

طراحی الگوی برنامه درسی آموزش کارآفرینی برای دانش‌آموزان دوره اول متوسطه

جمشید امیدی^۱، سیداحمد هاشمی^۲، عباس قلتاش^۳، علی اصغر ماشینچی^۴

چکیده

هدف این پژوهش طراحی الگوی برنامه درسی آموزش کارآفرینی برای دانش‌آموزان دوره اول متوسطه بود. این پژوهش جزء پژوهش‌های کیفی است و با استفاده از رویکرد مبتنی بر نظریه داده بنیاد انجام شد. جامعه پژوهش شامل خبرگان دانشگاهی در حوزه‌های برنامه درسی و آموزش کارآفرینی با رتبه علمی دانشیار و استاد تمام استان فارس بودند که مجموعاً ۳۰ نفر با روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. اطلاعات با روش‌های فیش‌برداری و مصاحبه نیمه‌ساختاریافته گردآوری و اعتبار داده‌ها و یافته‌ها با روش‌های بازبینی مشارکت‌کنندگان و بررسی خبرگان تأیید شد. منابع و متون تخصصی برنامه درسی و آموزش کارآفرینی بررسی و مصاحبه با متخصصان این رشته‌ها صورت پذیرفت و بر اساس سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی تحلیل انجام شد. نتایج پژوهش شامل الگوی طراحی شده جهت آموزش کارآفرینی در دانش‌آموزان دوره اول متوسطه بود که توسط خبرگان دانشگاهی در حوزه‌های برنامه درسی و آموزش کارآفرینی تأیید شد.

کلید واژه‌ها: برنامه درسی، آموزش کارآفرینی، دانش‌آموزان.

پذیرش مقاله: ۱۳۹۷/۵/۲۱

دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۲/۱۲

۱- دانشجوی دکتری برنامه‌ریزی درسی، واحد لامرد، دانشگاه آزاد اسلامی، لامرد، ایران. (نویسنده مسئول)
jamshidomidi447@yahoo.com

۲- دانشیار، گروه برنامه‌ریزی درسی، واحد لامرد، دانشگاه آزاد اسلامی، لامرد، ایران.
hashemi@iaulamerd.ac.ir

۳- دانشیار، گروه برنامه‌ریزی درسی، واحد مرودشت، دانشگاه آزاد اسلامی، مرودشت، ایران.
gholtash578@yahoo.com

۴- استادیار، گروه برنامه‌ریزی درسی، واحد لامرد، دانشگاه آزاد اسلامی، لامرد، ایران.
mashinchi56@gmail.com

مقدمه

ایران کشوری در حال توسعه است و فرصت کارآفرینی^۱ در کشورهای در حال توسعه بیشتر از کشورهای توسعه یافته است. زیرا در این کشورها فرصت‌های بیشتری برای رشد و پرورش وجود دارد (فتاحی و طباحیان، ۱۳۹۵). واژه کارآفرینی بیش از دو قرن نیست که در ادبیات مدیریت و اقتصاد وارد شده و مانند سایر واژه‌ها تغییرات زیادی را به خود گرفته و از رشد تکاملی برخوردار بوده است. کارآفرینی ابتدا در نظریه‌های اقتصادی تبلور یافته و به‌عنوان عامل اصلی ایجاد ثروت و یا ارزش اقتصادی شناخته شده است. همچنین مطالعه کارآفرینی حیطه گسترده‌ای از رشته‌های مدیریت، اقتصاد، جامعه‌شناسی و روان‌شناسی را دربرمی‌گیرد و دارای ماهیت میان رشته‌ای است (ایمانی، ۱۳۸۸). بنابراین افزایش توجه سیاست‌گذاران و مدیران به موضوع کارآفرینی در جامعه ایران زمینه مناسبی برای بروز استعداد‌های کارآفرینی به منظور توسعه اقتصادی کشور فراهم خواهد شد که رسیدن به این هدف نیازمند همکاری نزدیک دولت در تدوین سیاست‌ها، قوانین و محافل علمی (به‌ویژه در آموزش و پرورش) برای ارائه راهکارهای اجرایی جهت شناسایی، پرورش و شکوفایی استعداد‌های افراد است (مندعلی‌زاده، هنری و شهلائی، ۱۳۹۱). کارآفرینی با ایجاد شغل و کسب و کار مترادف شده است، در حالی که اشتغال یکی از آثار کارآفرینی می‌باشد (احمدپور داریانی، ۱۳۹۳). کارآفرینی علاوه بر مهارت‌های کسب و کار، مهارت‌های شخصی چون خلاقیت، نوآوری و ریسک‌پذیری را نیز شامل می‌شود (مولر و توماس^۲، ۲۰۰۱).

امروزه کارآفرینی به مثابه یک استراتژی پرورش ایده و اندیشه، ابتکار و نوآوری، جهت‌دهی به منابع و سرمایه‌ها و هدایت بازار در کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته است (فیض، احمدپور داریانی و دهقانی سلطانی، ۱۳۹۶). برنامه سرمایه‌گذاری‌های کوچک تأثیر مثبتی بر اعتماد به نفس دانش‌آموزان مقطع متوسطه دارد (دراکوپولو و هاینس^۳، ۲۰۱۲). مهم‌ترین ویژگی‌های افراد کارآفرین شامل اعتماد به نفس، استقلال رأی، خوش‌بینی، نیاز به موفقیت، پشتکار، سخت‌کوشی، پیشگامی، خطرپذیری، اشتیاق به کارهای بزرگ، رفتار هدایت‌گرانه

