
نقش آموزش کار آفرینی در ایجاد اشتغال

سازمان همیاری اشتغال فارغ التحصیلان جهاد دانشگاهی

عنوان: نقش آموزش کارآفرینی در ایجاد اشتغال

گردآوری: اداره آموزش

تاریخ انتشار: ۱۳۸۱

نشانی: تهران، خیابان ولی عصر، پائین تر از خیابان دکتر فاطمی، کوچه میرهادی، پلاک ۳ - اداره امور آموزشی

www.jobiran.com

نقل مطالب با حفظ حقوق معنوی سازمان همیاری اشتغال فارغ التحصیلان و با ذکر مشخصات کامل گزارش بلامانع است.

فهرست

مقدمه	۱
۱- مفاهیم و تعاریف کارآفرینی	۲
۲- تاریخچه کارآفرینی	۸
۳- نقش و اهمیت کارآفرینی در توسعه کشورها	۹
۴- نقش آموزش در توسعه کارآفرینی	۱۱
۵- الزامات ساختاری آموزش کارآفرینی در ایران	۱۴
۶- آموزش کارآفرینی در ایران و نقش آن در ایجاد اشتغال	۱۶
۷- نتیجه‌گیری و پیشنهاد	۱۹
منابع	۲۲

مقدمه :

کارآفرینی با توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورها رابطه تنگاتنگی دارد و امروزه یکی از شاخص‌های توسعه در کشورهای رو به رشد محسوب می‌شود. به دلیل نقش و جایگاه ویژه کارآفرینان در روند پیشرفت و رشد اقتصادی، بسیاری از دولتها در کشورهای توسعه یافته و پیشرو تلاش می‌کنند با حداکثر امکانات و بهره‌برداری از دستاوردهای تحقیقاتی، شماری از افراد جامعه را که دارای ویژگیهای کارآفرینی هستند به آموزش کارآفرینی و فعالیتهای کارآفرینانه هدایت کنند. این کشورها دریافته‌اند که کارآفرینان در عرصه‌های مختلف فعالیت، با قوه ابتکار و خلاقیت، پشتکار و پذیرش خطرات، موانع و سدهای پیشرفت را مرتفع و افق‌های روشن پیشرفت را پیش‌روی مردم می‌کشایند و با مهارتی که در تشخیص فرصت‌ها و موقعیت‌ها دارند، در جهت توسعه این موقعیتها گام برمی‌دارند و پیشگامان حقیقی تغییر در عرصه اقتصاد و تحولات اجتماعی محسوب می‌شوند. در این کشورها اهمیت کارآفرینی در ایجاد اشتغال بصورت یک واقعیت ملموسی درآمده است و در این راستا مکانیزم توسعه و ترویج کارآفرینی را نیز تدارک دیده‌اند.

امروزه در این کشورها ما شاهد این هستیم که مراکز و مؤسسات آموزشی در سطوح مختلف برنامه‌های متنوع آموزشی برای تربیت افراد کارآفرین ارائه می‌دهند. در واقع آموزش کارآفرینی در سیستم آموزش این کشورها جایگاه ویژه خود را پیدا کرده است. وجود دانشکده‌ها و مؤسسات آموزشی تخصصی کارآفرینی در جوامع صنعتی و در حال توسعه شاهدهی براین واقعیت است.

آموزش کارآفرینی در کشور ما یکی از ضرورت‌های زیربنایی و در خور توجه ایجاد اشتغال می‌باشد. واقعیت آشکاری است که آموزش‌های رسمی در کشور ما بدلیل ضعف‌های ساختاری بستر مناسبی برای کسب تخصص، و پرورش نیروهای کارآفرین بوجود نمی‌آورد. از طرف دیگر کارآفرینان و نیروهای مستعد و خلاق نیز بدلیل نبود یک سیستم آموزشی کارآفرینی یگانه و تنها به کار خود ادامه می‌دهند و چه بسا در مرحله‌ای از فعالیت به موانعی برمی‌خورند و از ادامه کار باز می‌مانند. پر کردن این خلاء پرداخت به آموزش کارآفرینی است. بنابراین آموزش کارآفرینی و تربیت کارآفرینان می‌تواند، یکی از راهکارهای اساسی در توسعه اشتغال کشور باشد. و مایه امیدواری است که کارآفرینی در سطح مسئولین، مدیران، متخصصین و جامعه در حال بالندگی است و خوشبختانه طی دو - سه سال اخیر توجه خاصی به ضرورت کارآفرینی در کشورمان شده است، امید است که این حرکت استمرار یابد.

