

## آموزش کارآفرینی در مقطع ابتدایی با هدف تقویت نگرش کارآفرینانه

ندا بهمنی<sup>1</sup>، زهرا آراستی<sup>2\*</sup>، سیدرسول حسینی<sup>3</sup>

1. کارشناس ارشد مدیریت کارآفرینی، دانشگاه تهران

2. دانشیار دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران

3. استادیار دانشگاه فرهنگیان

تاریخ دریافت: 1395/6/1

تاریخ پذیرش: 1396/2/19

### چکیده

مقطع ابتدایی از مقاطع مهم و اثرگذار در دوران زندگی است. با توجه به اینکه ارزش‌های کسب‌شده قبل از 20 سالگی حفظ می‌شوند، آموزش کارآفرینی در مقطع ابتدایی اهمیت می‌یابد و محتوای آموزش کارآفرینی در این دوره باید متناسب با نیازها و توانمندی‌های دانش‌آموزان تدوین شود. بسیاری از کشورها با در نظر گرفتن این مسئله و برنامه‌ریزی بلندمدت و کوتاه‌مدت مقوله آموزش کارآفرینی را وارد برنامه‌های رسمی و غیررسمی مدارس خود کرده‌اند. پژوهش حاضر، با هدف شناسایی مفاهیم قابل آموزش کارآفرینی به منظور تقویت نگرش کارآفرینانه در دانش‌آموزان مقطع ابتدایی انجام شده است. این تحقیق بر مبنای هدف، کاربردی و برحسب گردآوری اطلاعات کیفی، تحلیل روایتی است. جامعه آماری شامل 9 نفر از خبرگان دانشگاهی و 2 تجربه تجربی که به صورت هدفمند انتخاب شدند و نمونه‌گیری تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافته است. بر اساس یافته‌های تحقیق، مفاهیم قابل آموزش در هر یک از پنج بعد نگرش کارآفرینانه شامل میل به موفقیت، کنترل شخصی، خلاقیت و نوآوری، عزت نفس و تشخیص و بهره‌برداری از فرصت شناسایی هستند. نتایج این پژوهش به برنامه‌ریزان تألیف کتب درسی، متخصصان امر آموزش کارآفرینی و برگزارکنندگان دوره‌های آموزش کارآفرینی کودکان در تدوین محتوای مناسب این مقطع یاری می‌رساند.

**واژه‌های کلیدی:** آموزش کارآفرینی، محتوا، مقطع ابتدایی، نگرش کارآفرینانه

## مقدمه

با توجه به اهمیت کارآفرینی در توسعه اقتصادی، بسیاری از کشورها برنامه درسی مدارس خود را به سوی کارآفرینی پیش می‌برند و از این طریق بر نرخ فعالیت‌های کارآفرینانه اثر می‌گذارند (Raposo and Paço, 2011). مطابق نتایج، آموزش‌های رسمی در مقطع ابتدایی درباره نگرش کارآفرینانه، اثر مستقیمی بر کارآفرین شدن افراد در آینده دارد (Axelsson et al., 2015; Paço and Palinhas, 2011; Johansen, 2007; Kourilsky and Walsted, 1998) و هنگامی که امکان خوداشتغالی برای این افراد به وجود بیاید، می‌تواند آن را به عنوان یک مسیر زندگی برگزینند (Kourilsky and Walstad, 1998; Henry et al., 2005; Gibb, 2006; Pfeiffer, 2000). (et al., 2008; Stevenson and Lundström, 2002; Rasheed, 2000)

درواقع، آموزش کارآفرینی کودکان در مقطع ابتدایی خلق وسیله‌ای جدید یا راه‌اندازی کسب و کار نیست، بلکه هرگونه تلاش برای از بین بردن موانعی است که سبب کاهش انگیزه کارآفرینان بالقوه می‌شود (Otuya et al., 2013). توجه به آموزش کارآفرینی در این سن ضروری است (Kourilsky, 1995) و به دلیل آنکه شخصیت کودکان در این سن انعطاف‌پذیری بیشتری دارد، بهترین زمان برای آموزش مفاهیم کارآفرینی و کسب و کار است (Ejiogu and Nwajiuba, 2012; Paço and Palinhas, 2011; Rabbior, 1990). مطالعات قبلی نیز نشان می‌دهد، 25 درصد از کودکان در دوران پیش از دبستان و 3 درصد از دانش‌آموزان راهنمایی، ویژگی‌های کارآفرینانه مانند ریسک‌پذیری را نشان می‌دهند و آموزش‌های غلط سبب کم‌رنگ شدن این ویژگی‌ها می‌شود (Mitra and Matly, 2004). کارآفرینی یک طرز فکر و بینش است که دوران کودکی، مرحله ایده‌آل برای نفوذ در نگرش نسبت به کارآفرینی است (Axelsson et al., 2015) و سال‌های اولیه مدرسه سهم بسزایی در پرورش این بینش دارد (احمدی و فضائلی فرد، 1392). این آموزش‌ها می‌تواند افراد را مسئولیت‌پذیرتر بار آورد و آن‌ها را تبدیل به کارآفرینان یا متفکران حوزه کارآفرینی کند و در مواجهه با چالش‌های کسب و کار موفق‌تر عمل کنند (Urbano, 2008). درواقع، نگرش کارآفرینانه به عنوان فاکتور مهم در هدف و موفقیت دانش‌آموزان برای کارآفرین شدن به‌شمار می‌رود (Pihie and Bagheri, 2010). آموزش‌های اولیه درباره نگرش کسب و کار در سال‌های پیش از دبستان،

سبب تشویق کودکان به سمت انتخاب کارآفرینی به عنوان گزینه شغلی می شود (Kourilsky and Walstd, 1998).

