

تلفن: ۶۶۱۶۴۷۷۳-۴

دانشگاه صنعتی شریف

نمابر: 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

تاریخ	عنوان
۱۳۸۵/۰۳/۳۰	تهیه‌ی نسخه‌ی اولیه
۱۳۸۵/۰۳/۳۱	مطالعه و ارائه‌ی پیشنهادهای اصلاحی
۱۳۸۵/۰۴/۰۱	بازبینی و انجام اصلاحات
۱۳۸۵/۰۴/۰۴	ویرایش ادبی
۱۳۸۵/۰۴/۰۴	ویرایش فنی هنری
۱۳۸۵/۰۴/۱۳	کنترل و تهیه‌ی نسخه‌ی نهایی

فهرست مطالب

بخش ۱: دیباچه

Error! Bookmark not defined. (۱-۱) خلاصه‌ی مدیریتی

Error! Bookmark not defined. (۲-۱) مقدمه

بخش ۲: معرفی طرح شرکت‌های دانش‌آموزی

Error! Bookmark not defined. (۱-۲) پیش‌زمینه‌ی طرح

Error! Bookmark not defined. (۲-۲) تعریف شرکت دانش‌آموزی

Error! Bookmark not defined. (۳-۲) چشم‌انداز طرح

بخش ۳: ساختار پیاده‌سازی شرکت‌های دانش‌آموزی

Error! Bookmark not defined. (۱-۳) چهارچوب اجرایی

Error! Bookmark not defined. (۲-۳) چهارچوب آموزشی

Error! Bookmark not defined. (۳-۳) عوامل کلیدی موفقیت

بخش ۴: جزئیات اجرایی برنامه، ترویج، موانع اصلی

Error! Bookmark not defined. ... (۱-۴) شرکت‌های دانش‌آموزی در سطوح مختلف تحصیلات

Error! Bookmark not defined. (۲-۴) ارتباطات و پلهای ممکن

Error! Bookmark not defined. (۳-۴) موانع و مخاطرات

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

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

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



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 ۴

۲-۷) پیشنهادهای بهبود طرح ۹

بخش ۸: پیوست‌ها



نکات راهنما برای بهبود طرح

۷-۱) تحلیل نقاط قوت و ضعف طرح

آموزش کارآفرینی را بایستی در مفهوم کلی‌تر خود در نظر گرفت. یعنی پرورش توانایی‌های لازم در یک کارآفرین که عبارتند از: حل مسئله، یافتن راه حل، انعطاف‌پذیری، خلاقیت و ...

اهداف برنامه‌های شرکت‌های دانش‌آموزی نباید تنها بر دانش ایجاد کسب و کار تمرکز یابد بلکه باید به گسترش دایره‌ی وسیعی از مهارت‌ها و مؤلفه‌های کارآفرینی نیز بپردازد.

این شرکت‌ها یکی از بهترین روش‌ها و موثرترین ابزارها برای اشاعه‌ی روح کارآفرینی در مدارس هستند. ارائه‌ی چنین برنامه‌هایی در واقع آگاه‌سازی دانش‌آموزان درباره‌ی امکانات کارآفرینی بوده و آنها را به مجموعه‌ی وسیعی از مهارت‌ها مجهز می‌نماید که این مهارت‌ها در زندگی شغلی و اجتماعی آینده فرد نیز مفید خواهند بود.

یکی از اثرات مهم عضویت در شرکت‌های دانش‌آموزی، ترغیب جوانان به یافتن فرصت‌های کاری ممکن و نیز راه‌اندازی کسب و کاری برای خودشان می‌باشد. این امر در بلندمدت عاملی مهم برای رشد و رقابت در کشورهای اروپایی محسوب می‌شود.

به‌علاوه، این برنامه‌ها می‌توانند به عنوان ابزاری مهم در سیاست‌های توسعه و پیشرفت منطقه ایفای نقش نمایند. در کشورهای کمتر توسعه‌یافته چنین فعالیت‌هایی اثراتی مثبت خواهند داشت. بدین‌گونه که فارغ‌التحصیلان مدارس با ایجاد ارتباطات مستقیم کاری با جوامع محلی در محل تحصیل خود باقی می‌مانند. جهت فراهم نمودن امکان مشارکت هرچه بیشتر دانش‌آموزان در این‌گونه فعالیت‌ها، شرایط اولیه‌ی خاصی باید مورد توجه قرار گیرد که به طور مختصر می‌توان

برنامه‌های دقیق، خودشکوفایی مدارس، سرمایه‌گذاری کافی، آموزش معلمان و ایجاد انگیزه را نام برد.

اشاعه‌ی بیشتر این فعالیت‌ها نباید تنها به افزایش وظایف مسئولین آموزش و پرورش بیانجامد، بلکه این امر همکاری متقابل بین وزارتخانه‌های مختلف، انجمن‌ها، ساختارهای کسب و کار و سازمانهای غیردولتی و مؤسسات آموزشی را می‌طلبد.

گسترش روابط با جوامع محلی و دنیای تجارت و نیز مشارکت فعالانه شرکای تجاری به‌عنوان مشاور، از عناصر اصلی موفقیت در برنامه‌ی شرکت‌های دانش‌آموزی می‌باشد. نقش مسئولین آموزش و پرورش در جا انداختن آموزش کارآفرینی و گنجاندن آن در برنامه‌ی درسی دانش‌آموزان بسیار حائز اهمیت است. کار کردن در یک شرکت دانش‌آموزی، دسترسی به اهداف و آرمان‌های بسیاری را در زمینه‌های مختلف ممکن می‌سازد و در ارتباط با سایر زمینه‌ها نیز دارای ارزش افزوده می‌باشد.

