

## توجه به کارآفرینی و اقتصاد مقاومتی، نیاز امروز آموزش و پرورش و اجتماع

مصطفی کیخا<sup>۱</sup>، آرمین زرگر<sup>۲</sup>، مینا اکاتی<sup>۳</sup>

\*<sup>۱</sup> کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی، معاون آموزشی دبیرستان (متوسطه دو) ابولفتوح رازی ناحیه ۱ شهرستان زاهدان

<sup>۲</sup> دانشجوی کارشناسی دانشگاه فرهنگیان پردیس شهید بهشتی مشهد، رشته دبیری ریاضی

<sup>۳</sup> دانشجوی کارشناسی دانشگاه فرهنگیان پردیس شهید هاشمی نژاد، رشته دبیری تربیت بدنی

### چکیده

در دنیای درحال تحول امروز، کامیابی از آن، جوامع و سازمان هایی است که بین منابع کمیاب و قابلیت های مدیریتی و کارآفرینی منابع انسانی خود رابطه معنی داری برقرار سازد. به عبارتی دیگر جامعه و سازمانی می تواند در مسیر توسعه، حرکت روبه جلو و با شتابی داشته باشد که با ایجاد بسترهای لازم منابع انسانی خود را به دانش و مهارت کارآفرینی مولد تجهیز کند تا آنها با استفاده از این توانمندی ارزشمند، و با استفاده مناسب و بجا از مولفه های اقتصاد مقاومتی و سایر منابع، جامعه و سازمان را به سوی ایجاد ارزش و حصول رشد و توسعه، مدیریت و هدایت کنند. مقاله مروری حاضر به بررسی دو موضوع بسیار مهم که موجبات توسعه وسازندگی جوامع مختلف را در بر داشته و دارد پرداخته شده است. بحث کارآفرینی و اقتصاد مقاومتی دو مولفه ای است که به نظر بسیاری از صاحب نظران باید از ابتدای زندگی اجتماعی هر فرد بطور جد به او آموزش داده شود. لذا پژوهش حاضر به به تعریف موضوعات مذکور و همچنین بررسی مولفه های آن پرداخته است.

**کلید واژه ها:** کار آفرینی، کار آفرین، نوآوری، اقتصاد مقاومتی، اقتصاد مقاومتی در آموزش و پرورش.

## مقدمه

امروزه که کار و فعالیت شکل تازه ای به خود گرفته است و به سوی خودکارفرمایی و خوداشتغالی در حرکت است. کارآفرینی و کارآفرینان نقش کلیدی در روند توسعه و پیشرفت اقتصادی جوامع مختلف ایفا می کنند. تجارب کشورهایمانند ژاپن، کره جنوبی، مالزی و هند آکنده از فعالیت های چشمگیر کارآفرینانی بوده است که امروز به توسعه یافتگی کشور خود می بالند. باید توجه داشت که کارآفرینان تنها به ایجاد فرصت های شغلی جدید نمی پردازند بلکه با ساختار، تفکر، تحرک و فرهنگ لازم دست به تخریب خلاق می زنند تا از دل ویرانه های کهن بنای رفیع آبادانی و پیشرفت را برافرازند. با توجه به نقش و اهمیت کارآفرینی و سابقه درخشان کارآفرینان در توسعه بسیاری از کشورها و با توجه به مشکلات اقتصادی زیادی که کشور ما با آن مواجه بوده و دست یاری از هر سویی می طلبد، ترویج و اشاعه مفهوم کارآفرینی، بسترسازی برای فرهنگ حامی کارآفرینی و مهمتر از همه تربیت افراد (به ویژه تحصیلکردگان) کارآفرین سازمانی برای تمامی جوامع به خصوص برای جوامع درحال توسعه ای مانند ایران از اهمیت و ضرورت حیاتی برخوردار است. شرایط اقتصادی، صنعتی، اجتماعی و فرهنگی امروز کشور به گونه ای است که حل مشکلات و تنگناها، الگوها و راه حل های جدید و متفاوتی را طلب می کند. ترکیب جمعیتی جوان کشور، ضرورت ایجاد فرصت های شغلی و نیز نوسان بهای نفت سه عامل عمده ای هستند که موجب می شوند سیاستگذاران و تصمیم سازان کلان کشور به منبع درآمد سهل الوصول دیگری به جز نفت بیندیشند و بی شک آن منبع جز ابتکار، خلاقیت و نوآوری چیز دیگری نیست. اکنون در عرصه جهانی، افراد خلاق، نوآور و مبتکر به عنوان کارآفرینان منشا تحولات بزرگی در زمینه های صنعتی، تولیدی و خدماتی شده اند و از آنها نیز به عنوان قهرمانان ملی یاد می شود. چرخهای توسعه اقتصادی همواره با توسعه کارآفرینی به حرکت درمی آید. در اهمیت کارآفرینی همین بس که طی بیست سال (۱۹۸۰ - ۱۹۶۰) در یکی از کشورهای جهان سوم (هند) تنها ۵۰۰ موسسه کارآفرینی شروع به کار کرده اند و حتی بسیاری از شرکتهای بزرگ جهان برای حل مشکلات خود به کارآفرینان روی آورده اند (جوزف<sup>۱</sup> و همکاران، ۱۹۹۹). امروزه نیروی انسانی به عنوان یک منبع نامحدود و محور هر نوع توسعه مطرح می باشد. در این بین کارآفرینان به طور خاص دارای نقشی موثرتر در فرآیند توسعه اقتصادی اند. تحقیقات نشان داده که بین رشد اقتصادی و تعداد کارآفرینان در یک کشور همبستگی مثبت وجود دارد. زیرا کشوری که دارای تعداد زیادی کارآفرین باشد از محرک های تجاری و اقتصادی قویتری برخوردار است. آموزش و پرورش کارآفرینان سازمانی نیازمند یک متدولوژی آموزشی اجرایی برای همکاری تنگاتنگ بین صنعت و دانشگاه جهت مواجهه با فشارهای شدید اجتماعی حاصل از رشد سریع فناوری و کمبود نیروی انسانی متخصص در جهان امروز است. در این روش که عنوان کارآفرینی یافته، انسانها به گونه ای پرورش می یابند که خود در جهت خلق کار قدم بردارند. مشاهدات حاصل از اعمال این متدولوژی به صورت موردی در قالب مأموریت اجتماعی، اهداف، مقصد مشخص، و نیز فعالیت های مترتب آن منعکس گردیده اند (داریا نی، ۱۳۸۷).

## کارآفرینی

واژه کارآفرینی از ریشه فرانسوی *Entreprendre* است و مفهوم تعهد کاری را در برمی گیرد. کارآفرین کسی است که تعهد می کند تا سازماندهی و مدیریت کسب و کار جدیدی را که توام با ریسک است، بپذیرد (آهنی ها، ۱۳۹۱).

## تعریف دکتر احمد پور داریانی از کارآفرینی

" سرمایه هرگز ایده را به حرکت در نمی آورد بلکه این ایده است که محرک سرمایه است و موفقیت در کسب و کار، با ایده ی نوآورانه و خلاق که به همراه سرمایه منجر به ارائه ی محصول جدید در بازار می شود رقم می خورد که این را اصطلاحاً کارآفرینی می گوئیم." برای شناخت فرد کارآفرین باید ابتدا بدانیم که او چه کارهایی می کند و سپس دریابیم کدام خصوصیات و ویژگی های شخصیتی او را از دیگران متمایز می کند. کارآفرین فردی است دارای ایده و فکر جدید که از طریق

فرآیند ایجاد کسب و کار ( کسب و کار خانگی ، کسب و کار مجازی، کسب و کار در مغازه یا شرکت یا سازمان ) توأم با بسیج منابع و مخاطره مالی و اجتماعی ، محصول یا خدمت جدیدی را به بازار عرضه می کند.

### تعریف ژوزف شومپیتر از کارآفرینی

ژوزف شومپیتر (۱۹۳۴) فرآیند کارآفرینی را " تخریب خلاق " می نامد. به عبارت دیگر ویژگی تعیین کننده در کارآفرینی همانا انجام کارهای جدید و یا ابداع روشهای نوین در امور جاری است. روش نوین همان "تخریب خلاق" می باشد. از نظر وی نوآوری در هر یک از زمینه های ذیل کار آفرینی محسوب می شود .

