

Dimensions and Components of the Experience of “Entrepreneurship in School”: A Meta-Synthesis of Related Studies

Marzieh Sadeghi Gogheri¹, Nematollah Mousapour^{2*}, Ali Akbar Sheikhi Fini³

1. Ph.D. Candidate in Curriculum Planning, Department of Education, Faculty of Humanities, University of Hormozgan, Bandar Abbas, Iran

2. Full Professor, Department of Education, Faculty of Humanities, University of Hormozgan, Bandar Abbas, Iran

3. Associate Professor, Department of Education, Faculty of Humanities, University of Hormozgan, Bandar Abbas, Iran

ABSTRACT

This study aimed to systematically identify and synthesize the dimensions and components of the “entrepreneurial experience in school” and to develop a comprehensive framework explaining the factors contributing to the formation and enhancement of students’ entrepreneurial capacities. A meta-synthesis design was employed based on Erwin’s six-stage model. The study population comprised 186 scholarly articles addressing education and entrepreneurship, primarily published in domestic and international databases between 2019 and 2024. Following screening according to predefined inclusion and exclusion criteria, including direct relevance to entrepreneurship experiences in school, methodological quality, and field-based evidence, 12 articles were retained for final analysis. Data were analyzed through qualitative content analysis using open, axial, and selective coding. Credibility, transferability, dependability, and confirmability were addressed through self-review, rich description, peer coding by two specialists, and recoding by four independent evaluators. Scott’s method was additionally employed to assess coding agreement. The synthesis indicated that entrepreneurial experiences in school are shaped by four interrelated dimensions: personal capacities, educational conditions, environmental support, and exclusive experiences, encompassing 23 subsidiary themes. Inferentially, the findings demonstrated that students’ entrepreneurial development cannot be explained solely by formal entrepreneurship education or individual characteristics. Rather, personal traits, beliefs, motivation, and soft skills become entrepreneurial capacities when they interact with appropriate curricula, experiential learning opportunities, supportive school and family environments, access to resources and networks, and opportunities to encounter authentic successes, failures, responsibilities, and market-related challenges. Entrepreneurship in school therefore emerges as a multidimensional, interactive, and context-dependent developmental process. Effective entrepreneurship development in schools requires flexible curricula responsive to individual differences, creative and experiential teaching approaches, systematic development of soft skills, and stronger collaboration among schools, families, communities, industry, and businesses. Because students differ in their personal entrepreneurial capacities, entrepreneurship programs should not be designed as uniform, universally mandatory interventions. Curriculum planners should instead provide differentiated and potentially elective opportunities through which students can progressively explore, experience, and develop entrepreneurial competencies.

Received: 06 June 2026

Accepted: 27 August 2026

First Available: 13 September 2026

Final Publication: 21 March 2027

Keywords

Entrepreneurship; Entrepreneurial Experience in School; Entrepreneurship Education; Students’ Entrepreneurial Capacity; Curriculum; Meta-Synthesis.

How to cite:

Sadeghi Gogheri, M., Mousapour, N., & Sheikhi Fini, A. A. (2027). Dimensions and Components of the Experience of “Entrepreneurship in School”: A Meta-Synthesis of Related Studies. *Study and Innovation in Education and Development*, 7(1), 1-29.

* Corresponding Author:

Nematollah Mousapour

E-mail: n.mousapour@hormozgan.ac.ir



© 2027 the authors. Published by Institute for Knowledge, Development, and Research.

This is an open access article under the terms of the [CC BY-NC 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) License.

EXTENDED ABSTRACT

INTRODUCTION

Entrepreneurship has increasingly been recognized as a multidimensional phenomenon that extends beyond the establishment and management of a business. Contemporary conceptions emphasize opportunity recognition, innovation, value creation, resource organization, risk-taking, adaptability, and the capacity to respond effectively to uncertain and changing environments (1). Accordingly, entrepreneurship is no longer confined to business and management studies but has expanded into diverse domains, including education, sport, lifestyle, technology, and social development (2, 3). This expansion reflects the growing recognition of entrepreneurship as an important mechanism for innovation, employment creation, economic dynamism, and broader socioeconomic development. Evidence concerning the dynamic relationship among entrepreneurship, innovation, and economic growth further indicates that strengthening entrepreneurial capacities can contribute to sustainable economic development (4). Moreover, changing economic conditions and resource constraints have increased the importance of adaptability and innovative use of available resources in entrepreneurial processes (5).

Within this context, education has become one of the principal institutional settings through which entrepreneurial capacities can be developed. Entrepreneurial intention is influenced by a combination of attitudes, beliefs, perceived abilities, motivation, contextual conditions, and prior experiences (6-8). Entrepreneurship education can therefore contribute not only to the acquisition of business knowledge but also to the development of self-efficacy, motivation, entrepreneurial intention, creativity, and confidence in recognizing and pursuing opportunities (9, 19). Nevertheless, individuals do not respond uniformly to entrepreneurship education, and personal and demographic characteristics may moderate its outcomes (9). Evidence from highly educated populations similarly suggests that entrepreneurial orientation is heterogeneous even among individuals with comparable levels of formal education (20).

The school years are particularly important because they constitute a formative period during which personality characteristics, attitudes, social competencies, aspirations, and occupational orientations are progressively developed. The inclusion of entrepreneurship education in European educational policies and curricula demonstrates growing recognition of schools as appropriate environments for cultivating initiative, creativity, independence, and entrepreneurial competence (10). Comparative studies of school entrepreneurship curricula have further demonstrated that entrepreneurship may be

incorporated through independent courses, integrated curricular content, project-based activities, practical exercises, and extracurricular programs (11, 12). From a curriculum perspective, however, meaningful entrepreneurship education requires more than simply adding entrepreneurial concepts to existing subject matter; curriculum planning involves the systematic organization of objectives, content, learning experiences, instructional strategies, and assessment procedures (17).

International experiences indicate that entrepreneurship can be fostered from an early age when students are provided with developmentally appropriate and experiential learning opportunities. The Spanish experience has highlighted the potential of school-based programs to cultivate entrepreneurial competencies and orientations among students (13). Similarly, the Mexican “My First Enterprise: Entrepreneurship by Playing” initiative demonstrated the value of experiential, participatory, and play-based approaches in introducing primary-school students to entrepreneurial activities (14). More broadly, research on structured and interactive learning activities in childhood suggests that active engagement and appropriately designed educational experiences can facilitate attention and participation, although such studies have not directly examined entrepreneurship education (15, 16). These observations reinforce the importance of moving entrepreneurship education beyond passive transmission of information toward active learning and authentic experience.

Entrepreneurial development is also strongly dependent on the surrounding environment. Family support, school climate, access to resources, mentoring, social networks, and institutional conditions can either facilitate or restrict students’ opportunities to transform entrepreneurial interests into actual experiences. Institutional environments influence organizational practices and responses to changing circumstances (21), while disruptive conditions such as the COVID-19 pandemic have underscored the need for flexibility and innovation in entrepreneurship education (22). Entrepreneurial development should therefore be understood as the outcome of interaction between individual capacities and environmental opportunities rather than as an exclusively personal characteristic.

Another important consideration is the role of direct experience. Entrepreneurship inherently involves uncertainty, decision-making, experimentation, success, failure, reflection, and adaptation. Research on serial entrepreneurship indicates that failure can constitute an important component of entrepreneurial learning rather than merely an unsuccessful endpoint (23). Accordingly, students may require opportunities to experience manageable successes and failures, make decisions, assume responsibility, cooperate with

others, and revise unsuccessful strategies. Previous analyses of entrepreneurs' experiences during their school years have also highlighted the multidimensional nature of the relationship between schooling and later entrepreneurial development (24). However, "entrepreneurs' experiences of school" should be distinguished from "entrepreneurial experiences in school." The latter focuses specifically on deliberately or indirectly created school-based circumstances through which students encounter entrepreneurial learning and practice.

Despite the growing body of research, evidence concerning entrepreneurial experiences in schools remains fragmented across studies emphasizing personal traits, educational conditions, environmental resources, entrepreneurial intentions, curricula, and practical experiences. Synthesizing these findings is therefore necessary to develop an integrated framework capable of informing curriculum planning and school practice. Qualitative meta-synthesis provides a systematic method for integrating and reinterpreting findings from multiple qualitative studies to generate higher-order conceptual understanding (25). The present study was therefore conducted to identify and synthesize the dimensions and components of the experience of entrepreneurship in school and to develop a comprehensive framework explaining the principal factors involved in its formation.

METHODS AND MATERIALS

The study employed a qualitative meta-synthesis design based on a six-stage process. The research population consisted of 186 scholarly articles in the field of education and entrepreneurship identified through searches of domestic and international information databases. The primary time frame for the reviewed literature was 2019–2024, while one earlier study was retained because of its direct relevance to the research problem. Studies were screened systematically using predefined inclusion and exclusion criteria. Eligibility required direct relevance to entrepreneurial experiences occurring within school settings, sufficient methodological quality, adequate reporting of findings, and a qualitative or field-based orientation that provided analyzable evidence concerning entrepreneurship in school. Studies focused primarily on entrepreneurs' retrospective general experiences of schooling rather than entrepreneurship experiences occurring within school programs or environments were excluded.

Successive screening of titles, abstracts, and full texts reduced the initial pool to 12 studies that met the final eligibility criteria. Data from these studies were repeatedly reviewed to identify explicit and implicit concepts associated with students'

entrepreneurial experiences. Qualitative content analysis was conducted through open, axial, and selective coding. Initial codes were extracted from the findings of the included studies, conceptually similar codes were subsequently grouped into axial categories, and higher-order dimensions were constructed through selective coding. Credibility was enhanced through researcher self-review, while transferability was addressed through detailed description of the analyzed evidence. Dependability and confirmability were strengthened through peer coding by two specialists. Four additional evaluators independently reconsidered the coding structure, and agreement was examined to ensure consistency in the interpretation and classification of the extracted concepts.

FINDINGS

The meta-synthesis demonstrated that entrepreneurial experience in school is a multidimensional construct consisting of four principal dimensions: personal capacities, educational conditions, environmental support, and exclusive experiences. Across these four dimensions, 23 subordinate components were identified.

The first dimension, personal capacities, encompassed personality characteristics, attitudes and beliefs, soft skills, interest and motivation, previous experiences, and individual or demographic characteristics. Frequently identified elements included creativity, risk-taking, flexibility, responsibility, perseverance, self-efficacy, confidence, independence, achievement motivation, entrepreneurial attitudes, opportunity recognition, problem-solving, critical and creative thinking, decision-making, leadership, communication, and prior entrepreneurial or practical experience. The findings indicated that students differ substantially in their initial readiness to engage with entrepreneurial opportunities and that these differences constitute an important foundation of entrepreneurial experience.

The second dimension, educational conditions, included the integration of entrepreneurship into the curriculum, appropriate educational content, creative teaching approaches, informal education, workshops and entrepreneurial events, experiential learning, student projects, business simulations, apprenticeship-type activities, and practical business experiences. The synthesis showed that entrepreneurship education becomes more meaningful when students actively participate in realistic or simulated entrepreneurial processes rather than merely receiving theoretical information.

The third dimension, environmental support, included financial assistance, access to resources, mentoring and counseling, networking, infrastructure, family support, school support, community support, socioeconomic conditions, collaboration with businesses, and

supportive governmental policies. These findings indicated that entrepreneurial capacities are more likely to develop when students are embedded within supportive networks that provide resources, guidance, legitimacy, encouragement, and opportunities for interaction with real economic and social environments.

The fourth dimension, exclusive experiences, comprised entrepreneurial success, manageable failure, individual development, social achievements, and exposure to challenges and barriers. Examples included selling products in school markets, participating in competitions and projects, working in groups, assuming leadership responsibilities, identifying opportunities, experiencing competition, and responding to market changes. The overall synthesis demonstrated that the four dimensions are not independent. Rather, entrepreneurial experience emerges through dynamic interaction among students' personal characteristics, educational arrangements, environmental support, and opportunities for authentic experience.

DISCUSSION AND CONCLUSION

The findings suggest that entrepreneurship in school should be conceptualized as an ecosystem of developmental experiences rather than as a discrete subject or instructional unit. Personal capacities represent an important foundation, but they do not independently produce entrepreneurial development. Creativity, motivation, self-efficacy, risk tolerance, problem-solving, and leadership require educational and environmental opportunities through which they can be expressed, tested, and strengthened. Accordingly, entrepreneurship education should acknowledge individual differences and avoid assuming that all students possess identical interests, readiness, or entrepreneurial aspirations.

Educational conditions constitute the most directly manageable component of the framework. Schools can deliberately redesign learning environments to provide students with opportunities for initiative, experimentation, collaboration, decision-making, and responsibility. Entrepreneurship education is therefore likely to be more effective when it employs project-based, experiential, participatory, and problem-oriented approaches. Student enterprises, simulations, school markets, workshops, competitions, visits to businesses, and collaborative projects can transform abstract entrepreneurial concepts into meaningful experiences.

Environmental support provides the bridge between individual readiness and educational opportunity. Students may possess strong motivation and creative ability, yet be unable to develop these capacities when financial resources, mentoring, supportive teachers, family encouragement, infrastructure, or external networks are absent.

Consequently, entrepreneurship education should not be treated as the exclusive responsibility of classroom teachers. Effective programs require cooperation among curriculum planners, school administrators, families, community organizations, businesses, industries, and policymakers.

The dimension of exclusive experiences further demonstrates that entrepreneurial competence develops through action. Students need opportunities to encounter uncertainty, achieve small successes, experience manageable failures, receive feedback, revise decisions, and attempt alternative approaches. Failure within a protected educational setting can become a constructive learning experience when students are encouraged to analyze its causes and develop improved strategies. Such opportunities may foster resilience, confidence, reflection, and realistic understanding of entrepreneurial activity.

Overall, the study concludes that successful entrepreneurship education depends on the dynamic interaction of four interrelated dimensions: personal capacities, educational conditions, environmental support, and exclusive experiences. Schools can influence a substantial proportion of these conditions through intentional curriculum planning and structured learning opportunities. Entrepreneurship programs should therefore be flexible, developmentally appropriate, sensitive to individual differences, and sufficiently diverse to allow students to participate according to their interests and capacities. Rather than seeking to turn every student into an entrepreneur, schools should create an environment in which entrepreneurial potential can be discovered and developed. A curriculum capable of connecting personal competencies with experiential learning, mentoring, social support, real-world challenges, and opportunities for reflection can provide a more effective foundation for entrepreneurial development. In this sense, the central responsibility of curriculum planners and educational systems is not merely to teach entrepreneurship but to create the conditions under which students can meaningfully experience it.

