

ارائه مدل توسعه توانمندی های کارآفرینی در دانش آموزان دختر پایه ششم ابتدایی شهرستان بندر ماهشهر فریبا احمدپور کریم آبادی^۱، لیلا بهمنی^۲، غلامحسین برکت^۳

چکیده

موضوع پژوهش حاضر ارائه مدل توسعه توانمندی های کارآفرینی در دانش آموزان دختر ششم ابتدایی شهرستان بندر ماهشهر در سال تحصیلی ۹۸/۹۹ بود. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش انجام به صورت کیفی با رویکرد گراندد تئوری بود. جامعه آماری پژوهش متشکل از تمام متخصصان و خبرگان دانشگاهی حوزه کارآفرینی در شهر بندر ماهشهر بود که جهت دستیابی به نمونه از روش نمونه گیری هدفمند استفاده شد. پژوهشگر پس از انجام ۲۲ مصاحبه، به اشباع نظری دست یافت. جهت تحلیل داده ها از روش تحلیل تماتیک استفاده شد. از مجموع عوامل نشئت گرفته از تحلیل تماتیک، عوامل بازتعریف آموزش های عمومی در مدارس، گسترش زیرساخت های آموزشی، تغییر سبک های آموزش، مستمر بودن آموزش های کارآفرینی، ظرفیت قابل گسترش کتاب ها و معلمان میانجی آموزش، شرایط علی توسعه آموزش توانمندی کارآفرینی در مدارس را تشکیل دادند. عوامل ناکافی بودن آموزش ها، موانع ساختاری، حاشیه ای بودن آموزش کارآفرینی، بی توجهی فراگیر، ضعف برنامه ریزی و ناهمسانی محتوای آموزشی با واقعیت های بیرونی جزو شرایط زمینه ای بودند؛ علاوه بر این طردشدگی فرهنگی، سرمایه گذاری، سیاست های تبعیض آمیز و قوانین ناقص از جمله شرایط میانجی در این پژوهش بودند؛ و در نهایت خودباوری، استقلال فردی، ریسک پذیری، آینده نگری، روحیه کار جمعی، اعتماد به نفس، کاهش آسیب های اجتماعی، رشد اقتصادی، هدفمندی اوقات فراغت، مهارت آموزی، ثبات شخصیتی، مواجهه درست با محیط و کسب تجارب کاربردی در دانش آموزان راهبردها را شامل می شد و پیامدهای چنین وضعیتی پویایی اقتصادی و توسعه شاخص های توسعه انسانی است.

کلید واژه ها: کارآفرینی، آموزش کارآفرینی، توانمندی.

پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۰۳/۲۰

دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۱۲/۱۹

۱. دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی، واحد اهواز، دانشگاه آزاد اسلامی، اهواز، ایران.

۲. استادیار گروه آموزش ابتدایی، واحد امیدیه، دانشگاه آزاد اسلامی، امیدیه، ایران (نویسنده مسئول).

bahmaei99@vatanmail.ir

۳. دانشیار گروه مدیریت آموزشی، واحد اهواز، دانشگاه آزاد اسلامی، اهواز، ایران.

مقدمه

موضوع پژوهش حاضر را می‌توان به‌طور کلی تحت عنوان حوزه «جنسیت و کارآفرینی» بررسی نمود. از آنجاکه موضوع این پژوهش «ارائه مدل توسعه توانمندی‌های کارآفرینی در دانش‌آموزان دختر ششم ابتدایی» است، ضروری است از منظر دانش‌آموزان دختر به مبحث آموزش کارآفرینی پرداخته شود. هرچند زنان و دختران در صنعت کارآفرینی در سراسر جهان نقش مهمی ایفا می‌کنند و در اقتصادهای پیشرفته بازار، زنان ۲۵ درصد از کل مشاغل را در اختیار دارند و همچنین روی هم‌رفته مشاغل تحت مالکیت زنان در آفریقا، آسیا، اروپای شرقی و آمریکای لاتین به‌سرعت در حال افزایش است (ویلسون، کیکال و مارلینو^۱، ۲۰۰۷)، اما برای سال‌های متمادی اکثر پژوهش‌های صورت گرفته پیرامون حوزه کارآفرینی، عمدتاً از منظری روان‌شناختی به این امر توجه می‌کردند که دانش‌آموزان پسر در مقایسه با دختران، علائق، پشتکار و انگیزه کارآفرینانه بیشتری دارند. در واقع این پژوهش‌ها به میزان زیادی نقش زیادی در توجه تام و تمام به مبحث کارآفرینی از منظر دانش‌آموزان پسر و متقابلاً فراموشی دانش‌آموزان دختر در مقاطع تحصیلی متفاوت داشتند. به‌طور کلی، اکثر پژوهش‌ها در حوزه «کارآفرینی و جنسیت» نشان داده‌اند که دانش‌آموزان (و همچنین دانشجویان) مرد نسبت به دانش‌آموزان دختر علاقه کارآفرینانه بیشتری داشته‌اند (شی و ترجنسن^۲، ۲۰۰۵). در یکی از چندین پژوهش صورت گرفته در این حوزه، کوریلسکی و والس‌تاد^۳ (۱۹۹۸) نشان دادند که در میان نزدیک به ۱۰۰۰ نوجوان آمریکایی، زنان به‌گونه‌ای معنادار نسبت به مردان میل کمتری به شروع کسب‌وکار دارند (شینار، پروت و تونی^۴، ۲۰۰۹). در پژوهشی دیگر شای و ترجنسن^۵ (۲۰۰۵) نشان دادند که دانشجویان پسر در مقایسه با دانشجویان دختر نه تنها امیال و آرزوهای کارآفرینانه وسیع‌تری دارند بلکه برنامه کاری و اهداف تجاری بلندپروازانه‌تری دارند. این پژوهش‌ها هرچند داعیه‌دار خصلتی جهان‌شمول برای تمام

1- Wilson, Kickul, & Marlino

2- Shay & Terjensen

3- Kourilsky and Walstad

4- Shinnar, pruet & Toney

5 - Shay and Terjensen

میدان‌های پژوهش در سرتاسر جهان نبودند، اما با این حال نقش مهمی در برساخت انگاره‌ای داشتند که زنان را نه تنها در حوزه پژوهش‌های کارآفرینی مورد غفلت قرار می‌دادند، بلکه مانع از شناخت مشکلات و موانع بنیادی اجتماعی در راه ورود زنان به عرصه کارآفرینی و تشویق آنان به فعالیت کارآفرینی می‌شد. به تدریج برخی از پژوهشگران این حوزه، با واسازی پژوهش‌های صورت گرفته و ادبیات موجود، گاه از منظری انتقادی و گاه از منظری عینی و متعهدانه تری کارآفرینی را از سایر منظرها مورد توجه قرار دادند.

بدون شک از لحاظ میزان علاقه به کارآفرینی تفاوت‌های زیادی بین مردان و زنان (و همچنین دانش‌آموزان دختر و پسر) وجود دارد. یکی از عوامل مهم در چنین تفاوتی، خودکارآمدی کارآفرینی^۱ یا اعتماد به نفس درباره اینکه فرد مهارت‌های لازم برای ایجاد یک کسب و کار را دارد، است. این عامل به خودی خود نقش مهمی در تعیین میزان علاقه در تعقیب یک پیشه کارآفرینانه دارد. این عوامل به نحو جالبی بین مردان و زنان (و همچنین دانش‌آموزان و دانشجویان دختر و پسر) متفاوت است، عواملی که بر شدت علاقه به کارآفرینی اثر می‌گذارند ((ویلسون، کیکال و مارلینو^۲، ۲۰۰۷)، کیکال، ویلسون و مارلینو^۳ (۲۰۰۴) دریافتند که خودکارآمدی کارآفرینی تأثیر قوی‌ای بر علاقه به پیشه کارآفرینی در میان دختران نوجوان نسبت به پسران دارد. به نظر می‌رسد که ادراک درباره توانایی‌ها یا مهارت‌ها برای موفقیت به عنوان کارآفرین در میان دختران نسبت به پسران اهمیت بیشتری جهت در نظر گرفتن انتخاب‌های شغلی آینده دارد؛ بنابراین همچنان که این چشم‌انداز جدید از پژوهش‌ها نشان می‌دهد، می‌توان با شناخت عوامل دخیل در علاقه به کارآفرینی، گام مهمی در کمک به زنان و دخترانی برداشت که در اکثر نقاط جهان مورد ستم و انواع و اقسام خشونت‌هایی هستند که مانع از ورود آنها به عرصه کارآفرینی می‌شود.

1 - entrepreneurial self-efficacy

2- Wilson, Kickul, & Marlino

3 - Kickul, Wilson, and Marlino

واژه کارآفرینی^۱ در سال ۱۸۴۸ توسط استوارت میل^۲ از فرانسه به زبان انگلیسی ترجمه شد. او وظایف کارآفرین را شامل هدایت، نظارت و خطرپذیری می‌دانست و عامل اخیر را به منزله عامل متمایز کننده مدیر و کارآفرین در نظر گرفت (احمدپور داریانی، ۱۳۸۷). این واژه معادل کلمه فرانسوی^۳ به معنای «متعهد شدن» (معادل under take در زبان انگلیسی) می‌باشد (عبدالهی، ۱۳۹۰).

مفهوم کارآفرینی از کاربرد آن در فعالیت‌های انتفاعی برگرفته شده است و امروزه، بدون آنکه مفهوم آن کاملاً روشن باشد در آموزش و پرورش نیز استفاده می‌شود. این مفهوم برای اولین بار از سوی ریچارد کانتلیون^۴ به کار رفت و بعدها توسط یک اقتصاددان فرانسوی به نام جی. بی سای^۵ در اوایل دهه ۱۸۰۰ رواج یافت، بعداً این مفهوم در مورد افرادی که منابع اقتصادی را از سطحی پایین به سطوح بالاتر و به سمت بهره‌وری و تولید بیشتر روانه می‌کند، به کار رفت (عبدالهی، ۱۳۹۰).

یکی از دقیق‌ترین تعاریف کارآفرینی در حوزه آموزش، تعریف رفتاری آن شامل توانایی فرد برای داشتن طیف وسیعی از مهارت‌های ضروری و ویژگی‌های منحصر به فرد، خلاق و نوآور است (بریج، هیگارتی، پورتر^۶، ۲۰۱۰). تفسیر بسیار نزدیک رفتار کارآفرینی، توانایی فرد برای تبدیل ایده به عمل همراه با خلاقیت، نوآوری، ریسک‌پذیری و همچنین توانایی برنامه‌ریزی به‌منظور دستیابی به اهداف است (کوزلینسکا^۷، ۲۰۱۱).

کارآفرینی به‌مثابه یک حوزه دانشگاهی توجه زیادی را به خود جلب کرده، اما جایگاه و منزلت قابل قبولی را برای خود به دست نیاورده است (کرون و می‌یر^۸، ۲۰۰۱). در دنیای مردم عادی

-
- 1 - Entrepreneurship
 - 2 - Storat mil
 - 3- Enterprendre
 - 4 - Richard Cantillon
 - 5 - J. B. Say
 - 6- Hegarty & Porter 'Bridge
 - 7- Kozlinska
 - 8- Kroon & Meyer

کارآفرینی با آغاز کسب و کار جدید و ایجاد اشتغال مرتبط است اما این واژه برای کارآفرینی، ضعیف و غیر تخصصی است. بنا بر تعریف واژه نامه‌ی دانشگاهی وبستر: کارآفرینی عبارت است از فرایند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه‌ی منحصر به فردی از منابع به منظور بهره‌گیری از فرصت‌ها است. علیرغم اینکه بنا بر نظر پژوهشگران، کارآفرینی مبنای تمام پیشرفت‌های بشری بوده و با وجود تعاریف زیاد از کارآفرینی توافق عمومی درباره‌ی معنا و مفهوم آن در سطح بین‌المللی وجود ندارد، زیرا این مفهوم ریشه در تفکر و سطح تجزیه و تحلیل افراد به رویکردها و مکاتب مختلف اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، روان‌شناسی و جمعیت‌شناسی دارد.