۱- مفاهیم و تعاریف کارآفرینی :

کارآفرینی از جمله موضوعاتی است که تعاریف و دیدگاه‌های گوناگونی درباره آن ارائه شده و در سیر تاریخی اش تغییراتی را در مفهوم خود پذیرفته است. واژه کارآفرینی ممکن است در بین مردم تداعی‌کننده معنی و مفهوم شغل کارآفرینی یا ایجاد یک فرصت شغلی باشد، اما باید گفت که کارآفرینی مفهومی فراتر و پیچیده‌تر از اینها دارد. کارآفرینی به مفهوم امروزی و رایج آن در کشور ما بویژه در عرصه عمومی جامعه اصطلاحی ناشناخته است و چه بسا این واژه در رسانه‌ها،

مطبوعات و گفتار مسئولین و مردم متناسب با مفهوم واقعی کارآفرینی بکار گرفته نمی‌شود و به علت قرابت آن با ایجاد شغل و یا شغل‌آفرینی، مفهوم واقعی آن تا این سطح تقلیل می‌یابد.

واژه کارآفرینی معادل واژه انگلیسی Entrepreneurship است که از کلمه فرانسوی Entrepreneur به معنای متعهد شدن نشأت گرفته است. بنا بر تعریف واژه نامه دانشگاهی وبستر، کارآفرین کسی است که متعهد می‌شود مخاطرات یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل نماید. (احمد پور، ۱۳۸۰)

از میان تعاریف موجود در زمینه کارآفرینی به چند تعریف از صاحب‌نظران مشهور و تأثیرگذار کارآفرینی (خارجی و داخلی) بسنده می‌شود.

طبق نظر شومپیتر* کارآفرین نیروی محرکه اصلی در توسعه اقتصادی است و نقش وی عبارت است از نوآوری و یا ایجاد ترکیب‌های تازه از مواد. طبق نظر وی نوآوری ملاک کارآفرینی است و روش نو عبارتست از تخریب خلاق.

دیوید مک کله‌لند* از محققین علوم رفتاری معتقد است که کارآفرین کسی است که یک شرکت یا واحد اقتصادی را سازماندهی می‌کند و ظرفیت تولیدی آن را افزایش می‌دهد. وی همچنین ویژگی‌های کارآفرین را داشتن نیاز به توفیق بالا و مخاطره‌پذیری معرفی می‌نماید.

* - Joseph Schumpeter

* - D.McClelland

دکتر احمدپور داریانی از پیشگامان دانش کارآفرینی در ایران معتقد است که «کارآفرین عامل اصلی ایجاد خلاقیت و نوآوری است و کارآفرینی فرآیندی است که کارآفرین آن را در جهت مناسب برای نیل به اهداف رهبری می‌نماید یا کارآفرینی عبارتست از فرآیند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه‌ی منحصر به فردی از منابع به منظور بهره‌گیری از فرصت‌ها.» کارآفرینی پروسه‌ای است فراتر از شغل و حرفه بلکه کارآفرینی یک شیوه‌ی زندگی است. (صمد آقایی، ۱۳۸۰)

با توجه به تعدد تعاریف به ذکر ویژگیهای کارآفرینان جهت درک مفهوم واقعی آن می‌پردازیم. مطالعات زیادی روی ویژگیهای کارآفرینان توسط محققین صورت گرفته که هر یک ناظر به رویکردی خاص است. در اینجا اجمالاً به فهرستی از این صفات و ویژگیها اشاره می‌شود که عبارتند از:

مخاطره‌پذیری، نوع‌آوری، خلاقیت، تحمل ابهام، نیاز به توفیق یا توفیق‌طلبی، انگیزه بالا، واقع‌گرایی، تمایل به مسئولیت‌پذیری، عکس‌العمل مثبت به مشکلات و موانع، مرکز کنترل، فرصت‌شناس و فرصت‌طلب، نیاز به استقلال، دقت و کمال‌جویی، توانایی تصمیم‌گیری، قابلیت تغییرپذیری، دانش تولید و بازار پرانرژی، انگیزش به قدرت، توانایی یادگیری از اشتباهات جسور و نترس و ...

شدت و ضعف این ویژگیها در افراد و کارآفرینان متفاوت است. و چه بسا بعضی از افراد فاقد چنین ویژگیهایی بوده و زمینه‌های بروز و ظهور آن را در خود نهفته داشته باشند. ولی آنچه که مسلم است کارآفرین واقعی باید متصف به این

صفات و ویژگیها باشد و متعاقب آن رفتار کارآفرینانه انجام دهد تا یک کارآفرین محسوب شود.

کارآفرین همسنگ و هم‌طراز با یک مخترع، مبتکر، نابغه، سرمایه‌گذار و مدیر موفق نیست، بلکه برخی از ویژگیهای این افراد را دارا است. کارآفرین مجموعه‌ای از عوامل مؤثر در تولید را با هم ترکیب نموده و به خلق یک ارزش جدید می‌پردازد. این ارزش آفرینی ممکن است در امور کوچک و حوزه‌های اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و هنری اتفاق بیافتد و یا اینکه در امور کلان رخ بدهد.

۱-۱- رویکردهای مختلف کارآفرینی:

اگرچه کارآفرینی اولین بار در حوزه علم اقتصاد مورد توجه و بررسی قرار گرفت اما در طی دهه‌های اخیر مفهوم کارآفرینی در علوم روانشناسی، مردم‌شناسی، جامعه‌شناسی و مدیریت نیز مورد بررسی قرار گرفته است و تلاش‌های علمی در حوزه‌های مذکور همچنان ادامه دارد.

