

تربیت کارآفرینانه

دکتر عظیم محبی



برای آشنایی بیشتر به اهمیت کارآفرینی فایل صوتی را اسکن کنید.

کارآفرینی موتور محرکه توسعه کشورهاست. کارآفرینان عامل تغییرند و تغییرات را به فرصت‌های کسب‌وکار تبدیل می‌کنند. کارآفرینان با نوآوری و اقدامات جسورانه آینده کشور ما را تضمین می‌کنند. کارآفرینان با نیازآفرینی زمینه تولید ناب و صادرات را فراهم می‌آورند و با ارزآوری عامل توسعه کشورها هستند.

بیان مسئله

با توجه به اهمیت کارآفرینی سؤال کلیدی آن است که آیا در کشور ایران کارآفرینان به‌خوبی شناسایی می‌شوند، زمینه نقش‌آفرینی آن‌ها فراهم می‌شود؟ آیا مورد حمایت قرار می‌گیرند؟ آیا زمینه آموزش و تربیت روحیه کارآفرینی در مدرسه‌ها و دانشگاه‌ها فراهم شده است؟ خانواده‌ها تا چه میزان بچه‌ها را با رویکرد کارآفرینی تربیت می‌کنند؟

تحلیل

سیاست‌های توسعه کشور، به‌ویژه سیاست‌های اقتصاد مقاومتی، به‌طور ویژه به کارآفرینی توجه کرده‌اند. در عین حال باید اذعان داشت، ترجمه اقتصاد مقاومتی در آموزش و پرورش، همان تربیت ویژگی‌ها و مهارت‌های کارآفرینی است. در عین حال، در اسناد تحولی آموزش و پرورش، یکی از رویکردهای مهم، توجه به تربیت کارآفرینی است و این موضوع در اهداف مصوب دوره‌های تحصیلی در ساحت اقتصادی حرفه‌ای نیز مورد توجه قرار گرفته است. در کشور ایران، کارآفرینی با شغل و ایجاد شغل یکی فرض

شده است، در صورتی که شغل محصول تفکر کارآفرینی است. به عبارت دیگر، نوآوری و خطرپذیری نشانگر اصلی کارآفرینی و کارآفرینان است و بدون این دو ویژگی نمی‌توان از کارآفرینی (ارزش‌آفرینی - نوآفرینی) سخن گفت. به عبارت دیگر، کارآفرینی را باید بیشتر جنبه شخصیتی و هویت افراد تلقی کرد؛ هویتی خلاق، نوآور، خطرپذیر، دارای پشتکار، مصمم، خودباور و ... کارآفرینی علمی میان‌رشته‌ای است؛ علمی که با مفاهیم اقتصادی، مدیریتی و روان‌شناسی عجین است.

همچنین، برای توسعه فرهنگ کارآفرینی در کشور باید آن را به‌صورت سیستمی (نظام‌مند) تحلیل کرد:

- درون‌داد (شامل خانواده، مدرسه، دانشگاه، تلاش خود فرد و ...)

- فرایند (شامل شناسایی، آموزش، مشاوره، هدایت و حمایت)
- برون‌داد (کسب توانمندی کارآفرینی و توسعه کسب‌وکارهای کارآفرینانه)

زیرساخت توسعه کشورمان ایران، نیازمند توسعه فرهنگ کار و کارآفرینی (توأم با ارزش‌های اخلاقی، انقلابی، علمی و



(... است. آموزش تفکر کارآفرینی از دانشگاه دیر است. باید از پیش‌دستانی و مدرسه‌ها فرصتی فراهم شود تا به تدریج هویت کارآفرینانه شکل پیدا کند.

ویژگی‌های کارآفرینان

از اوایل سال ۱۹۵۰، کارآفرینی مورد توجه روان‌شناسان قرار گرفت. روان‌شناسان محققانی بودند که متغیرهای شخصیتی و روان‌شناختی کارآفرینان را مورد مطالعه قرار می‌دادند. آن‌ها تمام توجه خود را به این سؤال معطوف کردند که در کارآفرینان چه ویژگی‌هایی وجود دارد که آن‌ها را از غیر کارآفرینان متمایز می‌کند. **ویلیام بیباگریو** از صاحب‌نظران برجسته کارآفرینی، مهم‌ترین ویژگی‌های تخصصی کارآفرینان را در ده مورد خلاصه می‌کند که عبارت‌اند از:

۱. خیال‌پردازی؛

۲. قاطعیت؛

۳. اهل عمل (عمل‌گرای)؛

۴. عزم راسخ؛

۵. فداکاری؛

۶. دلبستگی؛

۷. موشکافی؛

۸. کنترل کاری؛

۹. ثروت‌اندوزی؛

۱۰. توزیع ثروت.

