

تلفن: ۶۶۱۶۴۷۷۳-۴

دانشگاه صنعتی شریف

نمبر: ۶۶۱۶۴۷۷۴

ساختمان سلف دانشگاه

طبقه سوم

مرکز گارانتی دانشگاه صنعتی شریف

گزارش پروژه‌ی پژوهشی بررسی تجارب مشابه

در زمینه‌ی شرکت‌های دانشگاهی

تجربه‌ی شرکت‌های دانش‌آموزی در اروپا

شناسنامه‌ی گزارش

عنوان	مستول
تهیه‌ی نسخه‌ی اولیه	فرزام تهم، مصطفی پورمهدی ✓
مطالعه و ارائه‌ی پیشنهادهای اصلاحی	بیژن ساعدپناه ✓
بازبینی و انجام اصلاحات	بیژن ساعدپناه ✓
ویرایش ادبی	نگار آقامیری ✓
ویرایش فنی هنری	نگار آقامیری ✓
کنترل و تهیه‌ی نسخه‌ی نهایی	بیژن ساعدپناه ✓



فهرست مطالب

بخش ۱: دیباچه

- خلاصه‌ی مدیریتی (۱-۱)
- مقدمه (۱-۲) ۱۱

بخش ۲: معرفی طرح شرکت‌های دانش‌آموزی

- پیش‌زمینه‌ی طرح (۲-۱) ۱۳
- تعریف شرکت دانش‌آموزی (۲-۲) ۱۵
- چشم‌انداز طرح (۲-۳) ۱۶

بخش ۳: ساختار پیاده‌سازی شرکت‌های دانش‌آموزی

- چهارچوب اجرایی (۳-۱) Error! Bookmark not defined.
- چهارچوب آموزشی (۳-۲) Error! Bookmark not defined.
- عوامل کلیدی موفقیت (۳-۳) Error! Bookmark not defined.

بخش ۴: جزئیات اجرایی برنامه، ترویج، موانع اصلی

- شرکت‌های دانش‌آموزی در سطوح مختلف تحصیلات (۴-۱) Error! Bookmark not defined. ...
- ارتباطات و پلهای ممکن (۴-۲) Error! Bookmark not defined.
- موانع و مخاطرات (۴-۳) Error! Bookmark not defined.

بخش ۵: حمایت‌ها، شرایط محیطی و نقش سیاست‌های عمومی و دولتی

- حمایت‌های مالی و غیر مالی از جانب بخش خصوصی (۵-۱) Error! Bookmark not defined. ...
- حمایت‌های مالی و غیر مالی از جانب بخش دولتی (۵-۲) Error! Bookmark not defined.



۳-۵) وضعیت قانونی و اداری شرکت‌های دانش‌آموزی Error! Bookmark not defined.

بخش ۶: ارزیابی طرح شرکت‌های دانش‌آموزی

۱-۶) نحوه‌ی ارزیابی برنامه‌ها Error! Bookmark not defined.

۲-۶) نتایج ارزیابی برنامه‌ها Error! Bookmark not defined.

بخش ۷: نکات راهنما برای بهبود طرح

۱-۷) تحلیل نقاط قوت و ضعف طرح Error! Bookmark not defined.

۲-۷) پیشنهادهای بهبود طرح Error! Bookmark not defined.

بخش ۸: پیوست‌ها

۱-۱) خلاصه‌ی مدیریتی

به منظور نیل به اهداف «راهبرد لیسبون»^۱، اروپا باید تأکید اساسی خود را بر دانش و نوآوری قرار دهد. ترویج فرهنگ کارآفرینی بخش اعظمی از این تلاش را تشکیل می‌دهد و این کار بایستی از افراد جوان‌تر اجتماع و از مدارس آغاز شود.

کارآفرینی محرک اصلی نوآوری، رقابت و رشد می‌باشد. کارآفرینی به عنوان مزیتی رقابتی برای افرادی که خود کسب و کاری را راه‌اندازی نموده‌اند ضروری می‌باشد، همچنین کارکنان شرکت‌های مختلف در اندازه‌های متفاوت نیز به این مزیت احتیاج خواهند داشت. شورای لیسبون در سال ۲۰۰۰ کارآفرینی را جزء مهارت‌های «پایه‌ای نو» به حساب آورده و آن را برای تمامی افرادی که قصد زندگی در یک جامعه‌ی دانش‌محور را دارند امری ضروری دانست.

در قالب پروژه‌های مشترک انجام شده بین اتحادیه و متخصصین کشورهای مختلف برنامه‌هایی اجرا شد که در آنها به عنوان روشی مؤثر در توسعه‌ی الگوهای فکری کارآفرین، دانش‌آموزان شرکت‌های کوچکی^۲ را در مدارس راه‌اندازی می‌کردند. بدیهی است که این روش که بر پایه‌ی یادگیری بوسیله‌ی تجربه‌ی مستقیم کارآفرینی بود مورد توجه بسیاری قرار گرفت.

^۱ Lisbon Strategy

شورای لیسبون در سال ۲۰۰۰ کارآفرینی را جزء مهارت‌های «پایه‌ای نو» به حساب آورده و آن را برای تمامی افرادی که قصد زندگی در یک جامعه‌ی دانش‌محور را دارند امری ضروری دانست.

