واحد درسی ارائه می دهند که با مدیریت ریسک پذیر و کارآفرین ارتباط مستقیم دارد.

۶- آموزش کارآفرینی در ایران

در شرایط کنونی، ایجاد فرصت های شغلی برای تعداد زیاد بیکاران کشور، به ویژه دانش آموختگان بیکار، اصلی ترین و مهمترین دغدغه سیاستگذاران و تصمیم گیران کلان کشور است. بسیاری از صاحب نظران بر این باورند که توسعه واحدهای کوچک اقتصادی، به ویژه صنایع کوچک، بهترین محل و پایگاه و بارزترین حالت ممکن برای ایجاد اشتغال در اقتصاد کشور است. بررسی تجربه کشورهای در حال توسعه ای نظیر چین، هند، مالزی، کره جنوبی و غیره، در زمینه اشتغال زایی از طریق

صنایع کوچک، بهترین گواه بر این ادعاست. اما صنایع کوچک به خودی خود و آنی به وجود می آیند و نه ایجاد شغل می کنند، همچنانکه تاکنون در ایران چنین بوده است. واحدهای کوچک (اعم از صنعتی، تجاری و خدماتی) زمانی می توانند رشد و توسعه یابند و در نتیجه ایجاد شغل کنند که از افرادی توانمند، خلاق، مبتکر، فرصت جو، خطر پذیر و اهل کار و عمل برخوردار باشند. بیشتر اندیشمندان چنین افرادی را، "کارآفرین" می نامند.

آموزش و تربیت مدیران کارآفرین، کارآمد و خلاق برای اداره امور واحدهای کوچک اقتصادی، به گونه ای که در فعالیتهای اقتصادی و تولیدی از دستاوردهای فنون جدید بهره گیرند و در اداره امور بنگاه از روشهای نوین مدیریت و سازماندهی سود جویند، کلید گسترش و توسعه واحدهای کوچک به طور عام و صنایع کوچک به طور خاص است.

اما چگونه می توان روحیه کارآفرینی و فعالیت کارآفرینانه را از طریق آموزش در جامعه تقویت کرد؟ از چه روشها و برنامه هایی باید سود جست؟ چه نهادی متولی آموزش کارآفرینی در ایران است؟ مقاله حاضر تلاش برای یافتن پاسخی مناسب به این نوع سوالات است.

برخی از اندیشمندان و صاحب نظرانی که در زمینه کارآفرینی پژوهش کرده اند، بر این باورند که کارآفرینی قابل آموزش نیست به بیانی دیگر، آنها می گویند کارآفرینی ذاتی است نه اکتسابی. اما در نقطه مقابل نظر این گروه از اندیشمندان، بسیاری دیگر بر این باورند که کارآفرینی را می توان آموزش داد و آن را در جامعه ترویج کرد. تجربه کشورهای نظیر هند، ژاپن، کره جنوبی، مالزی در زمینه آموزش و ترویج و فعالیت کارآفرینی گواهی است بر تأیید این نظریه که کارآفرینی قابل آموزش است و می توان روحیه کارآفرینی را از دوره ابتدایی تا دوره های بالایی جامعه در افراد تشویق و ترویج کرد. از جمله برنامه های آموزش کارآفرینی، برنامه Start and Improve your Business که به اختصار "سیب" (SIYB) خوانده می شود، است، که توسط سازمان بین المللی کار International Labour Organisation که به اختصار (ILO) خوانده می شود، ارائه و در بیش از ۶۰ کشور در حال توسعه اجرا شده است. برنامه آموزشی SIYB برنامه ای آموزشی و مشاوره ای است که به منظور تربیت و پرورش مدیران کارآفرین در واحدهای کوچک (اعم از صنعتی، خدماتی و تجاری) تنظیم شده است. برنامه آموزشی SIYB در بر گیرنده بسته های متنوع آموزشی است.

بسته های Improve your Business (IYB) و Start your Business (Improve your Business) مهمترین بسته های این برنامه آموزشی هستند. SYB برنامه ای است آموزشی برای کسانی که ایده ای برای راه اندازی کسب و کار عملی دارند. و برنامه IYB به آموزش اصول و مفاهیم مدیریتی و روشهای اداره بنگاه به صاحبان و مدیران واحدهای کوچک تولیدی و خدماتی که درصدد رشد و توسعه بنگاه خویش هستند، می پردازد. طی یک دهه از اجرای برنامه SIYB توسط ILO در کشورهای مختلف جهان بیش از صد هزار کارآفرین تحت آموزش قرار گرفتند. پژوهشها نشان می دهد که شرکت کنندگان از برنامه راضی بوده اند، آن را مفید و جالب یافته اند و برنامه ها به نظرشان بی ربط نبوده است. همچنین پژوهشها نشان می دهد. آموزشهای IYB بر میزان رشد، اشتغال و سواد آوری بنگاه ها تاثیر جدیدی بر جای گذاشته است.

۷ آموزش‌های فنی و حرفه ای و کارآفرینی

۷-۱ تعریف و اهمیت

طبق تعریفی که در توصیه نامه شماره ۸۸ سازمان بین المللی کار در مورد آموزش فنی و حرفه ای شده است، " آموزش فنی و حرفه ای به معنای هر نوع آموزش برای اشتغال است که به وسیله آن دانش یا مهارت فنی، شغلی یا سرپرستی بتواند حاصل شود و یا پیشرفت نماید، اعم از آن که این تعلیم در داخل یا خارج موسسه تولیدی باشد و شامل بازآموزی نیز می‌گردد ". این آموزش باید بر حسب موقعیت و متناسب با بازار کار اجرا و گسترش یابد و باید با همکاری کارگر و کارفرما صورت گیرد.

امروزه در خصوص اهمیت آموزش به طور کلی و آموزش‌های فنی و حرفه ای به طور اخص اتفاق نظر کامل وجود دارد. واکنش مؤثر در قبال تغییرات سریع فناوری، رقابتی شدن بازارها، تغییر در رجحان‌های مشتریان، ارباب رجوع و عرضه‌کنندگان، تغییر در ارزش‌های اجتماعی و تحولات در وضعیت عمومی اقتصادی کشورها در گرو پذیرش آموزش به عنوان یک امر اجتناب ناپذیر است و به این دلیل امروزه طیف گسترده‌ای از آموزش‌های فنی و حرفه ای در اقصی نقاط جهان و به شیوه‌های متنوع ارائه می‌شود (UNEVOC: ۱۹۹۷, P: ۱۴).

آموزش‌های فنی و حرفه ای آموزش‌هایی هستند که با هدف ارتقا و انتقال دانش کار و ایجاد مهارتها و افزایش بهره‌وری، به‌نگام کردن و ارتقای معلومات و تجارب شاغلان، رشد استعدادهای بارز و به فعلیت درآوردن استعدادهای نهفته برای تصدی مشاغل و حرف گوناگون انجام می‌شود تا توانایی افراد را برای انجام دادن کاری که به آنان محول می‌شود به سطح مطلوب برساند. همچنین در فرهنگ اصطلاحات کار و تامین اجتماعی اینگونه آموزش‌ها را به این صورت تعریف شده است: " فعالیت‌هایی که هدف آن ایجاد مهارت و دانش لازم برای اشتغال در حرفه خاص (یا گروهی از حرفه‌های ذیربط) باشد و توسط موسسات صنعتی یا موسسات آموزشی و یا با همکاری هر دو فراهم گردد و رهبری شود، آموزش فنی و حرفه ای یا آموزش حرفه‌ای نامیده می‌شود" (فرهنگ اصطلاحات کار و تامین اجتماعی، ۱۳۷۲:۹).

۷-۲ ویژگیهای آموزش‌های فنی و حرفه ای

- ۱- محیط آموزش در دوره‌های آموزشی فنی و حرفه ای همان محیط کار است.
- ۲- مدرسان این دوره‌های علاوه بر دارا بودن صلاحیتهای علمی، دارای تجربیات کاری هستند و از عهده هدایت عملی دانشجویان برمی‌آیند.
- ۳- دانشجویان این دوره‌ها قبل از فراگیری دانش لازم، اطلاعات تجربی از مواد و موضوعات درسی دارند و ضمن تحصیل، به کار در همان زمینه نیز اشتغال دارند.
- ۴- برنامه‌های درسی متناسب با ویژگیها، نیازها و محدودیتهای حوزه‌های شغلی مرتبط با رشته تحصیلی تدوین می‌شوند و استانداردهای توانمندی متناسب با این شرایط تهیه می‌شوند.

این چهار ویژگی متضمن اهداف آموزش‌های فنی و حرفه ای است. از این رو، سازمان‌های آموزش فنی و حرفه ای به منزله رکن اجرایی آموزش‌های مهارتی و تخصصی باید بر پایبندی به موضوعات فوق تاکید و نظارت کند. بدیهی است که خط‌مشیهای اجرایی دستگاه متبوع مبتنی بر رعایت چهار ویژگی فوق است و توسعه آموزش‌های فنی و حرفه ای را با حفظ و رعایت آنها دنبال می‌کند.