مک کللند (۱۹۶۱) سه ویژگی مهم کارآفرینان را شناسایی کرده است.

۱. رقابت‌جویی؛

۲. پذیرش مسئولیت‌های فردی برای نتایج؛

۳. نوآوری.

روتر (۱۹۶۶) بر ویژگی مرکز کنترل^۱ در کارآفرینان تأکید کرد. **گرید** (۱۹۸۸) با بازنگری در ادبیات کارآفرینی، ویژگی‌های اصلی کارآفرینان را شامل نیاز به موفقیت، نیاز به استقلال، مرکز کنترل درونی، خلاقیت و ریسک‌پذیری و اعتمادبه‌نفس معرفی کرد.

مطالعه دیگری در دانشگاه دورهام انگلستان انجام گرفت و هفت عامل اساسی را که بیشترین تأثیر را در موفقیت گروه مورد مطالعه داشته است، به‌عنوان ویژگی‌های کارآفرین بیان می‌کند:

۱. دورنما؛

۲. نیاز به موفقیت؛

۳. نیاز به استقلال؛

۴. ریسک‌های حساب‌شده؛

۵. تمایل به استفاده از فرصت‌ها؛

۶. مرکز کنترل درونی؛

۷. خلاقیت و نوآوری.

تیمونز (۱۹۹۰) این طبقه‌بندی را ارائه داده است:

۱. عزم و اراده و تعهد؛

۲. تمایل به مسئولیت‌پذیری؛

۳. اشتغال ذهنی بر درک فرصت‌ها؛

۴. تحمل ریسک، ابهام و نبود قطعیت؛

۵. اعتمادبه‌نفس؛

۶. خلاقیت و انعطاف‌پذیری؛

۷. سطح بالای انرژی؛

۸. انگیزه برتری‌جویی؛

۹. جهت‌گیری نسبت به آینده؛

۱۰. تمایل به یادگیری؛

۱۱. توانایی رهبری.

با تحلیل مطالعات فوق می‌توان نتیجه گرفت، خلاقیت و نوآوری، ریسک‌پذیری و نیاز به موفقیت سه ضلع اصلی در رویکرد ویژگی‌ها محسوب می‌شوند (پرداختچی، ۱۳۸۶).

عده‌ای نیز مطالعاتی را از نظر محیطی (عوامل فرهنگی - اجتماعی، تجربه‌ها، زمینه خانوادگی، آموزشی و ...) انجام دادند؛ مانند **اولم وادی** (۱۹۸۵) و **الدريج** (۱۹۸۶)، و ادعا کرده‌اند، این عوامل محیطی نیز در روند رفتار کارآفرینان مؤثرند (عواملی چون بانکداری، رقبا، مشتریان، اقتصاد، آداب‌ورسوم، فناوری، بافت اجتماعی، و تجربه‌های آموزشی و خانوادگی).

در عین حال، از ۱۳۸۰ به بعد، این موضوع در حوزه مدیریتی نیز مورد توجه قرار گرفته است. دراکر فردی است که به رشد کارآفرینی در حوزه مدیریت کمک کرده است. لذا می‌توانیم ادعا کنیم کارآفرینی یک علم میان‌رشته‌ای است.

تعریف برخی از ویژگی‌ها

۱. نیاز به موفقیت^۱

مردم هر جامعه را می‌توان از نظر روان‌شناسی به دو گروه عمده تقسیم کرد: گروه اول، گروهی که فرصت‌ها آنان را به چالش می‌خوانند و بر آن‌اند تا کارهای دشوار را انجام دهند. این گروه در اقلیت‌اند. گروه دوم، گروهی که بی‌توجه از کنار فرصت‌ها و مسائل می‌گذرند. اینان در اکثریت‌اند. نیاز به موفقیت یعنی تمایل به برتری یا موفقیت و تلاش برای پیشرفت و رسیدن به مجموعه‌ای از استانداردها.