- ۱- ارائه کالای جدید
- ۲- ارائه روش جدید در فرآیند تولید
- ۳- گشایش بازاری جدید
- ۴- یافتن منابع جدید
- ۵- ایجاد هر گونه تشکیلات جدید در صنعت

کارآفرینی کیفیتی است که افراد را قادر می سازد یک فعالیت جدید را شروع کنند یا با قدرت و به طور ناباورانه فعالیت موجود را توسعه دهند. کارآفرینی موتور تحول و توسعه اقتصاد، فرهنگ و جامعه است. رشد و فراگیری این پدیده می تواند به تحول و دگرگونی اساسی در اقتصاد ملی منجر شود. کارآفرینی فرآیندی است که طی آن فرد کارآفرین با ارائه ایده و فکر جدید ایجاد کسب و کار با قبول مخاطره و تحمل ریسک، محصول و خدمت جدید را ارائه میکند. اگرچه تعاریف گوناگونی از کارآفرینی ارائه شده است، لیکن بیشتر نویسندگان و صاحب نظران در مجموع کارآفرینی را " فرآیند شناسایی فرصتهای اقتصادی، ایجاد کسب و کار و شرکتهای جدید، نوآور و رشد یابنده برای بهره برداری از فرصتهای شناسایی شده می دانند که در نتیجه آن کالاها و خدمات جدیدی عرضه می شود.

### تعاریف دیگر کارآفرینی

ریچارد کانتیلون (۱۷۳۰) اولین کسی بود که این واژه را در علم اقتصاد ابداع نمود و آن را اینگونه تعریف نمود : کارآفرین فردی است که ابزار تولید را به منظور ترکیب به صورت محصولاتی قابل عرضه به بازار خریداری می کند. کارآفرین در هنگام خرید از قیمت نهایی محصولات اطلاع ندارد.

جان باپتیست سی (۱۸۰۳) کار آفرین را فردی میدانند که مسئولیت تولید و توزیع فعالیت اقتصادی خود را بر عهده دارد .

فرانک نایت (۱۹۲۱) کار آفرینان را کسانی میشناسد که در شرایط عدم قطعیت به اتخاذ تصمیم می پردازند و پیامدهای کامل آن تصمیمات را نیز شخصاً می پذیرند.

طبق نظر کاسون (۱۹۸۲) کار آفرین فردی است که تخصص وی "تصمیم گیری عقلایی و منطقی در مورد ایجاد هماهنگی در منابع کمیاب" میباشد. وی " داشتن توان داوری و قضاوت " را عنصری مشترک در تمامی کار آفرینان تشخیص داده است.

از دیدگاه کارلند (۱۹۸۴) کار آفرین فردی است که شرکتی را به منظور سود و رشد تاسیس مینماید و آنرا مدیریت کرده و از آن برای پیشبرد اهداف شخصی استفاده میکند.

همچنین به تعاریف زیر نیز می توان اشاره کرد: کارآفرین کسی است که توانایی آن را دارد تا فرصتهای کسب و کار را ببیند و آنها را ارزیابی کند، منابع لازم را جمع آوری و از آنها بهره برداری نماید، و سپس عملیات مناسبی را برای رسیدن به موفقیت پی ریزی نماید. کارآفرینان کسانی هستند که با ایجاد محصولات و خدمات نوین مورد نیاز مردم، درآمد خوبی کسب می کنند. معمولاً گمان می رود که کارآفرینان در راه اندازی شرکتها تبهر دارند در هر حال، آنها، از هیچ، کسب و کار جدید خلق می کنند. آنها به رغم مخاطرات بسیار، پیشگام کارهای جدید می شوند.

### کارآفرینی چیست؟

#### ججججج

کارآفرینی فرآیند یا مفهومی است که در طی آن فرد کارآفرین با ایده های نو، خلاق و شناسایی فرصت های جدید با بسیج منابع، به ایجاد کسب و شرکت های نو، سازمان های جدید و نوآور رشد یابنده مبادرت می ورزد. این امر توام با پذیرش خطرات است ولی اغلب منجر به معرفی محصول یا ارائه خدمات به جامعه می شود. انگیزه های مختلفی در کارآفرین شدن مؤثر می باشد که از جمله آنها: نیاز به موفقیت، نیاز به کسب درآمد و ثروت، نیاز به داشتن شهرت، و مهمتر از همه نیازمندی به احساس مفید بودن و استقلال طلبی را می توان نام برد (آهنی ها، ۱۳۹۱).

### کارآفرین

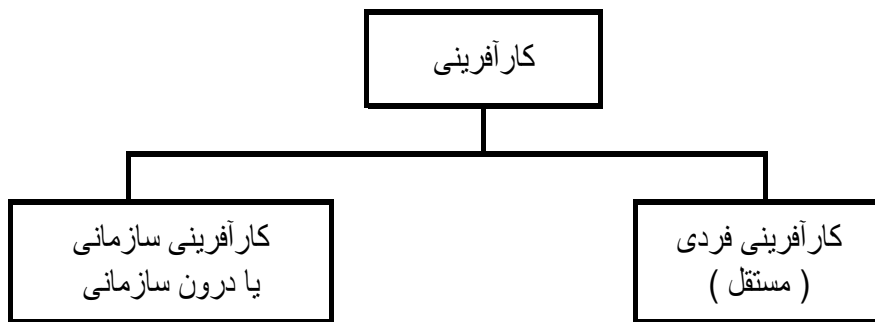
کارآفرین فردی است که ترکیبات جدیدی را در تولید ایجاد می کند و کارآفرینی عبارت است از عرضه ی کالایی جدید، روشی جدید در فرآیند تولید، ایجاد بازاری جدید، یافتن منابع جدید و ایجاد هرگونه تشکیلات جدید در کسب و کار (همان).

### کارآفرین کیست؟

کارآفرین فردی است که کنترل درونی دارد. او برای آنکه بتواند درست آنچه را که می اندیشد عینیت بخشد و عزم خود را عملی کند باید رئیس و کارفرمای خود باشد. یعنی کارآفرین نیاز به استقلال دارد. ذهن پویای او مرزهای از پیش تعیین شده و قالب های رایج را در هم می شکند و با وجودی که همان چیزی را می بیند که دیگران می بینند، اما چیزی را می اندیشد که دیگران نمی اندیشند. یعنی کارآفرین خلاق است . وقتی که خلاقیت او از ذهن به عمل منتقل می شود نوآوری صورت می گیرد. نوآوری یعنی پیمودن راه نرفته. کسی که اولین بار راهی را می پیماید، اوین کسی است که می تواند خبر مخاطرات راه را برای دیگران بیاورد. یعنی کار آفرین خطر پذیر است. او به جای آنکه منتظر ضمانت یک پایان موفق بماند، به فکر و تلاش خود تکیه میزند، به مشکلات حمله میکند و پیش میرود. یعنی کارآفرین منفعل نیست و برای استقبال از آینده روحیه ای تهاجمی دارد. لحظه آغاز تصمیم، تنها زمانی نیست که او با ریسک مخاطره مواجه می شود؛ ابهام یک پایان نامعلوم، بر هر قدم این راه سایه می اندازد. یعنی کارآفرین قدرت تحمل ابهام دارد. به استقبال فردا رفتن، آخر ماجرا نیست. کسی که آگاهانه و پیشاپیش خود را در میدان مواجهه با مسائل می اندازد، باید توان سخت کار کردن در شرایط پر تنش را هم داشته باشد. یعنی کارآفرین با وجود فشار زیاد، کارآیی خود را حفظ می کند. هم چنین کارآفرین خستگی ناپذیر، عمل گرا و فرصت گرا می باشد (همان).

### انواع کارآفرینی

صاحب نظران تقسیم بندی های مختلفی از کارآفرینی ارائه کرده اند که مهم ترین آنها در نمودار زیر نشان داده شده است (داریانی، ۱۳۸۷).



### الف: کارآفرینی فردی (مستقل)

حالتی است که فردی کسب و کار مستقلی را ایجاد می کند یا نمایندگی آن را از طریق شناسایی فرصت و بسیج منابع و امکانات لازم به دست می آورد و تمرکز او بر نوآوری، توسعه فرآیند، ایجاد محصولات یا خدمات جدید است.

### ب: کارآفرینی سازمانی یا درون سازمانی

شامل پرورش رفتار کارآفرینانه در سازمانی است که قبلاً تاسیس شده، و فرآیندی است که محصولات (خدمات) یا فرآیندهای نوآورانه با خلق فرهنگ کارآفرینانه در یک سازمان ایجاد می شود. در این نوع کارآفرینی، یک شرکت یا سازمان، محیطی را فراهم می سازد تا اعضاء بتوانند در امور کارآفرینی مشارکت کنند و طی آن، محصولات، خدمات یا فرآیندهای نوآورانه را از طریق ایجاد فرهنگ کارآفرینانه به ظهور می رسانند (همان).