از این موضوع می‌توان برای ترغیب مدیران و مسئولان ناراضی استفاده نمود. در حقیقت شرکت‌های دانش‌آموزی بخشی از آموزش دائمی و پیوسته هستند و بدیهی است که آموزش کارآفرینی نیز باید به طور دائم و پیوسته صورت پذیرد و در تمام مقاطع از دبستان تا پایان تحصیلات دانشگاهی آموخته شود.

۷-۱-۱) شرکت‌های مجازی در مقایسه با شرکت‌های واقعی

از هر دو نوع نگرش واقعی و مجازی به این‌گونه فعالیت‌ها می‌توان استفاده‌ای اثر بخش نمود. هیچ فعالیت مجازی، مطلق و قابل اجرا در یک محیط کاملاً ایزوله نیست: تقابل با سایر دانش‌آموزان، معلمان و مشاوران و ارتباطات با محیط خارج از مدرسه، از عناصر مهم برنامه‌های شرکت‌های دانش‌آموزی می‌باشند. اکثر برنامه‌های شناخته شده یک سال تحصیلی به طول می‌انجامند. به نظر می‌رسد که این زمان برای جستجو در دنیای پیچیده‌ی شروع یک کسب و کار مناسب باشد، البته برنامه‌هایی اثربخش نیز در زمان‌های کوتاه‌تر ۳ تا ۵ ماهه اجرا شده‌اند.

بهترین نمونه‌ها در راه‌اندازی برنامه‌های شرکت‌های دانش‌آموزی، بر کار تیمی و آزادی دانش‌آموز در پرورش ایده‌ی خود تأکید می‌کنند. همچنین گسترش ارتباطات با دنیای تجارت و نیز در

دسترس بودن مشاور و راهنما از عناصر کلیدی در موفقیت برنامه‌های شرکت های کوچک می‌باشند.

مشکل اصلی، به ویژه در کشورهای کمتر توسعه یافته، یافتن داوطلبان کافی با تجربه در کسب و کار است.

۷-۱-۲) اشاعه و ترویج برنامه

مشارکت دانش آموزان در برنامه‌های شرکت های کوچک هنوز در بسیاری از کشورها در حد کمی است. (درسال گذشته نرخ مشارکت دانش‌آموزان پایه‌س متوسطه کمتر از ۱٪ بوده است.) با این حال تخمین زده می‌شود که در کشورهای اتحادیه‌ی اروپا و نروژ حداقل ۲۰۰۰۰۰ دانش‌آموز پایه‌ی متوسطه در این برنامه‌ها شرکت کنند. فعالیت در شرکت های کوچک نباید برای دانش‌آموزان به صورت اجبار قرار داده شود بلکه باید اختیاری بوده و فقط تشویق و توجیه صورت پذیرد. بنابراین، رقم مورد توجه سیاستگذاران، نه تعداد دانش‌آموزان، بلکه تعداد مدارس است که این امکان را ارائه می‌دهند. پس از ایرلند و انگلستان (که بین ۴۰ تا ۵۰ درصد مدارس راهنمایی آنها در این طرح مشارکت دارند) بهترین مجریان طرح، کشورهای هسند که توانسته‌اند در ۳۰٪ مدارس خود این طرح را ارائه نمایند. در سایر کشورها، نرخ مشارکت مدارس راهنمایی بین ۳ تا ۱۵ درصد تخمین زده می‌شود که این نرخ باید افزایش یابد.

اطلاعات محدود در دسترس در مورد جنسیت مشارکت‌کنندگان نشان می‌دهد که تعادل خوبی بین تعداد پسران و دختران برقرار بوده و حتی در بعضی برنامه‌ها اکثریت با دختران است.

این برنامه‌ها در همه‌ی سطوح آموزشی (از دبستان تا آموزش عالی) و نیز در همه نوع مدرسه‌ای قابل اجرا هستند. با این وجود در اکثر کشورها این آموزشها در سال‌های آخر دوره‌ی متوسطه اجرا می‌شوند. برنامه‌های شرکت های دانش‌آموزی هم به صورت بخشی از برنامه‌ی هفتگی مدرسه و هم به صورت فوق برنامه مورد استفاده قرار می‌گیرند.

۷-۱-۳) اثربخشی

با وجود این‌که از ابزارهای ارزشیابی نظیر بازخورد از دانش‌آموزان و معلمان (توسط خودارزیابی‌ها، گزارشات، مرور بر کارهای صورت گرفته دانش‌آموز توسط معلم و ...) در بسیاری از برنامه‌ها استفاده می‌شود ولی هنوز تکنیک‌های پیشرفته‌تر نظیر ارزیابی مستقل، آزمون‌های پایان برنامه و غیره جا نیفتاده‌اند و نیاز به بازبینی و ارزشیابی برنامه‌ها در مدارس و شرکت‌های کوچک احساس می‌شود. یک ارزیابی اثربخش به حذف نقاط ضعف و پررنگ نمودن موفقیت‌ها کمک خواهند نمود. تحقیقات انجام شده در اروپا در مورد اثر مشارکت در شرکت‌های کوچک بر روی زندگی شغلی آینده‌ی دانش‌آموزان، ناکافی بوده است. مدارک محدود موجود، اثربخشی این برنامه‌ها را به طور ملموس در بالا بردن روح کارآفرینی در جوانان نشان می‌دهد. به‌علاوه به نظر می‌رسد که اثرات مثبتی در رابطه با ایجاد فرصت‌های برابر برای دو جنس پسر و دختر به همراه داشته است.

