

کار آفرینی و جنسیت در نظام آموزش و پرورش

پژوهشگر کتاب:

محبوبه سادات بهار



انتشارات منشور صلح

۱۳۹۴

سرشناسه	: بهار، محبوبه سادات، ۱۳۵۲ -
عنوان و نام پدیدآور	: کارآفرینی و جنسیت در نظام آموزش و پرورش / پژوهش و نگارش محبوبه سادات بهار.
مشخصات نشر	: تهران: منشور صلح، ۱۳۹۴.
مشخصات ظاهری	: ۱۷۹ ص: جدول.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۹۴۸۵۰-۵-۵
وضعیت فهرست نویسی	: فیپا
یادداشت	: کتابنامه: ص. ۱۶۷-۱۷۹.
موضوع	: کارآفرینی -- ایران -- تهران -- نمونه پژوهی
موضوع	: شاگردان دبیرستان -- ایران -- تهران -- نمونه پژوهی
رده بندی کنگره	: ۱۳۹۱ ج۹ پ۹۳/ب۱۵/ HB۶۱۵
رده بندی دیویی	: ۳۳۸/۰۴۰۰۹۵۵۱۳۳۳
شماره کتابشناسی ملی	: ۳۹۴۱۴۳

آدرس: پل کریم خان - خيابان ايرانشهر - پلاک ۱۹۷ - ساختمان
کسری - طبقه چهارم جنوبی. manshour_solh@yahoo.co.ir
شماره تماس: ۳۱۲۱-۰۹۳۰۰۰-۸۶۰۷۰۳۸۰-۷-۹۱۲۴۹۸۴۵۰
http://manshour_solh.epage.ir/admin/



که عنوان کتاب..... کارآفرینی و جنسیت در نظام آموزش و پرورش
که مولف..... محبوبه سادات بهار
که صفحه آرا..... رضا کاوه
که طراح جلد..... رضا کاوه
که ناشر..... منشور صلح
که شمارگان..... ۱۰۰۰ نسخه
که نوبت چاپ اول..... ۱۳۹۴
که قیمت..... ۱۳۶۰۰ تومان

ISBN: ۹۷۸-۶۰۰-۹۴۸۵۰-۵-۵

فهرست

پیشگفتار..... ۱۱

بخش اول: مقدمه..... ۱۷

اصطلاحات مهم برای مطالعه کتاب حاضر..... ۲۳

بخش دوم: کارآفرینی..... ۲۷

مفهوم کارآفرینی..... ۲۸

کارآفرینی چیست و کارآفرین کیست؟..... ۳۴

بخش سوم: نظریات کارآفرینی..... ۴۱

کارآفرینی از دیدگاه اقتصاد دانان..... ۴۲

کارآفرینی از دیدگاه روانشناسان..... ۴۸

نظریه روانشناسان اجتماعی..... ۵۰

نظریه های انگیزش کارآفرینی..... ۵۳

رویکرد ویژگی ها..... ۵۴

نیاز به توفیق یا توفیق طلبی..... ۵۵

مرکز کنترل..... ۵۸

تمایل به مخاطره پذیری..... ۶۰

نیاز به استقلال، یا استقلال طلبی..... ۶۲

خلاقیت..... ۶۳

تحمل ابهام..... ۶۴

جامعه شناسان و کارآفرینی..... ۶۴

کارآفرینی از دیدگاه وبر..... ۶۵

پارسونز و کارآفرینی..... ۶۸

کارآفرینی از دیدگاه اینکلس و اسمیت..... ۶۹

۷۰	عوامل اجتماعی زمینه ساز کارآفرینی
۷۴	فمینیسم و کارآفرینی
۷۵	مقایسه زنان و مردان کارآفرین
۷۷	- انگیزه
۷۸	- چگونگی آغاز فرآیند کارآفرینی
۷۸	- منابع مالی
۷۹	- سوابق حرفه‌ای
۷۹	- ویژگی‌های شخصیتی
۷۹	- ویژگی‌های فردی
۸۰	- نیروهای حامی
۸۰	- نوع مالیات تجاری
۸۳	کارآفرینی از دیدگاه دانشمندان مدیریت
۸۵	ویلیام بای گریو
۸۶	سونا فلت و کاتر