ابعاد و مؤلفه‌های تجربه «کارآفرینی در مدرسه»: فراترکیب مطالعات مرتبط

مرضیه صادقی گوغری^۱، نعمت الله موسی پور^{۲*}، علی اکبر شیخی فینی^۳

۱. دانشجوی دکتری برنامه‌ریزی درسی، گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه هرمزگان، بندرعباس، ایران

۲. استاد تمام، گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه هرمزگان، بندرعباس، ایران

۳. دانشیار، گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه هرمزگان، بندرعباس، ایران

چکیده

هدف پژوهش حاضر، شناسایی و تلفیق نظام‌مند ابعاد و مؤلفه‌های تجربه کارآفرینی در مدرسه و ارائه چارچوبی جامع برای تبیین عوامل مؤثر بر شکل‌گیری و تقویت ظرفیت‌های کارآفرینانه دانش‌آموزان بود. این پژوهش با رویکرد فراترکیب و بر اساس الگوی شش مرحله‌ای اروین انجام شد. جامعه پژوهش شامل ۱۸۶ مقاله علمی مرتبط با حوزه آموزش و کارآفرینی بود که عمدتاً طی سال‌های ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۴ در پایگاه‌های اطلاعاتی داخلی و خارجی منتشر شده بودند. پس از اعمال معیارهای ورود و خروج شامل ارتباط مستقیم با تجربه کارآفرینی در مدرسه، برخورداری از کیفیت روش‌شناختی مناسب و ماهیت میدانی، ۱۲ مقاله برای تحلیل نهایی انتخاب شد. داده‌ها با استفاده از تحلیل محتوای کیفی و کدگذاری در سه سطح باز، محوری و منتخب تحلیل شدند. اعتبار یافته‌ها بر اساس معیارهای اعتباربخشی، انتقال‌پذیری، اعتمادپذیری و تأییدپذیری بررسی شد و کدگذاری توسط متخصصان هم‌تا و چهار ارزشیاب مستقل بازبینی گردید. برای بررسی توافق کدگذاری نیز از روش اسکات استفاده شد. فراترکیب مطالعات نشان داد که تجربه کارآفرینی در مدرسه حاصل تعامل چهار بعد اصلی شامل «ظرفیت‌های شخصی»، «شرایط آموزشی»، «حمایت محیطی» و «تجربه‌های انحصاری» است و در مجموع ۲۳ محور فرعی را دربر می‌گیرد. یافته‌های استنباطی حاکی از آن بود که شکل‌گیری کارآفرینی دانش‌آموزی را نمی‌توان به آموزش رسمی یا ویژگی‌های فردی به‌تنهایی نسبت داد؛ بلکه آمادگی‌های شخصی و انگیزشی دانش‌آموزان زمانی به ظرفیت کارآفرینانه منجر می‌شوند که با برنامه درسی مناسب، یادگیری تجربی، حمایت خانواده و مدرسه، دسترسی به شبکه‌ها و منابع و فرصت تجربه موفقیت، شکست، مسئولیت‌پذیری و مواجهه با چالش‌های واقعی همراه باشند. بنابراین، کارآفرینی مدرسه‌ای ماهیتی چندبعدی، تعاملی و زمینه‌مند دارد. توسعه کارآفرینی در مدرسه مستلزم طراحی برنامه‌های درسی منعطف و متناسب با تفاوت‌های فردی، به‌کارگیری روش‌های تدریس خلاق و تجربه‌محور، تقویت مهارت‌های نرم و گسترش ارتباط مدرسه با خانواده، جامعه، صنعت و کسب‌وکار است. همچنین، با توجه به نقش ظرفیت‌های شخصی، برنامه‌های کارآفرینی نباید به‌صورت یکسان و اجباری برای همه دانش‌آموزان اجرا شوند و برنامه‌ریزان درسی باید شرایط انتخاب، تجربه و رشد تدریجی توانمندی‌های کارآفرینانه را فراهم سازند.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۵/۰۳/۱۶

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۶/۰۵

تاریخ چاپ اولیه: ۱۴۰۵/۰۶/۲۲

تاریخ چاپ نهایی: ۱۴۰۶/۰۱/۰۱

کلیدواژه‌ها

کارآفرینی؛ تجربه کارآفرینی

در مدرسه؛ آموزش

کارآفرینی؛ ظرفیت

کارآفرینی دانش‌آموزان؛

برنامه درسی؛ فراترکیب.

شیوه ارجاع دهی:

صادقی گوغری، مرضیه، موسی پور، نعمت الله، و شیخی فینی، علی اکبر. (۱۴۰۶). ابعاد و مؤلفه‌های تجربه «کارآفرینی در مدرسه»: فراترکیب مطالعات مرتبط. پژوهش و نوآوری در تربیت و توسعه، ۷(۱)، ۱-۲۹.

نویسنده مسئول:

نعمت الله موسی پور

پست الکترونیکی: n.mousapour@hormozgan.ac.ir

کارآفرینی در دهه‌های اخیر از یک مفهوم محدود به تأسیس کسب‌وکار و فعالیت اقتصادی فراتر رفته و به یکی از مؤلفه‌های اساسی توسعه اقتصادی، اجتماعی و انسانی تبدیل شده است. در معنای کلاسیک، کارآفرین فردی است که با شناسایی فرصت‌ها، سازمان‌دهی منابع، پذیرش ریسک و ایجاد ارزش، فعالیت اقتصادی جدیدی را شکل می‌دهد؛ باین‌حال، برداشت‌های معاصر از کارآفرینی بر ابعاد گسترده‌تری مانند خلاقیت، نوآوری، حل مسئله، ابتکار، انعطاف‌پذیری، خودکارآمدی و توانایی واکنش به شرایط متغیر نیز تأکید دارند (1). به همین دلیل، کارآفرینی دیگر صرفاً موضوعی متعلق به حوزه مدیریت کسب‌وکار تلقی نمی‌شود، بلکه در رشته‌ها و زمینه‌های متنوع اقتصادی، اجتماعی، آموزشی و حتی سبک زندگی مورد توجه قرار گرفته است. گسترش مطالعات کارآفرینی در حوزه‌هایی مانند ورزش، تناسب‌اندام و سبک زندگی نیز نشان می‌دهد که کارآفرینی قابلیت ظهور در محیط‌ها و فعالیت‌های بسیار متنوع را دارد و نمی‌توان آن را فقط به ایجاد شرکت‌های تجاری محدود کرد (2). در همین راستا، توسعه حوزه مطالعات کارآفرینی و افزایش حجم پژوهش‌های مرتبط، این مفهوم را به یک عرصه علمی تثبیت‌شده و چندرشته‌ای تبدیل کرده است (3).

اهمیت کارآفرینی، بیش از هر چیز، با نقش آن در نوآوری، اشتغال، تولید ارزش و پویایی اقتصادی مرتبط است. مطالعات کلان نشان داده‌اند که میان کارآفرینی، نوآوری و رشد اقتصادی رابطه‌ای پویا وجود دارد و توسعه ظرفیت‌های کارآفرینانه می‌تواند یکی از سازوکارهای تقویت عملکرد اقتصادی جوامع باشد (4). در شرایطی که اقتصادهای معاصر با تغییرات فناوری، رقابت فزاینده، محدودیت منابع و عدم قطعیت روبه‌رو هستند، افراد و سازمان‌ها نیازمند قابلیت‌هایی هستند که امکان کشف فرصت‌ها و بهره‌برداری خلاقانه از منابع موجود را فراهم سازند. مفهوم «نوآوری مقتصدانه» نیز نشان می‌دهد که کارآفرینی الزاماً وابسته به وفور منابع نیست و توانایی استفاده خلاقانه، منعطف و اثربخش از امکانات محدود می‌تواند خود به منشأ نوآوری و خلق ارزش تبدیل شود (5). تجربه بحران‌هایی مانند همه‌گیری کووید-۱۹ نیز نشان داد که کارآفرینان و کسب‌وکارها در برابر اختلالات محیطی ناچار به بازاندیشی در شیوه‌های فعالیت، شناسایی فرصت‌های جدید و انطباق سریع با تغییرات هستند (3). بنابراین، پرورش توانایی‌هایی مانند سازگاری، ابتکار، تحمل ابهام و فرصت‌شناسی باید بسیار پیش از ورود افراد به بازار کار آغاز شود.

توجه به آموزش به‌عنوان یکی از مهم‌ترین بسترهای رشد کارآفرینی، از همین ضرورت ناشی می‌شود. هنگامی که کارآفرینی مجموعه‌ای از نگرش‌ها، دانش‌ها، مهارت‌ها و قابلیت‌های قابل توسعه تلقی شود، نظام آموزشی به یکی از مهم‌ترین نهادهای اجتماعی برای شکل‌دهی آن تبدیل می‌شود. آموزش کارآفرینی می‌تواند دانش‌آموزان و دانشجویان را با مفاهیم اقتصادی و تجاری آشنا سازد، اما نقش آن به انتقال دانش محدود نیست؛ بلکه می‌تواند نگرش نسبت به کارآفرینی، خودکارآمدی، انگیزه، قصد کارآفرینانه و باور فرد به امکان ایجاد و مدیریت فعالیت‌های نو را نیز تحت تأثیر قرار دهد. پژوهش‌های مرتبط با قصد کارآفرینانه نشان داده‌اند که عوامل شناختی، انگیزشی و محیطی در شکل‌گیری تمایل افراد به ورود به فعالیت‌های کارآفرینانه نقش دارند (6-8). همچنین، رابطه میان شور

و اشتیاق کارآفرینانه، آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرینی نشان می‌دهد که آموزش زمانی اثربخش‌تر است که با ویژگی‌های فردی و جمعیت‌شناختی فراگیران و تفاوت‌های موجود میان آنان در تعامل قرار گیرد (9). از این منظر، آموزش کارآفرینی باید فرایندی تربیتی و رشدی تلقی شود، نه صرفاً انتقال مجموعه‌ای از اطلاعات درباره کسب‌وکار.

ورود کارآفرینی به برنامه‌های آموزشی، به‌ویژه در اروپا، نتیجه افزایش توجه سیاست‌گذاران به نقش آموزش در توسعه اقتصادی و اجتماعی بوده است. توسعه آموزش کارآفرینی در سیاست‌های آموزشی اروپایی نشان‌دهنده تلاشی برای ادغام روحیه ابتکار، خلاقیت و مسئولیت‌پذیری اقتصادی در فرایندهای رسمی تعلیم و تربیت است (10). مطالعات تطبیقی درباره برنامه درسی کارآفرینی در مدارس کشورهای اروپایی نیز نشان داده‌اند که آموزش کارآفرینی می‌تواند در قالب‌های متفاوتی از جمله محتوای مستقل، ادغام در موضوعات درسی، فعالیت‌های عملی، پروژه‌ها و برنامه‌های فوق برنامه سازمان‌دهی شود (11، 12). چنین تنوعی بیانگر آن است که نمی‌توان یک الگوی واحد و جهان‌شمول برای آموزش کارآفرینی در مدارس در نظر گرفت؛ بلکه ساختار برنامه درسی، سیاست‌های آموزشی، بافت اجتماعی و اقتصادی و ویژگی‌های فراگیران باید در طراحی این برنامه‌ها مورد توجه قرار گیرند.

در این میان، آغاز آموزش کارآفرینی از سنین پایین اهمیت ویژه‌ای دارد. مدرسه نخستین نهاد رسمی است که بخش قابل توجهی از تجربه‌های شناختی، اجتماعی و مهارتی کودکان و نوجوانان را سازمان می‌دهد و می‌تواند نگرش آنان نسبت به توانایی‌های شخصی، آینده شغلی، استقلال و مشارکت اجتماعی را شکل دهد. تجربه اسپانیا در توسعه کارآفرینی در مدارس نشان داده است که پرداختن به کارآفرینی در دوره مدرسه می‌تواند بستری برای شکل‌گیری نگرش‌ها و شایستگی‌های مرتبط با فعالیت‌های کارآفرینانه فراهم آورد (13). همچنین، تجربه برنامه «نخستین بنگاه من: کارآفرینی از طریق بازی» در مدارس ابتدایی مکزیک بر ظرفیت روش‌های عملی، مشارکتی و بازی‌محور برای آشناکردن کودکان با تجربه ایجاد، سازمان‌دهی و اداره فعالیت‌های کوچک کارآفرینانه تأکید دارد (14). در چنین رویکردی، دانش‌آموز تنها دریافت‌کننده اطلاعات نیست، بلکه در موقعیت تجربه، تصمیم‌گیری، همکاری، حل مسئله و مواجهه با پیامدهای انتخاب‌های خود قرار می‌گیرد.

اهمیت تجربه عملی با اصول گسترده‌تر یادگیری در دوران کودکی و مدرسه نیز هماهنگ است. پژوهش‌های آموزشی درباره استفاده از فعالیت‌های بازی‌محور، از جمله بازی‌های پازلی، نشان داده‌اند که ساختاردهی فعالیت‌های تعاملی می‌تواند در جلب و هدایت توجه کودکان در محیط‌های آموزشی مورد استفاده قرار گیرد (15، 16). هرچند این مطالعات مستقیماً به آموزش کارآفرینی نپرداخته‌اند، از منظر تربیتی یادآور این نکته‌اند که یادگیری در کودکی لزوماً از مسیر ارائه مستقیم محتوای نظری حاصل نمی‌شود و فعالیت، بازی، تجربه و مشارکت می‌توانند اجزای مهم طراحی محیط‌های یادگیری باشند. این اصل برای آموزش کارآفرینی اهمیت مضاعف دارد، زیرا بسیاری از قابلیت‌های کارآفرینانه، نظیر خلاقیت، حل مسئله، تصمیم‌گیری، همکاری و تحمل پیامدهای انتخاب، ماهیتی عملکردی دارند و صرفاً از طریق آموزش نظری قابل پرورش نیستند.

بر همین اساس، برنامه درسی نقش محوری در تبدیل ایده آموزش کارآفرینی به تجربه واقعی دانش‌آموز دارد. برنامه درسی صرفاً فهرستی از محتواهای آموزشی نیست، بلکه مجموعه‌ای سازمان‌یافته از اهداف، محتوا، فرصت‌های یادگیری، روش‌های تدریس و ارزشیابی است که کیفیت تجربه آموزشی دانش‌آموز را تعیین می‌کند (17). اگر کارآفرینی به‌عنوان یک ظرفیت چندبعدی پذیرفته شود، لازم است اهداف برنامه درسی نیز فراتر از انتقال دانش اقتصادی تنظیم شوند و فرصت‌هایی برای رشد ویژگی‌های شخصی، مهارت‌های نرم، استقلال فکری، خلاقیت، ریسک‌پذیری سنجیده، همکاری، ارتباطات و تجربه عملی فراهم آورند. از سوی دیگر، سنتز پژوهش‌های آموزشی نشان می‌دهد که استخراج مؤلفه‌های پراکنده از مطالعات مختلف می‌تواند به ایجاد تصویری جامع‌تر از یک سازه آموزشی و کمک به طراحی برنامه‌های درسی مبتنی بر شواهد منجر شود (18). از این منظر، شناخت مؤلفه‌های تجربه کارآفرینی در مدرسه پیش‌شرط مهمی برای هرگونه تصمیم‌گیری برنامه درسی در این زمینه است.

در کنار برنامه درسی، ویژگی‌های فردی دانش‌آموزان نیز اهمیت تعیین‌کننده‌ای دارند. قصد کارآفرینی تحت تأثیر مجموعه‌ای از نگرش‌ها، ادراک‌ها، باورها، انگیزش‌ها، پیشینه فردی و شرایط اجتماعی قرار می‌گیرد و نمی‌توان انتظار داشت همه فراگیران واکنش یکسانی به یک برنامه آموزشی نشان دهند (7، 8). پژوهش درباره نقش آموزش در تقویت قصد کارآفرینانه دانشجویان نیز اهمیت آموزش در شکل‌گیری نگرش و تمایل به کارآفرینی را برجسته کرده است (19). حتی در میان فراگیران سطوح بالای آموزش، مانند دانشجویان دکتری، میزان کارآفرین‌بودن و گرایش به فعالیت‌های کارآفرینانه یکسان نیست و تفاوت‌های فردی و زمینه‌ای همچنان اهمیت دارند (20). بنابراین، تصور اینکه ارائه یک محتوای یکسان به همه دانش‌آموزان به پیامدهای یکسان کارآفرینانه منجر خواهد شد، با ماهیت پیچیده این پدیده سازگار نیست.