۷-۳ اهداف آموزش کارآفرینی

یکی از مهمترین وجوه بارز آموزشهای فنی و حرفه ای نسبت به آموزشهای رایج دبیرستانی و مراکز فنی و حرفه ای تفاوتی است که در نحوه برنامه‌ریزی درسی آنها وجود دارد. در آموزشهای فنی و حرفه ای با توجه به رسالت و اهدافی که دنبال می‌شود برنامه‌ریزی درسی براساس تجزیه و تحلیل حوزه‌های شغلی مربوط به هر یک از رشته‌های تحصیلی تهیه می‌شود. از این رو، طی فرایند برنامه‌ریزی استانداردهای توانمندی، متناسب با نیازهای شغلی مربوط تعیین می‌شود. سپس استانداردهای آموزشی و محتوای دروس بر آن اساس معین می‌شوند. در این آموزشها که با روشهای سنتی کاملاً متفاوت است آموزش بر مبنای فعالیت و کیفیت کار استوار است و در آن فراگیرندگان باید پس از فراگیری مطالب و مهارتها توان انجام کاری را که برنامه از آنها انتظار دارد، داشته باشند. «نورتن» یکی از کارشناسان آموزشهای فنی و حرفه‌ای سه اصل زیر را برای این آموزشها برمی‌شمارد:

- ۱- مفاد و محتوای آموزشی از طریق تعریف دقیق تواناییهای لازم برای ورود به یک حرفه تهیه می‌شود.
- ۲- آموزش مستقیماً بر تواناییهایی تکیه دارد که فراگیرندگان برای انجام مهارت فوق به آنها نیازمندند.
- ۳- سنجش تواناییهای فردی با استفاده از معیارهای آن حرفه و با توجه به تواناییهای فرد در انجام وظایف صورت می‌گیرد.

چنانچه در سه اصل فوق نیز به خوبی مشهود است دیدگاهی که در نظام آموزشهای فنی و حرفه ای مطرح است دیدگاه مبتنی بر هدفهای عینی است. براساس این دیدگاه برنامه درسی دیگر، برنامه درسی با انتظارات یا مقصدها، به صورتی دقیقتر با آنچه که حصول آن از طریق آموزش یعنی از طریق تجربیات فراهم آمده و آنچه که اتفاق می‌افتد و آنچه که فراگیرندگان انجام می‌دهند، سر و کار دارد.

۷-۴ رویکرد سیستمی به مراکز آموزشهای فنی و حرفه ای

اگر باور داشته باشیم که مراکز فنی و حرفه ای یک سیستم و مجموعه اجتماعی است. هر سیستم زمانی که رابطه ای بهینه خود را با محیط از دست بدهد و به داد و ستد مادی و اطلاعاتی با محیط نپردازد با این روند حالت ایستا به خود بگیرند، هویت مستقل و جامعیت خود را از دست خواهد داد.

اگر چه مراکز فنی و حرفه ای یک کارکرد مشخص دارد اما تحول در محیط پیرامونی، تغییراتی را در این کارکرد اجتناب ناپذیر خواهد کرد. بنابراین در محیط به شدت در حال تغییر حوزه های علم و فناوری، کارکردهای مختلف سازمان ها و نهادهای علمی با یکدیگر به رقابت می پردازند. حال چنانچه پتانسیل سازگاری و انعطاف یک سازمان اجتماعی مانند نهاد مراکز فنی و حرفه ای کم باشد، به اختلال و تنش در ایفای کارکرد ختم می شود که جامعه شناسان از آن سوء کارکرد تعبیر می کنند این کارکرد نامناسب یا سوء کارکرد، محصول عدم تطابق و سازگاری به موقع با محیط است. بنابراین مراکز فنی و حرفه ای نیز مانند دیگر نهادهای اجتماعی، باید اهمیت ویژه ای برای محیط پیرامون خود مخصوصاً مشتریان خود قائل باشد.

اگر مراکز فنی و حرفه ای را سازمانی فرض کنیم که مشتری آن از یکسو بخش هایی باشد که برای آنها نیروی انسانی تربیت می کند و از سوی دیگر دانش آموختگانی که به آنها خدمات آموزشی ارائه می دهد. نباید مراکز فنی و حرفه ای با یک نگرش صرفاً وظیفه مند نگران محافظت از حوزه مسئولیت و راندمان مشخص باشد. بلکه اگر هدف نهایی بهبود خروجی و

تسریع فرایند و رضایت مشتری است. باید اصل مشتری گرایی (دانشجو محوری) و نتیجه گرایی را محور تمام فعالیت های خود قرار دهد و این دو، جز در یک سازمان با نگرش سیستمی میسر نمی باشد.

نگرش سیستمی، تفکری به شدت نتیجه گرا است و مهمترین واژه در ادبیات سازمان سیستمی، مشتری است زیرا:

یک سیستم شامل گروهی از وظایف بهم پیوند خورده است

که با هم نتیجه ارزشمندی از دید مشتری به بار می آورند

مهمترین عوامل در تفکر سیستمی، استفاده از فنون بهبود و طرح ریزی دوباره، توانمند سازی گروه ها و افراد در فرایند

و نزدیک شدن به مشتری است

از طریق رویکرد سیستمی می توان فعالیت های آموزشی را با نیازهای جهان امروز و جهان آینده منطبق ساخت.

با استفاده از رویکرد سیستمی و الگوی عناصر سازمانی (کافمن و هرمن، ۱۳۷۴) می توان یک نظام آموزشی را به

صورت زیر نمایش داد: (بازرگان، ۱۳۷۶)

این سیستم مجموعه ای از اجزای به هم پیوسته است که برای تحقق هدف معینی استقرار می یابد و اجزای اصلی آن

در تماس با محیط پیرامونی، علی الاصول، باید چنان در تعامل باشند که ورودی ها پس از گذشتن از فرایند تغییر و تبدیل های

مناسب، خروجی مورد انتظار را بوجود آورد (بازرگان، ۱۳۷۶)

استفاده از رویکرد سیستمی در تنظیم فعالیت های آموزشی باعث می شود که بتوان:

الف) نیازهای محیطی را شناسایی کرد تا پیامد های مورد نظر به طور عملیاتی تعریف شود.

ب) گزینش عوامل ورودی را متناسب با فراهم آوردن پیامدهای مورد نظر به عمل آورد.

ج) فرایند عملیات آموزشی را چنان تنظیم کرد که از طریق به دست آوردن خروجی واسطه ای، به خروجی نهایی

دست یافت.

بدین سان استفاده از رویکرد سیستمی، پایه ای استوار، برای برنامه ریزی فعالیت های آموزشی فراهم می شود گزینه

های مختلفی از ترکیب عوامل ورودی (من جمله اجزای برنامه های درسی متفاوت) مورد نظر قرار می گیرد تا جریان یاددهی

و یادگیری بطور مطلوبتر به انجام رسد. بر این اساس، می توان خروجی های مورد نظر نظام آموزشی و پیامدهای پیش بینی

شده را فراهم آورد. با توجه به مسائلی که در کارکردهای مراکز فنی و حرفه ای ذکر شد، سیستم فوق را ائتسریخ می کنیم اجزای

یک نظام آموزشی به صورت زیر می باشد:

ورودی: یادگیرندگان - مدرس - برنامه درسی - مواد آموزشی - فضا و تجهیزات - مدیران - تشکیلات - بودجه و

فرایند: فرایند یاددهی و یادگیری - فرایند ساختی و سازمانی - فرایند پشتیبانی محصول (خروجی واسطه ای): نمره

پایان دوره - گزارش های پیشرفت تحصیلی - سایر

خروجی نهایی: دانش آموختگان - دانش، تخصص و مهارتهای کسب شده.

در رویکرد سیستمی، ارزیابی به عنوان یک ساز و کار ضروری منظور می شود زیرا در این رویکرد همه فعالیت ها دائماً

متوجه خروجی بوده و همواره کیفیت ارزیابی می شود که بتواند خروجی ارزشمندی را برای مشتری داشته باشد. این مراکز فنی

و حرفه ای را می توان در مقابل تعریف مراکز فنی و حرفه ای نخبه گرای قبلی و انبوه گرای فعلی به سبب توجه بسیار زیاد آن به

نتیجه، مراکز فنی و حرفه ای «نتیجه گرا» نهاد.

مراکز فنی و حرفه ای نتیجه گرا

« اسکات » که خود از صاحب نظران مسائل آموزش علمی و کاربردی (حرفه ای) است است چهار سناریو را برای آینده

مراکز فنی و حرفه ای پیش بینی می کند (ذاکر صالحی، ۱۳۸۱، ص ۲۷۱)

سناریوی اول: در این سناریو گرچه مراکز فنی و حرفه ای از نظر اسمی وجود دارد اما از نظر جوهری و کارکردی وجود

عملی نخواهد داشت و موسسات و شرکت های متعدد در عرصه فناوری اطلاعات جایگزین مراکز فنی و حرفه ای خواهند شد.

این سناریو بدبینانه ترین س طیف را تشکیل می دهد.

سناریوی دوم: ظهور و رشد مراکز فنی و حرفه ای های شرکتی است. در این شرایط هر چند کالبد مراکز فنی و حرفه

ای وجود دارد اما استادان از طریق عقد قرارداد با شرکت های معتبر تولیدی، صنعتی خدماتی و کشاورزی و مشارکت در پروژه

ها، کالبد مراکز فنی و حرفه ای تنها به عنوان واسطه و قالب بهره می جویند.