آموزش کارآفرینی از مدرسه و به خصوص در سنین دبستان چه از لحاظ تعداد معلمان (کمی) و چه به لحاظ تأثیر این دوره در سراسر زندگی و دوران تحصیل (کیفی)، نقشی مهمی در ترویج فرهنگ کارآفرینی دارد (جعفری مقدم و فخارزاده، 1390). گزارش کمیسیون آموزش کارآفرینی اروپا در سال 2012 هدف نهایی از برنامه های آموزش کارآفرینی در مدارس ابتدایی را دستیابی به نگرش در زمینه کارآفرینی عنوان می کند (کمیسیون اروپا، 2012). علی رغم اهمیت آموزش کارآفرینی در مقطع ابتدایی، متأسفانه بیشتر تحقیقات صورت گرفته درباره آموزش کارآفرینی در سطح دانشگاه (Rapso et al., 2008; Sanchez, 2010; Rodrigues et al. 2011) یا در سطوح متوسطه (Paço and Palinhas, 2008) است؛ این در حالی است که بسیاری از تحقیقات، آموزش کارآفرینی را به عنوان یک ضرورت در سنین ابتدایی مطرح کرده اند (سبزه، 1394؛ Burnett, 2008; Oosterbeek et al, 2010; Axelsson et al, 2015; Paço et al. 2008). برنامه های آموزش کارآفرینی در ایران نیز بیشتر در مقطع آموزش عالی دنبال می شود و این آموزش ها به صورت رسمی در سطوح ابتدایی، راهنمایی (دوره اول مقطع متوسطه) و دبیرستان (دوره دوم مقطع متوسطه) کمتر توجه شده است. آموزش های غیررسمی نیز به صورت محدود صورت می پذیرد (بهمنی، 1392). این در حالی است که بندهای سند تحول بنیادین نظام آموزش و پرورش (1390) و سند برنامه ملی درسی (1391) بر مفاهیم خلاقیت و نوآوری، آشنایی با مشاغل در جامعه، خودآگاهی و اعتماد به نفس، آشنایی با کارآفرینی و کسب و کارها برای تربیت نیروی انسانی کارآمد تأکید دارد (جعفری مقدم و فخارزاده، 1390؛ بهمنی، 1392). با توجه به اهمیت آموزش کارآفرینی در مقطع ابتدایی و به منظور اجرای مؤثر برنامه آموزش کارآفرینی در این مقطع، به محتوای درسی مناسب آن نیاز است که از زیرساخت های اجرای برنامه آموزشی است. در این راستا، پژوهش حاضر به دنبال شناسایی مفاهیم قابل آموزش کارآفرینی در مقطع ابتدایی، متناسب با ویژگی های کودکان و نیازهای جامعه ایران با هدف تقویت نگرش کارآفرینانه است.

### مروری بر مبانی نظری و پیشینه تحقیق

محققانی مانند اجزن<sup>1</sup> (1991) و روزنبرگ و همکاران (1960)، نگرش را به عنوان حالتی از آمادگی یا تمایل در نظر گرفته اند که به طور کلی، حالتی موافق یا مخالف را نسبت به موضوع نگرش ایجاد می کند. نگرش یک حالت درونی و آمادگی است، بدین معنی که نگرش رفتار نیست، بلکه پیش رفتار است. نگرش کارآفرینانه را می توان به صورت جهت گیری های شخصی به سوی فعالیت های ارزش افزا در آینده و خوداستخدامی در کسب و کارهای کوچک تعریف کرد (Burger et al., 2005). در واقع، نگرش کارآفرینانه فرد را درگیر فرایند کارآفرینی می کند (Sharif and Saud, 2009) و تفکیک کننده کارآفرینان از غیر کارآفرینان است (Lindsay et al., 2007). نگرش کارآفرینانه، تابعی از هر سه نوع واکنش شناختی، عاطفی و رفتاری به یک موضوع کارآفرینانه مشخص است (Robinson et al, 1991). نتایج پژوهش ها نشان می دهد که نگرش کارآفرینانه و آموزش، سبب جهت گیری ذهنی و شخصی به سمت خوداشتغالی، کارآفرینی و مشارکت در فعالیت های ارزش آفرین خواهد شد (Burger and Mahadea, 2005; Pihie and Bagheri, 2010; Lindsay et al., 2007; Axelsson et al., 2015). رایبسون و همکاران (1991)، نظریه نگرش را برای پیش بینی فعالیت کارآفرینانه ارائه می دهد و آن را متشکل از چهار بعد میل به موفقیت، مرکز کنترل، عزت نفس و نوآوری می داند که هر کدام دارای سه جنبه شناختی، عاطفی و هنجاری در ارتباط با ایجاد کسب و کار و کارآفرینان است. در بعد میل به موفقیت رسیدن به هدف، در بعد کنترل شخصی کنترل فرد بر خود و میزان اثرگذاری، در بعد خلاقیت و نوآوری بروز رفتار و ارائه راه های جدید و در نهایت، در بعد عزت نفس باور فرد درباره شایستگی ها در برخورد با کارهای خویش تعریف می شود. در برخی تحقیقات، تشخیص و بهره برداری از فرصت ها که به احساس نیاز یا مشکل اشاره دارد (Ardichivili, 2003 et al.) نیز به عنوان عامل مهم در بروز رفتار کارآفرینانه یاد شده است (Lindsay et al., 2007؛ جعفری مقدم و فخرزاده، 1390؛ European Commission, 2012).

تقویت نگرش کارآفرینانه در کودکان، چیزی جدا از تقویت دانش و مهارت نیست (Axelsson et al., 2015; Heinonen and Poikkijki, 2006) و در بسیاری از کشورهای اروپایی مانند سوئد، نروژ و پرتغال برنامه‌های آموزش کارآفرینی که متمرکز بر نگرش کارآفرینانه است، آموزش مهارت، دانش و نگرش را به همراه دارد (Axelsson et al., 2015؛ بهمینی، 1392). جدول 1 خلاصه‌ای از مطالعات انجام شده درباره مفاهیم قابل آموزش کارآفرینی، با هدف تقویت نگرش کارآفرینانه در مقطع ابتدایی را نشان می‌دهد.

جدول 1. خلاصه یافته‌های پژوهش‌های پیشین

ردیف	پژوهشگر	سال	مفاهیم قابل آموزش
1	هبر و همکاران <sup>1</sup>	2014	خودباوری، ریسک‌پذیری، اخلاقیت، میل به موفقیت (موفقیت‌طلبی)
2	کمیسیون آموزش کارآفرینی اروپا <sup>2</sup>	2012	آگاهی از مشاغل و فرصت‌های شغلی، آشنایی با دنیای کار، مهارت‌های کلامی و غیر کلامی، مهارت برنامه‌ریزی، کار تیمی، خودآگاهی، اعتماد به نفس، اعتماد به توانایی‌ها، تفکر انتقادی، حل مسئله
3	پاچو و پالینهاس <sup>3</sup>	2011	آشنایی با مشاغل جامعه، مهارت‌های ارتباطی، مفاهیم اقتصادی، تصمیم‌گیری، رابطه دولت و جامعه و مردم، کار گروهی
4	هلیبران <sup>4</sup>	2010	تمایل به نوآوری، اخلاقیت، انگیزه پیشرفت، خودباوری، همکاری، ابتکار عمل، تفکر خلاق، حل مسئله، کار تیمی، تلاش برای تغییر، تحمل ابهام
5	کوریلسکی و والستد <sup>5</sup>	1998	مفاهیم اقتصادی، فرصت‌های کسب و کار، مدیریت کسب و کار، ویژگی‌های کارآفرین (داشتن استقلال عمل، رهبری کردن، اخلاقیت، حل مسئله)، شناخت بازار
6	سبزه	1394	آگاهی از مشاغل و فرصت‌های شغلی، آشنایی با دنیای کار، مهارت‌های کلامی و غیر کلامی، مهارت برنامه‌ریزی، کار تیمی، خودآگاهی، اعتماد به نفس، اعتماد به توانایی‌ها، تفکر انتقادی، حل مسئله، تصمیم‌گیری