الف - رویکرد روانشناسانه :

این رویکرد در پی ارائه پاسخ به این سئوالات است که کارآفرین کیست و چگونه کارآفرینی می‌کند؟ در این رویکرد دو تفسیر متمایز درباره کارآفرینان وجود دارد. یکی تفسیر ایستا (Static) است که بیشتر به ویژگیها و خصوصیات شخصیتی کارآفرینان می‌پردازد.

به عبارت دیگر در این تفسیر به این سؤال پاسخ داده می‌شود که کارآفرین کیست. برخی از دست‌آوردهای این تفسیر در موارد متعدد پژوهشها و سیاست‌گذاریها در کارآفرینی قابل استفاده است نظیر سنجش پتانسیل کارآفرینی افراد تحت عنوان بهره کارآفرینی فرد (Entrepreneurial Quotient) و یا انواع تست‌هایی که برای تشخیص ویژگیهای کارآفرینان ارائه شده است.

دیگری تفسیر پویا (Dynamic) است که ریشه در روانشناسی رفتاری دارد. در این تفسیر کارآفرینی به عنوان نمود و جلوه‌ای از رفتارهای کارآفرینان محسوب می‌گردد و بزرگترین دست‌آورد آن را می‌توان ارتباطی دانست که بین ویژگیهای شخصیتی فرد، سابقه، تجارب وی و مهارتهای انطباق با محیط پیرامون برقرار می‌کند.

ب - رویکرد جامعه‌شناختی:

مهمترین دست‌آورد پژوهشهای جامعه‌شناسان در تفسیر و تشریح کارآفرینی، توجهی است که به نقش و تأثیر شبکه‌های اجتماعی (Social Networks)، هم‌افزاییهای ناشی از کار گروهی (Group Synergy) در بروز موفقیت‌های کارآفرینانه دارد.

ماکس وبر اولین جامعه‌شناسی بوده است که در این حوزه به کارآفرینی توجه کرده است. در نظر وی کارآفرینی یک فرآیند اجتماعی است که در آن کارآفرین به عنوان عنصر مسئول اجتماعی و خطرپذیر در محیط بی‌ثبات اجتماعی عمل می‌کند.

این رویکرد ناظر به این است که فرهنگ کارآفرینی در سطح تعامل انسانها با یکدیگر شکل می‌گیرد و شخصیت، ارزشها، نگرشها و باورهای فرد نسبت به کارآفرینی تحت تأثیر تعامل وی با سایر آحاد و افراد جامعه شکل گرفته و تکامل می‌یابد.

ج - رویکرد مدیریتی

از دیدگاه علم مدیریت، داشتن یک چشم‌انداز و بصیرت نسبت به آینده و استراتژی بهره‌برداری از فرصتها با تکیه بر نوآوری نعمتی است که موفقیت‌های کارآفرین را رقم می‌زند در علم مدیریت کارآفرینی بر دو مرحله از چرخه عمر سازمانها انطباق یافته است، مرحله اول ایجاد و تأسیس سازمانهای جدید و مرحله دوم رشد و توسعه در سازمانهای موجود است.

بنابراین کارآفرینی از دید علم مدیریت، عبارتست از فرآیند ایجاد کسب و کارهای جدید یا هدایت کسب و کارهای موجود در مسیر رشد است و ابزار اصلی آن خطرپذیری و نوآوری در منابع، روش، سازمان، محصول یا بازار فعالیت است. بنابراین علم مدیریت به این سؤال پاسخ می‌دهد که کارآفرین چه می‌کند؟

رویکردهای ذکر شده در پی تبیین این موضوع هستند که کارآفرینی یک موضوع تک بُعدی نیست بلکه دارای ابعاد مختلف در یک فرآیند هدفمند می‌باشد. بدینصورت که فردی کارآفرین و عملی کارآفرینی محسوب می‌شود که عناصر شخصیتی و رفتاری لازم (رویکرد روانشناسانه) با هم جمع شده و در یک تعامل اجتماعی با افراد و سازمانها

ارزش آفرینی‌های جدید را به عینیت برساند و بدنبال آن نهادسازی صورت پذیرد (رویکرد جامعه شناختی) و برای بقا، توسعه و گسترش از ابزارهای مدیریتی به نحو احسن استفاده نماید (رویکرد مدیریت).

۲- تاریخچه کارآفرینی:

تاریخچه کارآفرینی بحث مفصلی است جهت رعایت ایجاز نگاهی گذرا بر تاریخچه کارآفرینی می‌اندازیم.

کارآفرینی از ابتدای خلقت بشر و همواره با او و در تمام شئون مختلف زندگی انسان حضور داشته و مبنای تمامی تحولات پیشرفتهای بشری بوده است و لذا در تمامی فرهنگها و تمدنها وجود داشته است.