جدول ۱. جدول فهرست مفاهیم کارآفرینی

مفهوم	شاخص
ریسک پذیری	اعتماد به نفس - نفس - تصمیم‌گیری آبی - توانایی آموختن از اشتباهات - اجرا
توفیق طلبی	خودشکوفایی - نتیجه‌گرایی - نیاز به پیشرفت - خوش بینی - ارقاطلی - پشتکار
مسئولیت پذیری	رهبری - تعهد - عمل‌گرایی - تمایل به مسئولیت‌پذیری
خلاقیت	ابتکار - ارائه راه نو - ایده‌پردازی - انعطاف‌پذیری - اقتباس - تحلیل‌گری - تلاش و تمایل برای ایجاد تغییر - کنجکاوی برای حل مسائل - ارائه راه‌حل‌های جدید برای مسائل
تحمل ابهام	تصمیم‌گیری در شرایط مبهم - عدم قاطعیت - پذیرش مشکل - تطبیق پذیری با محیط جدید
کنترل درونی	استقلال طلبی - خودباوری - گرایش به ارزش‌های شخصی - پافشاری - کارآمدی - توانایی کنترل محیط و شرایط
آینده‌نگری	تدبیر و دوراندیشی - هدف‌گرایی صحیح - شناسایی الگو - بررسی عواقب کار

اهداف و راهنمایی‌های آموزش و پرورش ایجاد ارزش‌های فطری و روحی و ذهنی در دانش‌آموزان و آماده‌سازی جوانان جهت به عهده گرفتن مسئولیت‌های زندگی و اجتماعی آنها باشد. یونسکو (۲۰۰۸) تعاریف ممکن برای آموزش کارآفرینی را به صورت زیر بیان کرده است:

۱- آموزش کارآفرینی از همه انواع تجاری تشکیل شده است که به دانش‌آموزان توانایی و تصور این را می‌دهد که چگونه به فرصت‌ها رسیده و فرصت‌های مختلف را تغییر شکل دهند. این کار فراتر از ایجاد کسب و کار است و تقریباً به عنوان توانایی و واکنش دانش‌آموزان به تغییرات اجتماعی تعریف می‌شود.

- ۲- آموزش کارآفرینی نوعی آموزش و تعلیم است که به دانش‌آموزان اجازه می‌دهد تا خلاقیت، ابتکار، پذیرش مسئولیت‌ها و خطرات را گسترش داده و از آنها استفاده کنند.
- ۳- این مهارت باید آموزش کارآفرینی نامیده شود (نه آموزش سرمایه‌گذاری) بنابراین این عمل به گونه‌ای به نظر نمی‌رسد که فقط بر تجارت و کسب و کار متمرکز است.
- ۴- آموزش کارآفرینی دانش‌آموزان را به گونه‌ای آماده می‌کند که مسئولیت‌پذیر باشند، سرمایه‌گذاری انجام دهند که اشخاصی هستند که می‌توانند ریسک‌پذیر بوده و نتایج را مدیریت کنند و از پیامدها و نتایج بیاموزند (روحی، ۱۳۹۳؛ به نقل از اممی و یوندی، ۲۰۱۱).
- لوکا و کازن (۲۰۱۱) در همین رابطه بیان می‌کنند که کارآفرینی موتور محرکه توسعه اقتصادی کشورها است و کارآفرینان موفق، قهرمانان ملی و سازندگان دنیاهای جدید خوانده می‌شوند (طغرابی و همکاران، ۱۳۹۸؛ به نقل از لوکا و کازن، ۲۰۱۱). اهمیت کارآفرینی به حدی است که نقش حمایتی دانشگاه‌ها از آموزش کارآفرینی را دلیل توسعه کشورهای هم‌چون آمریکا، آلمان و ژاپن تلقی می‌کنند (طغرابی و همکاران، ۱۳۹۸؛ به نقل از سازمان همکاری اقتصادی و توسعه، ۲۰۱۶).
- به‌طور کلی یکی از زیربناهای اصلی در توسعه کارآفرینی، توجه خاص به تقویت نظام آموزشی است. امروزه تقریباً در تمام کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه در همه پایه‌های تحصیلی آموزش و ترویج کارآفرینی جایگاه ویژه‌ای دارد (طغرابی و همکاران، ۱۳۹۸).
- ریم بدری و نجیب هاجیچا^۱ (۲۰۱۹) در پژوهشی تحت عنوان «آموزش کارآفرینی و تأثیر آن بر قصد دانشجویان جهت شروع کار: مطالعه موردی دانشجویان دو دانشگاه تونس» تأثیر آموزش کارآفرینی را بر قصد دانشجویان تونسی جهت راه‌اندازی شغل بررسی کردند. در نهایت یافته‌ها نشان داد که متغیرهای ترکیبی که زمینه اجتماعی-فرهنگی خارجی و داخلی دانشجویان هستند، ویژگی‌های آنها از لحاظ دانش نظری و عملی جهت شروع کسب و کار جدید و ویژگی‌های شخصی آنها (سن، جنس و از همه مهم‌تر سطح تحصیلات) مهم‌ترین متغیرهایی هستند که بر قصد

آنها جهت شروع کار اثر می گذارد. علاوه بر این یافته ها نشان داد که متغیر جنسیت اثر معنی داری بر رفتار کارآفرینانه ندارد. جفری و وایروان (۲۰۱۸) در پژوهشی تحت عنوان «درونی سازی روح کارآفرینی در آموزش دوران کودکی از طریق بازی های سستی» با استفاده از رویکرد سیستماتیک، به این نتیجه رسید که این بازی ها برای درونی کردن روح کارآفرینی در کودکان تأثیر مثبت دارند. ماکوتا مانی^۱ (۲۰۱۷) در پژوهشی تحت عنوان «آموزش کارآفرینی: یک منظر دانش جویانه» مطالعه ای تجربی جهت کشف آموزش کارآفرینی در رشته مهندسی از دیدگاه دانشجویان انجام داد. در پایان داده های به دست آمده نشان داد که آنها مهارت تصمیم گیری، ظرفیت ریسک پذیری، خلاقیت، مهارت های ارتباطی و توانایی تهیه برنامه تجاری را جزو مهم ترین مهارت های ارتباطی کارآفرینی موفق می دانند. علاوه بر این به زعم این دانشجویان، کمبود تجربه و فقدان بودجه از مهم ترین عوامل بازدارنده در آموزش کارآفرینی هستند. ایسیدور اکپه و نورسیامت^۲ (۲۰۱۵) در پژوهشی تحت عنوان «تأثیر تعدیل کننده محیط اجتماعی بر روابط بین جهت گیری کارآفرینی و نیت (مقاصد) کارآفرینی دانشجویان دختر دانشگاه های نیجریه» به بررسی تأثیر تعدیل کننده محیط اجتماعی بر رابطه بین گرایش کارآفرینی و نیت کارآفرینی دانشجویان دختر مقطع کارشناسی دانشگاه های نیجریه پرداختند. نتایج این پژوهش نشان داد که گرایش به کارآفرینی (خودکارآمدی و آموزش) تأثیر معنادار و مثبتی بر قصد کارآفرینی در میان دانشجویان زن بازرگانی در نیجریه دارد. علاوه بر این مشخص شد که محیط اجتماعی (قول و قرار بین دوستان) رابطه بین جهت گیری نسبت به کارآفرینی (آموزش) و نیت کارآفرینی در میان دانشجویان را تعدیل می کند. پل وستد و ماریانا سولسویک^۳ (۲۰۱۵) در پژوهشی تحت عنوان «آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرینی: آیا دانشجویان دختر بهره مند می شوند» به بررسی ارتباط بین مشارکت آموزش کارآفرینی، هشیاری و مهارت های ریسک پذیری و شدت قصد کارآفرینی جهت بدل شدن به کارآفرین پرداختند. تجزیه و تحلیل رگرسیون سلسله مراتبی نشان داد که

1 - Mukta Mani

2 - Isidore Ekpe & Norsiah Mat

3- Paul Westhead, Marina Z Solesvik

دانشجویان شرکت‌کننده در آموزش کارآفرینی انگیزه بالایی جهت بدل شدن به یک کارآفرین داشتند. باین‌حال آموزش کارآفرینی در این طرح، مزایای یکسانی برای همه دانشجویان نداشت. زنان به‌طور معنی‌داری شدت قصد کمی برای بدل شدن به کارآفرین داشتند. در راستای این بخش از یافته‌ها، همچنین دانشجویانی که مهارت هشیاری را از خود بروز می‌دادند، بیشتر از دانشجویان زن غیر بهره‌مند از آموزش کارآفرینی، شدت قصد جهت بدل شدن به کارآفرین از خود نشان دادند. یینگ ژانگ^۱ و همکاران (۲۰۱۴) در پژوهشی تحت عنوان «نقش آموزش کارآفرینی به‌عنوان پیش‌بینی‌کننده نیت کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه» نشان دادند که مطلوبیت درک شده به نحو معناداری بر نیت و انگیزه‌های کارآفرینی اثر می‌گذارد این در حالی است قابلیت دسترسی درک شده هیچ تأثیری بر این انگیزه‌ها و نیت ندارد. علاوه بر این، پژوهش حاضر نشان داد که دانشجویان از مواجهه قبلی کارآفرینی، تجربه منفی‌ای از خود نشان دادند و حال آنکه نسبت به آموزش کارآفرینی اثر مثبتی از خود نشان دادند. علاوه بر ای مردان و دانشجویان فنی از زنان و سایر دانشجویان دانشگاه‌ها، انگیزه‌ها و نیت کارآفرینی بیشتری داشتند. علاوه بر این یکی دیگر از یافته‌های این پژوهش آن بود که بر اساس جنسیت، نوع دانشگاه و مقطع تحصیلی، اثرات متقابل مثبت و معنی‌داری بر رابطه بین آموزش کارآفرینی و نیت کارآفرینی وجود داشت.

لیلا حشمتی‌فر و دیگران (۱۳۹۸) در پژوهشی تحت عنوان «تأثیر بسته آموزش کارآفرینی مبتنی بر برنامه آموزشی دانشگاه ساسکاچئون بر روحیه کارآفرینی دانش‌آموزان: یک طرح ترکیبی لانه‌ای هم‌زمان» انجام دادند. آنها در پی سنجش تأثیر بسته آموزش کارآفرینی مبتنی بر برنامه آموزشی دانشگاه ساسکاچئون بر روحیه کارآفرینی دانش‌آموزان در دوره اول متوسطه بودند. در پایان نتایج پژوهش نشان داد که بسته آموزش کارآفرینی مبتنی بر برنامه آموزشی دانشگاه ساسکاچئون، بر روحیه کارآفرینی دانش‌آموزان مؤثر بوده است. حسین زنگنه و همکاران (۱۳۹۸) با موضوع «نگرش معلمان به روش‌های یاددهی-یادگیری آموزش کارآفرینی در دوره ابتدایی» پژوهشی انجام دادند. در پایان نتیجه این پژوهش نشان داد که معلمان یکی از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر

آموزش کارآفرینی در دوره ابتدایی بوده و به دلیل ایفای نقش خاص خود طی تدریس، چنانچه از نگرش و بینش خوبی نسبت به کارآفرینی برخوردار باشند، می‌توانند با ادغام آن با راهبردها و روش‌های یاددهی-یادگیری در کلاس، در پرورش افرادی خلاق و دارای روحیه و نگرش کارآفرینی بسیار تسهیلگر باشند. کاظم عسکری فر و همکاران (۱۳۹۷)، پژوهشی با عنوان «ارائه الگوی آموزشی توسعه توانمندی‌های کارآفرینی در دانش‌آموزان با میانجی‌گری ویژگی‌های شخصیتی» ارائه دادند. یافته‌های پژوهش نشان دادند رویکرد مدیریت مشارکتی در برنامه‌های مدرسه، الگوسازی برای دانش‌آموز، تشویق هدفمند و برقراری رابطه احساسی مثبت با دانش‌آموزان، در کنار فعالیت‌هایی از قبیل هنرهای آوایی و نمایشی، بازی‌های آموزشی و تقلیدی و پرورش مهارت‌های ارتباط کلامی، اثرگذاری معناداری بر ویژگی‌های شخصیتی و رشد توانمندی‌های کارآفرینانه در دانش‌آموزان دارد. فاطمه دهقان منشادی (۱۳۹۶) در پژوهشی تحت عنوان «بررسی مقایسه‌ای اثربخشی روش‌های تدریس مبتنی بر یادگیری مشارکتی و سخنرانی بر خلاقیت و روحیه کارآفرینی دانش‌آموزان (مورد مطالعه: دانش‌آموزان دختر دوره اول متوسطه ناحیه ۱ یزد)» دریافت که روش یادگیری مشارکتی از نظر خلاقیت و روحیه کارآفرینی تفاوت معناداری با روش سخنرانی دارد؛ بنابراین مدارس می‌توانند با استفاده از روش تدریس یادگیری مشارکتی، خلاقیت دانش‌آموزان را بهبود بخشیده و سبب افزایش انگیزه آنان برای یادگیری و افزایش کارآفرینی شوند که در نهایت پیشرفت تحصیلی بیشتر دانش‌آموزان را در پی خواهد داشت. زهرا آراستی و همکاران (۱۳۹۵) پژوهشی با عنوان «تأثیر آموزش کارآفرینی از طریق روش داستان‌سرایی بر نگرش کارآفرینانه دانش‌آموزان مقطع ابتدایی» دریافتند که آموزش کارآفرینی با روش داستان‌سرایی در زمینه کارآفرینی موجب تقویت نگرش کارآفرینانه دانش‌آموزان و همچنین تقویت ابعاد آن شامل خلاقیت، میل به موفقیت، کنترل درونی و عزت نفس شده است. همچنین، داشتن خانواده فعال در کسب و کار بر رابطه آموزش کارآفرینی به روش داستان‌سرایی در زمینه کارآفرینی و نگرش کارآفرینانه دانش‌آموزان مقطع ابتدایی تأثیر داشته است.