نشانه‌های نیاز به موفقیت

۱. لذت‌بردن از فعالیت‌های کاری مشکل‌زا و چالشی؛

۲. تلاش برای عملکرد بالاتر از اهداف تعیین‌شده؛

۳. تلاش برای جست‌وجوی راه‌های جدید فائق آمدن بر مشکلات؛

۴. پشتکار و تعهد در انجام کار؛

۵. اشتیاق در مسئولیت‌پذیری؛

۶. تعیین معیارهای قابل‌سنجش برای سطح عملکرد خود؛

۷. پذیرش خطرات منطقی در کار؛

۸. لذت‌بردن از فرایند کار به‌عنوان پاداش؛

۹. خودارزیابی از کار و ارائه بازخورد به خود؛

۱۰. تمایل به پایان‌رساندن فعالیت.

۲. تمایل به ریسک

کارآفرینان تمایلاتی به مخاطره‌پذیری دارند. افراد عادی



۶. نیاز به استقلال

نیاز به استقلال را با عبارت‌هایی نظیر کاری را برای خود انجام دادن و آزادی عمل داشتن و آقای خودبودن تعریف کرده‌اند. در واقع، نیاز به استقلال عاملی است که سبب می‌شود کارآفرینان به اهداف و رؤیاهای خود دست یابند.

۷. تحمل ابهام

یکی از ویژگی‌های کارآفرینان، پذیرش دشواری و ناآشنا بودن آینده کسب‌وکار است. بدون این ویژگی افراد به کشف یا خلق فرصت‌ها اقدام نمی‌کنند.

۸. خودآگاهی^{۱۴}

خودآگاهی به تعبیر روان‌شناسان توانایی فرد در شناخت خود و آگاهی از خود به‌عنوان موجودی متمایز است. در واقع، خودآگاهی به‌معنای شناخت شاخص‌های وجودی فرد از جمله خصوصیات ظاهری، احساسات، نگرش‌ها، ارزش‌ها، اهداف، نقاط قوت و ضعف، علاقه‌ها و نیازهای فرد است (سعادت، ۱۳۹۷).

خودآگاهی به مثابه منشوری با وجوه متعدد، جلوه‌های گوناگونی از خویش‌شناسی شما را متجلی می‌کند. برای دستیابی به گوهر خودآگاهی، لازم است همه زوایای آشکار و پنهان درون خود را بشناسید و تجزیه و تحلیل کنید. خودشناسی به بیان ساده یعنی من آگاه باشم از نظر ظاهری چه مشخصات و ویژگی‌هایی دارم. چه افکار و باورهایی بر ذهن من حاکم هستند، چه نگرشی نسبت به خود و دنیای اطرافم دارم و چه اهدافی را در زندگی دنبال می‌کنم.

مؤلفه‌های خودآگاهی

۱. خودآگاهی فردی؛
۲. خودآگاهی اجتماعی؛
۳. ژرف‌اندیشی؛
۴. شناخت نگرش‌ها و عقاید؛
۵. رشد شخصیت؛
۶. بهبود تعاملات و ارتباطات؛
۷. تأثیرگذاری بر رفتار دیگران؛
۸. زندگی در زمان حال (مهم‌ترین عنصر هوش هیجانی).

شاخص‌های مهارت خودآگاهی

۱. شناخت خود؛
۲. روشن‌بودن هدف؛
۳. مسئولیت‌پذیری؛
۴. برقراری ارتباط با خود؛
۵. توانایی درک و تحلیل احساسات خود؛
۶. واقع‌بینی؛
۷. تمایل به ارتباط با دیگران؛
۸. تمایل به کنجکاوی و پژوهش و کسب تجربه؛

زمانی درگیر فعالیت می‌شوند که هیچ خطری متوجه آن‌ها نباشد؛ خطر مالی، شغلی، روحی و بازار. یعنی باید صددرصد از شرایط کار و فعالیت مطمئن باشند. در غیر این صورت از قید آن می‌زنند. اما افرادی که روحیه کارآفرینی دارند، با چالش‌ها و خطرات موجود در فعالیت‌ها تا ۵۰ درصد هیچ مشکلی ندارند و از این حالت کار احساس خطر نمی‌کنند. به عبارت دیگر، مایل‌اند مقدار متوسط از مخاطره را که برای شروع کسب‌وکار معمولی تلقی می‌شود، بپذیرند و در این حد حاضرند پول، امنیت، شهرت و موقعیت خود را به مخاطره بیندازند. اگر پولی داشته باشند، ترجیح می‌دهند سهام بخرند (تا در بانک قرار دهند) اگر شانس موفقیت انجام کاری ۵۰ - ۵۰ باشد، آن را انجام می‌دهند و تمایل دارند کسب‌وکاری جدید را آغاز کنند.

