



## کارآفرینی در مدارس

دکتر امید مهربابی

دبیر کارآفرینی منطقه ۲ تهران

### در یک نگاه

در این شماره و هفت شماره بعدی، در حوزه آموزش کارآفرینی به این پرسش‌ها پاسخ خواهیم داد:

- چرا کارآفرینی باید از مدارس آموزش داده شود؟
- چه محتوای آموزشی باید هدفگذاری شود؟
- ماهیت و روش آموزش آن‌ها چیست؟
- مربیان آموزش کارآفرینی باید چه ویژگی‌هایی داشته باشند؟
- نقش و مسئولیت دولت، سازمان‌های محلی و مردم- نهاد، کسب‌وکارهای ملی و منطقه‌ای، مدرسه، خانواده، معلمان و به‌ویژه معلمان دروس دیگر در اثربخشی این آموزش‌ها چیست؟
- تجارب موفق داخلی و خارجی کدامند؟
- چه ظرفیت‌هایی در داخل مدرسه اعم از دولتی و غیردولتی وجود دارد؟
- چگونه می‌توان دانش‌آموزان مستعد در زمینه کارآفرینی را شناسایی کرد؟
- چه برنامه‌های ویژه‌ای می‌توان برای آن‌ها تدارک دید؟
- آیا همه دانش‌آموزان باید کارآفرین شوند؟
- اگر نه، مدرسه برای بقیه چه کارهایی باید و می‌تواند انجام دهد؟ در این شماره به همه این پرسش‌ها به اجمال و در شماره‌های بعدی به تفصیل، و به هر یک جداگانه، پاسخ داده خواهد شد.

چرا در همه جای دنیا نسبت به کارآفرینی و آموزش آن حساس شده‌اند؟ صرف‌نظر از میزان توسعه‌یافتگی، همه کشورهای در تلاشند تا با استفاده از راهبرد توسعه کارآفرینی، به‌ویژه در کسب‌وکارهای کوچک، بر موانع توسعه، رفاه و شکوفایی اقتصادی غلبه کنند. اهمیت تربیت کارآفرینان به اندازه‌ای است که سازمان‌های بین‌المللی مانند سازمان توسعه و همکاری‌های اقتصادی، مجمع جهانی اقتصاد، و نیز یونسکو نه‌تنها آموزش کارآفرینی را توصیه کرده‌اند، بلکه در سال‌های اخیر آن را از تکالیف دولت‌ها و آموزش رسمی برشمردند.

#### کارآفرینان چه قابلیت‌هایی دارند؟

تحقیقات گسترده در سراسر جهان نشان می‌دهد که قابلیت‌های کارآفرینان موفق را می‌توان در سه دسته کلی دانش‌محور (مانند آشنایی با قوانین بیمه و کار و دانش فنی خاص مورد نیاز کسب و کار)، مهارت‌محور (مانند توانایی مذاکره و تحلیل داده‌های بازار یا تولید) و نگرش‌محور (مانند پشتکار، مثبت‌اندیشی و آینده‌نگری) طبقه‌بندی کرد.

#### چرا آموزش کارآفرینی از مدرسه؟

بررسی ویژگی‌های کارآفرینان موفق در جهان ضرورت آغاز این آموزش‌ها را در سنین آغازین تحصیل به‌خوبی توجیه می‌نماید: اگرچه هر سه قابلیت بالا در عملکرد افراد مؤثر هستند، اما نگرش عامل و باعث بروز تفاوت‌های اساسی در عملکرد آن‌ها می‌شود. نگرش‌ها عبارتند از مجموعه باورها و ارزش‌هایی که براساس آن‌ها فرد رفتاری را از خود بروز می‌دهد. بر این اساس، نگرش‌ها، اکتسابی و زمان‌بر هستند. همین ویژگی دوم باعث می‌شود فرصت‌های کسب‌وکار به سرعت و بی‌دری برای کسانی که دانشگاه و بعد از آن را نقطه آغاز آموزش کسب‌وکار برمی‌شمرند، از

دست بروند.