بررسی پیشینه پژوهش نشان می‌دهد که تحقیقات زیادی در زمینه نقش آموزشی کارآفرینی در تقویت نگرش کارآفرینانه در سطوح دانشگاه انجام شده و مطالعات محدودی در مورد «توسعه توانمندی‌های کارآفرینی در دانش‌آموزان» صورت گرفته است. حال آنکه به‌زعم برخی از پژوهشگران، آموزش کارآفرینی باید شامل تمام سطوح شود (گیب، ۲۰۰۶). یکی از ابعاد فراموش شده این دست مطالعات بررسی توسعه توانمندی‌های کارآفرینی در میان زنان و به‌ویژه دانش‌آموزان دختر است. پژوهش حاضر تلاش دارد با رفع این خلأ پژوهشی، به ابعاد فراموش شده مطالعات کارآفرینی کمک نماید.

روش تحقیق

پژوهش حاضر از دیدگاه هدف، جزء پژوهش‌های کاربردی بوده و برحسب گردآوری اطلاعات، کیفی است. کاربست روش کیفی در این پژوهش که به‌منظور «ارائه مدل توسعه توانمندی‌های کارآفرینی در دانش‌آموزان مقطع ابتدایی» می‌باشد، در مرحله نخست به‌منظور دریافت مبانی تئوریک توانمندی‌های کارآفرینی بومی در حوزه آموزش و پرورش از روش تحلیل تماتیک استفاده خواهد شد که با استفاده از الزامات روشی تئوری داده بنیاد نتایج موردنظر حاصل خواهد شد. اصلی‌ترین فرایند در نظریه داده بنیاد، تحلیل داده‌ها است که به‌نوعی مرکز ثقل این روش‌شناختی کیفی محسوب می‌شود. پس از گردآوری داده‌های مصاحبه‌ای و متنی، تحلیل و کدگذاری آغاز می‌شود. فرآیند کدگذاری داده‌ها و مراحل شکل‌گیری نظریه در سه گام کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری گزینشی صورت می‌گیرد (دسترنج و همکاران، ۱۳۹۸).

برای جمع داده‌های مورد نظر از راهبرد مصاحبه عمیق ساختاریافته بهره گرفته شد تا در احساسات و تفسیرهای افراد مورد مطالعه سهیم شده و از منظر آنان به مفاهیم نگریسته شود. جامعه آماری پژوهش متشکل از تمام متخصصان و خبرگان دانشگاهی حوزه کارآفرینی در شهر بندر ماهشهر می‌باشد. به‌منظور دستیابی به نمونه معرف از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شد. مصاحبه با این نمونه‌ها تا جایی ادامه پیدا کرد که محقق به مرحله اشباع نظری دست یافت. به‌طور کلی پژوهشگر پس از انجام ۲۴ مصاحبه، به اشباع نظری دست یافت و این نکته را دریافت که مصاحبه جدید، حاوی هیچ نوع اطلاعات تازه‌ای نخواهد بود. علاوه بر این پژوهشگر به دلیل مسائل ناشی از

همه گیری ویروس کرونا، با رعایت پروتکل های بهداشتی صرفاً یا از طریق اپلیکیشن موبایلی واتساپ و یا از طریق تماس تلفنی مصاحبه ها را ترتیب داده است که مشخصات آن ها به شرح زیر می باشد:

جدول ۲. مشخصات کارشناسان مورد مصاحبه پژوهش

ردیف	تحصیلات	سن	جنس	ردیف	تحصیلات	سن	جنس
۱	دکتری تکنولوژی آموزشی	۴۴	مرد	۱۲	دکتری مدیریت آموزشی	۵۶	مرد
۲	دکتری علوم تربیتی	۴۰	زن	۱۳	دکتری تعلیم و تربیت	۵۴	زن
۳	دکتری مدیریت آموزشی	۵۰	زن	۱۴	دکتری مشاوره	۳۴	زن
۴	دکتری روانشناسی تربیتی	۴۸	زن	۱۵	دکتری روانشناس عمومی	۵۱	زن
۵	دکتری مدیریت آموزشی	۵۵	زن	۱۶	دکتری روانشناس تربیتی	۳۸	زن
۶	دکتری برنامه ریزی آموزشی	۴۱	زن	۱۷	دکتری تکنولوژی آموزشی	۳۹	مرد
۷	دکتری روانشناسی عمومی	۴۴	زن	۱۸	دکتری مدیریت آموزشی	۴۲	زن
۸	کارشناسی ارشد روانشناسی	۳۲	زن	۱۹	کارشناس تکنولوژی آموزش	۲۸	مرد
۹	دکتری جامعه شناسی توسعه	۳۹	زن	۲۰	کارشناس ارشد مدیریت آموزشی	۳۷	زن
۱۰	دکتری علوم تربیتی	۴۵	زن	۲۱	دکتری مدیریت دولتی	۵۲	مرد
۱۱	کارشناس ارشد مشاوره	۴۶	زن	۲۲	دکتری مدیریت آموزشی	۳۸	زن

در پژوهش حاضر پس از جمع آوری داده ها، با استفاده از تکنیک تحلیل تماتیک و کدگذاری های سه گانه در روش نظریه زمینه ای به تحلیل مقوله هسته آن پرداخته می شود. در این مرحله از تحلیل و ارائه نتایج، مقوله هسته در مرکز و به عنوان محور دیگر مقوله ها قرار خواهد گرفت و روابط میان مقولات دیگر نیز به تصویر کشیده می شود. ماحصل این عمل مدلی است که به مدل نظریه زمینه ای یا مدل پارادایمی مشهور است. در تمام مدل های این چنینی سه عنصر اساسی وجود دارد که عبارت اند از: شرایط یا بسترها، تعاملات و استراتژی ها یا فرآیندها و پیامدها.

یافته ها

مقوله مرکزی: توسعه آموزش توانمندی کارآفرینی در مدارس

با توجه به اهمیت کارآفرینی در توسعه اقتصادی، بسیاری از کشورها برنامه درسی مدارس خود را به سوی کارآفرینی پیش می برند و از این طریق بر نرخ فعالیت های کارآفرینانه اثر می گذارند

(سعادت‌مند و کریمیان، ۱۳۹۸). از این رو توسعه توانمندی‌های کارآفرینی دانش‌آموزان یکی از نیازهای ضروری و قابل‌پیگیری ساختار آموزشی کشور و نظام آموزش و پرورش رسمی می‌باشد. نتایج حاصل از تحلیل داده‌های کیفی نشان دادند که توجه به آموزش‌های کارآفرینانه در مدارس ایران تحت تأثیر موانع مختلف ساختاری، حاشیه‌ای بودن، عدم توجه مسئولین و خانواده‌ها، عدم آگاهی‌های لازم در این خصوص و ... وضعیت مطلوبی ندارد و از این حیث توجه و عنایت به این مسئله مهم ضرورتی اجتناب‌ناپذیر دارد.

به‌منظور ارائه مدل پارادایمیکی حاصل از نظریه داده بنیاد با نظر به یافته‌های مورد نظر مقوله هسته یا مرکز پژوهش با عنوان «توسعه آموزش توانمندی کارآفرینی در مدارس» معرفی شده است که در ادامه به تشریح آن می‌پردازیم. در همین راستا ابتدا شرایط زمینه‌ای، شرایط علی، شرایط میانجی (مداخله‌گر)، پیامد و راهبردها تشریح می‌شود.

جدول ۳. استخراج مقوله مرکزی مصاحبه‌های پژوهش

مقوله هسته	مقولات ثانویه	مقولات اولیه
توسعه آموزش توانمندی کارآفرینی در مدارس	آموزش‌های کارآفرینانه در ایران	ناکافی بودن آموزش‌ها
		موانع ساختاری
		حاشیه‌ای بودن آموزش کارآفرینی
		بی‌توجهی فراگیر
		ضعف برنامه‌ریزی
		ناهمسانی محتوای آموزشی با واقعیت‌های بیرونی
	توانمندی‌های آموزش‌های کارآفرینانه	بازتعریف آموزش‌های عمومی در مدارس
		گسترش زیرساخت‌های آموزشی
		تغییر سبک‌های آموزش
		مستمر بودن آموزش‌های کارآفرینی
	آموزش در مدارس	ظرفیت قابل‌گسترش کتاب‌ها
		معلمان میانجی آموزش
	کارآفرینی و ویژگی‌های شخصیتی	خودباوری
		استقلال فردی
		ریسک‌پذیری
		آینده‌نگری
		روحیه کار جمعی
		اعتماد به نفس
	اهداف مطلوب در برنامه توسعه توانمندی‌های کارآفرینی	کاهش آسیب‌های اجتماعی
		رشد اقتصادی
هدفمندی اوقات فراغت		
مهارت‌آموزی		

آموزش توانمندی های کارآفرینانه در زندگی	ثبات شخصیتی
	مواجهه درست با محیط
عوامل محیطی و توسعه توانمندی های کارآفرینی	کسب تجربه
	طردشدگی فرهنگی
	سرمایه گذاری
	سیاست های تبعیض آمیز
	قوانین ناقص

شرایط علی

شرایط علی مواردی را شامل می شوند که موقعیت ها، مباحث و مسائلی که با پدیده محوری ارتباط دارند را تعریف می کنند و مُراد از آن ها گزینه هایی است که بر پدید محوری تأثیر می گذارند. شرایط علی در اینجا در قالب مقوله های؛ بازتعریف آموزش های عمومی در مدارس، گسترش زیرساخت های آموزشی، تغییر سبک های آموزش، مستمر بودن آموزش های کارآفرینی، ظرفیت قابل گسترش کتاب ها و معلمان میانجی آموزش، نام گذاری شده اند.

بازتعریف آموزش های عمومی در مدارس: اهمیت تربیت کارآفرینان به اندازه ای است که سازمان های بین المللی مانند سازمان توسعه و همکاری های اقتصادی، مجمع جهانی اقتصاد و نیز یونسکو نه تنها آموزش کارآفرینی را توصیه کرده اند، بلکه در سال های اخیر آن را از تکالیف دولت ها و آموزش رسمی بر شمرده اند (شمس، ۱۳۹۷). بر این اساس توسعه توانمندی های کارآفرینی در ایران نیز قبل از هر چیزی نیازمند پذیرش اولیه کارآفرینی ذیل یک موضوع مهم و حساس برای توسعه اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و... در کشور می باشد. این پذیرش نیازمند تجدیدنظر در مبانی و اصول آموزش های عمومی، شیوه های اجرای آموزش رسمی و عمومی، محتواهای آموزشی و غیر می باشد. علاوه بر این درگیر نمودن افراد تحت آموزش به صورت عملی و لمس پذیر کردن موضوعات آموزشی و... از مواردی است که می توانند توسعه کارآفرینی در سطح مدارس و بل اخص مدارس آموزش ابتدائی دانش آموزان را محقق نمایند.