^۲ Mini Companies

هدف شرکت‌های کوچکی که بوسیله‌ی دانش‌آموزان راه‌اندازی می‌شود ایجاد یک فعالیت واقعی اقتصادی در مقیاس کوچک‌تر و یا شبیه‌سازی فعالیت‌های شرکت‌های حقیقی در فضایی کاملاً واقع‌گرا می‌باشد. بنابراین با فعالیت در فضایی حفاظت شده و با اهداف آموزشی، برخی از شرکت‌های دانش‌آموزی خدمات و محصولات واقعی را خرید و فروش می‌کنند. این بررسی، هم شرکت‌هایی را که محصولات خود را در ازای وجه خرید و فروش می‌کنند در بر گرفته و همچنین شرکت‌های مجازی، ساختگی و یا تمرینی را که در فضایی شبیه‌سازی شده با در نظر گرفتن معیارها و نزدیکی کافی به فضای واقعی فعالیت می‌کنند بررسی می‌نماید.

یک شرکت دانش‌آموزی به عنوان ابزاری آموزشی، بر پایه‌ی تجربه عملی بوسیله‌ی اداره‌ی یک تشکیلات اقتصادی، تعریف می‌شود که با فضای خارج و محیط واقعی تعامل دارد.

این فعالیت‌ها، به دانش‌آموزان کمک می‌کند تا نه تنها مهارت‌های پایه‌ای تجاری کسب نمایند، بلکه بتوانند توانایی‌های شخصی و مهارت‌های نوینی را که روز به روز اهمیت بیشتری برای تمامی افراد پیدا می‌کند، به منظور زندگی و کار در یک جامعه‌ی دانش‌محور گسترش دهند. در واقع، با مشارکت در شرکت‌های کوچک دانش‌آموزی، دانش‌آموزان خلاقیت خود را به نمایش می‌گذارند، اشتیاق و اعتماد به نفس خود را توسعه می‌دهند، کار تیمی را فرا می‌گیرند و تمایل بیشتری برای پذیرش مسئولیت و به خرج دادن ابتکار خود پیدا می‌نمایند.

چندین معیار اصلی برای تأثیرگذاری و موفقیت پیاده‌سازی برنامه‌های شرکت‌های دانش‌آموزی بوسیله گروه متخصصین شناسایی شد. نمونه‌های موفق به جنبه‌هایی مانند کار تیمی و آزادی عمل دانش‌آموزان برای توسعه‌ی تفکرات خود تأکید می‌کند. همچنین، گسترش ارتباطات با دنیای تجارت و انجمن‌های محلی و در دسترس بودن مربیان و مشاوران بخش‌های تجاری از عناصر کلیدی برای موفقیت برنامه‌های «شرکت‌های کوچک دانش‌آموزی» می‌باشند.

دانش‌آموزانی که در برنامه‌های شرکت‌های کوچک همکاری می‌نمایند هنوز در اقلیت قرار دارند. طی سال تحصیلی ۲۰۰۳/۲۰۰۴ در اکثر کشورها، درصد دانش‌آموزان دبیرستانی که در اینگونه برنامه‌ها مشارکت کردند کمتر از ۱٪ از کل تعداد دانش‌آموزان تخمین زده شد و فقط در ۵ کشور این درصد بالای ۲ بود. اما به هر حال، سالانه ۲۰۰،۰۰۰ دانش‌آموز دوره‌ی متوسطه در اتحادیه اروپا و نروژ در این برنامه‌ها مشارکت می‌کنند. اطلاعاتی که در زمینه‌ی مشارکت دانش‌آموزان از لحاظ جنسیت موجود است، نشان دهنده‌ی تعادل خوبی بین پسران و دختران در اینگونه فعالیت‌ها

می‌باشد. در اکثر کشورها با در نظر گرفتن تعداد مدارس، مدارس متوسطه‌ای که اینگونه برنامه‌ها را ارائه می‌دهند زیر ۱۵٪ تعداد کل می‌باشد و این مقدار، مشخصاً، بایستی افزایش یابد.

موفقیت رو به رشد ساختار شرکت‌های کوچک دانش‌آموزی، به سبب عوامل زیر می‌باشد:

- ارتباط قوی با بخش‌های تجاری و انجمن‌های محلی و همچنین مشارکت بخش خصوصی؛
- انعطاف و سازگاری این برنامه‌ها با سیستم‌های مختلف آموزشی و شرایط مختلف محلی؛
- اشتیاق و انگیزش ایجاد شده در دانش‌آموزان؛
- ظرفیت بالقوه‌ای از جنس خلاقیت، ابتکار و نوآوری که این فعالیت‌ها را در دانش‌آموزان به صورت بالفعل درمی‌آورند.

این‌گونه برنامه‌ها می‌توانند در تمامی سطوح آموزشی و در انواع مدارس به‌کار گرفته شوند. برای مثال در تحصیلات متوسطه‌ی عمومی و همچنین در تحصیلات فنی و حرفه‌ای^۳. با این حال تقریباً در اکثر کشورهای دنیا، اکثریت دانش‌آموزان در سال‌های آخر تحصیلات متوسطه خود در این برنامه‌ها مشارکت می‌جویند. برنامه‌های شرکت‌های دانش‌آموزی، هم به عنوان بخشی از برنامه‌ی رسمی تحصیلی و ضمن ساعت رسمی درسی و همچنین به عنوان فعالیتی خارج از مدرسه و غیر از ساعات رسمی اجرا می‌شود.