دلیل دیگری نیز برای آغاز کردن این آموزش‌ها از مدرسه وجود دارد. در گذشته قابلیت‌های موردنیاز برای راه‌اندازی موفق یک کسب‌وکار بسیار ناچیزتر از این روزگار بود. در سال‌های نه‌چندان دور چیزهایی به نام استراتژی، مشتری، کیفیت، تحلیل رفتار خریدار، طراحی، بسته‌بندی، قوانین و مانند آن یا وجود نداشتند یا بسیار سطحی و ابتدایی بودند. اما امروزه، حتی در حوزه دانشی، چیزهای زیادی وجود دارد که برای راه‌اندازی و اداره موفق یک کسب‌وکار باید دانست. این حجم از قابلیت‌ها شامل دانش، مهارت و نگرش به زمان زیادی - بسیار بیشتر از آموختن در دوره دانشگاه یا بعد از آن - نیاز دارد.

اجازه دهید دلیل سوم را بی‌پرده و بی‌پروا بگویم: نه دانشجویان و نه استادان دانشگاه برنامه و انگیزه‌ای برای تربیت کارآفرین ندارند. نظام آموزش تحصیلات عالی و تکمیلی نیز برای تربیت کارآفرین برنامه و هدفی ندارد. همه ما، یا اغلب ما معلمان، که تجربه دانشجویی داشته‌ایم. به‌خوبی می‌توانیم در مورد این ادعا دوری نماییم. محیط دانشگاهی امروز ما چنان ناکارآمد است که ذی‌نفعان و متولیان آن صراحتاً به ناکارآمدی آموزش عالی در تربیت نیروی کار چه از نوع کارمند و چه از نوع کارآفرین اذعان دارند.

#### آموزش کارآموزی شامل چه اهداف و محتواهایی است؟

باید ویژگی‌هایی را آموزش داد که کارآفرینان موفق دارا هستند. هر کسب‌وکار دارای دو بعد است که من آن‌ها را به ترتیب «موضوع کسب و کار» و «روح کسب‌وکار» می‌نامم. موضوع کسب‌وکارها با یکدیگر متفاوت است. مثلاً در کسب‌وکار آرایشگری، آرایش و پیرایش موی سر افراد موضوع

#### کسب‌وکار

#### محسوب می‌شود

اما در یک

رستوران، طبخ و ارائه غذا به مشتریان موضوع کسب‌وکار است. اما روح کسب‌وکار در همه حرفه‌ها و مشاغل یکسان است، هرچند ممکن است روش‌های اجرایی آن‌ها متفاوت و متنوع باشد. مشتری‌مداری، تدوین راهکار برای تبدیل ایده به پول، تضمین کیفیت محصول یا خدمت، امور و قوانین جاری و حاکم بر کسب‌وکار مانند قوانین صنفی یا قانون تجارت، بیمه، مالیات و مانند آن، استخدام و اخراج، فروش، رصد مشتری و ارتباط با آن و دهها مورد دیگر، اجزای روح کسب‌وکارها را تشکیل می‌دهند. همان‌گونه که مشاهده می‌شود، ماهیت اهداف آموزشی در موضوع کسب‌وکار، عمدتاً دانشی و مهارتی است، در حالی که در روح کسب و کار، ماهیت نگرشی اهداف آموزشی پررنگ‌تر و مهم‌تر است. ممکن است بپرسید که دانستن قوانین بیمه و مالیات که نگرشی نیست، بلکه دانشی است. در پاسخ باید گفت که منظور از قوانین و مقررات، بیشتر از متن قانون، تبصره‌ها و استثنائات و موارد مانند آن است. مخصوصاً این نگرش که در همه زمینه‌ها از جمله در موضوعات حقوقی مانند بیمه و مالیات حتماً می‌باید از مشاور مجرب بهره برد. ممکن است بگویید اینکه امری کاملاً بدیهی و مقبول است! اما تحقیقات انجام شده بر روی کسب‌وکارهای



ورشکسته نشان می‌دهد که مؤسسان این کسب‌وکارها بعد از مواجهه با مشکلات مالی، بیمه‌ای و حقوقی - و نه قبل از آن - به دنبال وکیل و مشاور می‌گردند. زیرا تا این زمان تصور می‌کردند - که قانون همان است که آن‌ها خوانده‌اند. کارآفرینانی که این مفهوم در آن‌ها به صورت نگرش درآمده است، قبل از راه‌اندازی کسب‌وکار به‌خوبی از مشاوره‌های موجود استفاده می‌کنند.