1. Entrepreneurship
2. Mueller & Thomas
3. Drakopoulou & Hynes

(سعیدی کیا، ۱۳۸۸)، مردم‌داری، انتقادپذیری، ابتکار و نوآوری، انعطاف‌پذیری، کاردانی و تدبیر، تغییرپذیری، دوراندیشی و قدرت درک می‌باشد (مدبوحی، شرفی و مقدم، ۱۳۹۰). کلید موفقیت توسعه کارآفرینی در شناسایی ارتباط بین نیازهای فراگیران و روش‌های تدریس است و برنامه‌های آموزش کارآفرینی می‌تواند به طور معناداری بر نگرش‌های کارآفرینانه شرکت‌کنندگان تأثیر بگذارد. همچنین آموزش کارآفرینی بینش افراد را بالا می‌برد و به افراد کمک می‌کند تا در فرایند کارآفرینی بهتر و موفق‌تر عمل نمایند و آموزش این حیطه بسیار حرفه‌ای‌تر از سایر مشاغل پیش می‌رود (پاول و سندهلتنز^۱، ۲۰۱۲). آموزش کارآفرینی فرایندی نظام‌مند، آگاهانه و هدف‌گرا برای تربیت افراد غیر کارآفرین به صورتی خلاق و کارآفرین است (ذبیحی و مقدسی، ۱۳۸۵). کارآفرینی شامل پرورش کارآفرینان، درک مفاهیم کارآفرینی، تقویت توانایی کشف، استفاده از فرصت‌ها، مهارت‌های کارآفرینانه و تقویت عوامل تأثیرگذار شخصیتی است (کرستی-رومرو، گیمنز-بالدوزو و ریورا-گالیسا^۲، ۲۰۱۶).

آموزش کارآفرینی تنها مختص رشته‌ها یا دانشکده‌های خاص همانند اقتصاد، مدیریت و بازرگانی نیست، بلکه برای همه رشته‌ها مناسب است. با وجود آشکار شدن تأثیر آموزش کارآفرینی و رشد کمی قابل ملاحظه شاخص‌های کمی آموزش کارآفرینی نظیر تعداد دوره‌ها، درس، مدرسان، مؤسسات، شرکت‌کنندگان، هزینه‌ها و سرمایه‌گذاری‌های صورت گرفته در آموزش کارآفرینی و نظایر آن هنوز ابهامات فراوانی در خصوص چگونگی آموزش کارآفرینی وجود دارد (شریف‌زاده و عبدالله‌زاده، ۱۳۹۲). هدف آموزش کارآفرینی تلفیق مهارت‌ها و ویژگی‌های کارآفرینی شخصی با روند کارآفرینی و مرتبط با رفتار است. ارزش‌ها و نظریه‌های معلمان و مدرسان زمانی مؤثر هستند که با شیوه‌ها و نظریه‌های اساسی مطابقت داشته باشند (گارنت^۳، ۲۰۱۳). آموزش کارآفرینی یکی از مبدل‌های تنظیم آموزشی با راه حل‌های علمی، آزمون تجربه کلاسی و برنامه‌های میان‌رشته‌است. فرایند رفتارهای کارآفرینانه شامل داشتن تمایل، در جستجوی فرصت بودن، تصمیم به تغییر شرایط و خلق فرصت می‌باشد و مهمترین جنبه‌های جامعه‌شناختی کارآفرینی شامل خودکارآمدی و توانایی‌های شخصی و درک فرهنگ

1. Powell & Sandholtz
2. Crecente-Romero, Gimenez-Baldazo & Rivera-Galicia
3. Garnett

مشارکت اجتماعی و ویژگی‌های کارآفرینانه متأثر از فرهنگ می‌باشد (لندستروم و هاریچی^۱، ۲۰۱۸).

پژوهش‌های بسیار اندکی درباره برنامه درسی آموزش کارآفرینی به‌ویژه در دانش‌آموزان دوره اول متوسطه انجام شده است که در ادامه مهمترین پژوهش‌ها در این زمینه گزارش می‌شوند. مرتضی‌نژاد، عطاران، حسینی‌خواه و عباسی (۱۳۹۶) گزارش کردند که در دوره ابتدایی آشنایی با مفاهیم پایه، ایجاد انگیزه، علاقه و روحیه کارآفرینانه و در در دوره متوسطه پرورش مهارت‌ها و شایستگی‌های کارآفرینی باید صورت پذیرد. پارسامنش، صبحی قراملکی و برماس (۱۳۹۲) به این نتیجه رسیدند که آموزش کارآفرینی بر رشد صفات شخصیتی مربوط به کارآفرینی در هنرجویان شاخه کارودانش تأثیر دارد. بهرام‌زاده، باورصاد و جعفرپور (۱۳۸۹) گزارش کردند که میزان شاخص‌های روحیه کارآفرینی شامل خلاقیت، عزت نفس، انگیزه پیشرفت، منبع کنترل درونی، آینده‌نگری و ریسک‌پذیری در دانش‌آموزان بالاتر از حد میانگین بود. کاسن، وانوهون، لیگوری و وینکل^۲ (۲۰۱۵) به این نتیجه رسیدند که محیط نامناسب آموزشی مانع ارتقای کارآفرینی می‌شود. الین^۳ (۲۰۱۳) معتقد است که مطالعات آموزش کارآفرینی عمدتاً در سطح تحصیلات بزرگسالان بوده و احتمالاً در سطوح پایین‌تر چالش‌انگیز باشد. والتر و دوهسی^۴ (۲۰۱۲) گزارش کردند که آموزش کارآفرینی بر خوداشتغالی دانش‌آموزان تأثیر دارد. جونز و ماتلی^۵ (۲۰۱۱) بیان کردند که نقش مربی کارآفرین به دلیل دادن اعتقاد قوی و عزت نفس به دانش‌آموزان تعیین‌کننده است. از نظر لازکیو^۶ (۲۰۰۸) محتوی و مراحل آموزش کارآفرینی بر خصوصیات کارآفرینی و مهارت‌های پروژه و مهارت‌های کسب و کار و کارآفرینی مبتنی است. گالام و هولدن^۷ (۲۰۰۸) به نقش معلمان در پرورش ویژگی‌های کارآفرینانه و نیاز به پژوهش‌های بیشتر در این زمینه تأکید کردند. فرانک^۸ (۲۰۰۷) ضمن پژوهشی به این نتیجه دست یافت که در آموزش کارآفرینی باید روش‌های تفکر، رفتار، خلاقیت، ریسک‌پذیری و

