

## نقش مدرسه و خانواده در آموزش کارآفرینی

مریم حسینلو<sup>۱</sup>، رقیه بشیر<sup>۲</sup>

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد روانشناسی، دانشگاه پیام نور تبریز، ایران. (نویسنده مسئول).

۲. کارشناسی ارشد روانشناسی، دانشگاه پیام نور تبریز، ایران.

فصلنامه راهبردهای نو در روان‌شناسی و علوم تربیتی، دوره پنجم، شماره هجدهم، تابستان ۱۴۰۲، صفحات ۱۰۸-۱۰۰

### چکیده

امروز جوامع مختلف نگاه ویژه‌ای به کارآفرینی دارند و به دنبال این هستند که نقش نهادهای مختلف اجتماعی بر کارآفرینی را بررسی نمایند. مقاله علمی مروری حاضر باهدف پاسخ به این سؤالات که آیا کارآفرینی امری ارثی هست یا اکتسابی و در صورت اکتسابی بودن، نقش خانواده و مدرسه در امر آموزش و ارتقای چه چیزی هست، نگاشته شده است.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی، خانواده، مدرسه.

فصلنامه راهبردهای نو در روان‌شناسی و علوم تربیتی، دوره پنجم، شماره هجدهم، تابستان ۱۴۰۲



## مقدمه

نظام آموزشی در هر جامعه وظایف ویژه‌ای به عهده دارد که از جمله می‌توان آزادسازی و رهایی افراد جامعه از ناتوانی، آموزش و هدایت آنان به بازار کار را مورد نظر قرارداد. فرایند آموزش و هدایت افراد به بازار کار در دو دهه اخیر تحت تأثیر سه عامل عمده قرار گرفته است: افزایش جمعیت، رویدادهای منطقه‌ای و جهانی، همچنین تغییرات سریع فناورانه. در نتیجه وضعیت اشتغال دانش‌آموختگان به‌طور قابل‌ملاحظه‌ای دستخوش دگرگونی کرده است (امامی نژاد، ۱۳۸۳). یکی از راه‌های مقابله با این معضل، آموزش کارآفرینی به دانش‌آموزان می‌باشد.

کلمه کارآفرینی برگرفته از واژه‌ای فرانسوی، به معنای متعهد شدن می‌باشد که از قرن ۱۵ میلادی رایج شده است. در سال ۱۹۸۴ جان استوارت میل این واژه را به کلمه انگلیسی **Entrepreneurship** به معنای کارآفرینی ترجمه کرد. شومپتر کارآفرینی را نیروی محرک اصلی در توسعه اقتصادی می‌داند و فرایند کارآفرینی را تخریب خلاق می‌نامد؛ یعنی ویژگی تعیین‌کننده در کارآفرینی همانا انجام کارهای جدید با ابداع روش‌های نوین در انجام کارهای جاری است. از نظر وی نوآوری در زمینه‌های ارائه کالای جدید، ارائه روش جدید در فرایند تولید، گشایش بازاری تازه و یافتن منابع جدید کارآفرینی است (عباس زادگان، ۱۳۸۳).

کارآفرینی، خلق بینشی ارزشمند از هیچ، فرایند دستیابی به فرصت‌ها و دنبال کردن آن‌ها بدون توجه به منابع موجود می‌باشد (تیمونز<sup>۱</sup>، ۱۹۹۰). شکلی پویا از رفتار اقتصادی - اجتماعی است که طی آن افراد به علائم محیطی در مورد دسترسی به فرصت‌ها و منابعی که می‌توانند در جهت توسعه استفاده کنند، حساس هستند. کیفیتی است که افراد را قادر می‌سازد تا یک فعالیت جدید را شروع کنند، یا با قدرت و به‌طور نوآورانه فعالیت موجود را توسعه دهند. فرایند خلق چیزی متفاوت و با ارزش است که به مخاطرات مالی، روان‌شناختی و اجتماعی همراه آن و دریافت متفاوت و با ارزش است که به مخاطرات مالی، روان‌شناختی و اجتماعی همراه آن و دریافت پاداش‌های مالی و رضایت شغلی توجه دارد (هارپر، ۱۹۷۳، به نقل از امامی نژاد، ۱۳۸۳).