«آموزش کارآفرینی در کتاب ها نمی گنجد و علاوه بر دانش به تجربه نیز نیاز دارد. لذا دانش آموزان با توجه به یادگیری اصول کارآفرینی به برنامه های عملی و تجربی نیاز دارند.

برنامه‌هایی مانند: دعوت از کارآفرینان موفق، برگزاری نمایشگاه‌های فروش محصولات دست‌ساز، ایجاد احساس ارزشمندی ناشی از شناخت توانمندی و استعداد شخصی از طرف اولیا، بازدید از نمایشگاه‌های منطقه‌ای، برگزاری مسابقات بین دانش‌آموزان جهت رقابت و به نمایش گذاشتن محصولات دست‌ساز» (قسمتی از مصاحبه با م- شپستر).

گسترش زیرساخت‌های آموزشی: تجهیز و تقویت زیرساخت‌های آموزشی در مسیر تحقق توسعه آموزش‌های کارآفرینانه از دیگر عوامل علی محسوب می‌شوند. زیرساخت‌های آموزش جزء ضروری و اجتناب‌ناپذیر عوامل تأثیرگذار بر کیفیت و کمیت در آموزش هستند. وجود امکانات لازم در مدارس علاوه بر تسهیل فرایند آموزش و بالابردن آستانه یادگیری دانش‌آموزان از نظری کیفی و کمی نقش بی‌بدیلی را در توسعه کارآفرینی آنان ایفا می‌کنند. این زیرساخت‌ها از نظر متخصصین مورد مصاحبه به صورت زیر بوده است؛

«امکانات آموزشی و پرورشی می‌توانند دانش‌آموز را به سمت کارآفرینی ترغیب کنند. این امکانات می‌تواند شامل آزمایشگاه‌های مناسب، سالن‌های آمفی‌تئاتر، سایت‌های کامپیوتر، کارگاه‌های فعالیت‌های صنعتی و... اردوهای علمی باشد. این موارد می‌توانند دانش‌آموزان را بهتر کمک کنند تا بتوانند ایده‌ها و نظرات خود را عملی کنند و تفکر کارآفرینی را نیز در آن‌ها ایجاد کند». (قسمتی از مصاحبه با م- منصور).

تغییر سبک‌های آموزش: سبک‌های آموزشی مرسوم (به روش سخنرانی) با توجه به نیازهای جدید، دارای کارایی و بهره‌وری بالایی نیستند، از این حیث تغییر این سبک‌ها ضرورت اجتناب‌ناپذیر توسعه آموزش‌های کارآفرینی در مدارس محسوب می‌گردد. فارغ از محتوای آموزش، شیوه‌هایی که دانش‌آموزان به سبب آن آموزش‌های درسی را کسب می‌کنند، به صورت مستقیم و غیرمستقیم در توسعه کارآفرینی دانش‌آموزان نقش مثبت و معناداری را ایفاء نمی‌کنند. شیوه آموزش در مدارس ابتدائی عمدتاً به صورت سخنرانی و به صورت از بالا پایین با راهبرد تک‌گویی ارائه می‌شود؛ شیوه‌ای که در آن معلم همچون مخزن‌دار دانشی پنداشته می‌شود که به صورت مکانیکی سعی خواهد کرد دانش‌آموزان را به تکرار حفظیات وادار سازد؛ اما (همچنان که برخی

از مصاحبه شوندگان معتقد بودند) چنین راهبرد یک‌سویه در آموزش از آنجایی که مانع خلاقیت و تفکر انتقادی در دانش‌آموزان [دختر] می‌شود، کارایی چندانی در بهبود عملکرد کارآفرینانه دانش‌آموزان ندارد. تجهیز دانش‌آموزان به تفکر کارآفرینی و توسعه ظرفیت‌های بالقوه آنان در ابتدای امر نیازمند، برانگیختن و ایجاد نیاز در آنان می‌باشد که با دخیل کردن آنان در فرایند آموزش و مهیا نمودن زمینه‌های خودانگیختگی آنان گام بسیار مهمی در جهت توسعه کارآفرینی برداشته خواهد شد.

«آموزش‌های توانمندی‌های کارآفرینی در مدارس ابتدایی بهتر است به همراه بازی و درست کردن کاردستی و نقاشی باشد که دانش‌آموزان ابتدایی علاقه‌مند به یادگیری شوند. وگرنه اتکا صرف به کتاب‌ها و روش سخنرانی نمی‌تواند برای آنها جذاب و خوشایند باشد» (قسمتی از مصاحبه با م. خمیسی).

مستمر بودن آموزش‌های کارآفرینی: از دیگر شرایط و عوامل علی می‌توان به استمرار فرآیند آموزش در همه دوره‌های تحصیلی و در بازه‌های زمانی غیر منقطع می‌باشد. به عبارت دیگر آموزش کارآفرینی باید همیشگی باشد تا بتوان نتایج مطلوب آن را نصیب افراد و جامعه نمود. ادامه‌دار بودن آموزش‌ها در طول تمامی دوران تحصیلی در مقاطع مختلف یکی از عوامل مهمی است که دانش‌آموزان را به صورت جدی درگیر فعالیت‌ها و تفکرهای کارآفرینانه خواهد نمود. تدوین یک عنوان درسی با این هدف و مهم جلوه دادن آن در نزد دانش‌آموزان می‌تواند رویه‌های رسیدن توسعه توانمندی‌های آنان را تا حدودی ضمانت کند.

«مستمر بودن آموزش‌ها همراه با متنوع کردن فرآیند آموزش یکی از عوامل تأثیرگذار بر توسعه توانایی‌های کارآفرینی دانش‌آموزان خواهد بود و این تنوع نیازمند این است که دانش‌آموزان به صورت پیوسته در معرض آموزش‌هایی قرار بگیرند که به شیوه‌های مختلف و در فضاهای مختلف ارائه می‌گردد» (قسمتی از مصاحبه با ف- موسوی).

ظرفیت قابل گسترش کتاب‌ها: از آنجایی که کتاب‌های درسی پتانسیل زیادی برای پذیرش مطالب متنوع دارند، می‌توانند نقش بسیار زیادی در آموزش توانمندی‌های کارآفرینی و بارور

ساختن اندیشه‌های منتسب به کارآفرینی را پذیرش نمایند. کتاب‌ها به‌عنوان یکی از ابزارهای اصلی آموزش بیش از هر ابزار دیگری در تعامل با دانش‌آموز می‌باشند که بدون گمان استفاده از این ظرفیت‌ها نیل به اهداف مورد نظر را تسهیل خواهد نمود. بدون شک کتاب‌های درسی اولین ابزاری محسوب می‌شوند که به‌واسطه آن‌ها دانش‌آموزان وارد فرایند آموزش می‌شوند. این ابزارها می‌توانند به سهولت اندیشه‌ها و مفاهیمی را وارد زندگی دانش‌آموزان کنند که برای آن‌ها جدید می‌باشد. در همین رابطه یکی از متخصصین نقش کتاب در آموزش توانمندی‌های کارآفرینی را چنین ابراز داشته است:

«کتاب‌ها نقش مهمی در آموزش دارند. در آموزش توانمندی‌های کارآفرینانه، کتاب‌های درسی به‌عنوان ابزار و وسیله مورد استفاده قرار می‌گیرند. در همه دروس می‌توان کارآفرینی را تدریس کرد. مثلاً کتاب‌های ریاضی، فارسی، اجتماعی، هنر، تاریخ، جغرافی می‌توانند به‌نوبه‌ی خود به آموزش کارآفرینی بپردازند» (قسمتی از مصاحبه با یکی از متخصصین).

معلمان میانجی آموزش: از دیگر شرایط علی می‌توان به معلمان میانجی آموزش اشاره نمود. معلمان با توجه به وظایف و تخصصی که دارند، می‌توانند آموزش‌های کارآفرینانه را باکیفیت مطلوب به دانش‌آموزان خود منتقل کنند و با استفاده از ابزارهایی که در اختیار دارند محرک و انگیزاننده آن‌ها باشند. معلمان با توجه به تخصص و حرفه‌ای که دارند به‌صورت مستقیم می‌توانند بر دانش‌آموزان تأثیر بگذارند و آن‌ها را به‌سوی اهداف مطلوب هدایت نمایند.

«کلاس‌های ضمن خدمت با موضوع آموزش توانمندی‌های کارآفرینی برای معلمان می‌تواند تا حد زیادی مؤثر و مفید باشد و نگرش آن‌ها را نسبت به این موضوع تغییر دهد. معلمان همچنین می‌توانند شوق و انگیزه در دانش‌آموزان و مدیران و خانواده‌ها ایجاد کنند، معلمان باید کارآفرین باشند تا بتوانند دانش‌آموزان کارآفرین تربیت کنند» (قسمتی از مصاحبه با م-افضلی)

شرایط زمینه‌ای: شرایط زمینه‌ای بسترهایی هستند که زمینه پدیده مورد نظر را فراهم می‌کنند و بر اعمال و رفتارها تأثیرگذار هستند. شرایط زمینه‌ای به‌عبارت‌دیگر تسهیلگر یا محدودکننده می‌باشند و راهبردها را یا تسهیل و یا محدود می‌کنند و به‌صورت غیرمستقیم راهبردها را تحت

تأثیر قرار می دهند. در بافت پژوهش حاضر این شرایط عبارت از؛ ناکافی بودن آموزش ها، موانع ساختاری، حاشیه ای بودن آموزش کارآفرینی، بی توجهی فراگیر، ضعف برنامه ریزی و ناهمسانی محتوای آموزشی با واقعیت های بیرونی.

ناکافی بودن آموزش ها: آموزش های ناکافی در مدارس ابتدائی به نحوی که بتوانند توانمندی های کارآفرینی در دانش آموزان را تقویت نمایند یکی از عوامل تأثیرگذار بر کارآفرینی دانش آموزان می باشند. اختصاص یک کتاب درسی با عنوان کار و فناوری در پایه ششم که محتوای آن نیز فرایندهای کارآفرینانه را مورد هدف قرار نداده است این عدم کفایت را بیشتر نموده است. در سایر مباحث و سرفصل هایی که در مدارس نیز دانش آموزان ملزم به یادگیری آن هستند اثر معناداری (با استناد به یافته های پژوهش) دیده نمی شود و همین امر منجر به عدم تحقق توسعه توانمندی های کارآفرینانه در میان مدارس در ایران شده است.

«در حال حاضر در مدارس ابتدایی به آموزش کارآفرینی توجه چندانی نمی شود. در سال های اخیر در پایه ششم درسی به نام کار و فناوری تدریس می شود که به طور جلدی به موضوع آموزش کارآفرینی نمی پردازد. به نظر می رسد اهمیت بیشتری به آموزش کارآفرینی در مقطع متوسطه داده می شود تا ابتدایی» (قسمتی از مصاحبه با م-افضلی).

موانع ساختاری: ساختار آموزش کشور به صورت کلی آموزش های کارآفرینی را ذیل یک اولویت مهم و قابل پیگیری تعریف نکرده است و عمده آموزش هایی که عموم مردم در معرض آن هستند کمتر توان تحقق کارآفرینی را القاء خواهند نمود و چنین امر باعث شده است نظام آموزش و پرورش عمومی در ایران که در تصدی وزارت آموزش و پرورش است را تحت تأثیر قرار دهد و این سازمان نیز محتوای مرتبط با آموزش کارآفرینی در مدارس را در رویه های اجرایی و محتوای دروس و آموزش ها ننگجاند و به عبارت دیگر ذیل یک مسئله مهم آن را شناسایی نکند. پاره ای از مواردی که منجر به عدم تحقق کارآفرینی در مدارس شده است، به تنهایی تحت مدیریت و کنترل سازمان آموزش و پرورش نمی باشد، اگرچه نمی توان به صورت کلی این سازمان را در وجود چنین مسئله ای به صورت کلی مبرا دانست، لیکن بخش های دیگر جامعه که در رأس

آن‌ها ساختارهای سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و ... قرار دارد را می‌توان در پیدایش مسئله عدم تحقق کارآفرینی در مدارس واجد اثرگذاری پنداشت؛ بنابراین می‌توان علت چنین مسائلی را ضعف عمومی زیرسازهای اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و ... به حساب آورد. این مسائل در مجاورت ساخت سیاسی حاکم بر کشور شدت بیشتری یافته است.