واژه کارآفرین (Entrepreneur) برای اولین بار توسط یک اقتصاددان بنام ریچارد کانتیلون و از واژه Entreprennd به معنای To under take (متعهد شدن) از زبان فرانسه وارد ادبیات انگلیسی شده است. اگرچه اصطلاح کارآفرین در سالهای بعدی مورد اشاره سایر اقتصاددانها قرار گرفته بود اما توجه جدی به آن در دهه ۱۹۳۰ میلادی و توسط اقتصاددان اتریشی الاصل ساکن آمریکا یعنی ژوزف شومپیتر صورت گرفت. در واقع معنا و مفهوم کارآفرینی ریشه در تعریف شومپیتر از کارآفرینی دارد.

ارزش تفکرات و ارائه شومپیتر در مورد نقش و جایگاه کارآفرینان در رشد و توسعه اقتصادی تا دهه ۱۹۷۰ میلادی کاملاً درک و فهم نشده بود. در این دهه دو

شوک پی در پی انرژی در بازار جهانی از یک سو و ظهور و عرضه کامپیوترهای رومیزی از سوی دیگر باعث شد تا ثبات و آرامشی که در نظام تولید و توزیع اقتصادی و طی دهه‌های ۵۰ و ۱۹۶۰ میلادی ایجاد شده بود به بی‌ثباتی و افزایش مخاطرات تجاری در دهه‌های ۸۰ و ۱۹۹۰ میلادی تبدیل گردد.

به موازات این تغییر و تحولات جهانی که در نوشته‌های بسیاری از صاحب‌نظران به انقلاب اطلاعات و شروع عصر فراصنعتی تعبیر شده است. کارآفرینان بعنوان عاملین تغییر و فرآیند کارآفرینی بعنوان فرآیند تغییر در نظام اقتصادی مورد توجه مجدد قرار گرفته و حجم قابل توجهی از تحقیقات و پژوهشهای مرتبط با آن طی دهه‌های ۷۰ و ۸۰ و ۱۹۹۰ میلادی صورت پذیرفت. در واقع می‌توان گفت که واژه کارآفرینی واژه‌ای است نو، که از کلمه‌اش نمی‌توان به مفهوم آن دست یافت. هم‌اکنون کارآفرینی در کشورهای توسعه یافته دوره تکاملی خود را طی می‌کند و در اکثر کشورهای در حال توسعه نیز توجه جدی به این مقوله می‌شود.

۳- نقش و اهمیت کارآفرینی در توسعه کشورها :

بیش از پرداختن به مقوله آموزش کارآفرینی لازم است به نقش و تأثیرات کارآفرینی در رشد و توسعه کشورها پرداخته شود.

بسیاری از کشورها به نقش و اثرات فردی و اجتماعی کارآفرینی پی برده‌اند. اثرات فردی شامل افزایش درآمد و سود، بهبود کیفیت زندگی، خروج از انفعال، آزاد شدن انرژی فکری، بهره‌وری منابع، ارضاء نیاز به پیشرفت و توفیق. ارضاء علاقه به

آزادی و استقلال و ارضاء شغلی، نقش بسیار زیادی در تکامل شخصیتی و رفتاری فرد فرد جامعه ایفا می‌نماید و برای توسعه این امور بسترهای لازم را فراهم آورده‌اند. نقش و تأثیر کارآفرینی در عرصه اجتماع عبارتند از: اشتغال‌زایی، انتقال تکنولوژی، ترغیب سرمایه‌گذاری سالم، بهره‌وری منابع، تعادل اقتصادی، نوآوری، تغییر و تحول، تشویق رقابت سالم، رقابتی شدن بازار، عدالت اجتماعی و اقتصادی، تغییر مثبت شیوه تفکر و زندگی، پویایی اقتصاد و فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی و

کارآفرینی در عرصه جامعه در واقع فرآیند ایجاد و تأسیس کسب و کار جدید است. اما یکی از اثرات قابل توجه آن ایجاد اشتغال می‌باشد. مطالعاتی که در ایالات متحده آمریکا صورت گرفته نشان می‌دهد که از ۲۰ میلیون شغل جدید ایجاد شده در فاصله سالهای ۱۹۹۵-۱۹۸۰ بیش از ۳/۵ س میلیون شغل ناشی از ایجاد و تأسیس کسب و کارهای جدید بوده است، مطالعات دیوید برچ (Birch) در اواخر دهه ۱۹۷۰ میلادی نشان می‌دهد که بیش از ۷۰ درصد مشاغل جدید در شرکت‌ها و سازمانهایی ایجاد می‌شوند که در مسیر رشد قرار دارند. اهمیت کارآفرینی از نظر ایجاد اشتغال باعث شده است که طی دهه‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ بتدریج وفاق عمومی در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه ایجاد گردد مبنی بر اینکه بحران بیکاری به جز از طریق توسعه کارآفرینی و دمیدن روح نوآوری در کالبد اجتماعی امکان‌پذیر نیست. به همین دلیل کشورهای نظیر ایالات متحده آمریکا، کانادا، فنلاند، هند، مالزی، سنگاپور، استرالیا و آلمان و ... سیاست‌ها و برنامه‌های حمایتی گسترده‌ای را از کارآفرینان تدوین و به مرحله اجرا گذاشته‌اند. (احمدپور، موسوی بازرگانی، ۱۳۸۰)