کارآفرین نیز فردی است که توانایی آن را دارد تا فرصت‌های کسب‌وکار را ببیند و آن‌ها را ارزیابی کند، منابع لازم را جمع‌آوری کند و از آن‌ها بهره‌برداری نماید و عملیات مناسبی را برای رسیدن به موفقیت پی‌ریزی کند. او می‌تواند با استفاده از عوامل تولید متعلق به دیگران و مدیریت خویش به فعالیت‌های مولد اقتصادی اقدام کند (صالحیان، ۱۳۸۳). او دارای قدرت بالا و توانایی دریافتن فرصت‌ها است که می‌تواند از طریق پرورش اندیشه با ایده خود و تبدیل آن به محصول یا خدمتی جدید به ارزش‌آفرینی از هیچ اقدام نماید. کارآفرینان افرادی نوآور با فکری متمرکز، به دنبال کسب توفیق و مایل به استفاده از میانبرها هستند. افرادی که کمتر مطابق کتاب کار می‌کنند و در نظام اقتصادی شرکت‌های نوآور، سودآور و با رشدی سریع را ایجاد می‌کنند امامی نژاد، ۱۳۸۳).

در مقاله علمی تحلیلی حاضر بر آن هستیم تا اول به این سؤال پاسخ دهیم که آیا کارآفرینی امری ارثی هست یا امری اکتسابی و آموزشی؟ اگر آموزشی هست خانواده و مدرسه چه تأثیری بر کارآفرین بودن دانش‌آموزان دارند

<sup>1</sup> Timmons

## کارآفرینی ارثی یا اکتسابی؟

یکی از مباحثی که در زمینه کارآفرینی مطرح می‌شود این است که آیا کارآفرینی امری ارثی است و یا اکتسابی و قابل آموزش؟ اکثر محققان معتقدند که کارآفرینی امری قابل آموزش بوده (فلمنگ<sup>۱</sup>، ۱۹۹۹؛ براون<sup>۲</sup>، ۲۰۰۰) و طی دوره‌هایی و به روش‌های مختلف می‌توان آن را آموزش داد (برجیا<sup>۳</sup>، ۱۹۹۶؛ ری و کارسنل<sup>۴</sup>، ۲۰۰۰). به عبارتی آموزش ابزار مهمی برای انتقال فرهنگ کارآفرینی است (برجیا، ۱۹۹۶) و امروزه در کشورهای مختلف، سازمان‌های زیادی به آموزش کارآفرینی به دانش‌آموزان می‌پردازند.

آموزش کارآفرینی فرایند یا مجموعه‌ای از فعالیت‌هایی است که قصد توانمندسازی افراد، توسعه و رشد دانش، مهارت‌ها، ارزش‌ها و فهم آن‌ها برای کارآفرینی را دارد. این فرایند نه تنها با فعالیت‌های محدودی مرتبط نیست بلکه طی آن باید مشکلات زیادی را شناسایی، تعریف، تعیین و حل کرد. به عبارتی آموزش کارآفرینی مقدمه‌ای برای کارآفرینی فراهم می‌کند و هدف آن پرورش و تربیت کارآفرینان آینده، توسعه مهارت‌ها و روحیه کارآفرینی و دانش با مهارت‌های خطر کردن در افراد می‌باشد (برجیا، ۱۹۹۶).

آموزش کارآفرینی به دنبال آماده‌سازی افراد مخصوصاً جوانان است برای مسئولیت‌پذیری و کارآفرین کردن افرادی که می‌خواهند کارآفرین شوند، یا متفکران کارآفرینی باشند. این آموزش فقط در مورد آموزش به یک فرد برای ایجاد یک کار بازرگانی نیست بلکه در مورد تشویق فرد برای تفکر خلاق و رشد یک حس خود ارزشی قوی و پاسخگویی است. از طریق آموزش کارآفرینی دانش‌آموزان یاد بگیرند که چگونه یک کار بازرگانی ایجاد کنند. آن‌ها یاد می‌گیرند که چگونه فرصت‌ها را بشناسند و آن‌ها را از طریق ارائه ایده‌های جدید و تعیین منابع لازم دنبال کنند. از طریق آموزش کارآفرینی دانش‌آموزان توانایی ایجاد و اداره یک خطر جدید و توانایی تفکر خلاق و انتقادی را در خود رشد می‌دهند (آنونموس<sup>۵</sup>، ۲۰۰۶). این آموزش می‌تواند به دو صورت رسمی و غیررسمی باشد. جنبه‌های رسمی آن بر فراهم کردن چهارچوب‌های نظری و تئوری که بر کارآفرینی تأکید می‌کنند، متمرکز است. این تئوری‌ها از طریق روش‌های شفاهی مثل سخنرانی و کتاب‌های درسی منتقل می‌شود و معلم به‌عنوان یک متخصص، فرایند یادگیری را تسهیل و اداره می‌کند. جنبه‌های غیررسمی آموزش کارآفرینی متحد با جنبه‌های رسمی آن است و بر مهارت‌سازی، توسعه نگرش‌ها و تغییر رفتارها تأکید می‌کند. در این بعد آموزش کارآفرینی، از روش‌های اکتشافی مثل تجزیه و تحلیل، بازدید از شرکت‌ها، طوفان فکری، پروژه‌های گروهی و غیره استفاده می‌شود (برجیا، ۱۹۹۶).

