

مطالعه کیفی شرایط، زمینه‌ها و پیامدهای کارآفرینی در صنایع دستی شهر اصفهان برای دانش‌آموزان: (ارائه یک نظریه مبنایی)

■ مهرداد کاظمی* ■ علی شائمی برزکی** ■ منصور حسامی***

چکیده:

هدف پژوهش حاضر مطالعه کیفی کارآفرینی در صنایع دستی برای دانش‌آموزان دوره ابتدایی شهر اصفهان است. روش پژوهش حاضر، کیفی-نظریه مبنایی و از نظر هدف نیز پژوهشی کاربردی است. مشارکت‌کنندگان در پژوهش شامل معلمان، مربیان و مدیران بودند که حداقل معیار لازم درگیری با فعالیت‌های صنایع دستی را داشتند. برای جمع‌آوری داده‌ها از مصاحبه‌های عمیق نیمه ساختاریافته تا حصول اشباع نظری، یعنی ۱۹ مصاحبه، استفاده شد. نمونه‌گیری به روش نظری انجام شد و برای اعتبار داده‌ها از راهبرد بازبینی و خوانش مجدد و دیدگاه استادان استفاده شد. فرایند پیاده‌سازی و تحلیل متون مصاحبه‌ها به شناسایی ۳۴ مفهوم و ۱۲ مضمون محوری (دانش پایه صنایع دستی، مصداق‌های صنایع محور، خلاقیت کارآفرینانه، مروجان آموزشگاهی، مبنایی و اداری، جو فرهنگی، اجتماعی، تمایلات روان‌شناختی، ترسیم نقشه شناختی آینده، پیامدهای اولیه و ثانویه) منجر شد. سرانجام ایده مرکزی پژوهش «کارآفرینی در صنایع دستی به مثابه دانش، تمایل و ارزش» شکل گرفت که نسبت به مقولات محوری از سطح انتزاع و جامعیت بالاتری برخوردار است. در انتها نیز مضمون‌های محوری شناسایی شده در قالب مدل پارادایمی اشتراوس و کوربین در بخش‌های مختلف آن ترسیم شدند. با توجه به نتایج مصاحبه با خبرگان می‌توان گفت، آشنایی دانش‌آموزان از دوره ابتدایی با کارآفرینی در صنایع دستی ضرورت دارد و زمینه شکل‌گیری و رغبت آن‌ها را فراهم می‌کند.

کلید واژه‌ها: کارآفرینی، صنایع دستی، طراحی مدل، نظریه مبنایی، دانش‌آموزان

تاریخ دریافت مقاله: ۹۹/۱/۹

تاریخ شروع بررسی: ۹۹/۲/۲۰

تاریخ پذیرش مقاله: ۹۹/۴/۲۸

* دانشجوی دکتری کارآفرینی، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه هنر اصفهان..... mehرداد.kaz.1398@gmail.com
** دانشیار گروه مدیریت، دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه اصفهان (نویسنده مسئول)..... alishaemi@yahoo.com
*** دانشیار دانشکده هنر، دانشگاه الزهراء تهران، ایران..... mansourhessami@gmail.com

■ مقدمه و طرح مسئله

امروزه در جریان فکری، تعلیمی و آموزشی ملل جهان تغییرات فراوانی شکل گرفته است. در آموزش‌های کنونی، تأکید بر پرورش مهارت‌های گوناگون در دانش‌آموزان و آماده‌سازی آنان برای زندگی اجتماعی، یکی از بنیادی‌ترین جریان‌های فکری است؛ مهارت‌هایی نظیر تفکر انتقادی^۱، ایفای نقش، ریسک‌پذیری، خلاقیت و ایده‌پردازی، و آموزش کسب و کار از جمله آن‌هاست. البته همه این موارد را می‌توان در ایده «کارآفرینی»^۲ خلاصه کرد. کمیسیون اروپا کارآفرینی را فرایندی تعریف کرده است که فرد توانایی پیدا کردن ایده کسب و کاری را داشته باشد و بتواند آن را در عمل به کار ببندد. کارآفرینی به معنای تبدیل ایده‌ها، مهارت‌ها و دانش آموخته شده در موقعیت‌های جدید و به‌کارگیری آن‌هاست (گوستنفسوم و رمیس^۳، ۲۰۱۲). در واقع، کارآفرینی به‌عنوان برنامه‌ای میان‌رشته‌ای^۴، بر مجموعه مهارت‌ها، دانش‌ها و نگرش‌های دانش‌آموزان به واقعیت‌های بازار و درک آن تأکید دارد (والیدایینی و ویرنارنو^۵، ۲۰۱۷).

اگرچه میزان توجهات به کارآفرینی ابتدا از سطوح بالا و در دوره‌های دانشگاهی بود، اما با گذشت زمان به دوره‌های پایین‌تر رسید و حتی امروز بحث کارآفرینی در پیش ابتدایی نیز مطرح است. در دوره ابتدایی انتظار می‌رود دانش‌آموزان به کارآفرینی نگرش مثبت پیدا کنند (حوزه نگرش)، به فهمی از اهمیت و نقش تبلیغات در بازار دست یابند (حوزه دانش) و بتوانند نیروی تعامل در گروه و ایفای نقش را به دست آورند (حوزه مهارت) (بارتولوویک و نواسل^۶، ۲۰۱۴). آموزش کارآفرینی در اوایل زندگی تحصیلی دانش‌آموز می‌تواند به‌خوبی مهارت‌ها را در وی پرورش و شکل دهد (واتر و بلک^۷، ۲۰۱۵). کشورهای اروپایی در خط‌مشی خود درباره آموزش کارآفرینی، «آشننازی» را به‌عنوان هدف اصلی، «کسب نگرش مثبت به کارآفرینی» را به‌عنوان انتظار از کارآفرینی و «پیشرفت در آموزش» را به‌عنوان توصیه‌های اجرایی و عملیاتی خود برای دوره ابتدایی ترسیم کرده‌اند (ایخوف^۸، ۲۰۰۸). برای نمونه، فنلاند کارآفرینی را «طرز تفکر»^۹ ارزشمند برای هر شهروند تعریف کرده است (کورهانن، کوملاینین و راتی^{۱۰}، ۲۰۱۲).

لوکزامبرگ هدف از کارآفرینی در دوره ابتدایی را (که حالتی اجباری برای همه مدرسه‌ها دارد، افزایش و تحریک آگاهی دانش‌آموز در مواجهه با کسب و کار در قالب یک برنامه می‌داند. یک نمونه زیبا در برنامه مدرسه‌های لوکزامبرگ مبین آن است. این برنامه جذاب که بر سرگرمی و بازی متکی است، در واقع طرح چالش و سپس مواجهه دانش‌آموز با این موقعیت است. در این برنامه، روایت کودکی به تصویر کشیده می‌شود که برای خرید دوچرخه نیاز به پول دارد و تصمیم می‌گیرد این پول را از طریق اجرای ایده کسب و کار فراهم کند (تولدانو و آریانی^{۱۱}، ۲۰۰۸). بنابراین، زمینه شکل‌دهی کارآفرینی در مدرسه‌ها نهفته است (درایکوت و رائه^{۱۲}، ۲۰۱۱). مدرسه‌ها در کانون آموزش کارآفرینی قرار دارند. این موضوع روز به روز توجه رهبران توسعه و دست‌اندرکاران نظام‌های آموزشی را به خود جلب کرده است.