۴- نقش آموزش در توسعه کارآفرینی:

آیا کارآفرینان، کارآفرین زاده می‌شوند یا ساخته می‌شوند؟ یک فرد چطور کارآفرین می‌شود؟ موضوعاتی همچون خلاقیت، انگیزش انعطاف‌پذیری، ریسک‌پذیری و بسیاری از ویژگیها و صفات کارآفرینان آیا قابل آموزش هستند؟ اینها سوالاتی است که پاسخ به آنها درک روشنی از نقش آموزش در توسعه کارآفرینی بدست می‌دهد صفات یاد شده غالباً با شدت و ضعف در بیشتر افراد نهفته است. حتی کسانی که این ویژگیها را دارا نباشند از طریق آموزش و حمایت می‌توان این صفات را در افراد کشف و پرورش داد. تحقیقات روانشناسان نیز نشان می‌دهد که این صفات از بدو دوران کودکی می‌تواند در اثر جو حاکم بر محیط خانواده و نوع رفتار والدین با کودکان در فرد ایجاد شود و به مرور زمان تقویت و از مشخصه‌های بارز شخصیتی آنها گردد و با پا گذاشتن کودک به مدرسه از طریق آموزشهای مخصوص می‌توان این خصیصه‌ها را تقویت و بارور نمود. اما لازم به یادآوری است صرف داشتن این ویژگیها کارآفرینی محسوب نمی‌شود. بلکه کارآفرینی زمانی قابل تحقق است که از مرحله ذهنی به عینیت برسد. یا به عبارتی از قوه به فعل درآید. بنابراین می‌توان از کارآفرین بالقوه و کارآفرین بالفعل یاد کرد.

افراد بسیاری هستند که در مدارس، دانشگاهها و در سطح جامعه ایده‌های بدیعی را ارائه می‌دهند. حال این سؤال پیش می‌آید که آیا روشی وجود دارد که این ایده‌ها و تواناییهای بالقوه را به کمک خلاقیت همین افراد به بالفعل تبدیل کرد و

مهمتر از همه چگونه می‌توان در عرصه عمومی جامعه به همه این ایده‌ها و افکار نو جهت داد؟

تجربه کشورهای موفق در زمینه کارآفرینی نشان می‌دهد که به کمک آموزشهای مخصوص کارآفرینی می‌توان این افراد را در مسیر شکوفایی و بروز اندیشه‌ها انداخت. امروزه آموزش کارآفرینی و تربیت کارآفرینان یکی از زیرساخت‌های اساسی ایجاد اشتغال و عامل مهمی در بهبود کیفیت اشتغال این کشورها به شمار می‌آید.

بررسی سابقه کارآفرینی در کشورهای توسعه یافته بیانگر این است که این کشورها در دهه‌های اخیر پرورش و تربیت کارآفرینان و ترویج روحیه کارآفرینی را در برنامه‌های توسعه خود گنجانده‌اند. کشورهایی نظیر آلمان، آمریکا، ژاپن، هندوستان، کانادا، انگلستان، کره و فیلیپین تجربیات زیادی در زمینه آموزش کارآفرینی دارند.

امروزه آموزش کارآفرینی به یکی از مهمترین و گسترده‌ترین فعالیتهای دانشگاهها تبدیل شده است و حتی دوره‌های آموزشی کارآفرینی نه تنها جای خود را در بستر دروس دانشگاهی و رشته‌های مختلف باز کرده، بلکه در دوره‌های مختلف تحصیلی از ابتدایی تا دبیرستان نیز مورد توجه قرار گرفته است. براساس مطالعات انجام شده در آمریکا تعداد دانشکده‌هایی که دوره‌های کارآفرینی را در برنامه‌های آموزشی خود گنجانده‌اند تا سال ۱۹۸۰ بالغ بر ۱۶۳ دانشکده می‌شود و در مقطع سال ۱۹۹۰ آموزش کارآفرینی در درون دانشگاه به بیش از ۶۰۰ دانشکده رسیده است. (احمد پور، ۱۳۸۰)

در هندوستان بین سالهای ۸۰-۱۹۶۰ تعداد ۵۰۰ مؤسسه ترویج کارآفرینی شروع به کار کردند تا کارآفرینان مجرب بتوانند نوع آوری صنعتی ایجاد کنند. (لامعی، ۱۳۷۹)

اغلب کشورهای صنعتی و در حال توسعه نیز آموزشهای کارآفرینی را در برنامه‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت خود گنجانده‌اند و نقش محوری آن را در توسعه کشورشان لمس کرده‌اند.