اکثراً، برنامه‌هایی که در مدارس صورت می‌گیرد با اضافه‌کاری‌ها از سوی دانش‌آموزان همراه شده و دانش‌آموزان برخی از زمان‌های آزاد خود را به سازماندهی فعالیت‌های تجاری خود اختصاص می‌دهند. این فعالیت‌ها شامل توسعه‌ی محصول، ارتباط با تأمین‌کنندگان و مشتریان، فروش و غیره می‌باشد. درواقع، این شیوه (شرکت‌های کوچک دانش‌آموزی) بر پایه‌ی اشتیاق و حسن‌نیت دانش‌آموزان و معلمین بنا نهاده شده است.

با این‌که روش‌های ارزیابی اولیه مانند جمع‌آوری بازخورد دانش‌آموزان و معلمین به طور کلی مورد استفاده قرار می‌گیرد، اما نیاز است تا میزان فعالیت‌های مدارس و حامیان مشارکت‌کننده در زمینه‌ی مرور و ارزیابی اینگونه برنامه‌ها افزایش یابد.

^۳ Vocational Education

تا به حال تحقیقات کافی در اروپا در زمینه تأثیرات مشارکت در برنامه‌های شرکت‌های کوچک، بر آینده‌ی شغلی دانش‌آموزان صورت نگرفته است. با این حال، مستندات محدود در دسترس، نشان‌دهنده تأثیرات مثبت محسوس این برنامه‌ها در ترویج روحیه‌ی کارآفرینی در افراد جوان می‌باشد. برای مثال، مطالعه‌ای که در نروژ انجام شده است، نشان می‌دهد که حدود ۲۰٪ پاسخ دهندگان در بازه‌ی سنی ۲۵ تا ۳۴ سال که در یکی از این برنامه‌ها مشارکت کرده بودند، هم‌اکنون شرکت خود را تأسیس نموده‌اند. همچنین این برنامه‌ها تأثیر مثبتی بر فراهم‌آوری فرصت‌های مساوی برای پسران و دختران دارند.

فقط در تعداد اندکی از کشورها، برنامه‌های شرکت‌های دانش‌آموزی رسماً به‌عنوان گزینه‌ای در برنامه‌ی رسمی تحصیلی شناخته شده‌اند و این مورد نیز بیشتر در تحصیلات فنی و حرفه‌ای وجود دارد تا در تحصیلات جامع متوسطه.

به‌طور کلی این احساس وجود دارد که در تمامی کشورها، مدارس از آزادی و خودمختاری استقبال می‌کنند. این آزادی و خودگردانی به مدارس اجازه می‌دهد تا بتوانند برنامه‌های شرکت‌های دانش‌آموزی را به‌عنوان بخشی از برنامه‌ی رسمی و یا به‌عنوان فعالیت فوق‌برنامه پیاده نمایند. البته وجود موانعی نیز ممکن است باعث بی‌میلی معلمان و دانش‌آموزان برای همکاری در این‌گونه برنامه‌ها شوند و آن هنگامی است که برنامه‌های شرکت‌های کوچک بوسیله‌ی بخش‌های رسمی آموزشی به رسمیت شناخته نشده و توصیه و حمایت نشوند. شامل شدن این‌گونه برنامه‌ها در سیستم آموزشی رسمی یک کشور می‌تواند تأثیر مثبتی در انتشار و موفقیت آن داشته باشد و برای مثال این امر باعث افزایش انگیزه‌ی معلمان می‌شود.

پیاده‌سازی این‌گونه فعالیت‌ها نه تنها مستلزم داشتن دانش ویژه و تخصصی بوسیله‌ی معلمان می‌باشد، بلکه تغییری را نیز در شیوه‌ی تدریس معلمان می‌طلبد. این امر نیازمند آموزش‌های تخصصی می‌باشد و بنابراین میزان مشخصی از زمان و فعالیت‌های خارج از مدرسه، به ویژه در مورد شرکت‌های کوچکی که با کالا و خدمات واقعی سر و کار دارند را به خود اختصاص می‌دهد. فعالیت‌ها و اضافه‌کاری معلمان، خارج از ساعات کاری مدارس در بسیاری از موارد در نظر گرفته نشده و پاداشی به آن تعلق نمی‌گیرد و این باعث دلسردی معلمان در مشارکت در این‌گونه برنامه‌ها می‌شود.

در اکثر مواقع با این‌که ممکن است از طرف بخش دولتی حمایت‌های قابل توجهی از این سازمان‌ها صورت گیرد، برنامه‌های شرکت‌های دانش‌آموزی بیشتر بوسیله‌ی بازیگران خارجی

مانند سازمان‌های غیردولتی اداره و سازماندهی می‌شوند تا بوسیله‌ی خود سیستم آموزشی. این مطلب، ناکافی بودن منابع مالی و همچنین در نظر گرفتن این‌که گاهی این برنامه‌ها خارج از برنامه‌ی تحصیلی مدارس پیاده می‌شوند، جزء مشکلات همیشگی می‌باشد.

فعالیت‌ها بر اساس مشارکت قوی بخش خصوصی در قالب سرمایه‌گذاری و کمک و همکاری می‌باشند.