مطالعات زیادی بر این صحنه می‌گذارند که آموزش و آشنایی دانش‌آموز با کارآفرینی در مراحل تحصیلی پایین‌تر، در تمایلات وی تأثیر مثبت بر جای می‌گذارد (والری و مویلر^{۱۳}، ۲۰۰۶). از دیدگاه «دیده‌بان جهانی کارآفرینی^{۱۴}»، دوران کودکی دوره ایده‌آلی برای شکل‌دهی نگرش‌های عمیق کارآفرینی است (هالوایت، بوسما و کریجنز^{۱۵}، ۲۰۱۵). در کل، تجربه‌های کشورهای متعدد نشان داده است که آموزش کارآفرینی در دوران ابتدایی می‌تواند به رشد شخصیت کارآفرینانه فرد بینجامد (اکیکه، اُونکو و اُبور^{۱۶}، ۲۰۱۶).

در کشور ما نیز به مقوله کارآفرینی پرداخته شده است، اما در این سال‌ها عموماً توجه به کارآفرینی به سطح دانشگاه معطوف بوده و در دوره‌های پایین‌تر کمتر شاهد آن بوده‌ایم. کارآفرینی در صنایع دستی واقعیتی است که می‌تواند به بهبود صنایع دستی بینجامد. ارتقای صنایع دستی نیازمند نگرش‌های کسب و کارانه و بازار محورتر است. تحقیقات صورت گرفته مؤید این هستند که چنانچه صنایع دستی از کیفیت بالایی برخوردار باشند، گردشگران خارجی به میزان زیادی آن‌ها را خریداری می‌کنند (نصر اصفهانی، طغریایی و امیرخانی، ۱۳۹۳). بنابراین، توجه به ایده کارآفرینی در صنایع دستی اجتناب‌ناپذیر است. طبق آمار صورت گرفته، ایران از نظر تنوع صنایع دستی رتبه نخست و از نظر میزان صادرات جایگاه سی‌ام را در جهان دارد (مشاور معاون صنایع دستی کشور، ۱۳۹۵). استان اصفهان به‌عنوان قطب فرهنگی (صنایع متعدد) و به خاطر داشتن سابقه دیرینه در بین حکومت‌های گذشته، در نهادینه کردن صنایع دستی در نسل جدید بسیار با اهمیت است. این استان با بیش از ۹۰۰۰ کارگاه انفرادی و گروهی و داشتن بیش از ۱۴۰۰۰ هنرمند و صنعتگر، از لحاظ جمعیت شغلی اولین استان کشور در حوزه صنایع دستی است (شفیعی، فرخیان و میرقدر، ۱۳۹۳). شهر اصفهان پتانسیل حرکت به سمت شهرهای خلاق صنایع دستی با رویکرد توسعه پایدار گردشگری را دارد و پیوستن آن به شبکه شهرهای خلاق یونسکو می‌تواند پیامدهای مثبتی نظیر ارائه یک تصویر منحصر به فرد از شهر و متمایز کردن آن به‌عنوان یک مقصد گردشگری خلاق و رونق توأمان بازار گردشگری و صنایع دستی داشته باشد (عظیمی‌نیا، ۱۳۹۶). از طرف دیگر، تحقیقات دیگری نشان می‌دهند، برخی از صنایع دستی اصفهان به خاطر بی‌توجهی رو به زوال هستند (قجاوند و همکاران، ۱۳۸۹).

علاوه بر موارد ذکر شده، نکته قابل توجه این است که اگرچه در دوره متوسطه تا حدی به کارآفرینی پرداخته شده است، اما پرداختن به کارآفرینی و صنایع دستی در دوره ابتدایی مورد غفلت قرار گرفته است و حداکثر در کتاب‌های درسی و آن هم در حد بسیار ضعیف، به آن پرداخته شده است (جعفری‌مقدم و سادات فخارزاده، ۱۳۹۰؛ بهمنی، آراستی و حسینی، ۱۳۹۶ و یوسفی و سعیدیان، ۱۳۹۷). این در حالی است که کشورهای زیادی نقطه شروع خود را در دوره ابتدایی قرار داده‌اند.

روی هم رفته، اهمیت انجام تحقیق حاضر را می‌توان بر مبنای الزامات و تجربه‌های کشورهای دنیا به شرح زیر دانست: غفلت از برنامه‌ها و الگوهای کارآفرینی در دوران مدرسه می‌تواند بعداً به بی‌میلی

و تمایل نداشتن دانش‌آموزان به کارآفرینی بینجامد. مکلارتی نشان داد، حدود ۹۰ درصد دانش‌آموزان دو سال بعد از پایان تحصیلات خود به سراغ همان کارآفرینی رجوع کردند که در مدرسه، خاصه دوران نخست تحصیل، برای خود ترسیم کرده بودند (مکلارتی^{۱۷}، ۲۰۰۵). لذا ضرورت پرداختن به کارآفرینی در صنایع دستی، حفظ میراث فرهنگی گذشته است و می‌تواند رونق اقتصادی را نیز در پی داشته باشد. با توجه به مطالب مطرح‌شده، هدف اصلی تحقیق حاضر طراحی الگوی کارآفرینی در صنایع دستی برای دانش‌آموزان دوره ابتدایی شهر اصفهان است. در این باره، سؤالات اساسی نیز عبارت‌اند از:

۱. شرایط علی مدل توسعه کارآفرینی در صنایع دستی برای دانش‌آموزان ابتدایی کدام‌اند؟
۲. شرایط زمینه‌ای مدل توسعه کارآفرینی در صنایع دستی برای دانش‌آموزان ابتدایی کدام‌اند؟
۳. شرایط مداخله‌گر مدل توسعه کارآفرینی در صنایع دستی برای دانش‌آموزان ابتدایی کدام‌اند؟
۴. راهبردهای مدل توسعه کارآفرینی در صنایع دستی برای دانش‌آموزان ابتدایی کدام‌اند؟
۵. پیامدهای مدل توسعه کارآفرینی در صنایع دستی برای دانش‌آموزان ابتدایی کدام‌اند؟

■ مبانی نظری و پیشینه پژوهش

کارآفرینی مفهوم جدیدی نیست و ریشه آن به اوایل دهه ۸۰ میلادی می‌رسد (کیرکلی^{۱۸}، ۲۰۱۷) و در شرایط فعلی، با توجه به نیاز همه ملل به توسعه جامع و پاسخگویی به نیازها، اهمیت آن دو چندان شده است. بسیاری از کشورها و ملل جهان بر این اعتقاد بودند که ایده کارآفرینی توانایی غلبه بر بسیاری از مشکلات رشد اقتصادی، ایجاد اشتغال، توسعه اجتماعی و افزایش رقابت‌پذیری بین‌المللی را دارد (ویترایول^{۱۹}، ۲۰۱۰). دولت‌ها امکان دستیابی به این مقصود را از راه آموزش دانش‌آموزان و نسل جوان در مدرسه‌ها می‌دیدند.