۸۷ بخش چهارم: آموزش و پرورش

۸۷	مقدمه
۹۰	کارکردهای نهاد آموزش و پرورش
۹۱	آموزش کارآفرینی یکی از اهداف آموزش و پرورش
۹۵	سابقه آموزش کارآفرینی
۹۹	اصول اساسی آموزش کارآفرینی
۹۹	تصمیم‌گیری در جهت کارآفرینی
۱۰۱	فرآیند کارآفرینی
۱۰۱	اهداف برنامه‌های آموزش کارآفرینی
۱۰۳	تنوع دوره‌های آموزش کارآفرینی
۱۰۴	نیروی انسانی در فرآیند آموزش کارآفرینی
۱۰۴	مدرسان
۱۰۵	شیوه‌های آموزش کارآفرینی
۱۰۶	مبانی نظری آموزش و پرورش
۱۰۷	آموزش و پرورش و جنسیت
۱۱۰	دیدگاه‌های جامعه‌شناختی

۱۱۴.....	نظریه وابستگی متقابل اجتماعی
۱۱۵.....	نظریه انتظار
۱۱۵.....	نظریه اسناد
۱۱۶.....	نظریه‌های انگیزه پیشرفت
۱۱۸.....	نظریه یادگیری اجتماعی
۱۲۰.....	نظام آموزشی ایران
۱۲۱.....	آموزش طرح کاد
۱۲۲.....	نظام جدید آموزش متوسطه در کشور
۱۲۳.....	اشکالات و نارسایی‌های آموزش متوسطه

۱۲۸.....	بخش پنجم: منابع درسی
۱۲۹.....	تعریف مفاهیم
۱۳۲.....	یافته‌های پژوهش
۱۴۰.....	نتایج آزمون فرضیه‌ها
۱۴۶.....	یافته‌های مربوط به هنرآموزان

۱۵۶.....	بخش ششم: سخن پایانی
----------	----------------------------

۱۶۸.....	منابع و مآخذ
۱۶۸.....	منابع فارسی
۱۷۸.....	منابع لاتین

پیشگفتار

جوامع بشری سه مرحله ی تکاملی را پشت سر گذاشته اند؛ که عبارت اند از: جامعه ی سنتی، جامعه صنعتی، جامعه فرا صنعتی یا اطلاعاتی. انسان در جامعه سنتی، عمدتاً نیازهای خود را از طریق شکار و کشاورزی تامین می کرد و صاحبان کسب و کار از یک رشته آداب و رسوم و هنجارهای مشخصی پیروی می کردند. افراد در تامین نیاز به زور بازو و کاریدی وابسته بودند و ارزش افزوده صرف ساخت و ساز کاخ ها می شد. با پیدایش انقلاب صنعتی کسب و کارها شروع به رشد کردند و کار فکری نیز به عنوان مکمل کاریدی مطرح شد. در این دوره به انتقال به جامعه ی صنعتی است، میل به ابداع و خلاقیت در بشر افزایش یافت و کم کم شخصیت هایی ظهور کردند که در پی ارضای کنجکاوی و کشف موضوعات جدید بودند. این افراد، خصلت های مشخصی داشتند و از خطر پذیری لذت می بردند. در جامعه ی صنعتی، اصالت به ماده و انرژی داده شد و ماشین بخار و ماشین های پیچیده تر اختراع شدند. سرمایه گذاران کلان و صاحبان صنایع بزرگ به عنوان الگوهای موفق کسب و کار معرفی شدند.

