

بررسی آموزش کارآفرینی در کتب کاروفناوری در ایران در پایه‌های ششم، هفتم و هشتم براساس الگوی آموزش

کارآفرینی «آینده شما در لواهی کارآفرینی»

ژرده واصلی*، مریم سیف‌زقانی** و عزت‌الله نادری***

چکیده

هدف از تحقیق حاضر تبیین ضرورت آموزش کارآفرینی در مدارس و بررسی چگونگی اجرای آن و ارائه پیشنهادهایی بر اساس الگوی ذکر شده است. به این منظور کتب کار و فناوری، براساس کتاب «آینده شما در لواهی کارآفرینی» (NFTE) که یک بسته آموزشی است و برای آموزش کارآفرینی در مدارس در پایه‌های (۱۲-۵) طراحی شده (به عنوان الگو)، تحلیل شد. روش تحقیق توصیفی بود. جامعه آماری کتب کاروفناوری برابر با نمونه آماری در نظر گرفته شد. برای جمع‌آوری داده‌ها، از روش فیش ثبت مطالعات و داده‌ها (تحلیل محتوا) استفاده شد. مبنای تحلیل محتوا، مقوله‌های مرتبط با دانش و اطلاعات کارآفرینی است. در این تحقیق به مقایسه کمی و کیفی نتایج حاصل از تحلیل محتوای کتب کار و فناوری و الگوی مورد نظر اقدام شد. نتایج آماری نشان دادند که در مجموع، فراوانی مقوله‌های مرتبط با دانش و اطلاعات کارآفرینی در تصاویر و متون کتب کار و فناوری به ترتیب (۱۳ و ۷ مورد) و در الگوی مورد نظر به ترتیب (۳۲ و ۵۱ مورد) است و در سطح استنباطی مقایسه فراوانی‌ها در تصاویر و متون به ترتیب (۱۴/۷۴ و ۱۹/۹۲) در سطح (P<۰/۰۱) معنادار هستند و این میزان در الگو بسیار بیشتر است. نتایج کیفی حاصل از تحقیق، توجه به آموزش مفاهیم: کارآفرینی، ویژگی‌های کارآفرینان موفق، مزایا و مخاطرات کارآفرینی، آموزش راه‌اندازی کسب‌وکار و آموزش نوشتن طرح کسب و کار به دانش‌آموزان است. پیشنهاد می‌شود کتب کار و فناوری به لحاظ آموزش کارآفرینی بر اساس الگوی ارائه شده بازبینی شود.

کلیدواژه‌ها: کارآفرینی؛ کارآفرین؛ راه‌اندازی کسب و کار؛ کتب کاروفناوری؛ الگوی «آینده شما در لواهی کارآفرینی» (NFTE)

* دانشجوی دکتری رشته علوم تربیتی، گرایش برنامه‌ریزی درسی، دانشگاه علوم و تحقیقات، تهران، ایران

** نویسنده مسئول: عضو هیأت علمی دانشگاه علوم و تحقیقات، تهران، ایران m-seifnaraghi@srbiau.ac.ir

*** عضو هیأت علمی دانشگاه علوم و تحقیقات، تهران، ایران

مقدمه

برای پاسخگویی به تغییرات سریع در بازارکار از جمله راهبردهای مؤثر در برنامه‌ریزی آموزشی توجه به توسعه انسانی است. (مشایخ، ۱۳۹۰: ۱۲۹). امروزه برتری اقتصادی کشورهایی چون چین و آمریکا مدیون کارآفرینی است. ۷۰٪ مشاغل دنیا به دست کارآفرینان راه‌اندازه می‌شود (براش^۱، ۲۰۰۳: ۶۷). از اواخر قرن بیستم کارآفرینی مورد توجه محافل آموزشی کشورهای جهان قرار گرفته است، کارآفرینی فرآیندی است که مستلزم خلاقیت و نوآوری، ریسک‌پذیری و برنامه‌ریزی است، فرآیندی که در آن ایده‌های خام به گونه‌ای مدیریت می‌شوند که به پیامدهای اقتصادی منجر می‌شوند، کارآفرینی توانایی خلق از هیچ است، کارآفرینی مهارت پی بردن به یک فرصت در جایی است که دیگران آن را آشوب زده، متناقض و مبهم می‌پندارند (احمدی، درویش، ۱۳۹۱: ۵). کارآفرینی شیوه تفکر مبتنی بر فرصت است. اهمیت کارآفرینی از آنجا آشکار می‌شود که تعداد دانشگاه‌هایی که کارآفرینی را آموزش می‌دهند از یک دانشگاه که در سال ۱۹۴۷ شروع به کار کرده، به بیش از ۱۶۰۰ دانشگاه در سال ۲۰۰۲ افزایش پیدا کرده است، کم‌ترتغییر مکان این نوع آموزش‌ها از دانشگاه‌ها به مدارس است (احمدپورداریانی، ۱۳۹۱: ۱۷۷). لازمه توسعه کارآفرینی، آموزش آن است. (واتقی، ۱۳۹۰: ۵۹) ادغام آموزش کارآفرینی در برنامه درسی موجب غنی‌سازی تجارب یادگیری فراگیرندگان است و باعث افزایش ارتباط میان مدارس و صنعت می‌شود (هانن^۲، ۲۰۰۵: ۱۰). توجه صرف به کارآفرینی و کارآفرینان باعث کاهش بیکاری و افزایش خوداشتغالی نمی‌شود، بلکه آموزش صحیح کارآفرینی به خصوص در مدارس ارزشمند است که شاکله شخصیتی دانش‌آموزان در آنجا شکل می‌گیرد. آموزش این مهارت‌ها در این دوران موجب می‌شود که به مرور دانش‌آموزان این ویژگی‌ها را در خود پرورش داده و این صفات در آن‌ها نهادینه شود (استیری ۱۳۸۹، ۸۷) در واقع از طریق آموزش و پرورش میلیون‌ها دانش‌آموز کارآفرین است که می‌توان میلیون‌ها شغل ایجاد کرد (حسینی خواه، ۱۳۸۷: ۳۸).