1. Huber et al.
2. Europe Commission
3. Paço and Palinhas
4. Heilbrunn
5. Kourilsky and Walsted

در ایران، از آموزش کارآفرینی کودکان چه در حوزه پژوهش و چه در حوزه عمل غفلت شده است (بهمنی، 1392). پژوهش‌های اندکی در حوزه آموزش کارآفرینی کودکان در ایران صورت گرفته است (سبزه، 1394؛ حسینی خواه، 1387؛ استیری، 1389) که بیشتر بر ضرورت آموزش کارآفرینی در این مقطع تحصیلی تأکید داشته و تنها سبزه (1394)، به طراحی برنامه درسی کارآفرینی برای کودکان پیش دبستانی پرداخته است. در حوزه عمل نیز تعداد محدودی مؤسسه فعال مرتبط با آموزش‌های کارآفرینی برای کودکان 8-12 سال با فعالیت محدود وجود دارند (بهمنی، 1392).

چارچوب مفهومی این تحقیق، مدل نگرش کارآفرینانه رایبسون و همکاران (1991) است که نگرش را در چهار بعد میل به موفقیت، کنترل شخصی، خلاقیت و نوآوری و عزت نفس بیان می‌کند. همچنین به دلیل اهمیت تشخیص و بهره‌برداری از فرصت، به عنوان تکمیل کننده چرخه کارآفرینی (جعفری مقدم و فخارزاده، 1390) این بعد نیز اضافه شد. هدف این تحقیق، شناسایی مفاهیم مناسب آموزش کارآفرینی برای کودکان مقطع ابتدایی با هدف تقویت نگرش کارآفرینانه است.

## روش‌شناسی

بر مبنای هدف، این پژوهش جزء تحقیقات کاربردی و برحسب روش انجام تحقیق، تحقیق کیفی - تحلیل روایتی است. جامعه آماری تحقیق، شامل خبرگان علمی و خبرگان تجربی است. نمونه‌های تحقیق در هر دو دسته خبرگان علمی و تجربی، به صورت هدفمند تعیین شدند. خبرگان علمی از اساتید متخصص در آموزش کارآفرینی و آشنا با حوزه کودک و یا اساتید متخصص در علوم تربیتی و آشنا به حوزه کارآفرینی با حداقل 3 سال سابقه تدریس در این حوزه انتخاب شدند. مصاحبه‌ها تا رسیدن به اشباع نظری انجام گرفت که در مورد خبرگان علمی، اشباع نظری در مصاحبه ششم اتفاق افتاد، اما به منظور افزایش دقت پژوهش تا مصاحبه نهم ادامه داده شد. همچنین خبرگان تجربی از مؤسسان مؤسسات و آموزشگاه‌های فعال در حوزه خدمات آموزش کارآفرینی کودکان، با حداقل یک سال سابقه فعالیت در این حوزه انتخاب شدند. در مورد خبرگان تجربی، به دلیل محدود بودن تعداد مؤسسات و آموزشگاه‌های

فعال در حوزه آموزش کارآفرینی کودک، تنها با دو تجربه تجربی در دسترس و دارای شاخص‌های نمونه‌گیری، مصاحبه انجام گرفت. جمع‌آوری داده‌ها، با استفاده از ابزار مصاحبه نیمه ساختاریافته انجام شده است. پرسش‌های مصاحبه، براساس ابعاد نگرش کارآفرینانه رابینسون و همکاران<sup>1</sup> (1991) و پاکو و پالینهاس (2011) تدوین شده و براساس پاسخ‌های مصاحبه‌شونده، سؤال‌های جزئی‌تری نیز در زمان مصاحبه اضافه شد. مدت زمان متوسط برای انجام مصاحبه با خبرگان دانشگاهی 1 ساعت و با مؤسسان مؤسسات آموزش کارآفرینی 1 ساعت و 30 دقیقه بوده است. برای تقویت روایی تحقیق از سه روش استفاده شده است. ابزار مصاحبه از طریق ادغام فرایند کارآفرینی، با ابعاد یک واقعه (STAR) تهیه شد و در اصلاح و تکمیل آن از نظر خبرگان دانشگاهی استفاده شد. از سوی دیگر، خبرگان دانشگاهی و تجربی مرتبط با معیارهای موصوف برای پژوهش انتخاب شدند. همچنین تمامی داده‌های مفید از متن مصاحبه‌ها استخراج شد و دوباره در اختیار مصاحبه‌شوندگان قرار گرفت تا نظرات خود را برای تکمیل داده‌ها ارائه دهند. پایایی تحقیق نیز با برقراری تماس طولانی با مشارکت‌کنندگان و محیط پژوهش، همچنین با بازبینی و اصلاح پرسش‌های مصاحبه در سه مصاحبه اولیه تأیید شد. تحلیل داده‌ها با روش کدگذاری و مقوله‌بندی انجام شده و برای تحلیل داده‌ها از کدگذاری اولیه (استخراج شواهد) و کدگذاری ثانویه (موارد مشابه یا شناسایی شاخص‌ها) استفاده شده است.

## یافته‌ها

### توصیف جمعیت‌شناختی

در راستای رسیدن به اهداف پژوهش، 11 مصاحبه با 9 تجربه دانشگاهی و 2 تجربه تجربی انجام شد. از خبرگان دانشگاهی، 5 نفر زن و 4 نفر مرد با میانگین سنی 49 سال بودند. 2 نفر از آن‌ها مرتبه استادی، 3 نفر دانشیاری و 4 نفر استادیاری داشتند. سابقه آموزشی 4 نفر بین 5 تا 15 سال، 3 نفر 15 تا 25 سال و 2 نفر 25 تا 35 سال بود و از این میان، 7 نفر دارای تخصص در

1. Robinson et al

حوزه علوم تربیتی و آشنا با حوزه کارآفرینی و 2 نفر دارای تخصص در حوزه کارآفرینی و آشنا با حوزه علوم تربیتی بودند. از خبرگان تجربی، 1 نفر زن و 1 نفر مرد با میانگین سنی 34 سال و دارای تحصیلات دانشگاهی کارشناسی ارشد بودند. هر دو مدیر و مؤسس در حوزه مدارس خلاقیت و کارآفرینی و بسته‌های آموزشی با سابقه فعالیت 1/5 و 2/5 سال بودند.

### تحلیل مصاحبه‌ها

برای تحلیل داده‌ها، ابتدا تمامی مکالمه‌های ضبط شده به متون نوشتاری تبدیل شدند و سپس همه یادداشت‌ها و متون اجراشده دوباره بازبینی شدند. در مرحله بعدی، کدهای باز استخراج شدند. نمونه‌ای از مفاهیم استخراج شده از روایت‌های مرتبط با موضوع، در جدول 2 آمده است.