-
1. Landstrom & Harirchi
 2. Kassean, Vanevenhoven, Liguori & Winkel
 3. Alain
 4. Walter & Dohse
 5. Jones & Matlay
 6. Luczkiw
 7. Ghulam & Holden
 8. Frank

حل مساله تاکید گردد تا بر سودآوری. بنت^۱ (۲۰۰۶) معتقد است که در آموزش کارآفرینی به معلمان تسهیل کننده یادگیری نیاز است. از نظر لی و وانگ^۲ (۲۰۰۵) تدوین محتوی برنامه‌های آموزش کارآفرینی باید بر مبنای دیدگاه آموزشگران، نیازها و خواسته‌های فراگیران، اهداف اساسی یادگیری، نظرات ارزشیابان برنامه‌ها باشد. شفرد^۳ (۲۰۰۴) معتقد است که آموزش کارآفرینی را با ایفای نقش، یادآوری خاطرات، سخنرانان مهمان، مطالعات موضوعی و شبیه‌سازی می‌توان ممکن ساخت.

وجود کارآفرین در اقتصاد دانش‌مدار امروزی ضرورتی حیاتی است و بارها توسط صاحب‌نظران مختلف تصدیق شده است. به همین دلیل آموزش کارآفرینی به شکل‌های مختلف و در سطوح مختلف تحصیلی به طور گسترده افزایش یافته است. همچنین ضرورت دارد که نیروهای جوان کشور را برای استفاده از فرصت‌های موجود پرورش داد و مناسب‌تر این است که این آموزش‌ها از سنین پایین انجام شود. علاوه بر آن پژوهش‌های بسیار اندکی با هدف طراحی الگوی برنامه درسی آموزش کارآفرینی انجام شده و چنین برنامه‌ای برای دانش‌آموزان دوره اول متوسطه طراحی نشده است. بنابراین سوال‌هایی که پیش می‌آید این است که آیا کارآفرینی را می‌توان آموزش داد؟ روش‌های آموزش آن با توجه به ویژگی‌های کارآفرینان چگونه باید باشد؟ اهداف و محتوی درسی و مطالبی که در این دوره‌ها ارائه می‌شود چه باید باشند؟ مخاطبین این دوره‌ها چه کسانی می‌توانند باشند؟ در چه سطوح تحصیلی می‌توان کارآفرینی را آموزش داد؟ چه کسی می‌تواند کارآفرینی را آموزش دهد؟ در این پژوهش در پی پاسخگویی به سوال‌های فوق در جهت طراحی یک الگوی مطلوب برنامه درسی آموزش کارآفرینی گام برداشته می‌شود. در نتیجه پژوهش حاضر با هدف طراحی الگوی برنامه درسی آموزش کارآفرینی برای دانش‌آموزان دوره اول متوسطه انجام شد.

روش تحقیق

این پژوهش جزء پژوهش‌های کیفی است و با استفاده از رویکرد مبتنی بر نظریه داده بنیاد انجام شد. رویکرد نظریه‌پردازی داده بنیاد یک نوع روش پژوهش کیفی است که به طور استقرایی

1. Bennett
2. Lee & wong
3. Shepherd

یک سلسله رویه‌های نظم‌یافته را به کار می‌گیرد تا الگویی درباره پدیده مورد مطالعه ارائه کند. همچنین این رویکرد زمینه‌ای برای محقق فراهم می‌کند تا با بررسی داده‌های گردآوری شده آنها را تبدیل به مفاهیم، مقولات و در نهایت الگو کند. جامعه پژوهش شامل خبرگان دانشگاهی در حوزه‌های برنامه درسی (۱۷ نفر) و آموزش کارآفرینی (۱۳ نفر) با رتبه علمی دانشیار و استاد تمام استان فارس بودند که مجموعاً ۳۰ نفر با روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. در روش نمونه‌گیری هدفمند، هدف پژوهشگر انتخاب مواردی است که با توجه به هدف دارای بیشترین اطلاعات باشند و پژوهشگر را در شکل دادن الگوی نظری خود یاری دهند و این کار تا جایی ادامه می‌یابد که طبقه‌بندی مربوط به داده‌ها و اطلاعات اشباع و نظریه مورد نظر با تمام جزئیات و با دقت تشریح شود (کرسول^۱، ۲۰۰۷).

در این پژوهش جهت طراحی الگوی برنامه درسی آموزش کارآفرینی از الگوی برنامه درسی تایلر^۲ استفاده شد. از دیدگاه وی عناصر برنامه درسی شامل اهداف و مقاصد، تجربیات یادگیری (موضوع و محتوی درسی)، سازمان دادن و ارزشیابی است. بر این اساس توجه و پیروی از عناصر برنامه درسی در تدوین الگوی برنامه درسی آموزش کارآفرینی برای دانش‌آموزان مهم و هدایت‌گر آن است که الگوی برنامه درسی آموزش کارآفرینی شامل آن عناصر یا ترکیبی از آنها باشد. در این پژوهش اطلاعات با روش‌های فیش‌برداری و مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با خبرگان دانشگاهی در حوزه‌های برنامه درسی و آموزش کارآفرینی گردآوری شد. مصاحبه از دل ادبیات نظری، اسناد و متون اسلامی استخراج گردید. با اینکه در رویکرد نظریه‌پردازی داده بنیاد قاعده خاصی برای تعیین حجم نمونه وجود ندارد، اما برای گروه‌های همگون ۶ تا ۸ و برای گروه‌های ناهمگون ۱۲ تا ۲۰ واحد پیشنهاد می‌شود (هومن، ۱۳۸۸). مشارکت‌کنندگان پژوهش ۳۰ نفر از خبرگان دانشگاهی در حوزه‌های برنامه درسی و آموزش کارآفرینی با رتبه علمی دانشیار و استاد تمام بودند. پس از موافقت مشارکت‌کنندگان جهت شرکت در پژوهش مصاحبه با محوریت تلقی، برداشت و شاخص‌های برنامه درسی آموزش کارآفرینی برگزار شد. اعتبار داده‌ها و یافته‌ها با روش‌های بازبینی مشارکت‌کنندگان و بررسی خبرگان پس از دریافت نظرهای اصلاحی و اعمال آنها در الگوی نهایی پژوهش تأیید شد. تجزیه و تحلیل اطلاعات بر