فراتر از ویژگی‌های فردی، محیط نهادی و اجتماعی نیز بر امکان ظهور رفتارهای کارآفرینانه اثرگذار است. مدارس بخشی از نظام‌های نهادی گسترده‌تری هستند و عملکرد آنان تحت تأثیر سیاست‌های آموزشی، مقررات، هنجارهای اجتماعی، روابط با خانواده و جامعه و دسترسی به منابع قرار دارد. نگاه نهادی به رفتار سازمان‌ها نشان می‌دهد که تصمیم‌ها و مسیرهای توسعه آنان در خلأ شکل نمی‌گیرد و فشارها و شرایط نهادی می‌توانند جهت‌گیری‌های سازمانی را تغییر دهند (21). در سطح مدرسه نیز ایجاد فرهنگ حمایت‌کننده از ابتکار، پذیرش خطا، تجربه‌کردن، همکاری و نوآوری می‌تواند شرایط متفاوتی از محیطی ایجاد کند که صرفاً بر موفقیت تحصیلی استاندارد شده متمرکز است. همچنین تجربه بحران کووید-۱۹ در آموزش کارآفرینی نشان داد که انعطاف روش‌های آموزشی و توان سازگاری برنامه‌ها با شرایط جدید، خود بخشی از مسئله کارآفرینی و آموزش آن است (22).

درک کارآفرینی به‌عنوان فرایندی مبتنی بر تجربه، اهمیت موفقیت و شکست را نیز آشکار می‌سازد. مسیرهای کارآفرینانه همواره خطی و موفقیت‌آمیز نیستند و تجربه شکست می‌تواند بخشی از فرایند یادگیری و شکل‌گیری قابلیت‌های بعدی باشد. مطالعه کارآفرینان سریالی نشان می‌دهد که شکست بنگاه و موفقیت کارآفرین را نباید دو وضعیت کاملاً منفک در نظر گرفت، زیرا تجربه‌های متوالی می‌توانند بخشی از سبد زمانی یادگیری کارآفرین باشند (23). چنین دیدگاهی برای مدرسه پیام مهمی دارد: اگر دانش‌آموز فقط

با موفقیت‌های از پیش طراحی‌شده و فعالیت‌های بدون ریسک مواجه شود، بخش مهمی از ماهیت واقعی تجربه کارآفرینی حذف خواهد شد. تجربه‌های کوچک موفقیت، شکست، اصلاح، بازخورد، تغییر راهبرد و تلاش مجدد می‌توانند به پرورش درکی واقع‌بینانه‌تر از فعالیت کارآفرینانه کمک کنند.

از سوی دیگر، آموزش کارآفرینی باید در پیوند با آینده اقتصادی و اجتماعی دانش‌آموزان تحلیل شود. هدف آن لزوماً تبدیل همه دانش‌آموزان به صاحبان کسب‌وکار نیست؛ بلکه تقویت نوعی آمادگی برای مواجهه فعالانه با فرصت‌ها و مسائل آینده است. آموزش می‌تواند دانش‌آموز را برای خوداشتغالی، ایجاد کسب‌وکار یا ایفای نقش نوآورانه در سازمان‌ها آماده سازد و از این طریق گزینه‌های بیشتری پیش روی او قرار دهد (6). تأثیر آموزش بر قصد کارآفرینی نیز نشان می‌دهد که تجربه آموزشی مناسب می‌تواند ادراک فرد از امکان‌پذیری و مطلوبیت فعالیت کارآفرینانه را تحت تأثیر قرار دهد (9). در نتیجه، مدرسه‌ای که فرصت‌های تجربه، ابتکار و مسئولیت‌پذیری را محدود می‌کند، ممکن است حتی در صورت ارائه محتوای رسمی کارآفرینی نتواند ظرفیت‌های مورد انتظار را در دانش‌آموزان ایجاد کند.

در همین چارچوب، تمایز میان «تجربه کارآفرینان از مدرسه» و «تجربه کارآفرینی در مدرسه» اهمیت مفهومی دارد. نخستین مفهوم بیشتر به بازنگری گذشته کارآفرینان و اینکه چه تأثیراتی از دوران مدرسه دریافت کرده‌اند مربوط است، درحالی که مفهوم دوم بر موقعیت‌ها، فعالیت‌ها، برنامه‌ها و فرصت‌هایی تمرکز دارد که به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم امکان تجربه کارآفرینی را در خود مدرسه ایجاد می‌کنند. تحلیل هم‌رخدادی انتشارات علمی درباره تجربه‌های کارآفرینان در دوران مدرسه نشان داده است که این حوزه از مجموعه متنوعی از عوامل و مفاهیم تشکیل شده و نیازمند سازمان‌دهی مفهومی دقیق‌تر است (24). این تمایز از نظر برنامه‌ریزی درسی نیز ضروری است؛ زیرا تمرکز صرف بر خاطرات و ویژگی‌های کارآفرینان موفق نمی‌تواند مشخص کند که نظام آموزشی باید چه نوع شرایطی را به‌طور هدفمند برای دانش‌آموزان فراهم آورد.

با وجود گسترش پژوهش‌های کارآفرینی و آموزش کارآفرینی، یافته‌های موجود درباره عوامل سازنده تجربه کارآفرینی در مدرسه پراکنده‌اند. برخی مطالعات بر قصد و نگرش کارآفرینانه تأکید دارند، برخی ویژگی‌های فردی و انگیزشی را برجسته می‌کنند، برخی به نقش برنامه درسی و روش تدریس می‌پردازند و گروهی دیگر بر حمایت خانواده، مدرسه و محیط اجتماعی تمرکز دارند (13). (14, 19). این پراکندگی باعث می‌شود برنامه‌ریز درسی، معلم یا سیاست‌گذار با مجموعه‌ای از یافته‌های جزئی روبه‌رو شود، بدون آنکه مشخص باشد این عوامل چگونه در یک چارچوب منسجم با یکدیگر ارتباط دارند. از این‌رو، نیاز به روشی وجود دارد که بتواند از سطح مرور توصیفی فراتر رود و با ترکیب نظام‌مند یافته‌های مطالعات کیفی، الگوها و مفاهیم مشترک و فراگیر را استخراج کند.

فرا ترکیب یکی از رویکردهای مناسب برای پاسخ به چنین نیازی است. برخلاف مرورهایی که عمدتاً به توصیف مطالعات پیشین می‌پردازند، فرا ترکیب با بازتفسیر نظام‌مند یافته‌های کیفی می‌کوشد از مجموعه مطالعات مستقل به درکی مفهومی و سطح بالاتر دست یابد. این رویکرد امکان شناسایی روابط میان مضامین، کشف ساختارهای مشترک و ساختن چارچوبی منسجم از یافته‌های پراکنده

را فراهم می‌سازد (25). کاربرد این روش در موضوع تجربه کارآفرینی در مدرسه می‌تواند به روشن‌شدن این مسئله کمک کند که کدام ظرفیت‌های شخصی، شرایط آموزشی، حمایت‌های محیطی و تجربه‌های عملی به‌طور مکرر در مطالعات مختلف مطرح شده‌اند و چگونه می‌توان آنها را در قالب یک نظام مفهومی واحد سازمان‌دهی کرد.

ضرورت چنین ترکیبی زمانی بیشتر آشکار می‌شود که آموزش کارآفرینی را پدیده‌ای زمینه‌مند و در حال تحول بدانیم. تحولات اقتصادی و فناورانه، تغییر ماهیت مشاغل و شرایط غیرقابل‌پیش‌بینی می‌تواند اهداف و روش‌های آموزش کارآفرینی را دگرگون کنند (22). در عین حال، توسعه کارآفرینی در مدرسه بدون درک صحیح از برنامه درسی و نحوه تبدیل اهداف به فرصت‌های واقعی یادگیری امکان‌پذیر نیست (17). بنابراین، سیاست‌گذاری مؤثر در این حوزه به شواهدی نیاز دارد که نشان دهد تجربه کارآفرینی دانش‌آموز محصول کدام عناصر است، این عناصر در چه سطوحی قرار دارند و چه نوع تعاملاتی میان فرد، مدرسه، برنامه درسی و محیط شکل می‌گیرد. چنین دانشی می‌تواند مبنای طراحی برنامه‌های واقع‌بینانه‌تر، انعطاف‌پذیرتر و متناسب‌تر با تفاوت‌های فردی دانش‌آموزان باشد و از تقلیل آموزش کارآفرینی به یک درس نظری یا مجموعه‌ای از توصیه‌های عمومی جلوگیری کند.

بر این اساس، هدف پژوهش حاضر شناسایی و تلفیق نظام‌مند ابعاد و مؤلفه‌های «تجربه کارآفرینی در مدرسه» و ارائه چارچوبی جامع برای تبیین عوامل مؤثر بر شکل‌گیری این تجربه بر اساس فراترکیب مطالعات مرتبط است.

روش پژوهش

در این مطالعه از فراترکیب¹ استفاده شد. در فراترکیب، کوشش می‌شود با روشی نظام‌مند به ادغام نتایج و یافته‌های حاصل از مطالعات کیفی اقدام گردد تا بتوان به یافته‌های فراگیر و تعمیم‌پذیر دست یافت (سندلوسکی و باروسو²، ۲۰۰۶). قاعده «مربوط‌بودن» مبنای انتخاب نمونه قرار گرفت. منظور از مربوط‌بودن آن است که پژوهش به موضوع مورد نظر (کارآفرینی در مدرسه) پرداخته باشد و بتوان آنرا با واژگان کلیدی این مطالعه، شناسایی کرد. مطالعات انجام شده در زمینه تجربیات مدرسه‌های کارآفرینان در دو گروه قرار می‌گیرند: دسته اول مطالعات مربوط به تجربه کارآفرینان «از مدرسه» و دسته دوم مطالعات مربوط به تجربیات کارآفرینی «در مدرسه». مطالعات نوع اول نشان می‌دهند که کارآفرینان چه تجربه‌ای «از مدرسه» دارند خواه از نوع کارآفرینی یا غیر آن و دسته دوم آشکار می‌کنند که کارآفرینان با کدام نوع تجربه کارآفرینی «در مدرسه» مواجه شده‌اند. تمرکز این مقاله بر مطالعات نوع دوم (در مدرسه) است؛ که اقدام به آنها دارای فراوانی اندکی است. بدین سبب، همه مطالعات مربوط (مطالعات بازه زمانی سال‌های ۱۳۹۹ الی ۱۴۰۳ شمسی یا ۲۰۱۹ الی ۲۰۲۴ میلادی) در بررسی وارد شدند.

¹ Meta Synthesis

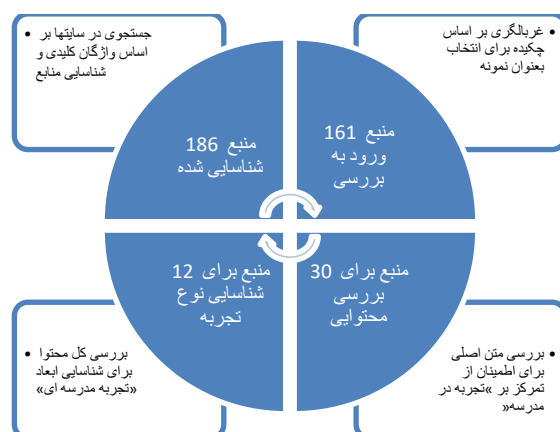
² Sandelowski & Barroso

برای فراهم آوردن اطلاعات مورد نیاز، از کاربرگ خاص این مطالعه برای ثبت اطلاعات پژوهشهای منتخب استفاده گردید. بررسی و تحلیل اسناد و مدارک علمی موجود به شیوه مقوله بندی انجام گرفت. برای اقدام به فراترکیب مطالعات مورد بررسی، از الگوی اروین (۲۰۱۱)، برای سنجش روایی و اعتباریابی یافته ها، از روش ارزیابی لینکلن و گوبا (۱۹۹۴) (بر پایه چهار معیار اعتبار بخشی (باور پذیری)، انتقال پذیری، اعتماد بخشی و تأیید پذیری) و برای اطمینان از صحت کدگذاریها، از کدگذاری مجدد یافته ها توسط چهار نفر ارزشیاب دیگر بر اساس روش اسکات (۲۰۱۲) استفاده شده است.

بر اساس نظرات اروین و همکاران (۲۰۱۱)، فرایند فراترکیب طی گام هایی انجام می شود. اولین گام مورد نظر ایشان، به «تدوین پرسش های روش شناختی پژوهش» اختصاص دارد. در این گام، سؤالات اساسی مربوط به روش مطالعه، شناسایی می شوند. سؤالات اصلی روش شناختی و نوع فعالیت مربوط به آنها در جدول شماره ۱ ارائه شده است.

جدول ۱: پرسش های روش شناختی و فعالیت های مربوط به پاسخگویی هر یک از آنها

پرسش پایه	آنچه در عمل رخ داده است
چه چیزی (سؤال اصلی مطالعه)	سؤال اصلی: پژوهش های علمی مربوط به تجربیات کارآفرینان در مدرسه، چه آموزه های برای اجرای برنامه درسی کارآفرین در مدارس دارند؟
چه کسی (جامعه مورد مطالعه)	«مقالات پژوهشی معتبر منتشر شده قابل دسترسی» در بازه سال های ۱۳۹۹ الی ۱۴۰۳ شمسی (یا ۲۰۱۹ الی ۲۰۲۴ میلادی) در زمینه تجربیات کارآفرینی در مدرسه، جامعه مورد مطالعه محسوب می شوند.
چه یافته ای (یافته ها و نتایج که استفاده می شود/ نمی شود)	مطالعاتی در مطالعه وارد شدند که یافته های آنها مرتبط با تجربیات کارآفرینی در مدرسه بود. در این زمینه معیارهایی برای ورود و خروج پژوهشها تدوین گردید و مقالات مربوط به مطالعه وارد شدند؛ که عبارتند از: الف. معیارهای ورود: ۱- پژوهشهای انتشار یافته در زمینه «تجربیات کارآفرینی در مدرسه» ۲- کفایت اطلاعات و داده های اعلام شده در ارتباط با اهداف پژوهش (ارزیابی مجدد) ۳- شواهد مربوط به تأیید توسط داوران متخصص (ارزیابی اولیه) ۴- استفاده از روش پژوهش کیفی و گزارش چگونگی انجام پژوهش ۵- دامنه زمانی ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۴ با یک استثنا برای انتخاب (یک مقاله مربوط به سال ۲۰۱۷ که به دلیل اهمیت موضوع، در تحقیق وارد شد) ب. معیارهای خروج: ۱- پژوهشهایی که بر «تجربیات کارآفرینان» (از مدرسه) تمرکز کرده اند ۲- پژوهشهایی که بعداً آشکار شده فاقد کیفیت علمی لازم بوده اند
چه تعداد (نمونه مورد بررسی)	با توجه به معیارهای ورود و خروج در نظر گرفته شده، عناوین پژوهش های شناسایی شده توسط مرورگرها مورد بررسی قرار گرفت. در این مرحله ۲۵ سند علمی از کیفیت و معیار لازم برخوردار نبودند که حذف شدند. سپس در مرحله دوم عنوان و چکیده اسناد پژوهشی مورد بررسی قرار گرفت که در این مرحله نیز با توجه به معیارهای در نظر گرفته شده ۱۳۱ پژوهش از فرایند پژوهش خارج شد. در ادامه، به تحلیل و بررسی محتوای اسناد اقدام گردید که در این مرحله نیز با توجه به معیارهای ورود و خروج در نظر گرفته شده تعداد ۱۸ سند علمی واجد معیارهای مورد نظر نبود و از فرایند بررسی حذف گردید. در پایان ۱۲ مقاله علمی پژوهشی که در ژورنال های معتبر منتشر شده بود، مورد تحلیل قرار گرفتند.
چه وقت (محدودیت زمانی)	این مطالعه در اردیبهشت سال ۱۴۰۴ (۲۰۲۵) شروع شد. پس از تدوین راهنمای عمل و هماهنگی های اجرایی، جستجوی پایگاههای اطلاعاتی برای شناسایی منابع مربوط در خرداد ماه ۱۴۰۴ به انجام رسید و تحلیل داده ها طی ماههای تیر و مرداد و شهریور انجام گرفت. تحلیل نهایی و هماهنگی گروه مطالعه برای بررسی نتایج و تدوین برای انتشار در شهریور ۱۴۰۴ به انجام رسید و مقاله از آن زمان تا اکنون در فرایند داوری برای انتشار بوده است.
چگونه (روش گردآوری اطلاعات)	در این پژوهش روش فراترکیب مورد استفاده قرار گرفته است. همچنین با در نظر گرفتن معیارهایی، مقالات مناسب وارد فرایند مطالعه شد و مطالعات نامناسب از فرایند مطالعه خارج گردید. به منظور بالا بردن کیفیت کار گردآوری اطلاعات، جستجوی مقالات توسط دو نفر که آشنایی کامل به روش های جستجو و منابع اطلاعاتی داشتند به صورت جداگانه انجام شد.