جدول 2. نمونه‌ای از کدگذاری اولیه قسمتی از مصاحبه 8

مفاهیم استخراج شده از روایت‌ها مرتبط با موضوع	روایت‌ها
اعتماد به نفس وظیفه‌شناسی مسئولیت‌پذیری	کودک باید با مفهوم اعتماد به نفس در انجام کارها آشنا شود، وظیفه‌شناسی و مسئولیت‌پذیری هم از دسته مفاهیمی هستند که فرد در کودکی آشنا میشه و در بزرگسالی پشتوانه و سرمایه زندگی‌تون میشه.
ریسک‌پذیری	ریسک‌پذیری که مصداقش شجاعت و ورزشی است را هم می‌توان آموزش داد که خیلی ویژگی مهمی است. کودک بعدها یاد می‌گیره چطوری دست به کارهایی بزنه که به زعم خیلی‌ها امکانش نیست اینو بتونید تو بچه ایرانی پرورش بدید.
خوش‌بینی	خوش‌بینی هم نکته مهمی است که باید یک کودک درک کند و مهارتش را پیامزد تا هنگامی که حرف‌های منفی را در اطراف دارد، باز هم ایده‌اش را دنبال کند
آشنایی با مشاغل گوناگون	شغل‌های مختلف را بشناسد و مشکلات آن‌ها را درک کند؛ بره ببینه به نچار چیکار میکنه چی تولید میکنه ابزارش چیه مشکل کارش چیه
مفاهیم مالی و اقتصادی	باید بچه رو با پول آشنا کنید بگید مثلاً با 1000 تومن چه انتخاب‌های خریدی داره چیکار می‌تونه بکنه.



گام اول تحلیل: در نخستین گام، تحلیل کدگذاری اولیه یا استخراج مفاهیم مرتبط با موضوع از تمامی مصاحبه‌های نگارشی انجام شد و از 201 گزاره کلامی، 185 مورد استخراج شد که در جدول 3 به تفکیک ارائه شده است.

جدول 3. کدگذاری اولیه تمامی مصاحبه‌ها (شناسایی شواهد)

نمونه	مفاهیم
1	درک پذیرش مسئولیت، همکاری، خلاقیت و ابتکار عمل، پشتکار، مثبت‌اندیشی، توانایی حل مسئله، خودآگاهی، آشنایی با نحوه کسب درآمد، جست‌وجو و کسب اطلاعات، استقلال‌طلبی، مهارت‌های کلامی و ارتباطی، برنامه‌ریزی برای رسیدن به هدف، آشنایی با شغل‌های موجود در جامعه، شناسایی بازار
2	اعتمادبه‌نفس، مهارت‌های کلامی و غیر کلامی، استقلال‌طلبی، ابتکار عمل، خلاقیت، حل مسائل و مشکلات، باور خود و آنچه به‌عنوان توانایی دارد، پذیرش خطرهای کوچک، درک شغل‌های مختلف جامعه، شناخت بازار، همکاری، مسئولیت‌پذیری، آشنایی با مفهوم پول و نقش آن در اقتصاد و دادوستد، برنامه‌ریزی برای رسیدن به هدف، جست‌وجوی اطلاعات
3	باور به توانایی‌های خود، برنامه‌ریزی برای رسیدن به هدف، پرورش استقلال‌طلبی، شجاعت‌ورزی، تحمل ابهام (پیچیدگی)، ابتکار عمل، حل مسئله، آشنایی با مفهوم پول و کسب‌وکار، شناخت بازار و آنچه در آن اتفاق می‌افتد
4	پیگیربودن، قبول مسئولیت، روی پای خود ایستادن، خود را به خطرانداختن (خطرپذیری)، ابتکار در کارها، حل مسئله، خلاقیت و ایجاد راه‌ها و شیوه‌های نو، خودباوری، آشنایی با اقتصاد و اصول خریدوفروش و کارهای مالی، برنامه‌ریزی برای رسیدن به اهداف و آرزوهای خود
5	همکاری، احساس مسئولیت در برابر کارهای واگذارشده، روی پای خود ایستادن، مهارت برقراری ارتباط با دیگران، باور به خود، جست‌وجوی مدام اطلاعات و آگاهی در زمینه اتفاقات اطراف، ابتکار عمل را به دست‌گرفتن، خلاقیت، مفهوم پول و خریدوفروش و کسب سود، آگاهی از مشاغل محیط اطراف، برنامه‌ریزی تا رسیدن به هدف
6	پیگیربودن تا رسیدن به هدف، برنامه‌ریزی برای رسیدن به هدف، همکاری، پذیرش مسئولیت، توانایی روی پای خود ایستادن، توانایی برقراری ارتباط و مهارت‌های ارتباطی، شجاعت‌ورزی، پذیرش پیچیدگی‌ها و اطمینان‌نداشتن به محیط، راه جدید پیدا کردن، خلاقیت، آشنایی با انواع پول و کارکردها، شناخت کسب‌وکارها، افزایش دانش و اطلاعات درباره محیط اطراف
7	توانایی ایجاد ارتباط، کار تیمی، توانایی پذیرش خطر، ابتکار عمل، خلاقیت و نوآوری، اعتمادبه‌نفس، شناسایی شغل‌های فعال در جامعه، باور به خود، برنامه‌ریزی برای رسیدن به هدف، شناخت مفهوم پول، شناخت بازار، رصد اطلاعات درون بازار، توانایی برداشت مثبت از اطلاعات کسب کرده
8	پذیرش مسئولیت، روی پای خود بودن، شجاعت‌ورزی، مثبت‌اندیشی، پذیرش پیچیدگی، به‌کارگرفتن رویه و ابتکار عمل جدید، حل مسئله، خلاقیت، اعتمادبه‌نفس، شناخت پول و دادوستد، هوشیاری کارآفرینانه، شناخت حرفه‌های گوناگون و آگاهی از فرایند کارشان، شناخت آنچه در بازار می‌گذرد، جست‌وجوی اطلاعات، برنامه‌ریزی برای رسیدن به موفقیت
9	پیگیربودن در کارها و اهداف، روی پای خود ایستادن، خطر کردن، مثبت‌اندیشی و خوش‌بینی، کار با گروه، توانایی حل مسئله، خلاقیت، اعتماد به خود و توانایی‌های خود، پول و مفهوم اقتصاد، آشنایی با انواع کسب‌وکارها و عملکردشان، جست‌وجوی مداوم، برنامه‌ریزی برای رسیدن به هدف

گام دوم تحلیل: در گام بعد، 33 مورد کدگذاری ثانویه انجام شد. به منظور کدگذاری ثانویه، موارد مشابه دسته‌بندی شده و با حذف موارد تکراری، شاخص‌های مرتبط با موضوع شناسایی شد. با توجه به طولانی بودن، تنها بخشی از کدگذاری ثانویه در جدول 4 آمده است.