1. Cresswell
2. Tyler

مبنای روش کدگذاری نظری شامل کدگذاری باز، محوری و انتخابی انجام شد. کدگذاری نظری روشی برای تحلیل اطلاعاتی است که به منظور تدوین یک الگو به روش نظریه‌پردازی داده بنیاد گردآوری شدند. به عبارت دیگر کدگذاری عملیاتی است که طی آن اطلاعات، تجزیه، مفهوم‌سازی و به شکل تازه‌ای در کنار یکدیگر قرار داده می‌شوند.

یافته‌ها

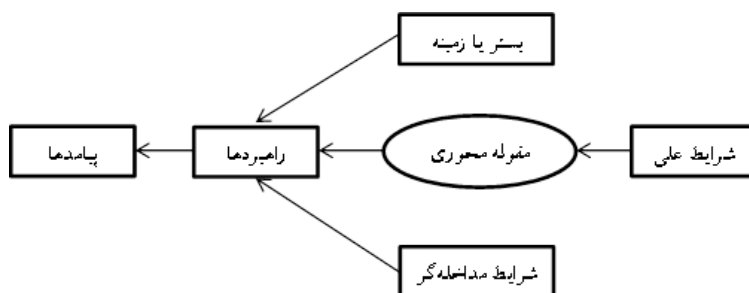
در پژوهش حاضر یافته‌ها بر اساس مراحل نظریه‌پردازی داده بنیاد در سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی انجام و بر اساس آن الگوی نهایی برنامه درسی آموزش کارآفرینی ارائه شد. الف) کدگذاری باز: کدگذاری باز در طی مرور اطلاعات جمع‌آوری شده انجام می‌شود. این کدگذاری بخشی از تحلیل است که مشخصاً به نام‌گذاری و دسته‌بندی پدیده از طریق بررسی دقیق اطلاعات مربوط می‌شود. به عبارت دیگر در این نوع کدگذاری، مفاهیم طبقه‌بندی می‌شوند که به آن مقوله‌پردازی گفته می‌شود. مقولات دارای قدرت مفهومی بالایی هستند. زیرا می‌توانند مفاهیم را به دور محور خود جمع کنند (استراوس و کوربین؛ ترجمه محمدی، ۱۳۹۰). در این پژوهش تحلیل اطلاعات به طور همزمان صورت گرفت. در این گام کدهایی که اشتراک مفهومی داشتند در ذیل یک مقوله جای گرفتند و بدین ترتیب مقولات متعددی شکل گرفتند. بر اساس مفاهیمی که در این گام حاصل شد، مقوله‌های اولیه شکل گرفتند. نتیجه این مرحله خلاصه کردن انبوه اطلاعات کسب شده از اسناد به درون مفاهیم و دسته‌بندی‌ها است. در کدگذاری باز موضوعات و مفاهیم از عمق اطلاعات به سطح آورده می‌شود. این موضوعات و مفاهیم از پرسش اولیه تحقیق و مفاهیم در ادبیات و مصاحبه‌های انجام گرفته، اخذ شدند. کدگذاری باز و مقوله‌پردازی اطلاعات در جهت شناسایی معیارها و زیرمعیارهای تبیین الگوی برنامه درسی آموزش کارآفرینی برای دانش‌آموزان دوره اول متوسطه انجام گرفت. در این بخش اطلاعات حاصل از تحلیل محتوی مصاحبه‌ها شامل ۸۲ مفهوم شد. در گام بعدی تلاش شد مقوله‌های مشابه و مقارن در تم‌های اصلی جای گیرند. بر اساس اشتراک مفهومی که مقولات با یکدیگر داشتند، تم‌ها به شکل مفاهیم انتزاعی‌تری استخراج شدند. پس از تهیه و تنظیم جدول مفاهیم و مقولات اولیه به‌عنوان گام نخست، تحلیل کیفیت اطلاعات حاصل از تحلیل محتوای

مصاحبه‌ها برای تکمیل این فرایند مفاهیم حاصله در سطح بالاتری جهت دستیابی به تم‌های اصلی گروه‌بندی شدند. پس از مقایسه مقولات گروه‌بندی شده، مقولات مرتبط با یکدیگر در یک مضمون کلی دسته‌بندی شدند و بر اساس عناوین موجود در نظریه‌های مرتبط با مفاهیم برخاسته از ادبیات تحقیق، عناوین کلی برای آنها در نظر گرفته شد. به طور کلی بر مبنای هدف پژوهش مفاهیم استخراج گردید و با توجه به اشتراکات مفهومی، هر کدام از این مفاهیم در مقولات جای گرفتند و در تحلیل نهایی مفاهیم اولیه با آگاهی از اینکه تم‌ها مختلف کدام هستند، چگونگی تناسب آنها با یکدیگر تلاش شد یک نقشه رضایت‌بخش از تم‌ها ترسیم گردد. در این مرحله تم‌هایی را که برای تحلیل ارائه شدند، تعریف و مورد بازبینی قرار گرفتند، سپس اطلاعات داخل آنها قرار گرفتند. به کمک تعریف و بازبینی ماهیت آن چیزی که یکتم در مورد آن بحث می‌کند، مشخص و تعیین شد که هر تم کدام جنبه از اطلاعات را در خود جای داده است.