در اکثر کشورها، برنامه‌های شرکت‌های دانش‌آموزی، درجه‌ای از حمایت را از بخش‌های دولتی (از نوع مالی و غیره) دریافت می‌نمایند. در واقع، در برخی از کشورها، عمده‌ی منابع مالی برای سازماندهی این برنامه‌ها از بخش دولتی تأمین می‌شود. با این حال، میزان حمایت‌های دولتی برای تضمین حضور قوی و ادامه‌دار برنامه‌های شرکت‌های کوچک در سیستم آموزشی ناکافی قلمداد می‌شود. همچنین اکثراً حمایت‌ها نه به صورت سیستماتیک بلکه بر مبنای پروژه‌های مختلف^۴ می‌باشد و بنابراین توانایی ترویج برنامه‌های بلندمدت را نخواهد داشت.

انواع دیگر حمایت‌ها عبارتند از: شناخت و تأیید رسمی توسط بخش‌های آموزش و پرورش، مشمولیت برنامه‌های شرکت‌های کوچک به‌عنوان گزینه‌ای پیشنهادی در برنامه‌ی آموزشی که در سطح ملی (و یا محلی) ارائه می‌شود، همکاری و هماهنگی قاعده‌مند با مشوقین (مانند سازمان‌های غیردولتی)، تشویق فعال معلمان و مدارس شرکت‌کننده.

در تعداد اندکی از کشورها، بخش‌های دولتی، همکاری ساختاریافته‌ای را با سازمان‌های غیردولتی که مسئول سازماندهی برنامه‌های شرکت‌های دانش‌آموزی می‌باشند برقرار نموده‌اند. همچنین، تشویق‌های پویای معلمان و مدارس بوسیله‌ی بخش‌های دولتی می‌تواند نقش بسیار مهمی را در گسترش و انتشار این‌گونه برنامه‌ها بازی کند. در برخی موارد، سازمان آموزش و پرورش دعوت‌نامه‌ها و مستندات و اطلاعات مختلف را برای مدیران مدارس در جهت تشویق آنها برای مشارکت ارسال می‌نماید. با این حال فعالیت‌های تشویقی در اکثر کشورها به صورت نامنظم بوده و یا به اندازه‌ی کافی متمرکز و سیستماتیک نمی‌باشد.

در برخی از کشورها، سازماندهی برنامه‌های شرکت‌های دانش‌آموزی با مشکلات اجرایی عمده‌ای مواجه است و دلیل این امر نیز نبود یک چهارچوب واضح قانونی و مدیریتی می‌باشد (برای مثال جنبه‌هایی مانند بحث مالیاتی شرکت‌های کوچک دانش‌آموزی و یا امکان ارتباط دانش‌آموزان با

^۴ Project-Based

شرکت‌های واقعی). در موارد دیگر، یک چارچوب منظم برای شرکت‌های دانش‌آموزی ایجاد شده است و یا توافق‌نامه‌هایی بین سازمان‌های مجری و بخش‌های مالی صورت پذیرفته است.

با وجود تأکید بر نادیده نگرفتن تأثیرات ابزارهای آموزشی دیگر، می‌توان به جرأت برنامه‌های شرکت‌های کوچک را گزینه‌ای بسیار مهم در راهبردهای تهییج و ترویج روش‌ها و مهارت‌های کارآفرینی دانست، چرا که این برنامه‌ها بر پایه‌ی یادگیری در عمل می‌باشند.

چنین برنامه‌هایی می‌توانند ابزاری مهم در سیاست‌های توسعه‌ی منطقه‌ای باشند. در واقع، این فعالیت‌ها و برنامه‌ها تأثیرات مثبتی بر افزایش تعداد دانش‌آموزان (و دانشجویانی) که پس از فارغ‌التحصیلی در منطقه‌ی تحصیل خود باقی می‌مانند خواهند داشت؛ چرا که هنگام انجام این برنامه‌ها، دانش‌آموزان ارتباطات مستقیمی با انجمن‌ها و بخش‌های تجاری محلی برقرار می‌نمایند و این مطلب برای بخش‌های کمتر توسعه‌یافته مورد توجه است.

در حال حاضر، موانع اصلی در برابر افزایش تعداد مدارس که از این برنامه‌ها استقبال می‌کنند عبارتند از: عدم شناخت کافی، نبود یک جایگاه مشخص در برنامه‌های آموزشی، عدم انگیزش معلمان و کمبود برنامه‌های آموزشی برای آن‌ها، عدم تشویق کافی مدارس بوسیله‌ی بخش‌های دولتی، عدم کفایت منابع مالی برای تضمین برنامه‌ریزی و حمایت‌های بلندمدت.

این‌گونه برنامه‌ها بایستی در بین مدارس گسترش پیدا نموده و مقبولیت بیشتری بین مدارس در حمایت از این برنامه‌ها ایجاد شود تا تمامی دانش‌آموزان علاقه‌مند و بالقوه بتوانند به این برنامه‌ها دسترسی داشته باشند.