سناریوی سوم: این سناریو عبارت است از تقویت روند تفکیک جامعه مراکز فنی و حرفه ای و هویت حرفه ای.

درحقیقت نقش های علمی و اجتماعی مراکز فنی و حرفه ای کاملاً از یکدیگر متمایز می شوند.

سناریوی چهارم: انعطاف پذیری مراکز فنی و حرفه ای و تبدیل آن بر نهاد کلی گرا، متعهد به باز بودن و جامعیت. این

احتمال خوشبینانه ترین حالت را تشکیل می دهد، اگر الگوی مراکز فنی و حرفه ای نتیجه گرا را نزدیک به سناریوی چهارم

«اسکات» در نظر بگیریم. از اینرو مراکز فنی و حرفه ای نتیجه گرا عهده دار انواع تحقیقات و آموزش ها و پاسخگوی نیازهای

متنوع می شود در این الگوی عملگرا و البته شاید بلند پروازانه، مراکز فنی و حرفه ای بر اساس شبکه های استادان و مدرسان و

با بهره گیری از دانش موجود و به مساعدت فناوری های جدید ارتباطات و اطلاعات بنا می شود. مراکز فنی و حرفه ای در این

الگو با انعطاف پذیری بالا می تواند در برابر فشارهای پیرامون خود مقاومت کند و با ایجاد تنوع در محصولات خود انواع

دسترسی به آموزش عالی را امکان پذیر سازد.

بنابراین برای دستیابی به نوآوری، ثروت و اشتغال مفید، مراکز فنی و حرفه ای نتیجه گرا مبادرت به تربیت کارآفرین

می نماید. و این امر جز در سایه توجه همیشگی به خروجی و ارزیابی سیستم میسر نمی باشد.

بیان شد که در نگرش سیستمی ارزیابی به عنوان ساز و کاری ضروری در نظر گرفته می شود. که برای این منظوری

توان مفهوم کیفیت را که در سال های اخیر در فعالیت های صنعتی بدان توجه بسیار شده است در اینجا به کار گرفت. زیرا که

ارزیابی به منظور بهبود مستمر کیفیت در آموزش عالی بکار می رود. یعنی ارزیابی تنها کنترل خروجی نیست بلکه در آموزش با

کیفیت جامع TQE (Total Quality Education) کیفیت کلیه اجزاء نظام آموزشی به صورت به هم تنیده مورد نظر

قرار می گیرد. (بازرگان ۱۳۷۸) در اینجا کیفیت عبارت است از « مجموع ویژگی ها و خصوصیات یک محصول یا خدمت که

نمایانگر توانایی آن در برآوردن خواسته های بیان شده و یا مورد اشاره شده باشد. (بازرگان، ۱۳۷۵) بنابراین هم در ورودی،

فرایند، محصول، خروجی و پیامد دائماً باید متوجه هدف (توسعه کارآفرینی) بود که بتوان دانش آموختگان کارآفرین، خلاق

توانمند تربیت نمود و کلیه کارکردهای مراکز فنی و حرفه ای در خدمت اهداف قرار گیرد.

شاید بتوان اینگونه بیان کرد که مراکز فنی و حرفه ایی که قصد دارد کارآفرین تربیت نماید باید خود سازمانی کارآفرین

باشد. سازمانی که سعی کند خود نیز خلاق، نوآور و کارآفرین باشد تا بتواند نسبت به تغییر و تحولات انعطاف داشته و فرصت

های موجود را از دست ندهد این سازمان تلاش می کند فرایند کارآفرینی را تا حد ممکن افزایش دهد تا سبب افزایش بهره وری و جلوگیری از اتلاف منابع مادی و انسانی گردد.

« فرای » معتقد است سازمان کارآفرین زمانی ایجاد می شود که بالاترین مقام اجرایی نسبت به مفهوم کارآفرینی متعهد شود و بعد از آن کل سازمان، کارآفرینی را بپذیرد و یک ساختار زنده و پویا در سازمان ایجاد شود همچنین توسعه فرهنگ کارآفرینی و شناسایی استعدادها کارآفرینانه و پاداش به کارآفرینان از عمده ترین کارهایی است که هر سازمانی برای کارآفرین شدن باید انجام دهد.

حال با توجه به کارکردهای سازمانهای آموزشی فنی و حرفه ای و نیز تصور جدیدی از مراکز فنی و حرفه ای که در بخش قبل ترسیم شد- به عنوان سازمانی نتیجه گرا- میتواند کارکردهای مراکز فنی و حرفه ای در حوزه عوامل فردی و محیطی مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرد.

۷-۵ سازمانهای آموزش فنی و حرفه ای و آموزش کارآفرینی

براساس مجموعه بحث های فوق الذکر و ویژگیها و اهداف خاص حاکم بر آموزشهای فنی و حرفه ای، یکی از فعالیتهای مهمی که مراکز آموزش فنی و حرفه ای می تواند در زمینه توسعه کارآفرینی گامهای اساسی بردارد، تدوین و اجرای دوره ها و کارگاههای آموزش مرتبط با اشتغال و کارآفرینی به منظور ارتقاء دانش کاربردی، نحوه تجاری سازی مهارتهای شغلی و راه اندازی کسب و کار و تغییر نگرش دانش آموختگان است. این دوره می تواند در قالب دوره های آموزشی کوتاه مدت برای کلیه دانش آموختگان رشته های مختلف این مراکز فنی و حرفه ای و یا به صورت واحدهای درسی الزامی در کلیه رشته ها قرار داده شود. در این زمینه اگرچه می توان دوره ها و یا کارگاههای آموزشی متعددی را تعریف و تدوین کرد با این حال با توجه به ویژگیهای خاص مخاطبین این دوره ها و آموزشها، دوره های آموزشی و محتوای آنها به شرح شناسایی شده است:

- دوره جامع آموزش کارآفرینی

- آشنایی با اصل نوآوری، ایده یابی و پرورش خلاقیت

- شناسایی فرصتهای شغلی و کارآفرینی

- آشنایی با مجموعه قوانین و مقررات جهت شروع یک کسب و کار (تولیدی، خدماتی، صنعتی، کشاورزی، تعاونی و ...)

- آشنایی با اصول مدیریت شرکتهای کوچک

- آشنایی با روشهای تامین سرمایه

- طراحی و تهیه یک طرح شغلی (Business Plan)

- طراحی یک شغل درآمدزا و بررسی تجارب

- دوره آموزشی SYB (Start Your Business) مطابق الگوی سازمان جهانی کار (ILO)

- دوره آموزشی IYB (Improve Your Business) مطابق الگوی ILO

مجموعه آموزشهای فوق‌الذکر یا تلفیق آنها در قالب دوره‌های آموزشی مختلف می‌بایست با هدف آشنایی فراگیران با مفهوم فرصتهای شغلی شیوه‌های راه اندازی یک کسب و کار، شناسایی منابع فرصتهای شغلی و کارآفرینی، آموزش معیارهای ارزیابی فرصت و تجزیه و تحلیل آن، روشهای تبدیل فرصت به درآمد، آگاهی سازی در خصوص موانع فرصت‌یابی (فردی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، سازمانی و ...) نحوه تبدیل تهدیدها به فرصت‌ها، نحوه ایده‌پردازی و تبدیل ایده‌ها به فرصتهای شغلی، معرفی و تحلیل مسیر شغلی یک کارآفرین به صورت مطالعات موردی، شناسایی استعدادها و ویژگیهای فردی دانش‌آموختگان و هدایت و راهبری آنها، با استفاده از شیوه‌های آموزشی موثر و اثربخش ارائه گردد.

۸- کارآفرینی و فرهنگ

فرهنگ کارآفرینی، خلاقیت و نوآوری مجموعه ارزش ها، نگرش ها، هنجارها و رفتارهایی است که هویت افراد کارآفرین را تشکیل می دهد. افراد کارآفرین و خلاق سعی می کنند با نوع متمایز نگاهشان به پدیده های اطراف و شیوه متفاوت رفتارشان در مواجهه با پدیده های پیرامون خود، دست به فعالیتهای کار آفرینانه بزنند و محصول و خدمت جدیدی به جامعه ارائه نمایند.

از ویژگیهای بارز افراد کارآفرین می توان به خلاقیت، نوآوری ، ریسک پذیری، تحمل شرایط ابهام ، تحمل شکست، پشتکار ، کنترل درونی ، اعتماد به نفس، انعطاف پذیری، دوراندیشی و استقلال طلبی و ... می باشد.

کارآفرینان موتور توسعه اقتصادی بوده و همواره مورد توجه دانشمندان و محققان قرار داشته اند به طوریکه موسسه تحقیقات بین المللی مونیتور تفاوت نرخ رشد را در کشورهای توسعه یافته بر اساس سطح کارآفرینی آنها بیان نمود.

