

Creative Playes are the Basis for the Formation of Entrepreneurial Attitudes in Children

Batool sabzeh*

Assistant Professor, Department of Educational Science, Farhangian University, Tehran, Iran

(Received: June 23, 2019; Accepted: July 15, 2020)

Abstract

Given the need for entrepreneurship education and the importance of childhood in creating a deep and sustainable attitude about entrepreneurship, childhood education should be targeted and implemented in order to form and strengthen the entrepreneurial attitude. One of the best ways to teach entrepreneurship to children is to play creative games. The aim of this study was to investigate the effect of creative games on the formation and strengthening of the entrepreneurial attitude of primary school children. This research is a practical and semi-experimental research method in the statistical population of students of the fourth grade of Imam Reza Boys' Elementary School in Rey city on a sample of 30 people (15 people in the control group and 15 people in the group). Experimental) was performed. The level of entrepreneurial attitude and its dimensions were measured before and after a one-month training course in both experimental and control groups by Robinson et al.'s (1991) attitude questionnaire. After analyzing the data using analysis of variance and T-test, the results showed that: Entrepreneurship education with the method of creative games in the field of entrepreneurship, has been highly appreciated and welcomed by children and strengthens the entrepreneurial attitude in all dimensions. It includes inner control, desire for success, creativity and innovation, and self-esteem. These findings can be effective in educating educators and teachers in the field of entrepreneurship education, as well as in developing educational programs based on the creative and entrepreneurial learning approach.

Keywords: Children, Creative games, Entrepreneurial attitude, Entrepreneurship education.

* **Corresponding Author, Email:** B.sabzeh@cfu.ac.ir

بازی‌های خلاق مبنایی برای شکل‌گیری نگرش کارآفرینانه در کودکان

بِقول سبزه*

استادیار، گروه علوم تربیتی، دانشگاه فرهنگیان، تهران، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۴/۰۲؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۴/۲۵)

چکیده

با توجه به ضرورت آموزش کارآفرینی و اهمیت دوران کودکی در ایجاد نگرش عمیق و پایدار درباره کارآفرینی، آموزش‌های دوره کودکی باید در راستای شکل‌گیری و تقویت نگرش کارآفرینانه هدف‌گذاری و اجرا شوند. یکی از روش‌های مناسب برای آموزش کارآفرینی به کودکان، بازی‌های خلاق است. این تحقیق با هدف بررسی تأثیر بازی‌های خلاق بر شکل‌گیری و تقویت نگرش کارآفرینانه کودکان مقطع ابتدایی صورت گرفت. این تحقیق از نوع تحقیقات کاربردی و به روش کمی نیمه‌تجربی در جامعه آماری دانش‌آموزان پایه چهارم دبستان پسرانه امام رضا (ع) در شهرستان ری بر روی نمونه‌ای به تعداد ۳۰ نفر (۱۵ نفر گروه کنترل و ۱۵ نفر گروه آزمایشی) انجام گرفت. میزان نگرش کارآفرینانه و ابعاد آن قبل و پس از یک دوره یک‌ماهه آموزشی در هر دو گروه آزمایش و کنترل به وسیله پرسشنامه نگرش سنج رابینسون و همکاران (۱۹۹۱)، اندازه‌گیری شد. پس از تحلیل داده‌ها با استفاده از تحلیل واریانس و آزمون تی، نتایج نشان داد آموزش کارآفرینی با روش بازی‌های خلاق در زمینه کارآفرینی، مورد توجه و استقبال زیاد کودکان قرار گرفته و سبب تقویت نگرش کارآفرینانه در تمامی ابعاد آن شامل کنترل درونی، میل به موفقیت، خلاقیت، نوآوری و عزت‌نفس شده است. این یافته‌ها می‌تواند در آگاه‌سازی مربیان و معلمان در زمینه آموزش کارآفرینی و همچنین، در تدوین برنامه‌های آموزشی براساس رویکرد یادگیری خلاق و کارآفرینانه مؤثر باشد.

واژگان کلیدی: آموزش کارآفرینی، بازی‌های خلاق، کودکان، نگرش کارآفرینانه.