ب) کدگذاری محوری: این مرحله شامل ربط دادن مفاهیم به مقوله‌ها است. این کدگذاری به این دلیل محوری نامیده شده است که کدگذاری حول محور یک مقوله صورت می‌پذیرد و در این مرحله شش مقوله شرایط علی، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، پدیده محوری، راهبردها و پیامدها مورد توجه قرار است (خداپنده و همکاران، ۱۳۹۷).

کدگذاری محوری معمولاً بر اساس الگوی پارادایم انجام می‌شود و به نظریه‌پردازی کمک می‌کند تا فرایند نظریه‌پردازی به سهولت صورت پذیرد. اساس ارتباط در کدگذاری محوری بسط و گسترش یکی از مقوله‌ها است و در این کدگذاری با مجموعه‌ای سازمان‌یافته از کدها و مفاهیم اولیه مواجه هستیم که نتیجه بررسی دقیق و تفصیلی مقالات و اسناد در مرحله کدگذاری باز می‌باشد. تمرکز این مرحله بیشتر بر کدها و مفاهیم است تا اطلاعات. البته ممکن است که کدها یا مفاهیم جدیدی نیز در این مرحله کشف شوند، ولی هدف اصلی مرور و بررسی کدهای اولیه است که به سوی سازماندهی موضوعات، مفاهیم، دسته‌بندی‌ها و تعریف محور مفاهیم کلیدی در تحلیل حرکت می‌کند. بنابراین پرسشی که در مرحله کدگذاری محوری مطرح شد این است که آیا می‌توان مقولات مختلف را درون یک توالی یا تسلسل سازماندهی کرد؟ در این پژوهش کدگذاری محوری بر اساس الگوی پارادایم صورت گرفت (نمودار ۱). بنابراین دسته‌بندی‌های فرعی با دسته‌بندی‌های اصلی مطابق با الگوی پارادایم مرتبط می‌شوند و

هدف اصلی این است که محقق را قادر سازد تا به صورت نظام‌مند در مورد اطلاعات و مرتبط کردن آنها تفکر کند. دسته‌بندی اصلی مانند ایده یا رویداد محوری به‌عنوان پدیده تعریف می‌شود و سایر دسته‌بندی‌ها با این دسته‌بندی اصلی مرتبط می‌شوند. شرایط علی موارد و رویدادهایی هستند که منجر به ایجاد و توسعه پدیده می‌گردند. بستر یا زمینه به مجموعه‌ای ویژه از شرایط و شرایط مداخله‌گر به مجموعه گسترده‌تری از شرایط اشاره دارند که پدیده در آن قرار می‌گیرد. مقوله محوری رویداد اصلی است که یک سلسله کنش‌ها و واکنش‌های متقابل به آن مربوط می‌شود. راهبردها به اقدامات و پاسخ‌هایی اشاره می‌کنند که به‌عنوان نتیجه پدیده رخ می‌دهند و در نهایت ستاده‌های خواسته یا ناخواسته این اقدامات و پاسخ‌ها به پیامدها اشاره دارند.



نمودار ۱. الگوی پارادایم

ج) کدگذاری انتخابی: در کدگذاری انتخابی پدیده محوری به شکلی نظام‌مند به دیگر مقوله‌ها ربط داده می‌شود و مقوله‌های نیازمند بهبود را بهبود داده و در آخر الگو ارائه می‌گردد (خداپنده و همکاران، ۱۳۹۷).

در کدگذاری انتخابی که مرحله اصلی نظریه‌پردازی به شمار می‌رود، مفاهیم باید به طور منظم به یکدیگر مربوط شوند. کدگذاری انتخابی بر اساس نتایج کدگذاری باز و محوری، مرحله اصلی نظریه‌پردازی است. بدین ترتیب که مقوله محوری را به شکل نظام‌مند به دیگر مقوله‌ها ربطه داده و آن روابط با در چارچوب یک روایت ارائه کرده و مقوله‌هایی را که به بهبود و توسعه بیشتری نیاز دارند، اصلاح می‌کند. وقتی هدف مطالعه شناخت کنش متقابل باشد، اولین قدم بیان روابط کنش متقابل با نزدیک‌ترین شرایط مؤثر به آنها است. سپس محقق به دنبال وارد کردن طیف وسیع‌تری از شرایط و تحلیل‌ها می‌باشد. این کار کمک می‌کند که ماهیت پدیده و اینکه چه چیز باعث تداوم یا توقف آن شود، روشن شده و نحوه شکل‌گیری آن توضیح داده

می‌شود. در مرحله کدگذاری انتخابی نیز ارتباط میان معیارهای الگوی برنامه درسی آموزش کارآفرینی در قالب تحلیل روایت تحقیق تعیین شد. بر این اساس طراحی برنامه درسی آموزش کارآفرینی به عنوان مقوله محوری بر مبنای شرایط علی، سیاست‌ها و اهداف محیطی، ارتباط با بازار کار و از طریق راهبردهای مشارکت مربیان در تولید برنامه درسی، تعامل مستمر با مراکز علمی و با در نظر گرفتن ویژگی‌های پذیرندگان به‌عنوان زمینه الگو محقق و منجر به تحقق پیامدهای آموزشی، پرورشی و اقتصادی می‌گردد. پس الگوی برنامه درسی آموزش کارآفرینی برای دانش‌آموزان دوره اول متوسطه به شکل زیر است (نمودار ۲).