« جفری تمونز» کارآفرینی را ایجاد کننده یک چیز ارزشمند از هیچ می داند و کارآفرین کسی است که دارای قدرت درک بالا است و توان پیدا کردن خلاء و فرصتها را دارد، و می تواند در جامعه از طریق پرورش ایده و تبدیل فکر خود به یک محصول جدید اقدام به ارزش آفرینی از هیچ نماید. این ارزش می تواند یک ارزش اقتصادی، سیاسی و یا اجتماعی و حتی فرهنگی باشد.

اما این سوال مطرح است که فرهنگ غالب بر یک محیط خلاق دارای چه باورها و ارزشهایی می باشد؟ کدام ارزشها و هنجارها توسعه کارآفرینی را در جامعه تقویت می نمایند و چگونه فرهنگ کارآفرینی در جامعه نهادینه می شود؟ اینها سوالاتی است که برای پاسخ دادن به آنها باید پژوهشهای بسیاری صورت پذیرد، و در این مقاله سعی شده است که موضوعات آن به بحث گذاشته شود.

۱-۸ تعریف فرهنگ

فرهنگ کارآفرینی یک خرده فرهنگ از کل فرهنگ حاکم بر جامعه می باشد از اینرو قبل از پرداختن به این موضوع باید تعریف صحیح و درستی از فرهنگ غالب بر جامعه بیان شود.

تاکنون تعاریف بسیاری در زمینه فرهنگ ارائه شده است که عده ای آنها را ۱۶۴ تعریف درمشهورترین دایره المعارف های دنیا امروز می دانند. به همین دلیل ارائه یک تعریف جامع و مانع که بتواند همه دیدگاه ها را در برداشته باشد شاید امکان پذیر نباشد اما شاید بتوان بر روی عناصر مشترک آنها تاکید کرد.

فرهنگ در کلی ترین حالت آن، بر مجموعه پیچیده ای از خصوصیات احساسی، فکری، مادی و غیرمادی اطلاق می شود که به عنوان شاخص یک جامعه یا گروه اجتماعی مطرح می شود که این نه فقط شامل هنرها و آثار ادبی است بلکه اشکال مختلف زندگی، حقوق بنیادین انسانها، نظام های ارزشی و اعتقادات را نیز در بر دارد (گزارش یونسکو در مکزیک، بررسی سیاستهای فرهنگی در جهان، ۱۹۸۲)

مفهوم فرهنگ مرکب از دو جزء «فر» و «هنگ» است. که «فر» به معنی بالا و جلو و «هنگ» به معنی قصد کردن، کشیدن و آوردن است. در زبان علمی جامعه شناسی در ایران و در «فرهنگ» معادل مفهوم لاتین (culture) به کار گرفته شده که در اصل به معنی کشت و زراعت بوده است.

از مفهوم فوق چنین استنباط می شود که بنظر می رسد در تعریف فرهنگ باید مفهوم رشد و تعالی انسان به عنوان هدف این مجموعه منسجم و منظم ذکر شود. بنابراین می توان چنین گفت که فرهنگ نظامی است نسبتاً منسجم متشکل از اجزایی غیرمادی شامل: ارزشها، هنجارها، نمادها، باورها و اعتقادات، آداب و رسوم، دانش و اطلاعات رایج و هنرها و اجزایی مادی شامل کالاهای مصرفی، ابزارها (تکنولوژی) و میراث فرهنگی نسبتاً مشترک بین اعضا یک گروه اجتماع یا جامعه که از طریق یادگیری از نسلی به نسل دیگر منتقل می شود (پناهی، ۱۳۷۵) و موجبات رشد و تعالی انسان را فراهم می آورد.

علاوه بر جعفری در کتاب خود با عنوان «فرهنگ پیرو، فرهنگ پیشرو» می نویسد:

می توان اثبات کرد که جامع مشترک همه تعاریف فرهنگ دارای عنصر بایستگی و شایستگی کمال، ترقی مادی و معنوی، کرامت، حیثیت، شرف ذاتی انسان، حیات شایسته و آزادی مسئولانه و عدالت در اجرای حقوق و قوانین است. (علامه جعفری، ۱۳۷۹)

ایشان در کتاب خود فرهنگ را این چنین تعریف می کنند:

«فرهنگ عبارت است از کیفیت یا شیوه های بایسته و یا شایسته برای آن دسته از فعالیتهای حیات مادی و معنوی انسان ها که مستند به طرز تعقل سلیم و احساسات صعود کرده آنان در حیات معقول تکاملی باشد» (علامه جعفری، ۱۳۷۹، ص ۶۲)

کارکردهای مهم نظام فرهنگی ایجاد هماهنگی و انسجام و همبستگی بین نهادها و اجزای مختلف نظام اجتماعی است، به گونه ای که یکپارچگی آن نظام حفظ شود، برای نظام فرهنگی هر جامعه لااقل می توان ۵ کارکرد ذکر کرد:

- ۱- تامین نیازهای فیزیولوژی
- ۲- ایجاد ارتباط جمعی
- ۳- دادن هویت فرهنگی خاص بر اعضا
- ۴- حفظ و تداوم و بقای جامعه
- ۵- ایجاد و حفظ همبستگی و انسجام اجتماعی (پناهی، ۱۳۷۵)

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

۲-۸ فرهنگ کارآفرینی

از آنجائیکه فرهنگ به مفهوم مجموع ارزش ها، نگرش ها، هنجارها و رفتارهایی است هویت یک جامعه را تشکیل می دهند کارآفرینان به عنوان بخشی از جامعه پیرامونی، از مجموعه ارزش ها، هنجارها، و رفتارهای متمایزی برخوردارند که می توان به آن خرده فرهنگ کارآفرینی اطلاق نمود. (احمدپور و ۱۳۸۰) ساختار و عملکرد این خرده فرهنگ و عناصر درونی از در سطوح مختلف فردی و اجتماعی و هم چنین در ارتباط آن با فرهنگ مسلط پیرامونی یه نحوی است که می توان گفت: براساس اصل تاثیر متقابل حوزه های مختلف و اجتماع، فرهنگ کارآفرینی از حوزه های دیگر فرهنگ، از جمله حوزه اخلاق و مذهب، ارزش ها و عقاید اقتصادی و سیاسی تاثیر می پذیرد. از این رو، ریشه های ضعف و قوت فرهنگ کارآفرینی را باید در حضور و وجود ارزش ها عقایدی جستجو کرد که در فرهنگ و در سلسله مراتب ارزش ها جایگاهی فراتر از کار را به خود اختصاص داده اند و در تعارض و تقابل با کار و یا همونوا و همساز با کارآفرینی هستند (رجب زاده، ۱۳۷۶، ص ۶۴)

« ژزف مک گوایرظ (۱۹۶۴) نقش کارآفرینی در جوامع مختلف را با توجه به تنوع فرهنگی متفاوت می داند و به نظر وی منابع طبیعی و سرمایه نقدی ممکن است یکسان باشد اما آنچه باید در درک تفاوت رفتار، مورد توجه قرار داد، عواملی است همچون:

قاید اجتماعی

پاداش رفتارها

آرمان های فردی و ملی

مکاتب دینی

بنابراین اگرچه کارآفرینان، ارزشها و باورهایی متمایز از افراد جامعه دارند. ولی فرهنگ کارآفرینی متاثر از فرهنگ حاکم بر جامعه است. در واقع هر چه ارزشها و عقاید موجود در جامعه افراد جامعه را به کار، تولید مداوم، فکر و اندیشه خلاق و یادگیری و کسب دانش سوق دهد. در آن جامعه فرهنگ کارآفرینی اشاعه یافته و درون افراد نهادینه می شود و یا بعباترتی در این جامعه افراد بیشتری دست به خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی میزنند و افراد کارآفرین بیشتری موفق می شوند که ایده های نوین خود را در جامعه محقق سازند.

کارآفرینان افرادی هستند که تکنولوژی و دانش را با فرصتها و نیازهای بازار ترکیب کرده و سپس با توجه به نواقص، واکنش های بازار سبب یکپارچگی و سازگاری بازار و دانش شده و گپ میان علم و بازار را پر می کنند.

از سوی دیگر نیز جامعه کنونی در حال حاضر با سرعتی شتابان به سمت «جامعه دانشی» پیش می رود، جامعه ای که در آن منابع فیزیکی و مادی مزیت خود را نسبت به منابع فکری و علمی از دست داده و سرمایه اصلی آن استعداد و خلاقیت اعضا آن جامعه به شمار می رود.

بنابراین می توان گفت که قسمت اعظم فرهنگ کارآفرینی در جوامع کنونی متاثر از نهادینه شدن فرهنگ علم در جامعه است. واژه هایی مانند مدیریت علمی، اقتصاد مبتنی بر دانش، خلاقیت در صنعت، نوآوری و ... سمینارها و همایش ها بسیار بکار برده می شود و همه اینها گواه این ادعاست که فرهنگ کارآفرینی در محیطی امکان پذیر است که هنجارهای غالب بر آن محیط ارزشها و باورهای فرهنگ کار و علم را تقویت نمایند.