### ویژگی های کارآفرینان

برای تفکیک کارآفرین از غیرکارآفرین، ویژگی های مختلفی شناسایی شده است. عده ای از این ویژگی ها که توسط روانشناسان ارائه گردیده است در زیر آمده است :

### حالت های ذهنی مثبت

یکی از متفکران می گوید: حالت های ذهنی، آدمی را خوب و بد، شاد و مغموم، غنی و فقیر می کند. آدمی حالت هایی دارد که نیرو بخشد، همانند اعتماد، عشق، قوت درونی، شادی، ایمان و غیره که موجب پیدایش انواع قدرت شخصی می شود؛ و نیز حالت هایی که فلج کننده اند، همانند ابهام، افسردگی، ترس، اضطراب، غم و عجز که آدمی را ناتوان می کنند. شما باید بدانید که چگونه می توانید حالت های ذهنی خود را کنترل کنید تا آن ها به گونه ای تنظیم کنید که در جهت رشد و شکوفائی شما عمل کنند. به یاد داشته باشید که رمز دستیابی به حالت های ذهنی نیروبخش، دست زدن به اقدام و اهل عمل بودن است. تفاوت میان آنان که نمی توانند به هدف هایشان در زندگی دست یابند و آنان که موفق اند، این است که دسته نخست نمی توانند حالت های ذهنی خود را به حالتی حمایتی تبدیل کنند، ولی دسته دوم می توانند همواره خود را از نظر ذهنی در حالتی قرار دهند که حامی آنان در کسب و کارشان باشد.

زندگی همچون رودخانه، سیال و در جریان است. اگر آدمی برای هدایت خود در جهت مورد نظر، آگاهانه عمل نکند، رودخانه او به هر کجا که خواست می برد. اگر آدمی بستر ذهنی و جسمی لازم را برای نتایج مورد انتظار آماده نسازد، علف های هرز خود به خود رشد خواهند کرد (داریانی، ۱۳۸۹).

## نیاز به موفقیت

مردم هر جامعه را از نظر روانشناسی می توان به دو گروه عمده تقسیم کرد:

گروه اول: گروهی که فرصت ها آنان را به چالش می خوانند و بر آن اند تا کارهای دشوار را انجام دهند تا به هدفی خاص دست یابند. این گروه در اقلیت اند.

گروه دوم: گروهی که بی توجه از کنار فرصت ها و مسائل می گذرند. اینان در اکثریت اند.

## تمایل به ریسک و مخاطره

کارآفرینان، اشخاصی میانه رو هستند که حساب شده ریسک می کنند. آنان مقدار متوسط از مخاطره را برای شروع یک کسب و کار، می پذیرند و در این حد حاضر می شوند تا پول، امنیت، شهرت و موقعیت خود را به مخاطره بیندازند.

## گرایش به خلاقیت و نوآوری

خلاقیت عبارت است از توانایی تلفیق ایده ها به شیوه ای منحصر به فرد برای برقراری ارتباط غیرمعمول بین ایده های مختلف. در حالی که نوآوری، فرآیند به کار گرفتن یک ایده ی خلاق و تبدیل آن به یک محصول، خدمت یا شیوه ی مفید است. به عبارت دیگر، خلاقیت بر توانایی تاکید دارد، نه فعالیت و خلاقیت پیش نیاز نوآوری است.

## روحیه شکست ناپذیری

کارآفرینان بر این باورند که چیزی به نام شکست وجود ندارد و آنچه به دست می آید، تنها نتیجه است و بس. کارآفرینان همواره موفق می شوند نوعی نتیجه به دست آورند، خواه مثبت باشد و خواه منفی. آنان نتیجه را تجربه ای به شمار می آورند که بر میزان شناخت آنان افزوده است.

## مرکز کنترل درونی

این افراد بر این باورند که بر زندگی خود کنترل دارند و حوادث مرتبط با زندگی خود را کنترل می کنند. چنین افرادی معتقدند هر چه بخواهند با استعانت از ذات مقدس پروردگار برایشان دست یافتنی است. این افراد از اعتماد به نفس بالایی برخوردارند و به دنبال موقعیتی اند که بتوانند از حکمت و جدیت خود برای هدایت حوادث آینده استفاده و نتایج را کنترل کنند.

## نیاز به استقلال

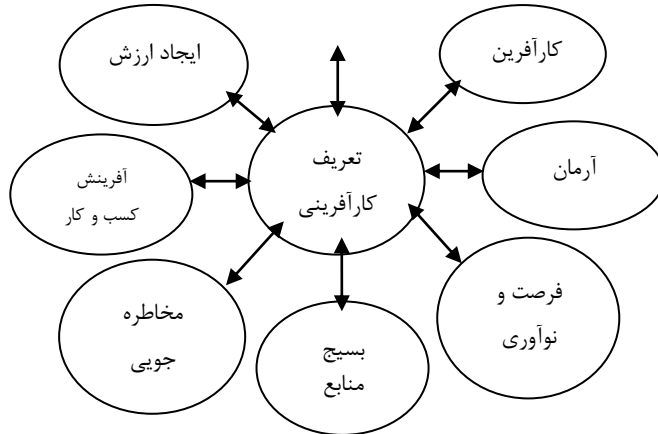
نیاز به استقلال را با عباراتی نظیر، «کاری را برای خود انجام دادن»، «آزادی عمل داشتن»، «آقای خود بودن» تعریف کرده اند (همان).

## مهمترین مولفه کارآفرینی

در زندگی کارآفرینانه هدف اصلی از کار و فعالیت ارضاء حس کنجکاوی، تحقق بخشیدن به آرمانها، آزاد سازی انرژی های ذهنی و تبدیل آنها به ایده های عملی و نهایتاً خلق ارزش است و همه چیز تحت الشعاع آرمان مشخص قرار می گیرد. کارآفرینی فرآیندی است که با طعم کسب و کار که باعث ایجاد تغییر و تحول از طریق نوآوری می شود، و بانی آن افرادی هستند که فرصت های اقتصادی را در می یابند و یا خود چنین فرصتهایی را می آفرینند و خالق ارزشهایی برای خود و جامعه

می شوند. کارآفرینی فرآیندی است که در آن فرد کارآفرین با ایده های خلاق و جدید و با استفاده مناسب از منابع، دست به شکار فرصت ها زده و با پذیرفتن ریسک های موجود، کسب و کاری نو و با ارزش ایجاد می کند (آهنی ها، ۱۳۹۱).

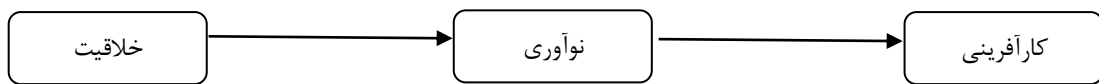
ج



نوآوری

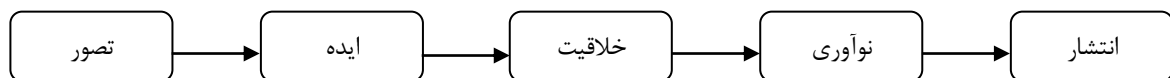
مردم غالباً نوآوری را با ابتکار و اختراع یکسان می دانند. در حالی که نوآوری به معنای دقیق واژه عبارتست از:

خلق محصول، خدمت یا فرآیندی که برای یک سازمان یا یک بازار جدید باشد. نوآوری متضمن عرضه به بازار است که می توان به معنای تجاری شدن یا به معنای در استفاده عمومی قرار گرفتن باشد. نوآوری نباید لزوماً در سطح جهان جدید باشد، کافی است که برای سازمان به کارگیرنده آن جدید باشد.



فرآیند نوآوری

فرآیند نوآوری چیزی بیش از یک ایده خوب است. سرچشمه ایده اهمیت دارد و نقش اندیشه خلاقانه ممکن است در آن توسعه، حیاتی باشد. ولی میان ایده ای که از اندیشه پردازی صرف می آید و ایده ای که حاصل اندیشه بسط یافته، پژوهش، تجربه و کار است، تفاوت فراوان هست. مهم تر اینکه کارآفرین آتی باید خواستار گذراندن یک ایده خوب از میان مراحل گوناگون توسعه باشد. از این روز، نوآوری، ترکیبی از بینش در ایجاد یک ایده خوب و پایداری در پیاده سازی آن ایده است. در اصل مفهوم نوآوری از دیدگاه مدیریت، فرآیندی است که از تصور شروع و به انتشار تجاری محصول یا خدمت جدید ختم می شود.