---

<sup>1</sup> Fleming

<sup>2</sup> Brown

<sup>3</sup> Briga

<sup>4</sup> Rea, Carsnell

<sup>5</sup> Anonymous

## مدارس و کارآفرینی دانش‌آموزان

کارآفرینی به‌مثابه عامل رشد و توسعه هر جامعه محسوب می‌شود و در این خصوص توسعه مدارس کارآفرین، به‌عنوان مراکز تولید علم و فناوری و محل کاربردی کردن دانش می‌تواند نقش بسزایی در پیشرفت و توسعه کشور در عرصه‌های جهانی داشته باشند (سازمان همکاری اقتصادی و توسعه<sup>۱</sup>، ۲۰۱۶). در دنیای امروز، به دلیل وجود عاملی همچون رشد فزاینده رقابت در سطح بین‌المللی و تغییرات سریع محیطی و فناورانه، وجود مدارس کارآفرین در کشورها امری ضروری است تا بدین‌وسیله جوامع بتوانند کارآیی و اثربخشی خود را افزایش دهند اما در این زمینه موانع و مشکلات مختلفی وجود دارد. از سویی با تعمقی بر نظام رسمی کنونی و روش‌های اجرایی آن به سهولت می‌توان بیان کرد که چرا نظام آموزش و پرورش کنونی، نیازمند یک مدرسه با ویژگی‌هایی متفاوت، روش‌ها، الگوها و راهکارهای اجرایی نوین است. در این راستا شماری از صاحب‌نظران عرصه تعلیم و تربیت معتقدند که برای افزایش کارآیی و به‌روزکردن نظام آموزشی باید هر چه زودتر ساختار تعلیم و تربیت کشور با توسعه دانش و مهارت‌های نوآورانه، کارآفرینی و فناوری‌های جدید اطلاعات و ارتباطات در دنیا هماهنگ شود. این عده، تربیت نیروی ماهر و خلاق را موجب دستیابی به تفکر خلاق و در نتیجه تحول عظیم به دنیای توسعه و نوآوری می‌دانند.

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. آموزش کارآفرینانه در ایران که اجرایی و عملی‌ترین راهبرد برون‌رفت از بن‌بست‌ها و مشکلات اقتصادی و اجتماعی کشور است، از یک‌طرف به الگوگیری از برنامه‌ها، خط‌مشی‌ها و تجربیات کشورهای پیشرفته، و از طرف دیگر در نظر گرفتن شرایط بومی کشور نیاز دارد. یکی از لازمه‌های آموزش کارآفرینانه در مدارس، اهمیت دادن به قوه ابتکار و خلاقیت دانش‌آموزان در محیط‌های آموزشی است. چراکه بیشتر محیط‌های آموزشی، بر محتوا - محور یا در برخی موارد آموزش‌گر - محور هستند. در این خصوص «دیوید مک کلند<sup>۲</sup>» بیان می‌کند که عامل عقب ماندگی اقتصادی کشورهای در حال توسعه مربوط به درک نکردن و بی‌توجهی به خلاقیت‌ها و مهارت‌های منحصر به فرد هر شخص است (لاکوس<sup>۳</sup>، ۲۰۱۳)؛ بنابراین یکی از مهم‌ترین راهبردهای یاددهی و یادگیری آموزش کارآفرینانه، نظام آموزش رسمی است؛ چراکه در کنار ابعاد نظری، ابعاد عملی شالوده آموزش عمل‌گرا است.