۹- نتایج حاصل از مطالعات نظری

۱- نتایج مطالعات تئوریک در حوزه موضوع تحقیق (کارآفرینی) نشان داد که اگر چه بدلیل اینکه کارآفرینی جزء مفاهیم مدیریتی و علوم انسانی به شمار می‌رود و دارای یک تعریف قطعی و مشخص نیست و درک کامل آن نیازمند داشتن یک دیدگاه بین رشته‌ای است، با اینحال با جمع بندی مجموعه نظرات میتوان نتیجه گرفت که:

کارآفرینی عبارتست از فرایند شناسایی و شکار فرصتها و تقاضاهای موجود در محیط، ارزیابی آنها، خطرپذیری (و ریسک) به منظور بهره برداری از فرصتها از طریق فراهم نمودن منابع و امکانات مورد نیاز و مدیریت آنها. این فرایند می‌تواند در راستای ارائه یک محصول جدید به بازار، ارائه محصول قبلی با شیوه و روش جدید، با قیمت پایین، با دسترسی و استفاده آسان، با کیفیت بالا و ... و همچنین ارائه خدمات نوین و یا خدمات قبلی به شیوه‌های جدید (با کیفیت بالا و قیمت پایین) می‌باشد.

۲- بر این اساس نتایج مطالعات نشان داد اگرچه تعاریف مختلفی از کارآفرین ارائه شده است و طیف زیادی از نظریه‌ها در این خصوص وجود دارد. با اینحال در یک جمع بندی کلی میتوان به این نتیجه رسید که:

کارآفرین کسی است که تقاضاها و فرصتهای محیط را شناسایی می‌کند (پیش بینی فرصتها و تقاضاها و شکار آنها)، آنها را ارزیابی می‌کند و به منظور کسب سود و نفع اقتصادی به منظور بهره برداری از فرصتها ریسک می‌کند، منابع لازم را جمع آوری می‌کند و از طریق ایجاد و راه اندازی یک شرکت یا کسب و کار جدید از آنها بهره برداری می‌کند، به شیوه موثر منابع تحت اختیار خود را مدیریت می‌کند، برای کالا یا خدمت خود را بازاریابی می‌کند و آنها را با سود بفروش می‌رساند.

۳- مطالعات نشان داد اگرچه طیف وسیعی از ویژگیهای شخصیتی برای کارآفرینان مطرح شده است با اینحال مهمترین ویژگیهای مشترک کارآفرینان عبارتند از:

مخاطره پذیری، مسئولیت پذیری، پشتکاری و اعتماد به نفس بالا، مرکز کنترل درونی، استقلال طلبی نیاز بالا به موفقیت و کامیابی شخصی، تحمل ابهام و انعطاف پذیری، خلاقیت و نوآوری (برخورداری از تفکر خلاق و نوآور) دستاورد گرایی و هدف گرایی، برخورداری از مهارتهای ارتباطی موثر، عملگرا و اقدام کننده.

۴- بررسی انواع مختلف الگوهای نظری توسعه کارآفرین و عوامل موثر بر آن در دو حوزه فرایندی و محتوایی نشان داد که متناسب با وضعیت عمومی حاکم بر جامعه ما، فرهنگ و مشکلات و موانع موجود، بنظر می‌رسد مدل‌های فرایندی (مدلهایی که بیشترین تاکیدات آنها بر عوامل و موانع فرایندی توسعه کارآفرینی و شناسایی و مدیریت آنهاست)، در مقایسه با مدل‌های محتوایی، میتوانند به عنوان الگوهای نظری و عملی توسط کارآفرینی از طریق آموزشهای فنی و حرفه‌ای انتخاب شود. در بین انواع مختلف مدل و براساس مجموعه مطالعات گروه پژوهش مدل فرایندی ویلیام بای گریو و مدل فرایندی جفری تیمونز و توجه به عناصر و مولفه‌های موجود در آنها را پیشنهاد می‌کند (رجوع شود به صفحات ۳۸ و ۴۰ گزارش تحقیق). دلیل پیشنهاد این دومدل، اولاً جامعیت آنها نسبت به مدل‌های دیگر و دوماً طراحی تعداد زیادی از سوالات پرسشنامه تحقیق بر مبنای عوامل و موانع ذکر شده در این دو مدل می‌باشد.

۵- مطالعات نظری، گروه تحقیق در زمینه آموزش کارآفرینی نشان داد که اولاً هدف از آموزشهای کارآفرینی می‌بایست مبتنی بر ۱- کسب دانش و آگاهی لازم مربوط به کارآفرینی ۲- حل مشکلات اشتغال و بهبود بهره وری ۳- شناسایی و تحرک استعدادها و مهارتهای کارآفرینانه، ۴- تجدید و تحول نگرش‌ها در جهت پذیرش تغییر باشد، ثانیاً فرایند

آموزش کارآفرینی می‌بایست حداقل در ۵ مرحله اجرا و عملی گردد که این مراحل عبارتند از: مرحله اول: سطح پایه، مرحله دوم: سطح پرورش شایستگی‌ها، مرحله سوم سطح کاربرد خلاق، مرحله چهارم: سطح راه اندازی کسب و کار و مرحله پنجم: سطح رشد و توسعه (رجوع شود به فصل دوم، صفحات ۴۸ تا ۵۰).

۶- همچنین در صورت طراحی و اجرای دوره‌های آموزشی کارآفرینی بررسی‌ها نشان داد که حداقل می‌بایست چهار دسته آموزشها می‌بایستی مد نظر قرار گیرد: دسته اول: دوره‌های آگاهی و جهت گیری به سوی کارآفرینی (دوره‌های فرهنگ سازی و بسترسازی)، دسته دوم: دوره‌های تاسیس و توسعه کسب و کارهای کوچک، دسته سوم: دوره‌های رشد و بقای کارآفرینان و بنگاههای کوچک، دسته چهارم: دوره‌های توسعه مهارت‌ها، بینش‌ها و آموزشهای نوین (رجوع شود به فصل دوم، صفحات ۵۰ و ۵۱).

۷- بررسی تجارب چند کشور در زمینه گرایشات آنها به سوی پرورش کارآفرینان و پیاده سازی برنامه‌های آموزش کارآفرینی نشان داد که اولاً بدون استثناء همه کشورهایی که توانسته‌اند در مسیر رشد و توسعه اقتصادی گامهای بلندی بردارند، یکی از عوامل مهم و محوری موفقیت آنها سرمایه گذاری بر روی مقوله کارآفرینی، به منظور ترویج فرهنگ کارآفرینی، آموزش کارآفرینان و تسهیل و تسریع فرآیند کارآفرینی و ایجاد بسترهای لازم جهت رشد کارآفرینان می‌باشد. بررسی تجربه چند کشور حاکی از این واقعیت بد که اگرچه در برخی از آنها موسسات آموزشی مستقلی که مستقیماً در زمینه ارائه آموزشها، مشاورت‌ها و مساعدت‌های لازم در خصوص کارآفرینی فعالیت می‌کنند، با اینحال آموزش کارآفرینی و ارتقاء دانش و مهارت دانش آموختگان در زمینه گرایش به سوی کارآفرینی و بطور کلی ایجاد یک رابطه مستحکم بین علم و عمل و کاربرد در خود مراکز آموزشی از قبیل مراکز آموزش فنی و مهارتی، دبیرستانها، دانشگاهها و ... جزو وظایف و مسئولیتهای مهم این مراکز محسوب می‌شود.

۱-۹ نتایج حاصل از مطالعه میدانی

مهمترین یافته‌های حاصل از مطالعه میدانی تحقیق نشان داد:

۱- براساس بررسی وضعیت اشتغال گروههای آماری مورد نظر تحقیق، نتایج بدست آمده نشان داد، نزدیک به ۶۲٪ از افراد مطالعه شده از یک شغل، حرفه و یا کسب و کار برخوردار نیستند و عملاً به عنوان نیروی بیکار تلقی میشوند. از مجموع ۵۰۳ نفر بررسی شده فقط ۳۳٪ (۱۶۹ نفر) شاغل می‌باشند که از این تعداد نیز فقط ۵۷ نفر در قالب مشاغل و یا حرف خود اشتغالی و آن هم نه چندان به صورت یک کسب و کار رسمی و با بنیه قوی مشغول به فعالیت هستند و ۱۱۲ نفر نیز در سازمانهای دولتی و یا خصوصی مشغول به کار هستند.

نتیجه گیری کلی در این خصوص عبارتست از اینکه اولاً طیف زیادی از آموزش دیدگان عملاً با مشکل بیکاری مواجه هستند و امکان جذب آنها در بازارهای کار به دلایل متعددی وجود نداشته است، ثانياً در صورت وجود فرصتهای اشتغال، رویکرد غالب عمداً مبتنی بر استخدام در یک شرکت (دولتی و خصوصی) است و گرایش به سمت خود اشتغالی و کارآفرینی در سطح پایینی قرار دارد. و تعداد بسیار اندکی از آموزش دیدگان فنی و حرفه‌ای در این زمینه فعال بوده‌اند. البته لازم به توضیح است که همه خود اشتغالی‌های ایجاد شده توسط آموزش دیدگان نیز الزاماً ویژگیهای یک فعالیت کارآفرینانه را ندارند.