۳. گرایش به خلاقیت^{۱۳} و نوآوری

خلاقیت عبارت است از توانایی تلفیق ایده‌ها به شیوه‌های منحصر به فرد برای برقراری ارتباط غیرمعمولی بین ایده‌های گوناگون. در حالی که نوآوری فرایند به‌کارگرفتن یک ایده خلاق و تبدیل آن به یک محصول یا خدمت با شیوه مفید است. به عبارت دیگر، خلاقیت بر توانایی تأکید دارد نه فعالیت.

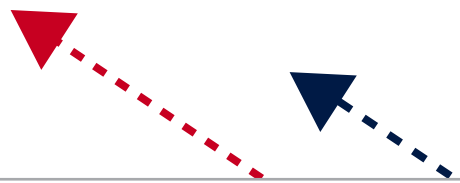
۴. روحیه شکست‌ناپذیری

کارآفرینان بر این باورند که چیزی به نام شکست وجود ندارد و آنچه به دست می‌آید، تنها نتیجه است و بس. گاهی با وجود هرگونه تلاش و برنامه‌ریزی، هیچ چیز درست از آب در نمی‌آید. آنچه می‌توان گفت، این است که اگرچه نتیجه به‌دست آمده مطلوب ما نیست، ولی به هر حال، نتیجه به بار آمده است. درباره **توماس ادیسون** نقل می‌کنند که پس از ۹۹۹ بار تلاش برای ساخت لامپ، موفق نمی‌شود. کسی از او می‌پرسد آیا می‌خواهی برای هزارمین بار شکست بخوری؟ ادیسون پاسخ می‌دهد کدام شکست؟ من کشف کردم که نباید از آن طریق لامپ بسازم.

۵. مرکز کنترل درونی

برخی افراد باور دارند که بر زندگی خود کنترل دارند و بعضی دیگر بر این باورند که نیروهای بیرونی زندگی آنان را کنترل می‌کنند و این نیروها خارج از کنترل فردند. افرادی که مرکز کنترل درونی دارند، حوادث مرتبط با زندگی خود را کنترل می‌کنند و صفات شخصی درونی آنان تعیین می‌کنند که در یک موقعیت چه اتفاقی خواهد افتاد.

تحقیقات نشان می‌دهد، این افراد از اعتماد به نفس بالایی برخوردارند و به دنبال موقعیتی هستند که بتوانند از حکمت و جدیت خود برای هدایت حوادث آینده استفاده و نتایج را کنترل کنند. کارآفرینان دارای مرکز کنترل درونی‌اند؛ به طوری که به خود ایمان دارند و موفقیت یا شکست را به سرنوشت، اقبال یا نیروهای مشابه نسبت نمی‌دهند. به عقیده آنان، شکست و پیشرفت‌ها تحت کنترل و نفوذ خودشان است و خود را در نتایج عملکردشان مؤثر می‌دانند (مقیمی و همکاران، ۱۳۸۶).



- ۹. خودتصمیم‌گیری؛
- ۱۰. ابراز احساسات به دیگران؛
- ۱۱. احساس همدلی؛
- ۱۲. پذیرش نقدهای سازنده.

۹. اعتماد به نفس

انسان‌ها، همان‌گونه که باور داشته باشند، می‌اندیشند. باورها تعیین‌کنندهٔ چگونگی اندیشه و تفکر هستند. تفکرات ما عملکردمان را مشخص می‌کنند و عملکرد ما عامل اصلی در تعیین دستاوردهای زندگی است.

اعتماد به نفس، باور یک فرد نسبت به قابلیت و توانایی خود در مواجهه با رویدادهاست. باور به قابلیت‌های خود در یک حالت کلی بر انگیزه، قدرت انتخاب، افکار و تصمیمات انسان تأثیر می‌گذارد (سعادت، ۱۳۹۷).

دو شاخص اساسی در اعتماد به نفس فرد مؤثرند: ۱. خودکارآمدی؛^{۱۵} ۲. عزت نفس.^{۱۶}

خودکارآمدی احساسی است که خود از نگاه خویش و دیگران دارد، خود را فردی کارآمد و برخوردار از مهارت‌ها و قابلیت‌های لازم می‌بیند که می‌تواند در حوزه‌ای معین یا در برخی موضوعات مشخص موفق باشد. خودکارآمدی در تقویت اعتماد به نفس نقش مهمی ایفا می‌کند.