مقایسه سطح توسعه و پیشرفت‌های تکنولوژیکی این کشورها با میزان مؤسسات آموزش کارآفرینی و تعداد کارآفرینان آنها نشان می‌دهد که کارآفرینان موتور و محرک توسعه این کشورها بوده‌اند. در آمریکا از هر شش نفر چه در دبیرستان و چه در دانشگاه یک نفر کارآفرین می‌شود. در کره جنوبی از هر ۱۲ نفر یک نفر و کشور برزیل با اعمال تغییراتی در سیستم آموزشی خود قصد دارد در سال ۲۰۰۵ از هر ۴ نفر یک نفر کارآفرین تحویل جامعه دهد. (طالبی، ۱۳۸۰)

امروزه آموزشهای کارآفرینی حتی به مرز استانداردسازی نیز رسیده است که نمونه‌های بارز آن دوره‌های SYB* و IYB* است که توسط سازمان بین‌المللی کار (I.L.O) در بسیاری از کشورها اجرا شده است. SYB برنامه آموزشی است بر کسانی که ایده‌ای برای راه‌اندازی کسب و کار عملی دارند و برآند تا کاری دست و پا کنند. و IYB به آموزش اصول و مفاهیم مدیریتی و روشهای اداره بنگاه که صاحبان آن درصدد توسعه آن هستند می‌پردازند. (لامعی، ۱۳۷۸) فراتر از اینها جهت شناسایی

* - Start Your Business (SYB)

* - Improve Your Business (IYB)

کارآفرینان و دسته بندی آنها، تست‌های فراوانی در موضوعات مختلف طرح شده که از طریق این تست‌ها می‌توان سطح کارآفرینان و نیازهای آموزشی آنها را مشخص نمود. از جمله این تست‌ها می‌توان به تست‌های کارآفرینی، تست ریسک‌پذیری، تست تحمل ابهام، تست مرکز کنترل، تست سازمان نوآور و ... اشاره نمود. اینها نمایانگر گسترش و کاربرد شدن آموزشهای کارآفرینی است. (صمد آقایی، ۱۳۷۸)

۵- الزامات ساختاری برای آموزش کارآفرینی در ایران :

آموزش کارآفرینی در ایران باید همگام با مجموعه‌ای از سیاست‌های هماهنگ و مرتبط انجام گیرد که می‌تواند در قالب استراتژیهای مدون برای توسعه کارآفرینی صورت گیرد. این استراتژیها عبارتند از:

الف - بسترسازی فرهنگی

کارآفرینی اگرچه رویدادی است اقتصادی، اما متأثر از نظام ارزشی، نگرش‌ها و هنجارهای رفتاری افراد و گروههای انسانی است. بنابراین شخصیت کارآفرینانه افراد موضوعی فرهنگی است که در بستر زمان و با تکوین روحی و روانی فرد قابلیت‌ها بروز پیدا می‌کند.

در سطح ملی نیز فرهنگ جامعه با تأثیرات قابل توجهی که بر ویژگیهای اکتسابی افراد می‌گذارد و همچنین محدودیتهای و فرصتهایی که برای سازمانها فراهم می‌کند اثرات قابل توجهی بر فرآیند کارآفرینی می‌گذارد. قبل از هر چیز باید فرهنگ

کار و ارزش‌های ذاتی آن در افراد خانواده‌ها و جامعه ایران حاکم شود و راههای تقویت آن نیز توسط دولت نهادینه گردد. فرهنگ ملی، ارزشها، هنجارها و چارچوب‌های حاکم بر جامعه به خودی خود هم در برنامه‌ریزیهای کلان و ملی و هم در دیدگاههای فردی و جمعی افراد نسبت به کارآفرینی نقش بسزایی دارد. بنابراین فرهنگ ملی مناسب - که خود بازتاب روحیات و خلیقات فرهنگی افراد جامعه است - منجر به تقویت کارآفرینی می‌شود. ویژگیهای فردی لازم برای کارآفرینی و فرهنگ ملی بطور جمعی و همچنین نگرش‌هایی مانند؛ وجدان کاری، انضباط اجتماعی، شایسته سالاری، قانونمداری فرهنگ کار از جمله امور ساختاری است که باید از ابتدا و در دوره‌های آموزش دبستانی در بین کودکان ترویج و آموزش داده شود.

به همین منظور بخش عمده‌ای از تلاشهای دولت در توسعه کارآفرینی متوجه بسترسازی فرهنگی است که در آن با استفاده از نظام آموزشهای رسمی و غیر رسمی، رسانه‌های جمعی و سایر ابزارها و روشهای فرهنگی است تا روح کارآفرینی در کالبد جامعه دمیده شود.

ب - اصلاحات قانونی و اداری

اصلاحات در قوانین و مقررات مربوط به کسب و کارها نظیر اخذ مالیات، قوانین کار، مبارزه با رانت خواری و فساد اداری، آسان‌سازی مقررات ثبت و انحلال شرکت و تدوین قوانین حمایتی از کارآفرینان نمونه‌هایی از اصلاحات قانونی و اداری است که می‌تواند زمینه‌ساز بروز فعالیت‌های کارآفرینانه شود.

ج - نهادسازی

گفته شد که کارآفرینی یک فرآیند است و هر فرآیندی در اجتماع مادام که نهادهینه نشود کارآیی خود را از دست می‌دهد.