هدف اولیه از توسعه کارآفرینی تربیت افراد متکی به نفسی است که تمایل بیشتری به

1. Brush
2. Hannon

راه‌اندازی کسب و کارهای مستقل دارند(کاتن^۱، ۱۹۹۰: ۱۴۷). در جهت کمک به جوانان، باید صلاحیت‌های کارآفرینی را به منظور پیدا کردن روش‌های موفق تجارت ارتقاء بخشید (چيرو، تاجی سو، سوچت^۲، ۲۰۱۲: ۳۸) میزان قصد کارآفرینی از قانون همه یا هیچ پیروی نمی‌کند، یعنی به این صورت نیست که بعضی اصلاً تمایلی به کارآفرینی نداشته باشند و بعضی افراد کاملاً کارآفرین آفریده شده باشند(ولیر^۳، ۲۰۱۴: ۱۱)، بلکه این خصیصه در افراد مختلف به درجات متفاوت وجود دارد و نیز قابل آموزش است. آموزش کارآفرینی در سنین پایین‌تر دارای تأثیر بیشتری نسبت به سنین بالاتر است. دستاوردهای آموزش کارآفرینی شامل قدرت حل مسئله، قدرت تصمیم‌گیری، تفکر انتقادی، شرکت در کار گروهی، روابط انسانی مؤثر، استفاده صحیح از زمان، معرفی محصولات خلاقانه و جدید، استفاده صحیح از منابع و غیره است. برای تحقق این دستاوردها آموزش کارآفرینی باید در مدارس در کنار دروس دیگر مورد توجه قرار بگیرد و در برنامه درسی دوره ابتدایی گنجانده شود(گون^۴، ۲۰۰۹: ۱۷). در جریان دوره‌های کارآفرینی دانش‌آموزان فرصت‌هایی برای موفقیت و ابراز خود پیدا می‌کنند که این تجربیات جدید، خود سرچشمه احساس خودکارآمدی در آن‌ها می‌شود (ستیاوان^۵، ۲۰۱۳: ۲۱) کارآفرین موفق، در سایه برنامه‌های آموزش کارآفرینی پرورش می‌یابد، چراکه آموزش براساس استانداردها، و جب می‌شود دانش‌آموزان بهتر یاد بگیرند و بتوانند بین آنچه یاد می‌گیرند و اینکه چگونه از آن آموخته‌ها استفاده کنند، ارتباط برقرار کنند(کوتوی، بودوسکا، کاتانا^۶، ۲۰۱۱: ۴۶). لذا آموزش حرفه‌ای باید به عنوان یک جریان مداوم از دوره ابتدایی سازمان یابد، تجربیات حرفه‌ای باید با آموزش مهارت‌های علمی درهم آمیزد (شریعتمداری، ۱۳۸۹: ۵۲) همچنین افراد با تمایلات خاص باید با آموزش شیوه مرتبط با آن استعداد آموزش ببینند(یزدی، ۱۳۸۸: ۱۴۱).

لذا به دلیل جایگاه بلند آموزش در دوره‌های اولیه زندگی، ضرورت آموزش کارآفرینی در این زمان نمایان می‌شود. آموزش کارآفرینی به صورت نظری و عملیاتی حلقه مفقوده

-
1. Cotton
 2. Chiru, Tachiciu & Civchete
 3. Valliere
 4. goven
 5. Setiwan
 6. Cotoi, Bodoasca & CAtana

آموزش عمومی (ابتدایی تا متوسطه) در ایران محسوب می‌شود، از آنجا که آموزش کارآفرینی در ایران بیشتر ماهیت نظری و مفهومی دارد و هدف آن‌ها انتقال اطلاعات صرف است و در واقع یادگیرنده، منفعل بوده و آموزش، معلم‌محور است و با آموزش کارآفرینی که ماهیت عملی و تجربی دارد، در تضاد است (واثقی، ۱۳۹۰). تحقیق درباره کتب یاد شده و انطباق آن با استانداردهای جهانی ضرورتی انکارناپذیر است.

هدف این تحقیق، آن است که با استفاده از الگوی «آینده‌شما در لوای کارآفرینی» (ان‌اف‌تی‌ای) که یک بسته آموزشی است و برای آموزش کارآفرینی در مدارس در پایه‌های (۵-۱۲) در آمریکا توسط استیو ماریوتی طراحی شده است (ماریوتی، ۱۳۹۰: ۵)، کتب کار و فناوری را که در نظام جدید آموزشی در ایران، در پایه‌های ششم و هفتم و هشتم تدریس می‌شوند، به لحاظ آموزش دانش و اطلاعات کارآفرینی بررسی کند و سپس با ارائه پیشنهادهایی در جهت بهینه‌سازی کتب مربوطه گام بردارد. «ان‌اف‌تی‌ای» (۲۰۱۴) به عنوان یک برنامه با هدف، جلوگیری از ترک تحصیل و بهبود عملکرد تحصیلی در دانش‌آموزانی که در معرض خطر شکست یا ترک مدرسه بودند، آغاز به کار کرد. از طریق این برنامه، جوانان درمی‌یابند که آنچه که در کلاس می‌آموزند، کاملاً مرتبط با دنیای کار است. «ان‌اف‌تی‌ای» با بیش از ۶۰۰/۰۰۰ نفر، از جوانان جوامع کم‌درآمد در ایالات متحده و سراسر جهان (آلمان، انگلستان، چین، هند، سوئد و...) کار کرده است. این بنیاد از طریق ارائه برنامه‌های درسی اینترنتی، طرح‌درس‌هایی را برای یادگیرندگان فراهم می‌کند که آن‌ها (دانش‌آموزان) را به منبعی از اطلاعات متصل می‌کند، همچنین این روش ابزارهایی را فراهم می‌کند که یادگیرندگان می‌توانند تجربیات خودشان را با یکدیگر به اشتراک بگذارند. این الگو به دلیل اجرای گسترده در کشورهای مختلف، به روزرسانی مداوم و ارائه مدل آموزشی استاندارد کارآفرینی، که شامل محتوای آموزشی، روش تدریس، روش ارزشیابی، مواد کمک آموزشی و... است، دربرگیرنده بسیاری از مطالب مورد نیاز فراگیران است. استفاده از مدلی که براساس نظریات یادگیری و آموزشی علمی و معتبر باشد، علاوه بر اینکه فراگیری مطالب را آسان‌تر و جذاب‌تر می‌کند، مانع از دلزدگی دانش‌آموزان از یادگیری کارآفرینی، در اثر آموزش‌های ناقص و غیرمفید