مجموعه‌ای از پیشنهادات به تمامی بخش‌های فعال در این زمینه در مورد چگونگی پیاده‌سازی این برنامه‌ها و شیوه‌های آموزشی به تأثیرگذارترین و بهترین نحو، افزایش حضور آن‌ها در سیستم‌های آموزشی و قبول آنها بوسیله‌ی مدارس تدوین شده‌اند. با توجه خاص به بخش‌های دولتی این پیشنهادات عبارتند از:

- ایجاد یک راهبرد عمومی برای تحصیلات کارآفرینی در مدارس. در این راهبرد، برنامه‌های شرکت‌های دانش‌آموزی باید به‌عنوان یکی از مهمترین انتخاب‌ها در برنامه‌ی رسمی آموزشی مورد توجه قرار گیرد.

- اقدام به همکاری قانونمند و ساختاریافته بین وزارتخانه‌های مختلف، مؤسسات تجاری، سازمان‌های غیردولتی، مؤسسات آموزشی، شوراها و شهرها با موضوع ترویج و تشویق بیشتر فعالیت‌های مربوط به شیوهی شرکت‌های دانش‌آموزی.
 - همکاری مخصوص با سازمان‌هایی که به طور گسترده به توسعه و گسترش این برنامه‌ها می‌پردازند (مانند سازمان‌های غیردولتی) و درگیر نمودن آنها در برنامه‌های ملی برای تحصیلات کارآفرینی.
 - ترویج و تشویق مدیران و معلمان مدارس برای به‌کارگیری و پذیرش این‌گونه برنامه‌ها.
 - حصول اطمینان از اینکه موانع قانونی و مدیریتی برپایی و پیاده‌سازی شرکت‌های کوچک دانش‌آموزی رفع شوند.
- مدارس به پیاده‌سازی این برنامه‌ها دعوت می‌شوند، زیرا اکثر مهارت‌هایی که بوسیله‌ی مشارکت در یک شرکت دانش‌آموزی کسب می‌شوند مانند مهارت‌های تجاری پایه‌ای و یا مهارت‌های شخصی و نوآوری با برنامه‌ی آموزشی رسمی نیز اشتراک دارند. کار کردن در یک شرکت دانش‌آموزی بسیاری از اهدافی را که برای موضوعات دیگر در نظر گرفته شده‌اند برآورده کرده و ارزشی افزوده برای تمامی موضوعات تحصیلی به حساب می‌آید.
- مؤسسات و شرکت‌های تجاری نیز تشویق به مشارکت و درگیری در این برنامه‌ها به عنوان بخشی از راهبرد مسئولیت اجتماعی شرکت^۵ می‌شوند. حمایت این شرکت‌ها می‌تواند به صورت مالی و یا غیرمالی (شامل فراهم آوردن مشاورین و مربیان برای شرکت‌های کوچک) باشد. سودی که این مشارکت برای شرکت‌های تجاری دارد شامل فراهم آوردن امکان استخدام افراد جوان با انگیزه، با تجربه‌ی مستقیم در ارتباط با شرکت و بسیاری از مهارت‌های مربوط به خلاقیت، کارآفرینی و نوآوری می‌باشد.
- تشویق و ترویج هرچه بیشتر این‌گونه برنامه‌ها در صورت سازماندهی روابط و همکاری‌ها بین بخش‌های مختلف مؤسسات دولتی، بخش‌های محلی، سازمان‌های تجاری، سازمان‌های غیردولتی و مدارس میسر خواهد شد.

^۵ Corporate Social Responsibility

۱-۲) مقدمه

کارآفرینی به عنوان محرک اصلی نوآوری، رقابت و رشد شناخته می‌شود. اروپا نیازمند رواج بیشتر فرهنگ کارآفرینی می‌باشد. نظر به نتایج حاصله در شورای لیسبون در سال ۲۰۰۰، که کارآفرینی را به عنوان یکی از مهارت‌های پایه‌ای جدید که بایستی بوسیله آموزش مادام‌العمر فراهم شود معرفی نمود، توسعه‌ی شیوه‌ها و مهارت‌های کارآفرینی در جوامع اروپایی بوسیله آموزش در تمامی سطوح، محور تمامی مباحث و سیاست‌های اتحادیه‌ی اروپا بوده است.

نقش مدارس و دانشگاه‌ها در گسترش طرز تفکر کارآفرینی بین جوانان و در فراهم‌آوردن مهارت‌های مربوطه، بسیار مورد توجه و سفارش قرار گرفته است. برای مثال این موضوع در «منشور اروپا درباره‌ی تشکیلات اقتصادی کوچک»^۶ و همچنین طرح اجرایی «سیاست‌ها و برنامه‌های اروپا برای کارآفرینی»^۷ مورد توجه قرار گرفته است.

با این حال یادگیری چگونگی اداره‌ی یک کسب و کار فقط یکی از جنبه‌های کار می‌باشد. کارآفرینی را بایستی در معنای عمیق‌تر و گسترده‌تر خود درک نمود و مورد بررسی قرار داد. مهارت‌ها و روش‌های کارآفرینی منافع بسیاری را برای اجتماع، فراتر از کاربردهای خود در فعالیت‌های تجاری به وجود می‌آورند. همچنین این فعالیت‌ها به‌عنوان ابزارهایی برای رشد فردی تلقی می‌شوند. در واقع یادگیری کارآفرینی شامل توسعه و رشد خصوصیات و توانایی‌های فردی مانند خلاقیت، ابتکار به خرج دادن و مسئولیت‌پذیری می‌شود که خود در زندگی و فعالیت‌های شخصی فرد بسیار مؤثر می‌باشند.