از جمله مباحث مهم نظری کارآفرینی آموزش و یادگیری است. رویکردهای گوناگون هر کدام از نقطه نظری به کارآفرینی پرداخته‌اند. رویکرد یادگیری^{۲۰} معتقد است، توانایی یادگیری برای توسعه قابلیت‌های کارآفرینی ضروری است. از طریق یادگیری موفق، مهارت‌ها، دانش و توانایی‌های لازم در مراحل توسعه کسب و کار محقق می‌شوند (وینگ‌یان-مان^{۲۱}، ۲۰۰۶). رویکرد تجربی^{۲۲} یادگیری را حاصل تغییر مستمر کار می‌داند و در واقع تجربه را رکن اصلی کارآفرینی تلقی می‌کند. رویکرد شناختی-عاطفی^{۲۳} یادگیری را فرایندی خود تقویتی تلقی می‌کند که از سطح اعتماد به نفس کارآفرین و فعالیت‌های قبلی‌اش متأثر است. بنابراین، تمرکز این رویکرد در نظر گرفتن یادگیری به‌عنوان یک کار ذهنی برای دستیابی و ساختن دانش است و شامل تلاش‌های گوناگونی برای تغییر شکل روند فرایند یادگیری کارآفرینی با تمرکز بر عوامل شناختی، نگرشی، عاطفی و شخصیتی مؤثر در یادگیری است (آتویا، کیباس و آتایا^{۲۴}، ۲۰۱۳).

جوزف شومپیتر^{۲۵} نیز از جمله صاحب‌نظرانی است که به مبحث کارآفرینی و نقش آن در توسعه جوامع پرداخته است. از دیدگاه وی، نوآوری و خلاقیت در تحولات توسعه جوامع نقش بسیاری دارند. فرد کارآفرین به فعالیت‌ها و کارکردهای نوآوری می‌پردازد. در عین حال، ممکن است سرمایه نداشته باشد. به طور واضح، مفهوم نوآوری در محور نظریه کارآفرینی شومپیتر قرار دارد (ایمانی لنگرودی، ۲۰۱۷). شومپیتر معتقد بود سه عامل مهم در تحریک انگیزه شخص کارآفرین دخیل هستند: ۱. میل به خود سروری؛ انسان مدرن از طریق موفقیت در صنعت یا تجارت می‌تواند حس قدرت و استقلال به دست آورد؛ ۲. میل به سود: کارآفرین می‌تواند آرزوی خود را برای جنگیدن و رقابت کردن، مانند پیروزی در ورزش، تحقق بخشد. در زندگی اقتصادی نیز «مسابقه مالی» وجود دارد، اما «بوکس مالی» نیز وجود دارد؛ ۳. حس خلق کردن چیزها یا نبوغ در ایجاد چیزهای جدید (سلیدزک^{۲۶}، ۲۰۱۳). در ادامه، برخی از پژوهش‌های مرتبط با موضوع آورده شده است:

اکبرپور و مهدویان (۱۳۹۴) دریافته‌اند، آموزش خوداتکایی، قدرت تصمیم‌گیری و سخت‌کوشی در سنین پایین، با پرورش کارآفرینی کودکان رابطه مستقیمی دارد. سبزه (۱۳۹۴) در پژوهشی نتیجه گرفت، در دوره دبستان سه مؤلفه نگرش، دانش و مهارت از عناصر اصلی کارآفرینی در کودکی هستند. کردستانی (۱۳۹۰) نتیجه گرفت، رفتارها و ویژگی‌های مدیران در ایجاد قابلیت‌های کارآفرینی در دانش‌آموزان تأثیرگذارند. حشمتی‌فر، لیاقتمدار و عابدی (۱۳۹۸) در پژوهشی نتیجه گرفتند، استقلال‌طلبی، ریسک‌پذیری و نوآوری از جمله عناصر مهم مؤثر بر کارآفرینی دانش‌آموزان هستند. حاج آقایی و خلخالی (۱۳۹۸) در پژوهشی نتیجه گرفتند، تعهد کاری مدیر، عوامل اجرایی، برنامه‌های مدرسه و فرهنگ شبکه‌ای در شکل‌دهی روحیه کارآفرینی دانش‌آموزان تأثیرگذارند.

صغرای، میرواحدی و هاشمی (۱۳۹۸) نتیجه گرفتند، عوامل متعددی در شکل‌گیری کارآفرینی تأثیر دارند؛ از جمله ایجاد محیط بازی‌گونه، جوسازی، توانمندسازی و خلق ارزش جدید. لی و وو^{۲۷} (۲۰۱۹) در پژوهشی نتیجه گرفتند، آموزش کارآفرینی بر اشتیاق کارآفرینی دانش‌آموزان تأثیر مثبت دارد و همکاری تیمی در قالب آن افزایش پیدا می‌کند. مصطفی^{۲۸} (۲۰۱۹) در پژوهشی نتیجه گرفت، نیاز به مهارت و توسعه کارآفرینی اصلی‌ترین نیاز دوره کارآفرینی است. اسفندیار، شریفی تهرانی، پرت و آلتانی^{۲۹} (۲۰۱۹) نتیجه گرفتند، مطلوبیت عامل اصلی و تعیین‌کننده میل به کارآفرینی است و بعد از آن خودکارآمدی، فرصت، نگرش و کارآیی جمعی اهمیت دارد. پراتنو، زئوبایدا، سودارتو و هارتاتی^{۳۰} (۲۰۱۸) نتیجه گرفتند، آموزش کارآفرینی در مدرسه به ایجاد نگرش و مهارت و ترویج کسب و کار در دانش‌آموزان کمک می‌کند.

مرور پژوهش‌های انجام شده حاکی از این است که بیشتر پژوهش‌ها از منظر رویکرد کمی و فرضیه‌آزمایی انجام گرفته‌اند و به جهان ذهنی افراد درگیر موضوع خیلی کم پرداخته شده است. در این تحقیق، برای پر کردن این خلأ پژوهشی، با رویکرد کیفی به موضوع پرداخته شده است.

■ روش‌شناسی

روش تحقیق حاضر کیفی و از نوع نظریه مبنایی است. مشارکت‌کنندگان در پژوهش شامل معلمان، مدیران و مربیانی بودند که در فعالیت‌های خود با صنایع دستی مأنوس بودند و مجری آموزش و انتقال دستاوردهای آموزشی و فرهنگی به دانش‌آموزان هستند. از میان آن‌ها، با روش نمونه‌گیری نظری، تعداد ۱۹ مصاحبه تا رسیدن به نقطه اشباع نظری انجام گرفت. اشباع نظری ناظر بر این مطلب است که اضافه‌کردن مصاحبه‌های دیگر، به افزودن کدهای مفهومی جدید منجر نمی‌شود (گیون^۳، ۲۰۱۶). برای اطمینان از اعتبار یافته‌ها، هم مفاهیم و نحوه کدگذاری‌ها بازبینی شدند و هم تمام مراحل کدگذاری در اختیار برخی مشارکت‌کنندگان پژوهش (سه نفر) و برخی استادان بیرون از پژوهش (شش استاد) در حوزه کارآفرینی، علوم اجتماعی و فعالان صنایع دستی، قرار گرفتند. حاصل پیشنهادها و نقدهای آن‌ها لحاظ شده‌اند.