شکل ۱: فرایند شناسایی منابع مربوط و اطمینان از مربوط بودن آنها بر اساس ملاک‌های انتخاب نمونه

یافته‌ها

گزارش‌های منتخب و نهایی‌شده به منظور دستیابی به یافته‌های مستقل هریک، به طور مستمر و دقیق بازخوانی شدند و این کار بارها تکرار گردید. این تکرار اصولاً جزو فرایند استخراج نتایج در متن‌های نگارش‌شده می‌باشد؛ که منابع اطلاع‌رسان در پژوهش فراترکیب هستند. شناسایی معانی و پیام‌ها گاه به سبب زبان نوشتن (نویسنده مقاله) و گاه به سبب زبان گفتن (اطلاع‌رسان اولیه)، نیازمند حساسیت زیادی است. بدین جهت، منابع اطلاع‌رسان در این پژوهش، بارها و با فاصله مطمئن، مورد مطالعه قرار گرفتند تا مفاهیم و معانی پنهان‌شده در متن، شناسایی شود.

در این مرحله با توجه به هدف پژوهش فعلی، ابتدا کلیه مؤلفه‌ها از طریق فرایند کدگذاری باز (همانند آنچه در روش استقرایی منصوب به اشتروس و کوربین مطرح است) استخراج شدند. این کوششی گزینشی اما پژوهشگرانه و واقع‌نما برای شناسایی اطلاعات مطرح در متن بود که برای پاسخگویی به پرسش‌های پژوهش، لازم است (جدول شماره ۲).

جدول ۲: ابعاد و مؤلفه‌های تجربیات کارآفرینی در مدرسه

ردیف	محقق/محققین	سال	عنوان اثر پژوهشی	مؤلفه‌ها و شاخص‌های تجربیات مدرسه‌ای کارآفرینان
۱	AISHA SALIM ALI AL-HARTHI	۲۰۱۷	درک کارآفرینی از طریق تجربیات کارآفرینان عمانی: پیامدهایی برای آموزش کارآفرینی	ویژگی‌های شخصی؛ حمایت خانواده؛ تجربه کاری؛ تامین مالی؛ توسعه مهارت‌های تجاری؛ تعهد کارآفرینان؛ انعطاف‌پذیری کارآفرینان؛ پشتیبانی عقاید مذهبی در کارآفرین‌شدن؛ سیاست‌های دولتی؛ فرهنگ جامعه
۲	Lema Catherine Forje	۲۰۱۹	صفحه اصلی: شروع کارآفرینی و یادگیری کارآفرینی	امکان جهت‌دهی کودکان؛ نقش فعالیت‌های خانگی؛ توجه والدین به پرورش روحیه کارآفرینی؛ اهمیت حمایت والدین؛ اهمیت خلاقیت کودکان؛ آموزش از طریق تجربه؛ انگیزه‌مندی؛ استراتژیهای مشخص؛ محیط توانمندساز؛ جداکردن سیاست از آموزش؛ آمادگی برای چالشهای آینده؛ تشویق کودکان به شوخی و گفتگو؛ مهارت‌های بازاریابی و کارآفرینی اجتماعی؛ علاقه والدین به کارهای کودکان؛ کمک کردن کودکان در خانه؛ داستانگویی توسط کودکان؛ ساخت کاردستی در مهدکودک؛ تمرین توانایی‌های اخلاقانه؛ تامین ابزارهای لازم برای مشارکت کودکان

۳	Natalie Brüne & Eva Lutz	۲۰۲۰	تأثیر آموزش کارآفرینی در مدارس بر نتایج کارآفرینی: یک بررسی سیستماتیک	آموزش کارآفرینی از سنین پایین؛ کمتر دستاوردگرا بودن؛ اجرای برنامه‌های آموزش کارآفرینی در مدارس؛ توجه به تفاوت‌های فردی؛ مهارت‌های غیرشناختی؛ (باورها، نگرشها، قصد)؛ عوامل فردی؛ تجربیات قبلی؛ علاقه به کارآفرین شدن؛ خودکارآمدی؛ تقویت توانایی‌های مرتبط با کارآفرینی؛ انتظارات بالاتر؛ اعتماد به توانایی‌ها؛ تمرکز بر گام‌های آموزشی بعدی؛ تأثیر متفاوت بر دختران و پسران؛ تلاش دانش‌آموزان؛ تقویت قصدکارآفرینی؛ برنامه‌های بازیگونه؛ تأثیر بیشتر برنامه‌های بازی گونه؛ تلاشهای تحقیقاتی؛ تنوع برنامه‌های آموزشی؛ علاقه زیاد به کارآفرینی؛ تمایل به دیدن آموزش کارآفرینی؛ اعتماد به نفس؛ فضای کلی مدارس؛ برنامه‌های خاص؛ ابتکارات؛ زمینه محیطی گسترده‌تر؛ آموزش اثربخش؛ انگیزه؛ صلاحیتها؛ در دسترس بودن سرمایه‌ها؛ مشکلات مالی و غیرمالی؛ تصویر عمومی مثبت؛ درک دقیق؛ پیامدهای عملی؛ دستاورد؛ روشهای تدریس؛ تناسب آموزش با مخاطب؛ آموزش استراتژیک
۴	Gregory R. L. Hadley & Madison Tennant & Bethany Ripoll	۲۰۲۳	آنچه کارآفرینان جوان در دبیرستان آموختند و نیاموختند	کارآفرینی جوانان؛ تجربیات و فعالیتهای آموزشی دبیرستان؛ توسعه کارآفرینی جوانان؛ یادگیریهای کارآفرینی پنهان؛ حمایت دبیرستان؛ کسب دانش بیشتر؛ افزایش مهارت‌های شخصی؛ کسب نگرشهای مربوط؛ حمایت آموزش از تمایل کارآفرینی جوانان؛ درکها یادگیریهای جدید و استفاده از امکانات؛ آموزش مستقیم کارآفرینی؛ تحلیل‌های چند فرهنگی؛ بازدید از مناطق جغرافیایی متفاوت؛ روشهای آموزشی مرتبط با کارآفرینی
۵	Janez Gorenc & Alenka Slavec Gomezel & Željka Kitić & Blaž Zupan	۲۰۲۳	تأثیر برنامه‌های آموزش کارآفرینی در مدارس ابتدایی بر تکامل سرمایه انسانی دانش‌آموزان	برنامه‌های آموزش کارآفرینی مدرسه؛ پیشینه خانوادگی؛ جنسیت پسر بودن یا مردانگی؛ خانواده‌های کارآفرین
۶	Azeez Tunbosun Lawal	۲۰۲۴	بررسی تأثیر کار کودک و شاگردی بر توسعه مهارت‌های کارآفرینی در ایالت کوارا، نیجریه	شاگردی کردن؛ انعطاف‌پذیری؛ ریسک‌پذیری؛ توسعه مهارت‌ها؛ دانش فنی؛ مشاوره ساخت‌یافته؛ آموزش کارآفرینی در مدارس ابتدایی و متوسطه؛ هدایت دانش‌آموزان؛ مقررات مناسب؛ دستفروشی خیابانی؛ مشارکت در تجارت غیررسمی؛ فروشندگی کالاها (تنقلات). نوشیدنی. اقلام کوچک)؛ در معرض عملیات تجاری بودن؛ تعامل با مشتری؛ بودجه‌بندی. زمانبندی؛ در معرض سواد مالی بودن؛ مشارکت در مشاغل خانگی؛ مشارکت در صنایع دستی و کارهای هنری؛ مهارت‌های فنی؛ خلاقیت؛ انگیزه‌های اقتصادی؛ سلامت؛ رفاه؛ برنامه‌های شاگردی؛ تجربه یادگیری عملی؛ کار در محیط کسب و کار؛ دانش عملی؛ توانایی حل مساله؛ مهارت‌های تفکر انتقادی؛ ارتباط دادن مفاهیم نظری به موقعیتهای واقعی؛ افزایش درک؛ در معرض جنبه‌های مختلف عملیات تجاری بودن؛ استراتژیهای قیمتگذاری؛ تکنیکهای بازاریابی؛ خدمات مشتری؛ مدیریت مالی؛ مدیریت کسبوکار؛ مشارکت در سرمایه‌گذاری؛ محیط حمایتی؛ روابط مشاوره‌ای مثبت؛ اهداف واضح یادگیری؛ ماژولهای آموزشی ساخت یافته؛ فرصت‌های بازخورد و بازتاب؛ شناخت دستاوردها؛ انگیزه؛ تعامل؛ یادگیری مداوم؛ کسب مهارت‌های فنی؛ مدیریت کسب و کار؛ روابط کودک با مشتری؛ سواد مالی کودک؛ ارتباط آموزش با نیازهای بازار؛ دسترسی به منابع مالی؛ دسترسی به محیطهای یادگیری حمایتی؛ توانایی‌های حل مساله؛ مهارت‌های تصمیم‌گیری؛ اعتماد به نفس در راه اندازی کسب و کار؛ مدیریت کسب و کار کودک؛ فرصتهای شبکه‌سازی؛ یادگیری عملی کودک؛ تنوع مهارت؛ شیوههای تجاری اخلاقی؛ افزایش اعتماد به نفس؛ نوآوری؛ ذهنیت کارآفرینی؛ توانمندسازی؛ کسب مهارت توسط کودک؛ توسعه اجتماعی اقتصادی؛ حمایت خانوادگی؛ مهارت‌های عملی کودک؛ سواد مالی کودک؛ رقابتی قوی؛ حس مسئولیت؛ اقدامات حمایتی جامعه؛ مداخلات حمایتی جامعه؛ تغییرات بازار

۷	Tommi Pukkinen & Ulla Hytt & Jarna Heinonen & Pekka Stenholm	۲۰۲۴	فعالیت‌های کارآفرینی درسی و فوق برنامه حمایت از خودکارآمدی و تمایل کارآفرینی جوانان روستایی	فعالیت‌های فوق برنامه؛ پتانسیل داشتن؛ فعالیت‌های مبتکرانه؛ حمایت برنامه‌ها؛ کشف فرصت‌ها؛ بهره برداری از فرصت‌ها؛ فراغت جوانان روستایی؛ حمایت از مشارکت؛ محیط رسمی مدرسه؛ دانش؛ مهارت؛ نگرش؛ افزایش آگاهی؛ اثربخشی تدریس و یادگیری؛ سازماندهی کارگاه‌ها توسط مدارس؛ رویدادهای کارآفرینی جالب؛ محیط محلی؛ شبکه‌های محلی؛ فرصت‌های یادگیری غیررسمی؛ سرگرمی‌ها؛ محیط یادگیری منحصر به فرد و طبیعی؛ فعالیت‌های خودگردان؛ مشاهده پتانسیل در محیط محلی؛ کسب درآمد؛ عوامل توانمندساز خارجی؛ اقتصادهای محلی؛ تجربه و تمرین خودمختاری؛ ارتباطات شخصی؛ درک جوانان از کارآفرینی؛ فعالیت‌های فراغت؛ وابستگی کمتر به والدین؛ افزایش آگاهی؛ توانایی‌های فردی؛ عملی بودن تجربه؛ پتانسیل جوانان؛ عرضه فرصت‌های شغلی با کیفیت؛ بافت اجتماعی؛ حمایت خانواده؛ ارتباطات اجتماعی؛ فرصت‌های محلی؛ محیط زندگی؛ تسهیل انگیزه و عمل؛ محیط آموزشی مناسب؛ اکوسیستم محلی؛ استقلال مالی؛ نقش مدارس؛ تشویق معلمان؛ کارگاه‌های رویدادهای کارآفرینی جالب؛ مجمع‌های گفتگو؛ مسابقات؛ زمینه‌های محلی؛ حمایت از فعالیت‌های کارآفرینی نوجوانان؛ همکاری سیاستگذاران محلی با مدرسه؛ درگیر شدن در مشاغل
۸	Swathy Prasad & T Dakshinamurthy & Ms. Ipsita Dash & Dr Rashi Garg & Dr. Archana Thulaseedharan & Kamal Kumar Rajagopalan & Advocate Varun Goel	۲۰۲۴	تأثیر آموزش کارآفرینی بر اشتغال جوانان: شواهدی از کشورهای در حال توسعه	بهبود اشتغال؛ عوامل کلیدی موفقیت: (کسب مهارت اعتماد به نفس، شبکه‌های حمایتی)؛ تعهد؛ بودجه؛ حفظ دستاوردها؛ تلاش؛ توسعه اقتصادی؛ حفظ کسب و کار؛ اجزای کلیدی (دانش دقیق از جنبه‌های مالی، استراتژی‌های بازاریابی، برنامه‌ریزی کسب و کار، شبکه‌سازی و مشاوره کسب و کار)؛ حمایت برنامه‌های کارآفرینی؛ منابع بیشتر؛ شایستگی‌های فنی؛ کسب و کار؛ داشتن مهارت‌های نرم؛ طراحی برنامه؛ تأثیر فناوری؛ حمایت از ایده
۹	Mila Rose D. Javellana & Novy Ly G. Monteverde & Jenny Rose C. Apolinario & Michelle S. Dela Torre & Edilyn S. Parde & Kleven Jake A. Villamor	۲۰۲۴	تأثیر آموزش کارآفرینی و انگیزه بر قصد کارآفرینی جوانان حرفه‌ای در استان کوتاباتو	قصد کارآفرینی؛ انگیزه جوانان؛ تمایل قوی؛ تشویق؛ آموزش کارآفرینی به جوانان؛ انگیزه کارآفرینی جوانان؛ تجهیز جوانان؛ دانش جوانان؛ مهارت‌های کسب شده جوانان؛ اعتماد به نفس؛ افزایش روحیه جوانان؛ آموزش کارآفرینی؛ پرورش کارآفرینان آینده؛ اهمیت آموزش؛ درک مثبت از آموزش کارآفرینی توسط جوانان؛ انگیزه؛ مهارت‌های عملی؛ محیط مناسب؛ رشد اقتصادی؛ رابطه مثبت بین آموزش و قصد کارآفرینی مواجهه با آموزش؛ همبستگی بین انگیزه و قصد؛ پیگیری فعالیت‌ها توسط جوانان؛ ادغام آموزش کارآفرینی در برنامه درسی؛ تجهیز مهارت‌ها؛ افزایش دانش جوانان؛ فرصت‌های شبکه‌سازی؛ پرورش فرهنگ نوآوری؛ تشویق جوانان؛ نگرش جوانان؛ هنجارهای ذهنی جوانان؛ کنترل رفتاری درک شده؛ فشارهای اجتماعی حمایتی؛ افزایش درک؛ سرگرمی؛ اشتیاق؛ دانش عملی؛ کشف علاقه‌ها؛ فرصت‌های تجاری بالقوه؛ تجربه‌های واقعی؛ نیروهای محرک
۱۰	Rizky Nuryanti & Syafrozi Haqi & Sudarmiatin & Rizky Firmansyah	۲۰۲۴	تحلیل تأثیر آموزش و تربیت کارآفرینی بر انگیزه‌های کارآفرینی (مطالعه موردی دانش‌آموزان مدارس فنی و حرفه‌ای شهر موجوکرتو)	آموزش کارآفرینی؛ ذهنیت مثبت به کارآفرینی؛ نگرش به کارآفرینی؛ اعتماد به نفس؛ شجاعت؛ تجربه عملی؛ عوامل حمایتی؛ مشارکت معلمان؛ امکانات آموزشی؛ حمایت مدرسه؛ تربیت یکپارچه؛ انگیزه قوی دانش‌آموزان؛ پتانسیل‌های محلی؛ آموزش ترکیبی؛ مدیریت کسب و کار؛ توسعه کسب و کار؛ آموزش عملی کارآفرینی؛ شبیه‌سازی‌های تجاری؛ پروژه‌های واقعی؛ بهبود دانش عملی؛ انگیزه‌های اقتصادی؛ اجتماعی؛ شخصی؛ تقویت توانایی‌های دانش‌آموزان؛ حمایت خانواده؛ مدرسه، مربیان؛ گسترش شبکه‌ها؛ رویکرد جامع به کارآفرینی؛ تحقق ایده‌های کارآفرینی؛ تقویت جنبه‌های عملی؛ حمایت‌های خارجی؛ آموزش عملی؛ یادگیری عملی؛ آموزش جنبه‌های فنی؛ مدیریت صنایع انسانی؛ بازاریابی دیجیتال؛ مجوز کسب و کار؛ حمایت جامعه؛ حمایت مالی؛