جدول 3. نمونه‌ای از کدگذاری ثانویه (شناسایی مؤلفه‌ها)

مؤلفه‌ها	کدها
تفکر انتقادی	109
حل مسئله	161, 143, 73, 57, 9
انعطاف‌پذیری	162, 152, 126, 88
خلاقیت	163, 144, 141, 121, 120, 110, 108, 89, 87, 74, 71, 59, 56, 31, 30, 14, 6
تفکر خلاق	142, 72, 32
تصمیم‌گیری / انتخاب	76, 24

گام سوم تحلیل: در مرحله سوم به منظور دسته‌بندی مؤلفه‌ها، ترکیب‌های لازم بین شاخص‌ها همراه با معنابخشی به عمل آمد و چارچوب مفهومی تحقیق، در پنج بعد مدل رابینسون طبق جدول 5 ارائه شده است.

جدول 5. چارچوب نهایی تحقیق

ابعاد نگرش کارآفرینانه	مؤلفه‌ها
میل به موفقیت	لذت از کار و سخت‌کوشی، داشتن پشتکار و پیگیر بودن، وقت‌شناسی، موفقیت‌طلبی، برنامه‌ریزی برای رسیدن به هدف
کنترل شخصی	همکاری، همدلی، رعایت نظم و انضباط، وظیفه‌شناسی، مسئولیت‌پذیری، رئیس بودن، روی پای خود ایستادن، مهارت‌های ارتباطی، کار تیمی، خطرپذیری (ریسک‌پذیری)، مثبت‌اندیشی، تحمل ابهام (پیچیدگی)، مشورت در کار
خلاقیت و نوآوری	خلاقیت و ابتکار عمل، تفکر خلاق، حل مسئله (چالش)، توانایی تصمیم‌گیری و انتخاب، تفکر انتقادی، انعطاف‌پذیری
عزت نفس	خودآگاهی، اعتماد به نفس، اخلاق و تعهد در کسب و کار، خودباوری
شناسایی فرصت	آشنایی با پول و نحوه کسب درآمد، آشنایی با انواع کسب و کارها و حرفه‌های مختلف، هوشیاری کارآفرینانه، آشنایی با فناوری اطلاعات (IT)، شناخت بازار، کسب اطلاعات

در ادامه برای روشن‌گری اهمیت مؤلفه‌های مطرح‌شده، به ارائه توضیح‌های بیش‌تر و بیان قسمتی از روایت‌ها پرداخته می‌شود.

### میل به موفقیت

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد، مفاهیم این بعد از ویژگی‌های عام یک کارآفرین است که در پیوند با ویژگی‌های خاص کارآفرینی (مانند مفهوم پول، کسب درآمد و...) موجب تقویت نگرش کارآفرینانه می‌شود؛ بنابراین، به‌عنوان یک پیش‌نیاز در آموزش کارآفرینی و تقویت نگرش کارآفرینانه ضروری به‌نظر می‌رسد. در ادامه، نمونه‌ی روایتی از مفهوم داشتن پشتکار و اهمیت آموزش که در مصاحبه‌ها بر آن تأکید شده، بیان می‌شود:

«...کودک رو باید آموزش داد تا پیگیر باشه تا اینکه به هدفش برسه آگه خسته شد، شکست خورد، ناامید شد بازم می‌تونه تلاش کنه مهم به هدف رسیدنه، اینو باید بهش یاد داد که راه پستی بلندی داره مهم اینه که ادامه بده...» (متخصص حوزه علوم تربیتی و آشنا با آموزش کارآفرینی، دانشیار 54 ساله با 17 سال سابقه تدریس).

### کنترل شخصی

مفاهیم بعد کنترل شخصی، از جمله مفاهیم ضروری در برنامه‌های آموزش کارآفرینی، برنامه ملی درسی کشور و سند تحول بنیادین نظام آموزش و پرورش ایران است. یافته‌های پژوهش نیز مفاهیم این بعد را در پرورش نگرش کارآفرینانه ضروری می‌داند و بر تناسب ویژگی‌های رشد کودک در این سنین و ویژگی‌های مورد نیاز کارآفرینی تأکید دارد. مثال بارز، مفهوم ریسک‌پذیری است. همچنین براساس تئوری تعلق<sup>1</sup> بالبی<sup>2</sup>، افرادی که در سنین پایین مفهوم تغییر و شکست را بیاموزند، در بزرگسالی ترس از دست‌دادن مقوله‌های بزرگ‌تر را ندارند.

نمونه‌ی روایت بیان‌شده درباره اهمیت مفهوم ریسک‌پذیری:

- 
1. Attachment Theory
  2. Bowlby

«...ما به بحثی که برامون تو کارآفرین شدن آدم‌ها خیلی مهمه ریسک‌پذیری، به نظر میاد چیزی که کارآفرین رو جدا میکنه از بقیه همین ویژگیه... ولی تو نمیتونی به بچه بگی ریسک‌پذیری، چون ریسک‌پذیری اشاره به خطرهای بزرگ داره در عوض می‌تونی بهش مفهوم شجاعت یا پذیرش شکست رو یاد بدی وقتی این دغدغه‌ها رو یاد گرفت وقتی بزرگ هم شد به اون ریسک‌پذیری خودبه‌خود میرسه...» (متخصص حوزه علوم تربیتی و آشنا با آموزش کارآفرینی، دانشیار 55 ساله با 20 سال سابقه تدریس).

### خلاقیت و نوآوری

از ارکان اساسی و ویژگی‌های ضروری و قابل‌پرورش در حوزه کارآفرینی، بحث خلاقیت و داشتن ابتکار عمل است. مفاهیم این بعد در اسناد بالادستی کشور، مانند اهداف نظام آموزش و پرورش مقطع ابتدایی، سند تحول بنیادین نظام آموزش و پرورش و برنامه درسی کشور بر آن تأکید شده است. یافته‌های پژوهش ضمن تأکید فراوان بر مفهوم خلاقیت و ابتکار عمل، پرورش آن را در افراد این سنین ضروری می‌داند؛ چراکه فرد را قادر می‌کند به نوعی متفاوت‌تر به مسائل و رویدادهای اطراف خویش بیندیشد و به دنبال راه‌حل برای آن‌ها است.

نمونه روایتی از اهمیت مفهوم خلاقیت و ابتکار عمل:

«...از مفاهیم مهمی که همیشه تو این دوران آموزش داد بحث خلاقیت و ابتکار عمل، اینکه یاد بگیره از چیزایی که دور و برش هست حداکثر استفاده رو کنه، مثلاً چهارتا وسیله بهش بدن بتونه به چیز جدید درست کنه...» (متخصص آموزش کارآفرینی و آشنا با علوم تربیتی، استادیار 37 ساله با 5 سال سابقه تدریس).