مقدمه

بازی به تعبیر جفری دورتی مود^۱ یک فعالیت جهانی است و همه کودکان در همه‌جای دنیا بازی می‌کنند (انگجی و عسگری، ۱۳۸۵). بازی‌ها در هر سنی، شکل و قالب خاصی دارند و انگیزه‌های بازی در هر سن و دوره‌ای متفاوت است (میرزایی، ۱۳۹۵). در طول سال‌های متمادی، نظریات مختلفی درباره بازی کودکان مطرح شده است که هر یک از زاویه خاصی به بازی پرداخته‌اند. بر خلاف نظریه‌های کلاسیک که بازی را فقط سازوکاری غریزی (هال^۲، ۱۹۱۷) می‌دانستند که کودکان از طریق آن به تجدید انرژی (پاتریک^۳، ۱۹۱۶) یا تخلیه انرژی مازاد خود (اسپنسر^۴، ۱۸۷۳) می‌پردازند؛ نظریه‌های دینامیک به محتوای بازی‌ها و ارزش شناختی- رشدی (پیاژه^۵، ۱۹۶۲؛ ویگوتسکی^۶، ۱۹۷۹)، ارزش درمانی (فروید^۷، ۱۹۳۰؛ ایساکز^۸، ۱۹۴۰؛ و اریکسون^۹، ۷۰۱۹) و ارزش آموزشی (دکرولی^{۱۰}، ۱۹۲۶؛ فروبل^{۱۱}، ۱۸۲۵؛ مونته‌سوری^{۱۲}، ۱۸۹۵) آن‌ها توجه دارند (احمدوند، ۱۳۹۳).

بر اساس نظر پیاژه (۱۹۶۲) از پایان یک‌سالگی و بعد از سپری‌شدن دوره بازی‌های حسی- حرکتی و شکل‌گیری توانایی تجسم و بقای شیء در کودکان، بازی‌های نمادین و خلاق شکل می‌گیرند (مجیب، ۱۳۹۷). این بازی‌ها سطوح مهم رشد و تحول کودکان را تحت تأثیر قرار می‌دهند. علاوه بر بازی‌های که خود کودکان به طور آزادانه و خلاقانه انجام می‌دهند، امروزه استفاده از روش

-
1. Dorothy Maud
 2. Stanley Hall
 3. Patrik
 4. Spencer
 5. Piaget
 6. Vygotsky
 7. Freud
 8. Susan Isaacs
 9. Erikson
 10. Decroly
 11. Froebel
 12. Montessori

بازی در آموزش موضوع جدیدی نیست و جایگاه مهمی در یادگیری کودکان و دانش‌آموزان دارد (ماروتی و پرایس^۱، ۲۰۲۰). بازی‌های خلاق اساساً یادگیرنده‌محور هستند (جفری و کرافت^۲، ۲۰۰۴)، لذا براساس تحقیقات مختلف (بیتلستون^۳، ۱۹۹۸؛ بالک^۴، ۱۹۹۷؛ ادوارد و اسپرینگت^۵، ۱۹۹۵؛ فریر^۶، ۱۹۹۶؛ جفری و وودز^۷، ۲۰۰۳؛ هابرد^۸، ۱۹۹۶؛ کسلر^۹، ۲۰۰۰؛ شلکراس^۹، ۱۹۸۱؛ تورنس^{۱۰}، ۱۹۸۴؛ وودز^{۱۱}، ۱۹۹۵) سبب توسعه نتایج هدفمند در برنامه‌دستی می‌شوند؛ انگیزه کودکان را برای خلاقیت و نوآوری افزایش می‌دهند؛ به کودکان کمک می‌کنند تا در فعالیت‌های مختلف یادگیری به گسترش ارتباط با دیگران بپردازند؛ روش‌های اضافی و جدید برای حل مسائل و انجام کارها را بیاموزند؛ شجاعت لازم برای متفاوت بودن را کسب نمایند؛ فرصت‌های لازم برای عملی کردن ایده‌های خود را ایجاد کنند؛ در برابر نتایج تلاش‌های خود از مرکز کنترل درونی برخوردار شوند و مسئولیت موفقیت‌ها و شکست‌های خود را بپذیرند. همچنین این بازی‌ها می‌توانند فرصت‌های زیادی برای کنجکاوی، انتخاب و کنترل موقعیت‌های چالش‌برانگیز برای کودکان فراهم کرده و تفکر عمیق درباره رفتارها و کارهای مختلف را به آنان داده و راه‌هایی برای رویارویی با آینده نامعلوم را برایشان فراهم کنند (ویلسون^{۱۲}، ۲۰۱۷). از زمانی که بازی‌های نمادین و خلاق در کودکان شکل می‌گیرد، به نوعی فرصت‌هایی برای آموزش و توسعه نگرش کارآفرینانه در کودکان به وجود می‌آید. بازی‌ها هسته اصلی خلاقیت هستند و خلاقیت هسته اصلی کارآفرینی است. بنابراین، بازی‌های خلاق، یکی از