در این فرآیند ابتدا فرد اجازه داد تصورش (تصورى که به قول اینیشتین از دانش مهمتر است) را آزاد کند و به جهات مختلف گردش کند و سپس تصورش به یک ایده تبدیل می شود و بعد ایده آن تبدیل به یک ایده عملی، مفید و مناسب شده (خلاقیت) به دنبال آن ایده های عملی را به کالا، خدمات و ... تبدیل می نمایند (نوآوری) و در نهایت با پخش تجاری کالا و خدمات تولید شده جدید، فرآیند نوآوری به پایان می رسد. معمولاً نوآوری به صورت اقدامات متوالی یا مراحل پیاپی صورت می گیرد. برای اینکه فرآیند نوآوری به صورت موفقیت آمیز به اجرا در آید، باید نسبت به این امر اطمینان حاصل کرد که مراحل این فرآیند به ترتیب در سازمان رخ دهد. اگر یکی از مراحل اجرا نشود و یا یکی از ارکان وجود نداشته باشد، این فرآیند با شکست روبرو خواهد شد. این مراحل بدین شرح می باشد:

**نیاز:** نیاز به تغییر و نوآوری زمانی به وجود می آید که افراد نسبت به عملکرد جاری خود ناراضی باشند. وجود چنین مسئله ای باعث می شود که در پی روشهای جدید باشند و از وجود روشهای تازه آگاه گردند.

**نظر یا ایده:** نظر یا ایده، ارایه یک راه جدید برای انجام دادن کارهاست. این نظر یا ایده می تواند به صورت الگو، طرح یا برنامه باشد که یک سازمان باید آن را به اجرا در آورد. همچنین امکان دارد به صورت دستگاهی جدید، محصولی تازه و یا روشی نو برای نظارت بر امور و یا حتی شیوه مدیریتی نوین در سازمان باشد.

**پذیرفتن:** پذیرفتن به مرحله ای گفته می شود که مدیران یا تصمیم گیرندگان، درصدد برآیند که نظر یا ایده پیشنهادی را پذیرفته و به اجرا در آورند.

**اجرا:** مرحله اجرا زمانی است که اعضای سازمان به یک ایده، روش یا رفتار جدید جامعه عمل می پوشانند. در این مرحله شرکت باید مواد، وسایل یا ماشین آلات لازم را خریداری کند و کارکنان دوره هایی جدید را آموزش ببینند. مرحله اجرا اهمیت بسیار زیادی دارد؛ زیرا بدون وجود این مرحله، طی کردن مراحل پیشین بیهوده است.

**منابع:** برای ایجاد نوآوری، منابع انسانی لازم است و باید فعالیت هایی صورت گیرد. نوآوری به خودی خود صورت نمی گیرد؛ بلکه مستلزم صرف وقت و منابع است، هم برای ارائه ایده جدید و هم برای جامه عمل پوشانیدن به آن. کارکنان و اعضای سازمان در راستای تامین این دو نیاز، باید انرژی لازم را به مصرف برسانند و یا آن را تامین کنند (همان).

## انواع نوآوری

نوآوری را می توان به صورتهای مختلفی دسته بندی نمود، اما معروف ترین و رایج ترین تقسیم بندی نوآوری عبارت است از: نوآوری مبتنی بر بازار؛ نوآوری مبتنی بر محصول؛ نوآوری مبتنی بر فرآیند، نوآوری مبتنی بر علم (دانایی) و نوآوری سازمانی.

**نوآوری مبتنی بر بازار:** مانند ورود به بازارهای صادراتی جدید؛ تقسیم بندی جدید بازار، شناسایی یا استفاده از کانالهای جدید توزیع؛ تبلیغات جدید و...

**نوآوری مبتنی بر محصول:** مانند کره بدون کلسترول؛ مقنعه آستین دار؛ ماشین بافت موی خانم؛ چوب بیلیارد آموزش (لیزری) و...

**نوآوری مبتنی بر فرآیند:** مانند تغییر فرآیند تولید از کاربر به سرمایه بر (در صورتی که قبلاً انجام شده باشد) و یا تغییر در مراحل تولید، فروش، انبار داری و...



**نوآوری سازمانی:** نوآوریهای سازمانی به چند دسته تقسیم می شوند: نوآوری در مدیریت واحدها؛ نوآوری در امور مربوط به پرسنل؛ نوآوری در فرهنگ سازمانی؛ نوآوری در ساختار سازمانی؛ نوآوری در امور مالی و...

در دنیای رقابتی امروز، نوآوری برای بقای موفقیت شرکتها حیاتی است و افراد خلاق و نوآور که منبع تولید نوآوری هستند، برای شرکتها مثابه شاهرک حیاتی هستند که در صورت قطع شدن آن محکوم به زوال و نابودی هستند. زیرا سرعت رشد اقتصاد جهانی، تقاضای محدود و عرضه فراوان، میزان رقابت را داغ تر کرده است.

کارآفرینان خلاقیت و نوآوری را به وسیله یک فرآیند ساخت یافته و منظم به نیازها و فرصتهای بازار پیوند می دهند. به عبارت دیگر، با به کارگیری استراتژیهای متمرکز برای یک ایده نوآورانه سعی می کنند که یک محصول یا یک خدمت جدیدی را بوجود آورند که هدفی جز رضایت مشتریان ندارد و در نهایت به سوددهی می رسند.

نوآوری از اعمال کلیدی در فرآیند کارآفرینی به شمار می رود. اکثر پژوهشگران و مولفان در زمینه کارآفرین با عقیده، با عقیده دراکر در خصوص مفهوم نوآور اتفاق نظر دارند.

نوآوری عمل مختص کارآفرینی است... ابزاری است که توسط آن کارآفرین، منابع ثروت زای جدید ایجاد می کند، یا منابع موجود را غنا می بخشد تا پتانسیل آنها برای تولید ثروت، فزونی پذیرد.

نوآوری فرآیندی است که کارآفرینان توسط آن فرصت ها را به ایده های قابل عرضه به بازار تبدیل می کنند. به کمک این ابزار است که آنها به تغییرات شتاب می بخشند.

کارآفرینان، اندیشه خیال پردازانه و خلاقانه را با یک توانایی پردازش منطقی و سیستماتیک درهم می آمیزند؛ این ترکیب کلید موفقیت است. به علاوه، کارآفرینان بالقوه همراه در جستجوی فرصتهای منحصر به فرد برای برآوردن خواست ها و نیازها هستند. آنها پتانسیل اقتصادی را با مطرح ساختن پیوسته پرسشهایی از قبیل «اگر... چه؟» یا «چرا که نه...؟» حس می کنند.

کارآفرینان توانایی دیدن، تشخیص و ایجاد فرصتها را در خود پرورش می دهند، حال آنکه دیگران فقط مشکلات را می بینند؛ گفته شده است که نخستین قاعده برای توسعه بینش کارآفرینی، تشخیص به کار بستن این قاعده بدین معنا است، که کارآفرین، مشکل را از هر زاویه ممکن مورد تحلیل قرار می دهد؛ مشکل چیست؟ چه کسی از آن تاثیر می پذیرد؟ چگونه بر آنها تاثیر می گذارد؟ چه هزینه هایی باید پرداخته شود؟ آیا قابل حس است؟ آیا بازار هزینه راهکار را می پذیرد؟ این نوع تحلیل است که اندیشه خلاق را با تحلیل سیستماتیک در هم می آمیزد؟

اگر چه داشتن ایده خلاق مهم است، اما توانایی اصلی کارآفرینان در به کار بردن راه حلهای خلاق برای مسائل، مشکلات و فرصت ها است.