۷-۱-۴) یکپارچگی در برنامه‌ی درسی و کاربرد در مدارس

تنها چند کشور هستند که در آن‌ها برنامه‌های شرکت‌های دانش‌آموزی رسماً در نظام درسی قرار گرفته است و یا به عنوان درس اختیاری ارائه می‌شود. این روند بیشتر در مدارس کار و دانش دیده شده است تا مدارس عادی.

استقبال مدارس از خودمختاری و آزادی، که به آن‌ها اجازه می‌دهد تصمیم بگیرند که برنامه‌های شرکت‌های کوچک را به‌عنوان درس اجباری یا فعالیت فوق برنامه در کار خود قرار دهند، عموماً در تمام کشورها احساس می‌شود. زمانی که این برنامه‌ها از طرف مسئولین آموزش و پرورش به رسمیت شناخته نشده و از آن‌ها پشتیبانی به عمل نیاید، این نارضایتی معلمان و مدارس باعث بروز موانع در پیاده‌سازی این برنامه‌ها می‌شود.

با وجود این‌که این فعالیت‌های دانش‌آموزی توسط بسیاری از مدارس ارائه می‌شوند اما باز هم مشکلات بسیاری در زمینه‌ی انجام ملاحظات لازم و تطبیق این برنامه‌ها با برنامه‌ی رسمی آموزشی وجود دارد. مشکلات اجرایی این‌گونه برنامه‌ها، اکثراً در ارتباط با نرسیدن به هدف مشخصه آن درس، ساعات ناکافی، عدم تطابق نگرش‌ها در برنامه‌ها، نبود انگیزه و آگاهی از ارزش آموزشی این فعالیت‌ها در معلمان می‌باشد.

گنجاندن فعالیت‌های شرکت‌های دانش‌آموزی به عنوان درسی اختیاری در برنامه‌ی آموزشی در سطح منطقه‌ای و کشوری، اثری مثبت بر اشاعه و موفقیت آن داشته است، مثلاً به افزایش انگیزه در معلمان کمک می‌نماید. در این فعالیت‌ها از معلم فقط دانش یا تجربه‌ی کسب و کار خاصی خواسته نمی‌شود بلکه باید تغییری نیز در روش‌های تدریس خود ایجاد نماید.

با وجود اینکه اغلب بر آموزش معلمان توسط سازمان‌های خارجی اشاعه‌گر این برنامه‌ها، تأکید می‌شود، هنوز هم کمبود یک نظام آموزش اجرای پروژه‌های کارآفرینی به صورت سیستماتیک قابل مشاهده است. قاعدتاً برای موفقیت در این برنامه‌ها مقداری اضافه‌کاری به صورت فوق برنامه و خارج از مدرسه مورد نیاز است، به ویژه در شرکت‌های کوچکی که با خدمات و محصولات حقیقی سر و کار دارند. بدیهی است که مورد توجه و تشویق (مالی) قرار نگرفتن اضافه‌ی کار معلمان پس از ساعات کاری عادی در مدرسه باعث دلسرد شدن آنان نسبت به کار می‌شود.

۷-۱-۵) سرمایه‌گذاری و مقیاس‌های پشتیبانی

در بسیاری از موارد، برنامه‌های شرکت‌های دانش‌آموزی بیشتر توسط عواملان خارجی (به‌عنوان مثال سازمان‌های غیردولتی) انجام می‌گیرد تا خود سیستم آموزش و پرورش به همین علت و نیز به دلیل اینکه این برنامه‌ها خارج از برنامه‌ی درسی رسمی مدارس انجام می‌گیرند، اغلب از حمایت مالی کافی برخوردار نمی‌شوند.

این فعالیت‌ها بر حمایت قوی بخش خصوصی، به صورت سرمایه‌گذاری یا مشارکت، استوار هستند. در بعضی موارد، بر حسب کشور مربوطه و برنامه‌ها، منابع مالی از ماهیت دولتی برخوردارند و در اغلب دیگر کشورها، کمک‌ها از بخش خصوصی (بانک‌ها، شرکت‌ها، مؤسسات تجاری) جذب می‌شوند.

در بیشتر کشورها برنامه‌های شرکت‌های دانش‌آموزی تا حدی از کمک‌های دولتی (کمک مالی یا غیرمالی) بهره می‌گیرند با وجود این، کمک‌ها اغلب برای اشاعه‌ی بیشتر این متدولوژی کافی نیستند. کمک‌های دولتی اغلب به صورت‌های ذیل می‌باشند:

کمک مالی، ترفیع معلمان و مدارس، تشویق‌های رسمی، قرارداد این برنامه‌ها در برنامه‌ی رسمی درسی، همکاری با سازمان‌های اشاعه‌کننده و رفع موانع اداری.