■ نحوه اجرا و تحلیل داده‌ها

مصاحبه‌ها در فضایی صمیمانه و به‌طور عمده در دفتر مدرسه یا نمازخانه، با هماهنگی قبلی با مشارکت‌کنندگان، انجام شدند (جدول ۱). ابتدا هدف پژوهش برای مشارکت‌کنندگان تشریح شد و در راستای رعایت ملاحظات اخلاقی پژوهش، از آنان خواسته شد در صورتی که تمایل دارند متن مصاحبه‌های آن‌ها ضبط شود، موافقت خود را اعلام کنند. البته در بیشتر موارد تمایلی در آنان دیده نشد. با وجود این، مصاحبه‌کنندگان با دقت به اظهارات و تجربه‌های خبرگان موضوع گوش می‌دادند، نکات مهم و اساسی و دیگر جزئیات را در همان لحظه یادداشت می‌کردند و هر جا نکته مبهمی وجود داشت، با بیانی صمیمانه (مانند بخشید، می‌شه لطف کنید بیشتر توضیح بدید، ممنون می‌شم با مثال نظرتون رو بگید، اگر امکان داره استاد بیشتر توضیح بفرمایید) درخواست می‌شد. زمان مصاحبه به‌طور تقریبی بین ۴۰ تا ۵۰ دقیقه بود. بعد از انجام هر مصاحبه، متن‌ها تحلیل و بازبینی می‌شدند.

تحلیل داده‌ها در سه سطح کدگذاری باز، محوری و انتخابی انجام شدند. در کدگذاری باز، تمام کلمات یا جملات مورد توجه بودند. این مرحله با حذف کدهای مشابه از ۵۴ مفهوم به ۳۴ مفهوم ختم شد. در مرحله کدگذاری محوری، تمام کدهای پیشین در قالب ۱۲ مضمون محوری سازمان‌دهی شدند و مرحله پایانی، یعنی کدگذاری انتخابی، بر اساس مضمون محوری هسته اصلی پژوهش، یعنی «کارآفرینی در صنایع دستی به مثابه دانش، تمایل و ارزش» که جنبه انتزاعی تری دارد شکل گرفت. تمام مراحل فرایند کدگذاری سه‌گانه در جدول‌های ۲ تا ۵ ذکر شده و در قالب نمودار ۱، مدل پارادایمی اشتراوس و کوربین، ترسیم و تشریح شده‌اند.

جدول ۱. مشخصات مشارکت‌کنندگان در پژوهش (مدیران، معلمان و مربیان)

نام	سمت	سن	جنس	فعالیت مرتبط
اطلاعرسان ۱	آموزگار هنر	۴۰	مرد	دو سال فعالیت هنرهای دستی
اطلاعرسان ۲	آموزگار	۳۸	مرد	مرکز فروش صنایع دستی
اطلاعرسان ۳	آموزگار	۳۹	زن	عضو کانون صنایع دستی
اطلاعرسان ۴	مدیر	۴۴	مرد	فروش صنایع دستی
اطلاعرسان ۵	مدیر	۴۱	مرد	بازاریاب صنایع دستی
اطلاعرسان ۶	آموزگار هنر	۳۸	زن	سابقه تدریس صنایع دستی
اطلاعرسان ۷	آموزگار هنر	۴۰	زن	تألیف کتاب کارآفرین
اطلاعرسان ۸	آموزگار	۳۷	مرد	سابقه بازاریابی صنایع دستی
اطلاعرسان ۹	مربی	۴۷	مرد	۱۰ سال فعالیت صنایع دستی
اطلاعرسان ۱۰	مربی	۳۹	زن	عضو کانون صنایع دستی
اطلاعرسان ۱۱	معاون	۵۰	مرد	مدرس کارآفرینی
اطلاعرسان ۱۲	آموزگار هنر	۴۴	زن	مربی هنرهای تجسمی
اطلاعرسان ۱۳	مربی	۴۳	مرد	مربی هنر
اطلاعرسان ۱۴	آموزگار	۳۵	مرد	فعال در حوزه صنایع دستی
اطلاعرسان ۱۵	آموزگار	۳۶	زن	کارآفرین برگزیده
اطلاعرسان ۱۶	مدیر	۴۲	مرد	مرکز فروش صنایع دستی
اطلاعرسان ۱۷	معاون	۴۲	مرد	چاپ مقاله در علاقه‌مندی به صنایع دستی برای کودکان
اطلاعرسان ۱۸	مدیر	۳۹	زن	کارآفرین برگزیده
اطلاعرسان ۱۹	آموزگار	۴۶	مرد	تألیف در حوزه کارآفرینی

یافته‌های پژوهش

● شرایط علی، زمینه‌ای و مداخله‌گر

شرایط علی شرایطی هستند که زمینه ایجاد پدیده را فراهم می‌کنند. به عبارت دیگر، شرایط علی عامل مستقیم در شکل‌گرفتن هر موضوع و پدیده است. بر اساس نظر خبرگان در جدول ۲، شرایط علی در ایجاد کارآفرینی در صنایع دستی در سه محور اصلی «دانش پایه صنایع محور»، «مصادقات صنایع محور» و «خلاقیات کارآفرینانه» هستند. برخی از اظهارات مهم خبرگان در ذیل مضمون‌های اصلی عبارت بودند از:

- به نظرم باید در این دوره دانش اولیه مرتبط با کارآفرینی در صنایع دستی را ایجاد کنیم. مثلاً کارآفرینی چی هست، برای چی باید کارآفرینی بدونیم و... در حدی که دانش‌آموز این دوره بفهمه (اطلاع‌رسان. م. ۴۴ ساله).

- توی ابتدایی باید تمام درس‌ها با کارآفرینی مرتبط باشه؛ مثل بازی‌ها، آموزش‌ها، نقاشی‌ها، تخیل، ایجاد چالش و ارائه راه‌حل. این مفاهیم و رفتارها باید در صدر آموزش باشند (اطلاع‌رسان. ز. ۳۸ ساله).

- می‌شه به شکل ساده، با بردن دانش‌آموزان به مراکز کارآفرینی، آن‌ها را با انواع مشاغل این حوزه آشنا کنیم و به آن‌ها بشناسانیم که کارآفرینی را در همه مشاغل می‌توان به کار برد (اطلاع‌رسان. ز. ۳۹ ساله)

- باید مسئله‌سازی کنیم. یعنی ذهن بچه‌ها را به سمت راه‌حل‌ها ببریم؛ مثلاً بگویم بچه‌ها، اگر کوزه‌گران قیمتی داشته باشیم که شکسته باشد، چه راه‌هایی وجود دارند تا بتوانیم آن را تعمیر و درست کنیم (اطلاع‌رسان. م. ۵۰ ساله)؟

- الان که عصر فناوری است، باید فناوری را برای بچه‌ها با صنایع دستی ترکیب کنیم. ترکیب این دو می‌تواند بهترین تصویرها و شکل‌ها را خلق کند (اطلاع‌رسان. م. ۴۳ ساله).

جدول ۲. شرایط علی کارآفرینی در صنایع دستی در کودکان دوره ابتدایی

	مضمون‌های اصلی	مفاهیم
شرایط علی	دانش پایه صنایع دستی	- ترویج دانش صنایع دستی از پایین
		- بسترسازی دانش نگارگری
		- آشنایی با ساخت کاردستی‌های علمی
		- آشنایی با مشاغل کارآفرین محور دستی
	مصادق‌های صنایع محور	- بازگویی داستان‌های مرتبط با صنایع دستی
		- ترمیم محصول دستی شکسته
		- تجربه‌اندوزی کودکانه
	بروز خلاقیت کارآفرینانه	- مسابقات خلاقیت محور
		- حل مسئله
		- ساخت کالای دستی
		- تمرین با گل برای ساخت کوزه
		- رایانه‌ای کردن صنایع دستی

در مقوله شرایط زمینه‌ای نیز مضمون‌های محوری جو اجتماعی و فرهنگی شکل گرفت (جدول ۳). شرایط زمینه‌ای شرایطی کلی و مربوط به محیط کلان هستند. برخی از اظهارات مهم خبرگان عبارت بودند از:

- بچه‌های ابتدایی خیلی به سیستم‌های مجازی علاقه‌مندند. همین فرصت خوبی است که بازی‌هایی چنین درست کنیم که با طراحی صنایع دستی مرتبط باشند؛ مثلاً انیمیشن‌ها و برنامه‌های کودکانه (اطلاع‌رسان. م. ۳۷. ساله).