### عزت نفس

این بعد به اعتمادبه‌نفس و ادراک از شایستگی‌های خویش در رویارویی با کارها اشاره دارد. بسیاری از مصاحبه‌شوندگان مفاهیم این بعد مانند اعتمادبه‌نفس، خودآگاهی و خودباوری را از عناصر ضروری آموزش کارآفرینی در این سنین می‌دانند و معتقدند زمان آموزش این مفاهیم در سنین ابتدای زندگی است.

روایت زیر بیانگر اهمیت مفهوم پرورش اعتمادبه‌نفس و خودباوری در این سنین است:

«...تو این سن سرمایه‌ای که میتونی به اینا ببخشی باور به خودشون و توانایی هاشونه گاهی تربیت غلط تو خانواده‌ها یا کم‌توجهی به این مسئله موجب شده این کم‌رنج بشه...». (متخصص حوزه علوم تربیتی و آشنا با آموزش کارآفرینی، استادیار 41 ساله با 8 سال سابقه تدریس).

### شناسایی فرصت

در این مورد، یافته‌های تحقیق اشاره به مفاهیمی مانند آشنایی با مفهوم پول و آشنایی با مشاغل مختلف دارد. آشنایی کودک با این مفاهیم در سنین ابتدایی، سبب ماندگاری به صورت تجربه در ذهن او شده و احتمال به کارگیری آن را در آینده افزایش می‌دهد و بدین ترتیب، سبب توسعه نگرش کارآفرینی می‌شود.

در ادامه به روایتی از آشنایی با مفاهیم مالی و اقتصادی اشاره شده است:

«...پولو باید بشناسه، ارزش هر اسکناس چقدره، باهاش میشه چیکار کرد رو بدونه، از طرفی بدونه درآمد چیه، هزینه به چی میگن و سود چیه...» (متخصص آموزش کارآفرینی و آشنا با علوم تربیتی، استادیار 38 ساله با 5 سال سابقه تدریس).

در مصاحبه با خبرگان تجربی، به منظور بررسی امکان‌پذیری آموزش این مفاهیم به کودکان مصاحبه‌هایی با خبرگان تجربی آموزش کارآفرینی که در زمینه آموزش کارآفرینی کودک فعالیت داشتند، انجام گرفت. بر این اساس، همانند تحقیق اول، تمامی گام‌ها از شناسایی شواهد گفتاری تا کدگذاری و تعیین مفاهیم قابل آموزش انجام شد که به دلیل طولانی بودن، از آوردن جدول‌های مربوطه خودداری می‌شود.

بر اساس نتایج تحقیق، تمامی مفاهیم در ابعاد مختلف نگرش کارآفرینانه مورد تأیید خبرگان تجربی نیز واقع شد، تنها مفهوم هوشیاری کارآفرینانه در بعد شناسایی فرصت مورد تأیید خبرگان تجربی واقع نشد. در ادامه، علت آن را ناشناخته بودن این مفهوم در بعد عمل برای کودکان این سنین و نیز عدم تناسب با سن کودک طبق تئوری رشد پیاژه<sup>1</sup> ذکر کردند. از

دیدگاه خبرگان تجربی، اگر این مفهوم در قالب مفاهیمی مانند شناخت بازار و جست‌وجوی اطلاعات انجام شود، صحیح‌تر است.

در ادامه به روایتی درباره این مفهوم اشاره می‌شود:

«...همچنین چیزی که بیاید بگید هوشیاری کارآفرینانه شاید تو تئوری تأیید بشه ولی نمی‌تونید تو عمل به بچه آموزش بدید ما خودمون با اینکه مدت‌ها تو این حوزه هستیم، هنوز هم آموزش خیلی چیزها برامون سخته چون بچه تا به چیزی رو درک نکنه از طریق حواسش همیشه اطمینان پیدا کرد که یادگیری اتفاق افتاده... بهتر این مفهوم رو بشکنیم به سایر مفاهیم که قابلیت عملی شدن و تجربه از سمت بچه رو داشته باشه...» (فارغ‌التحصیل رشته کارآفرینی و فعال در حوزه مدارس خلاقیت با یکسال و نیم سابقه فعالیت).

### بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر، با هدف شناسایی مفاهیم قابل آموزش در مقطع ابتدایی و با هدف تقویت نگرش کارآفرینانه با استفاده از روش کیفی و مصاحبه نیمه ساختاریافته با خبرگان دانشگاهی آشنا با کارآفرینی و علوم تربیتی و خبرگان تجربی فعال در حوزه آموزش کارآفرینی کودکان صورت گرفت. تمامی مصاحبه‌ها با استفاده از روش کدگذاری باز و محوری تحلیل شد. در مجموع، از تحلیل مصاحبه‌ها در مرحله اول کدگذاری، 170 مفهوم و در مرحله دوم، 35 مؤلفه به دست آمد که در نهایت، روابط بین مؤلفه‌ها آشکار و چارچوب پژوهش تکمیل شد. در بعد میل به موفقیت، به مفهوم توفیق‌طلبی در تحقیق هبر و همکاران (2012) و اوستریک و همکاران (2010) نیز اشاره شده است. مفهوم برنامه‌ریزی در مطالعات کمپسیون آموزش کارآفرینی اروپا (2012) و اوستریک و همکاران (2010) آمده است. مفاهیم وقت‌شناسی، لذت از کار و سخت‌کوشی، پشتکارداشتن، حاصل پژوهش حاضر است که خبرگان علمی تحقیق با توجه به کمرنگ‌تر بودن مسائلی مانند سخت‌کوشی، وقت‌شناسی و... در بافت و ساختارهای فرهنگی جامعه ایران بر لزوم آموزش آن در دوره دبستان تأکید بسیاری داشتند.

در بعد کنترل شخصی، بیشتر مفاهیم شناسایی شده در این تحقیق در پژوهش‌های پیشین نیز اشاره شده‌اند یا در اسناد بالادستی آموزش و پرورش بر آن تأکید شده است و شاید به دلیل عمومی بودن این ویژگی‌ها در کارآفرینی است (احمدپور، 1378). مفهوم خطرپذیری (ریسک‌پذیری) با پژوهش هبر و همکاران (2012)، هلیبران (2010) و کوریلسکی و والسند (1998) مطابقت دارد. در ادامه مفاهیم تحمل ابهام، مهارت کار تیمی، همکاری، همدلی، وظیفه‌شناسی، مسئولیت‌پذیری، رئیس خود بودن و مهارت ارتباطی (کلامی و غیرکلامی) از جمله مفاهیمی هستند که در بندهای سند تحول بنیادین آموزش و پرورش و برنامه ملی درسی هم به آن تأکید شده است. رئیس خود بودن و روی پای خود ایستادن (استقلال‌طلبی) با پژوهش‌های کوریلسکی و والسند (1998) و اوستریک و همکاران (2010)، تحمل ابهام با پژوهش هلیبران (2010)، مهارت کار تیمی با پژوهش کمیسیون آموزش کارآفرینی اروپا (2012) و هلیبران (2010)، کار تیمی با تحقیق پاکو و پالینهاس (2011) همخوانی دارد. مفهوم همکاری نیز در پژوهش هلیبران (2010) ذکر شده است. همچنین، مهارت ارتباطی با پژوهش‌های کمیسیون آموزش کارآفرینی اروپا (2012) و پاکو پالینهاس (2011) مطابقت دارد. شایان ذکر است، مثبت‌اندیشی مفهومی است که خبرگان این تحقیق به آن اشاره کردند و در مصاحبه‌ها بر آن تأکید شده است. همچنین، مفهوم مشورت در کارها از مواردی است که در پژوهش‌های پیشین ذکر نشده است و با توجه به تأکید خبرگان، به نظر می‌رسد از آن دسته مفاهیمی است که پیش از آموزش‌های رسمی و غیررسمی در خانواده‌ها درونی می‌شود، اما در فرهنگ ما نیازمند است از معراج آموزش‌های رسمی و غیررسمی بگذرد (استیری، 1389).