بنابراین ایجاد نهادهای حمایتی ویژه کارآفرینان مانند صندوقهای سرمایه خطرپذیر، صندوقهای پوشش بیمه‌ای کسب و کارهای خطرپذیر، توسعه شبکه‌های ارتباط بین کارآفرینان، ایجاد شبکه‌های اطلاع‌رسانی و تشکیلات آموزشی و مشاوره‌ای مخصوص کارآفرینان از دیگر محورهای مکمل توسعه کارآفرینی است.

۶- آموزش کارآفرینی در ایران و نقش آن در ایجاد اشتغال:

می‌دانیم که ایرانیان دارای هوشی سرشار و بطور متوسط از بهره هوشی بالایی برخوردارند و با توجه به تنگناها و نارسائیهای تاریخی و ساختاری موجود شاهد این هستیم که از گوشه و کنار کشور افراد بسیاری در سنین مختلف پیدا می‌شوند که با نبوغ و قوه خلاقیت خود، حرفهای جدید، ایده‌های بکر، روش‌های نو و اختراعات بدیعی ارائه می‌دهند. اما سؤال اساسی اینجاست که با توجه به وجود چنین امکانات بالقوه و نیروی انسانی توانمند چرا در زمینه بکارگیری مکانیزمهای کارآمد جهت توسعه و ایجاد اشتغال دچار مشکلاتی هستیم. فارغ از مشکلات متعدد ساختاری و کلان، از منظر کارآفرینی به این موضوع پرداخته می‌شود.

در سطور پیشین گفته شد که آموزش کارآفرینی در برنامه‌های اقتصادی دولت و برنامه‌های آموزشی کشورهای توسعه یافته جایگاه ویژه‌ای پیدا کرده است و سطح توسعه آنها با تعداد کارآفرینان رابطه متقابل دارد.

یک واقعیت آشکاری است که آموزش کارآفرینی در کشور ما مراحل جنینی خود را طی می‌کند و در حال حاضر هیچ نهاد رسمی در این زمینه وجود ندارد که به امر سیاست‌گذاری و اجرای دوره‌های آموزش کارآفرینی بپردازد و مهمتر اینکه کارآفرینی در سیستم آموزش رسمی و غیر رسمی کشور فاقد جایگاه لازم است. از همه مهمتر برنامه‌های کلان توسعه کشور از این موضوع حیاتی غفلت ورزیده و از طرف دولت هیچ نوع بسترسازی و ارائه سیاست‌های حمایتی در زمینه تربیت افراد کارآفرین صورت نگرفته است.

عمده اقدامات صورت گرفته در این زمینه تحقیقات پراکنده، چند کتاب منتشره و بحث‌های علمی در میان صاحب‌نظران این موضوع می‌باشد. از اقدامات در خور توجه صورت گرفته در این زمینه می‌توان به طرح کاراد که توسط وزارت علوم و تحقیقات و فناوری تدوین شده و دیگری برگزاری دوره‌های آموزشی کارآفرینی و خوداشتغالی توسط سازمان همیاری اشتغال و فارغ‌التحصیلان و چندین دوره برگزار شده در بعضی دانشگاهها و اقدام آموزش و پرورش در زمینه ارائه درسی تحت عنوان کارآفرینی در رشته تحصیلی کار و دانش اشاره نمود.

این اقدامات اندک در قبال این موضوع حیاتی بسیار ناچیز است. در این زمینه مهمترین نقش را دولت می‌تواند ایفا نماید. مهمترین نقش دولت در توسعه کارآفرینی

از طریق نظام آموزشی است. بویژه از طریق آموزش عالی، دانشگاهها، آموزش و پرورش و مؤسسات آموزشی خصوصی، مفاهیم و اصول کاربردی کارآفرینی را به جامعه معرفی نماید.

تجربه کشورهای موفق در زمینه کارآفرینی نشان می‌دهد که آموزش کارآفرینی تأثیر بسزایی در بهبود و توسعه زندگی اجتماعی و اقتصادی کشورها دارد. در ایران نیز یکی از راههای مؤثر و تجربه شده ایجاد اشتغال و رفع بحران بیکاری پرداختن به مسئله حیاتی آموزش کارآفرینی و تربیت افراد کارآفرین است. به عبارت دیگر با ترویج و کشاندن مباحث و روشهای کارآفرینی به عرصه عمومی جامعه و نهادینه کردن آموزشهای آن در آینده نه چندان دور می‌توانیم بر مشکلات ساختاری اشتغال کشور فائق آییم.

آشکارترین نقش آموزش کارآفرینی و تربیت کارآفرینان در توسعه اشتغال به اشکال زیر می‌تواند باشد.

- کارآفرینان در واقع ارزش افزوده منابع انسانی به شمار می‌آیند. این افراد ضمن اینکه خود اشتغال می‌باشند باعث ایجاد اشتغال برای دیگران و جامعه نیز می‌شوند.

- بخشی از وظایف دولت را در ایجاد اشتغال برعهده می‌گیرند.

- رقابت را به میان تولیدکنندگان آورده و تحرک و پویایی اقتصاد را موجب می‌شوند.