- معتقدم محتوای دوران ابتدایی باید طوری باشد که رؤیایپردازی در بچه‌ها شکل بگیرد؛ آن هم طوری که خلاقیت در آن باشد. مثلاً مسابقاتی بگذاریم که هرکس را که یک نقاشی ذهنی بسازد که محصولش بیشتر و جدیدتر باشد، تشویق و در واقع ایده‌سازی کنیم (اطلاع‌رسان. م. ۴۱. ساله).

- با شرایط دوره ابتدایی می‌توان بازی و نمایش زیادی داشت و در آن‌ها مباحث کارآفرینی و ساخت محصولات دستی را گنجانند (اطلاع‌رسان. م. ۴۴. ساله).

جدول ۳. شرایط زمینه‌های کارآفرینی در صنایع دستی در کودکان دوره ابتدایی

	مضمون‌های اصلی	مفاهیم
شرایط زمینه‌های	جو فرهنگی	- ساخت البسه فرهنگی در قالب بازی
		- برندسازی در قالب بازی و نمایش
	جو اجتماعی	- رقابت‌پذیری تیمی
		- تقویت حس سازندگی با ایفای نقش
		- تفکر انتقادی
		- رؤیابرداری

در ذیل شرایط مداخله‌گر، سه مضمون محوری «مروجان آموزشگاهی»، «مروجان میانی» و «مروجان اداری» شناسایی شدند (جدول ۴). شرایط مداخله‌گر می‌توانند به‌عنوان عامل یا تسهیلگر ظاهر شوند. چنانچه این عوامل بتوانند با ترویج نگرش مطلوب زمینه نگرش مثبت به صنایع دستی و خلاق محور را در دانش‌آموزان اشاعه دهند، می‌توان پیامدهای مثبت آن را شاهد بود و چنانچه این مروجان دید مثبت و مطلوبی به صنایع دستی نداشته باشند، پرورش و علاقه‌مند کردن این میراث در دانش‌آموزان سرکوب خواهد شد. مصاحبه‌شوندگان معتقد بودند، نگاه کارآفرینانه معلمان تأثیر بسزایی در نگرش دانش‌آموزان دارد. برای نمونه:

- یک مدیر معتقد بود، بنده چون در خانواده‌ای قرار دارم که صنایع دستی «برند» شهرت ماست، خودم در مدرسه تلاش می‌کنم هم دانش‌آموزانی در حوزه صنایع دستی داشته باشیم و هم آن‌ها را علاقه‌مند کنم بعداً بتوانند وارد بازار کار این صنایع بشوند (اطلاع‌رسان، م. ۴۷ ساله).

- مصاحبه‌کننده دیگری معتقد بود، مدرسه می‌تواند از ظرفیت خانواده‌هایی که در حوزه صنایع دستی فعال هستند، با دعوت از آنان برای عرضه محصولاتشان در مدرسه، کمک بگیرد (اطلاع‌رسان، ز. ۳۹ ساله).

- دیگری معتقد بود، اصفهان این ظرفیت را دارد که به قطب مدرسه‌های صنایع دستی کشور تبدیل شود؛ منظورم ایجاد مراکز صنایع دستی تحت نظارت آموزش و پرورش است (اطلاع‌رسان، م. ۳۸ ساله).

جدول ۴. شرایط مداخله‌گر کارآفرینی در صنایع دستی در دوره ابتدایی

	مضمون‌های اصلی	مفاهیم	
شرایط مداخله‌گر	مروجان آموزشی	- نگرش کارآفرینانه مربی و معلم	
		- نگرش کارآفرینانه هم‌کلاسی‌ها	
		- برگزاری مسابقات با محور صنایع دستی	
	مروجان میانی	- نگرش کارآفرینانه خانواده	
		- عرضه محصولات خانوادگی در آموزشگاه	
		- نگرش کارآفرینانه بازدیدکنندگان	
	مروجان اداری	- نگرش کارآفرینانه عوامل میان‌سازمانی	
		- نگرش کارآفرینانه فرا سازمانی	
		- نگرش کارآفرینانه عوامل سازمانی	
		- مسابقات صنایع دستی استان‌ها	

● راهبردها

راهبردها اقداماتی مثبت و منفی هستند که در برابر شرایط به وجود می‌آیند. در پژوهش حاضر، از دیدگاه خبرگان دو مضمون اصلی که به نام راهبردها شناسایی شدند، عبارت‌اند از: «تمایلات روان‌شناختی» و «ترسیم نقشه‌شناختی آینده» (جدول ۵). تمایلات روان‌شناختی در واقع کنش و واکنش‌هایی هستند که نقش علاقه‌مندترکردن دانش‌آموزان به صنایع دستی و ادامه یادگیری را به دنبال دارند و ترسیم نقشه‌شناختی نیز افزایش تصور ذهنی دانش‌آموزان و استمرار آن در آینده است. مصاحبه‌شوندگان معتقد بودند:

- اگر بتوانیم به تدریج و نه با حالت شتابزدگی، دانش‌آموز را با دانش و زیبایی هنر صنایع دستی با رویکرد کارآفرینی آشنا کنیم، این دانش‌آموز علاقه‌مند می‌شود و خودش دنبالش را می‌گیرد (اطلاع‌رسان، م. ۳۵، ساله).

- به نظرم بچه‌ها درباره چیزهایی که دوست دارند نقشه می‌کشند و در ذهن خودشان آن را دنبال می‌کنند. اگر صنایع دستی در آن‌ها شکل گرفت، خودشان دوست دارند به سمتش آن‌ها بروند (اطلاع‌رسان، ز. ۳۸، ساله).

به طور خلاصه، راهبردهای شناسایی شده، واکنش‌هایی عاطفی-روانی و حرکتی هستند که می‌توانند نسبت به پدیده شکل بگیرند و تکمیل شوند.