کمک مالی دولتی در بعضی موارد به صورت پروژه محور و در مقاطع زمانی خاص صورت می‌گیرد، بنابراین تضمینی برای ادامه دار بودن آن وجود ندارد. در بعضی از کشورها به دلیل عدم وجود یک قالب مشخص و قانونی، سازماندهی برنامه‌های دانش‌آموزی با مشکلات زیادی روبروست. مشکلاتی از قبیل شمول مالیات بر شرکت‌های کوچک و یا عدم امکان همکاری در برقراری ارتباط با شرکت‌های حقیقی. البته در برخی از کشورها مذاکراتی صورت گرفته و یا در حال بررسی است و چارچوبی نیز برای این فعالیت‌ها ارائه شده است.

۲-۷) پیشنهادهای بهبود طرح

در زیر، مجموعه‌ای از پیشنهادهای ذکر شده‌اند که برای موفقیت هرچه بیشتر طرح شرکت‌های دانش‌آموزی و گسترش آن در سیستم‌های آموزشی توسط محققین ارائه شده است.

۲-۲-۷) مدارس

- از مدارس دعوت شده است که این‌گونه برنامه‌ها را مورد استفاده قرار دهند. چرا که کار کردن در یک شرکت دانش‌آموزی بسیاری از اهداف و آرمانهای تحصیلی را برآورده ساخته و دارای ارزش افزوده در درک و انتقال سایر دروس نیز می‌باشد.
- معلمان باید از طرف مدارس تشویق شوند تا در دوره‌های آموزشی ارائه شده جهت اجرای پروژه‌های شرکت‌های دانش‌آموزی، حضور یابند.

۲-۲-۷) سازمان‌های اشاعه‌دهنده و مسئولین آموزش و پرورش

- برنامه‌های مبتنی بر این متدولوژی بایستی تضمین‌کننده‌ی کار تیمی، آموزش در عمل، تماس منظم با معلم یا مشاور و ارتباطات متقابل در خارج از محیط مدرسه باشد.
- تلاش‌های معلمان و دانش‌آموزان باید به چشم یک فعالیت فراتر از وظایف نگریسته شده و به معلمان پاداش تعلق گیرد.

- ۳) بایستی سیستم‌هایی بهتر جهت بازبینی و ارزیابی برنامه‌ها توسط مسئولین آموزش و پرورش و مدارس گسترش یابد. این سیستم‌ها باید از تکنیک‌هایی برای ارزیابی مهارت‌های مورد نیاز استفاده نمایند.
- ۴) تأمین‌کنندگان برنامه‌ها و مسئولین بایستی سیستم‌های پیشرفته‌تری را برای جمع‌آوری داده‌های مربوط به مشارکت دانش‌آموزان و مدارس در این فعالیت‌ها پیاده‌سازی نمایند.

۷-۲-۳) دنیای کسب و کار

- ۱) سازمان‌های تجاری و شرکت‌ها، به عنوان بخشی از راهبردهای خود در زمینه‌ی مسئولیت‌های اجتماعی، به همکاری با شرکت‌های دانش‌آموزی تشویق می‌شوند. حمایت آنها می‌تواند مالی و یا از طریق دراختیار گذاشتن مشاور و راهنما باشد. مزایای ایجاد شده برای این سازمان‌ها شامل امکان به خدمت گرفتن جوانان با انگیزه، با تجربه‌ی کاری و دارای مجموعه‌ای از مهارت‌های مرتبط با خلاقیت، کارآفرینی و نوآوری می‌باشد.
- ۲) بایستی تقابلات بیشتری بین مدارس و کسب و کارهای محلی ایجاد شود، چرا که فعالیت‌های شرکت‌های دانش‌آموزی نباید محدود به مرزهای مدرسه شود. سازمان‌های تجاری می‌توانند به اعضای خود آگاهی‌های بیشتری در زمینه فرصت‌های ایجاد شده در ارتباط با سهم شدن در این برنامه‌ها و ایجاد رابطه با مدارس بدهند.
- ۳) ایجاد و توسعه رابطه "مدرسه-کسب و کار-جامعه" عنصر کلیدی برنامه‌های موفق است. بایستی یک روند سیستماتیک و نیز یک مدل تعاملی بین مدرسه و کسب و کار ایجاد شود.

۷-۲-۴) مسئولین دولت (در سطح منطقه‌ای و کشوری)

بایستی دولتمردان را تشویق به انجام کارهای ذیل نمود:

- ۱) تهیه و گسترش یک راهبرد کلی برای آموزش کارآفرینی در مدارس که در آن به برنامه‌های شرکت‌های دانش‌آموزی به عنوان ابزاری مهم پرداخته شود.

- ۲) ایجاد ارتباطات متقابل منظم بین وزارتخانه‌های مختلف، سازمان‌های تجاری، نهادهای غیردولتی، مؤسسات آموزشی و شهرداریها با هدف اشاعه‌ی این‌گونه فعالیت‌ها.
- ۳) همکاری با مؤسساتی که به‌طور گسترده به رواج این برنامه‌ها می‌پردازند (نظیر سازمان‌های غیردولتی) و وارد کردن آن‌ها به برنامه‌های مرتبط با آموزش کارآفرینی.
- ۴) حمایت از مدارس و سازمان‌های اشاعه‌گر در اجرای فعالیت‌ها بوسیله‌ی در اختیار قرار دادن منابع مالی مورد نیاز.
- ۵) به‌طور کلی‌تر، تضمین تداوم برنامه‌ها از طریق سرمایه‌گذاری، یکپارچه‌سازی در مواد درسی، همکاری با سازمان‌های اشاعه‌گر و تشویق به مشارکت در دنیای کسب و کار.