در بعد خلاقیت و نوآوری، مفاهیم خلاقیت و ابتکار عمل با پژوهش هلیبران (2010) و اوستریک و همکاران (2010)، هبر و همکاران (2014) و کوریلسکی و والسند (1998)، مفهوم تفکر خلاق و تلاش برای تغییر (انعطاف‌پذیری) با نظر هلیبران (2010)، مفهوم حل مسئله و با یافته‌های هلیبران (2010) و کمیسیون آموزش کارآفرینی اروپا (2012)، مفهوم تفکر انتقادی با تحقیق کمیسیون آموزش کارآفرینی اروپا (2012) و مفهوم تصمیم‌گیری و انتخاب با پژوهش پاکو و پالینهاس (2011) همخوانی دارد.

در بعد عزت نفس، دو مفهوم خودآگاهی و اعتمادبه نفس یا اعتماد به توانایی های خود با پژوهش کمیسیون آموزش کارآفرینی اروپا (2012) و درنهایت، با مفهوم خودباوری هبر و همکاران (2014) و هلیبران (2010) مطابقت دارد.

اخلاق کاری و تعهد در کسب و کار مفهومی است که در پژوهش های پیشین از آن غفلت شده است. این مفهوم از جمله مفاهیم مورد تأکید الگوی اسلامی-ایرانی تربیت کودک در اسناد بالادستی است (سند تحول بنیادین نظام آموزش و پرورش، 1390؛ برنامه درسی ملی، 1391). کودک ایرانی با پیش زمینه مذهبی با مفاهیمی مانند روزی حلال، رعایت عدل و انصاف و شیوه کسب درآمد حلال سروکار دارد؛ بنابراین، این بعد به بحث فرهنگ و مذهب و متناسب با جامعه ایرانی است.

در بعد شناسایی فرصت، مفاهیم اقتصادی در مطالعات پاکو و پالینهاس (2011) و کوریلسکی و والسند (1998) اشاره شده است. مفهوم آشنایی با مشاغل یا دنیای کار نیز با پژوهش کمیسیون آموزش کارآفرینی اروپا (2012) و پاکو و پالینهاس (2011) همخوانی دارد. مفهوم شناخت بازار در مطالعه کوریلسکی و والسند (1998) ذکر شده است. این درحالی است که مفهوم آشنایی با فناوری اطلاعات و سواد کار با رایانه و جست و جوی مداوم اطلاعات از یافته های پژوهش حاضر است که به نظر می رسد با فراهم شدن زیرساخت های فناوری اطلاعات در کشور و میل و اشتیاق کودکان این سنین به یادگیری آن می توان از آموزش این ابزارها در جهت توسعه منابع اطلاعات، ایده و فرصت کارآفرینی بهره برد.

### پیشنهادها

در راستای نتایج تحقیق، پیشنهادهای زیر در سه سطح سیاست گذاری، کاربردی و پژوهش های آتی ارائه می شود:

در سطح سیاست گذاری و کاربردی پیشنهاد می شود، دوره های آموزش کارآفرینی در مدارس براساس مفاهیم پیشنهادی این تحقیق برگزار شود و این مفاهیم در کتب درسی مقطع ابتدایی گنجانده شود. همچنین، مؤسسات آموزشی حوزه کارآفرینی و خلاقیت کودک این مفاهیم را در برنامه درسی شان بگنجانند. در زمینه پیشنهادها برای تحقیقات آتی توصیه



می‌شود، چالش‌های اجرای این مفاهیم در برنامه‌های درسی بررسی شود. همچنین، روش‌های تدریس مناسب انتقال این مفاهیم به کودکان برای اثرگذاری بیشتر پژوهش و بررسی شود. شناسایی مفاهیم قابل آموزش کارآفرینی برای کودکان، با هدف تقویت مهارت و دانش کارآفرینی آنان نیز یکی دیگر از پژوهش‌های پیشنهادی برای تحقیقات آتی است.

### منابع

استیری، ع. (1389)، ضرورت بسترسازی آموزش کارآفرینی در دوره ابتدایی و تبیین عناصر برنامه درسی آن، *پایان‌نامه ارشد*، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه الزهراء، تهران. احمدی، غ. و فضائلی فر، ف. (1392)، تحلیل محتوای کتاب‌های آموزش حرفه و فن دوره راهنمایی براساس شاخص‌های کارآفرینی، *نشریه توسعه کارآفرینی*، دوره 6، شماره 1: 165-183.

احمدپور داریانی، م. (1378)، *کارآفرینی (چاپ هفتم)*، تهران: شرکت پردیس 57. برنامه ملی درسی. (1391)، تهران: دبیرخانه شورای عالی آموزش و پرورش. بهمنی، ن. (1392)، شناسایی محتوا و روش تدریس کارآفرینی با هدف تقویت نگرش کارآفرینانه در دانش‌آموزان مقطع ابتدایی، *پایان‌نامه ارشد*، تهران: دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران.

جعفری مقدم، س و فخارزاده، آ. (1390)، توسعه نگرش کارآفرینانه در کتاب‌های درسی (مطالعه موردی: کتاب‌های فارسی دوره دبستان)، *نشریه توسعه کارآفرینی*، دوره 4، شماره 11: 47-66.

حسینی خواه، ع. (1378)، امکان و ضرورت آموزش کارآفرینی در مدارس، *مطالعات برنامه درسی*، دوره 11، شماره 3: 66-94.

سبزه، ب. (1394)، طراحی الگوی برنامه درسی کارآفرینی برای کودکان پیش از دبستان و ارزشیابی آن از دیدگاه متخصصان برنامه درسی، *کارآفرینی و مریان*، مطالعات پیش‌دبستان و دبستان، دوره 1، شماره 1: 140-160.

مبانی نظری تحول بنیادین نظام تعلیم و تربیت رسمی عمومی جمهوری اسلامی ایران. (1390)، تهران: دبیرخانه شورای عالی آموزش و پرورش.