- ۲- نتایج تحقیق نشان داد که افراد شاغل نیز در طیف زیادی از مشاغل مختلف مشغول کار هستند. در این تحقیق تعداد ۳۸ عنوان شغلی شناسایی شد.
- ۳- بررسی عمیق‌تر خود اشتغالی‌های ایجاد شده (و به عبارت دیگر کارآفرینی‌های انجام یافته چه بسا در سطح پایین‌تر) توسط آموزش دیدگان فنی و حرفه‌ای نشان داد که اکثریت آنها (۷۴٪) اذعان کرده‌اند که مشاغل و یا حرف کنونی آنها مرتبط با آموزشهای کسب شده در مراکز فنی و حرفه‌ای است و فقط ۲۶٪ در این زمینه عدم انطباق را اعلام کرده‌اند.
- ۴- همچنین نتایج نشان داد که از بین فعالیتهای کارآفرینانه و خود اشتغالی‌های ایجاد شده، فقط ۶ مورد به صورت ثبت شده (و شرکت) وجود داشته است و بقیه مشاغل به صورت غیر رسمی و ثبت شده می‌باشد.
- ۵- نتایج حاصل از بررسی موانع کارآفرینی بر سر راه آموزش دیدگان فنی و حرفه‌ای و علل عدم گرایش آنها به فعلیتهای کارآفرینانه نشان داد که عمدتاً از بین ۱۵ عامل مورد نظر گروه پژوهش ۵ مانع مهم و اساسی موجود در مسیر گرایش افراد به سوی کارآفرینی عبارتند از:
- ۵/۱- نبود آموزشهای کارآفرینی و عدم آشنایی افراد با فرایند کارآفرینی، نحوه تاسیس و راه اندازی، ثبت و شرکت و کسب مجوزها، نحوه شناسایی فرصتها و تقاضاها، نحوه تامین منابع مالی، نحوه مدیریت کسب و کارهای کوچک و عدم آشنایی با قوانین و مقررات موجود در این زمینه.
- ۵/۲- کمبود سرمایه اولیه و مشکلات در تهیه امکانات و منابع اولیه لازم بویژه مشکلات در زمینه تامین منابع مالی، اخذ وام، بازپرداختها و عدم آشنایی با تسهیلات و اعتبارات دولتی موجود در این زمینه.
- ۵/۳- غالب بودن رویکرد مبتنی بر استخدام و کاریابی و کارجویی و علاقمندی بیشتر به استخدام و فقدان انگیزه‌های لازم برای کارآفرینی و خود اشتغالی.
- ۵/۴- عدم آشنایی و دسترسی به الگوهای موفق کارآفرین و امکان استفاده از تجارب و مطالعه رمز و راز موفقیت آنها بویژه کارآفرینان آموزش دیده فنی و حرفه‌ای.
- ۵/۵- کمبود حمایتها و مشوقهای لازم دولتی و عدم آشنایی و اطلاع از وجود و یا نحوه دریافت آنها و وجود فرایند اداری و بورکراسی طولانی در این خصوص.
- ۶- با توجه به نتیجه فوق الذکر، بررسیها نشان داد که از نظر سه گروه آماری، فقدان آموزشها و مشاورتهای لازم در خصوص کارآفرینی و یا عدم اطلاع از وجود آنها به عنوان اولین و مهمترین مانع مطرح شده است. اما از دیدگاه نمونه آماری آموزش دیدگان فنی و حرفه‌ای، علاقمندی بیشتر به استخدام و کارجویی و کمبود حمایتها و مشوقهای دولتی به ترتیب به عنوان مهمترین مانع و محدودیت محسوب می‌شود. این در حالیست که از نظر افراد در حین آموزش، عدم آشنایی و دسترسی به الگوهای موفق کارآفرین فنی و حرفه‌ای و کمبود سرمایه و منابع اولیه لازم در اولییت دوم و سوم قرار دارند و بالاخره ارائه‌دهندگان طرحهای کارآفرینی نیز دو عامل کمبود سرمایه اولیه و مشکلات در تهیه منابع لازم و علاقمندی بیشتر به استخدام در رده‌های بعدی مطرح کرده‌اند. لازم به ذکر است که نتایج بدست آمده در این خصوص در سطح اطمینان ۹۵٪ معنی‌دار می‌باشد.

- ۷- نتایج تحقیق نشان داد که از دیدگاه اکثر مخاطبین آموزشهای فنی و حرفه‌ای آموزشهای مهارتی و فنی ارائه شده توسط مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای در ارتقاء مهارت‌های فنی و تخصصی افراد موثر می‌باشد. در این خصوص ۷۴٪ از افراد تأثیرات این آموزشها را در سطح زیاد و خیلی زیاد اعلام کرده‌اند.
- ۸- از دیگر نتایج مهم تحقیق عبارتست از اینکه ۴۶٪ از افراد اظهار کرده‌اند که این افراد بعد از کسب مهارت‌های فنی و حرفه‌ای گرایش کمتری به سمت ایده پردازی و تلاش در زمینه شناسایی فرصتها و تقاضائی محیط داشته‌اند. و بعبارت دیگر با غالب شدن تفکر مبتنی بر استخدام، افراد انگیزه پایینی برای خلاقیت، نوآوری، ایده پردازی و شناسایی فرصتهای محیطی داشته‌اند و عمدتاً نسبت به فرصتهای احتمالی موجود در محیط بی تفاوت بوده‌اند.
- ۹- یافته‌های تحقیق حاکی از این است که ۸۰٪ از افراد سطح آگاهی و اطلاع خود را از مقوله کارآفرینی، مفهوم آن و فرایند کارآفرینی در سطح پایین و خیلی پایین اعلام کرده‌اند، ۹٪ از افراد سطح آگاهی خود را در حد متون و ۹٪ نیز در سطح خوب و خیلی خوب بیان نموده‌اند.
- ۱۰- براساس نتایج، ۷۵٪ از افراد معتقد هستند که اقدام سازمان فنی و حرفه‌ای به ارائه آموزشها، مشاوره‌ها و دادن اطلاعات و آگاهیهای لازم در زمینه کارآفرینی، می‌تواند در گرایش آموزش دیدگان فنی و حرفه‌ای به سمت کارآفرینی موثر باشد. بعبارت دیگر از دیدگاه آموزش دیدگان فنی و حرفه‌ای توسعه آموزشهای کارآفرینی از سوی سازمان فنی و حرفه‌ای می‌تواند در ارتقاء دانش و آگاهی‌های آنان نسبت به مقوله کارآفرینی و ایجاد انگیزه‌های لازم در آنها در گرایش به سمت کارآفرینی موثر باشد.
- ۱۱- تحلیل داده‌ها نشان داد که ۶۸٪ از افراد، میزان فعال بودن سازمان فنی و حرفه‌ای استان را در زمینه ارائه آموزشها و مشاوره‌های کارآفرینی به آموزش دیدگان فنی و حرفه‌ای در حد کم و خیلی کم ارزیابی کرده‌اند و عملاً نقش سازمان فنی و حرفه‌ای در این ارتباط برای آنها شناخته شده نیست. ۱۴٪ نیز میزان توجه سازمان فنی و حرفه‌ای را به مقوله کارآفرینی و توسعه آن، در حد متوسط بیان کرده‌اند.
- ۱۲- نتایج حاصله نشان داد که ۶۸٪ از افراد از وجود دفتر مشاوره کارآفرینی و ماهیت فعالیت آن در حد کم و خیلی کم آشنایی دارند. ۱۳۵ نیز در حد متوسط و فقط ۱۶٪ در حد زیاد و خیلی زیاد از این آشنایی برخوردار هستند.
- ۱۳- ۷۹٪ از افراد عملاً با الگوهای کارآفرین موفق بویژه کارآفرینان فنی و حرفه‌ای آشنا نیستند و بدنبال آن امکان استفاده از تجارب آنها برای افراد میسر نیست. فقط ۸٪ از افراد با چنین الگوهای آشنایی در حد متوسط دارند. و ۱۱٪ نیز سطح آشنایی خود را در حد بالا اعلام نموده‌اند.
- ۱۴- یافته‌ها نشان می‌دهد که به اعتقاد ۸۲٪ از افراد، اگر اقدامات لازم در راستای شناسایی و معرفی الگوهای کارآفرین موفق و ایجاد امکان لازم به منظور استفاده از تجارب آنها و مطالعه نحوه اقدام و موفقیت آنها وجود داشته باشد، می‌تواند در ایجاد انگیزه و پویایی لازم در افراد آموزش دیده فنی و حرفه‌ای جهت گرایش به سوی کارآفرینی بسیار موثر و مفید باشد.
- ۱۵- نتایج تحقیق نشان داد که از دیدگاه آموزش دیدگان فنی و حرفه‌ای نیز طراحی دوره‌های آموزش کار آفرینی در قالب دوره‌های کوتاه مدت، سمینارها، کارگاههای آموزش و یا قرار دادن درس کارآفرینی و پرداختن جدی به آن می‌تواند در گرایش افراد به سوی کارآفرینی موثر باشد و با توجه به وضعیت موجود جزء ضروریات محسوب می‌شود.

۱۶- در نهایت نتایج تحقیق نشان داد که اکثریت افراد (۸۰٪) آمادگی و علاقمندی خود را جهت حضور در کلاسها و دوره‌های آموزشی و مشاوره کارآفرینی در صورت برگزاری، اطلاع رسانی و دعوت آنها اعلام نموده‌اند.