1. National foundation for Teaching Entrepreneurshi
2. Mariotti, Steve

می‌شود. هماهنگی با آموزش‌های استاندارد جهانی امکان بهره‌گیری از تجربیات آتی و همچنین سایر برنامه‌های مرتبط با این الگو(دوره‌های بازآموزی مربیان، به‌روزرسانی محتواها، سمینارها و...) از مزایای استفاده از این روش هستند(سلجوقی، ۱۳۹۱: ۲)

کتاب «آینده شما در لوای کارآفرینی» تمام ابزارهایی را که برای موفقیت در کارآفرینی به آن‌ها نیاز است، در اختیار خوانندگان قرار می‌دهد(ماریوتی و تاول، ۱۳۹۰: ۱۷)

حسینی خواه(۱۳۸۷) در مقاله‌ای با عنوان امکان و ضرورت آموزش کارآفرینی در مدارس جایگاه مهم آموزش کارآفرینی در مدارس را بیان می‌کند، متذکر می‌شود که لازمه کارآفرینی شکار فرصت‌های نهفته است. با آموزش کارآفرینی در سطح مدارس می‌توان فرصت‌ها را مهیا کرد.

کردی(۱۳۸۹) آموزش با فراهم ساختن بستر کارآفرینی رابطه معناداری دارد. برای این منظور باید انگیزش برای پیشرفت را در دانش‌آموختگان تقویت کرد.

ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان عنوان مقاله‌ای است که گاس^۱(۲۰۰۵) در آن به شرح خصوصیات کارآفرینان اقدام می‌کند، به اعتقاد او کارآفرینی نتیجه رفتار غیر سازگارانه، یعنی همواره به دنبال تغییر وضعیت بودن است.

بای‌گریو(۲۰۱۴) در مقاله‌ای با عنوان نوآوری و کارآفرینی در توسعه سازمان‌ها، کارآفرینی را فرآیند ایجاد یا تصرف فرصت معرفی می‌کند. در این پژوهش بر اساس ادبیات تحقیق و پس از بررسی مفاهیم و مبانی نظری پژوهش، دانش و اطلاعات کارآفرینی و مقوله‌های مرتبط با آن‌ها طبقه‌بندی و کدگذاری شده و سپس توسط چهار محقق دیگر الگو و متغیرها و مقولات، مجدداً ارزیابی شده و براساس میزان توافق محققان پایایی محاسبه شد. ضریب توافقی کل به دست آمده ۰/۷۴ است، که پایایی مقبول را نشان می‌دهد. سپس کتب کار و فناوری در پایه‌های ششم، هفتم و هشتم و کتاب «آینده شما در لوای کارآفرینی» بر اساس مقوله‌های طبقه‌بندی شده، بررسی و تحلیل محتوا شده است

سؤالات تحقیق عبارت بودند از:

۱. آموزش مفاهیم، کارآفرینی، کارآفرین و راه اندازی کسب و کار، در تصاویر و متون کتب کار و فناوری در پایه‌های ششم و هفتم و هشتم بر اساس الگوی «آینده شما در لوای کارآفرینی»(NFTE) به لحاظ کیفی چگونه است؟

۲. آموزش مفاهیم کارآفرینی، کارآفرین و راه اندازی کسب و کار، در تصاویر و متون کتب کار و فناوری در پایه‌های ششم و هفتم و هشتم بر اساس الگوی «آینده شما در لوای کارآفرینی» (NFTE) به لحاظ کمی چگونه است؟

روش

این تحقیق از نوع مطالعات ارزشیابی است، زیرا کتاب کار و فناوری بر اساس الگوی موردنظر بررسی می‌شود و برای اجرای آن از روش تحقیق توصیفی بهره گرفته می‌شود. جامعه آماری این پژوهش کلیه کتب کار و فناوری است و نمونه آماری با جامعه آماری برابر است، از آنجا که هدف از تحلیل محتوا فراهم آوردن شناخت و بینش نو و راهنمای عمل است (کاظمی بازردهی ۱۳۸۸: ۲۷) در این تحقیق برای جمع‌آوری داده‌ها از روش فیش ثبت مطالعات و داده‌ها (تحلیل محتوا) استفاده شد.