مناسب‌ترین محیط برای پرورش کارآفرینان در هر جامعه‌ای، محیط‌های آموزشی و به‌ویژه مدارس (از ابتدائی تا دبیرستان) است (حسینی و حسینی، ۱۳۹۱). مدارس می‌توانند با سرمایه‌گذاری بر دانش‌آموزان، نیروهای انسانی ماهر، متخصص، مبتکر، خلاق و در نهایت کارآفرین را تربیت کنند، در این زمینه مدارس رسالت‌های بسیار سنگینی بر عهده دارند. به‌طوری‌که در گام اولیه می‌بایست به شناخت کامل افراد خلاق و مبتکر اقدام کرده و ضمن بسترسازی فرهنگی، با تخصیص امکانات و منابع لازم برای رشد و شکوفایی افراد خلاق، زمینه بروز توانایی و بارور نمودن استعدادهای درونی و نهفته آنان را فراهم نماید (ابویی مهریزی و همکاران، ۱۳۹۰).

<sup>1</sup> Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)

<sup>2</sup> David Clarence McClelland

<sup>3</sup> Lackeus

بر این اساس ایجاد یک جو برانگیزاننده و مناسب از جمله برنامه‌هایی مانند تشویق دانش‌آموزان به شرکت در جشنواره‌های کارآفرینی و یا راه‌اندازی شرکت‌های دانش‌آموزی، هم به صورت بخشی از برنامه هفتگی مدرسه و هم به صورت فوق‌برنامه در این زمینه می‌تواند کارساز باشد (امین بیدختی و قاسمی، ۱۳۹۲). به‌طور کلی مدارس باید از دانش‌آموزانی حمایت کنند که روحیه و توان کارآفرینی دارند. آنان باید تشویق شوند و در نتیجه پس از فارغ‌التحصیلی، به‌جای جویندگان کار، افرادی را خواهیم داشت که خودمی‌توانند کار جدیدی را شروع کنند (عباس زاده، ۱۳۹۳).

یکی از شخصیت‌هایی که به‌عنوان عامل مهم و تأثیرگذار بر نوع روش تدریس، اهداف و محتوای آموزشی است، نقش معلم و تفکرات ذهنی او در این زمینه است. در واقع معلمان، بر سر دوراهی انبوه تحولاتی که با آموزش کارآفرینی همراه است قرار دارند؛ به‌گونه‌ای که آن‌ها کار خود را از اهداف کلی آموزش کارآفرینی شروع می‌کنند و همگام با رشد سطح فعالیت‌های کارآفرینی در جامعه، این اهداف را در قالب فعالیت‌های آموزشی و بازدهی یادگیری می‌گنجانند. از این رو می‌توان گفت که تحقق آموزش کارآفرینی، بر پایه یادگیری معلم و قدرت انتقال او استوار است؛ زیرا آنان بهترین افراد برای بررسی اهداف، عملکرد و نتیجه آموزش کارآفرینی محسوب می‌شوند (سیکولا، ۲۰۰۷، به نقل از گرانی شیخ و پارسا، ۱۳۹۴).

خلاقیت یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان است که کارآفرینی بدون آن امکان‌پذیر نیست خلاقیت می‌تواند به‌وسیله معلمان در دانش‌آموزان شکوفا گشته و یا از بین برود؛ بنابراین معلمان باید محیط و فضای مساعدی برای رشد و پرورش خلاقیت دانش‌آموزان فراهم آورند. کارل راجرز در این زمینه می‌نویسد خلاقیت را نمی‌توان با فشار ایجاد کرد بلکه باید به آن اجازه داد تا ظهور کند همان‌گونه که زارع نمی‌تواند جوانه را از دانه بیرون بیاورد، اما می‌تواند شرایط مناسبی برای رشد دانه فراهم آورد (مطهری، ۱۳۸۰). معلمان باید در کلاس درس برای بروز و ظهور خلاقیت در دانش‌آموزان از سؤالات واگرا استفاده کنند این قبیل سؤالات اجازه بیش از یک انتخاب از میان جانشین‌های متعدد به دانش‌آموزان می‌دهد (آزاد، ۱۳۸۶). کردی (۱۳۷۷) تصریح می‌کند که دانش‌آموز در مقام فراگیرنده، به‌شدت تحت تأثیر رفتار معلم قرار دارد. پیش از پرداختن به شیوه‌های پرورش خلاقیت دانش‌آموزان، باید به فکر معلمانی نواندیش، نوآور و خلاق بود؛ چرا که معلم اگر خود الگوی خلاقیت نباشد، آموزش خلاقیت از سوی او کاملاً بی‌فایده خواهد بود. وجود ویژگی‌های ذیل در معلمان باعث رشد خلاقیت در دانش‌آموزان می‌شود: استقلال فکری، اعتمادبه‌نفس، خطرپذیری عادت و تمایل به خلاقیت، جرأت متفاوت بودن، ملاک ارزشیابی درونی، انرژی و فن بیان، انعطاف‌پذیری فکری، تمایل به تغییر اشیاء، داشتن اهداف دوردست و شوخ‌طبعی. از سوی دیگر وی وجود این خصوصیات در معلمان را مانع رشد خلاقیت دانش‌آموزان در کلاس می‌داند: آثار مطابقت، ایمان بیش‌ازحد به منطق، ترس از اشتباه یا ناکامی، نداشتن استقلال، اتکا به قدرت، منفی‌گرایی و کمال‌گرایی، نداشتن تمرکز ذهنی، تحمل نکردن، ابهام و تضاد، وابستگی و انجماد فکری معلم و سپس تصریح می‌کند که وجود انعطاف و تغییرپذیری همراه با احساس امنیت در کلاس درس، از عواملی هستند که به‌شدت خلاقیت و آفرینندگی دانش‌آموز را تحریک می‌کنند و آن را پرورش می‌دهند (کردی، ۱۳۷۷ به نقل از گرانی شیخ و پارسا، ۱۳۹۴).