نمودار ۲. الگوی برنامه درسی آموزش کارآفرینی برای دانش‌آموزان دوره اول متوسطه

بحث و نتیجه‌گیری

آموزش کارآفرینی طرز برخورد با مسائل و مهارت‌های شخصی را شامل می‌شود که بکار بردن این مهارت‌ها و داشتن شخصیت کارآفرینانه تأثیر مثبت و پایداری بر اقتصاد و اجتماع دارد. دانش‌آموزان مدارس سخت می‌کوشند تا در امتحانات کنکور و ورود به دانشگاه موفق شوند، اما متأسفانه اکثر آنها آمادگی برای فعالیت در بازار و کسب و کار و قابلیت‌های علمی و عملی

لازم را ندارند. برنامه‌ریزی درسی برای سازماندهی دقیق فعالیت‌ها و تجربیات یادگیری به منظور ایجاد تغییرات مطلوب در فراگیران نیاز به شناخت و آگاهی از مکاتب فلسفی و بررسی دیدگاه‌های تربیتی آنها درباره اهداف، روش‌های تدریس، رئوس محتوی و سازماندهی آن و روش‌های ارزشیابی دارد. مبانی جامعه‌شناسی برنامه‌ریزی درسی شامل توجه به جنبه‌های فرهنگی در مدرسه، برطرف نمودن نیازهای جامعه و دانش‌آموزان، تقویت عزت نفس و خلاقیت می‌باشد. مبانی روانشناختی برنامه‌ریزی درسی شامل مطالعه فراگیران، ویژگی‌ها، نیازها و علائق آنها، فرایند یادگیری و عوامل مؤثر در آن است. یافته‌های تحقیق در زمینه مبانی روانشناختی و جامعه‌شناختی و فلسفی برنامه درسی آموزش کارآفرینی در دوره اول متوسطه با نتایج پژوهش‌های کاسن و همکاران (۲۰۱۵)، الین (۲۰۱۳) و والتر و دوهسی (۲۰۱۲) همسو بود. الگوی مطلوب برنامه درسی آموزش کارآفرینی از نظر هدف شامل مطابقت اهداف برنامه درسی آموزش کارآفرینی در جهت رفع مشکلات آموزش و تربیت کارآفرین، آگاهی دانش‌آموزان و مربیان با تحولات نظام کارآفرینی، موفقیت برنامه درسی در رشد همه‌جانبه و آمادگی دانش‌آموزان، مطابقت برنامه درسی با هدف ارتقای حس راهبردی دانش‌آموزان در حوزه کارآفرینی، توجه به علائق دانش‌آموزان بر انتخاب اهداف برنامه درسی کارآفرینی و تغییر سرفصل دروس با توجه به تحولات علمی و نیازهای تعلیم و تربیت کارآفرینی می‌باشد.

یافته‌های تحقیق در زمینه الگوی مطلوب برنامه درسی کارآفرینی از نظر هدف با نتایج پژوهش‌های والتر و دوهسی (۲۰۱۲) و مرتضی‌نژاد و همکاران (۱۳۹۶) همسو بود. لازمه آموزش کارآفرینی توجه به واحدهای مهارت‌ساز در مذاکره، رهبری، توسعه محصول جدید، تفکر خلاق و رویکرد باز به نوآوری‌های فناوری را شامل می‌شود. همچنین یافته‌های تحقیق در زمینه الگوی مطلوب برنامه درسی کارآفرینی از نظر محتوی و سازماندهی با نتایج پژوهش‌های کاسن و همکاران (۲۰۱۵)، جونز و ماتلی (۲۰۱۱) و روشن، سفی، عبدالهی، نوکانی و بنی‌جمالی (۱۳۹۴) همسو بود. محتوی عبارت است از مطابقت محتوی برنامه درسی با استانداردهای صلاحیت حرفه‌ای، رعایت انتخاب محتوی، تولید محتوی الکترونیکی به روز، ارتباط محتوی با علائق دانش‌آموزان و رضایت دانش‌آموزان از محتوی برنامه درسی آموزش کارآفرینی. بنابراین تربیت کارآفرین نه تنها نیازمند دانش، بلکه نیازمند شیوه‌های نوین تفکر، مهارت‌های جدید و مدل‌های جدید رفتاری می‌باشد.

یافته‌های تحقیق در زمینه الگوی مطلوب برنامه درسی کارآفرینی از نظر روش تدریس با نتایج پژوهش‌های الین (۲۰۱۳)، جونز و ماتلی (۲۰۱۱)، مرتضی‌نژاد و همکاران (۱۳۹۶)، روشن و همکاران (۱۳۹۴) و پارسامنش و همکاران (۱۳۹۲) همسو بود. روش تدریس عبارت است از انطباق روش‌های تدریس جدید با اهداف برنامه درسی آموزش کارآفرینی، مشارکت فعال دانش‌آموزان، آمادگی دانش‌آموزان جهت یادگیری و تحصیل علوم کارآفرینی، کیفیت بازخوردهای ارائه شده به دانش‌آموزان، فرصت اندیشیدن و پرورش ابعاد عاطفی و شناختی دانش‌آموزان. ارائه مجموعه‌ای از مواد آموزشی تدوین شده شامل دانش‌ها، مهارت‌ها و نگرش‌های کارآفرینانه به افراد است تا با وجود ریسک فرصت‌هایی را که دیگران نادیده گرفتند، شناسایی کنند و با بینش و اعتماد به نفس در جاهایی که دیگران تعلل کردند، فوراً دست به کار شوند و کسب و کار خود را راه‌اندازی کنند.