-
1. Morote & Price
 2. Jeffrey & Craft
 3. Beetlestone
 4. Balke
 5. Edwards & Springate
 6. Fryer
 7. Hubbard
 8. Kessler
 9. Shellcras
 10. Torrance
 11. Woods
 12. Wilson

اصلی‌ترین و بهترین روش‌های آموزش کودکان در زمینه‌های مختلف از جمله کارآفرینی به حساب می‌آیند (جفری و وودز^۱، ۲۰۰۳). براساس کمیسیون اتحادیه اروپا^۲ (۲۰۰۶) نگرش کارآفرینانه یکی از مؤلفه‌های اصلی در آموزش کارآفرینی است (سبزه، ۱۳۹۴). «نگرش‌ها»، شامل احساسات و واکنش‌های ارزیابانه نسبت به یک موضوع، ایده یا موقعیت است که می‌توانند، منفی یا مثبت؛ مساعد یا نامساعد باشند (توریمیرو و دیانکو آدیتو^۳، ۲۰۰۵). از نظر فریدمن و همکاران (۱۹۷۰)، «نگرش» به عنوان یک نظام بادوام در نظر گرفته شده است که شامل یک عنصر شناختی، یک عنصر احساسی و تمایل به عمل است. مؤلفه عاطفی، شامل هیجانات و عاطفه فرد نسبت به موضوع، خصوصاً ارزیابی‌های مثبت و منفی است. مؤلفه رفتاری، چگونگی تمایل به عمل فرد در راستای موضوع را شامل می‌شود و مؤلفه شناختی نیز شامل افکاری می‌شود که فرد درباره آن نگرشی خاص دارد و دربرگیرنده مواردی نظیر حقایق، دانش و عقاید است (کریمی، ۱۳۸۵). بنابراین، ترکیب شناخت‌ها، احساسات و آمادگی برای عمل کارآفرینی است که نگرش کودکان را نسبت به کارآفرینی تشکیل داده و تقویت می‌کند. براساس اعلام دیده‌بان جهانی کارآفرینی در ارتباط با شکل‌گیری نگرش کارآفرینانه در افراد؛ عوامل جغرافیایی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی مؤثر هستند (GEM^۴، ۲۰۱۶). علاوه بر آن، تجارب اولیه کودکان در سال‌های اولیه زندگی؛ آموزش‌های رسمی و غیر رسمی توسط والدین، مربیان، معلمان و افرادی که با آنها سر و کار دارند، از جمله منابع مؤثر دیگر معرفی شده‌اند (عسگری‌قدس و صالحی، ۱۳۹۱). در این راستا، محققانی نظیر پیترمن و کندی^۵ (۲۰۰۳) و اکسلسون، هاگلوند و سندبرگ^۶ (۲۰۱۵) اذعان دارند دوران کودکی و نوجوانی، مرحله‌ای ایده‌آل برای ایجاد و شکل‌گیری نگرش عمیق و مثبت درباره کارآفرینی است. اهمیت شکل‌گیری نگرش‌های

1. Jeffrey & Woods
2. The European Commission
3. Torimiro & Dionco-Adetayo
4. Global Entrepreneurship Monitor
5. Peterman & Kennedy
6. Axelsson, Hagglund & Sandberg