<sup>1</sup> Seikkula-Leino

## خانواده و کارآفرینی دانش‌آموزان

خانواده از ابتدای تاریخ تاکنون در بین همه‌ی جوامع بشری، به‌عنوان اصلی‌ترین نهاد اجتماعی، زیربنای جوامع و منشأ فرهنگ‌ها، تمدن‌ها و تاریخ بشر شناخته‌شده است (عطارد و خسروی، ۱۳۹۵). این نهاد اساسی و محوری در جامعه به‌عنوان هسته نخستین سایر نهادهای اجتماعی به شمار می‌آید. میزان موفقیت و سهمی که افراد برای ایفای نقش در واحدهای بزرگ اجتماعی ایفا می‌کنند بستگی تام به نحوه رشد و تربیت و شکوفایی استعدادهای آن‌ها در کانون مقدس خانواده دارد (بحرینی، ۱۳۹۰)؛ بنابراین باید سرچشمه‌ی کارآفرینی را بر اساس تجربیات دوران زندگی در محدوده خانواده و فرهنگ مربوطه پیدا کنیم (امامی و همکاران، ۱۳۹۰). خانواده، کانونی است که در شکل‌گیری ویژگی‌های کارآفرینی می‌تواند نقش حیاتی ایفا کند (خانی جزنی، ۱۳۸۷)؛ بنابراین بسیاری از ویژگی‌های کارآفرینان همانند خلاقیت، نوآوری، پیشرفت طلبی، استقلال‌طلبی، ریسک‌پذیری و مرکز کنترل درونی توسط خانواده‌ها در فرزندان تقویت می‌شود.

با توجه به نقش پراهمیت خانواده بر شکل‌گیری فرهنگ کارآفرینی فرزندان خود، این نهاد تأثیرگذار از سه جنبه روش‌های تربیتی والدین، الگوی نقش و آموزش‌ها و تجارب دوران کودکی موردبررسی قرار می‌گیرد.

### الف) روش‌های تربیتی والدین

خانواده اولین پایه‌گذار شخصیت افراد است که از طریق سبک‌های تربیتی می‌تواند نقش مهمی در تعیین سرنوشت، سبک زندگی و انتخاب شغل افراد داشته باشد. لذا روش‌های تربیتی والدین بر رفتار، عملکرد و درنهایت بر شخصیت افراد تأثیرگذار است. والدین با آموزش اصول و مهارت‌های بنیادی زندگی می‌توانند از آینده فرزندان خود مطمئن باشند (قدس علوی، ۱۳۹۲). آنان با رفتار خود می‌توانند در رشد اعتمادبه‌نفس، خلق ایده‌های جدید در خانواده و تعیین مسیر شغلی فرزندان، نقش‌های اساسی را ایفا کنند (ظهیری، ۱۳۹۳). نقش و اهمیت خانواده به‌عنوان کانون اندیشه‌ی نوگرایی، در ایجاد روحیه خلاقیت و نوآوری در افراد، گسترش روحیه کارآفرینی و توسعه کسب‌وکار جدید در جامعه، انکارناپذیر است و این‌زمانی اثرگذار می‌شود که آموزش‌های لازم به خانواده‌ها داده شود و خانواده‌ها را از نقشی که در کارآفرینی فرزندان‌شان می‌توانند ایفا کنند، آگاه نمایند (احمدی و همکاران، ۱۳۹۱).