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior, *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179- 211.
- Ardichvili, A., Cardozo, R. and Ray, S. (2003). A Theory of Entrepreneurial Opportunity Identification and Development, *Journal of Business venturing*, 18(1), 105- 123.
- Axelsson, K., Hägglund, S. and Sandberg, A. (2015). Entrepreneurial Learning in Education Preschool as a Take-Off for the Entrepreneurial Self, *Journal of Education and Training*, 2(2), 40- 58.
- Burger, L., O'Neill, C. and Mahadea, D. (2005). The Impact of Previous Knowledge and Experience on the Entrepreneurial Attitudes of Grade 12 learners, *South African journal of Education*, 25(2), 89- 94.
- Burnett, H. (2008). Designing and Implementing an Undergraduate Course in Entrepreneurship in Australia using Experiential and Problem-based Learning Techniques. *Training and Management Development Methods*, 22(5), 3- 75.
- Ejiogu, A. O. and Nwajiuba, C. A. (2012). The Need for Inclusion of Entrepreneurship Education in Nigerian School Curricula, *Thunderbird International Business Review*, 54(1), 7- 13.
- European Commission. Directorate-General for Economic and Financial Affairs. (2012). The 2012 ageing report: Underlying assumptions and projection methodologies, *Office for Official Publications of the European Communities*.
- Fayolle, A., Gailly, B. and Lassas-Clerc, N. (2006). Assessing the Impact of Entrepreneurship Education Programmes: a New Methodology, *Journal of European Industrial Training*, 30(9), 701- 720.
- Gibb, A. (2006). Entrepreneurship/enterprise Education in Schools and Colleges: Are we Really Building the Onion or Peeling it Away? National Council for Graduate Entrepreneurship, Working Paper, 0391- 34.
- Hannon, P. D., et al. (2006). The State of Education Provision for Enterprise and Entrepreneurship: A Mapping Study of England's HEIs.
- Heilbrunn, S. (2010). Advancing Entrepreneurship in An Elementary School: A Case Study, *International Education Studies*, 3(2), 174.
- Heinonen, J. and Poikkijoki, S. A. (2006). An Entrepreneurial-directed Approach to Entrepreneurship Education: Mission Impossible? *Journal of Management Development*, 25(1), 80- 94.
- Henry, C., Hill, F. and Leitch, C. (2005). Entrepreneurship Education and Training: Can Entrepreneurship be Taught? *Part I. Education+ Training*, 47(2), 98- 111.
- Huber, L. R., Sloof, R. and Van Praag, M. (2014). The Effect of Early Entrepreneurship Education: Evidence from a Field Experiment, *European Economic Review*, 72(2), 76- 97.
- Inglehart, R. and Baker, W. E. (2000). Modernization, cultural change, and the persistence of traditional values, *American sociological review*, 19- 51.
- Johansen, V. (2007). Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Activity, *Proceedings of IntEnt 2007 – 17th Global Conference, Internationalizing*

- Entrepreneurship Education and Training*, July 8–11, in Gdansk, University of Technology, Poland.
- Kourilsky, M. L. (1995). Entrepreneurship Education: Opportunity in Search of Curriculum (PP. 1- 21), *Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership*.
- Kourilsky, M. and Walstad, W. (1998). Entrepreneurship and Female youth: Knowledge, Attitudes, Gender Differences, and Educational Practices, *Journal of Business Venturing*, 13(1), 77- 89.
- Lindsay, W., Lindsay, N. and Jordaan, A. (2007). Investigating the Values: Entrepreneurial Attitude: Opportunity Recognition Relationship in Nascent Entrepreneurs.
- Matina, E. and Colmant, M. (2009). Exploring Entrepreneurial Attitudes Towards Change Throughout the Development of the Start-up Project.
- Mitra, J. and Matlay, H. (2004). Entrepreneurial and Vocational Education and Training: Lessons from Eastern and Central Europe, *Industry and Higher Education*, 18(1), 53- 61.
- Mueller, S. L. and 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.
- Oosterbeek, H., Praag, M. and Ijsselstein, A. (2010). The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurship Skills and Motivation, *European Economic Review*, 54(3), 54- 442.
- Otuya, R., Kibas, P. and Otuya, J. (2013). A Proposed Approach for Teaching Entrepreneurship Education, *Journal of Education and Practice*, 4(8), 204- 210.
- Paço, A. D. and Palinhas, M. J. (2011). Teaching Entrepreneurship to Children: a Case Study. *Journal of Vocational Education and Training*, 63(4), 593- 608.
- Pfeiffer, S., Oberman-Peterka, S. and Jeger, M. (2008). Assessing Entrepreneurship Education Programs in Croatia Higher Education Area. *Erenet Profile*, 3 (3), 25- 35.
- Pihie, Z. A. L. and Bagheri, A. (2010). Entrepreneurial Attitude and Entrepreneurial Efficacy of Technical Secondary School Students. *Journal of Vocational Education and Training*, 62(3), 351- 366.
- Rabbior, G. (1990). Elements of a Successful Entrepreneurship/Economic/Education Program. In *Entrepreneurship Education: Current developments, future Directions*, ed. C.A. Kent. New York: Quorum books.
- Rasheed, H. S. (2000). *Developing Entrepreneurial Potential in youth: The Effects of Entrepreneurial Education and Venture Creation*. Florida: University of South Florida.
- Raposo, M. and Do Paço, A. (2011). Entrepreneurship Education: Relationship Between Education and Entrepreneurial Activity. *Psicothema*, 23(3), 453- 457.
- Robinson, P. B., Stimpson, D. V., Huefner, J. C. and Hunt, H. K. (1991). An Attitude Approach to the Prediction of Entrepreneurship, *Entrepreneurship theory and practice*, 15(4), 13- 31.
- Rodrigues, R., et al. (2010). Entrepreneurship Education and the Propensity for Business Creation: Testing a Structural Model. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 9(1), 58- 73.

- Rosenberg, M. J., et al. (1960). Attitude Organization and Change: An Analysis of Consistency Among Attitude Components, (Yales studies in attitude and communication.), Vol. III.
- Sánchez, J. C. (2011). University Training for Entrepreneurial Competencies: Its Impact on Intention of Venture Creation, *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), 239- 254.
- Shariff, M. N. M. and Saud, M. B. (2009). An Attitude Approach to the Prediction of Entrepreneurship on Students at Institution of Higher Learning in Malaysia. *International Journal of Business and Management*, 4(4), 129.
- Stevenson, L. and Lundström, A. (2002). Beyond the Rhetoric: Defining Entrepreneurship Policy and its Best Practice Components, Örebro: Swedish Foundation for Small Business Research.
- Urbano, D., Aponte, M. and Toledano, N. (2008). Doctoral Education in Entrepreneurship: a European Case Study, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(2), 336- 347.