۴-۵ جمع‌بندی و پیشنهادات

یافته‌های این پژوهش، بیانگر این واقعیت مهم است که ویژگیهای نمونه‌های آماری تحقیق مبین عدم آشنایی و بیگانگی افراد آموزش‌دیده فنی و حرفه‌ای و سیستمهای ارائه دهنده آموزشهای فنی و حرفه‌ای با مقوله و فرهنگ کارآفرینی است و همچنین بیانگر فقدان پویایی لازم در خروجی‌های این سیستم (آموزش‌دیدگان) در حساسیت نسبت به فرصتهای محیطی، ایده‌پردازی خلاق، ریسک‌پذیری و گردآوری منابع لازم برای شروع یک کسب و کار مبتنی بر توانمندیهای فردی و یا گروهی است. در مقابل آنچه که بیشتر به عنوان یک ارزش پذیرفته شده است، گرایش بیشتر به سمت استخدام، کارجویی و توانایی استخدام در یک سازمان می باشد.

اگر چه آموزشهای فنی و حرفه‌ای در سطح وسیعی توسط مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای و برای طیف وسیعی از مخاطبین ارائه می‌گردد، اما آنچه که یافته‌های تحقیق نیز نشان داد مورد توجه قرار نمی‌گیرد، توجه این مراکز به ایجاد آشنایی و آگاهی لازم افراد نسبت به کارآفرینی است. بررسی تجارب دیگر کشورها نیز نشان داد که در اکثر آنها آموزش کارآفرینی و ایجاد حساسیت‌ها و آگاهیهای لازم در آموزش‌دیدگان نسبت به ایجاد کسب و کارهای کوچک و مستقل و مبتنی بر نوآوری از جمله مهمترین وظایف محوری این مراکز محسوب می‌شود. در کشور ما نیز اگرچه در این خصوص طی سالهای اخیر برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران آموزشهای فنی و حرفه‌ای نسبت به ضرورت توسعه فرهنگ کارآفرینی و ارائه آموزشها و مشاورتها در این خصوص نسبت به افراد آموزش‌دیده واقف بوده و اهمیت آن را درک کرده‌اند، اما اقدامات عملی جدی و فراگیر در این زمینه انجام نیافته است و به شدت نیازمند تمرکز بیشتر می‌باشد.

بر این اساس در استان آذربایجان شرقی نیز در این خصوص بین وضعیت مطلوب و وضعیت موجود شکاف عظیمی وجود دارد. در این راستا به منظور ارتقاء نقش آموزشها و مراکز آموزشی فنی و حرفه‌ای در توسعه فرهنگ، دانش و آگاهیهای افراد مخاطب خود نسبت به مقوله کارآفرینی و گرایش آنها به سوی کارآفرینی، پیشنهادات زیر ارائه می‌گردد:

۱- با توجه به مجموعه یافته‌های تحقیق و بیگانگی دانش‌آموختگان فنی و حرفه‌ای با کارآفرینی و فرایند آن پیشنهاد می‌شود به منظور افزایش اطلاعات، دانش و سطح آگاهیهای کارآموزان فنی و حرفه‌ای و به منظور ترویج و اشاعه فرهنگ کارآفرینی، ضمن آنکه این مهم به عنوان یک رسالت و هدف اصلی سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای تبدیل شود و در برنامه‌ریزیهای این سازمان به صورت جدی مورد توجه قرار گرفته و لحاظ شود و آموزشها و مشاوره‌های کارآفرینی به صورت یک درس یا دوره اجباری به همه آموزش‌دیدگان و برای رشته‌های مختلف ارائه گردد.

همچنین در کنار این اقدام محوری اداره کل آموزش آموزش فنی حرفه‌ای می‌تواند به برگزاری دوره‌ها، کارگاهها و سمینارهای آموزش کارآفرینی و موضوعات مرتبط با آن از قبیل خلاقیت، نوآوری، پرورش مهارتهای فردی، نحوه تاسیس شرکت، بازاریابی، مدیریت کسب و کارهای کوچک و نوپا و ... اقدام نماید.

۲- پیشنهاد می‌شود که نسبت به تقویت و تجهیز و توسعه فعالیتها و وظایف دفتر مشاوره کارآفرینی اداره کل آموزشهای فنی و حرفه‌ای اقدام شود. و این مرکز به یک مرکز پویا و فعال در امر توسعه فرهنگ و آموزشهای کارآفرینی برای

آموزش‌دیدگان فنی و حرفه‌ای تبدیل شود و از طریق اطلاع‌رسانی وجود این دفتر و اهداف آن برای آموزش‌دیدگان فنی و حرفه‌ای، زمینه‌های هدایت آموزش‌دیدگان توسط این دفتر فراهم‌کرد.

در این ارتباط پیشنهاد می‌گردد ضمن در نظر گرفتن یک مکان فیزیکی مناسب، قابل دسترس، با تابلو و علائم قابل تشخیص و قابل توجه که به راحتی بتواند توجهات مراجعه‌کنندگان را جلب‌نماید، نیروی انسانی و کارشناسان مجرب و آموزش‌دیده در زمینه کارآفرینی بصورت تمام‌وقت به این مرکز اختصاص یابد. همچنین پیشنهاد می‌شود با توجه به وضعیت موجود این دفتر نسبت به تجهیز آن اقدامات لازم از قبیل تهیه کتب و جزوات و متون آموزشی در زمینه کارآفرینی، تهیه ملزومات صوتی و بصری آموزش کارآفرینی، اینترنت، اتاق مطالعه، اتاق مذاکره، کلاس‌های آموزشی و کنفرانس انجام‌گیرد.

۳- پیشنهاد می‌شود در صورت فعال‌بودن دفتر مشاوره کارآفرینی و بطور کلی مجموعه سیستم آموزشی فنی و حرفه‌ای نسبت به تهیه جزوات و بروشورهای آموزشی به زبان ساده و قابل فهم در زمینه کارآفرینی تهیه و به منظور بسترسازی و ترویج فرهنگ کارآفرینی آنها را به طور وسیع در اختیار دانش‌آموختگان فنی و حرفه‌ای قرار داده شود.

۴- معرفی الزامی آموزش‌دیدگان فنی و حرفه‌ای به دوره‌های آموزش کارآفرینی (که می‌تواند توسط خود سازمان و بویژه دفتر مشاوره کارآفرینی سازمان و یا هر سازمان دیگری که در این زمینه فعال است، اجرا شود) و شرکت در کلاس‌ها، دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی کارآفرینی و ایجاد مکانیزم‌ها، انگیزه و علاقه لازم پس از ارائه آموزش‌های کارآفرینی مبتنی بر اینکه هر فرد بتواند از طریق تفکر خلاق، دست به ایده‌پردازی تجاری در حوزه مهارتی خود (یا هر حوزه دیگر) بزند و الزاماً بتواند با نظارت دفتر مشاوره کارآفرینی، طرح تجاری (BP) تهیه و تدوین کند، از دیگر توصیه‌های این تحقیق محسوب می‌شود. در این راستا دفتر مشاوره کارآفرینی و فراتر از آن اداره کل آموزش فنی و حرفه‌ای استان می‌تواند تشویق‌ها و قول مساعدت‌ها و همکاری‌های لازم را به منظور اجرایی نمودن آنها و ایجاد کسب و کارهای کوچک در صورتیکه طرح‌های تجاری بطور کامل و با مطالعه دقیق و عمیق و بصورت نوآورانه تهیه شده باشد، اعلام نماید.

۵- پیشنهاد می‌شود اداره کل آموزش فنی و حرفه‌ای استان به منظور حمایت مالی و سرمایه‌ای از آموزش‌دیدگان فنی و حرفه‌ای که طرح کارآفرینی قابل اجرا ارائه می‌دهند و برای جلوگیری از ارجاع کارآفرینان به سایر سازمان‌های ذی ربط و یا بانک‌ها جهت دریافت تسهیلات و اعتبارات، خود به طور مستقل بودجه و یا اعتباری را بدین منظور درخواست نموده و در اختیار داشته باشد.

۶- پیشنهاد می‌شود که اداره کل آموزش فنی و حرفه‌ای استان از طریق دفتر مشاوره کارآفرینی، الگوهای موفق کارآفرین آموزش‌دیدگان فنی و حرفه‌ای (و یا سایر کارآفرینان) را شناسایی و معرفی نماید و امکان استفاده از تجارب آنها را برای آموزش‌دیدگان فراهم سازد. این اقدام می‌تواند از طریق انجام مصاحبه با این افراد، تهیه فیلم از نحوه فعالیت و کسب و کارهای آنها، دعوت از آنها به دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی کارآفرینی، تهیه کتابچه کارآفرینان موفق و معرفی کارآفرینان، زندگینامه آنها و بویژه نحوه موفقیت آنها در ایجاد و راه‌اندازی کسب و کارها، تهیه پوسترهایی از عکس کارآفرینان و کسب و کارهای موفق آنها (بویژه کارآفرینان فنی و حرفه‌ای) و در معرض دید آموزش‌دیدگان فنی و حرفه‌ای قرار دادن آنها، تهیه جزوات و بروشورهای آموزشی کارآفرینی همراه با معرفی کارآفرینان موفق و کسب و کارهای آنها و توزیع آنها بطور وسیع در بین آموزش‌دیدگان، انجام‌گیرد.