### ب) الگوی نقش

اگر خانواده را از دیدگاه نهادی موردبررسی قرار دهیم به این نتیجه می‌رسیم که خانواده از نظر کمی و کیفی می‌تواند کانون اصلی اندیشه، کار و تلاش و پرورش روحیه‌ی خلق ایده در افراد باشد. وقتی پدر و مادر همچون الگویی تلاشگر و مؤثر در عرصه‌ی کار و تولید در جامعه ظاهر شوند، کارکردهای مثبت ناشی از فعالیت آن‌ها، فرزند را به سمت‌وسویی ترغیب می‌نماید که ذهن خود را به‌صورتی منسجم و ثمربخش به خلق ایده‌های نو، استقلال اقتصادی و کسب موفقیت، دگرگون می‌سازد (ظهیری، ۱۳۹۲). به‌طورکلی وجود یک الگوی نقش، موجب تشویق تلاش‌های کارآفرینانه در فرد می‌شود. خانواده، دوستان و افراد موفق به‌عنوان الگوهای نقش برای کارآفرین شدن مؤثرند. نتایج تحقیقات نشان می‌دهد که اکثر پدران کارآفرینان، مالک و مدیر بوده‌اند. البته مشاهده موفقیت اشخاص دیگر نیز کارآفرینان را متمایل به پذیرش مخاطره کارآفرینی می‌کند (عباس زاده، ۱۳۹۳). باید گفت، کارآفرینی

فرایندی اکتسابی است و خانواده در شکل‌گیری آن نقش مهمی را ایفا می‌کند، زیرا خانواده می‌تواند عنصر پویایی را در افراد ایجاد کند. اگر افراد خانواده و جامعه در محیطی هماهنگ به تعامل پردازند، قالب‌های اجتماعی نوآورانه شکل می‌گیرد که در موفقیت و توسعه کارآفرینی نقش بسیار مهمی دارد.

### ج) آموزش‌های زود هنگام و تجربیات دوران کودکی

تجربیات دوران کودکی به‌عنوان ریشه‌های فرهنگی کارآفرینی به‌ویژه در خانواده می‌تواند بیشترین تأثیر را در زندگی اشخاص و آینده کاری آن‌ها داشته باشد (امامی و همکاران، ۱۳۹۰). به دلیل این‌که تجربیات و آموزش‌های دوران کودکی همراه با مشاهده و شکل‌گیری شخصیت کودک همراه است ارزش بسیار زیادی دارد پس والدین باید برای کودک خود محیطی ایجاد کنند که برانگیزاننده باشد و توانایی‌ها و مهارت‌های متناسب با سن رشد او را به چالش بکشد. آنان باید مواد و مصالح متنوع در اختیار فرزند قرار دهند و فرصت کسب تجربه و آزمون و خطا را به وی بدهند (تولایی، ۱۳۹۱). به‌عنوان مثال کودکان چینی در دوران رشد، مباحث فروش، شمارش پول، پول خرد کردن، خرید از بازار و نحوه پس‌انداز و افتتاح حساب را یاد می‌گیرند. آن‌ها در ایام تابستان به پدر و مادر خود کمک کرده و از اوقات فراغت خود برای یادگیری تجارت عاقلانه استفاده می‌کنند (امامی، عباسی و پرویزی، ۱۳۹۰). همچنین آموزش زود هنگام در مهارت‌های فنی و صنعتی و غیره پیش از کسب مدرک دانشگاهی برای رسیدن به هدف کارآفرینی مؤثر است (عسکری، ۱۳۹۰). البته عوامل دیگری هم چون میزان تحصیلات، نوع شغل والدین، ساخت خانواده، روابط خانوادگی (به‌خصوص رابطه والدین با فرزندان)، درآمد خانواده و میزان برخورداری از امکانات رفاهی در شکل‌گیری فرهنگ کار در خانواده می‌تواند تأثیر داشته باشد (امامی و همکاران، ۱۳۹۰).