یافته‌ها

دانش و اطلاعات کارآفرینی بر اساس ادبیات موضوع تحقیق دارای مقوله‌های مفهوم کارآفرینی، کارآفرین، راه اندازی کسب و کار است که براساس آن تحلیل محتوا انجام شد و سپس یافته‌های تحقیق به صورت کیفی و کمی بررسی شد. نتایج کیفی حاصل از تحلیل محتوای کتاب «آینده شما در لوای کارآفرینی» و کتب کار و فناوری نشان می‌دهد که: در الگوی مورد نظر به دانش‌آموزان، آموزش نوشتن طرح کسب و کار داده می‌شود، چرا که کارآفرینان برای شرح دقیق کسب و کار خود، ابتدا اقدام به نوشتن یک طرح کسب و کار می‌کنند. طرح کسب و کار، اهداف دقیق تجاری کسب و کار را نشان می‌دهد. اگر کسب و کاری بدون برنامه‌ریزی قبلی راه‌اندازی شود، بعد از گذشت مدت زمان کوتاهی با پرسش‌های گوناگونی مواجه می‌شود. طرحی که به خوبی نوشته شده باشد، کارآفرین را مرحله به مرحله راهنمایی خواهد کرد. در واقع طرح کسب و کار ابزاری برای تصمیم‌گیری است. همچنین در این الگو به یادگیرندگان تعلیم‌داده می‌شود که آگاهی از وقایعی که در اطرافشان رخ می‌دهد می‌تواند کمک کند تا فرصت‌های تجاری بالقوه را شناسایی کنند، برای مثال چند نمونه از منابع ایده که در این الگو معرفی شده‌اند عبارت هستند از:

- مشکلات: منشاء پیدایش بیشتر شرکت‌های مشهور از آنجا سرچشمه گرفته که کارآفرین قصد حل مشکلی را داشته‌است؛ مثلاً چه کالا یا خدمتی در منطقه شما دسترسی به آن امکان‌پذیر نیست و مورد نیاز است؟

- تغییرات: بسیاری از فرصت‌های جدید از همگامی با تغییرات حاصل می‌شود؛ مانند تغییر در روش‌های زندگی، تغییرات اقلیمی و گرایش به حفظ محیط‌زیست و غیره.

همچنین در این الگو به دانش‌آموزان، آموزش داده شده برای آنکه بدانند ایده کسب و کار مورد نظرشان فرصت تجاری مناسبی است یا خیر؟ باید به پنج پرسش زیر پاسخ دهند:

۱. آیا این ایده، به نیازی پاسخ می‌دهد که در حال حاضر برآورده نمی‌شود؟

۲. آیا این ایده در مکان موردنظر و با روش موردنظر، اجرایی است؟

۳. آیا می‌توان در مدت زمان منطقی (زمانی که فرصتی پیدا شده و هنوز کسی اقدام نکرده) ایده موردنظر را عملی کرد؟

۴. آیا منابع و مهارت‌های لازم را برای راه‌اندازی یک کسب و کار دارد؟

۵. آیا می‌توان کالا یا خدمت موردنظر را به گونه‌ای ارائه داد که هم مشتریان را جذب کند و هم سود منطقی به همراه داشته باشد.

همچنین در این الگو به دانش‌آموزان برای استفاده از فرصت‌ها آموزش داده می‌شود از منابعی مانند منابع زیر استفاده کنند.

- روزنامه‌ها و مجلات (آگاهی از روند توسعه و نیازها)

- داده‌های آماری سازمان‌های دولتی و تجاری

- شبکه جهانی وب

در این الگو به دانش‌آموزان، آموزش داده می‌شود تا محصولات خود را تبلیغ کنند و شرح داده می‌شود که تبلیغات نوعی ترغیب کردن است و به هدف ایجاد آگاهی و ذهنیت مطلوب درباره محصول موردنظر کمک می‌کند. و آموزش داده می‌شود که برای برقراری ارتباط و تبلیغات مراحل زیر را باید انجام دهند:

- جلب توجه مشتری (استفاده از رنگ‌های خاص، استفاده از پیام‌ها و تصاویر زیبا

و کوتاه و...)

- علاقه‌مند کردن: بعد از آنکه توجه عمومی جلب شد، برای حفظ علاقه مشتریان، لازم است پیام خود را روی ویژگی‌ها و مزایای محصول موردنظر متمرکز کنند.
- مشتاق کردن: یک راه برای مشتاق کردن مشتریان این است که شیوه عملکرد محصول موردنظر را نشان دهند، یک راه دیگر این است که به نوعی ثابت کنند محصول موردنظر نسبت به قیمت آن ارزشمند است و خرید آن یک فرصت خوب محسوب می‌شود.
- اقدام کردن: از مشتریان باید خواسته شود که اقدامی انجام دهند، یعنی باید دلایلی ارائه دهند تا مشتریان برای خرید محصول موردنظر درنگ نکنند، برای مثال توضیح اینکه فروش ویژه برای مدتی محدود است و غیره...

همچنین در این الگو، ویژگی‌های فردی کارآفرینان مانند **خلأقیت و نوآوری** (ابداع روش‌های جدید انجام‌دادن کارها و فکرکردن در خارج از چارچوب‌های تعیین‌شده)؛ **خطرپذیری** (اقدام به ریسک‌های حساب شده و منطقی)؛ **نیاز به استقلال** (کنترل بر سرنوشت خویش و کارها را به شیوه خود انجام‌دادن)؛ **نیاز به توفیق** (تمایل به انجام‌دادن کارها در استانداردهای عالی، بازخورد منظم و مکرر زمانی از روند انجام کارها، پیشی گرفتن بر رقبا)؛ **مرکز کنترل درونی** (پذیرفتن مسئولیت اعمال و تصمیم‌های خود و عدم اعتقاد به شانس و اقبال)؛ **قدرت تحمل ابهام** (به تعویق انداختن قضاوت (غلامی، کاکاوند، ۱۳۸۹: ۱۸۹) و پذیرفتن عدم قطعیت به عنوان بخشی از زندگی یعنی شرایطی که فرد به طور قطع نمی‌داند موفق می‌شود یا شکست می‌خورد) به دانش‌آموزان، آموزش داده شده است. همچنین خطرات و مزایای کارآفرینی برای دانش‌آموزان شرح داده شد؛ مزایای کارآفرینی شامل احساس استقلال و خودکفایی، تبیین قوانین برای خود، انجام‌دادن کاری که از آن لذت می‌برید، کسب درآمد بیشتر، اشتغال‌زایی و کمک به جامعه و غیره. و خطرات کارآفرینی که عبارت هستند از احتمال شکست کسب و کار و فقدان دستیابی به نتیجه مطلوب، موانع غیرمنتظره، عدم امنیت مالی و غیره.