جدول ۵. راهبردهای مؤثر در کارآفرینی در صنایع دستی در دوره ابتدایی

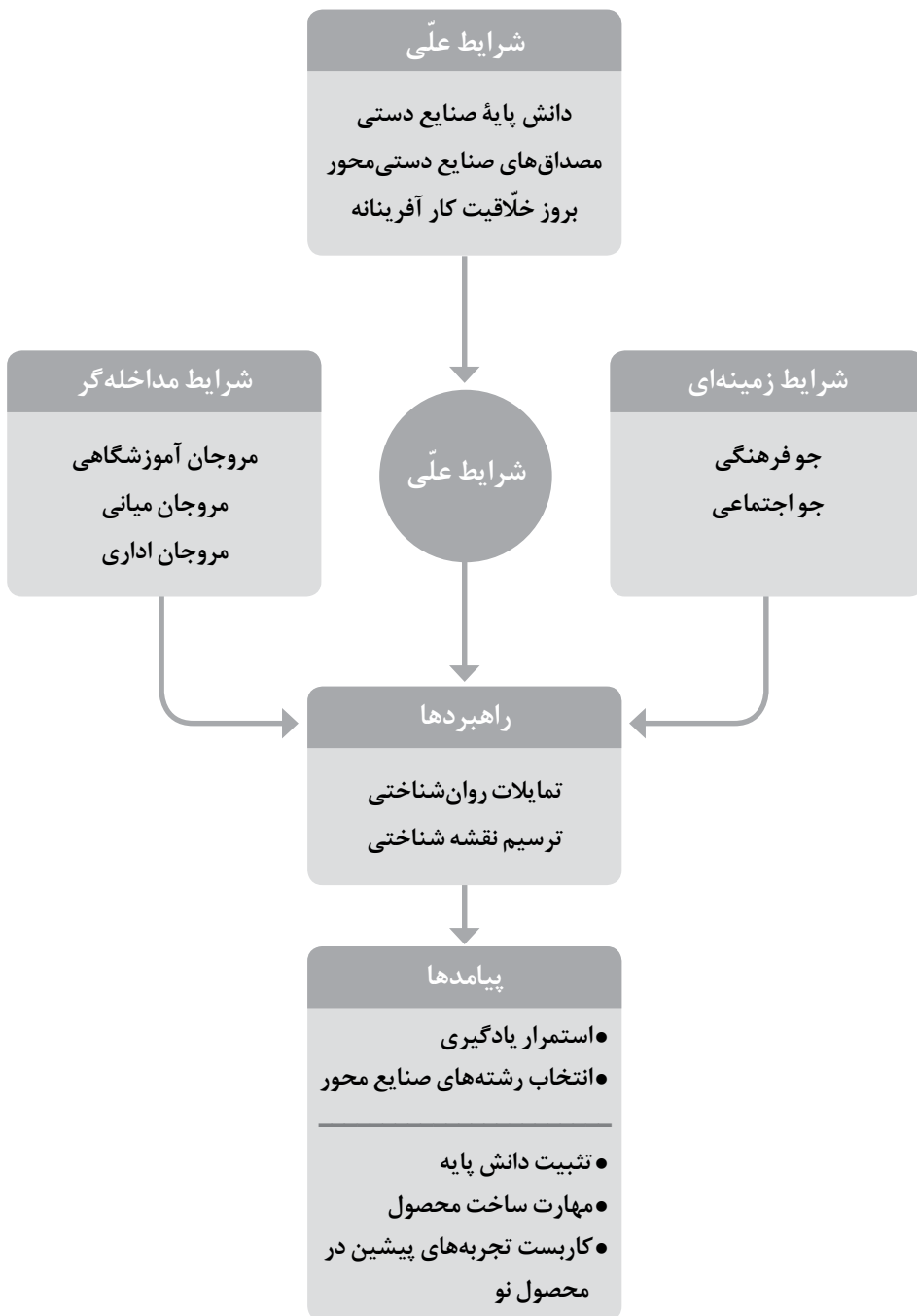
	مضمون‌های اصلی	مفاهیم
راهبردها	تمایلات روان‌شناختی	- میل به دانستن بیشتر
		- کنجکاوی در صنایع دستی
		- ابراز علاقه به صنایع دستی
		- میل به دیدن نمایشگاه‌های صنایع دستی
	ترسیم نقشه شناختی آینده	- تقویت هوش تصویری
		- تفکر راجع به آینده در محور صنایع دستی

● پیامدها

پیامدها حاصل راهبردها هستند. در ذیل پیامدها دو مضمون اساسی «پیامدهای اولیه و ثانویه» شکل گرفته‌اند (جدول ۶). مقوله پیامدهای اولیه می‌تواند این باشد که دانش‌آموزان بعد از پایان دوره تحصیلات متوسطه اول، به دوره تحصیلی کار دانش وارد شوند که بیشتر رشته‌های مرتبط صنایع دستی را دارد. به‌عنوان پیامدهای ثانویه نیز تثبیت دانش صنایع دستی، مهارت‌های ساخت صنایع دستی و به‌کارگیری تجربه‌های پیشین آموخته شده در ساخت محصولات را پیاده‌سازی کنند.

جدول ۶. پیامدهای کارآفرینی در صنایع دستی در کودکان دوره ابتدایی

	مضمون‌های اصلی	مفاهیم
پیامدها	پیامدهای اولیه	- استمرار یادگیری و دانستن
		- انتخاب رشته‌های صنایع محور در آینده
	پیامدهای ثانویه	- تثبیت دانش پایه
		- مهارت ساخت محصول
		- کاربست تجربه‌ها در محصول نو



شمودار ۱. مدل پارادایمی اشتراوس و کوربین: شرایط، راهبردها و پیامدها

■ بحث و نتیجه‌گیری ■

شهر اصفهان از قطب‌های اصلی صنایع دستی کشور است و توسعه این صنایع در ایده کارآفرینی و شکل‌گیری آن برای دانش‌آموزان به عنوان نسل آینده و حافظ این میراث نهفته است. از این رو، هدف اصلی پژوهش حاضر، طراحی مدل توسعه کارآفرینی در صنایع دستی برای دانش‌آموزان دوره ابتدایی شهر اصفهان بود. تجزیه و تحلیل مصاحبه‌ها با خبرگان به شکل‌گیری ۵۹ مفهوم اولیه منجر شد که با تعدیل و حذف مفاهیم همسان، در نهایت ۳۴ مفهوم اصلی باقی ماندند. این مفاهیم در قالب ۱۲ مضمون محوری (دانش پایه صنایع دستی، مصداق‌های صنایع محور، خلاقیت کارآفرینانه، مروجان آموزشی، میانی و اداری، جو فرهنگی، اجتماعی، تمایلات روان‌شناختی، ترسیم نقشه شناختی آینده، پیامدهای اولیه و ثانویه) سازمان‌دهی شدند. سرانجام ایده مرکزی پژوهش یعنی «کارآفرینی در صنایع دستی به مثابه دانش، تمایل و ارزش» شکل گرفت که نسبت به مقولات محوری از سطح انتزاع و جامعیت بالاتری برخوردار است. هسته پژوهش مؤید این است که در دوره ابتدایی، به‌طور عمده پرورش فردی که فوراً وارد کسب و کار شود منظور نیست، بلکه با ایده کارآفرینی باید بتوان زمینه رشد و افزایش دانش صنایع دستی را در وی ایجاد کرد تا در آینده به این مشاغل تمایل داشته باشد. عمده خبرگان بر این نظر بودند که ضرورت دارد در دوره ابتدایی، کارآفرینی در همان حد تمایل، دانش و فهم ارزش آن و با محوریت بازی و تجربه‌های بازی‌گونه شکل بگیرد، زیرا میل و رغبت نسبت به کارآفرینی در این دوره در دانش‌آموز نهادینه می‌شود و همین سرمایه می‌تواند بعداً در مراحل بعدی زندگی مورد استفاده قرار گیرد.