در عصر حاضر که آن را جامعه ی فراصنعتی یا اطلاعاتی نامیده اند، سرعت تغییر و تحولات به گونه ای است که از آن به عنوان شگفتی های عصر نام می برند. در این دوره، از اهمیت کاریدی

کاسته شده و به جای آن، نیروی انسانی کیفی که توان خلاقیت و نوآوری، بر پایه فکر و اندیشه را دارد، اهمیت پیدا کرده است. در چنین فضایی که تفکر و اندیشه عامل تمایز و برتری است، جوامعی می توانند توسعه یابند که از منابع انسانی که منشاء فکر و ایده است و حیاتی ترین عامل تولید محسوب می شود، حداکثر بهره برداری را کنند. (قانع بصیری، ۱۳۷۳: ۱۷۹-۱۷۸)

برخی از صاحب نظران بر این باورند که در جامعه ی اطلاعاتی سه انقلاب به وقوع پیوسته و در حال تکامل است: انقلاب دیجیتالی، انقلاب اینترنتی و انقلاب کارآفرینی. در انقلاب دیجیتالی، اطلاعات به سرعت از طریق سیستم های ارتباطی کابلی، بی سیم، نوری و ماهواره ای منتقل می شود؛ و از جمله ویژگی های آنان قدرت بیشتر در ازای هزینه کمتر، قدرت پردازش و حافظه است. در انقلاب اینترنتی، مهم ترین رسانه ی گروهی ارتباطی پس از تلویزیون، اینترنت است. اینترنت همه ی راه های ارتباطی دیگر، مثل پست، و نامه، مجله، تلفن، رادیو و تلویزیون را یک جا در خود دارد و هر کس می تواند اطلاعات کامل را در کوتاه ترین زمان به دست آورد. (احمد پور، ۱۳۸۱: ۱۸) اما برخی دیگر عصر حاضر را، عصر کارآفرینان نام ناری کرده اند. کارآفرینان، انقلابی را هدایت می کنند که منجر به تحول و نوسازی اقتصاد در جهان می شود. (بای گریو^۱، ۱۹۹۴: ۱)

الوین تافلر معتقد است در جوامع سنتی، صنعتی و اطلاعاتی، شاهد امواجی بوده ایم که در کانون آنها قدرت قرار داشته است؛ به گونه ای که ماهیت قدرت در ساج اول (جامعه سنتی) خشونت، در موج دوم (جامعه صنعتی) ثروت و در موج سوم (جامعه اطلاعاتی) دانایی است. قدرت ناشی از خشونت که محصول موج اول یا جامعه ی کشاورزی است، در انحصار زمین داران بزرگ و فئودال ها بوده است. مردمی که در دیگر طبقات (رعیت) جای داشتند، نمی توانستند از قدرت مردم برخوردار باشند و به ناچار، مجبور به پیروی از ارباب بودند. قدرت ناشی از ثروت نیز که در واقع محصول موج دوم است، در انحصار سرمایه داران و کارخانه داران بزرگ بوده و بقیه ی کارکنان زیر دست یا دیگر افراد جامعه، مستقیم یا غیر مستقیم، مجبور به اطاعت از آنان بودند. از این رو، می توان گفت که افراد جامعه در هر سطحی از دانش و اطلاعات نمی توانستند دارای قدرت باشند. ولی قدرت ناشی از دانایی و اطلاعات که محصول موج سوم است، بهترین نوع توزیع قدرت است. زیرا قدرت در این موج، در درون کاسه ی سر (مغز) افراد جامعه قرار دارد؛ که همانا دانایی و اطلاعات است. از این رو، هر کس که از اطلاعات و

دانایی بیشتری برخوردار باشد، لیاقت و شایستگی قدرتمندتر شدن را خواهد داشت؛ زیرا اساس قدرت را در این عصر، دانایی تشکیل می‌دهد. این برداشت تافلر از توزیع دانایی، به این معناست که از این پس، قدرت از شکل انحصاری خارج و فراگیر خواهد شد. اگر در زمان انقلاب صنعتی، قدرت سرمایه یا ثروت، حرف اول را در جهان می‌زد، در عصر ارتباطات و اطلاعات، دانایی است که حرف اول را در جهان می‌زند. (افجه ۱۳۷۰: ۱۷-۱۵) با آشکار شدن نقش و تاثیر کارآفرینی بر روند رشد اقتصادی و اجتماعی کشورهای توسعه یافته در عصر اطلاعات و دانایی، تلاش‌هایی در جهت آموزش و پرورش و روحیه‌ی کارآفرینی در بین مدیران، تجار، به ویژه جوانانی که کارآفرینان بالقوه محسوب می‌شوند؛ مانند دانش‌جویان و دانش‌آموزان، شدت گرفته است.