کارآفرینان ایده های خلاق را با فرصتهای بازار ترکیب کرده و با فعالیت مستمر و پیگیر به یک فرصت کارآفرینانه تبدیل می کنند و با راه اندازی کسب و کار به آنها عینیت می بخشند. شومپیتر عقیده داشت که افرادی در بین سایر آحاد جامعه با خطر پذیری اقدام به نوآوری کرده و با نوآوری آنها، فرآیند تخریب خلاق در درون نظام اقتصادی کامل شده و به این ترتیب رشد و توسعه اقتصادی در این نظام امکان پذیر می شود. به عبارت دیگر با فرآیند تخریب خلاق، مدام سازمانهای کهنه و کم تحرک با بهره وری پایین، تخریب می شوند و سازمان جدید جای آنها را می گیرند، اما این جایگزینی با یک پدیده خلاق توأم می باشد. یعنی سازمانهای جدید با ارائه محصول و خدمات جدید سبب تخریب سازمانهای قبلی می شوند و این پدیده منجر به بهبود وضعیت زندگی افراد جامعه و در نهایت توسعه اقتصادی می شود. «پیتر دراکر» می گوید وجود نوآوری در

کارآفرینی به قدری ضروری است که می توان ادعا نمود، کارآفرینی بدون آن وجود ندارد و خلاقیت نیز بدون نوآوری نتیجه ای را حاصل نمی نماید. بنابراین در این قسمت به تشریح تعاریف، انواع فرآیند و سطوح نوآوری پرداخته می شود.

پیشتران نوآوری افرادی هستند که باعث هماهنگی و پیشبرد امور مربوط به محصول یا خدمت جدیدی در سازمان می شوند. و تا موفقیت نهایی، به اصطلاح «تنور را گرم نگه می دارند»، سعی می کنند موانع و مشکلات سازمانی و غیر سازمانی نوآوریها را از بین ببرند، باعث جلب حمایتهای مالی و اخذ تاییدهای رسمی مدیران جهت اجرای ایده های جدید شوند، و در افراد ایجاد شور و شوق و هیجان و انگیزه کنند تا ایده ها به ایده های جدید شوند و در افراد ایجاد شور و شوق و هیجان و انگیزه کنند تا ایده ها به اجرا درآیند. به عبارت دیگر پیشتران نوآوری کسانی هستند که برای رفع موانع نوآوری ریسک می کنند و نقش مهمی در توسعه کسب و کار جدید، پیشرفت تکنولوژی و تقویت پروسه تغییر و تحول سازمانی ایفا کرده و به مبتکران کمک می کنند تا از سلسله مراتب سازمانی فارغ شوند.

یکی از مشکلات سازمانهای سنتی، کمبود، گمنام بودن و عد تشویق حامیان نوآوری در سازمان است. از این رو سازمانها برای ایجاد محیط مناسب کارآفرینی احتیاج دارند نقشهای مختلف افراد در سازمان را شناسایی و ضمن حمایت و تشویق حامیان نوآوری، ریسک و اشتباهات آنان را پذیرفته و تحمل کنند.

کارآفرینان همواره به دنبال کشف رمز موفقیت در بازار هستند، زمانی تولید بیشتر و راندمان بالا عامل کلیدی موفقیت در کسب و کار بود، امروز عامل کلیدی موفقیت نوآوری است. از آنجایی که یکی از ویژگیهای بارز کارآفرینان و سازمانهای کارآفرین «نوآوری» است، شاید بستر سازی مناسب جهت جذب و رشد کارآفرینان مترادف با بستر سازی مناسب جهت نوآوری تعبیر و تعریف شود (آهنی ها، ۱۳۹۱).

### دانش آموزان و اقتصاد مقاومتی

این که امام خمینی (ره) و مقام معظم رهبری (مدظله العالی) بارها فرموده اند دانش آموزان آینده سازان نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران هستند، بسیار پر معناست، زیرا به راستی همین دانش آموزان هستند که چند سال دیگر پس از تحصیلات خود وارد بازار کار و تلاش و مدیریت کشور می شوند و آینده ی ایران اسلامی را می سازند. اگرچه دانش آموزان قسمت کوچکی از عظمت و اقتدار کشور ایران است ولی با توجه به این موضوع که این دانش آموزان مخترعین و دانشمندان آینده ی این سرزمین هستند وظایفی در قبال حمایت از شعار امسال یعنی اقتصاد مقاومتی، اقدام و عمل دارند. دانش آموزان که جمعیتی نزدیک به دوازده میلیون نفر را شامل میشود میتواند در تبیین الگوی استفاده از کالای ایرانی و اصلاح فرهنگ بیگانه تاثیر بسزایی داشته باشند. دانش آموز میتواند فضایی با نشاط برای تولید ملی و حمایت از کار و سرمایه ایرانی ایجاد نماید که اینان مهمترین سرمایه های کشور و بعنوان نسل پویا، گام اول را در خانواده ها بردارند. تجربه استفاده از دانش آموزان بعنوان همیار پلیس در چند سال اخیر خود گواه روشنی بر این موضوع است که آنان میتوانند سخن اثر گذار در بین خانواده و سطح عمومی جامعه در جهت ایجاد رغبت به استفاده و بهره مندی از تولید داخلی داشته باشند. دانش آموزان قادرند خانواده ی خود را در خرید میلان، مصالح ساختمانی، لوازم تزئینی، اسباب بازی و پوشاک هدایت و رهبری نماید به شرطی که پیام معلم در او قلباً کارساز بوده باشد. دانش آموز می تواند فرهنگ برتر شناخته شدن کالاهای خارجی را در برابر تولیدات ملی آن چنان بشکند که رغبت افراد و گرایش آنان به وسایل خارجی برای همیشه به انزوا کشیده شود. جمله، (MADE IN IRAN، ساخت ایران) توسط دانش آموزان در خانواده ها ترویج داده شود.

هدایت دانش آموزان به رشته های فنی و کار و دانش، بستری مناسب برای اقتصاد مقاومتی بوده و توسعه مدارس فنی و حرفه ای از اهداف تعیین شده در سند تحول بنیادین است. مهم ترین تحول در آموزش و پرورش، ایجاد تحول در مدیریت منابع موجود و رمز موفقیت در این زمینه، ایجاد تحول در نگرش و اندیشه نیروی انسانی است. پس باید در زمینه هدایت دانش آموزان به سمت رشته های فنی و حرفه ای و کار و دانش نهایت دقت را داشته باشیم و انتظار ما از مقطع متوسطه توجه

بیشتر به رشته‌های فنی و حرفه‌ای و کار و دانش است که با توجه به وجود بازار کار از دغدغه‌های خانواده‌ها و دانش‌آموزان می‌کاهد (غلامیان و همکاران، ۱۳۷۷).

### راهکارهای اجرایی اقتصاد مقاومتی و دانش‌آموزان

بی شک، در این میان، دانش‌آموزان، به عنوان یک جمعیت حدود هفده میلیون نفری، نقش بسیار مهمی در شکل‌گیری اقتصاد مقاومتی و لَبّیک به ندای رهبری عزیز انقلاب دارند. در ادامه مطلب به چند نکته‌ی مهم درباره‌ی وظیفه و رسالت آنها اشاره می‌شود.

#### خوب درس خواندن قدم اول

خوب درس خواندن و یاد گرفتن مهارت‌های کاری در کنار تحصیل، یک امر ضروری برای هر دانش‌آموزی است که می‌خواهد با علم آموزی و توجه به اخلاق و معنویت، خود را برای خدمت بهتر به کشور آماده کند. نکته‌ی دیگر این است که به طور اساسی اقتصاد مقاومتی ماهیتی مردمی دارد؛ یعنی مردم در آن نقش تعیین‌کننده و حیاتی دارند. از این لحاظ لازم است که دانش‌آموزان با تقویت روحیه‌ی خودباوری، تلاش و جدیت و نیز چاشنی خلاقیت، نقش کلیدی خود را در اقتصاد مقاومتی بردارند و بدانند که چشم امید ملت و رهبر به آن‌ها دوخته شده است.

#### برای کمک به اقتصاد ملی درست مصرف کنیم

یکی از کارهای خوب دانش‌آموزان در این راستا، درست مصرف کردن دفتر و کتاب است. این گونه، هم کتاب‌ها ماندگاری بیشتری دارند و هم این که کاغذ کمتری در کشور مصرف می‌شود و نیاز نیست کشور ما هزینه‌ی زیادی بگذارد تا کاغذ از خارج کشور وارد کند.

صرفه جویی در خوراک و پوشاک و مصرف آب و برق و گاز و استفاده‌ی مناسب و به موقع از لوازم خانگی مانند تلویزیون، کولر، بخاری و یخچال از جمله این راهکارهاست که البته می‌شود ده‌ها مورد دیگر را نیز به آن افزود.

#### تولید کالای داخلی؛ محور اقتصاد مقاومتی

در شرایطی که کشورهای غربی ما را تحریم کرده‌اند، ما با مصرف کالای داخلی و نخریدن کالاهای آنها، می‌توانیم هم به اقتصاد خانواده‌ی خود کمک کنیم و هم این که تودهنی بزرگی به دشمنانمان بزنیم که نمی‌خواهند ایران و ایرانی را سربلند و مستقل و آباد ببینند.