### بحث و نتیجه‌گیری

کارآفرین، فردی است که مشکلی را حل می‌کند و هرچه مشکلات بیشتری را حل و گره‌گشایی کنیم به آن معنا است که بیشتر کارآفرین بوده‌ایم. یکی از عوامل بیکاری به‌ویژه در بین دانش‌آموختگان، مطابقت نداشتن مدارک تحصیلی و علایق فارغ‌التحصیلان با اشتغال موجود در جامعه است. بررسی نظام آموزشی و کسب تجربه‌های موفق از کشورهای کره جنوبی، ژاپن، ترکیه، مالزی، فنلاند، آلمان و فرانسه نشان می‌دهد که ۳۰ دانشگاه موفق جهان در کنار خود مدرسه کارآفرینی یا «بیزنس اسکول» دارند، درحالی‌که در کشور ما این موضوع تازگی دارد. ایجاد تفکر کارآفرینی در ذهن کودکان از جمله رسالت‌های اصلی وزارت آموزش و پرورش است و باید در این زمینه اقدام‌های مهمی انجام شود.

هدف از آموزش کارآفرینی در مدارس این است که جوانان به‌جای اینکه به فکر استخدام و تحقق اهداف مدیر خود باشند. با خلاقیت و طرح ایده‌های نو با کسب مهارت‌های کارآفرینی برای تحقق رویاهای خودشان تلاش کنند. تربیت نیروی انسانی خلاق، متخصص، کارآفرین، مسئولیت‌پذیر، آینده‌نگر، فعال و نوآور از اهداف آموزش کارآفرینی در مدارس است. افراد کارآفرین علاوه بر اینکه می‌توانند به موفقیت‌های بزرگ و منافع شخصی برسند می‌توانند منشأ تحولات بزرگی در زمینه‌های صنعتی، تولیدی و خدماتی شوند. کارآفرینی در مدارس به معنای دستیابی به منابع و منافع مالی ناشی از کارآفرینی و یک ارزش تلقی می‌شود؛ و این ارزش خود انگیزه‌ای برای خلق ایده‌های نو و به ثمر رساندن آن‌ها می‌باشد.



در جوامعی که از نظام اقتصادی پیشرفته‌ای برخوردارند خانواده به دو طریق شخصی با این نظام برخورد دارد. خانواده تبدیل به واحدی می‌شود که اجراکنندگان کلیه نقش‌های موجود در وضعیت‌های مختلف سیستم اقتصادی را در خود می‌پروراند. احراز این مقام‌ها و شغل‌ها در ایفای نقش خانوادگی اثر مهمی دارد. از دورانی که نوجوانان دست‌به‌کارهای نیمه‌وقت می‌زنند تا زمانی که به‌عنوان یک بزرگسال نقش یک ایفاکننده تمام‌وقت را ایفا می‌کنند به‌طور مداوم در حال تغییر نیازمندی‌ها و وظایف خانوادگی هستند. منبع اقتصادی جدید به فرزندان استقلال بخشیده و موقعیتی برای آنان به وجود می‌آورد تا فعالیتی بیش از آنچه قبلاً در سطح خانواده داشته انجام دهند. تأثیر این فعالیت اقتصادی یک نوع کسب تجربه به جهت اجتماعی شدن افراد خانواده است.

### پیشنهادات

- ❖ آموزش مسئولین آموزش و پرورش به‌ویژه معلمان درباره نقش و اهمیت کارآفرینی در جامعه و شیوه آموزش و یادگیری آن برای خانواده‌ها و دانش‌آموزان.
- ❖ تدوین محتوای الکترونیکی کارآفرینی در قالب چند رسانه‌ای برای خانواده‌ها و دانش‌آموزان
- ❖ این محتوا برای مخاطبین کودک و نوجوان در مقایسه با محتوای کتاب درسی باید جذاب‌تر باشد.
- ❖ برگزاری مراسم‌ها و آیین‌های ترویج آموزش کارآفرینی در مدارس
- ❖ می‌توان از دانش‌آموزان سابق که به‌عنوان کارآفرین در جامعه فعالیت می‌کنند، برای ارائه و انتقال تجربیات خود به دانش‌آموزان دعوت کرد.
- ❖ برپایی دوره‌های کارورزی کارآفرینانه برای خانواده‌ها و دانش‌آموزانی که می‌خواهند کارآفرین شوند.
- ❖ تربیت معلمان خاص برای آموزش کارآفرینی در مدارس.
- ❖ آموزش فعالیت‌های عملی محور کارآفرینی به‌جای آموزش معلم محور، بطوریکه دانش‌آموزان از طریق انجام فعالیت و درگیر شدن با کارآفرینی آشنا شوند.