در راستای اهداف کمیسیون اروپایی برای توسعه‌ی قابلیت‌های کارآفرینی در افراد، پروژه‌ی اروپا در چارچوب اقدام کلیدی شماره ۱ از طرح اجرایی کارآفرینی با نام «گسترش تفکرات و روش‌های کارآفرینی بوسیله آموزش در مدارس» و با استفاده از پروژه راهبر (برترین رویه) اجرا شد.

^۶ The European Charter for Small Enterprises

(http://europa.eu.int/comm/enterprise/enterprise_policy/charter/index.htm)

^۷ Action Plan: The European Agenda for Entrepreneurship

پروژه‌ی راهبر مذکور، طبق ضرورتی که شورای لیسبون اعلام نمود، به منظور ترویج تبادلات نمونه‌های برتر و همچنین برای همسو نمودن فرآیندهای موجود اجرا شد. ویژگی مشترک پروژه‌های زیرمجموعه‌ی پروژه‌ی راهنما، تحلیل پی‌آمدها و بازخوردهای اقدامات مورد علاقه اتحادیه و نهادهای ملی با نیم‌نگاهی به کسب درکی بهتر از طبیعت اینگونه پی‌آمدها و بازخوردها، بوده است.

گزارش حاضر بر مبنای اطلاعات پروژه‌ای تهیه شده که از سوی کمیسیون اروپایی برای یافتن الگوی مناسبی برای آموزش کارآفرینی در میان دانش‌آموزان انجام گرفته است. اهداف این پروژه عبارت بودند از:

- ایجاد فهرستی از شیوه‌های مختلف و ارائه‌دهندگان برنامه‌های مختلف در این زمینه (شرکت‌های دانش‌آموزی)
 - ارائه‌ی نمونه‌های قدرتمندی از شرکت‌های دانش‌آموزی و نشان‌دادن چگونگی کسب موفقیت در پیاده‌سازی این برنامه‌ها
 - شناسایی عوامل موفقیت، و سختی‌ها و موانع محتمل
 - مشخص کردن روش‌های مناسب گسترش این فعالیت‌ها (برای مثال حمایت‌های نهادهای محلی یا دولتی)
 - جمع‌آوری اطلاعات به منظور تخمین نرخ نفوذ برنامه‌های شرکت‌های دانش‌آموزی در تحصیلات متوسطه در کشورهای مختلف (برای مثال تعداد مدارس و دانش‌آموزانی که مشارکت می‌نمایند).
 - پیشنهاد یک استراتژی و معیارهای مربوطه برای افزایش کاربرد اینگونه برنامه‌ها
- در ادامه‌ی گزارش به ذکر دستاوردهای مهم پروژه در زمینه‌ی شرکت‌های دانش‌آموزی پرداخته می‌شود.



معرفی طرح شرکت‌های دانش‌آموزی

۱-۲) پیش‌زمینه‌ی طرح

در سال ۲۰۰۲ کمیسیون مربوط به پروژه‌ی راهبر (برترین رویه) در گزارش منتشر شده‌ی «آموزش و تمرین کارآفرینی»[^] خود آورده است که با وجود فعالیتهای مرتبط با کارآفرینی بسیاری که در حال حاضر در تمامی سطوح تحصیلی توسعه یافته و اجرا می‌شوند، بخش عمده‌ی آنها در چهارچوبی منسجم و در برنامه‌ی رسمی قرار نداشته و بنابراین بسیاری از دانش‌آموزان امکان شرکت در برنامه‌ها و دروس کارآفرینی را ندارند.

در گزارش فوق، تعریفی یک‌پارچه از آموزش کارآفرینی بوسیله‌ی متخصصان ارائه شده و به عنوان مرجعی در سطح اروپا مورد قبول قرار گرفت. این تعریف وابسته به سطوح مختلف تحصیلی بوده و اهدافی را که عموماً بایستی در هر مرحله از مسیر آموزشی برآورده شوند مشخص می‌نماید. بر اساس توافقی همه‌جانبه، بر اهمیت در نظر گرفتن دو عنصر مکمل نیز تأکید شد:

- مفهوم گسترده‌تری از «آموزش مهارت‌ها و شیوه‌های کارآفرینی» که شامل توسعه‌ی خصوصیات فردی شخص نیز بوده و صرفاً بر ایجاد یک کسب و کار جدید تمرکز ندارد.
- مفهوم مشخص‌تری از «تمرین چگونگی ایجاد و اداره‌ی یک کسب و کار».

[^] Best Procedure Project on Education and Training for Entrepreneurship

همچنین پروژه راهبر ذکر شده فعالیت‌هایی را مورد توجه قرار داد که بر اساس آن‌ها دانش‌آموزان شرکتی را در مدرسه راه‌اندازی و اداره می‌کردند و این کار به‌عنوان یک متدولوژی تأثیرگذار برای گسترش تفکر کارآفرینی شناخته می‌شد.