«به نظر نمی‌رسد آموزش کارآفرینی جایگاهی در مدارس ابتدایی کشور ما داشته باشد. در صورتی که در سایر کشورها در سال‌های اخیر به این مهم پرداخته شده است؛ زیرا موتور اقتصاد هر کشور کارآفرینی می‌باشد و آنها مدت‌هاست که این موتور را روشن کرده‌اند؛ و کارشان را از مدارس ابتدایی شروع کرده‌اند. نباید توانایی‌های کودکان را دست کم گرفت. با آموزش به موقع در مدارس ابتدایی می‌توان کارآفرینی را در جامعه توسعه داد» (قسمتی از مصاحبه با م - افضلی).

حاشیه‌ای بودن آموزش کارآفرینی: با استناد به یافته‌های پژوهش خانواده‌ها کارآفرین بودن کودکان را امری غیرممکن تلقی می‌کنند و مدیران و معلمان نیز همسو با والدین اقدامات مفیدی را در جهت برانگیختن آنان صورت نخواهند داد که نتیجه آن در حاشیه ماندن کارآفرینی در محتواهای نظری و عملی آموزش‌ها در مدارس می‌باشد.

«در مقایسه با سایر کشورها، در کشور ما آن‌طور که لازم است به آموزش کارآفرینی بها داده نمی‌شود. هرچند در سال‌های اخیر گام‌هایی نظیر طرح کاراد، تدریس درس کار و فناوری در پایه ششم ابتدایی برداشته شده اما این برنامه‌ها برای رسیدن به اهداف آموزش کارآفرینی کفایت نمی‌کند» (قسمتی از مصاحبه با ر - سرمدی مهر).

بی‌توجهی فراگیر: در حاشیه قرار گرفتن کارآفرینی در مدارس به گونه‌ای است که نه تنها از جانب سیستم آموزشی موضوع توجه قرار نگرفته است، بلکه از طرف خانواده دانش‌آموزان نیز مسئله‌ای جدی محسوب نمی‌شود. این عدم توجه را می‌توان ناشی از در اولویت نبودن این موضوع در برنامه‌های کلان آموزش و پرورش ردیابی نمود و به عبارت دیگر می‌توان آن را به عدم وجود سیاست‌هایی نسبت داد که کارآفرینی در مدارس را جزو وظایف آموزش و پرورش تلقی می‌کند؛

همین امر باعث شده است تا عوامل اجرایی در سطوح خرد نیز نسبت به کارآفرینی توجه و عنایت درخوری نداشته باشند.

«عدم توجه به موضوع آموزش کارآفرینی در مدارس ابتدایی از سوی معلمان و مدیران ابتدایی - جدی نگرفتن توانایی های کودکان از سوی والدین - نداشتن درس کارآفرینی در همه ی پایه های ابتدایی - عدم حمایت مسئولان وزارت آموزش و پرورش از معلمان و مدیران و دانش آموزان کارآفرین» (قسمتی از مصاحبه با م - زادگان).

ضعف برنامه ریزی: بدون شک اگر عوامل آموزشی در سطح کلان مدیریت و تصمیم گیری، در ارتباط با اهمیت کارآفرینی در مقاطع تحصیلی مورد پرسش واقع گردند، مزایای غیرقابل انکاری برای توسعه آموزشی جامعه دانش آموزان به همراه خواهد داشت، ولی آنچه در عمل اتفاق می افتند، همسو با چنین رخدادی نیست؛ بنابراین یکی از پیامدهای وضعیت جاری فقدان برنامه ریزی هدفمند و راهبردی در سیاست گذاری های آموزشی در سطح کلان می باشد. این ضعف به صورت کلی مختص به مدیران برنامه ریزی در سطوح کلان نیست، بلکه سایر مدیران میانی کشور نیز در این حوزه برنامه های منسجم و مرتبطی ارائه نداده اند. چنین وضعیتی با استناد به بخشی از یافته های پژوهش، از عدم اعتقاد به کارآفرینی دانش آموزان از جانب مدیران و متولیان امر آموزش از یکسو و عدم اهمیت آن از طرف خانواده ها از سوی دیگر ناشی می شود که می توان به صورت کلی آن را در لایه های بالایی برنامه ریزی دنبال نمود. این وضعیت از نگاه برخی از مصاحبه شوندگان پژوهش، عمدتاً توسط دولت و ساختار برنامه ریزی محقق شده است. این شرایط با طرد ابتکار و نوآوری موجبات سلب انگیزه از دانش آموزان در عرصه کارآفرینی خواهد بود. علاوه بر این پافشاری بر روش های مدیریتی سنتی و ناکارآمد این وضعیت را تشدیدتر نموده است. از نگاه یکی از متخصصان این وضعیت به صورت زیر منعکس شده است؛

«کمبود برنامه ریزی آموزشی مناسب، کمبود منابع انسانی و غیرانسانی، بودجه ناکافی در برنامه های آموزش کارآفرینی، کمبود مدرس شایسته و توانمند در زمینه کارآفرینی، عدم حمایت های نهادی، تبلیغ ناکافی از سوی رسانه ها نسبت به اهمیت کارآفرینی» (قسمتی از مصاحبه با ز - علیزاده).

ناهمسانی محتوای آموزشی با واقعیت‌های بیرونی: محتوای آموزشی که در مدارس ایران دانش‌آموزان در معرض آن قرار دارند، با آنچه در واقعیت زندگی اجتماعی با آن ارتباط دارند یکسان نمی‌باشد و این عدم همسانی و یکسانی موجب بروز شکاف‌های عمیقی شده است که توسعه کارآفرینی را به شدت با شکست مواجه می‌سازد. این وضعیت از نظر یکی از متخصصان چنین بوده است؛

«عدم ارتباط آموخته‌ها با بطن زندگی دانش‌آموزان، فراهم نبودن شرایط عملیاتی کردن آموخته‌ها به واقعیت زندگی دانش‌آموزان، عدم وجود کارگاه‌های متناسب با آموخته‌ها در مدرسه، سواد ناکافی معلمان در امر کارآفرینی، عدم علاقه معلمان و والدین نسبت به ایجاد روحیه کارآفرینی در دانش‌آموزان» (قسمتی از مصاحبه با م-زادگان).

شرایط میانجی

شرایط میانجی یا مداخله‌گر شرایطی هستند که به صورت عمومی راهبردها را تحت تأثیر خود قرار می‌دهند. این شرایط با توجه به داده‌های مورد نظر در این پژوهش؛ گردشگری فرهنگی، سرمایه‌گذاری، سیاست‌های تبعیض‌آمیز و قوانین ناقص می‌باشند.

گردشگری فرهنگی: توسعه توانمندی‌های کارآفرینی دانش‌آموزان در مدارس تحت تأثیرات عوامل فرهنگی یکی از مباحث مهم و اساسی قابل‌بحث در این حوزه بوده است. اگرچه حوزه‌های فرهنگی در کشور ما در هر منطقه به شکلی موضوع کار و کارآفرینی را مورد توجه قرار داده‌اند، اما این ادبیات هنوز به صورت جدی وارد ساختار آموزش‌های رسمی و عمومی کشور نشده است. بسیاری از این عناصر مفید فرهنگی که می‌توانند در قالب آموزش‌های رسمی توانمندی کارآفرینی دانش‌آموزان را تقویت نمایند مورد غفلت واقع شده‌اند و ردپایی از آن‌ها را نمی‌توان در مفاهیم و محتواهای آموزشی کشور مشاهده نمود؛ بنابراین جایگاه کارآفرینی در میان آموزش‌های عمومی و رسمی کشور در مدارس همچنان بدون تعریف باقی مانده است.

«در کشور ما داستان‌ها، سرودها، اشعار و ... زیادی وجود دارد که می‌توانند دانش‌آموزان را به سمت کارآفرینی تشویق کنند ولی متأسفانه در کتاب‌های درسی این موارد به‌ندرت مورد توجه

بوده است و این عدم توجه موجب شده است تا از حافظه اجتماعی مردم هم پاک شود، علاوه بر کتاب‌های درسی در رسانه‌ها و دانشگاه‌ها نیز کمتر تأثیر عوامل فرهنگی بر آموزش کارآفرینی در نظر گرفته شده است» (قسمتی از مصاحبه با ز-علیزاده).

سرمایه گذاری: بدون هیچ بحثی می‌توان تأثیر ساختار عمومی اقتصادی کشور را به‌عنوان عاملی مؤثر بر توسعه توانمندی‌های کارآفرینی دانش‌آموزان در نظر گرفت. این ساختار که به‌واسطه درآمدهای حاصل از صادرات نفت تعریف می‌شود تا حدود زیادی مانع توجه سیاست‌گذاران به توسعه کارآفرینی شده است و این در حالی است که بسیاری از ظرفیت‌های کشور به دلیل عدم توجه به توسعه کارآفرینی مسکوت مانده است. چنین موضوعاتی را می‌توان از نگاه کارشناسان مورد مصاحبه این پژوهش مشاهده نمود.

«وقتی که دولت هزینه‌های خود را از طریق فروش و صادرات نفت تأمین می‌کند توجه به کارآفرینی و مواردی از این دست برایش اهمیت زیادی نخواهد داشت. کارآفرینی زمانی می‌تواند توسعه پیدا کند که دولت بخواهد بر روی آن به‌صورت جدی سرمایه‌گذاری کند» (قسمتی از مصاحبه با ج-کریمی).

سیاست‌های تبعیض آمیز: نظام فرهنگ عمومی جامعه زنان و دختران را به‌عنوان افراد نوآور و خلاق هنوز مورد پذیرش کامل قرار نداده است، اگرچه در شهرها و مراکز جمعیتی بزرگ کمتر شاهد چنین مسئله‌ای هستیم، اما در میان توده‌های مردم چنین تفکراتی به‌صورت جدی رایج می‌باشد. همین امر باعث شده است تا سیاست‌گذاری در حوزه‌های مختلف کمتر بر اساس شرایط خاص جسمی و روانی زنان و دختران استوار گردد که نتیجه آن به حاشیه رفتن این افراد در حوزه‌های مختلف اجتماعی و اقتصادی شده است. این مسئله بدون تردید این وضعیت را در میان این افراد (زنان و دختران) در جامعه باورپذیر نموده است و خود آنان نیز توانایی خود در این زمینه را کمتر مورد توجه قرار داده‌اند. بر این اساس اگر سیاست‌هایی در ارتباط با توسعه توانمندی‌های دانش‌آموزان در مدارس اتخاذ گردد (و مخصوصاً اگر صبغه‌ای اقتصادی نیز داشته باشند) دانش‌آموزان دختر فرصت اعمال عقیده و نظر کمتری نسبت به دانش‌آموزان پسر در این زمینه

خواهند داشت؛ بنابراین کارآفرین بودن این افراد در جامعه (به‌جز مواردی استثناء) کمتر دیده شده است و غالب کارآفرینان را کسانی دربرگرفته‌اند که معمولاً «مرد» بوده‌اند و همین مسئله باعث شده است تا زنان در این مورد (کارآفرینی) در حاشیه قرار بگیرند و کمتر مورد توجه واقع شوند. حاکم بودن چنین اندیشه‌ای در ساختار سیاسی جامعه نیز نفوذ کرده است که نتیجه آن را می‌توان در گرایش کم زنان به کارآفرینی (با استناد به داده‌های پژوهش) شاهد بود.

«شرایط به نحوی است که دختران کمتر به سراغ فعالیت‌های کارآفرینانه می‌روند و اگر در مدرسه هم به آن‌ها آموزش کارآفرینی داده شود در جامعه نمی‌توانند آن را عملی کنند و علت آن را می‌توان در عدم پذیرش چنین فعالیت‌های از سوی زنان دانست. شاید بسیاری این مطلب را نپذیرند، اما شما اگر به شهرستان‌ها و شهرهای کوچک و روستاها سری بزنید این مطلب را به‌خوبی درک خواهید کرد» (قسمتی از مصاحبه با ز- نیرومند).