یافته‌های تحقیق در زمینه الگوی مطلوب برنامه درسی کارآفرینی از نظر ارزشیابی با نتایج پژوهش‌های جونز و ماتلی (۲۰۱۱)، مرتضی‌نژاد و همکاران (۱۳۹۶) و علی‌میری (۱۳۸۷) همسو بود. الگوهای ارزشیابی عبارتند از استفاده از پوشه کار و چک‌لیست برای ارزشیابی فعالیت‌های دانش‌آموزان در حوزه آموزش کارآفرینی، مشاهده مستقیم رفتار دانش‌آموزان در موقعیت‌های مختلف جهت ارزشیابی آنان، سنجش مهارت‌های دانش‌آموزان بر اساس روش‌های خودسنجی و انجام پروژه‌های فردی و گروهی. معیارهای آموزش کارآفرینی شامل ارزیابی دانش‌ها، مهارت‌ها و ابزارها، سطح علاقه، آگاهی، درجه مشارکت در کلاس و انگیزه است که چالشی را برای مطالعات آینده می‌باشد.

نتایج حاصل از بررسی مدل نشان داد که بر اساس الگوی طراحی شده طراحی برنامه درسی آموزش کارآفرینی به‌عنوان مبنا و ستون اصلی تحقیق الگوی برنامه درسی آموزش کارآفرینی برای دانش‌آموزان دوره اول متوسطه در نظر گرفته شده است. از میان مقوله‌های موجود دو مقوله سیاست‌ها و اهداف محیطی و ارتباط با بازار کار به‌عنوان علی‌تلقی می‌شوند که نقش فعالی در الگوی برنامه درسی آموزش کارآفرینی داشته و تا این عوامل مهیا نشوند، برنامه درسی آموزش کارآفرینی محقق نمی‌شود. همچنین مشارکت مربیان در تولید برنامه درسی آموزش کارآفرینی و تعامل مستمر با مراکز علمی به‌عنوان دو راهبرد در نظر گرفته شد. عوامل که در تحقیق حاضر در الگوی برنامه درسی آموزش کارآفرینی نقش عوامل تسهیل‌گر را ایفا می‌کنند

شامل حمایت مدیران مدارس، ساختار مراکز آموزشی، انگیزش، نگرش و ارزش‌های پذیرندگان هستند و توسعه تخصصی به‌عنوان بستر در نظر گرفته شد. الگوی برنامه درسی آموزش کارآفرینی برای دانش‌آموزان دوره اول متوسطه تهیه شد و تلاش می‌شود با نگاهی تخصصی و تفصیلی خلأ موجود در الگوهای عملکردی که ناتوانی در نگاه تخصصی و خرد به حوزه برنامه درسی آموزش کارآفرینی برای دانش‌آموزان دارند را رفع نماید و همچنین آن را بومی و مبتنی بر رویکرد میان‌رشته‌ای تدوین کند.

بر اساس یافته‌های تحقیق پیشنهاد می‌شود که برنامه‌ریزان درسی اهداف و چشم‌اندازهای آموزش کارآفرینی را مشخص، بودجه کافی به فعالیت‌های علمی کارآفرینی اختصاص، توان علمی مربیان را با آموزش‌های مستمر حین خدمت و نشست‌ها و کنفرانس‌های آموزشی در حوزه برنامه درسی آموزش کارآفرینی ارتقا، پیامدهای مثبت آموزش کارآفرینی را برای مدیران تبیین، برنامه‌های آموزش کارآفرینی بر اساس نیازها آموزشی افراد و اهداف برای مدرسان، مدیران، دست‌اندرکاران و فراگیران واضح و شفاف و قدرت تحلیل، شناخت خود، شناخت فرصت‌ها و ریسک‌پذیری افراد رشد و پرورش یابد. همچنین پیشنهاد می‌شود که این پژوهش با دامنه گسترده‌تری به منظور مطالعه تأثیر متغیرهای دیگر بر برنامه درسی آموزش کارآفرینی انجام شود. عوامل مؤثر بر برنامه درسی آموزش کارآفرینی بر اساس مدل تصمیم‌گیری چندمعیاری شناسایی و اولویت‌بندی شوند. علاوه بر آن اجرای این تحقیق در دوره ابتدایی و دوره دوم متوسطه صورت پذیرد تا یک برنامه آموزشی منسجم با قابلیت اجرایی بالا برای آموزش کارآفرینی در مدارس تهیه و اجرا شود.

منابع

- احمدپور داریانی، محمود. (۱۳۹۳). **کارآفرینی، تعاریف، الگوها و نظریات**. چاپ اول، تهران: انتشارات ساکو.
- استراوس، آنسلم و کوربین، جولیت. (۱۳۹۰). **اصول روش تحقیق کیفی: نظریه مبنایی، رویه‌ها و شیوه‌ها** (ترجمه بیوک محمدی). چاپ سوم، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- ایمانی، محمدنقی. (۱۳۸۸). آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها: (چهارچوبی برای برنامه‌ریزی، اجرا و ارزیابی برنامه‌های کارآفرینی). **فصلنامه تحقیقات مدیریت آموزشی**، (۱۱)، ۵۰-۲۷.
- بهرام‌زاده، محمدمهدی؛ باورصاد، بلقیس و جعفرپور، محمود. (۱۳۸۹). ارزیابی نقش جو سازمانی در روحیه کارآفرینی دانش‌آموزان مقطع متوسطه شهر اهواز. **علوم تربیتی (مجله علوم تربیتی و روانشناسی)**، (۱)۶، ۱۵۱-۱۸۰.

پارسامنش، فریبا؛ صبحی قراملکی، ناصر و برماس، حامد. (۱۳۹۲). اثربخشی آموزش کارآفرینی بر رشد صفات شخصیتی مربوط به کارآفرینی هنرجویان شاخه کارودانش. **فصلنامه روان‌شناسی تحلیلی شناختی**، ۱۶(۴)، ۹۹-۹۱.

خدابنده، سعید؛ پورصادق، ناصر و عسگری، ناصر. (۱۳۹۷). طراحی الگوی سکوت سازمانی مبتنی بر رویکرد نظریه‌پردازی داده بنیاد. **فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی**، ۱۲(۱)، ۶۹-۵۵.