بر پایه‌ی فعالیت‌های ذکر شده (شرکت‌های دانش‌آموزی) پروژه‌ی تکمیلی دیگری به‌طور اختصاصی و با تمرکز بر سطوح تحصیلی متوسطه و ابتدایی، راهبردها و سیاست‌هایی را که امکان موفقیت و پیشرفت در این زمینه را فراهم می‌آوردند مورد بررسی قرار داد. بر پایه‌ی نتایج بدست آمده پیشنهاد شد که برنامه‌های شرکت‌های دانش‌آموزی بوسیله مراکز تحصیلی به رسمیت شناخته و حمایت شوند و در چهارچوب برنامه‌ی رسمی تحصیلی قرار گیرند.

در آموزش کارآفرینی، مطالعات تئوریک باید با عمل همراه شوند. در واقع «یادگیری در عمل» یکی از اجزای مهم آموزش کارآفرینی بوده و می‌توان بهترین راه را برای توسعه و یادگیری کارآفرینی انجام عملی کارآفرین و تجربه‌ی عینی آن دانست.

طرح‌هایی بر اساس این تفکر که دانش‌آموزان، شرکت‌های کوچکی را در مدرسه ایجاد و اداره نمایند در توسعه‌ی رفتارها و مهارت‌های کارآفرینی به خصوص در دوره‌ی متوسطه بسیار مؤثر می‌باشد. هدف شرکت‌های دانش‌آموزی ایجاد یک فعالیت واقعی اقتصادی در مقیاس کوچک‌تر و یا شبیه‌سازی فرآیندهای شرکت‌ها در یک محیط واقعی می‌باشد. بنابراین با فعالیت در محیطی حفاظت شده و برای مقاصد آموزشی، شرکت‌های دانش‌آموزی محصولات و خدمات واقعی را تولید کرده و به فروش می‌رسانند. در نتیجه مشارکت در این‌گونه برنامه‌ها، دانش‌آموزان یاد می‌گیرند که چگونه در یک تیم کار کنند، مهارت‌های ارتباطی خود را توسعه دهند، اعتماد به نفس و اشتیاق کاری خود را رشد دهند، مسئولیت‌پذیرتر شوند و از ابتکارات خود بهره‌جویند.

در تعدادی از کشورهای اروپایی، سهم این‌گونه برنامه‌ها در ارتقای روحیه‌ی کارآفرینی در مدارس بارز و مبرهن است. با این حال، این فعالیت‌ها بایستی در آینده در سیستم آموزشی جا داده شده و به طور گسترده‌تر در دسترس قرار گیرند. همچنین، تأثیرات نهایی این‌گونه برنامه‌ها بر دانش‌آموزان و به طور کلی‌تر بر اجتماع، بایستی مورد ارزیابی‌های بیشتری قرار گیرد.

بنا بر اطلاعات جمع‌آوری شده در پروژه‌ی کمیسیون اروپایی از کشورهای مشارکت‌کننده در تحقیق، ۸۲ برنامه در سطح اروپا (در ۲۴ کشور مشارکت‌کننده) در حال اجرا است. البته در این پروژه تعریف مشخصی از شرکت‌های دانش‌آموزی در نظر گرفته که در بخش ۲-۲ ذکر شده است. فهرست کامل برنامه‌های شرکت‌های دانشجویی در پیوست ۱ گزارش، موجود است.

بیش از نیمی از این برنامه‌ها (۵۲ عدد) بوسیله‌ی سازمان‌هایی می‌باشد که توسط اعضای برخی شبکه‌های اروپایی ارائه شده‌اند. برای مثال شبکه‌هایی مانند موفقیت مقدماتی^۹ - شرکت جوان اروپا^{۱۰} (۲۶ برنامه) و اروپین^{۱۱} (۱۷ برنامه).

با اینکه اعضای شبکه‌های فوق‌الذکر اهدافی مشابه داشته و از عناصر اساسی یکسانی در شیوه‌های خود بهره می‌برند، اختلافاتی در شیوه‌ی پیاده‌سازی برنامه‌ها در سطح ملی مشاهده شد. (برای مثال، اختلافات در مدت زمان برنامه‌ها، نوع مدارسی که برنامه در آنها پیاده می‌شود، اینکه برنامه به صورت درون‌مدرسه‌ای و یا برون‌مدرسه‌ای پیاده می‌شود و غیره.)

۲-۲) تعریف شرکت دانش‌آموزی

در این گزارش علاوه بر شرکت‌های دانش‌آموزی که محصولات و یا خدمات واقعی را ارائه می‌نمایند شامل شرکت‌های مجازی یا تمرینی (با در نظر گرفتن واقعی بودن شبیه‌سازی و برآوردن معیارهای مشخص) نیز می‌شود. برنامه‌های کاربردی مجازی (مانند شبیه‌سازی کامپیوتری) که در آنها کار تیمی و تعاملات بین اعضا در خارج از محیط مدرسه وجود ندارد جزو برنامه‌های مذکور در نظر گرفته نمی‌شوند. تعریف پذیرفته شده و معیارهای مرتبط با آن به شرح زیر می‌باشند:

«یک شرکت دانش‌آموزی ابزاری آموزشی است که بر پایه‌ی تجربه‌ی عملی بنا نهاده شده و در آن یک بنگاه اقتصادی کامل همراه تعامل با محیط خارجی (برای مثال دنیای تجاری و یا جامعه‌ی محلی) اداره می‌شود.»