قوانین ناقص: توسعه توانمندی‌های کارآفرینی دانش‌آموزان به‌واسطه آموزش آنان در مدارس فاقد قانون و مقررات مرتبط بوده است و این امر مانع جدی برای کاربست ابزارهای مقتضی و تعیین اهداف و چشم‌انداز در این خصوص شده است. از آنجایی که قوانین می‌تواند فعالیت‌ها را منع یا باعث شوند، فعالیت‌های کارآفرینانه نیز نیازمند حمایت‌های قانونی می‌باشند تا بتوانند جایگاهی عملیاتی در محتوای جامعه داشته باشند. وجود این قوانین می‌تواند سمت‌وسوی اهداف عمومی را تا حدودی به سمت فعالیت‌های کارآفرینانه تشویق نموده و از این طریق نظام آموزش کشور نیز تغذیه گردد. از نگاه کارشناسان و متخصصانی که در این مورد مصاحبه قرار گرفتند می‌توان مضمونی با عنوان فقدان قانون و مقررات مرتبط با آموزش‌های کارآفرینانه در ساختار سازمانی و برنامه‌ریزی آموزش و پرورش کشور مشاهده نمود. فقدان چنین قوانینی هرگونه اقدام مقتضی را با اشکالات و مسائل زیادی روبرو خواهد نمود تا جایی که می‌توان هر نوع اقدامی را به علت عدم حمایت‌های قانونی غیرموجه و جلوه داد، کما اینکه وجود هرگونه اقدام در این زمینه از ضروریات کشور و جامعه محسوب می‌شود.

«ما قانونی را سراغ نداریم که در آن آموزش کارآفرینی در مدارس را مورد حمایت قرار بدهد و این خود اشکال زیادی به بار آورده است» (قسمتی از مصاحبه با ن- حیدری).

راهبردها

راهبردها کنش ها و واکنش هایی می باشند که از پدیده محوری حاصل می شوند و به عبارت دیگر مواردی را در برمی گیرند که در نتیجه حاکمیت پدیده محوری در وضعیت و شرایط مورد نظر می باشد. بر این اساس آموزش توسعه توانمندی های در دانش آموزان خودباوری، استقلال فردی، ریسک پذیری، آینده نگری، روحیه کار جمعی، اعتماد به نفس، کاهش آسیب های اجتماعی، رشد اقتصادی، هدفمندی اوقات فراغت، مهارت آموزی، ثبات شخصیتی، مواجهه درست با محیط و کسب تجارب کاربردی در دانش آموزان را به دنبال خواهد داشت.

خودباوری: دانش آموزان در این فرایند به توانایی های خود اتکا می کنند و خود را مسئول پیشرفت و ترقی خود می دانند و وجود چنین امری باعث خواهد شد تا آن ها تلاش های خود را معطوف مسائلی کنند که می تواند آینده زندگی شان به صورت مطلوب تأمین نماید. این وضعیت باعث می شود تا دانش آموزان در برخورد با وضعیت های بحرانی به صورت درست عمل نمایند و گسترش چنین خصوصیتی در جامعه بسیاری از مسائل و مشکلات را از بین خواهد برد.

«از نظر من یکی از حسن هایی که کارآفرینی و آموزش آن در دانش آموزان ایجاد می کند، اینه که خودباوری را در آنها تقویت می کند. خودباوری باعث میشه تا واقعیات پیرامون خود را بهتر درک کنن، تلاش را مقدمه رسیدن به هدف بدانند و برنامه ریزی درستی داشته باشند» (قسمتی از مصاحبه با م- منصوری).

استقلال فردی: دانش آموز در این فرایند یاد خواهد گرفت که بدون وابستگی به اطرافیان چگونه بهترین تصمیم ممکن را اخذ نماید. چنین خصوصیتی مانع به هدر رفتن نیروهای دانش آموزان در عرصه های غیرمرتبط با استعداد و توانایی های آن می شود و آن ها یاد خواهند گرفت از چه راهی به بهترین شکل ممکن نیازهای خود را تأمین نمایند، بدون اینکه مسئله یا مشکل خاصی را متوجه دیگران نمایند. عدم وابستگی و استقلال فردی ویژگی غیرقابل انکار

آموزش کارآفرینی در مدارس ابتدائی می‌باشد. دانش‌آموزانی که دارای استعداد کارآفرینی هستند، بی‌گمان از استقلال بیشتری برخوردار خواهند بود و در تأمین نیازهای روزمره خود کمتر به افرادی که در اطراف آن‌ها هستند رجوع خواهند نمود.

«اگر به شکل درست و مناسب و اصولی آموزش کارآفرینی دانش‌آموزان را دربر بگیرد، باعث همیشه استقلال فردی آن‌ها رشد کند و خود را مسئول خود بدانند، کارآفرینی خودش نوعی از استقلال است» (قسمتی از مصاحبه با م-افضلی).

آینده‌نگری: در نظر گرفتن شرایط آینده و برنامه‌ریزی در جهت نیل به اهداف مورد نظر از ویژگی‌هایی می‌باشد که افراد در آموزش کارآفرینی آن را کسب خواهند نمود. این آموزش‌ها دانش‌آموزان را نسبت به آینده خود و جامعه حساس می‌سازد و این درک را در آن‌ها به وجود می‌آورد که اقدامات امروز آن‌ها در چگونگی وضعیت زندگی آنان در آینده نقش خواهد داشت. این آموزش‌ها مهم‌ترین نیازهای جامعه را صورت‌بندی خواهد نمود و آینده را به شیوه‌های متعددی برای دانش‌آموزان ترسیم خواهد کرد و به آن‌ها خواهد آموخت که با توجه به شرایط فعلی بهترین تصمیم ممکن چیست و ابزارهای مقتضی در حال و آینده کدام است تا درنهایت این ادراک را بیافریند که چه راه‌حلی را می‌توان اتخاذ کرد تا اهداف مطلوب را به‌وسیله آن‌ها عملی کرد.

«اگر دانش‌آموزان به‌درستی در معرض آموزش‌های کارآفرینی متناسب با سن و وضعیت خود قرار بگیرند، این توانایی در آن‌ها ایجاد خواهد شد که دست به چه انتخاب‌ها و کارهایی بزنند تا در آینده موفق باشند و در برخورد با مسائل و مشکلات از تدبیر خود برای مرتفع کردن موانع بهره‌برداری کنند» (قسمتی از مصاحبه با م-زادگان).

روحیه کار جمعی: مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی و اقتصادی حاصل اندیشه‌ای است که در آن توسعه جامعه در گرو تلاش‌های فردی معنا پیدا می‌کند و بدون همکاری و هماهنگی اعضای جامعه نمی‌توان به تحقق بسیاری از آرمان‌ها و اهداف اجتماعی امید بست. ماهیت آموزش‌های کارآفرینانه به نحوی است که در آن مفاهیمی مورد تأکید قرار می‌گیرد که دانش‌آموزان به سمت

شرکت در فعالیت‌های جمعی و گروهی هدایت خواهد نمود. این آموزش‌ها با مشخص نمودن جایگاه افراد به آن‌ها یادآوری خواهند نمود که بدون همدستی و همکاری افراد با یکدیگر حصول نتایج و اهدافی که برای جامعه و فرد ارزشمند است به دشواری امکان‌پذیر خواهد بود و از این حیث بدون کار جمعی نمی‌توان نتایج مطلوب و مفید زیادی را انتظار داشت. این موارد از نظر یکی از متخصصان به صورتی که در ادامه خواهد آمد منعکس شده است؛

«دانش‌آموزی که تحت آموزش‌های کارآفرینی قرار دارد و با مفهوم و مصداق آن آشنایی دارد، این مسئله را به خوبی درک می‌کند که کار جمعی بسیار مفید است و این فایده نه فقط فرد بلکه جامعه و گروه را نیز پوشش می‌دهد» (قسمتی از مصاحبه باک - فکری).

اعتماد به نفس: وقوف به این امر که هر یک از افراد دارای توانایی و ظرفیت مخصوصی می‌باشد که به واسطه آن می‌تواند پیشرفت‌های چشمگیری حاصل کند، نیازمند آموزش و پرورش اندیشه‌هایی است که این نگرش را در افراد زنده کند. اعتماد به نفس یکی از ویژگی‌هایی است که افراد بر اساس جایگاه و پایگاه خود اهدافی را برای خویش تعریف می‌کنند که اطمینان دارند آن‌ها را محقق خواهند نمود. آموزش‌های کارآفرینی با ارزش بخشیدن به جایگاه و توانایی‌های دانش‌آموزان در جامعه انگیزه‌های زیادی را در آنان برای پیشرفت و تعالی به وجود می‌آورد و به عبارت دیگر این حس را به آنان القاء می‌کنند که توانایی و ظرفیت افراد به یک شیوه نمی‌باشد و این متفاوت بودن دارای ارزش پذیرش زیادی می‌باشد و این ارزشمندی خود به خود اعتماد به توانایی‌های افراد را گسترش خواهد داد.

«دانش‌آموزان به شرطی اعتماد به نفس بیشتری را در خود ایجاد خواهند کرد که در معرض آموزش‌های کارآفرینی قرار داده شوند» (قسمتی از مصاحبه با م - زادگان).

کاهش آسیب‌های اجتماعی: افراد وقتی در معرض آموزش کارآفرینی قرار می‌گیرند و توانایی‌های خود را مورد شناسایی قرار دهند به فعالیت‌هایی روی می‌آورند که برای جامعه مفید خواهد بود و همین امر گرایش افراد را به سمت انحرافات اجتماعی (از قبیل دزدی، سرقت، ناهنجاری‌های اخلاقی و...) به طرز محسوسی کاهش خواهد داد. فقدان بسترهای لازم برای ارضای

نیازهای مختلف افراد در جامعه یکی از عوامل بروز آسیب‌های اجتماعی در جامعه می‌باشد و علاوه بر این عدم تناسب توانایی‌های افراد با فعالیت‌هایی که عهده‌دار آن شده‌اند می‌تواند زمینه بروز و ظهور آسیب‌های اجتماعی بسیاری باشد. راهکارهای عملی و نظری زیادی از جانب سازمان‌ها و اشخاص حقیقی و حقوقی برای رفع و کاهش این آسیب‌ها اعمال شده است که بسیاری از آن‌ها در عمل واجد تأثیرگذاری زیادی نبوده‌اند و همواره وجود برخی از آسیب‌ها جامعه را دچار تهدیدهای بی‌شماری کرده است. آن‌گونه که از نگاه متخصصان پژوهش اخیر برمی‌آید، آموزش کارآفرینی در سنین پایین می‌تواند در رفع بسیاری از آسیب‌های موجود اجتماعی نقشی سازنده و کارآمد داشته باشد. سازوکار این وضعیت از نگاه آنان به صورت کلی به این گونه است که آموزش‌های کارآفرینی این تفکری دال بر توانایی و ارزشمند تفاوت‌های فردی و گروهی ایجاد می‌کند که انگیزاننده افرادی است که ابتکار عمل و توانایی‌های آنان می‌تواند نیازهای فردی و بخشی از نیازهای اجتماعی و اقتصادی جامعه را پوشش دهد و همین امر آنان را به سمت گزینه‌های مشروع و پذیرفته‌شده‌ای هدایت خواهد نمود که مانع انحراف آنان به سمت فعالیت‌های آسیب‌زا خواهد بود.

«بسیاری از افراد به دلیل اینکه کاری بلد نیستند و یا کاری که بلدند ولی زمینه‌ای برای انجام آن در جامعه نمی‌یابند برای رفع نیازهای خود کارهایی را انجام می‌دهند که به ضرر خود و جامعه تمام می‌شود، اگر این افراد در معرض آموزش‌های کارآفرینی قرار داده می‌شدند به احتمال خیلی کم فعالیت‌های نامناسب را در پیش می‌گرفتند» (قسمتی از مصاحبه با ز- نیرومند).

رشد اقتصادی: به کارگیری آموزش‌های مربوط به کارآفرینی در مدارس مختلف آموزشی قدرت مواجه شدن و رویارویی با مسائل اقتصادی را افزایش داده و رفتار و تصمیمات قابل اخذ در این حیطه را با شالوده‌های عقلانیت اقتصادی پوشش خواهد داد که نتیجه آن را می‌توان ترقی و رشد اقتصادی و رقابت‌پذیر نمودن آن را متصور بود. از نظر متخصصینی که در این پژوهش مورد مصاحبه قرار گرفته‌اند، جزئیات آموزش کارآفرینی در نیل به این هدف دارای اثرات مثبت و مفید بی‌شماری بوده است؛

«اگر آموزش و پرورش برنامه‌ها را معطوف به کارآفرینی کند و آموزش‌های کاربردی را در دروس بگنجانند، سایر بخش‌های آموزشی کشور نیز چنین رویه‌ای را ادامه خواهند داد، مثلاً صداوسیما از یک طرف، دانشگاه‌ها از یک طرف و... این اقدامات در مجموع باعث رشد و توسعه اقتصاد کشور خواهد شد» (قسمتی از مصاحبه با ک - فکری).