۷-۲-۵) دپارتمان‌های آموزشی

- ۱) برنامه‌های شرکت‌های دانش‌آموزی باید توسط مسئولین آموزش و پرورش به رسمیت شناخته شده و جهت قرار گرفتن در برنامه‌ی درسی دانش‌آموزان مدارس عادی و کار و دانش هماهنگی‌های لازم صورت گیرد.
- ۲) مدارس بایستی اختیارات لازم برای اجرای برنامه‌های شرکت‌های کوچک را به صورت بخشی از برنامه‌ی درسی و یا فوق برنامه داشته باشند.
- ۳) شرکت‌های دانش‌آموزی باید توسط مسئولین به مدارس، مدیران و معلمان تفهیم شوند.
- ۴) آگاهی در مورد این‌گونه متدولوژیها باید از طریق گسترش اطلاعات به ارگان‌های مربوط و تشویق حمایت‌کنندگان در سطح ملی، منطقه‌ای و محلی صورت گیرد. این امر از طریق تبلیغ نمونه‌های موفق و مفاهیم جاری میسر خواهد شد.
- ۵) بایستی تبادل اطلاعات در مورد فعالیت‌های این شرکت‌ها بین شبکه‌های اروپایی و بین مدارس گسترش یابد تا متدولوژیها و نکات مهم و عملی به اشتراک گذاشته شوند.
- ۶) معلمان باید از آموزش‌های ویژه‌ی ضمن خدمت بهره گیرند. بایستی چنین دوره‌هایی شامل متدولوژیهای آموزش و یادگیری موفق با تمرکز ویژه بر کار گروهی و کار پروژه‌ای، اصول و

مبانی راه‌اندازی کسب و کار، چگونگی ایجاد ارتباط با سایر کسب و کارها در جامعه و چگونگی ارزیابی و بازنگری فعالیت‌ها باشد.

۷-۲-۶) بخش‌های مالی و اقتصادی

- ۱) بایستی در مواقع لازم توجه نمایند که شرکت‌های دانش‌آموزی ابزاری آموزشی هستند و نباید الزامات و رویه‌های شرکت‌های حقیقی به آنان تحمیل شود.
- ۲) تضمین اینکه موانع اداری و قانونی تأسیس و اداره‌ی شرکت‌های کوچک رفع شوند.
- ۳) قوانین تسهیل‌کننده‌ای را برای شرکت‌های کوچک به‌کار گیرند. مثلاً اگر درآمد آنها به یک عدد مشخصی نرسد مشمول مالیات نشوند.
- ۴) امکان کارکردن شرکت‌های دانش‌آموزی با شرکت‌های حقیقی، ارائه‌ی محصولاتشان به مغازه‌ها و افتتاح حساب بانکی فراهم شود.

۷-۲-۷) کمیسیون اروپا

- ۱) افزایش آگاهی تمامی دپارتمان‌های مربوطه (شامل آموزش و پرورش، استخدام، صنعت و تجارت) درباره‌ی اهمیت برنامه‌های شرکت‌های دانش‌آموزی در آموزش کارآفرینی و اکتساب مهارت‌های فردی مفید.
- ۲) گسترش تبادلات دانش و تجارب موفق بین کشورهای و عوامل مرتبط از جمله سازمان‌های تجاری.
- ۳) گسترش و ترویج اطلاعات در مورد این‌گونه برنامه‌ها به طوری که نقش آنها را در دستیابی به اهداف آموزشی، اشتغال و رشد کشورهای اتحادیه‌ی اروپا مشخص و تثبیت نماید.
- ۴) پشتیبانی از رویدادهای ملی یا در سطح اروپا، که مواردی عینی از فعالیت این شرکت‌ها هستند (مانند نمایشگاه‌های تجاری)
- ۵) توسعه و ترویج گزارش‌گیرها و تحقیقات در سطح اروپا درباره‌ی ارزیابی تأثیرات این برنامه‌ها.

۷-۲-۸) همهی عوامل مربوطه

۱) باید مسئولان دولتی در کلیه سطوح، شرکای تجاری و مدارس در اشاعه و کمک به فعالیت‌های شرکت‌های دانش‌آموزی تشویق شوند تا امکان دستیابی همه دانش‌آموزان علاقه‌مند به این برنامه‌ها فراهم شود.

۲) افزایش تحقیقات بر روی اثرات این‌گونه مشارکت در زندگی شخصی دانش‌آموزان و به‌طور کلی بر روی جامعه. این مسئله نه تنها مهارت‌های کسب شده، بلکه انتخاب‌های شغلی، رشته‌های دانشگاهی و میزان کسب و کارهای جدید راه‌اندازی شده را نیز در برمی‌گیرد. مدارک بیشتر دال بر تأثیر این برنامه‌ها، به ورود آموزش کارآفرینی به دستور کار سیاست‌گذاران و مسئولان آموزش و پرورش کمک خواهد نمود.