امروزه تغییرات سریع جامعه و ضرورت سازگاری با چنین تغییراتی، ارزش کارآفرینان را روزافزون نموده است. "پژوهش‌ها نشان داده که بین رشد اقتصادی و تعداد کارآفرینان در یک کشور همبستگی وجود دارد، زیرا کشوری که دارای تعداد زیادی کارآفرین باشد، از محرک‌های تجاری و اقتصادی قوی‌تری برخوردار است." (هاشمی، ۱۳۸۲: ۹۰) همچنین کارآفرینی به علت قابلیت اشتغال‌زایی که دارد، به کاهش نرخ بیکاری، که خود از مشکلات کلان اقتصادی - اجتماعی دولت‌هاست، کمک می‌کند. ضمن آنکه "فعالیت‌های کارآفرینی علاوه بر بخش خصوصی، برای دستیابی موثر به اهداف نظام اداری، قابل تسری به بخش دولتی نیز هست. اهمیت کارآفرینی در بخش دولتی است که آن را یکی از عوامل تولید مانند سرمایه و کار (غیر از نیروی انسانی) شناخته و کارآفرینی را عاملان موجد ارزش می‌نامند." (احمد پور، ۱۳۸۳: ۸)

کارآفرینی و کارآفرینان فارغ از جنس خود، منشاء آثار بسیار ارزشمندی هستند که به اجمال به چهار مورد آن می‌توان اشاره کرد. (هاشمی، ۱۳۸۲: ۱۰-۹)

۱- ایجاد اشتغال: رابطه تنگاتنگ کارآفرینی و اشتغال به گونه‌ای است که محققان بر این باورند هرگاه فعالیت‌های کارآفرینی در یک جامعه کند شود، نرخ بیکاری آن جامعه فزونی خواهد یافت.

۲- کارآفرینی موجب توزیع متناسب درآمدها می‌شود: در جوامعی که گروه‌های کوچک مرفه، تحت کنترل نباشند، این گروه افزایش قیمت کالاها و خدمات را بر جامعه تحمیل می‌کنند و حال آنکه وجود کارآفرینان بیشتر با ایجاد رقابت مثبت، باعث نظارت بر کار یکدیگر شده و به تعادل جامعه می‌انجامد و متقابلاً هرگاه درآمدها متناسب توزیع شود، کارآفرینی شکوفا می‌گردد.

۳- کارآفرینی موجب بهره برداری از منابع و فعال شدن آنها برای توسعه کشور می شود. از آنجا که کارآفرینان چیزهای ارزشمند را از هیچ می سازند و برآنند که تنوری را به عمل تبدیل کنند، با به کار انداختن همه منابع موجود، به توسعه کمک شایانی می کنند.

۴- بهبود کیفیت زندگی، کشف نیازها، ابداع و توسعه کالاها و ارائه خدمات جدید از جمله ویژگی های کارآفرینان است که موجب بهبود دائمی استانداردهای زندگی در جامعه می گردد.

کارآفرینی علاوه بر اثرات فوق، نقش های زیر را نیز در جامعه ایفا می کند:

- رشد اقتصادی به وسیله افزایش میزان تولید سرانه داخلی و کاهش وابستگی به درآمد نفتی

- تشویق و رغبت سرمایه گذاری

- کاهش بروکراسی

- ایجاد تعادل در اقتصادهای پویا

- ایجاد شناخت و گسترش بازارها، جدید

- ارتقاء فرهنگ کار و کارآفرینی

- نوآوری و روان کننده تغییرات" (جهانیان، ۱۳۸۵: ۲)

ترکیب جمعیتی جوان کشور و ضرورت ایجاد فرصت های شغلی، لزوم اجرای اقتصاد کشور از وابستگی به مواد خام اولیه، به ویژه نفت خام و الزام های جامعه ی اطلاعاتی، عواملی هستند که سیاستگذاران و تصمیم گیرندگان کلان کشور را وامی دارد که به منبع قابل اتکایی به غیر مراد اولیه بیندیشند؛ بدون شک، این منبع حیاتی چیزی جز خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی نیست.