یافته‌های تحقیق حاضر را می‌توان با پژوهش‌های زیر همسو و سازگار دانست: نخست با پژوهش‌های اکبرپور و مهدویان (۱۳۹۴)، عسگری فرد و همکاران (۱۳۹۷)، سبزه (۱۳۹۴) و پراتوو همکاران (۲۰۱۸) که عمده نتایج آن‌ها بر بسترسازی دانش و علم کارآفرینی در صنایع گوناگون دستی و غیر دستی تأکید کرده‌اند. همچنین با پژوهش‌های بهمنی و همکاران (۱۳۹۵)، صغریایی و همکاران (۱۳۹۷)، لی و وو (۲۰۱۹) و مصطفی (۲۰۱۹) که عمده نتیجه پژوهش آن‌ها شکل‌گیری و علاقه‌مندی با تأکید بر جو بازی و

نمایش است و با پژوهش‌های کردستانی (۱۳۹۰) و حاج آقایی و خلخالی (۱۳۹۸) که به‌طور عمده بر نگرش عوامل اجرایی یعنی مدیر، معلم و دیگر کادر مدرسه تأکید داشته‌اند، همسو و سازگار است. دیگر یافته‌های پژوهش حاضر که در پژوهش‌های قبلی موجود نبودند و به نوعی یافته‌های جدیدتری تلقی می‌شوند، عبارت‌اند از: رایانه‌ای کردن صنایع دستی، اهمیت برند کالا و محصول در صنایع دستی و نقش مروجان میانی (خانواده و بازدیدکنندگان). در تبیین یافته‌ها می‌توان گفت، همان‌گونه که رویکرد یادگیری به کارآفرینی تصریح کرده است، علاقه‌مند کردن دانش‌آموزان در دوره ابتدایی بسیار مهم است. از طریق بسترسازی تدریجی، مهارت‌ها، دانش و توانایی‌های لازم در دانش‌آموز شکل می‌گیرد و می‌توان امیدوار بود این نوع علاقه‌مندی‌ها و نگرش‌های مثبت در مراحل بعدی زندگی نیز استمرار پیدا کنند. صاحب‌نظران اتفاق نظر دارند، در دوره ابتدایی هدف اصلی از کارآفرینی، ساخت فردی نیست که فوراً کارآفرین شود، بلکه پرورش مهارت‌ها، نگرش‌ها و علاقه‌مندی و سوق دادن دانش‌آموزان به کارآفرینی و به‌ویژه صنایع دستی است.

بر اساس رویکرد شناختی-عاطفی نیز کارآفرینی باید بر ابعاد شناختی، نگرشی، عاطفی و شخصیتی متمرکز باشد (أتایا و همکاران، ۲۰۱۳). لذا دوره ابتدایی بهترین زمان برای ایجاد نگرش مثبت در کودکان و علاقه‌مند کردن آن‌ها به صنایع دستی است. در واقع، این دوره بهترین زمان شکل دادن منش کارآفرینی به‌ویژه در زمینه صنایع دستی است.

شومپتر نیز میل به خود سروری، میل به سود و حس خلق کردن چیزها را از انگیزه‌های شخص کارآفرین دانسته است (سلیدزک، ۲۰۱۳). بر این اساس، حداقل می‌توان در دوره ابتدایی روی پرورش روحیه و حس خلق چیزهای جدید در قالب رؤیا پردازی و تصویرسازی سرمایه‌گذاری کرد. کودکان در دوره ابتدایی قوه انتزاعی بیشتری دارند و چیزها را در قالب تصویرها می‌بینند. یک نمونه زیبا در برنامه مدرسه‌های لوکزامبرگ مبین آن است. این برنامه جذاب که بر سرگرمی و بازی و رؤیاپردازی متکی است، در واقع طرح چالش و سپس مواجهه دانش‌آموز در این موقعیت است. در این برنامه، روایت کودکی به تصویر کشیده می‌شود که برای خرید دو چرخه به

پول نیاز دارد و تصمیم می‌گیرد این پول را از طریق ایده کسب و کار فراهم کند (تولادانو و آربانی، ۲۰۰۸). لذا پرورش منش کارآفرینی در دوره ابتدایی را نباید دست کم گرفت. در واقع، شکل‌گیری شخصیت کارفرمایی در همین دوره صورت می‌گیرد و تحقق این هدف مستلزم بازنگری در کتاب‌های درسی و تغییر نگرش‌هاست و صنایع دستی بهترین زمینه ورود کارآفرینی به این عرصه است. در راستای نتایج پژوهش حاضر پیشنهاد می‌شود:

با توجه به روشن شدن نقش بازی و نمایش در پرورش خلاقیت کارآفرینانه دانش‌آموزان از دیدگاه خبرگان، مسابقاتی مهارتی - خلاقیتی در مواجهه با یک مشکل و چالش پیدا کردن بهترین راه‌حل برای آن ترتیب داده شود.

مسابقات ساخت انیمیشن با محوریت صنایع دستی در کل کشور و به‌ویژه در اصفهان (یافته‌های تحقیق) برگزار شوند.

سند ملی صنایع دستی در آموزش و پرورش، برای سر و سامان دادن ایده‌های کارآفرینی، مبتنی بر صنایع دستی، با تأکید بر دوره تحصیلی ابتدایی تدوین شود.

با توجه به نقش خانواده و اظهارات آن‌ها در مصاحبه‌ها، مبنی بر سرمایه خانواده‌ها در صنایع دستی، بازگویی تجربه‌های خانواده‌های موفق در مدرسه و تشویق فرزندان آن‌ها نیز می‌تواند در تقویت مهارت و علاقه‌مندی دانش‌آموزان مؤثر باشد.