هر دانش‌آموز اگر بکوشد نوع داخلی کالای مورد نیاز خود را بخرد و خانواده و دوستان خود را نیز به این امر تشویق کند، بی شک گام بسیار مهمی در راستای حمایت از تولید ملی، برداشته است؛ که اتفاقاً شعار امسال هم هست و رهبر فرزانه‌مان بر آن تأکید خاصی دارند.

#### فقط کالای ایرانی

مهم این است که هریک از ما از خود شروع کنیم؛ برای مثال، شما دانش‌آموزی که این مطالب را می‌خوانید، در قدم اول از خریدن لوازم التحریر و کیف و کفش خارجی به شدت بپرهیزید و از جنس ایرانی آن استفاده کنید.

این راهم بدانیم که با مصرف کالای ایرانی، باعث رونق تولید ملی شده ایم و به ایجاد شغل برای هم وطنانمان کمک کرده ایم، یعنی در حدّ خود با مشکل بیکاری که امروز بسیاری از خانواده ها را دچار دغدغه و نگرانی کرده، مقابله کرده ایم. این کار هم یک همت و جهاد ملی است و هم ثواب الهی دارد و به طور قطع ما در برابر خداوند متعال اجر خواهیم داشت.

### پرهیز از اسراف و لزوم توجه به صرفه جویی

یکی از مسائلی که باعث می شود کشور ما در این شرایط بتواند تحریم ها را به خوبی پشت سر بگذارد و در عرصه ی اقتصاد مقاومتی موفق باشد، توجه به اصل مقابله با اسراف و درست مصرف کردن است که ما آن را "صرفه جویی" می نامیم.

دوم شهریور ماه سال ۹۴، مقام معظم رهبری (مدظله العالی) در دیدار با رئیس جمهور و اعضای هیئت دولت، بر همین مسأله تأکید کردند و فرمودند: "باید فرهنگ سازی کنید. ما یک ملت مسلمان علاقه مند به مفاهیم اسلامی هستیم؛ این قدر در اسلام اسراف منع شده و ما متأسفانه در زندگی مان اهل اسرافیم".

بدیهی است که صرفه جویی و مقابله با اسراف به هیچ وجه معنایش مصرف نکردن و سختی کشیدن نیست، بلکه صرفه جویی در یک کلام به این معنا و مفهوم است که از نعمت های خدا درست استفاده کنیم و از مصرف کردن بی رویه به شدت پرهیزیم (زیدی، ۱۳۹۱).

### نقش کلیدی نظام آموزش و پرورش

در این باره البته نقش آموزش و پرورش نیز بسیار مهم است، زیرا با ارائه ی متونی صحیح و اسلامی به دانش آموزان و ارائه ی راهکارهای مناسب تربیت، برای خدمت به کشور و تلاش برای ساختن اقتصاد ملی و اسلامی به دانش آموزان شوق و انگیزه ی لازم را خواهد داد و از سویی، همین فرزندان محصل ایران زمین هستند که با تلاش خود، آینده ی روشن و پر امیدی را برای کشور سرفراز و پهناورمان رقم خواهند زد.

به عبارت دیگر، نظام تعلیم و تربیت و آموزشی کشور ما باید کودکان، نوجوانان و جوانان ما را متناسب با شرایط و نیازهای امروز تربیت کند، یعنی از کودکی آنان را خلاق، جهادگر و سخت کوش بار بیاورد. به طور قطع، چنین فرزندان با این تعلیم و تربیت، سازندگان اقتصاد اسلامی کشور خواهند شد (نریمانی، ۱۳۹۱).

### راهکار اقتصاد مقاومتی در آموزش و پرورش

اقتصاد مقاومتی بر این موضوع دلالت می کند که فشارها و ضربه های اقتصادی از سوی نیروهای متخاصم سد راه پیشرفت جامعه است که باید بر آن غلبه کرد. این فشارها برای آموزش و پرورش از دو جنبه قابل بحث است یکی مربوط می شود به فشارهای خارجی که عمدتاً تحریم و جنگ نرم در شرایط فعلی عامل اصلی این بخش می شود و جنبه دیگر فشارهای داخلی است که به مجموعه عواملی تلقی می شود که موجب بازدارندگی در اجرای سیاستگذاری های کلان آموزش و پرورش می گردد. همانطور که مقام معظم رهبری به عنوان رهنمودهای اجرای اقتصاد مقاومتی اشاره داشتند مردمی کردن اقتصاد با اجرای سیاست های کلی اصل ۴۴ و توانمندسازی بخش خصوصی، کاهش وابستگی به نفت، مدیریت مصرف، استفاده حداکثری از زمان، منابع و امکانات، و حرکت براساس برنامه و پرهیز از تغییر ناگهانی قوانین و سیاست ها عمده عواملی هستند که در صورت تحقق نیافتن آن موجب می شود که آموزش و پرورش در مسیر خود برای مقابله با تحریم ها نتواند مقاومت نماید و از مسیر خود منحرف گردد. اما برای اجرای اقتصاد مقاومتی در آموزش و پرورش با تکیه بر رهنمودهای مقام معظم رهبری چگونه می توان عمل کرد: مردمی کردن اقتصاد آموزش و پرورش و توانمند سازی بخش خصوصی در شرایط وجود فشارهای خارجی توزیع ناعادلانه امکانات آموزشی و همچنین نابرابری در پیشرفت تحصیلی دو موضوع جدی هستند که به بهره مندی مناسب همه اقشار و گروهها از آموزش و پرورش آسیب می رسانند و موجب نارضایتی و تحت تاثیر قرار گرفتن

اجرای سیاستگذاری کلان می شوند. ارتقای کارایی، کاهش نابرابریها و تامین عدالت آموزشی از رسالت و ماموریت‌های آموزش و پرورش است که برای آن لازم است سیاستها و برنامه های ویژه طراحی و به مرحله اجرا گذاشته شود. بمنظور مردمی کردن اقتصاد آموزش و پرورش و ایجاد عدالت آموزشی نیازمند مشارکت مبتنی بر مدرسه محوری هستیم. بدین منظور در اقتصاد مقاومتی، اداره مدارس بصورت مشارکت بخش خصوصی - دولتی موجب می شود مدیریت خصوصی بتوانند با تنظیم قرارداد مطابق با استانداردهای آموزشی تعریف شده از سوی وزارتخانه فعالیت نمایند. عبارتی مالکیت مدارس برعهده دولت باشد و اداره مدارس به مدیران و معلمان متقاضی واگذار شود و دولت بر طبق قراردادی با گروه فرهنگیان متقاضی طی زمان مشخص مدارس را در واقع به بخش خصوصی واگذار کند. در مدارس غیردولتی بدلیل افزایش زیاد شهریه تقاضای محدودی برای این مدارس وجود دارد و این تقاضای محدود امکان وجود رقابت را برای این مدارس بوجود نمی آورد لذا موجب ضعف در ارائه مدیریت مطلوب در آن دیده می شود. برای ایجاد شرایطی که فاصله ها را میان مدارس و دولت کاهش دهد و رقابت را در مدارس ایجاد کند و موجب افزایش سطح کارایی مدارس گردد و منجر به کاهش فساد ناشی از اتکاء آموزش و پرورش به درآمد نفت و بودجه دولتی گردد، ضرورت دارد تا نگاه جدیدی به مدرسه بعنوان جزئی از سیستم وزارتخانه آموزش و پرورش داشته باشیم. خلاء اساسی که در بررسی فعالیت مدارس وجود دارد این است که مدرسه را تنها مجری سیاست ها و برنامه های دولت ندانیم، بلکه آنرا واحد برنامه ریزی، تصمیم گیری و مدیریت بدانیم. در این نگاه هر مدرسه نه بعنوان یک واحد تابعه وزارتخانه بلکه بعنوان یک واحد اداری مستقل با شرایط خاص خود و با توانایی تعیین هدفهای خاص خود و برنامه های ویژه برای رسیدن به هدف دیده میشوند. برای تحقق این توانایی ها در عمل باید توزیع قدرت و تقسیم کار بین سطوح مختلف نظام آموزشی شرایطی را ایجاد کند که مدارس بتوانند با توجه به آن بدنبال تامین منابع مالی براساس تقاضای مشتریان خود و در نتیجه افزایش بهره وری خود باشند بنابراین در تامین منابع مالی مدارس در صورتیکه مالکیت از عهده بخش خصوصی سلب شود هزینه آموزشی بطور چشمگیری کاهش خواهد یافت و بالطبع موجب کاهش شهریه های مدارس خواهد گردید به این نحو با افزایش تقاضای آموزشی و افزایش رقابت بین مدارس بهره وری مدارس نیز ارتقاء خواهد یافت در نتیجه مدیریت آموزشی مدارس بدنبال رشد و توسعه خود باعث ارتقاء سطح مدیریت آموزشی کشور خواهد گردید. برخی سودمندیهای مادی و معنوی این شیوه اداره مدارس عبارتند از: - بهره های ناشی از اثربخشی آموزشی میان معلمان و مدیران مدارس بخش میگردد. معلمان و مدیران از نتایج کار و کوشش خود بهره میبرند و به بهبود چیزی که خود در پدید آوردن آن شریکند شوق بیشتری نشان میدهند. - معلمان و مدیران بر سرنوشت خود نظارت میکنند و به خودگردانی در زندگی خو میگیرند و رضایت شغلی بدست می آورند و از رها کردن کار خود دوری میکنند. رشد و توسعه مدیریت آموزشی شتابان تر می گردد. - مفاهیم و فرایندهای مدیریت مشارکتی در مدارس نهادینه میگردد. مالکیت رسمی و عملی معلمان به یکپارچگی آنان با مدیریت می انجامد. از سوی دیگر با واگذاری مدارس و تنظیم قرارداد با مدارس، اعتبار تخصیص یافته به مدارس را می توان در قالب کوپن آموزشی به والدین دانش آموزان واگذار کرد که والدین بتوانند با استفاده از آن کوپن ها حق انتخاب برای تحصیل فرزندان خود داشته باشند و به نوعی در آموزش مدارس از مشارکت برخوردار شوند. این نوع از تخصیص اعتبار به والدین بجای اختصاص دادن به مدارس، در قالب کوپن آموزشی منجر به رقابت آموزشی بین مدارس برای افزایش کارایی و اثربخشی خود برای جذب هرچه بیشتر والدین و بمنظور دریافت کوپن های آموزشی خواهد گردید که این بمعنی مشارکت والدین در نظام آموزشی و رضایتمندی آنان خواهد گردید. با این توصیفات مدارس نیز برای جلب رضایت والدین به جذب معلمان شایسته تر و افزایش شایستگی مدارس از نظر کیفی و حتی رقابت آموزشی منجر به تولید دانش روی خواهند آورد (فولادگر، ۱۳۹۱).