### روش آموزش کارآفرینی چیست؟

به روشنی و با تأکید چندباره باید گفت که این آموزش‌ها حتی آن‌هایی که دانش - محور هستند، تنها در صورتی که با روش‌های فعال ارائه گردند، اثربخش خواهند بود. زیرا، آموزش از روش‌های غیرفعال نهایتاً منجر به ایجاد دانش می‌شود و همان‌گونه که پیش‌تر ذکر شد، دانش، در مقایسه با مهارت و نگرش، سهم و نقش کمتری در موفقیت یک کارآفرین دارد. مشخصاً، ترکیبی از آموزش در عمل، آموزش از طریق حل مسئله، آموزش از طریق بازی و ایفای نقش به‌عنوان راهبردهای آموزش موفق کارآفرینی توصیه و تجربه شده است.

### عوامل موفقیت آموزش کارآفرینی در

#### مدارس

اگر همه عوامل به‌درستی در آموزش مشارکت نکنند، این آموزش‌ها بدون

تردید ناکارآمد خواهند بود. اهداف و محتوای آموزشی باید براساس نیازهای محیط و ماهیت قابلیت‌های موردنیاز کارآفرینان (دانش، مهارت و نگرش) تدوین گردند. مربیان باید در استفاده از روش‌های فعال توانمند باشند. دانش‌آموزان و اولیا نیاز به انگیزه‌های بالا در میل به کارآفرینی دارند. آن‌ها حتماً باید نسبت به ویژگی‌ها و آفت‌های پارادایم‌های موجود (درس بخوان، رتبه خوبی در کنکور کسب کن، به دانشگاه خوبی برو تا کار خوبی پیدا کنی) و نیز آفت‌های کارآفرینی و ایجاد کسب‌وکار به‌خوبی توجیه شوند. از آنجا که اکثر معلمان تجربه کارآفرینی موفق ندارند، لازم است تا از کارآفرینان محلی، منطقه‌ای و ملی موفق در نقش حامی مادی و معنوی و مشاور بهره‌گیرند. آگاهی مدیران مدارس از ظرفیت‌های حمایتی نهادهای حاکمیتی و سازمان‌های مردم‌نهاد (۱۷۳۵) مقدار قابل توجهی از جاده ناهموار توسعه کارآفرینی را هموار خواهد کرد.

### چه ظرفیت‌هایی در اطراف نهاد آموزشی قابل اعتنا هستند؟

خانواده‌ها، سازمان‌های مردم‌نهاد، دانشگاه و برخی نهادهای فرهنگی از جمله ظرفیت‌های موجود در اطراف مدارس هستند که به‌خوبی می‌توان از آن‌ها بهره برد. برخی ظرفیت‌ها نیز در داخل مدرسه موجود است. فعالیت‌های مداوم و مستمر مانند بوفه مدارس و دیگر خدمات ممکن، موردی و مقطعی مانند بازارچه‌های خیریه، پروژه‌های درسی، بازدیدهای عمومی و اختصاصی از جمله این ظرفیت‌ها هستند. شاید تعجب کنید اگر بدانید که در بسیاری از نقاط جهان نیز از همین ظرفیت‌ها استفاده می‌شود.

#### دو نکته مهم

۱. ممکن است فعالیتی تحت‌عنوان آموزش کارآفرینی انجام شود، اما نه

تنها مفید نباشد بلکه مضر هم باشد. به‌عنوان مثال اغلب بازارچه‌های خیریه که با عنوان همت عالی برگزار می‌شود از همین نوع است که در شماره‌های بعدی به مضرات آن‌ها به تفصیل اشاره خواهیم کرد. شاید عمده تفاوت ما با کشورهای که شاید بعضی از هموطنان و ما معلمان آرزو می‌کنیم در آن‌ها زندگی یا تدریس کنیم در همین است. هم باید آموزش درست بدهیم (اهداف آموزشی متناسب) و هم آن آموزش‌ها را درست بدهیم (طرح درس).

۲. این تصور که همه باید کارآفرین شوند از پایه غلط است. به همین دلیل، باید دقت کنیم که کارآفرینی را تنها مسیر موفقیت مادی و معنوی به دانش‌آموزان معرفی نکنیم. هدف از این آموزش‌ها صرفاً ایجاد زمینه به‌منظور شکوفایی استعدادهاست. به بیان دیگر باید در زمینه روش‌های دیگر کسب درآمد شامل کارمندی، خویش‌فرمایی و سرمایه‌گذاری نیز محتواسازی نموده و آموزش دهیم تا دانش‌آموزانی که در کارآفرینی مستعد نیستند، ناامید نشوند و مسیرهای دیگر را به اقتضای ویژگی‌های شخصیت خودشان دنبال نمایند.