پیوست‌ها

پیوست ۱: فهرست برنامه‌های شرکت‌های کوچک اروپا

Countries	Name of programme	Name of promoting organisation	Level of applic.	Information
Austria	Junior	Österreich	National	www.junior.co.at
	Practice Firm	ACT	National	www.act.at
Belgium	Mini-entreprise	asbl Les Jeunes Entreprises	Regional	www.lesjeunesentreprises.be
	Mini-ondernemingen	Vlajo (Vlaamse Jonge Ondernemingen)	Regional	www.vlajo.be
	Practice Firm	COFEP	National	www.cofep.be
	Vaardig Ondernemen en Ondernemende Vaardigheden	Network For Training Entrepreneurship, Belgium	Regional	www.nfte.be
Czech Rep.	The Company Programme	Junior Achievement Czech Republic	National	www.jacr.cz
	Practice Firm	Centre of Practice Firms (CEFIF)	National	www.nuov.cz
Denmark	The Company Programme	Young Enterprise Denmark	National	www.ja-ye.dk
	European Business Games	European Schoolnet	National	www.businessgames.dk
Estonia	SIMU Practice Firm	Simu-Center	National	www.simu.dk
Finland	The Company Programme	Junior Achievement Estonia	National	www.ja.ee
	The Company Programme	Young Enterprise Finland	National	www.nuoriyrittajyys.fi

	Practice Firm	Finnish Practice Enterprises Centre (FINPEC)	National	www.finpec.fi
France	Mini-entreprises	Fédération des associations Jeunes Entreprises FAJE, Académies d'Amiens, Lyon, Limoges, Clermont Ferrand et Versailles	Regional	www.jeunesentreprises.org; secretariat.faje@wanadoo.fr
	Création d'entreprise du secteur cafés – hôtels-restaurants	AGPCE	National	roger.benad@wanadoo.fr
	Entreprendre au Lycée	Marseille et Nice, Guyane et Guadeloupe	Regional	Entreprendre.lycee@free.fr; ce.daet@acaix-marseille.fr; ce.daet@ac-nice.fr
	Une entreprise dans votre lycée (La Basket-entreprise)	Académies. Montpellier	Regional	dafpic.formationinitiale@ac-nantes.fr
	CCI des Jeunes	Académie de Nantes	Regional	patrick.brisset@acmontpellier.fr
	Une entreprise dans votre lycée	Académie de Montpellier	Regional	ce.daet@ac-rennes.fr
	Créons Ensemble	Académie de Rennes	Regional	Jeanclaude.weidmann@ac-bordeaux.fr
	Graine de Boîte	Académie d'Orleans-Tours Académie de Bordeaux	Regional	evelyne.binet@acorleans-tours.fr
	Challenge "Destination Entreprises"	Association Destination Entreprises, Académies de Limoges et Martinique	Regional	rossignolnadine@wanadoo.fr
	Demain mon Entreprise	CCI Versailles Académie de Versailles	Regional	rwolezyk@versailles.cci.fr
	Mini-entreprises dans les collèges francs comtois	MEDEF (Mouvement des entreprises de France), Académie de Besançon	Regional	formation@medef.franche-comte.com
	Mini-entreprises: Centre des Jeunes Dirigeants	Académie de Lille	Regional	od@odicee.com
	Concours «Jeunes créés en Auvergne»	Mission Régionale pour la création d'Entreprise (MRCE), Académie de Clermont Ferrand	Regional	mrce@ardauvergne.com
	Concours « Entreprendre »	Centre de ressources pour la création d'activités innovantes (PROMOTECH CEI), Académie de Nancy-Metz	Regional	direction.promotech@wanadoo.fr
Germany	JUNIOR Junge Unternehmer	JUNIOR-Office (Institut der deutschen Wirtschaft)	National	www.juniorprojekt.de

	initiiierenorganisieren-realisieren	(Junior Achievement Young Enterprise Germany)		
	Achievers International	Achievers International	National	www.achieversinternational.org
	Schüler Unternehmen was!	Deutsche Kinder- und Jugendstiftung	National	www.dkjs.de/schuelerunternehmen.de
	business@school	Boston Consulting	National	www.business-atschool.de
	Jugend gründet	Bundesministerium für Bildung und Forschung, Steinbeis-Transferzentrum an der Hochschule Pforzheim	National	www.jugendgruendet.de
	Start-Up Werkstatt	Deutscher Sparkassen- und Giroverband, Stern; McKinsey	National	www.startupwerkstatt.de
	Schul/Banker – Das Bankenplanspiel	Bundesverband deutscher Banken	National	www.schulbanker.de
	Practice Firm	Zentralstelle des Deutschen Übungsfirmenrings (ZÜF)	National	www.zuef.de
	Get up Wettbewerb “Schüler gründen Unternehmen”	Gesellschaft zur Förderung neuer Technologien e.V. Bildungswerk der Thüringer Wirtschaft e.V.	Regional (ended in 2004)	www.getup.org
	Jungunternehmerschule	Wirtschaftsförderungsgesellschaft Güstrow mbH, Landkreis Güstrow, Unternehmerverband Norddeutschland, Region Güstrow, Ostsee-Sparkasse Rostock	Regional	www.bilse.de/jus
	Ifex	Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg	Regional	www.ifex.de
	TheoPrax	Fraunhofer-Institut für chemische Technologie	Regional	www.theo-prax.de
	Ideen machen Schule	Hans Lindner Institut	Regional	www.regensburg.de/wirtschaft/existenzgruender/existenzgruender-spiel
	SCHUB - Schulen machen Betrieb	Bildungswerk der Wirtschaft Mecklenburg-Vorpommern e.V.	Regional	www.bildungswerkwirtschaft.de/swevneu/schub
Hungary	The Company	Junior Achievement Hungary	National	www.ejam.hu
	Practice Firm	National Institute of Vocational Education	National	http://www.gtbbp.hu/zuf/
Ireland	Get up and Go” Mini ompany Programme	Transition Year Programme, Second Level Support Service	National	http://ty.slss.ie
	Blast:Beat” Music MiniCompany Programme	Treasure Island Records	National	www.treasureisland.ie