کاهش وابستگی به نفت یکی دیگر از عواملی که در شرایط تهدیدات خارجی و تحریم ها اقتصاد آموزش و پرورش را تحت تاثیر می گذارد ویژگی اقتصاد کشور است. با توجه به ویژگی اقتصاد ایران و با توجه به آنکه منبع اصلی درآمد دولت فروش حاصل از نفت است بالطبع وزارتخانه آموزش و پرورش تمایل به استقلال از جامعه دارد. چون در شرایطی که درآمد نفت مستقیماً عاید دولت شود، دولت از نیروهای تولیدی و طبقات اجتماعی کشور مستقل و به درآمد نفت وابسته میشود. در چنین شرایطی بدلیل وابستگی آموزش و پرورش کشور به بودجه دولتی و نفت خود را جدای از جامعه احساس خواهد کرد و

بدلیل ضعف در رقابت سطح کارایی آن نیز پایین خواهد آمد. همچنین وجود چنین شرایطی موجب بی ثباتی و فساد خواهد گردید چراکه اتکاء آموزش و پرورش به درآمد نفت و بودجه دولتی استقلال آموزش و پرورش را از جامعه در پی دارد و به خواسته های گروههای گوناگون جامعه کم توجهی خواهد کرد که خود زمینه ساز فساد و بی ثباتی خواهد بود. در این ساختار مخدوش شدن سازوکار رقابتی بازار زمینه فساد را فراهم خواهد آورد. در این وضعیت دستیابی به درآمد دولتی و نفتی خیلی مهمتر از دستیابی به کارایی است و رفتار مدیران (آموزش و پرورش) در رقابت برای کسب هرچه بیشتر درآمد دولتی شکل میگیرد. فاصله میان مدارس و وزارتخانه آموزش و پرورش موجب شده است که مدیران مدارس دولتی برای فعالیت در مدارس بدنبال دریافت اعتبار از بالا به خواسته های ذینفعان آموزشی به مدارس کم توجه شوند و به دنبال ارائه مدیریت نوین آموزشی در مدارس نباشند و یا تقاضایی برای آن نداشته باشند. بودجه آموزش و پرورش و تخصیص آن به مدارس می تواند یکی از شاخص هایی باشد که نیاز به تامین منابع را بیش از پیش در شرایط وجود تهدیدات نشان دهد. کسری بودجه آموزش و پرورش در برخی سالها به میزانی است که تقریباً به نیمی از بودجه مصوب آموزش و پرورش بالغ شده است و دلیلی بر اختصاص ناکافی منابع به آموزش و پرورش است. در حدود ۹۵ درصد از بودجه جاری آموزش و پرورش به هزینه کارکنان اختصاص می یابد. در حالیکه از نظر معیارهای آموزشی برای کیفیت نسبتاً قابل قبول آموزش عمومی در سطح ابتدایی حداکثر هزینه کارکنان باید در حدود ۷۰ درصد کل هزینه باشد و ۳۰ درصد برای هزینه های کمک آموزشی اختصاص یابد. در شرایط حاضر تردید بسیار وجود دارد که آیا صرف منابع بیشتر به اتلاف منابع شباهت دارد یا به ارائه خدمات واقعی، بدلیل آنکه بخش قابل توجهی از هزینه های غیرکارکنان به اقلامی چون اجاره بها، هزینه آب، برق، سوخت و تعمیرات مدارس اختصاص مییابد منابع اندکی برای برنامه های بهبود کیفیت باقی می ماند. الگوی مدیریت برای مشارکت در مدیریت و مالکیت مدارس این امکان را فراهم خواهد آورد که بتواند راهکارهایی برای اقدامات مدیریتی و تامین منابع مالی و مدرسه محوری مبتنی بر تقاضای مشتریان و بافتی که مدرسه در آن قرار دارد، پیدا کند و یا منابع موجود را در آموزش و پرورش به طور بهینه تخصیص دهد (روزنامه ملت، ۱۳۹۱). بطور کلی شیوه های مبتنی بر مشارکت کارکنان مدارس در اداره مدارس ابتدایی برمبنای ویژگی های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی همان مناطق می تواند با مشارکت کارکنان مدرسه مدیریت را به بخش خصوصی واگذار کند. مدیریت مصرف، استفاده حداکثری از زمان، منابع و امکانات عمده مشکلات در آموزش و پرورش کشور مسائلی است که موجب اتلاف آموزشی می گردد. در شرایط اقتصاد مقاومتی در آموزش و پرورش باید بدنبال راههای کاهش اتلاف آموزشی باشیم بدین لحاظ باید بدنبال تامین منابع باشیم تا پاسخگوی افزایش تقاضای آموزشی باشیم و چون منبع محدود است باید بدانیم مدیریت استفاده از منابع باید چگونه ترسیم شود تا بتوانیم آموزش و پرورش کارا و اثربخش داشته باشیم. برای دستیابی به این مهم دو سوال همواره مطرح میگردد: الف) از چه طریق میتوان منابع و امکانات بیشتری برای آموزش و پرورش فراهم آورد؟ ب) از منابع موجود چگونه میتوان استفاده بهینه کرد؟ آنچه که در حال حاضر برای توسعه مشارکت در آموزش و پرورش بمنظور توسعه نهادی وجود دارد این است که علاوه بر کاهش هزینه ها در آموزش و پرورش نیازمند بسط قابلیت های فردی در ذینفعان آموزشی است. ذینفعان آموزشی اعم از مدیران و معلمان و والدین مدارس، با برخورداری از فرصت های اجتماعی کافی، می توانند به طور موثر سرنوشت خود را رقم بزنند و به یکدیگر کمک نمایند آنچه که در یک اقتصاد مقاومتی مهم است این است که ذینفعان آموزشی در مدارس را نباید عناصر منفعلی پنداشت. بنابراین باید توجه ویژه ای به بسط قابلیت های افرادی کرد که در مدارس مشغول هستند. این قابلیت های فردی را می توان با سیاست های دولت افزایش داد، در عین حال که استفاده موثر از مشارکت قابلیت های مردمی بر جهت گیری سیاست های دولت اثر می گذارد. در این شرایط برای ایجاد نظامی با عملکرد بالا بدون وجود ساختار حمایت نهادی مشکلاتی را به همراه دارد. برای تحقق آن وجود مشوقاتی برای بازیگران مورد نظر تاثیر گذار است. یعنی آنکه اگر در فرایند آموزش برای محصول بهتر در عملکرد دانش آموزان پاداش (درونی یا بیرونی) در نظر گرفته شود و یا برای عملکرد نامطلوب جریمه در نظر گرفته شود باعث می شود تا عملکرد بهبود یابد. ایجاد فرصت های مشارکت در تامین منابع عمومی لازم برای تسهیلات اجتماعی با تشکیل نهادها ممکن است و می تواند قابلیت های فردی افراد جامعه را افزایش دهد. در این میان هنجارهایی از قبیل اعتماد و همکاری نقش مهمی در کاهش هزینه های اجرا و افزایش مبادلات دارد. چنین نهادهایی وابسته به میزان تعهد و همکاری مدنی هستند. در این