منابع

- بهمنی، ندا، آراستی، زهرا و حسینی، سیدرسول. (۱۳۹۶). آموزش کارآفرینی در مقطع ابتدایی با هدف تقویت نگرش کارآفرینانه. *فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی*، ۱۰(۴)، ۵۷۴-۵۵۵.
- سبزه، بتول. (۱۳۹۴). طراحی الگوی برنامه درسی کارآفرینی برای کودکان پیش از دبستان و ارزشیابی آن از دیدگاه متخصصان برنامه درسی، کارآفرینی و مربیان. *مطالعات پیش دبستان و دبستان*، ۱(۱)، ۱۴۰-۱۶۰.
- یوسفی، نورالدین و سعیدیان، عبدالباسط. (۱۳۹۷). تحلیل محتوای کتاب کار تفکر و پژوهش پایه ششم ابتدایی بر اساس شاخص‌های کارآفرینی. *همایش انجمن مطالعات برنامه درسی ایران*، دانشگاه بیرجند.
- شفیعی، زاهد، فرخیان، فیروزه و میرقدر، لیلا. (۱۳۹۳). اصفهان به‌عنوان شهر خلاق صنایع دستی با رویکرد توسعه گردشگری. *نشریه جغرافیا*، ۱۲(۴۳)، ۲۷۸-۲۸۰.
- حاجآقایی، حنیف و خلخالی، علی. (۱۳۹۸). پایشاکوسیستم کارآفرینی در مدرسه‌ها ایران. *مدیریت مدرسه*، ۷(۲)، ۱۹۰-۱۶۶.
- جعفری‌مقدم، سعید و سادات فخارزاده، آرزو. (۱۳۹۰). توسعه نگرش آفرینانه در کتب درسی. *ماهنامه کار و جامعه (اجتماعی، اقتصادی، علمی و فرهنگی)*، ۱۳۹۰(۱۳۵)، ۳۱-۴۲.
- حشمتی‌فر، لیلا، لیاقت‌دار، محمد جواد و عابدی، احمد. (۱۳۹۸). تأثیر بسته آموزش کارآفرینی مبتنی بر برنامه آموزشی دانشگاه ساسکاچون بر روحیه کارآفرینی دانش‌آموزان: یک طرح ترکیبی لانه‌ای هم‌زمان. *نوآوری‌های آموزشی*، ۱۸(۳)، ۸۳-۱۰۴.
- طغرای، محمدتقی، میرواحدی، سیدسعید و هاشمی، سمیه. (۱۳۹۸). طراحی الگوی آموزش کارآفرینانه در مدرسه. *نوآوری‌های آموزشی*، ۱۸(۳)، ۵۹-۸۲.
- عسکری‌فر، کاظم، ابراهیمی، ابوالقاسم و علوی، سیدمسلم. (۱۳۹۷). ارائه الگوی آموزشی توسعه توانمندی‌های کارآفرینانه در دانش‌آموزان با میانجی‌گری ویژگی‌های شخصیتی. *فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی*، ۱۱(۱)، ۱۲۰-۱۰۱.
- عظیمی‌نیا، سحر. (۱۳۹۶). تحلیلی بر نقش شهر اصفهان به‌عنوان شهر خلاق صنایع دستی در توسعه گردشگری پایدار (پایان‌نامه کارشناسی ارشد). مؤسسه آموزش عالی دانش‌پژوهان.
- نصرافهانی، علی، طغرای، محمد و امیرخانی، فائقه. (۱۳۹۴). اولویت‌بندی صنایع دستی محبوب گردشگران خارجی بازدیدکننده از اصفهان و بررسی نگرش آن‌ها به قیمت صنایع دستی. *کنفرانس بین‌المللی توسعه و تعالی کسب و کار*، تهران، مؤسسه مدیریت ایده‌پرداز پایتخت ویرا. قابل بازیابی در https://www.civilica.com/Paper-ICBDE01-ICBDE01_191.html
- مشاور معاون صنایع دستی کشور (۱۳۹۴). ایران رتبه نخست تنوع و رتبه سی‌ام صادرات صنایع دستی در جهان را دارد. *خبرگزاری مهر*، کد خبر: ۲۷۷۶۵۲۰.
- Bartulovic, P., & Novosel, D. (2014). Entrepreneurial competencies in elementary schools. *Obrazovanje za poduzetništvo-E4E: znanstveno stručni časopis o obrazovanju za poduzetništvo*, 4(1), 83-87.
- Draycott, M., Rae, D. Enterprise Education in Schools and The Role of Competency Framework. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 17(2), 127-145.
- Esfandiari, K., Sharifi-Tehrani, M., Pratt, S., & Altinay, L. (2019). Understanding entrepreneurial intentions: A developed integrated structural model approach. *Journal of Business Research*, 94(3), 172-182.
- Eickhoff, M. T. (2008). Entrepreneurial Thinking and Action--An Educational Responsibility for Europe. *European journal of vocational training*, 45(3), 5-31.
- Korhonen, M., Komulainen, K. and Rätty, H. (2012). "Not Everyone is Cut Out to be the Entrepreneur Type": How Finnish School Teachers Construct the Meaning of Entrepreneurship Education and the Related Abilities of the Pupils. *Scandinavian Journal of Educational Research*, 56(1), 1-19.
- Kirkley, W. W. (2017). Cultivating entrepreneurial behaviour: entrepreneurship education in secondary schools. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(1), 17-37.
- Given, L. M. (2015). *100 questions (and answers) about qualitative research*. SAGE.
- Gustafsson-Pesonon, A., & Remes, L. (2012). Evaluation of entrepreneurial development coaching: Changing the Teachers' thinking and action on entrepreneurship. *Annals of Innovation & Entrepreneurship*, 3(3), 22-34
- Okeke, M. N., Okonkwo, G. I., & Oboreh, J. C. (2016). Entrepreneurship education as a catalyst for entrepreneurial inclination in selected universities in the south-east zone. *Arabian Journal of Business and Management Review (Oman Chapter)*, 5(11), 13-21.

- Otuya, R., Kibas, P., & Otuya, J. (2013). A proposed approach for teaching entrepreneurship education in Kenya. *Journal of Education & Practice*, 4(8), 204-209.
- Emami-Langroodi, F. (2017). *Schumpeter's theory of economic development: a study of the creative destruction and entrepreneurship effects on the economic growth*. Retrieved from SSRN: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3153744.
- Li, L., & Wu, D. (2019). Entrepreneurial education and students' entrepreneurial intention: does team cooperation matter?. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), 35-41.
- Mustafa, M. B. (2019). Factors Stimulating Students to Venture into The Field of Entrepreneurship Towards Producing Entrepreneurs Among University Students. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 9(3), 875-883.
- Mclarty R.; (2005); Entrepreneurship among graduates: Towards a measured response, *The Journal of Management development*, 24(3), 223-238.
- Niglas, K. (2009). How the novice researcher can make sense of mixed methods designs. *International Journal of Multiple Research Approaches*, 3(4), 34-46.
- Prianto, A., Zoebaida, S., Sudarto, A., & Hartati, R. S. (2018). The Effectiveness of an Entrepreneurship Learning Model in Growing Competence and Entrepreneurial Intention of Vocational High School Students in East Java Indonesia. *International Journal of Humanities and Social Science*, 8(8), 199-209.
- Holvoet, T., Bosma, N & Crijns, H. (2015). *Global Entrepreneurship Monitor* (Global report). Retrieved from <https://steunpuntore.be/publicaties-1/wp1/STORE-B-15-009-gem-2014-belgium-flanders-final.pdf>.
- Vetrivel, S. (2010). Advances in Management ntrepreneurship and education: a missing key in development theory and practice. *Advances in Management*, 3(8), 18-22.
- Volery, T., & Müller, S. (2006). A conceptual framework for testing the effectiveness of entrepreneurship education programs towards entrepreneurial intention. *Rencontres de St-Gall*, 2(5), 18-21.
- Walter, S., Block, J. 2015. Outcomes of Entrepreneurship Education: An Institutional Perspective. *Journal of Business Venturing*, 31(2), 216-233.
- Walidaini, A. B., & Wirmarno, A. (2017). Vocational High School Students Entrepreneurship: The Success of Family or School Education? *JPBM (Jurnal Pendidikan Bisnis dan Manajemen)*, 3(1), 1-11.
- Wing Yan Man, T. (2006). Exploring the behavioral patterns of entrepreneurial learning: A competence approach. *Education Training*, 5(2), 309-321.
- Śledzik, K. (2013). Schumpeter's view on innovation and entrepreneurship. , In S. Hittmar (ed.), *Management Trends in Theory and Practice* (pp. 89-95). *University of Zilina & Institute of Management by University of Zilina*.
- Toledano, N., & Urbano, D. (2008). Promoting entrepreneurial mindsets at universities: a case study in the South of Spain. *European Journal of International Management*, 2(4), 382-99.

پی‌نوشت‌ها

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> 1. Critical thinking 2. Entrepreneurship 3. Gustanfssom & Remes 4. Cross-Curricular 5. Walidaini & Wirmarno 6. Bartulovic & Novosel 7. Walter & Block 8. Eicghoff 9. Mind set 10. Korhonen, Komulainen & Raty 11. Toledano & Uarbani 12. Draycott & Rae 13. Volery & Mueller 14. Global Entrepreneurship Monitor 15. Holvoet, Bosma & Crijns 16. Okeke, Okonkwo & Oboreh | <ul style="list-style-type: none"> 17. Mclarty 18. Kirkley 19. Vetrivel 20. Entrepreneurial Learning 21. Wing Yan Man 22. Experiential Approach 23. Cognitive/affective approach 24. Otuya, Kibas & Otuya 25. Joseph Schumpeter 26. Sledzik 27. Lee & Wu 28. Mustafa 29. Paratt & Altinay 30. Prianto, Zoebaida, Sudarto & Hartati 31. Given |
|---|---|