	Company Programme	Junior Achievement Ireland	National	www.juniorachievement.ie
	Student Enterprise Awards	City and County Enterprise Boards	National	www.studententerprise.ie
	Young Entrepreneurs Scheme	Young Entrepreneurs Scheme	National	
Italy	Impresa in azione	Junior Achievement Italia	National	www.junioritalia.org
	Imprese Formative Simulate	Centrale di Simulazione	National	www.simulimpresa.com
Latvia	Student Learning Company	Junior Achievement Latvija	National	www.jal.lv
Lithuania	The Company Programme	Junior Achievement Lithuania	National	www.lja.lt
Luxembourg	Virtual Firm	SimuLith Centre	National	http://sl.viko.lt/
Netherlands	Mini-entreprises	Ministère de l'Education nationale	National	www.jongondernemen.nl
	Practice Firm	SimNet	National	www.simnet.nl
Norway	Pupil companies Youth companies	Young Enterprise Norway	National	www.ue.no
	Simu-companies	SimuNor	National	www.simunor.no
Poland	Young Mini-Enterprise	Fundacja MłodzieżowejPrzedsiębiorczosci	National	www.junior.org.pl
	Managing Firm	Fundacja MłodzieżowejPrzedsiębiorczosci	National	www.junior.org.pl
	September Package	Fundacja Małych i Średnich Przedsiębiorstw KOMANDOR	National	www.fundacja.komandor.pl
	Simulation Firms	Polish Centre of Simulation Firms - CENSYM	National	www.cku.zgora.pl/censym/Csstart.html
	Establish and Run aCompany	Centrum EdukacjiObywatelskiej	National	www.ceo.org.pl
	Economics - every day	Fundacja MłodzieżowejPrzedsiębiorczosci	Regional	www.junior.org.pl
	School Laboratory of Entrepreneurship	Teachers' Association of Entrepreneurship and Economic Education	Regional	www.nauczyciele.org
	Practical School of Entrepreneurship	Business Chamber of Podkarpacie	Regional	www.pigchamber.com.pl
Romania	The Company Programme	Junior Achievement Romania.	National	www.jar.ro
	Practice Firm	ROCT	National	http://www.roct.ro/ro/index.php
Slovakia	The Company Programme	Junior Achievement Slovakia	National	www.jasr.sk

	Practice Firm	SCCF - Slovak Center for Training Firms	National	http://www.siov.sk/siov/dokhtm/5sccf/smain2.htm ; http://www.siov.sk/
Spain	Practice Firm	Fundación INFORM	National	www.inform.es
	Empresa Solidaria	Junior Achievement Spain	National	www.jaes.es
	Empresa Joven Europea (EJE)	Valnalón Ciudad Tecnológica	Regional	www.valnalon.com
Sweden	Young Enterprise (Ung Företagsamhet)	Young Enterprise Sweden	National	www.ungforetagsamhet.se
	Practice Firm	Business Training Centre(BTC)	National	www.businesstrainingcentre.nu
	Summerentrepreneur (Sommarlovsentreprenör)	Open for business in the county of Västernorrland	Regional	www.ofb.nu
U.K.	The Company Programme – Team Programme	Young Enterprise UK	National	www.youngenterprise.org.uk
	Practice Firm	EGNI (UK Central Office for Practice Companies and Virtual Firms)	National	http://egni.morgannwg.ac.uk/
	EBP - Education Business Partnerships	EGNI (UK Central Office for Practice Companies and Virtual Firms)	Local	www.nebpn.org

پیوست ۲: نمونه‌ی برنامه‌ی شرکت‌های دانش‌آموزی بوسنی

طرح به صورت مشترک بین مرکز "Open Society Fund Bosnia & Herzegovina" از کشور بوسنی و هرزگوین و BIP نروژ و جهت ارتقاء مهارت‌های دانش‌آموزان در زندگی حرفه‌ای آنان برگزار گردید.

اهداف برنامه

- گسترش فرهنگ کارآفرینی در بین جوانان
- آموزش خودانگیزش و اطمینان درونی، اعتماد به نفس، خلاقیت، کارگروهی (teamwork) و مسئولیت‌پذیری به جوانان
- ایجاد شیوه‌های جدید آموزشی در فرآیندهای آموزشی
- ایجاد همکاری مابین دانش‌آموزان دبیرستان و کارآفرینان
- اعضای جامعه‌ی مشمول در برنامه شرکت‌های دانش‌آموزی
- دانش‌آموزان، آموزگاران، کارآفرینان و NGOها و گروه‌های ارتباطی محلی.

استراتژی‌های پروژه

این پروژه در نظر دارد تا دانش‌آموزان را با دوره کامل چرخه‌ی ایجاد و زندگی و رشد یک شرکت آشنا سازد، اعم از ایده‌ی کسب‌وکار، B.P و یا طرح تجاری شرکت، ثبت و سازماندهی، سرمایه‌گذاری و... و چگونگی برخورد با اتفاقات و رخدادهای حین کار. این برنامه به مدت برای سه سال به اجرا گذارده شد. در این سه سال برنامه توانست شبکه‌های محلی را از اعضای طرح در دبیرستان‌ها ایجاد کند - و همچنین ارتباطات خارجی و بین‌المللی را ایجاد نماید.