هدفمندی اوقات فراغت: یکی از جوانب درخور توجه اهداف مطلوب کارآفرینی در مدارس مقطع ابتدائی استفاده مطلوب و نتیجه‌بخش از اوقات فراغت می‌باشد. دانش‌آموزان با آموزش‌های کارآفرینی که محرک علاقه و فعالیت آنان می‌باشد، به سمت فعالیت‌هایی سوق داده می‌شوند که از نظر آموزشی مفید می‌باشد. کارآفرینی در این بستر نقشی را ایفا می‌کند که دانش‌آموز همواره پیگیر مواردی خواهد بود که بتواند به واسطه آن علایق و استعداد خود را شکوفا نماید و از این طریق اوقات فراغت تابع برنامه خواهد شد.

«وقتی دانش‌آموزان یاد بگیرند که علایق و سلیقه خود را دنبال کنند و آن را به صورت عملی دنبال کنند، جای برای بطالت در زندگی آنان باقی نخواهد ماند و همین امر دلیلی برای لزوم به کارگیری آموزش‌های کارآفرینی در مدارس است» (قسمتی از مصاحبه با ا - محمادی).

مهارت‌آموزی: آموزش مهارت یکی از مواردی می‌باشد که پایگاه و آینده شغلی دانش‌آموزان را تحت تأثیر قرار خواهد داد. دانش‌آموزان در فرایند آموزش کارآفرینی خواهند آموخت که چه مهارت‌هایی را باید دنبال کنند تا بتوانند اهداف مورد نظر خود را حاصل کنند. گاهی این مهارت‌ها مقدمه‌ای برای توسعه مهارت‌های بیشتر و آموزش‌های بیشتر خواهد بود که نتیجه آن را می‌توان در پیش‌روی جامعه به سمت مهارت محوری ردیابی نمود.

«آموزش کارآفرینی دانش‌آموزان را به کسب مهارت‌هایی تشویق می‌کند که به آن علاقه دارند و به‌جز این، به آن‌ها یاد می‌دهد که این مهارت‌ها برای پیشرفتشان ضروری و مهم می‌باشد و بر این اساس دانش‌آموز به سراغ کارهایی می‌رود که بتواند به بهترین شیوه آن‌ها را فرا بگیرد» (قسمتی از مصاحبه با م - افضلی).

ثبات شخصیتی: تأثیرپذیری از موقعیت‌ها در شرایط غیرمتعارف و از دست دادن کنترل خود در مواقع بحرانی یکی از ضعف‌های اساسی بسیاری از افراد است که با اخذ تصمیمات عجولانه و غیر حساب‌شده باعث پیدایی شرایط نامطلوب در آینده خواهد شد. آموزش کارآفرینی این قدرت را به دانش‌آموزان خواهد بخشید که چگونه در مواقع بحرانی بهترین تصمیمات را به‌نحوی که بر دامنه مسائل و مشکلات نیفزاید اخذ کنند. کسانی که در معرض آموزش‌های کارآفرینانه قرار می‌گیرند و با جزئیات آن آشنا می‌شوند، به‌صورت تدریجی شخصیت باثباتی را پیدا می‌کنند. تجلی این ثبات شخصیتی را می‌توان در توانایی حل مسئله، برخورد اصولی با مشکلات روزمره زندگی، اعتمادبه‌نفس و غیره مشاهده نمود. این آموزش‌ها به‌صورت کلی در بنیان شخصیت خودساخته دارای اثرات بسیار مطلوبی می‌باشند و دانش‌آموزان را به نحوی تربیت می‌کنند که بتوانند در مواقع بحرانی تصمیمات درست و مناسبی را اخذ نمایند.

«آموزش کارآفرینی به آنها کمک می‌کند بتوانند در مواقع بحرانی تصمیمات صحیح بگیرند و با شرایط جدید و سخت به‌راحتی کنار بیایند، روحیه شکست‌ناپذیری داشته باشند و تسلیم‌ناپذیر باشند، به خود اعتماد داشته باشند، شجاعت و شهامت در انجام کارهای خویش پیدا می‌کنند» (بخشی از مصاحبه بار- سرمدی مهر).

مواجهه درست با محیط: مواجهه درست با محیط محصول تفکراتی است که افراد سازوکارهای عملکرد محیط زندگی خود را به‌خوبی تشخیص داده‌اند و از این حیث بهترین راه برخورد با آن را فراگرفته‌اند. آموزش‌های کارآفرینانه در مدارس نیز یا تأکید بر شناخت و درک محیط چنین دانش‌آموزان را به چنین ابزاری مجهز خواهد نمود. در این فرایند دانش‌آموزان یاد می‌گیرند که چگونه با محیط خود برخورد کنند تا اهداف خود را عملی نمایند.

«یکی از مواردی که در آموزش‌های کارآفرینانه می‌تواند دانش‌آموزان را به سمت دستیابی به هدف مطلوب هدایت و راهنمایی کند، درک درستی است که از محیط به آن‌ها می‌دهد و این درک درست ناشی از تجزیه و تحلیل تمامی عناصر واقع در محیط پیرامون به‌عنوان متغیرهای اثرگذار می‌باشد» (قسمتی از مصاحبه با م- منصوری).

کسب تجارب کاربردی: آموزش های کارآفرینی در مدارس ذهنیت دانش آموزان را برای پذیرش نقش و مسئولیت هایی آماده می کند تا بتوانند بهترین تصمیم ممکن را اخذ نمایند. این تجربه ها نقش بسیاری زیادی در نحوه مواجهه دانش آموزان با تصمیمات و محدودیت های احتمالی خواهد داشت.

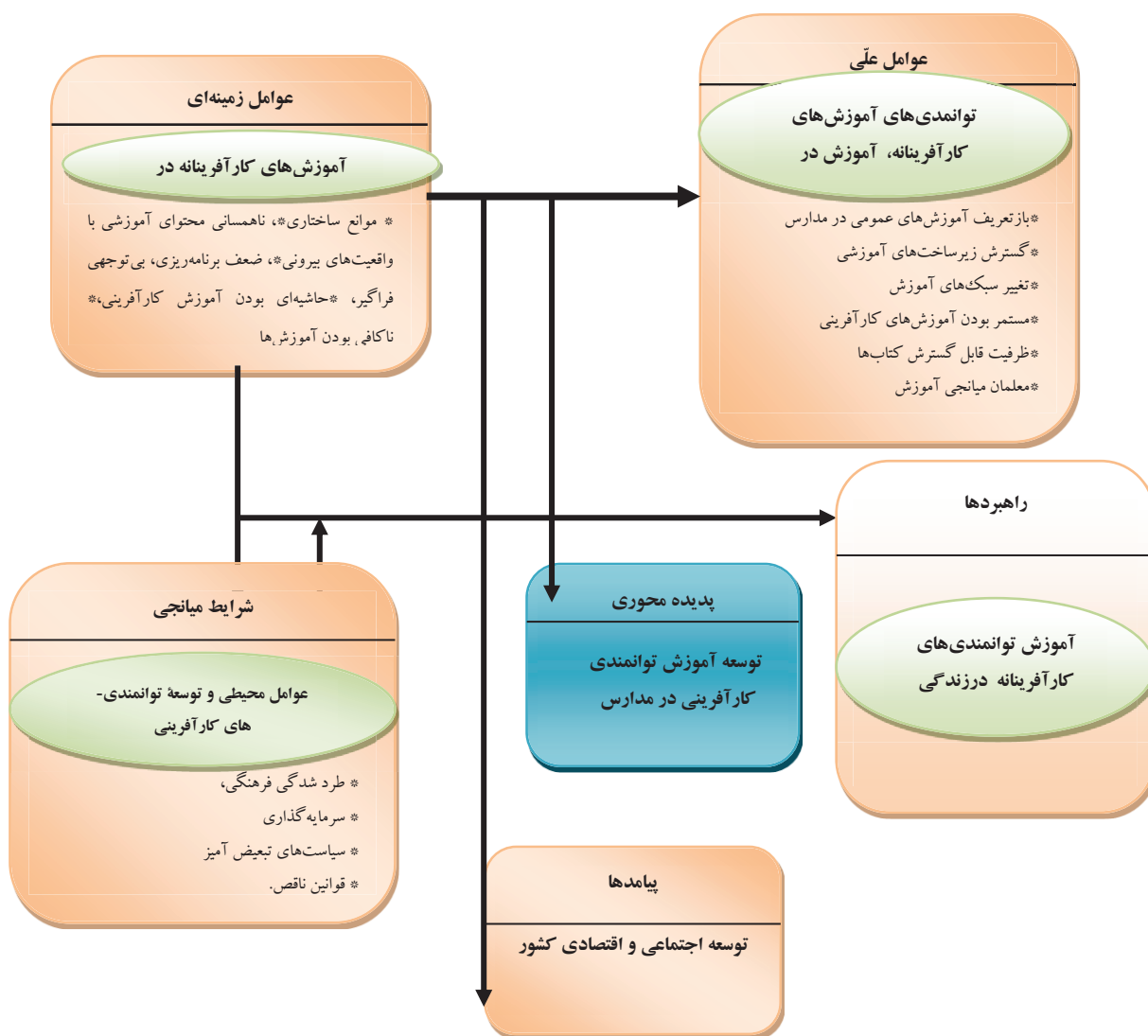
«آموزش های کارآفرینی برای دانش آموزان دوره ای سرتاسر تجربه است و به دانش آموزان جسارت و روبرو شدن با موانع و محدودیت ها را می بخشد و آنها را آماده می کند تا بتوانند درست تصمیم بگیرند و منطقی تصمیم بگیرند» (قسمتی از مصاحبه با ل- سلیمانی).

پیامدها

پیامدها در کل نتیجه کاربست راهبردها هستند. راهبردهای تشریح شده فوق می توانند بهبود شرایط اجتماعی و اقتصادی جامعه را به سمت پایداری هدایت کنند و ساختار آموزشی کشور را دچار تحولات مثبت فراوانی کنند. پیامد چنین وضعیتی پویایی اقتصادی و توسعه شاخص های توسعه انسانی می باشد و به صورت کلی در بخشی که آموزش می تواند تأثیرگذار باشد، اثرات بسیار مفیدی را در حال و آیند به دنبال خود خواهد داشت.

توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و ... در جامعه به واسطه آموزش های کارآفرینانه در مدارس در واقعی ترین زمینه خود امکان تحقق پیدا خواهد نمود و از آنجا که دانش آموزان به عنوان سرمایه های جامعه هستند در همان ابتدای اجتماعی شدنشان به مبانی و اصولی تجهیز می شوند که می تواند بهروزی و بهبودی جامعه را تابع خویش نماید.

با توجه به آنچه تاکنون تشریح گردید مدل پارادایمیکی حاصل از تحلیل داده بنیاد به صورت زیر ارائه خواهد شد:



نمودار ۱. مدل نهایی پژوهش

بحث و نتیجه گیری

نیل به توسعه یکپارچه‌ی سرزمین در تمام ابعاد و مؤلفه‌های آن ضرورت توجهی هرچه بیشتر به مسئله‌ی آموزش را نمایان می‌سازد و همین موضوع حساسیت نقش، جایگاه و کارکرد نظام آموزشی کشور را به‌مثابه‌ی نهادی که توانمندی غیرقابل انکاری در تألیف ادبیات رشد و شکوفایی جامعه دارد، معرفی می‌کند. به‌همین سبب است که می‌توان چنین در نظر گرفت که بخش معناداری از وضعیت عمومی هر جامعه‌ای مولود سیاست‌هایی است که کلیت آن به‌واسطه‌ی نظام آموزش آن جامعه به‌کار بسته شده است. بر این اساس اتخاذ سیاست‌هایی که از مناسبات توسعه سرزمین تابعیت می‌کند، محصول فهمی عمیق از مسئله‌ی اهمیت آموزش و رسالت آموزش و پرورش می‌باشد. به این ترتیب محتوای آنچه افراد در معرض آن قرار می‌گیرند و به‌وسیله‌ی آن بخش مهمی از فرآیند جامعه‌پذیری خود را تجربه می‌کنند اثرات بسیار زیادی را در وضعیت حال و آینده کشور به‌دنبال خواهد داشت. در این میان توسعه توانمندی‌های کارآفرینی دانش‌آموزان چه در مقام یک روش آموزشی و چه در مقام یک سیاست بنیادی آموزشی با هر کیفیتی که اعمال شود، ماهیت جامعه از نظر توسعه‌یافتگی را در بازه‌های زمانی میان‌مدت و بلندمدت تعیین خواهد نمود.