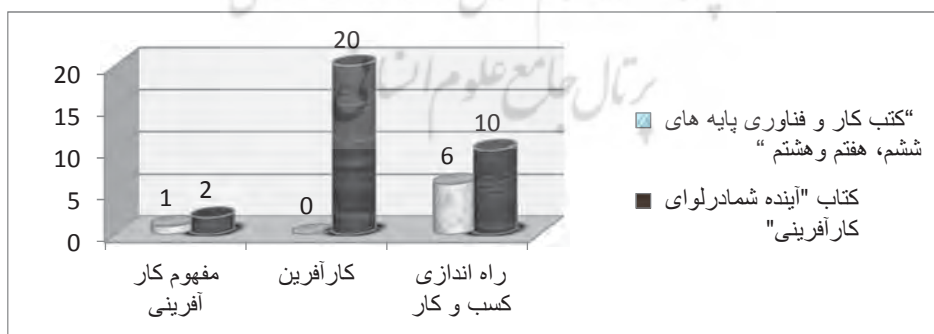
مفاهیم استخراج شده از کتب کار و فناوری پایه ششم، هفتم، هشتم که با آموزش دانش و اطلاعات کارآفرینی ارتباط دارد، عبارت است از اینکه کارآفرینی فرایندی است که طی آن کارآفرین تلاش می‌کند تا فعالیت خود را به نتیجه‌ای مثبت برساند. کارآفرین فردی است که با

شناسایی نیازها و فرصت‌ها، کسب و کاری را راه‌اندازی می‌کند، بیشتر کارآفرینان برای خود و دیگران فرصت کار ایجاد می‌کنند، یک کارآفرین برای خود و اقتصاد جامعه بسیار سودمند است، یک کارآفرین با خلاقیت و نوآوری به جامعه خود خدمت می‌کند، برای راه‌اندازی هر کسب و کاری نخست باید طرح آن کسب و کاری را نوشت، یک طرح کسب و کاری، هدف از ایجاد کسب و کاری، مزیت‌های رقابتی آن در وضعیت بازار، محل اجرای طرح، میزان اشتغال‌زایی طرح، شناخت مشتریان و مدت زمان پیش‌بینی شده برای راه‌اندازی کار را شامل است.

نتایج کمی حاصل از تحلیل محتوای کتب کار و فناوری و کتاب «آینده شما در لوای کارآفرینی» به شرح زیر است:

جدول ۱: فراوانی مقوله‌های دانش و اطلاعات کارآفرینی در تصاویر

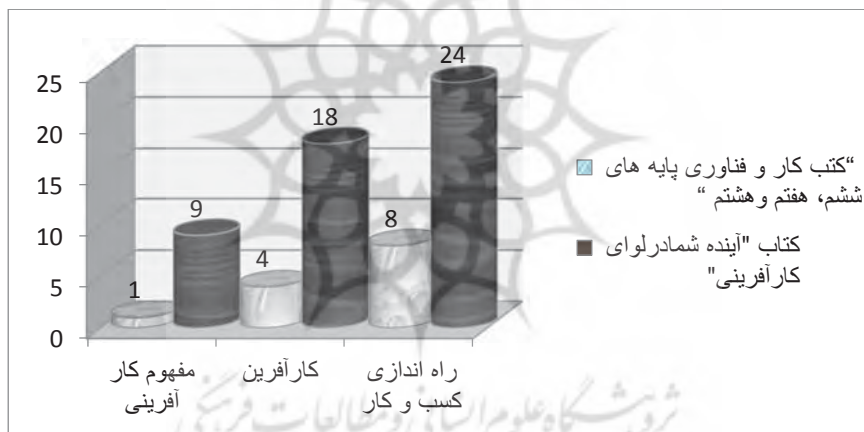
| P values | Df | χ^2 | توصیف داده‌ها | | مقوله‌های دانش و اطلاعات کار آفرینی در متون |
|----------|----|----------|-------------------|--------------|---|
| | | | کتاب کار و فناوری | | |
| | | | فراوانی درصد | فراوانی درصد | |
| | | | ۶۷٪ | ۳۳٪ | مفهوم کارآفرینی |
| p<۰/۰۱ | ۱ | ۱۴/۷۴ | ۱۰۰٪ | ۲۰٪ | کارآفرین |
| | | | ۶۲٪ | ۳۷٪ | راه‌اندازی کسب و کاری |
| | | | ۸۲٪ | ۱۸٪ | کل |



نمودار ۱: فراوانی مقوله‌های دانش و اطلاعات کارآفرینی در تصاویر

جدول ۲: فراوانی مقوله‌های دانش و اطلاعات کارآفرینی در متون

| مقوله‌های دانش و اطلاعات کار آفرینی در متون | توصیف داده‌ها | | آزمون خی دو | |
|--|-----------------|---------|-------------|------------|
| | کتاب کاروفناوری | NFTE | χ^2 | P values |
| مفهوم کار آفرینی | ۱ درصد | ۹ درصد | ۱۹/۹۲ | $p < 0/01$ |
| کارآفرین | ۴ درصد | ۱۸ درصد | | |
| راه اندازی کسب و کار | ۸ درصد | ۲۴ درصد | | |
| کل | ۱۳ درصد | ۵۱ درصد | | |



نمودار ۲: فراوانی مقوله‌های دانش و اطلاعات کارآفرینی در متون

همان‌گونه که جداول و نمودارهای فوق نشان می‌دهند در مجموع فراوانی مقوله‌های دانش و اطلاعات کارآفرینی در تصاویر و متون کتاب کار و فناوری پایه‌های ششم، هفتم و هشتم به ترتیب (۷ و ۱۳ مورد) و در کتاب «آینده شما در لوای کارآفرینی» (۳۲ و ۵۱ مورد) است. مقدار خی دو به دست آمده برای مقایسه فراوانی‌ها در تصاویر (۱۴/۷۴)، متون (۱۹/۹۲) و کل کتاب (۱۵/۰۷) است که در سطح ($P < 0/01$) معنادار است.