اعتماد به نفس به فرد احساس اطمینان می‌دهد تا باور کند در هر زمینه‌ای که تلاش کند موفق خواهد شد. این احساس اطمینان موجب می‌شود چالش‌های دشوار مسیر را بپذیرد، از موانع و شکست‌ها نهراسد و مقاومت کند، ولی عزت نفس به معنای داشتن احساس ارزشمندی و مفیدبودن در مورد خود است.

■ نشانگرهای فعالیت‌های مدرسه‌ها با رویکرد کارآفرینانه (تدریس، سنجش، فعالیت‌های فرهنگی و ...)

در این بخش سؤال اصلی این است که تدریس و سنجش با کدام رویکرد می‌تواند زمینه تربیت روحیه کارآفرینی باشد؟ فعالیت‌های فرهنگی مدرسه‌ها با کدام رویکرد می‌توانند زمینه‌ساز تربیت روحیه کارآفرینی باشند؟ آیا رویکرد انتقالی (حافظه‌مدار) می‌تواند زمینه تربیت این شایستگی باشد؟ به نظر می‌رسد، ضمن توجه عمیق به رویکرد پژوهش‌محوری، باید به رویکرد کارآفرینی نیز توجه شود. یعنی همهٔ فعالیت‌های مدرسه به صورت درهم‌تنیده و تلفیقی با شاخص‌های کارآفرینی طراحی و اجرا شود.

براساس این پیش‌فرض، برخی از نشانگرهای فعالیت مدرسه‌ها با رویکرد کارآفرینی به این صورت بیان می‌شوند:

- ایجاد فرصت پرسشگری (سؤال‌محوری به جای پاسخ‌محوری)

- ایجاد فرصت جست‌وجوگری و ایده‌سازی
- ایجاد فرصت شبکه‌سازی (تعامل و کار تیمی)
- ایجاد فرصت چالش‌خلاق، تخریب خلاق، تضاد مثبت و ...
- ایجاد فرصت دست‌ورزی (ساخت، تولید و ...)

- ایجاد فرصت خودارزیابی، خودمدیریتی، خوداصلاحی
- ایجاد فرصت انجام پروژه مرتبط با مسائل واقعی فضای کسب‌وکار

- ایجاد فرصت بازدید و تحلیل عملکرد بنگاه‌های کسب‌وکار
- ایجاد فرصت برپایی نمایشگاه و بازارچه در مدرسه
- ایجاد فرصت تمرین مهارت‌های کسب‌وکار
- ایجاد فرصت سنجش محصول یادگیری (سنجش عملکردی)

- ایجاد فرصت مدیریت فعالیت‌های مدرسه (بوفه، کتابخانه و ...)

- ایجاد فرصت مشارکت دانش‌آموزان در مسابقات علمی، عملی، فرهنگی و ... براساس علاقه

- ایجاد فرصت برگزاری المپیاد ایده‌پردازی و طرح کسب‌وکار
- ایجاد فرصت نقش‌آفرینی دانش‌آموزان در ادارهٔ اردوهای علمی، تفریحی و ...

- ایجاد فرصت انجام تکالیف عملکردی (داستان، ماکت، انیمیشن، فیلم آموزشی و ...)

- ایجاد فرصت تولید نشریه و ...
- ایجاد فرصت مطالعهٔ کتاب و تحلیل آن‌ها

- ایجاد فرصت ساخت اسباب‌بازی و ...
- ایجاد فرصت تمرین کسب‌وکار اینترنتی

- ایجاد فرصت آموزش انواع مهارت‌های مربوط به دنیای کسب‌وکار در برنامه ویژهٔ مدرسه (بوم) (درآمد، مصرف، پس‌انداز، تولید، توزیع، بازاربایی، بانکداری، سهام، بورس و ...)

پی‌نوشت‌ها

1. William Bygrave
2. Dream
3. Decisiveness
4. Doers
5. Determination
6. Dedication
7. Devotion
8. Details
9. Dollars
10. Locus of control
11. achievement need
12. creativity
13. innovation
14. self-awareness
15. self-efficacy
16. self-esteem

منابع

۱. سعادت، سعید (۱۳۹۷). هنر اوج‌گیری. انتشارات دیباگران. تهران.
۲. پرداختی، محمد حسین (۱۳۸۶). درآمدی بر کارآفرینی سازمانی. انتشارات ارسباران.