مکان‌یابی

از سپتامبر ۲۰۰۲ برنامه با موفقیت در ۱۵ دبیرستان در بوسنی و هرزگوین برگزار شد. در هر مدرسه یک کلاس کاملاً مجهز (P.C)، پرینتر، ارتباط اینترنتی، و لوازم اداری و... ایجاد شد که نیازمندی دانش‌آموزان را برآورده سازد.

شرکت‌های دانش‌آموزی

دانش‌آموزان گروه خود را تشکیل می‌دهند و با کمک هماهنگ‌کننده‌ی خود (از آموزگاران آموزش دیده) ایده کسب‌وکار خود را می‌پرورانند، و بازار را جستجو و تحقیق می‌کنند، و طرح تجاری (BP) خود را می‌نویسند.

در نتیجه‌ی این طرح ۵۸ شرکت دانش‌آموزی در سال اول تأسیس شد و ۸۱ شرکت در سال دوم، طرح‌تجاری‌هایشان گسترش یافت و سرمایه‌گذاری شد. شرکت‌های گوناگونی تأسیس شد و محصولات گوناگون خلاقانه مثل: فاشق اسپاگتی، جاکلیدی چند منظوره، کفش ضد سر خوردن، کتاب سال مدرسه، کتابچه‌ی SMS، طراحی صفحه‌های web، برنامه‌های IT و... در آنها ایجاد شد.

آموزش آموزگاران

در سه سمینار تعداد ۳۰ آموزگار همکار در طرح، مورد آموزش قرار گرفتند.

موضوعات مورد آموزش:

- طراحی یک طرح تجاری (B.P) و تحقیق در بازار
- آموزش مؤثر (برای آموزش و یادگیری مؤثر، چندهوشی، ارتباط کامل با دانش‌آموزان و ایجاد ارتباطات آموزش)
- خلاقیت و کار گروهی (Teamwork)

- ارتباطات و آرایه‌ی بیان
- سازماندهی یک شرکت
- پخش نقش‌ها و مسئولیت‌ها در شرکت
- آشنایی با کارآفرینان محلی و ارتباط آنان با دانش‌آموزان
- امنیت و تأمین امنیت منابع سرمایه‌گذاری

نمایشگاه شرکت‌های دانش‌آموزی:

هر ساله نمایشگاه شرکت‌های دانش‌آموزی محلی برگزار می‌شود و نفرات برگزیده در نمایشگاه بین‌المللی شرکت‌های دانشجویی در نروژ شرکت می‌کنند و حتی در این نمایشگاه شرکت‌هایی نیز با کمپانی‌های بزرگتری در نروژ تعامل و قرارداد همکاری بسته‌اند.

ضوابط ارزشیابی شرکت‌های دانشجویی:

۱- بهترین طرح تجاری (B.P) این است که تعیین شود:

- خریداران چه کسانی هستند؟
- محصول یا خدمات شرکت چیست؟
- به چه کسی، چه موقع و کجا محصول را می‌فروشیم؟
- چرا و به چه نحوی محصول ما یکتا و جذاب است؟
- چه نیازی از مشتری را می‌خواهیم

۲- بهترین محصول یا خدمت؟ اینکه سرویس یا محصول:

- خدمات یا محصول چقدر نوآورانه است
- طراحی محصول یا خدمات
- کیفیت محصولات

- بسته‌بندی

۳- بهترین غرفه‌ی نمایشگاه

- ظاهر کلی غرفه و چاپ و مطبوعات غرفه
- موضوع و آشکاری و تأثیر اراییه‌ی محصول و خصوصیات محصول
- نوآوری در استفاده از مواد مصرفی
- مؤثر بودن اراییه‌ی یک تصویر خوب از شرکت، مسئولیت‌پذیری افراد شرکت، کارایی افراد، مسئولیت فروش، و اهمیت فروش محصولات را می‌رساند

۴- بهترین شرکت دانش‌آموزی در مجموع

بهترین جایزه به شرکتی داده می‌شود که در مجموع سه مورد بالا بهترین رتبه را کسب کند و این شرکت در جشنواره‌ی بین‌المللی "اوسلو" شرکت می‌کند و پس از این شرکت‌های دانشجویی موفق فرصت پیدا می‌کنند که از طرف مؤسسه "Loan funnel" نروژ مورد حمایت مالی قرار گیرند و کسب‌وکار خود را ادامه دهند.

مربیان شرکت‌های دانشجویی:

یکی از اهداف این پروژه ارتباط دادن مدرسه با کارآفرینان است. کارآفرینان نقش بسزایی در کمک به ایجاد و راه‌اندازی کسب‌وکار ایده‌ها دارند از طریق کمک‌ها و نصایح و مشاوره‌هایشان.

شاخص‌های موفقیت طرح:

- پروژه در ۱۵ دبیرستان در ۱۰ شهر اجرا شد
- ۱۳۹ شرکت دانش‌آموزی و ۵۸۰ دانش‌آموز در آن شرکت نمودند
- ۳ سمینار برای ۳۰ آموزگار در جهت آموزش ایشان اجرا گردید