بحث و نتیجه‌گیری

آموزش دانش و اطلاعات کارآفرینی مفاهیم گسترده‌ای را شامل می‌شود که در الگوی «آینده شما در لوای کارآفرینی» به آن‌ها توجه شده است که خلاصه‌ای از این مفاهیم عبارت هستند از کارآفرینی به ما می‌آموزد که با استفاده از تخیلات و مهارت‌های خود می‌توانیم از یک ایده، یک کسب و کار ارزشمند بسازیم، یکی از اصول اساسی تفکر کارآفرینانه این است که هر کاری امکان‌پذیر است، کارآفرینی بر اقتصاد، جامعه و دنیایی تأثیر می‌گذارد که در آن زندگی می‌کنیم. کارآفرین، پول، زمان و انرژی خود را سرمایه‌گذاری می‌کند به این امید که به مزایای بیشتری دست یابد، کارآفرینان خودشان را مسئول موفقیت یا شکست کسب و کارشان می‌دانند. پاداش‌ها و مزایای کارآفرینی عبارت هستند از تعیین قوانین برای خود، کسب درآمد و ثروت بیشتر و کمک به جامعه. خطرات کارآفرینی عبارت هستند از احتمال شکست کسب و کار، موانع غیرمنتظره، عدم امنیت مالی و ساعات کار طولانی. کارآفرینان با ارائه کالا و خدمات موردنیاز جامعه، نقش مهمی در اشتغال‌زایی دارند. خودارزیابی یا ارزیابی نقاط ضعف و قوت فردی، یکی از بخش‌های مهم کارآفرین شدن است، بزرگ‌ترین درسی که کارآفرینان به ما می‌آموزند این است که شما قدرت دارید که برای خود فکر کنید و یک زندگی جذاب و پر ثمر برای خود بسازید، خواه کارآفرین شوید و خواه حرفه دیگری برگزینید، با تفکر و رفتار کارآفرینانه همواره قدرتمندتر خواهید بود. یکی از مهارت‌های کارآفرینی مهارت در راه‌اندازی و مدیریت یک کسب و کار است، به دقت گوش‌دادن به آنچه مشکلات و چالش‌های دیگران، ایده‌هایی برای بهبود کسب و کار در اختیار قرار می‌دهد. یک کسب و کار موفق، مبلغی بسیار بیشتر از آنچه برای آن سرمایه‌گذاری شده را تولید می‌کند، برای رقابت با دیگر رقبا باید شاخص‌های تمایز کسب و کارتان را از دیگران مشخص کنید. آگاه بودن از وقایع اطراف کمک می‌کند تا ایده‌های جدید را برای رشد کسب و کار پیدا کرد. طرح کسب و کار اهداف تجاری کسب و کار و میزان دستیابی به اهداف را نشان می‌دهد، این طرح در فواصل زمانی ویژه باید بازنگری شود.

در ایران در پایه هفتم تنها به تعریف کارآفرینی و کارآفرین اقدام شده، در هر دو مورد (الگو و کتب کار و فناوری) به تفصیل طرح کسب و کار و نحوه نگارش آن توضیح داده شده است.

از مقایسه مفاهیم ارائه شده در الگو و کتب کار فناوری مشخص می‌شود که در الگو به آموزش مفاهیم ارائه ایده‌های نو از طریق دقت در اتفاقات جاری جامعه، به‌منظور راه‌اندازی کسب و کار برای رفع نیازهای مردم، شرح ویژگی‌های فردی کارآفرینان، شناسایی فرصت‌های تجاری مناسب و منابع جستجوی آن‌ها، آموزش تبلیغ محصولات، مزایا و مخاطرات کارآفرینی و خودارزیابی یا ارزیابی نقاط ضعف و قدرت همراه با این شعار کارآفرینی، که هرکاری امکان‌پذیر است، بیشتر توجه شده است.

در مجموع با توجه به مفاهیم ارائه شده از الگوی مورد نظر در ارتباط با آموزش دانش و اطلاعات کارآفرینی مشخص می‌شود که نسبت به آموزش مفاهیم ذکر شده در کتب کار و فناوری در ایران غفلت شده است. به نظر می‌رسد بهتر است کتب کار و فناوری به لحاظ کیفی در جهت آموزش کارآفرینی، بازبینی قرار بگیرد. به لحاظ کمی نیز مقدار خنثی دو به‌دست آمده برای مقایسه فراوانی‌ها در تصاویر (۱۴/۷۴)، متون (۱۹/۹۲) و کل کتاب (۱۵/۰۷) است که در سطح ($P < 0/01$) معنادار است. در نتیجه می‌توان گفت تفاوت معناداری بین میزان دستیابی به آموزش دانش و اطلاعات کارآفرینی بر اساس الگوی مورد نظر و کتب کار و فناوری وجود دارد که این میزان در الگوی معرفی شده بسیار بیشتر است.