معیارهای سنجش برای برآورده ساختن تعریف بالا از سوی یک برنامه‌ی خاص به شرح زیر است:

^۹ Junior Achievement

^{۱۰} Young Enterprise Europe

^{۱۱} European

الف) دانش‌آموزان با اداره‌ی شرکت خود یک فعالیت اقتصادی واقعی را توسعه دهند؛ البته با حفظ محیط پشتیبانی شده و مقصود آموزشی. برای مثال شرکت‌های دانش‌آموزی که محصولات و یا خدمات واقعی را فراهم آورده و به فروش می‌رسانند.

ب) در صورتی که فعالیت اقتصادی به صورت شبیه‌سازی باشد (شرکت‌های مجازی یا تمرینی):

۱) دانش‌آموزان در یک تیم، در یک پروژه‌ی بنگاه اقتصادی، در چارچوب ساختار سازمانی یک شرکت خیالی و با تولید وظایف، فرآیندها و اهداف یک شرکت واقعی فعالیت می‌کنند؛ آن‌ها عهده‌دار مسئولیت تمامی جنبه‌های مدیریتی شرکت شبیه‌سازی شده می‌باشند.

همچنین^{۱۲}:

۲) تعاملات در خارج از محیط مدرسه نیز وجود دارد: دانش‌آموزان وظایف خود را در تعامل با شرکت‌های واقعی و یا تحت نظارت افراد متخصص در کسب و کار مربوطه (که نقش مربی را ایفا می‌کنند) انجام داده و با جامعه‌ی محلی ارتباط دارند.

در گزارش حاضر، اصطلاحات «شرکت دانش‌آموزی»^{۱۳} و «شرکت کوچک»^{۱۴} مشترکاً به یک معنی آمده است، شرکت‌هایی که محصولات و خدمات واقعی را ارائه داده و به فروش می‌رسانند و شرکت‌های مجازی و تمرینی که دو معیار ذکر شده در بالا را برآورده می‌سازند.

۲-۳ چشم‌انداز طرح

این برنامه‌ها از موفقیت رو به رشدی در اروپا برخوردار بوده‌اند. ولی هنوز به صورت فراگیر در دسترس همه دانش‌آموزان نیستند. در اکثر کشورهای عضو اتحادیه‌ی اروپا، کمتر از ۱۵٪ مدارس متوسطه برنامه‌هایی منطبق با متدولوژی شرکت‌های دانش‌آموزی ارائه می‌دهند.

در حال حاضر موانع اصلی در به کارگیری گسترده این گونه برنامه‌ها عبارتند از:

۱۲) هر دو شرط ۱ و ۲ بایستی برآورده شوند.

۱۳) Student Company

۱۴) Mini-Company

- تشویق‌های ناکافی، خالی بودن نقش مهم این برنامه‌ها در سیلابس درسی، فقدان انگیزه در معلمان و نیز نبود آموزش‌های کافی برای آنان، عدم توجه بخش دولتی به مدارس و منابع مالی ناکافی برای برنامه‌ریزی‌های بلند مدت و مدت دار.
 - برخی از سازمان‌های اشاعه کننده با کمک سازمان‌های تجاری، مدارس و در مواردی بخش‌های دولتی، تلاش زیادی برای گسترش این برنامه‌ها انجام می‌دهند ولی تلاش مضاعفی از جانب تمام بخش‌های مرتبط و به ویژه مسئولین آموزش و پرورش مورد نیاز است تا شاهد حضور گسترده‌ی این متدولوژیها در مدارس متوسطه باشیم. مسئولین آموزش و پرورش نقشی اساسی در روشن نمودن منافعی که از گنجاندن این برنامه‌ها در سیلابس درسی حاصل می‌شود، دارند.
 - این برنامه‌ها به رشد فردی جوانان کمک می‌کنند، هم‌چنانکه توانایی انجام کار را در آنها بهبود می‌بخشند، آنها را فعال، مسئول و عضوی موفق در جامعه بار می‌آورند و از برخی، مدیران و کارآفرینانی خلاق و پویا می‌سازند.
 - کارآفرینی به عنوان مهارتی پایه‌ای، در دوران تحصیل الزامی و غیرالزامی، مورد نیاز می‌باشد. هدف فعلی، گنجاندن برنامه‌های مرتبط در سیلابس درسی رسمی همه‌ی سطوح تحصیلی می‌باشد. به‌علاوه، از مسئولین آموزش و پرورش خواسته می‌شود که اشاعه‌ی این مهم را در مدارس و بین معلمان و مدیرانی که تاکنون چیزی در رابطه با این برنامه‌ها نشنیده و به اندازه‌ی کافی انگیزه پیدا نکرده‌اند، به عهده گیرند. در این ارتباط، استفاده از تجارب و نمونه‌های موفق اجرا، ابزاری اثربخش خواهد بود.
- این برنامه‌ها برای فعال نمودن مهارت‌های کارآفرینی، گزینه‌ای درخور توجه می‌باشند چرا که بر مبنای آموزش از راه تمرین استوارند. هرکسی که از خارج نظاره‌گر دانش آموزان مشغول در این شرکت‌ها باشد، از اشتیاق، نوآوری، خلاقیت، اعتماد به نفس و توانایی‌های ارتباطی که از طریق این برنامه‌ها به آنها داده می‌شود، به وجد خواهد آمد. اثر بالقوه این برنامه‌ها در صورت کاربرد عام، بسیار قابل توجه خواهد بود.