### منابع

- احمدی، فریدون؛ مفاخری نیا، فرانک و فرجی، بهیه (۱۳۹۱). ترویج فرهنگ کارآفرینی با رویکرد اسلامی در دانشگاه‌های استان کردستان. دوفصلنامه مدیریت در دانشگاه اسلامی، ۱(۳)، ۵۰۲-۴۸۵.
- امامی نژاد، م. (۱۳۸۳). کارآفرینی در ساختار سازمانی مناسب عامل توسعه سازمانی. مدیریت کیفیت و کارآفرینی. ماهنامه مدیریت، ماهنامه علوم انسانی، ۱۴، ۸۹-۹۰.
- امامی، محمدرضا و سعیدی، معصومه سادات (۱۳۸۷). ابعاد و راهکارهای پرورش و توسعه فرهنگ کارآفرینی و کارآفرین پروری در کشور. ماهنامه اجتماعی، اقتصادی، علمی و فرهنگی کار و جامعه، ۹۸، ۶۱-۵۴.
- امامی، مصطفی؛ عباسی، محسن و پرویزی، مهدی (۱۳۹۰). کارآفرینی (مفاهیم، تئوری‌ها و مکاتب). تهران: سخنوران رشدآوران.



- امین بیدختی، علی اکبر و قاسمی، طاهره (۱۳۹۲). مقایسه ویژگی های شخصیتی مرتبط با کارآفرینی در دانش آموزان دبیرستان های دولتی و غیرانتفاعی شهرستان گرمسار. پژوهش های آموزش و یادگیری، دو فصلنامه علمی پژوهشی دانشگاه شاهد، ۲۰(۳)، ۳۰۲-۲۸۹.
- آزاد، ابراهیم (۱۳۸۶). بهبود آموزش در کلاس درس، مجله رشد آموزش فنی و حرفه ای، ۲(۴)، ۱۹-۱۵.
- حسینی، سیده راحله و حسینی، سیده الهام (۱۳۹۱). آموزش کارآفرینی: رویکردی نو در جهت حل مشکل اشتغال فارغ التحصیلان کشاورزی. کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان، آبان ماه، دانشگاه مازندران.
- خانی جزینی، جمال (۱۳۸۶). تأثیر آموزش کارآفرینی بر ارتقای فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه های کشور. فصلنامه اقتصاد و تجارت نوین، ۱۰-۱۱، ۲۴۲-۲۶۵.
- صالحیان، ع. (۱۳۸۳). الگوی پرورش مدیران کارآفرین. ماهنامه مدیریت، ماهنامه علوم انسانی، ۱۴، ۹۰.
- ظهیری، هوشنگ (۱۳۹۳). بررسی جامعه شناختی نقش خانواده در فرهنگ اقتصادی با تکیه بر روحیه کارآفرینی. ماهنامه پیوند، ۱۹-۱۸، ۶۰-۶۲.
- عباس زادگان، م. (۱۳۸۳). مدیریت کیفیت و کارآفرینی. ماهنامه مدیریت، ماهنامه علوم انسانی، ۱۴، ۸۹-۹۰.
- عسکری، محمدهادی (۱۳۹۴). فرهنگ کارآفرینی شاکله هویت افراد کارآفرین. ماهنامه مهندسی مدیریت (علمی پژوهشی)، سال هفتم، شماره ۶۲، صص ۷۳-۶۶.
- عطارد، محمدمهدی و خسروی، حسن (۱۳۹۵). خانواده مطلوب در بستر حقوق عمومی پایان نامه کارشناسی ارشد. گرایش حقوق عمومی. دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی.
- کردی، عبدالرضا (۱۳۷۷). خلاقیت در کلاس درس. رشد آموزش ابتدائی، ۲(۱۱)، ۱۸-۱۱.
- مطهری، محمد رضا (۱۳۸۰). نقش معلم در شکوفایی خلاقیت، معرفت، ۵۰، ۸۶-۸۲.
- Briga, H. (1996). Entrepreneurship education and training introducing entrepreneurship education into non-business discipline. *European Industrial Training*, 20(8), 10.
- Fleming, P. (1999). Education for entrepreneurship in the curriculum at university level, *Industry & Higher Education*, 405.
- Seikkula-Leino, J. (2007). Opetussuunnitelmaudistus ja yrittäjyyskasvatuksen toteuttaminen. *Opetusministeriön julkaisuja 2007:28*. Yliopistopaino, Helsinki.
- Timmons, J. (1990). *New venture creation*. Boston: IRWIN, Home Wood.