نتایج به‌دست آمده همسو با نتایج تحقیقات زیر است (داریانی ۱۳۹۱) هدف اولیه از توسعه کارآفرینی همانا تربیت کردن افراد آگاه به فرصت‌ها و افرادی است که تمایل به راه‌اندازی کسب و کارهای مستقل دارند. همچنین حسینی‌خواه (۱۳۸۷) بیان می‌کند که کارآفرینان در جاهایی که دیگران تعلل می‌کنند، فوراً دست به کار شده و کسب و کار خود را راه‌اندازی می‌کنند (کوراتکو و هادجتس، ۲۰۰۱). کارآفرین کسی است که تعهد می‌کند تا سازماندهی و مدیریت کسب و کار جدیدی را بپذیرد که توأم با خطر است. فرای (۱۹۹۳) در یک تقسیم‌بندی نسبتاً جامع موانع توسعه کارآفرینی شرکتی را کنترل شدید، نظام تشویق و ارائه پاداش محافظه‌کارانه و توجه به منافع کوتاه مدت در نظر گرفته است. کاهایا، سوردی، هادی (۲۰۱۴) می‌نویسند با توجه به نیازهای محلی، برنامه‌های کارآفرینی باید در سطوح طراحی، سازمان‌دهی، اجرا و ارزشیابی انجام شود. اوسلو، بولبو و کوبوک (۲۰۱۵) معتقد هستند رهبری باز در مقایسه با دیگر روش‌های مدیریتی مستقیماً از کارآفرینی و نوآوری حمایت می‌کند. پوپسکو و هارکما (۲۰۱۵) می‌نویسند کارآفرین فرصت‌ها را می‌بیند و آن‌ها را به موقعیت‌های جالب تبدیل می‌کند، آن موقعیت می‌تواند یک کالا یا

یک سرویس باشد، شرکتی موفق است که قدرت نوسازی خود را داشته باشد. از نظر سوفیان و عبدالکریم (۲۰۱۶) نتیجه دوره‌های آموزش کارآفرینی به‌دانش‌آموزان توانایی تشخیص و ارزیابی فرصت‌های تجاری است.

از محدودیت‌های آموزش کارآفرینی، کمبود ابزار و تجهیزات هرچند ابتدایی، برای کار عملی و همچنین تربیت معلمان کارآموده و تدوین کتب راهنمای معلم است.

پیشنهاد می‌شود همانند این الگو ویژگی‌های فردی کارآفرینی، مانند خطرپذیری، نیاز به استقلال، نیاز به توفیق، قدرت تحمل ابهام، همچنین مزایا و خطرات کارآفرینی و آموزش نوشتن طرح کسب و کار داده شود، چرا که طرح کسب و کار ابزاری برای تصمیم‌گیری است. همچنین همانند این الگو پیشنهاد می‌شود به یادگیرندگان تعلیم داده شود که آگاهی از وقایعی که در اطرافشان رخ می‌دهد، می‌تواند کمک کند تا فرصت‌های تجاری بالقوه را شناسایی کنند. همچنین مانند این الگو به دانش‌آموزان، آموزش داده شود برای آنکه بدانند ایده کسب و کار مورد نظرشان فرصت تجاری مناسبی است یا خیر؟ باید بدانند آیا این ایده، به نیازی پاسخ می‌دهد، آیا با روش مورد نظر، قابل اجراء است، آیا سود منطقی به همراه دارد. همچنین پیشنهاد می‌شود مانند این الگو استفاده از منابعی مانند روزنامه‌ها و مجلات، داده‌های آماری سازمان‌های دولتی و تجاری و شبکه جهانی به دانش‌آموزان برای استفاده از فرصت‌ها آموزش داده شود.

پیشنهاد می‌شود به دانش‌آموزان، آموزش داده شود تا محصولات خود را تبلیغ کنند، تبلیغات نوعی ترغیب کردن است که به هدف ایجاد آگاهی و ذهنیت مطلوب درباره محصول مورد نظر کمک می‌کند. مراحل تبلیغات در این الگو آموزش داده شده است که پیشنهاد می‌شود مورد توجه واقع شود. پیشنهاد می‌شود برای دانش‌آموزان کارآفرین، پاداش‌ها و مزیت‌های علمی و اقتصادی و غیره در نظر گرفته شود و با تشویق و قدردانی از آن‌ها موجبات تشویق دیگران و دلگرمی خودشان را فراهم آورند. تدریس درس کارآفرینی و دستیابی به اهداف آن، نیازمند به‌کارگیری نیروی انسانی ماهر و تدوین کتب غنی و پربار است. از این‌رو، پیشنهاد می‌شود ابتدا به این مسئله مهم توجه شود و سپس، کارآفرینی در مدارس آموزش داده شود.