نتایج حاصل از یافته پژوهش حاکی از آن بوده است که وضعیت کنونی کاربست کارآفرینی در محتوای آموزشی رسمی کشور حاکی از وجود موانع ساختاری، مغایرت محتوای آموزشی با دنیای واقع، ضعف نظام برنامه‌ریز آموزشی، بی‌توجهی تعمیم‌یافته به مسائل مرتبط با توسعه توانمندی‌های کارآفرینی در کنار عدم کفایت این آموزش‌ها و گریز از مطرح شدن ذیل یک نیاز ضروری بوده است و همین عوامل به‌میانجی و مداخله‌ی طرد شدگی کارآفرینی به‌مثابه یک امر فرهنگی، عدم سرمایه‌گذاری در این خصوص، سیاست‌های تبعیض‌آمیز و وجود قوانین ناکارآمد بر شدت این مسئله افزوده است. فرجام چنین وضعیتی بدون تردید واپس ماندگی کشور را روز به روز تسریع خواهد نمود. در بخشی از یافته‌های این پژوهش، به‌منظور گذر از وضعیت مذکور، باز تعریف آموزش‌های عمومی در مدارس، گسترش زیرساخت‌های آموزشی همسو با تأمین نیازهای

کارآفرینانه‌ی دانش‌آموزان، تغییر سبک‌های آموزش، استمرار و تداوم آموزش‌های کارآفرینانه، استفاده از ظرفیت چشمگیر کتاب‌ها و متون درسی و بازآموزی معلمان و مربیان و مربیان آموزشی در این ارتباط، می‌تواند توسعه توانمندی‌های کارآفرینی دانش‌آموزان به شیوه‌ای ویژه و مسیر نیل به توسعه کشور در ابعاد، انسانی، اقتصادی، اجتماعی و ... از سوی دیگر را ضمانت نماید.

نهادینه نشدن آموزش‌های کارآفرینانه و عدم سازگاری آن با نیازها و ضرورت‌های بومی و منطقه ای در کنار عدم عنایت سازمان‌های متولی این امر، نه تنها در گریزان نمودن دانش‌آموزان دختر از فضای کارآفرینانه نقش قابل توجهی داشته است، بلکه عمومیت آن بر جامعه دانش‌آموزان پسر نیز کم تأثیر نبوده است و این در حالی است که بسیاری از توانمندی‌های کشور به دلایلی از این دست به صورت مسکوت باقی مانده است. علاوه بر این وجود مقاومت‌های فرهنگی مبنی بر عدم اعتقاد به کارآفرین بودن جامعه زنان این وضعیت را به شیوه‌های گوناگونی بازتولید نموده است و پاره‌ای از تلاش‌های مقدماتی‌ای چون؛ اختصاص یک کتاب درسی با عنوان کار و فناوری را بی اثر و ناکام گذاشته است. عدم وجود مراکز آموزشی و فقدان توجیه معلمان و مدیران مدراس در این خصوص در این وضعیت علاوه بر موارد مورد اشاره دارای اثرات بسیار زیادی بوده است.

توسعه توانمندی‌های کارآفرینی دانش‌آموزان فارغ از جنسیت آن‌ها نیازمند بازنگری در شیوه‌های رایج کنونی و حرکت به سمت اهدافی است که علاوه بر پوشش نیازهای جامعه در سطح خُرد و در زمان حال، نیازهای سطح میانی و کلان و در زمان آینده را دربر بگیرد. براین اساس نگرش به توسعه توانمندی‌های کارآفرینانه دانش‌آموزان دختر و کوشش در مسیر رساندن آن به جایگاه مورد نظر بدون همدستی و هماهنگی تمام عناصر و عوامل مرتبط با امر آموزش و پرورش در تمامی سطوح آن امری غیرممکن به نظر می‌رسد. هر کدام از عوامل مرتبط با چنین مسئله‌ای دارای نقش و اثرگذاری مخصوص به خود می‌باشند و تا زمانی که ذیل یک مجموعه‌ی روزآمد، نیازها و بایسته های همدیگر را در یک بستر تعاملی همراهی نکنند، نمی‌توان تغییرات معناداری را ملاحظه نمود. به عبارتی دیگر فروکاستن امر محقق کننده‌ی توسعه توانمندی‌های کارآفرینی دانش‌آموزان، به

ساختار سازمانی آموزش و پرورش و یا خانواده‌ها بدون تردید ماندگاری وضعیت کنونی را تضمین خواهد نمود.

منابع

- احمدپور داریانی، محمود. (۱۳۸۷). **کارآفرینی: تعاریف، الگوها، نظریات**، تهران: انتشارات شرکت پردیس.
- آراستی، زهرا. قدوسی، سمیرا و باقری، افسانه. (۱۳۹۵). تأثیر آموزش کارآفرینی از طریق روش داستان‌سرایی بر نگرش کارآفرینانه دانش آموزان مقطع ابتدایی، **فصلنامه توسعه کارآفرینی**، ۹ (۴): ۵۹۳-۶۱۲.
- حشمتی‌فر، لیلا. لیاقت‌دار، محمد جواد و عابدی، احمد. (۱۳۹۸). تأثیر بسته آموزش کارآفرینی مبتنی بر برنامه آموزشی دانشگاه ساسکاجنون بر روحیه کارآفرینی دانش آموزان: یک طرح ترکیبی لانه‌ای همزمان، **نوآوری-های آموزشی**، ۱۸ (۳): ۸۳-۱۰۴.
- دسترنج، حکمت‌اله. کاظمی، مهدی. کرد، باقر. کمالیان، امین و روشن، سید علیقلی. (۱۳۹۸). مطالعه ابعاد و مؤلفه‌های توسعه کارآفرینی گردشگری با استفاده از روش شناختی نظریه داده بنیاد (مورد مطالعه: جزیره قشم)، **فصلنامه علمی-پژوهشی جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای)**، ۹ (۲): ۹۷-۱۱۱.
- دهقان منشادی، فاطمه. (۱۳۹۶). **بررسی مقایسه‌ای اثربخشی روش‌های تدریس مبتنی بر یادگیری مشارکتی و سخنرانی بر خلاقیت و روحیه کارآفرینی دانش آموزان (مورد مطالعه: دانش آموزان دختر دوره اول متوسطه ناحیه ۱ یزد)**، پایان‌نامه کارشناسی ارشد موسسه آموزش عالی امام جواد (ع).
- روحی، لیلا. (۱۳۹۳). **بررسی عوامل مؤثر بر شکل‌گیری کارآفرینی در دانش‌آموزان مقطع متوسطه (مطالعه موردی: ناحیه ۱ شهرستان بهارستان)**، پایان‌نامه کارشناسی ارشد پیام نور تهران.
- روشن، محمدرحیم. (۱۳۹۱). **بررسی رابطه بین آموزش کارآفرینانه معلم بر روحیه کارآفرینانه دانش‌آموزان دختر و پسر متوسطه شهر تهران**، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه خوارزمی.
- زنگنه، حسین. کاوسی، علیرضا و بهرامی، زهرا. (۱۳۹۸). نگرش معلمان به روش‌های یاددهی-یادگیری آموزش کارآفرینی در دوره ابتدایی، **فصلنامه راهبردهای آموزش در علوم پزشکی**، ۱۲ (۶): ۱-۷.
- سعادت‌مند، زهره و کریمیان، سعیده. (۱۳۹۸). **آموزش برنامه درسی کارآفرینی مبتنی بر برنامه‌ریزی چندبعدی در دوره اول ابتدایی**، دومین کنفرانس ملی مدارس کارآفرین (با رویکرد برنامه‌ریزی درسی)، اصفهان.

- شمس، نسرین. (۱۳۹۷). **مدیریت استعدادهاى راهبردى در مدارس کارآفرین**، نخستین کنفرانس ملی مدارس کارآفرین (رویکردها، نظریه‌ها، ابعاد و تجارت کاربردی از کشورهای موفق).
- طغرابی، محمدتقی. میرواحدی، سید سعید و هاشمی، سمیه (۱۳۹۸). طراحی الگوی آموزش کارآفرینانه در مدارس، **فصلنامه نوآوری‌های آموزشی**، ۱۸ (۴): ۵۹-۸۳.
- عبداللهی، بیژن. (۱۳۹۰). **رهبری آموزش کارآفرین: ایجاد محیط‌های کارآفرینی در مدارس**، همایش ملی مدیریت آموزشی در نظر و عمل.
- عسکری فر، کاظم. ابراهیمی، ابوالقاسم و علوی، سید مسلم. (۱۳۹۷). ارائه الگوی آموزشی توسعه توانمندی‌های کارآفرینانه در دانش‌آموزان با میانجی‌گری ویژگی‌های شخصیتی، **فصلنامه نشریه توسعه کارآفرینی**، ۱۱ (۱): ۱۰۱-۱۲۰.

- Badri, R., & Hachicha, N. (2019). Entrepreneurship education and its impact on students' intention to start up: A sample case study of students from two Tunisian universities, **The International Journal of Management Education**, 7(2): 182-190.
- Bridge, S., Hegarty, c., & porter, S. (2010). Rediscovering enterprise: Developing appropriate university entrepreneurship education, **Journal of Education and Training**, 8(53): 722-734.
- Ekpe, I., & Mat, N. (2015). The Moderating Effect of Social Environment on the Relationship between Entrepreneurial Orientation and Entrepreneurial Intentions of Female Students at Nigerian Universities, **International Journal of Management Sciences and Business**, 1(4): 1-16.
- Ememe, O. N. & Ezeh, S. C. & Ekemezie, C. A. (2013). The Role of Hea-Teacher in the Development of Entrepreneurship Education in Primary Schools, **Journal of Academic Research International**, 4(1):242-249.
- Jufri, M. and Wirawan, H. (2018). Intemalizing the spirit of entrepreneurship in early childhood education through traditional games, **Education Training**, 60(7): 125-139.
- Kickul, J., Wilson, F., & Marlino, D. (2007). Gender, Entrepreneurial Self-Efficacy, and Entrepreneurial Career Intentions: Implications for Entrepreneurship Education, **Entrepreneurship Theory and Practice**, 31(3): 387-406.
- Kozlinska, I. (2011). Contemporary approaches to entrepreneurship education, **Journal of Business Management**, 4(8): 205- 220.

- Kroon, J., & Meyer, S. (2001). The role of entrepreneurship education in career expectations of students, **South African journal of higher education**, 15(1):47-53.
- Mani, M. (2017). Entrepreneurship Education: A Students' perspective, **International Journal of E-Entrepreneurship & Innovation**, 5(1): 1-14.
- Shay, J., & Terjensen, S. (2005). **Entrepreneurial aspirations and intentions of business students: A gendered perspective**, Paper presented at the Babson Entrepreneurship Conference, Boston, MA.
- Shinnar, R., pruet, M., & Toney, B. (2009). Entrepreneurship Education: Attitudes across Campus, **Journal of Education for Business**, 84(3):151-159.
- Westhead, P., & Solesvik, M. Z. (2016). Entrepreneurship education and entrepreneurial intention: Do female students benefit. International Small Business, **Researching Entrepreneurship**, 34(8): 979-1003.
- Wilson, F., Kickul, J. & Marlino, D. (2007) Gender, Entrepreneurial Self-Efficacy, and Entrepreneurial Career Intentions: Implications for Entrepreneurship Education, **En-trepreneurial Theory and Practice**, 31: 387-406.
- Zhang, Y., Duysters, G., & Cloudt, M. (2014). The role of entrepreneurship education as a predictor of university students' entrepreneurial intention, **International Entrepreneurship & management Journal**, 10: 623-641.