مشاوره؛ شبکه‌های کارآفرینی؛ امکانات مناسب؛ فضای اختصاصی؛ ابزار و مواد؛ دسترسی به فناوری و اطلاعات؛ برنامه‌های مشاوره‌ای؛ همکاری؛ مدرسه، دولت، کسب و کار؛ برنامه‌های کارآموزی؛ بازدیدهای صنعتی؛ شبکه سازی کارآفرینی؛ برگزاری سمینارها، برگزاری کارگاههای آموزشی؛	تقویت (ترویج) مقاصد کارآفرینی؛ بررسی مسیرهای نوآوری و آموزش کارآفرینی؛ مرور ادبیات	۲۰۲۴	YiQiang Wan; Azlan Ali; Albattat Ahmad	۱۱
مسیرهای نوآوری؛ فناوری؛ مهارت‌ها؛ نگرش؛ شرایط روانشناختی ذهنی؛ جنبه‌های عاطفی و ارزیابی؛ القای مهارت تفکر مستقل به دانش‌آموزان؛ القای مهارت تفکر خلاق به دانش‌آموزان؛ روشهای تدریس خلاقانه انگیزه دانش‌آموزان؛ مقاصد کارآفرینی؛ ضروری بودن آموزش رسمی؛ کشف پیچیدگیها؛ ترغیب دانش‌آموزان؛ مستقل بودن؛ راه اندازی کسب و کار؛ آموزش کارآفرینی؛ تمایل افراد به کارآفرین شدن؛ رشد دانش؛ نگرش مثبت به کارآفرینی؛ مهارت تفکر مستقل؛ تفکر خلاق؛ تقویت تمایلات؛ تشویق به کارآفرینی؛ استقلال؛ شرکت در برنامه تخصصی؛ رفتار برنامه‌ریزی شده؛ تعامل؛ استانداردهای رفتاری درک شده؛ کنترل رفتاری درک شده؛ رفتارهای کارآفرینی؛ نگرشهای کارآفرینی؛ ترجیحات رفتاری فرد؛ ارتباطات شبکه اجتماعی؛ مهارت‌های کارآفرینی؛ خودکارآمدی؛ ذهنیت مثبت فرد به کارآفرینی؛ جنسیت؛ نژاد؛ شخصیت؛ تجربه؛ وضعیت اقتصادی اجتماعی؛ پذیرش ریسک؛ تعقیب فرصتها؛ هدف و قصد کارآفرینی؛ تعهد؛ تلاش برای کارآفرین شدن؛ توانایی‌ها؛ دیدگاه افراد؛ واکنش ذهنی؛ هدف آگاهانه؛ تمایل به کارآفرین شدن؛ قصد رفتاری به کارآفرین شدن؛ سطح تحصیلات بالا؛ داشتن تجربه کارآفرینی؛ حمایت از آموزش؛ تشویق فعالیت‌های کارآفرینی؛ شرکت در برنامه‌های آموزشی؛ شخصیت فرد؛ میل شدید به دستیابی به موفقیت؛ تاثیرات محیطی؛ دسترسی به دانش؛ شبکه‌های اجتماعی؛ منابع مالی؛ ویژگی‌های جمعیت شناختی؛ سن؛ سطح تحصیلات؛ سالهای تجربه کاری؛ ویژگی‌های مختلف: (سن جنسیت (مردبودن)؛ سابقه خانوادگی؛ عقاید مذهبی؛ درجه تحصیلات؛ آمادگی تحصیلی)؛ شخصیت کارآفرین داشتن؛ اخلاق کارآفرینی؛ ویژگی اجتماعی و انسانی؛ ویژگی‌های روانشناختی و غیر روانشناختی؛ پیشینه کارآفرینی؛	تأثیر یادگیری کارآفرینی، شخصیت فردی و محیط مدرسه بر علاقه کارآفرینی دانش‌آموزان هنرستان فنی و حرفه‌ای پامه کاسان، مادورا	۲۰۲۴	Nuzulul Qurnain & Bhakti Iriantini Dwi	۱۲
شخصیت فرد؛ محیط مدرسه؛ توسعه منابع انسانی؛ توانایی‌های دانش آموز؛ مهارت‌ها؛ یادگیری؛ علاقه؛ القای تفکر کارآفرینی؛ معرفی کسبوکار؛ راهاندازی کسب و کار؛ توسعه کسب و کار؛ حمایت معلمان؛ سیاستهای مدیران مدارس؛ ریسکپذیری؛ امکانات مدارس؛ انگیزه‌دهی به دانش‌آموزان؛ تشویق دانش آموزان؛ محیط مدرسه؛ تعامل با معلمان؛ احساس شادی؛ دانش کسب شده؛ کسبوکار آنلاین و آفلان و خانگی؛ دنبال کردن تغییرات؛ یادگیری عملی؛ برپایی بازارچهها؛ همکاری با شرکت ها؛ تمرین و مطالعه تطبیقی؛ آگاهی از مزایا و اهمیت؛ تغییر نگرش والدین؛ تداوم علاقه و انگیزه؛ محیط حمایتی مدرسه؛ جست و جوی اطلاعات؛				

در مرحله ترکیب یافته‌ها در مطالعات فراترکیب، تلاش می‌شود تا پاسخی پژوهشی، کلی و معتبر به پرسش‌های پژوهش داده شود. بنیاد کار بر موضوع «اعتبار یافته‌ها» است. یعنی پژوهشگر کوشش می‌کند استنتاج او دارای شرایط لازم برای یک «نظریه دارای اعتبار» باشد. البته «ارائه» نیز مهم است. برای ارائه مؤثر یافته‌ها، باید مخاطبان مختلفی را مورد توجه قرار داد. پژوهشگران فراترکیب نه تنها کوشش می‌کنند در بکارگیری زبان از تمام قابلیت‌های آن برای انتقال معنا استفاده کنند بلکه آنان بنا به آنچه اروین و همکاران (۲۰۱۱) مطرح ساخته‌اند، در این مرحله با استفاده از مواد بصری (نمودار، تصاویر و جداول) به ارائه یافته‌های خود می‌پردازند تا انتقال معنا بدرستی صورت گیرد.

فرا ترکیب پژوهش‌های مربوط به «تجربه کارآفرینی در مدرسه» نشان داد کارآفرینی یک پدیده چندبعدی است و دارای چهار زمینه یا عامل اصلی شکل‌گیری است؛ که عبارتند از: «ظرفیت شخصی»^۱، «شرایط آموزشی»^۲، «حمایت محیطی»^۳ و «تجربه‌های شخصی»^۴. واقعیت‌های میدانی آشکار می‌کنند که این چهار عامل هر یک دارای ابعاد متعددی می‌باشند و بین آنها «ارتباطات تعاملی» برقرار است. الگوی مفهومی و چارچوب نظری می‌تواند به فهم بهتر تجربیات مدرسه‌ای کارآفرینان کمک کند. تعامل عوامل البته در بستر اجتماع مطرح است ولی در اینجا آنچه در تحلیل پژوهش‌ها دنبال شده، مبتنی بر فراغت از عوامل دیگر اجتماعی بوده است (جدول ۳ و نمودار ۱).

جدول ۳: فرا ترکیب تجربیات کارآفرینی در مدرسه

کد منتخب	کد محوری	کد باز
بعد ظرفیت‌های شخصی	ویژگی‌های شخصی	ریسک‌پذیری ^{۶p} ؛ خلاقیت ^{۶p} ؛ انگیزه ^{۶p} ؛ مسئولیت ^{۶p} ؛ حس مسئولیت ^{۶p} ؛ انگیزه ^{۹p} ؛ پشتکار ^{۹p} ؛ خودکارآمدی ^{۱۱p} ؛ انعطاف‌پذیری ^{۶p} ؛ توجه به تفاوت‌های فردی ^{۳p} ؛ توانایی‌های فردی ^{۷p} ؛ اعتماد به نفس در راه اندازی کسب و کار ^{۶p} ؛ شرایط روانشناختی ذهنی ^{۱۱p} ؛ مستقل بودن دانش آموزان ^{۱۱p} ؛ شخصیت فرد ^{۱۲p} ؛ تقویت توانایی‌ها ^{۱۰p} ؛ میل شدید به دستیابی به موفقیت ^{۱۱p} ؛ ویژگی‌های مختلف ^{۱۱p} ؛ شخصیت کارآفرین داشتن ^{۱۱p} ؛ اخلاق کارآفرینی داشتن ^{۱۱p} ؛ شجاعت ^{۱۰p} ؛
نگرش‌ها و باورها		کسب نگرش‌های مربوط ^{۴p} ؛ نگرش مثبت به کارآفرینی ^{۱۱p} ؛ باور به توانایی‌های خود ^{۱۱p} ؛ ذهنیت مثبت به کارآفرینی ^{۱۱p} ؛ اهمیت استقلال ^{۱۱p} ؛ درک یادگیری‌های جدید ^{۱۱p} ؛ درک جوانان از کارآفرینی ^{۱۱p} ؛ روحیه ی کارآفرینی ^{۷p} ؛ درک مثبت از آموزش کارآفرینی توسط جوانان ^{۹p} ؛ هنجارهای ذهنی جوانان ^{۹p} ؛ افزایش درک ^{۹p} ؛ کشف علاقه‌ها ^{۹p} ؛ اشتیاق به کارآفرینی ^{۱۱p} ؛ تلاش برای کارآفرین شدن ^{۱۱p} ؛ جنبه‌های عاطفی ^{۱۱p} ؛ ترغیب دانش آموزان ^{۱۱p} ؛ استانداردهای رفتاری درک شده ^{۱۱p} ؛ رفتارهای کارآفرینی ^{۱۱p} ؛ نگرش‌های کارآفرینی ^{۱۱p} ؛ ترجیحات رفتاری فرد ^{۱۱p} ؛ ذهنیت مثبت به کارآفرینی ^{۱۱p} ؛ تعقیب فرصت‌ها ^{۱۱p} ؛ تلاش برای کارآفرین شدن ^{۱۱p} ؛ هدف و قصد کارآفرینی داشتن ^{۱۱p} ؛ دیدگاه افراد ^{۱۱p} ؛ واکنش ذهنی به کارآفرینی ^{۱۱p} ؛ هدف آگاهانه ^{۱۱p} ؛ تمایل به کارآفرین شدن ^{۱۱p} ؛ علاقه به کارآفرینی ^{۳p} ؛ قصد رفتاری به کارآفرین شدن ^{۱۱p} ؛ القای تفکر کارآفرینی ^{۱۲p} ؛ تشویق دانش‌آموزان ^{۱۲p} ؛ احساس شادی ^{۱۲p} ؛ جست‌وجوی اطلاعات ^{۱۲p} ؛ ذهنیت مثبت به کارآفرینی ^{۱۱p} ؛ افزایش درک ^{۶p} ؛ تعهد ^{۱۱p} ؛ تمایل افراد به کارآفرین شدن ^{۱۱p} ؛
علاقه و انگیزه		توانایی حل مسئله ^{۶p} ؛ تفکر انتقادی ^{۶p} ؛ اشتیاق به کار گروهی ^{۶p} ؛ میل به آگاهی ^{۷p} ؛ رهبری ^{۷p} ؛ توانایی‌های شخصی ^{۴p} ؛ قدرت درک ^{۶p} ؛ حل مسئله ^{۶p} ؛ اعتماد به نفس ^{۸p} ؛ ظرافت در کار ^{۸p} ؛ توان در کارآفرینی ^{۱۱p} ؛ استقلال تفکر ^{۱۱p} ؛ تفکر خلاق ^{۱۱p} ؛ استقلال ^{۱۱p} ؛ تحقق ایده‌های کارآفرینی ^{۱۰p} ؛ قدرت تصمیم‌گیری ^{۷p} ؛
تجربیات		علاقه به کارآفرینی ^{۱۲p} ؛ انگیزه ^{۱۲p} ؛ تمایل به دیدن آموزش کارآفرینی ^{۳p} ؛ انتظارات بالاتر ^{۳p} ؛ آمادگی برای چالش‌های آینده ^{۲p} ؛ تشویق کودکان به شوخی و گفتگو ^{۲p} ؛ علاقه به کارآفرین شدن ^{۳p} ؛ پتانسیل داشتن ^{۷p} ؛ مشاهده پتانسیل در محیط محلی ^{۷p} ؛ ارتباطات شخصی؛ پتانسیل جوانان ^{۷p} ؛ تسهیل انگیزه و عمل ^{۷p} ؛ قصد کارآفرینی ^{۹p} ؛ تعهد ^{۱۱p} ؛ انگیزه جوانان ^{۹p} ؛ تمایل قوی ^{۹p} ؛ تشویق به کارآفرینی ^{۹p} ؛ انگیزه جوانان ^{۹p} ؛ تمایل افراد به کارآفرین شدن ^{۱۱p} ؛ نگرش مثبت به کارآفرینی ^{۱۱p} ؛ تقویت تمایلات کارآفرینی ^{۱۱p} ؛ رویکرد جامع به کارآفرینی ^{۱۰p} ؛ تشویق فعالیت‌های کارآفرینی ^{۱۱p} ؛ دنبال کردن تغییرات ^{۱۲p} ؛ آگاهی از مزایا و اهمیت کارآفرینی ^{۱۲p} ؛ تداوم علاقه و انگیزه ^{۱۲p} ؛ پتانسیل‌های محلی ^{۱۰p} ؛