شرایط ذینفعان آموزشی می توانند در مشکلات جمعی غلبه کنند و بر مسئولین نظارت کنند. آنها به پیمان نامه های اساسی دولتی اعتبار می بخشند و از سوءاستفاده جلوگیری می کند و به افراد مخالف اجازه اظهار نظر داده می شود. الگویی که در یک اقتصاد مقاومتی برای مدارس می توان ترسیم کرد مدیریت مدارس خصوصی توسط ذینفعان آموزشی با سرمایه گذاری مدارس دولتی توسط دولت است. بعبارتی مشارکت بخش خصوصی به نحوی صورت پذیرد که در آن دولت هدایت سیاستگذاری و تامین سرمایه گذاری را بعهده گیرد و در حالیکه بخش خصوصی خدمات آموزشی را به دانش آموزان ارائه میدهد، دولت قراردادی را با بخش خصوصی برای عرضه خدمات ویژه با کمیت و کیفیت تعریف شده و قیمت مشخص شده در دوره زمانی خاصی منعقد میکند. هدف اصلی مشارکت بخش خصوصی-دولتی افزایش دسترسی خانواده ها با ارائه پول به آنها برای تحصیل کودکان خود با جبران هزینه های آموزش است. علاوه بر این مکانیزم عرضه و تقاضا انتخاب والدین، رقابت مدارس را افزایش می دهد و مدارس را پاسخگو می کند. بدین نحو والدین بهترین مدرسه را برای کودکان خود انتخاب می کنند و مدارس را وادار می کنند برای ثبت نام بیشتر دانش آموزان خود نتایج تحصیلی مدرسه را بهبود بخشند و در عین حال هزینه را کاهش دهند. علاوه بر این با انتخاب والدین مدارس، پاسخگویی به والدین را نسبت به پاسخگویی حکومت مرکزی ترجیح می دهند به این نحو با ارائه مشوق به مدارس رویکرد نوآورانه برای آموزش در مدارس توسعه می یابد. نتیجه آنکه بدلیل بافت سنی موجود در آموزش و پرورش و حساسیت ویژه ای که در این بخش وجود دارد و بارها از سوی رهبر معظم انقلاب یادآوری شده است جنگ روانی ناشی از تهدیدات خارجی باعث این خواهد شد که سیاستگذاری های کلان آموزش و پرورش تحت تاثیر قرار گیرد. بنابراین وارد کردن و درگیر کردن جامعه آموزش و پرورش در اداره مدارس با مشارکت وزارتخانه آموزش و پرورش و دولت مقاومت جامعه را در مقابل تهدیدات مختلف افزایش خواهد داد (لواسانی، ۱۳۹۱).

### نتیجه گیری

تذکرات رهبر معظم انقلاب درباره ی پرهیز از برخورد شعارگونه با اقتصاد مقاومتی و ضرورت اقدامات عملی جدی مسئولان در این زمینه در سال ۹۴ نیز ادامه یافته است. ایشان در خردادماه ۹۴ از نگرانی خود درباره ی «نبود همدلی» درباره ی مسئله ی اقتصاد مقاومتی سخن گفتند:

«در مورد اقتصاد مقاومتی، خوشبختانه در کشور هم‌زبانی هست، [اما] مشکل ما در همدلی است؛ آدم می‌ترسد هم‌زبانی باشد، همدلی نباشد... این هم‌زبانی هست، همدلی هم باید انجام بگیرد یعنی از بُن دندان به مسئله ی اقتصاد مقاومتی باید باور آورده شود؛ باور کنیم که کلید حل مشکلات کشور در داخل است.»

با توجه به بیانات مقام معظم رهبری و همچنین نیاز امروز جامعه ایران می طلبد که مسئولین محترم با توجه به سوابق و تجربه بدست آمده در سالهای اخیر و همچنین استفاده از تجربیات دیگر کشورهای موفق و صاحب سبک در این زمینه (کارآفرینی و اقتصاد مقاومتی) مبنی بر ریشه یابی و آسیب شناسی مسائل مربوطه به روند پیشرفت کشور و توسعه با نگرش و تفکری نو و مثبت بتوانند هرچه بیشتر کمک بنمایند. همچنین با آماده نمودن بستر و زمینه جامعه (شروع از آغازین سالهای تحصیل افراد) و ارزش گذاری آن و نهادینه کردن آن در جامعه به این مهم دست یابند. این موضوع محقق نخواهد شد مگر با اتخاذ تصمیمات و برنامه ریزی صحیح و مجدانه و اعمال کاربردی آن در نظام آموزشی (آموزش و پرورش - دانشگاهها).

منابع

۱. احمدپور داریانی، محمود. مقیمی، سید محمد. مبانی کارآفرینی، انتشارات دانشگاه تهران، چاپ پنجم، ۱۳۸۷
۲. احمدپور داریانی، محمود. کارآفرینی، تعاریف، نظریات و الگوها. انتشارات شرکت پردیس، ۱۳۸۹
۳. آهنی ها، اصغر، موانع اشتغال زائی در کشور قسمت چهارم، وب اصغر آهنی ها، مورخه ۳ / ۴ / ۹۱.
۴. بیانات مقام معظم رهبری در حرم مطهر رضوی علیه السلام، ۱ / ۱ / ۹۴.
۵. تک تحریم و بانک اقتصاد مقاومتی، سایت آفتاب، مورخه ۲۷ / ۶ / ۹۱.
۶. روزنامه ملت، مقاومت اقتصادی از رهگذر اقتصاد مقاومتی، مورخه ۱۸ / ۶ / ۹۱.
۷. زیدی، باقر، نقش مردم در اقتصاد مقاومتی، روزنامه رسالت، مورخه ۲۲ / ۵ / ۹۱.
۸. فولادگر، حمیدرضا، تبلور اقتصاد مقاومتی در دل تحقق اصل ۴۴ نهفته است، خبرگزاری خانه ملت، مورخه ۱۳ / ۵ / ۹۱.
۹. غلامیان، سیدعلی اکبر، رضا، ویسی، حسین، نازک تبار احمدپور، داریانی، محمود، (۱۳۷۷)، طراحی و تبیین الگوی پرورش مدیران کارآفرین صنعت، رساله دکترا دانشگاه تربیت مدرس.
۱۰. لواسانی، سیده زینب، اقتصاد مقاومتی در امتداد جهاد اقتصادی، اقتصاد تبیان، مورخه ۱۱ / ۶ / ۹۱.
۱۱. مدارا و مدیریت، ص ۳۷۰ - ۳۷۳
۱۲. نریمانی، میثم، پنج اصل اقتصاد مقاومتی، پایگاه خبری و تحلیلی ندا آنلاین، مورخه ۶ / ۵ / ۹۱.
13. "The works of the entrepreneur" vol 38 ,No 5.
14. Brockhaus .R. and Horwitz .P. (2000). The Psychology of the Entrepreneur .In D. Sexton & R. Smilor. The Art and Science of Entrepreneurship Cambridge ,Mass : Ballinger.
15. Cornwall Jeffrey & Perlman Baron .(2000) organizational entrepreneurship .Richard Irwin.
16. Haug H.M & Pardy w. (1999) "community entrepreneurship in north eastland" . international journal of entrepreneurial behavior & research .vol 5 ,No.4.
17. Joseph & Pavlin Igor .(1999). Entrepreneurship development in pullice enterprises . international labour organization.
18. Thompson john & Geoff ALVY
19. Williams Care Elwood & Tse Eliza .(1999). "the relationship between strategy and entrepreneurship" international journal of contemporary hospitality management .vol.7 , N1.