۷- پیشنهاد می‌شود اداره کل آموزش فنی و حرفه‌ای به معرفی بهترین و موفق‌ترین کارآفرینان فنی و حرفه‌ای اقدام نماید و جوایز ارزنده‌ای تحت عنوان «جوایز کارآفرین سال» طی مراسم بزرگداشت و تقدیر و با اطلاع رسانی کامل به کارآفرینان موفق سال اعطا نماید.

۸- پیشنهاد می‌شود اداره کل آموزش فنی و حرفه‌ای از ایجاد تعامل موثر با صدا و سیما و معرفی بیشتر خود در رادیو و تلویزیون، برنامه‌های آموزشی کارآفرینی از قبیل میزگردها، مصاحبه‌ها، نمایش کسب و کارهای موفق و کارآفرینان آنها، تهیه نمایشنامه و فیلم در قالب برنامه‌های مختلف تلویزیونی و یا رادیویی تهیه و اجرا نماید.

۹- هدایت، راهنمایی و مشاوره گام به گام کارآفرینان و مساعدت در انجام مکاتبات و ایجاد ارتباطات لازم با ادارات، نهادها و دستگاههای ذی‌ربط با طرحهای کارآفرینی در خصوص تأمین منابع مالی، سرمایه، امکانات و تجهیزات لازم و کسب مجوزهای لازم ثبت قانونی ایده‌ها و ثبت شراکتها توسط اداره کل آموزش فنی و حرفه‌ای به ویژه دفتر مشاوره کارآفرینی از دیگر توصیه‌های گروه پژوهش می‌باشد.

۱۰- لازم به ذکر است که در این تحقیق از طریق مطالعه یک نمونه آماری محدود فقط توانستیم شناسایی کنیم که اولاً آموزش دیدگان فنی و حرفه‌ای تا چه حد گرایش به کارآفرینی داشته‌اند و موانع موجود بر سر راه آنها در گرایش به سوی کارآفرینی کدامند.

با اینحال بنظر می‌رسد زمینه‌های متعددی برای انجام مطالعات تحقیقاتی بیشتر به منظور ایجاد بسترها و زمینه‌های لازم به منظور ارتقاء نقش آموزشهای فنی و حرفه‌ای در توسعه کارآفرینی وجود دارد. در این خصوص پیشنهاد می‌شود تحقیقات زیر انجام گیرد:

- شناسایی کارآفرینان موفق و ارائه الگوی موفقیت آنها در بخش آموزشهای فنی و حرفه‌ای
- بررسی ویژگیهای شخصیتی و اجتماعی، خانوادگی، تربیتی و انگیزه های کارآفرینان فنی و حرفه‌ای
- بررسی زمینه‌های کارآفرینی از طریق آموزشهای فنی و حرفه‌ای
- طراحی دوره‌های آموزش کارآفرینی و نحوه اجرای آنها در کنار آموزشهای فنی و حرفه‌ای
- بررسی امکان پذیری ایجاد مراکز رشد کارآفرینان (انکوباتورها Incubator) فنی و حرفه‌ای توسط مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای.

منابع و ماخذ

منابع فارسی:

- ۱- ابراهیمی، علی (۱۳۷۷)، برنامه‌ریزی درسی، راهبردهای نوین، تهران، انتشارات فکر نو.
- ۲- احمدپور داریانی، محمود (۱۳۷۸)، کارآفرینی؛ تعاریف، آگورها و نظریات، تهران، انتشارات شرکت پردیس.
- ۳- احمدپور داریانی، محمود (۱۳۷۹)، کارآفرینی؛ تعاریف، نظریات، الگوها، فصل اول (صفحات ۲۶-۱)، انتشارات شرکت پردیس.
- ۴- بازرگان، عباس (۱۳۸۱)، ارزشیابی آموزشی، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت)، چاپ اول.
- ۵- ذاکر صالحی، غلامرضا (۱۳۸۱)، گذار از دانشگاه سنتی، مجموعه مقالات چهل و هفتمین نشست روسهای دانشگاهها و مراکز علمی و تحقیقاتی کشور، سازمان سنجش و آموزش کشور، بهمن ماه ۸۱.
- ۶- سعیدی کیا، مهدی (۱۳۸۳)، آشنایی با کارآفرینی، تهران، انتشارات سپاس.
- ۷- صمد آقایی، جلیل (۱۳۷۸)، سازمان‌های کارآفرین، تهران، انتشارات مدیریت دولتی.
- ۸- صمد آقایی، جلیل (۱۳۸۰)، تکنیک‌های خلاقیت فردی و گروهی، تهران انتشارات مدیریت دولتی.
- ۹- فیضی، کامران و مقدسی، علیرضا (۱۳۸۴)، پژوهشی در مفاهیم، کارکردها و دوره‌های آموزش کارآفرینی، فصلنامه مدیریت صنعتی، شماره ۲.
- ۱۰- لباف، حسین و طالبی، هوشنگ (۱۳۸۱)، آموزش کارآفرینی و بررسی آن در چند کشور آسیایی، مجموعه مقالات چهل و هفتمین نشست روسای دانشگاهها و مراکز علمی و تحقیقاتی کشور، سازمان سنجش آموزش کشور، بهمن ماه ۸۱.

منابع انگلیسی:

- ۱- Birch, David (۱۹۹۴). "Dynamic Entrepreneurship and Job Creation". Ch. ۳, MIT and Cognetics Inc., United States of America.
- ۲- Blake, M. (۲۰۰۲). "Entrepreneurship: Theory and Practice". Academy Of Management Reviw, No.۱۵, PP.۵-۲۰.
- ۳- Bugrave, W.D., C.W. Hofer (۱۹۹۱). "Theorising about Entrepreneurship". Entrepreneurship: Theory and Practice Journal, Vol. ۱۶, No.۲.
- ۴- Bygrave, W., (۱۹۹۴). The Portable MBA in Entrepreneurship, N.Y.: John Wiley & Soms Inc.
- ۵- Carty, A.J. (۱۹۹۸). "Entrepreneurship Training Program" . National Research Council, March ۱۹.
- ۶- Chell, E. and Haworth, J. (۱۹۸۸) Explorations of the Entrepreneurial Personality: A Latent Class Analysis. Peper to EIASM, Vienna.

- 7- Fry, F. (1993). *Entrepreneurship: A Planning Approach*, Englewood Cliffs NJ: Prentice · Hall.
- 8- Gartner, W. (1985). A Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation. *Academy of Management Review*, 10, 696-706.
- 9- Gibb, A. (1987). "Enterprise Culture- Its Meaning and Implications for Education and Training". *European Industrial Training Journal*, Vol. 11.NO.2.
- 10- Ginsberg, A. and M.Hay (1994). "Confronting the Challenges of Corporate Entrepreneurship: Guidelines for Venture Managers". *European Management Journal*, Vol.12, No.3
- 11- Gnyawali, D. and Fogel, D.(1994), "Environments for Entrepreneurship Development: Key Dimensions and Research Implications" . *Entrepreneurship theory and practice*, Baylor University, , P 125-40.
- 12- Hisrich, R.D. and *Innovation and Entrepreneur*, NY: Harper Collins publisher.
- 13- Hisrich, R.D. and M.P. Peters (1998). "The Individual Entrepreneur in Entrepreneurship". MC.GRAW Hill Publishing.
- 14- Hornady, J. and Aboud, J. (1971). "Characteristics of Successful Entrepreneurs, Personality Psychology", MC.GRAW Hill Publishing.
- 15- Hulme, D. and P.Mosley (1996). "Finance Against Poverty and Role of Entrepreneurship ".Routledge Publishing, London, England.
- 16- Kuratko, D. and Hodgetts, R. (1989). "Entrepreneurship: A Contemporary Approach", (3rd ed.) NY: The Dryden Press.
- 17- McClelland, D. (1962), *Business Drive and National Achievement*, Harvard Business Review, 43.6.
- 18- McPherson, Gray (2003). "Social Innovation Through Entrepreneurial Activity". Canadian Center For Social Entrepreneurship, CCSE Report.
- 19- Paul D. Reynolds, Michel Hay, William D. Bygrave, S.Michael Camp,(2000), "Global Entrepreneurship Monitor", 2000 Executive Report, "Babson College. Kauffman Center for Entrepreneurship Leadership, London Business School 2000, P (4-5)
- 20- Shapero, A. (1975). "Entrepreneurship and Economic Development, Entrepreneurship and Enterprise Development: A Worldwide Perspective", Milwaukee: Proceedings of Project ISEED.
- 21- Stevenson, H., and Gumpet D, (1985) "Theory of Entrepreneurship", Harvard Business Review, 63.2, 85-94.
- 22- Timmons, j. and Sepeinza, H. (1992). "Venture Creation", Boston : IRWIN, Homewood.
- 23- Tomecko, Jim (2003). *Entrepreneurship Training for Enterprise Growth*". GTZ Laos.

٢٤- Tropman, J. and Morningstar, G. (١٩٨٤). “Entrepreneurial Systems of the ١٩٩٠s”. New York: Greewood Press Inc.