¹ Personal capacity

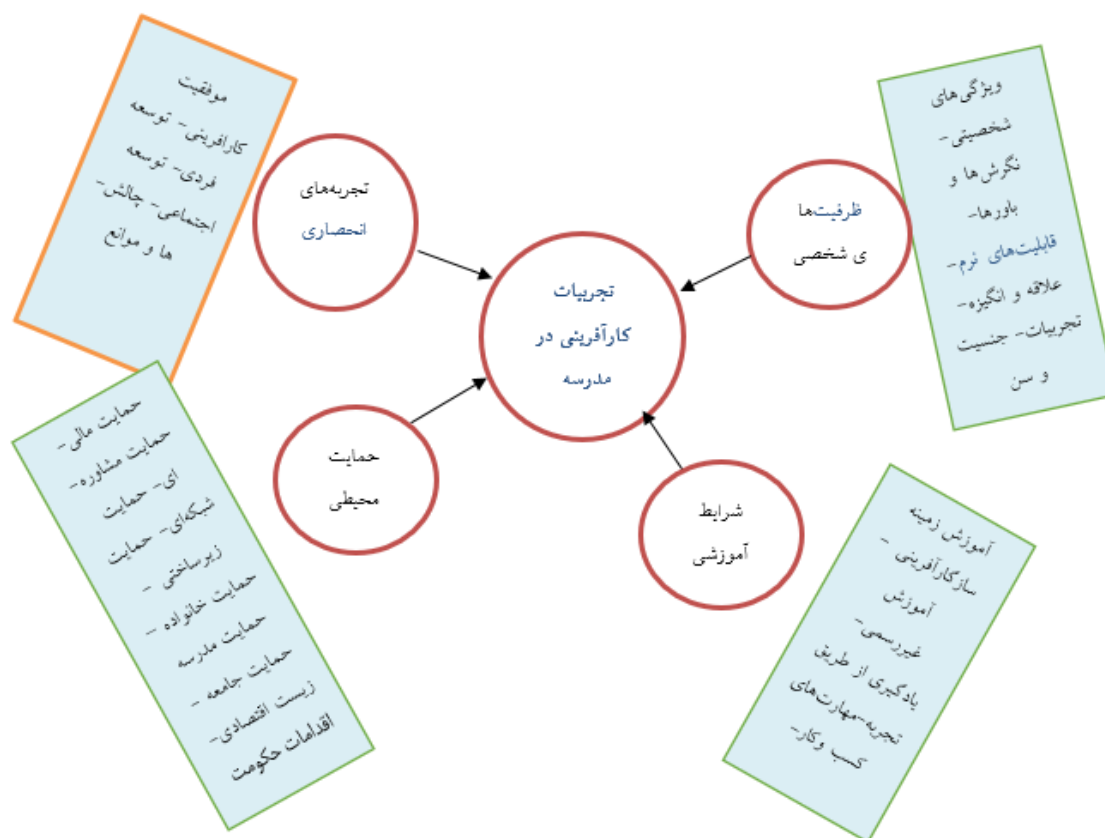
² Educational conditions

³ Environmental support

⁴ Personal experiences

تجربه کارآفرینی ۱۲p؛ تجربه کاری مرتبط ۱۲p؛ پیگیری فعالیت‌ها توسط جوانان ۹p؛ تجربه عملی داشتن ۱۰p؛ تجربه کارآفرینی داشتن ۱۱p؛ پیشینه کارآفرینی ۱۱p؛			
پسربودن (مردانگی) ۵p؛ سن پایین ۱۱p؛			
برنامه‌های آموزش کارآفرینی در مدارس ۳p؛ روش‌های تدریس ۳p؛ محتوای آموزشی مناسب ۳p؛ حمایت آموزش از تمایل کارآفرینی جوانان ۳p؛ روش‌های آموزشی مرتبط با کارآفرینی ۳p؛ فعالیت‌های فوق درسی ۷p؛ اثربخشی تدریس و یادگیری ۷p؛ محیط آموزشی مناسب ۷p؛ مازول‌های آموزشی ساخت یافته ۶p؛ تنوع برنامه‌های آموزشی ۳p؛ آموزش اثربخش ۳p؛ تناسب آموزش با مخاطب ۳p؛ آموزش استراتژیک ۳p؛ ادغام آموزش کارآفرینی در برنامه‌های درسی ۹p؛ طراحی برنامه‌های کارآفرینی ۸p؛ ضروری بودن آموزش رسمی ۱۱p؛ آموزش کارآفرینی به دانش آموزان ۱۰p؛ آموزش عملی کارآفرینی ۱۰p؛ آموزش جنبه‌های فنی ۱۰p؛ سطح تحصیلات بالا ۱۱p؛ بهبود دانش عملی ۱۰p؛ افزایش دانش جوانان ۹p؛	بعد شرایط آموزش زمینه‌ساز کارآفرینی		
برگزاری کارگاه‌ها ۱۰p؛ برگزاری دوره‌ها ۱۰p؛ مسابقات کارآفرینی ۱۰p؛ سازماندهی کارگاه‌ها توسط مدارس ۷p؛ رویدادهای کارآفرینی جالب ۷p؛ فرصت‌های یادگیری غیررسمی؛ کارگاه‌های رویدادهای جالب؛ بازدیدهای صنعتی؛ برگزاری کارگاه‌های آموزشی؛ برگزاری سمینارها ۱۰p؛ یادگیری‌های کارآفرینی پنهان ۳p؛ مجمع‌های گفت و گو ۷p؛ در معرض عملیات تجاری بودن ۶p؛	آموزش غیررسمی		
کارآفرینی دانش آموزی ۶p؛ پروژه‌های کارآفرینی ۶p؛ شاگردی کردن ۶p؛ آموزش از طریق تجربه ۲p؛ برنامه‌های بازی گونه ۳p؛ تجربه عملی ۹p؛ مشارکت در تجارت غیر رسمی ۶p؛ مشارکت در مشاغل خانگی ۶p؛ مشارکت در صنایع دستی و کارهای هنری ۶p؛ برنامه‌های شاگردی ۶p؛ تجربه یادگیری عملی ۶p؛ کار در محیط کسب و کار ۶p؛ در معرض جنبه‌های مختلف عملیات تجاری بودن ۶p؛ یادگیری عملی کودک ۶p؛ محیط یادگیری منحصر به فرد و طبیعی ۷p؛ فعالیت‌های خودگردان ۷p؛ تجربه و تمرین خودمختاری ۷p؛ عملی بودن تجربه ۷p؛ درگیر شدن در مشاغل ۷p؛ دانش عملی ۶p؛ تجربه‌های واقعی ۹p؛ یادگیری عملی ۱۰p؛	یادگیری از طریق تجربه		
مهارت‌های کسب و کار ۶p؛ مهارت‌های فنی ۶p؛ توسعه مهارت‌های تجاری ۱p؛ مهارت‌های بازاریابی و کارآفرینی اجتماعی ۲p؛ برنامه‌های خاص کارآفرینی ۳p؛ توسعه مهارت‌ها ۶p؛ تعامل با مشتری ۶p؛ تکنیک‌های بازاریابی ۶p؛ مدیریت کسب و کار کودک ۶p؛ تنوع مهارت‌ها ۶p؛ توانمندسازی ۶p؛ مدیریت کسب و کار ۶p؛ ارتباط آموزش با نیازهای بازار ۶p؛ تجهیز مهارت‌ها ۹p؛ کشف پیچیدگی‌های کارآفرینی ۱۱p؛ شرکت در برنامه‌های تخصصی ۱۱p؛ مهارت‌های کارآفرینی ۱۱p؛ تقویت جنبه‌های عملی ۱۰p؛ برنامه‌های کارآموزی ۱۰p؛ شرکت در برنامه‌های آموزشی ۱۱p؛ شبیه‌سازیهای تجاری ۱۰p؛ پروژه‌های واقعی ۱۰p؛ آموزش عملی کارآفرینی ۱۰p؛	مهارت‌های کسب و کار		
دسترسی به منابع مالی ۶p؛ مشارکت در سرمایه‌گذاری ۶p؛ تامین مالی ۱p؛ در دسترس بودن سرمایه‌ها ۳p؛ مزایای مالی و غیرمالی ۳p؛ مدیریت مالی ۶p؛ سواد مالی کودک ۶p؛ حمایت مالی ۱۰p؛ کسب درآمد ۷p؛ دانش دقیق از جنبه‌های مالی ۸p؛ منابع مالی ۱۱p؛	بعد حمایت مالی حمایت محیطی		
مشاوره کسب و کار ۸p؛ هدایت دانش آموزان ۶p؛ پرورش فرهنگ نوآوری ۹p؛ نگرش مثبت به کارآفرینی ۱۱p؛ روابط مشاوره‌ای مثبت ۶p؛ حمایت از مشارکت ۷p؛ حمایت از فعالیت‌های کارآفرینی جوانان ۷p؛ تشویق جوانان به کارآفرینی ۹p؛ رفتار برنامه ریزی شده ۱۱p؛ روابط مشاوره‌ای مثبت ۶p؛ برنامه‌های مشاوره‌ای ۱۰p؛	حمایت مشاوره‌ای		
شبکه‌های کارآفرینی ۱۰p؛ ارتباطات شبکه اجتماعی ۱۱p؛ بازدید از مناطق جغرافیایی متفاوت ۴p؛ حمایت برنامه‌ها ۶p؛ شبکه‌های محلی ۷p؛ زمینه محیطی گسترده‌تر ۳p؛ فرصت‌های بازخورد و بازتاب ۶p؛ فرصت‌های شبکه سازی ۶p؛ همکاری سیاستگذاران محلی با مدرسه ۷p؛ حمایت اجتماعی از کارآفرینی ۷p؛ حمایت از ایده ها ۸p؛ شبکه‌های حمایتی ۸p؛ استراتژی‌های بازاریابی ۸p؛ شبکه سازی و مشاوره کسب و کار ۸p؛ ارتباطات شبکه اجتماعی ۱۰p؛ گسترش شبکه ها ۱۰p؛ حمایت‌های خارجی ۱۰p؛ بازاریابی دیجیتال ۱۰p؛ شبکه‌های کارآفرینی ۱۰p؛ شبکه سازی کارآفرینی ۱۰p؛	حمایت شبکه‌ای حمایت زیرساختی		
فضاهای کار اشتراکی ۱۰p؛ مسیرهای نوآوری ۱۱p؛ استفاده از امکانات ۴p؛ دسترسی به محیط‌های یادگیری حمایتی ۶p؛ تجهیز جوانان ۹p؛ برنامه‌ریزی کسب و کار ۸p؛ حمایت برنامه‌های کارآفرینی ۸p؛ شایستگی‌های فنی	حمایت خانواده		

کسیوکار ۸p؛ تاثیر فناوری ۸p؛ مدیریت صنایع انسانی ۱۱p؛ مجوز کسب و کار ۱۱p؛ فضای اختصاصی ۱۱p؛ ابزار و مواد ۱۱p؛ دسترسی به فناوری و اطلاعات ۱۱p؛ حمایت از آموزش کارآفرینی ۱۱p؛			
حمایت مدرسه	حمایت خانواده ۱۰p؛ خانواده‌های کارآفرین ۵p؛ پیشینه خانوادگی کارآفرینی ۵p؛ پشتیبانی عقاید مذهبی ۱p؛ نقش فعالیت‌های خانگی ۲p؛ توجه والدین به پرورش روحیه کارآفرینی ۲p؛ وابستگی کمتر به والدین ۷p؛ حمایت خانوادگی ۶p؛ علاقه والدین به کارهای کودکان ۲p؛ سابقه خانوادگی ۱۱p؛ تمرین و مطالعه تطبیقی ۱۲p؛ تغییر نگرش والدین ۱۲p؛ کمک کردن کودکان در خانه ۲p؛		
حمایت جامعه	محیط مدرسه ۱۲p؛ حمایت معلمان ۱۲p؛ برنامه‌های آموزشی کارآفرینی در مدرسه ۳p؛ فضای کلی مدرسه ۳p؛ تجربیات و فعالیت‌های آموزشی دبیرستان ۴p؛ تقویت قصد کارآفرینی در مدرسه ۳p؛ حمایت دبیرستان ۴p؛ آموزش مستقیم کارآفرینی در مدرسه ۴p؛ اجرای برنامه‌های آموزش کارآفرینی در مدارس ۳p؛ آموزش کارآفرینی در مدارس ابتدایی و متوسطه ۶p؛ محیط رسمی مدرسه ۷p؛ محیط آموزشی مناسب ۷p؛ روش‌های تدریس خلاقانه ۱۱p؛ حمایت مدرسه ۱۰p؛ دسترسی به دانش ۱۱p؛ سیاست‌های مدیران مدارس ۱۲p؛ امکانات مدارس ۱۲p؛ محیط مدرسه ۱۲p؛ تعامل با معلمان ۱۲p؛ دانش کسب شده در مدرسه ۱۲p؛ محیط حمایتی مدرسه ۱۲p؛ آموزش کارآفرینی در مدرسه ۱۰p؛ مشارکت معلمان ۱۰p؛ امکانات آموزشی مدرسه ۱۰p؛ آموزش ترکیبی در مدرسه ۱۰p؛ تشویق معلمان ۷p؛		
زیست اقتصادی	اقدامات حمایتی جامعه ۶p؛ دسترسی به منابع مالی ۶p؛ شبکه‌های اجتماعی ۱۱p؛ فرهنگ کارآفرینی جامعه ۱p؛ محیط حمایتی ۶p؛ تعامل با مشتری ۶p؛ اقدامات حمایتی جامعه ۶p؛ محیط محلی ۷p؛ بافت اجتماعی ۷p؛ ارتباطات اجتماعی ۷p؛ فرصت‌های محلی ۷p؛ محیط زندگی ۷p؛ وضعیت اقتصادی اجتماعی ۱۱p؛ همکاری مدرسه و دولت و کسب و کار ۱۱p؛ شبکه‌های اجتماعی ۱۱p؛		
حکومت	رشد اقتصادی ۹p؛ فرصت‌های بازخورد و بازتاب ۶p؛ دستفروشی خیابانی ۶p؛ فروشندگی کالاها ۶p؛ انگیزه‌های اقتصادی ۶p؛ مشارکت در سرمایه‌گذار ۷p؛ اقتصادهای محلی ۷p؛ استقلال مالی ۷p؛ فرصت‌های تجاری بالقوه ۹p؛ بهبود اشتغال ۸p؛ راه اندازی کسب و کار ۱۱p؛ توسعه کسب و کار ۱۲p؛ کسب و کار آنلاین و آفلاین خانگی ۱۲p؛ برپایی بازارچه‌ها ۱۲p؛ همکاری با شرکت‌ها ۱۲p؛ مدیریت کسب و کار ۱۰p؛ توسعه کسب و کار ۱۰p؛		
	سیاست‌های دولتی ۱p؛ حمایت‌های مالی ۱۰p؛ مقررات مناسب ۶p؛		
بعد تجربه‌های انحصاری	افزایش اعتماد به نفس ۶p؛ اعتماد به نفس در راه اندازی کسیوکار ۷p؛ اقتصادی ۹p؛ کسب سود، دانش عملی ۶p؛ کشف فرصت‌ها ۷p؛ حفظ کسب و کار ۸p؛ بهره‌برداری از فرصت‌ها ۷p؛	در	موفقیت کارآفرینی
توسعه فردی	کسب دانش توسط جوانان ۹p؛ تمرین توانایی‌های خلاقانه ۲p؛ ساخت کاردستی در مهد کودک ۲p؛ تقویت توانایی‌های مرتبط با کارآفرینی ۳p؛ ابتکارات ۳p؛ صلاحیت‌ها ۳p؛ یادگیری مداوم ۶p؛ فعالیت‌های مبتکرانه ۷p؛ افزایش آگاهی ۷p؛ سرگرمی‌ها ۷p؛		
دستاوردهای اجتماعی	بهبود اشتغال ۸p؛ رشد اقتصادی ۹p؛ شناخت دستاوردها ۶p؛ تلاش‌های تحقیقاتی ۳p؛ در معرض سواد مالی بودن ۶p؛ دستیابی به رفاه ۶p؛ توسعه اجتماعی و اقتصادی ۶p؛ عوامل توانمندساز خارجی ۷p؛ فعالیت‌های فراغت ۷p؛ نیروهای محرک کارآفرینی ۹p؛ مسیرهای نوآوری ۱۱p؛ عرضه فعالیت‌های شغلی با کیفیت ۷p؛		
چالش‌ها و موانع	مشکلات مالی و غیرمالی ۳p؛ رقبای قوی ۶p؛ تغییرات بازار ۶p؛ حفظ دستاوردها ۸p؛ پیامدهای عملی ۳p؛ دستاوردها ۳p؛		



شکل ۲. الگوی تبیین تجربیات کارآفرینی در مدرسه بر اساس فراترکیب مطالعات میدانی

بحث و نتیجه‌گیری

هدف پژوهش حاضر شناسایی و تلفیق ابعاد و مؤلفه‌های «تجربه کارآفرینی در مدرسه» بود. نتایج فراترکیب ۱۲ مطالعه منتخب نشان داد که تجربه کارآفرینی در مدرسه پدیده‌ای چندبعدی است که در چهار بعد اصلی شامل ظرفیت‌های شخصی، شرایط آموزشی، حمایت محیطی و تجربه‌های انحصاری سازمان می‌یابد و این چهار بعد در مجموع ۲۳ محور فرعی را دربر می‌گیرند. به بیان دیگر، شکل‌گیری قابلیت و روحیه کارآفرینی در دوران مدرسه را نمی‌توان محصول یک عامل منفرد، مانند آموزش رسمی یا ویژگی‌های شخصیتی دانش‌آموز، تلقی کرد؛ بلکه این تجربه حاصل تعامل مستمر میان ویژگی‌های فردی دانش‌آموز، کیفیت و ساختار برنامه‌های آموزشی، میزان حمایت محیط پیرامونی و فرصت‌هایی است که برای تجربه مستقیم فعالیت‌های مرتبط با کارآفرینی فراهم می‌شود. این یافته بر ماهیت تعاملی و زمینه‌مند کارآفرینی تأکید دارد و نشان می‌دهد مدرسه زمانی می‌تواند نقش مؤثری در پرورش کارآفرینی ایفا کند که مجموعه‌ای هماهنگ از ظرفیت‌های فردی و فرصت‌های محیطی و آموزشی را به یکدیگر متصل سازد.