ذبیحی، محمدرضا و مقدسی، علیرضا. (۱۳۸۵). **کارآفرینی: از تئوری تا عمل**. چاپ اول، مشهد: نشر جهان فردا (نما).

روشن، محمدرحیم؛ سیفی، الهام؛ عبدالهی، بیژن؛ نوکانی، ژیلا و بنی‌جمالی، زهرا. (۱۳۹۴). بررسی رابطه بین آموزش کارآفرینانه معلم (اهداف، محتوا، ضرورت، شیوه و محیط آموزشی) با روحیه کارآفرینانه دانش‌آموزان متوسطه شهر تهران. **مجله اندیشه‌های نوین تربیتی**، ۱۱(۱)، ۱۷۹-۱۵۲.

سعیدی کیا، مهدی. (۱۳۸۸). **راهنمای تدریس کارآفرینی**. چاپ اول، تهران: انتشارات کیا. علی‌میری، مصطفی. (۱۳۸۷). آموزش کارآفرینی: پیدایش، توسعه، گرایش‌ها و چالش‌ها. **مجله توسعه کارآفرینی**، ۱(۱)، ۱۶۹-۱۳۳.

شریف‌زاده، ابوالقاسم و عبدالله‌زاده، غلامحسین. (۱۳۹۲). تحلیل سلسله مراتبی گزیدارهای آموزش کارآفرینی در آموزش عالی کشاورزی. **تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی**، ۴۴(۱)، ۱۰۷-۹۵.

فتاحی، حمیدرضا و طبایخان، ندا. (۱۳۹۵). بررسی نقش سیاست‌های دولت در بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه. **فصلنامه سیاست‌های مالی و اقتصادی**، ۴(۱۶)، ۱۷۳-۱۵۱.

فیض، داوود؛ احمدپور داریانی، محمود و دهقانی سلطانی، مهدی. (۱۳۹۶). **مدرسان کارآفرینی: ویژگی‌ها، مهارت‌ها و شیوه‌های آموزشی**. چاپ اول، سمنان: انتشارات دانشگاه سمنان.

مذبوحی، سعید؛ شرفی، محمد و مقدم، مینا. (۱۳۹۰). برنامه درسی آموزش کارآفرینی: هدف، محتوا، روش تدریس و شیوه ارزشیابی. **فصلنامه ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی**، ۱(۳)، ۱۳۰-۹۷.

مرتضی‌نژاد، نیلوفر؛ عطاران، محمد؛ حسینی‌خواه، علی و عباسی، عفت. (۱۳۹۶). تبیین عناصر برنامه درسی کارآفرینی در دوره آموزش عمومی (سنترپژوهی). **دوفصلنامه نظریه و عمل در برنامه درسی**، ۵(۹)، ۱۴۲-۱۰۵.

مندعلی‌زاده، زینب؛ هنری، حبیب و شهلائی، جواد. (۱۳۹۱). تعیین موقعیت استراتژیک و وضعیت موجود و مطلوب کارآفرینی در ورزش کشور. **دوفصلنامه پژوهش در مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی**، ۲(۳)، ۱۵۴-۱۴۱.

هومن، حیدرعلی. (۱۳۸۸). **راهنمای عملی پژوهش کیفی**. تهران: انتشارات سمت.

- Bennett, R. (2006). Business lecturers' perceptions of the nature of entrepreneurship. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, 12(3), 165-188.
- Crecente-Romero, F., Gimenez-Baldazo, M., & Rivera-Galicia, L. F. (2016). Subjective perception of entrepreneurship: Differences among countries. **Journal of Business Research**, 69(11), 5158-5162.
- Creswell, J. W. (2007). **Qualitative inquiry and research design, choosing among five approaches**. 2nd Edition. California: Sage Publication.
- Drakopoulou, D. S., & Hynes, B. (2012). The impact of regional educational contexts upon enterprise education. **Entrepreneurship & Regional Development**, 24(9-10), 733-740.
- Frank, A. I. (2007). Entrepreneurship and enterprise skills, a missing element of planning education. **Practice & Research**, 22(4), 635-648.
- Garnett, J. (2013). Enterprise pedagogy in music: an exploration of multiple pedagogies. **Journal Music Education Research**, 15(1), 1-18.
- Ghulam, N., & Holden, R. (2008). Graduate entrepreneurship: intentions, education and training. **Journal Education and Training**, 50(7), 541-555.
- Jones, C., & Matlay, H. (2011). Understanding the heterogeneity of entrepreneurship education: going beyond Gartner. **Education and Training**, 53(8/9), 692-703.
- Kassean, H., Vanevenhoven, J., Liguori, E., & Winkel, D. E. (2015). Entrepreneurship education: a need for reflection, real-world experience and action. **Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, 21(5), 690-708.
- Landstrom, H., & Harirchi, G. (2018). The social structure of entrepreneurship as a scientific field. **Research Policy**, 47(3), 650-662.
- Lee, L., & Wong, P. K. (2005). **Entrepreneurship education: A compendium of issues**. NUS Entrepreneurship Centre National University of Singapore, Working Paper.
- Luczkiw, E. (2008). Entrepreneurship education in an age of chaos, complexity and disruptive change. **Local Economic and Employment Development (OECD)**, 65-93.
- Mueller, S. L., & Thomas, A. S. (2001). Culture and entrepreneurial potential: A nine country study of locus of control and innovativeness. **Journal of Business Venturing**, 16(1), 51-75.
- Powell, W., & Sandholtz, K. (2012). Amphibious entrepreneurs and the emergence of organizational forms. **Journal of Strategic Entrepreneurship**, 6(2), 94-115.
- Shepherd, D. A. (2004). Educating entrepreneurship students about emotion and learning from failure. **Academy of Management Learning and Education**, 3(3), 274-287.
- Walter, S. G., & Dohse, D. (2012). Knowledge context and entrepreneurial intentions among students. **Small Business Economics**, 39(4), 877-895.