- باعث تغییر فرهنگ کار و شیوه نگرش افراد جامعه به اشتغال می‌شوند.

- تقویت بخش خصوصی را سبب می‌شوند.
- باعث ترویج فرهنگ تولید، خوداتکایی و از بین بردن فرهنگ مصرف‌گرایی می‌شوند.
- بهره‌وری در کشور را ارتقاء و افزایش می‌دهند.
- سرمایه‌های انسانی بعنوان زیربنای رشد و توسعه اقتصادی کشور را تقویت می‌نمایند.
- و آثار و نتایج دیگر ...

۷- نتیجه‌گیری و پیشنهاد :

درباره سهم آموزش کارآفرینی (تربیت کارآفرینان) در ایجاد اشتغال ابتدا باید ارتباط بین این دو را شناخت رابطه کارآفرینی و ایجاد اشتغال ضمن تأثیرات اقتصادی اجتماعی یک رابطه دو سویه است یکی از جهت کمیت و دیگری از جهت کیفیت است. در مورد اول یک کارآفرین می‌تواند حداقل برای چندین نفر شغل دائم و مولد ایجاد نماید که در صورت توسعه، مشاغل تبعی را نیز به همراه خواهد داشت. در مورد دوم کیفیت اشتغال مطرح می‌شود. بطوریکه فعالیت کارآفرینان عمدتاً در بخشهای مولد است و بخشهای مولد معمولاً پویا و دائماً خود را تقویت می‌نمایند. در نتیجه امکان آسیب‌پذیری این مشاغل نسبت به مشاغل دیگر کمتر می‌باشد. همچنین شاغلان در چنین گروههایی، سطحی از تخصص، مهارت و دانش روز برخوردارند که مسلماً در کار خود منشاء اثر واقع می‌شوند.

در کشور ما بدلیل نوپا بودن چنین حرکتی راه‌حل‌های زیر می‌تواند در کوتاه‌مدت و درازمدت تأثیرات مطلوبی در توسعه اشتغال داشته باشد؛

- ایجاد نهاد و تشکیلات متمرکز در زمینه سیاست‌گذاری، سازماندهی، نظارت و اجرای برنامه‌های آموزشی کارآفرینی. در این رابطه یکی از محققان کارآفرینی* کشور طرحی ارائه نموده‌اند مبنی بر ایجاد یک مرکز یا ستادی تحت عنوان «ستاد آموزش کارآفرینی ایران» (ساکا SAKA) که اهداف، وظایف و چارچوب تشکیلاتی آن توسط محقق نامبرده به تفصیل تدوین گردیده است.

- توسعه آموزش‌های کارآفرینی و الحاق این آموزشها به بدنه سیستم آموزشی کشور. بطوریکه آموزشهای کارآفرینی از سطح دبستان تا دبیرستان و دانشگاه بصورت متوالی و در قالب درسی مجزا ارائه شود.

- تدوین یک استراتژی توسط دولت در برنامه‌های کلان توسعه در باب آموزش کارآفرینی.

- تربیت مربیان و مدرسین کارآفرینی.

- اعزام افراد و کارشناسان برای گذراندن دوره‌های کارآفرینی و کسب تخصص‌های کاربردی در کشورهای صاحب تجربه و انتقال دانش و الگوهای کارآفرینی به ایران.

* رجوع شود به لامعی، بهزاد. آموزش کارآفرینی در ایران و بررسی موانع - مؤسسه کار و تأمین

- تبلیغ و ترویج کارآفرینی در رسانه‌های همگانی بویژه رادیو، تلویزیون و ارائه فیلم‌های آموزشی در این زمینه.
 - ایجاد ارتباط با سازمان‌های بین‌المللی فعال در زمینه کارآفرینی و ایجاد زمینه‌های مشترک همکاری.
 - بازنگری در سیاست‌های اشتغال و اختصاص بودجه برای آموزش کارآفرینی.
 - حمایت دولت از کارآفرینان و مؤسسات و مراکزی که در زمینه کارآفرینی فعال هستند.
 - گسترش کارآفرینی سازمانی در مراکز تولیدی و صنعتی در جهت ارتقاء بهره‌وری.
 - تربیت مدیران کارآفرین در سازمانها و مراکز تولیدی.
- و ...

منابع :

- ۱- احمدپور داریانی ، محمود - کارآفرینی (تعاریف، نظریات، الگوها). انتشارات شرکت پردیس ۵۷ - چاپ سوم، ۱۳۸۰.
- ۲- لامعی، بهزاد - آموزش کارآفرینی در ایران و بررسی موانع مؤسسه کار و تأمین اجتماعی، ۱۳۷۹.
- ۳- صمدآقایی، جلیل - سازمانهای کارآفرین، انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی، ۱۳۷۸.
- ۴- ویژه نامه همایش کارآفرینی و فناوریهای پیشرفته، گفتگو با دکتر کامبیز طالبی.
- ۵- احمدپور داریانی، محمود و موسوی بازرگانی، سیدجلال - مقدمه‌ای بر کارآفرینی، سازمان سنجش و آموزش کشور ۱۳۸۰.