نخستین یافته اصلی پژوهش به ظرفیت‌های شخصی مربوط بود. این بعد شامل مؤلفه‌هایی مانند ویژگی‌های شخصیتی، نگرش‌ها و باورها، قابلیت‌های نرم، علاقه و انگیزه، تجربه‌های پیشین و برخی ویژگی‌های فردی و جمعیت‌شناختی بود. در سطح

جزئی‌تر، خلاقیت، ریسک‌پذیری، انعطاف‌پذیری، خودکارآمدی، اعتمادبه‌نفس، استقلال، پشتکار، انگیزش، تمایل به موفقیت، حل مسئله، تفکر خلاق، تصمیم‌گیری، رهبری و علاقه به کارآفرینی در مطالعات بررسی‌شده به‌طور مکرر مطرح شده بودند. این نتیجه با دیدگاهی هماهنگ است که کارآفرینی را صرفاً یک فعالیت اقتصادی نمی‌داند، بلکه آن را مجموعه‌ای از قابلیت‌ها و جهت‌گیری‌های فردی برای شناسایی فرصت، پذیرش ریسک، سازمان‌دهی منابع و خلق ارزش تلقی می‌کند (1). همچنین، پژوهش‌های پیشین درباره قصد کارآفرینانه نشان داده‌اند که نگرش‌ها، باورها، انگیزش‌ها و ادراک فرد از توانایی خود در شکل‌گیری گرایش او به فعالیت کارآفرینانه اهمیت دارند (6-8). بنابراین، یافته حاضر تأیید می‌کند که پیش از آنکه رفتار کارآفرینانه آشکار شود، مجموعه‌ای از آمادگی‌های شناختی، عاطفی و شخصیتی باید در فرد شکل گرفته باشد.

در تبیین این یافته می‌توان گفت که فعالیت کارآفرینانه اساساً با شرایطی همراه است که در آن پاسخ قطعی، مسیر از پیش تعیین‌شده یا پیامد تضمین‌شده وجود ندارد. در چنین شرایطی، دانش‌آموزی که از خودکارآمدی بالاتر، انعطاف‌پذیری بیشتر، توانایی حل مسئله و تحمل مناسب‌تری در برابر ریسک برخوردار است، احتمالاً آمادگی بیشتری برای مشارکت در تجربه‌های کارآفرینانه خواهد داشت. مطالعه Liao و همکاران نیز نشان داد که آموزش کارآفرینی در تعامل با اشتیاق کارآفرینانه و ویژگی‌های فردی و جمعیت‌شناختی می‌تواند بر قصد کارآفرینی اثرگذار باشد (9). یافته‌های Cekule و همکاران نیز بر نقش آموزش در تقویت قصدهای کارآفرینانه تأکید دارد و نشان می‌دهد شکل‌گیری قصد کارآفرینی با مجموعه‌ای از عوامل فردی و آموزشی پیوند دارد (19). از سوی دیگر، بررسی ویژگی‌های کارآفرینانه در میان دانشجویان دکتری نشان داده است که حتی در میان افرادی با سطح بالای تحصیلات، میزان گرایش به کارآفرینی یکسان نیست (20). بنابراین، در سطح مدرسه نیز نمی‌توان انتظار داشت همه دانش‌آموزان از نقطه شروع مشابهی برخوردار باشند یا نسبت به فرصت‌های کارآفرینی واکنش یکسانی نشان دهند.

این یافته همچنین اهمیت توجه به تفاوت‌های فردی در طراحی آموزش کارآفرینی را برجسته می‌کند. اگر ظرفیت‌های شخصی بخش بنیادین تجربه کارآفرینی هستند، برنامه‌های مدرسه‌ای نباید بر فرض یکسان بودن علایق، استعدادها و انگیزش‌های همه دانش‌آموزان طراحی شوند. یافته مطالعه حاضر نیز بر همین اساس بیان می‌کند که توجه به ظرفیت‌های شخصی، ضرورت انعطاف‌پذیری و حتی اختیاری بودن برخی برنامه‌های کارآفرینی را مطرح می‌سازد. این برداشت با نتایج Barba-Sánchez و Atienza-Sahuquillo همسو است که بر اهمیت توسعه کارآفرینی از دوران مدرسه و فراهم کردن زمینه مناسب برای شکل‌گیری نگرش‌ها و قابلیت‌های کارآفرینانه تأکید کرده‌اند (13). بنابراین، کارآفرینی مدرسه‌ای باید بیش از آنکه برنامه‌ای یکسان برای همه باشد، مجموعه‌ای از فرصت‌های متنوع برای کشف استعداد، علاقه و ظرفیت‌های متفاوت دانش‌آموزان باشد.

دومین بعد اصلی شناسایی‌شده در پژوهش، شرایط آموزشی بود. این بعد مؤلفه‌هایی مانند ادغام آموزش کارآفرینی در برنامه درسی، استفاده از روش‌های تدریس خلاقانه، آموزش غیررسمی، برگزاری کارگاه‌ها و رویدادها، یادگیری تجربه‌محور، فعالیت‌های عملی، شبیه‌سازی کسب‌وکار و راه‌اندازی فعالیت‌های دانش‌آموزی را دربر می‌گرفت. این یافته نشان می‌دهد که صرف وجود عنوان «کارآفرینی»

در برنامه درسی برای شکل‌گیری تجربه کارآفرینی کافی نیست. آموزش زمانی قابلیت تبدیل شدن به تجربه کارآفرینانه را پیدا می‌کند که دانش‌آموز از نقش دریافت‌کننده منفعل اطلاعات خارج شود و در موقعیت تصمیم‌گیری، طراحی، تولید، همکاری، مسئله‌گشایی و ارزیابی پیامدهای فعالیت خود قرار گیرد. این نتیجه با تجربه‌های بین‌المللی آموزش کارآفرینی در مدارس هماهنگ است. مطالعه Barba-Sánchez و Atienza-Sahuquillo درباره تجربه اسپانیا بر ضرورت توسعه کارآفرینی از سطح مدرسه تأکید کرده است (13) و مطالعه de Lourdes Cárcamo-Solís و همکاران نیز نشان داد که استفاده از بازی و ایجاد بنگاه‌های کوچک دانش‌آموزی می‌تواند امکان تجربه عملی کارآفرینی را برای کودکان فراهم کند (14).

یافته مربوط به شرایط آموزشی همچنین با مطالعات تطبیقی برنامه درسی کارآفرینی همخوانی دارد. بررسی برنامه‌های درسی مدارس در کشورهای اروپایی نشان داده است که آموزش کارآفرینی در قالب‌های گوناگونی مانند برنامه مستقل، ادغام‌شده، فعالیت‌های پروژه‌محور و برنامه‌های مکمل قابل طراحی است (11، 12). این موضوع نشان می‌دهد که آنچه در شکل‌گیری تجربه کارآفرینی اهمیت دارد، بیش از قالب ظاهری برنامه، کیفیت فرصت یادگیری ایجادشده برای دانش‌آموز است. از منظر برنامه درسی نیز برنامه آموزشی فقط محتوایی برای انتقال نیست، بلکه نظامی شامل اهداف، محتوا، فعالیت‌های یادگیری، روش‌های تدریس و ارزشیابی است (17). بنابراین، اگر هدف پرورش کارآفرینی باشد، همه این عناصر باید در جهت ایجاد موقعیت‌های واقعی برای خلاقیت، استقلال، همکاری، حل مسئله و تجربه اقتصادی سازمان‌دهی شوند. همچنین، سنتز مطالعات آموزشی نشان داده است که یکپارچه‌سازی مؤلفه‌های پراکنده پژوهش‌ها می‌تواند مبنای مناسبی برای طراحی برنامه‌های درسی مبتنی بر شواهد فراهم کند (18).

در تبیین اهمیت این بعد باید افزود که آموزش کارآفرینی در محیط‌های امروز نمی‌تواند صرفاً متکی بر روش‌های سنتی تدریس باشد. تغییر شرایط اقتصادی، فناوری و اجتماعی موجب شده است که توان سازگاری با موقعیت‌های جدید به یکی از ویژگی‌های مهم کارآفرینانه تبدیل شود. پژوهش Ratten و Jones در زمینه آموزش کارآفرینی در دوره کووید-۱۹ نشان داد که بحران‌ها ضرورت بازاندیشی در روش‌ها و محتوای آموزش کارآفرینی را آشکار کرده‌اند (22). همچنین مفهوم نوآوری مقتصدانه نشان می‌دهد توانایی خلق راه‌حل با استفاده خلاقانه از منابع محدود، بخش مهمی از رفتار نوآورانه و کارآفرینانه است (5). بر این اساس، مدرسه‌ای که دانش‌آموزان را فقط با مسائل بسته و پاسخ‌های از پیش تعیین‌شده مواجه می‌کند، فرصت کمتری برای پرورش قابلیت‌هایی فراهم می‌سازد که در محیط واقعی کارآفرینی مورد نیازند. حتی شواهد حوزه‌های دیگر آموزشی درباره استفاده از فعالیت‌های بازی‌محور نشان داده‌اند که طراحی فعالیت‌های مشارکتی و ساختاریافته می‌تواند توجه و مشارکت یادگیرندگان را تقویت کند (15، 16). هرچند این دو مطالعه مستقیماً درباره کارآفرینی نیستند، از حیث آموزشی از اهمیت روش‌های فعال و مشارکتی در طراحی تجربه یادگیری حمایت می‌کنند.

سومین یافته پژوهش، حمایت محیطی را به‌عنوان یکی دیگر از ارکان تجربه کارآفرینی در مدرسه معرفی کرد. این بعد شامل حمایت مالی، دسترسی به منابع، مشاوره و منتورینگ، شبکه‌سازی، همکاری با بخش خصوصی، حمایت خانواده و جامعه، پشتیبانی

مدرسه، امکانات زیرساختی و سیاست‌های حمایتی بود. این نتیجه نشان می‌دهد که حتی دانش‌آموز برخوردار از ویژگی‌های شخصی مناسب و برنامه آموزشی مطلوب، در نبود محیط حمایت‌کننده ممکن است نتواند ظرفیت‌های خود را به تجربه واقعی کارآفرینی تبدیل کند. منابع، ارتباطات، راهنمایی و مشروعیت اجتماعی، امکان حرکت از «ایده» به «عمل» را فراهم می‌کنند. از همین رو، کارآفرینی را باید در یک اکوسیستم اجتماعی و نهادی فهم کرد، نه صرفاً به‌عنوان تصمیم فردی.

این یافته با مطالعاتی که کارآفرینی را متأثر از شرایط محیطی، اجتماعی و اقتصادی می‌دانند همسو است. Nazri و همکاران و Taha و همکاران نشان داده‌اند که قصد کارآفرینی جوانان تحت تأثیر مجموعه‌ای از عوامل فردی و محیطی قرار دارد (7، 8). همچنین پیوند میان آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرینانه در مطالعات پیشین حاکی از آن است که محیط آموزشی می‌تواند ادراک فرد از امکان و مطلوبیت ورود به فعالیت‌های کارآفرینانه را تغییر دهد (9، 19). از منظر گسترده‌تر نیز فعالیت اقتصادی و کارآفرینی در بستری از نهادها، سیاست‌ها و شرایط محیطی رخ می‌دهد. دیدگاه نهادی یادآور می‌شود که رفتار سازمان‌ها از ساختارها و فشارهای نهادی پیرامون آنها مستقل نیست (21). بنابراین، انتظار پرورش دانش‌آموز کارآفرین بدون وجود مدرسه حمایتگر، خانواده همراه، ارتباط با جامعه و کسب‌وکار و سیاست‌های تسهیل‌کننده چندان واقع‌بینانه نیست.

یافته چهارم پژوهش به تجربه‌های انحصاری دانش‌آموز مربوط بود. این بعد تجربه‌هایی مانند موفقیت‌ها و شکست‌های کوچک، مشارکت در فعالیت‌های واقعی، توسعه فردی، دستاوردهای اجتماعی، کار گروهی، رهبری، رقابت، مواجهه با تغییرات بازار و عبور از چالش‌ها را شامل می‌شد. اهمیت این یافته در آن است که کارآفرینی از طریق دانستن صرف آموخته نمی‌شود، بلکه بخش قابل توجهی از آن محصول «انجام دادن» است. دانش‌آموز باید فرصت داشته باشد ایده‌ای را مطرح کند، برای اجرای آن برنامه‌ریزی کند، منابع محدود را مدیریت کند، با دیگران وارد تعامل شود، نتیجه تصمیم خود را مشاهده کند و در صورت شکست، فرایند را اصلاح نماید. تجربه عملی می‌تواند مفاهیم انتزاعی مانند ریسک، مسئولیت، نوآوری و تصمیم‌گیری را به تجربه زیسته تبدیل کند.

این نتیجه با مطالعه Sarasvathy و همکاران درباره شکست بنگاه‌ها و کارآفرینی سریالی قابل تبیین است. آنان نشان داده‌اند که شکست لزوماً پایان فرایند کارآفرینی نیست و می‌تواند بخشی از مسیر یادگیری و تجربه کارآفرین باشد (23). بنابراین، مدرسه باید فضای امنی برای «شکست کوچک» فراهم کند؛ فضایی که در آن دانش‌آموز بتواند پیامد تصمیم خود را تجربه کند بدون آنکه شکست به پیامدهای شدید آموزشی یا روانی منجر شود. تجربه برنامه «کارآفرینی از طریق بازی» نیز مؤید اهمیت قرار دادن کودکان در فعالیت‌های عملی و شبیه‌سازی شده کسب‌وکار است (14). چنین تجربه‌هایی فرصت می‌دهند مهارت‌هایی که در بعد ظرفیت شخصی شناسایی شدند، مانند حل مسئله، رهبری، اعتمادبه‌نفس و خلاقیت، در موقعیت واقعی به کار گرفته و تقویت شوند.