نتایج تحقیقات نشان می دهد که می توان با روش های مختلف به آموزش و پرورش کارآفرینان همت گماشت. با توجه به این که شخصیت و روحیه ی آدمی عمدتاً در دوران نوجوانی و جوانی شکل می گیرد، می توان در گام اول، با یک برنامه ی صحیح آموزشی، ضمن پرورش ویژگی ها و روحیه ی کارآفرینی، دانش آموزان را با روش های راه اندازی کسب و کارهای کارآفرینانه آشنا ساخت. دولت می تواند از طریق نهادآموزش و پرورش و موسسات آموزش عالی، مفهوم کارآفرینی را از نظر اجتماعی و اقتصادی معرفی کند. یا اینکه مبحث توسعه کارآفرینی می تواند به عنوان یکی از دروس به

دانش آموزان و دانشجویانی که تمایل به درک آن را دارند، آموخته شود تا بتوانند قابلیت های خود را ارزیابی کرده و به متصه ظهور برسانند. (احمد پور و مقیمی، ۱۳۸۰: ۲۳-۲۲) بنابراین، با توجه به موقعیت کنونی کشور و به منظور تسریع در امر توسعه، حلقه مفقوده در این سرعت بخشی، پدیده کارآفرینی و ضرورت پرداختن به آن است که به تبع آن باید یک سری از ارزش ها و نیازهای مرتبط با کارآفرینی در فرهنگ جامعه آموزش داده شده و روحیه کارآفرینی پرورش یابد.

مک گوایر^۱ (۱۹۶۲) بر این باور است که: "کارآفرینی در جوامع مختلف با توجه به تنوع فرهنگی متنوع است، برای درک تفاوت رفتارها باید عواملی را مورد توجه قرار داد؛ از جمله: عقاید اجتماعی، هنجارها، پاداش رفتارها، آرمان های فردی و ملی، مکاتب دینی و نظام تعلیم و تربیت." (صابر، ۱۳۸۲: ۱۳). بدین ترتیب نهاد آموزش و پرورش می تواند به گونه ای موثر عمل کند، تا دانش آموزان به دور از عقاید کلیشه ای و تفاسیم کارآفرینی، آنگاه که قدم به رشته های تحصیلی مشترک می گذارند، بتوانند قابلیت های کارآفرینی خود را پرورش دهند. هرچند که آموزش و پرورش، تنها نهادی که باید در جهت ایجاد روحیه کارآفرینی، اندیشه کار و تلاش، فارغ از جنس دانش آموزان، عمل کند، نیست؛ اما به طور یقین یکی از مهمترین نهادها برای رسیدن به این هدف است. تقریباً همه کودکان و نوجوانان دختر و پسر برای مدتی طولانی، زیر پوشش این نهاد قرار گرفته، با هنجارها و قواعد آن آشنا شده و سپس به عنوان فردی جوای کار، وارد محیط اجتماعی بازار کار می شوند. از آنجا که این نهاد در ایران بیشتر زیر نظر دولت و به صورت متمرکز عمل می کند به خوبی قادر است همگام با برنامه ریزی های دولتی و بر اساس برنامه های توسعه، با حساسیت بیشتری عمل کند تا بتواند زمینه مشارکت کل جمعیت خود، اعم از دختر و پسر را فراهم کرده و با ایجاد روحیه خلاقیت و نوآوری در آنان، از نیروی بالقوه کارآفرین موجود در خود، سود جوید. این امر میسر نخواهد شد مگر به واسطه پژوهش هایی که بتواند به بررسی چگونگی ایجاد، پرورش و تقویت روحیه کارآفرینی توسط نهاد آموزش و پرورش میان دانش آموزان بپردازد.

محبوبه سادات بهار

تایستان ۱۳۹۴