منابع

- حمدپورداریانی، محمود (۱۳۹۱). کارآفرینی، تعاریف، نظریه‌ها و الگوها، تهران: جاجرمی.
- احمدپورداریانی، محمود و عزیزی، مهدی (۱۳۹۲). کارآفرینی، تهران: دفتر تألیف کتب درسی، شرکت چاپ و نشر کتاب‌های درسی ایران.
- احمدی، علی اکبر و درویش، حسن (۱۳۹۱). مبانی کارآفرینی، تهران: دانشگاه تهران.
- استیری، عالیہ (۱۳۸۹). ضرورت بسترسازی آموزش کارآفرینی در دوره ابتدایی و تبیین عناصر برنامه درسی برای آن (پایان نامه ارشد)، دانشگاه الزهراء.
- حسینی‌خواه، علی (۱۳۸۷). امکان و ضرورت آموزش کارآفرینی در مدارس، فصل‌نامه مطالعات برنامه درسی، ۳(۱۱): ۸۳-۷۳.
- غلامی، آویشه و کاکاوند، علیرضا (۱۳۸۹). رابطه قدرت تحمل ابهام و خلاقیت، فصل‌نامه اندیشه‌های نوین تربیتی، ۶(۴): ۲۵.
- کاظمی بازاردھی، معصومه (۱۳۸۸). تحلیل محتوای کتب مقطع ابتدایی بر اساس الگوی صحیح مصرف مواد غذایی، فصل‌نامه اندیشه‌های نوین تربیتی، ۵(۲): ۱۲.
- کردی، طاهره (۱۳۸۹). تحلیل محتوای کتاب علوم اجتماعی دوره راهنمایی و متوسطه در زمینه فرهنگ کارآفرینی، پایان نامه دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات تهران.
- سلجوقی، خسرو (۱۳۹۱). آموزش کارآفرینی کارآفرینی به شیوه ان اف تی ای، تهران: معاونت برنامه‌ریزی و نظارت راهبردی ریاست جمهوری.
- شریعتمداری، علی (۱۳۸۹). چند مبحث اساسی در برنامه‌ریزی درسی، تهران: سمت.
- ماریوتی، استیو (۱۳۹۰). آینده دردستان شما، ترجمه مریم فتاح زاده، تهران: مؤسسه کار و تأمین اجتماعی.
- مشایخ، فریده (۱۳۹۰). دیدگاه‌های نو در برنامه‌ریزی آموزشی، تهران: سمت.
- وائقی، بهنام (۱۳۹۰). تحلیل محتوای کتاب درسی کارآفرینی و نظر معلمان استان اردبیل از منظر مؤلفه‌های کارآفرینی، دانشگاه خوارزمی تهران.
- یزدی، سیده منور (۱۳۸۸). مقایسه شیوه و سبک‌های یادگیری دانشجویان دانشکده‌های مختلف دانشگاه الزهراء، فصل‌نامه اندیشه‌های نوین تربیتی، ۵(۲).



- Brush,R. (2003), Doctoral education in the field of entrepreneurship, *journal of management*, 29(16): 22-10.
- Bygrave,W.D. & Hofer, C.W. (1991). Theorising about entrepreneurship; entrepreneurship; *Theory and practice*; 16: 13-۲۰.
- chiru, cordintachiciu, lavrentiv, civchete, Georgianastela (2012). psychological factors, behavioral variables and acquired competencies in entrepreneurship education, *procedia*, 46, 4010-4015,
- Cahaya, Andi.Soardi, Ismail.Hadi, Cholichol. (2014). Entrepreneurship and Education creating Business Awareness for students in East Java Indonesia. *social and behavioral science*.
- Cotoioana, bodoasca, teodorcatana, lucia, cotoEmilia (2011). entrepreneurship European development strategy in field of education *procedia social and behavioral science*. 15, 3490-3494.
- Cotton, j (1990). Enterprise Education Experience, a Manual for School-Based In-Service Training, *CSDEC*, p.147.
- Fry,F (1993). *Entrepreneurship A Planning Approach*, Engiwoodc hiffs, njPrentice :Hall.
- Guen, semra (2009). New primary education course programmes and entrepreneurship, *procedia*, 1, 263-270,
- Hannon, p (2005). *The Journey Entrepreneur*. A review of existing research in to graduate entrepreneurship. IntEnt 2005 on Internationalizing Entrepreneurship Education and training, England.
- Kuratko, D & Hodgetts, R(1989). *Entrepreneurship; A Contemporary Approach*, (3rd ed.) .NY; The Dryden Press
- Popescu, Florentin. Harkema, Saskia. (2015). Entrepreneurship education for adults a case study, *procedia-social and behavioral science*, P213-220
- Setiawan jenny lukito (2013). examining entrepreneurial self- efficacy among students *procedia-social behavioral science*, 115, 235-242,
- Sufian Mohd & Abdul karim.(2016). *Entrepreneurship Education in Engenering Curriculum*, University of Tenga national, Selangor, 4300, Malaysia
- Uslu , Tuna.Bulbul Ayca, Cubuk Duygu (2015). *Effects of open Leadership to Organizational Innovation and Corporate An Investigation of the entrepreneurship*, P112
- Valliere, dave(2015). *an effectvation measure of entrepreneurial intent*, *procedia*, 169, 131-142,
- NFTE. (2015). Nfte cher professional Development, www.NFTE.com .2005/5/11.



پرویشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

**Effectiveness of Entrepreneurship training in the
Course of Work and Technology in Iran based on
Entrepreneurship Teaching Model of NFTE**

Mozhdeh Vahedi

PhD student of Curriculum Studies, Islamic Azad University, Science and
Research Branch, Tehran, Iran

Maryam Seif Naraghi¹

Faculty member, Islamic Azad University, Science and Research Branch,
Tehran, Iran

Ezatollah Naderi

Faculty member, Islamic Azad University, Science and Research Branch,
Tehran, Iran

Abstract

The present research aims at explaining the necessity of entrepreneurial training and its implementation in schools. For this purpose, Work and Technology books were analyzed based on the educational pack of "Entrepreneurship: Owning Your Future" (NFTE) as a model (an educational pack for entrepreneurship training which was designed for grades of 5-12 in developed countries). Categories related to entrepreneurial knowledge and information were basic in note taking and content analysis. The results obtained from content analysis of work and technology books and the model were compared quantitatively and qualitatively. The results indicated that frequency of entrepreneurial knowledge and information categories in pictures and texts in work and technology books were respectively 7 and 13 cases and in the model were 32 and 51 cases and the result of Square test showed that the frequency of pictures and texts were 19/92 and

1. m-seifnaraghi@srbiau.ac.ir

DOI: 10.22051/jontoe.2016.2549

Received:2016/1/28

Accepted:2016/11/7

14/74 ($P < 0/01$) which was meaningful and this frequency was much more in the model. The qualitative results showed attention to education of concepts such as entrepreneurship, features of successful entrepreneurs, advantages of being entrepreneur, starting a business in schools. It is suggested that work and technology books be evaluated according to the presented model of entrepreneurial education.

Keywords: Entrepreneurial education; Entrepreneur; Starting a business; Work and Technology books; Entrepreneurship; owning your future