یکی از مهم‌ترین استنتاج‌های کلی این پژوهش، تعامل چهار بعد شناسایی شده است. یافته‌ها نشان دادند که ظرفیت شخصی، شرایط آموزشی، حمایت محیطی و تجربه‌های انحصاری ساختارهایی مستقل از یکدیگر نیستند؛ بلکه رابطه‌ای پویا میان آنها برقرار است. برای مثال، خودکارآمدی دانش‌آموز ممکن است از طریق تجربه موفق یک پروژه افزایش یابد؛ موفقیت پروژه نیز می‌تواند نتیجه

راهنمایی معلم، حمایت خانواده و دسترسی به منابع باشد؛ و همین تجربه می‌تواند انگیزش دانش‌آموز برای مشارکت در فعالیت‌های بعدی را افزایش دهد. از این رو، می‌توان کارآفرینی مدرسه‌ای را نوعی چرخه رشد دانست که در آن فرد و محیط به صورت متقابل یکدیگر را تقویت می‌کنند.

این استنتاج با ماهیت گسترده‌تر کارآفرینی در ادبیات همخوانی دارد. کارآفرینی در حوزه‌های مختلف با خلق ارزش، نوآوری و پاسخ فعال به فرصت‌های محیطی همراه است (1, 2). همچنین ارتباط پویای کارآفرینی، نوآوری و توسعه اقتصادی که در سطح کلان مشاهده شده است، بر این نکته تأکید دارد که کارآفرینی در شبکه‌ای از عوامل متقابل شکل می‌گیرد (4). در نتیجه، برنامه‌های مدرسه‌ای نیز نباید فقط یک مؤلفه از این شبکه را هدف قرار دهند. برای مثال، آموزش نظری بدون تجربه عملی، تجربه عملی بدون حمایت، یا حمایت مالی بدون انگیزش و مهارت‌های فردی احتمالاً پیامد محدودی خواهد داشت.

بر اساس یافته‌های پژوهش، نقش مدرسه در این میان بسیار برجسته است، زیرا سه حوزه از چهار حوزه شناسایی شده، یعنی شرایط آموزشی، بخشی از حمایت‌های محیطی و ایجاد تجربه‌های انحصاری، تا حد زیادی قابلیت برنامه‌ریزی دارند. متن پژوهش نیز استنتاج می‌کند که مدرسه به دلیل در اختیار داشتن بخش قابل توجهی از دوران کودکی و نوجوانی می‌تواند از طریق برنامه‌های حساب شده، قسمت مهمی از تجربیات کارآفرینی دانش‌آموزان را تحت تأثیر قرار دهد. توسعه سیاست‌های آموزش کارآفرینی در اروپا نیز مؤید آن است که نظام‌های آموزشی می‌توانند به صورت هدفمند کارآفرینی را در سیاست و برنامه درسی خود وارد کنند (10). همچنین، تجارب کشورهای مختلف نشان داده‌اند که مدرسه بستر مناسبی برای آغاز توسعه قابلیت‌های کارآفرینانه از سنین پایین است (13, 14).

در مجموع، نتایج پژوهش حاضر نشان می‌دهد که مفهوم «تجربه کارآفرینی در مدرسه» باید از آموزش نظری کارآفرینی متمایز شود. تجربه کارآفرینی هنگامی شکل می‌گیرد که دانش‌آموز علاوه بر آشنایی با مفاهیم، بتواند قابلیت‌های شخصی خود را بشناسد و توسعه دهد، در یک محیط آموزشی مناسب قرار گیرد، از حمایت منابع انسانی و مادی برخوردار باشد و فرصت رویارویی با موقعیت‌های واقعی یا شبیه‌سازی شده کارآفرینی را پیدا کند. تحلیل هم‌رخدای تجربه‌های کارآفرینان در دوران مدرسه نیز بر چندوجهی بودن این حوزه و ضرورت مطالعه سازمان‌یافته مؤلفه‌های آن دلالت دارد (24). از این منظر، ارزش اصلی یافته‌های حاضر در ارائه چارچوبی یکپارچه است که می‌تواند پراکندگی موجود در پژوهش‌های پیشین را کاهش دهد. استفاده از فراترکیب نیز امکان دستیابی به سطحی فراتر از نتایج منفرد مطالعات را فراهم ساخته است؛ رویکردی که اساساً برای تلفیق و بازتفسیر یافته‌های کیفی و دستیابی به فهم مفهومی گسترده‌تر طراحی شده است (25).

در نهایت، نتایج نشان می‌دهد توسعه کارآفرینی در مدرسه مسئولیتی مشترک اما به شدت وابسته به برنامه درسی است. تعیین اهداف متناسب، استفاده از آموزش خلاق و تجربه‌محور، توسعه مهارت‌های نرم، پیوند با محیط کسب و کار، فراهم‌سازی منابع و شبکه‌های حمایتی و ایجاد امکان تجربه موفقیت و شکست می‌تواند مدرسه را از محیطی صرفاً انتقال‌دهنده دانش به محیطی برای تجربه کارآفرینی

تبدیل کند. این برداشت با تغییرات گسترده‌ای که در ماهیت کارآفرینی و ضرورت سازگاری با شرایط جدید مشاهده می‌شود همخوانی دارد (22). بنابراین، مهم‌ترین پیام پژوهش آن است که پرورش کارآفرینی مستلزم ساختن یک «زیست‌بوم تجربه» در مدرسه است که در آن ظرفیت فردی، برنامه درسی، حمایت محیطی و تجربه عملی به‌صورت هماهنگ عمل کنند.

این پژوهش با چند محدودیت همراه بود که باید در تفسیر نتایج مورد توجه قرار گیرد. نخست، با وجود شناسایی اولیه تعداد قابل توجهی از منابع، تنها ۱۲ مطالعه با معیارهای ورود و کیفیت موردنظر برای فراترکیب نهایی انتخاب شدند؛ بنابراین، چارچوب حاصل تحت تأثیر دامنه و کیفیت پژوهش‌های موجود در این حوزه قرار دارد. دوم، مطالعات منتخب در بافت‌های فرهنگی، اقتصادی و آموزشی متفاوت انجام شده بودند و تفاوت نظام‌های مدرسه‌ای، سیاست‌های اقتصادی و امکانات آموزشی می‌تواند بر نوع تجربه کارآفرینی دانش‌آموزان اثر بگذارد. سوم، ماهیت فراترکیب موجب می‌شود یافته‌های پژوهش حاضر مبتنی بر گزارش و تفسیر پژوهش‌های اولیه باشد و پژوهشگران به داده‌های خام همه مطالعات دسترسی نداشته باشند. چهارم، تمرکز پژوهش بر تجربه کارآفرینی «در مدرسه» موجب شد مطالعات مربوط به تجربه کلی کارآفرینان «از مدرسه» کنار گذاشته شوند و در نتیجه برخی عوامل غیرمستقیم مؤثر بر رشد کارآفرینی وارد تحلیل نهایی نشوند. همچنین، تفاوت در اصطلاحات، تعاریف و نحوه مفهوم‌پردازی کارآفرینی در مطالعات منتخب ممکن است بر دسته‌بندی و ترکیب برخی کدها اثر گذاشته باشد.

پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آینده چارچوب چهاربعدی حاصل از این مطالعه را با استفاده از پژوهش‌های میدانی و در بافت‌های آموزشی مختلف آزمون و اعتبارسنجی کنند. طراحی مطالعات کیفی مبتنی بر مصاحبه با دانش‌آموزان، معلمان، مدیران، والدین و کارآفرینانی که تجربه برنامه‌های مدرسه‌ای داشته‌اند می‌تواند به تکمیل مؤلفه‌های شناسایی شده کمک کند. همچنین، توسعه ابزار سنجش معتبر برای اندازه‌گیری چهار بعد ظرفیت‌های شخصی، شرایط آموزشی، حمایت محیطی و تجربه‌های انحصاری و آزمون روابط میان آنها با روش‌های مدل‌یابی ساختاری پیشنهاد می‌شود. مطالعات طولی نیز می‌توانند مشخص کنند که تجربه‌های کارآفرینی در دوران مدرسه تا چه اندازه قصد، رفتار و موفقیت کارآفرینانه را در سال‌های بعد پیش‌بینی می‌کنند. مقایسه برنامه‌های مدارس در کشورهای مختلف، مدارس دولتی و غیردولتی، مناطق برخوردار و کمتر برخوردار و دوره‌های مختلف تحصیلی نیز می‌تواند نقش بافت را روشن‌تر کند. افزون بر این، انجام مطالعات آزمایشی درباره اثربخشی روش‌هایی مانند شرکت‌های دانش‌آموزی، بازارچه‌های مدرسه‌ای، بازی‌های کسب‌وکار، منتورینگ، بازدیدهای صنعتی و پروژه‌های مسئله‌محور می‌تواند مشخص سازد کدام تجربه‌ها بیشترین تأثیر را بر ابعاد مختلف ظرفیت کارآفرینی دارند.

بر اساس یافته‌های پژوهش پیشنهاد می‌شود برنامه‌ریزان درسی، آموزش کارآفرینی را از قالب یک درس صرفاً نظری خارج کرده و آن را به مجموعه‌ای از تجربه‌های انتخابی، عملی و متناسب با علایق و ظرفیت‌های دانش‌آموزان تبدیل کنند. مدارس می‌توانند بازارچه‌های دانش‌آموزی، پروژه‌های تولید و فروش، شبیه‌سازی کسب‌وکار، کارگاه‌های حل مسئله، مسابقات ایده‌پردازی و برنامه‌های کارآموزی کوتاه‌مدت را در برنامه آموزشی و فوق برنامه خود جای دهند. آموزش معلمان برای ایفای نقش منتور و تسهیلگر، ایجاد ارتباط

پایدار با کسب و کارها و صنایع محلی، مشارکت والدین، تأمین بودجه کوچک برای پروژه‌های دانش‌آموزی و دسترسی به امکانات فناوری نیز باید مورد توجه قرار گیرد. توصیه می‌شود ارزشیابی این برنامه‌ها نه فقط بر موفقیت اقتصادی فعالیت دانش‌آموز، بلکه بر رشد خلاقیت، استقلال، حل مسئله، کار گروهی، رهبری، خودکارآمدی و توان یادگیری از شکست متمرکز باشد. در نهایت، برنامه‌های کارآفرینی بهتر است انعطاف‌پذیر و متناسب با تفاوت‌های فردی باشند تا دانش‌آموزان بتوانند بر اساس علاقه، استعداد و آمادگی خود وارد سطوح متفاوتی از تجربه کارآفرینی شوند.

تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچ‌گونه تضاد منافی وجود ندارد.

مشارکت نویسندگان

در نگارش این مقاله تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.

موازین اخلاق

در انجام این پژوهش تمامی موازین و اصول اخلاقی رعایت گردیده است.

حامی مالی

این پژوهش حامی مالی نداشته است.

منابع

1. Costa D. Entrepreneurship. Encyclopedia Britannica. 2026.
2. Jones P, Ratten V, Hayduk T. Sport, fitness, and lifestyle entrepreneurship. International Entrepreneurship and Management Journal. 2020;16:783-93.
3. Apostolopoulos N, Ratten V, Petropoulos D, Liargovas P, Anastasopoulou E. Agri-food sector and entrepreneurship during the COVID-19 crisis: A systematic literature review and research agenda. Strategic Change. 2021;30(2):159-67.
4. Pradhan RP, Arvin MB, Nair M, Bennett SE. The dynamics among entrepreneurship, innovation, and economic growth in the Eurozone countries. Journal of Policy Modeling. 2020;42(5):1106-22. doi: 10.1016/j.jpolmod.2020.01.004.
5. Ratten V. Frugal Innovation. United Kingdom: Routledge; 2019.
6. Owoseni O, Akambi PA. Entrepreneurial intentions: a theoretical framework. Journal of Management and Governance. 2010;2(4):132-48.
7. Nazri MA, Aroosha H, Omar NA. Examination of factors affecting youths' entrepreneurial intention: a cross-sectional study. Information Management and Business Review. 2016;8(5):14-24. doi: 10.22610/imbr.v8i5.1456.
8. Taha KA, Ramlan SN, Noor IM. The factors affecting entrepreneurial intentions of university students in Malaysia. International Journal of Technoentrepreneurship. 2017;7(2):189-202.

9. Liao YK, Nguyen VHA, Yeong HY, Hong Vu VT, Trinh HT. Unraveling the effects of entrepreneurial passion and entrepreneurship education on entrepreneurial intention: The moderating role of demographic characteristics. *Global Business and Organizational Excellence*. 2022.
10. Duma FS. Promoting the entrepreneurship education in Europe. *Online Journal Modelling the New Europe*. 2014(10):67-79.
11. Tayebnia M, Karimi A, Padash H, Yazdani H, Keyhani M. Analysis of the entrepreneurship curriculum in schools: A comparative study of schools in nine European countries. *Entrepreneurship Development*. 2022;15(3):501-18. doi: 10.22059/jed.2022.339725.653920.
12. Mohammad Reza T, Karimi A, Padash H, Yazdani H, Keyhani M. Analysis of school entrepreneurship curriculum with a comparative study of schools in 9 European countries. *Journal of Entrepreneurship Development*. 2022;15(3):501-18. doi: 10.22059/JED.2022.339725.653920.
13. Barba-Sánchez V, Atienza-Sahuquillo C. The development of entrepreneurship at school: the Spanish experience. *Education+ Training*. 2016;58(7/8):783-96. doi: 10.1108/ET-01-2016-0021.
14. de Lourdes Cárcamo-Solís M, del Pilar Arroyo-López M, del Carmen Alvarez-Castañón L, García-López E. Developing entrepreneurship in primary schools. The Mexican experience of "My first enterprise: Entrepreneurship by playing". *Teaching and Teacher Education*. 2017;64:291-304. doi: 10.1016/j.tate.2017.02.013.
15. Rohman AT, Ardianingsih F. Permainan Puzzle Terhadap Kemampuan Perhatian Anak Autis Di Sekolah Luar Biasa. *Jurnal Pendidikan Khusus*. 2018;10(2):1-15.
16. Norlita W, Sari M. Kemampuan Perhatian Anak Autisme Pada Permainan Puzzle Di SLB Melati Rumbai Pekanbaru. *As-Shiha: Jurnal Kesehatan*. 2021;1(1):16-33.
17. Mousapour N. Curriculum Planning: What, Why, How, and Challenges. Bandar Abbas: University of Hormozgan in collaboration with Hamrokh; 2024.
18. Mohammadjani E, Qaderi M, Maleki H, Sadeghi A, Musapour N. Synthesis study of the components of teachers' cultural knowledge. *Bi-Quarterly Journal of Theory and Practice in Curriculum*. 2023;22(11):51-88. doi: 10.22034/TPCJ.2024.190211.
19. Cekule L, Cekuls A, Dunska M. The role of education in fostering entrepreneurial intentions among business students. 9th International Conference on Higher Education Advances (HEAd'23); Valencia, Spain 2023.
20. Badulescu A, Badulescu D. How entrepreneurial are doctoral students? Some evidence from Romania. *Journal of Eastern Europe Research in Business and Economics*. 2013;1-10. doi: 10.5171/2013.186798.
21. Mandrinos S, Lim WM. De-internationalization: An organizational institutionalism perspective. *Global Business and Organizational Excellence*. 2023;42(3):58-73.
22. Ratten V, Jones P. Covid-19 and entrepreneurship education: Implications for advancing research and practice. *The International Journal of Management Education*. 2021;19(1):100432.
23. Sarasvathy SD, Menon AR, Kuechle G. Failing firms and successful entrepreneurs: Serial entrepreneurship as a temporal portfolio. *Small Business Economics*. 2013;40:417-34. doi: 10.1007/s11187-011-9412-x.
24. Sadeghi Gogheri M, Mousapour N. Entrepreneurs' experiences during school: Co-occurrence analysis of scientific publications. *Library and Information Sciences*. 2024. doi: 10.30481/LIS.2025.487564.2208.
25. Erwin EJ, Brotherson MJ, Summers JA. Understanding Qualitative Metasynthesis: Issues and Opportunities in Early Childhood Intervention Research. *Journal of Early Intervention*. 2011;33(3):186-200. doi: 10.4995/HEAd23.2023.16159.