کارآفرینانه از دوران کودکی به اندازه‌ای است که پیرا^۱ (۲۰۱۴) آن را به عنوان یکی از چهار ستون اصلی آموزش‌های کارآفرینانه عنوان کرده است. از نظر وی آموزش‌های کارآفرینانه دارای چهار رکن اصلی است که شامل دانش^۲ کارآفرینی، صفات و ویژگی‌های شخصی^۳ کارآفرینانه، مهارت‌ها و نگرش‌های^۴ کارآفرینانه و در نهایت، انگیزه‌ها و مقاصد^۵ کارآفرینانه هستند. همه موارد ذکر شده برای فرایند آموزش و یادگیری کارآفرینی بسیار مهم هستند و در صورتی که به طور صحیح با یکدیگر ترکیب شوند، منجر به تقویت رفتارهای کارآفرینانه خواهند شد (پیرا، ۲۰۱۴). با این وجود، از بین چهار ستون اصلی؛ نگرش و انگیزه‌ها بسیار مهم هستند، چون با توسعه و شکل‌گیری آن‌ها می‌توان رفتار کارآفرینانه افراد را بهتر پیش‌بینی کرد (کروگر، ریلی و کارسرد^۶، ۲۰۰۰). همچنین، تحقیقات کروگر، ریلی و کارسرد (۲۰۰۰)، و شون و دوکورت^۷ (۲۰۱۲)، نشان داده است قصد کارآفرینانه در افراد مهم است که شروع آن از سال‌های اولیه زندگی است. این بدان معنا است که فرد به دلیل داشتن یک اراده درونی که بخش مهمی از آن در اوایل زندگی و از طریق الگوهای نقش یا آموزش است، شکل می‌گیرد. لذا فقط در صورت تغییر نگرش و عقاید می‌توان به مقاصد و نیات واقعی کارآفرینانه در بزرگسالی دست پیدا کرد (ون آکن، فری و استفنز^۸، ۲۰۰۶؛ کروگر، ریلی و کارسرد، ۲۰۰۰). مطابق با نظر هگارتی و جونز^۹ (۲۰۰۸)، نگرش کارآفرینانه، کودکان (دانش‌آموزان) را قادر می‌کند تا برای برخورد با دنیای واقعی و رقابتی آمادگی بیشتری داشته باشند. رایبسون^{۱۰} و همکاران (۱۹۹۱) تحقیقات گسترده‌ای در زمینه نگرش‌های کارآفرینانه انجام داده‌اند. آن‌ها در مقیاس خود با

-
1. Pereira
 2. Knowledge
 - 3 personal traits
 4. Skills and attitudes
 5. Motivations and intentions
 6. Krueger, Reilly & Carsrud
 7. Schoon & Duckworth
 8. Van Auken, Fry & Stephens
 9. Hegarti & Jones
 10. Robinson

عنوان «جهت‌گیری نگرش‌های کارآفرینانه»؛ نگرش‌های کارآفرینی را به طور کلی به چهار قسمت اصلی شامل: نوآوری^۱، کنترل شخصی^۲، عزت نفس^۳ و پیشرفت^۴ تقسیم کرده‌اند. منظور از «پیشرفت» در مقیاس رایبسنون و همکاران (۱۹۹۱)، همان تلاش برای موفقیت است که در تحقیقات دیگر با معانی دیگری از قبیل، انجام‌دادن امور به نحوی مؤثر و سریع‌تر از گذشته (هانسمارک^۵، ۱۹۹۸)؛ مدیر و مدبر بودن در انجام امور (آسیکی و اصلان^۶، ۲۰۱۰)؛ خطرپذیری و ریسک‌کردن (دوپاکو و پالینهاوس^۷، ۲۰۱۱)؛ انگیزش (راشد و راشد^۸، ۲۰۰۳؛ لیندستورم^۹، ۲۰۱۳) و انگیزه برای یادگیری و تعالی (لیندستورم، ۲۰۱۳؛ لابر^{۱۰}، ۲۰۰۶) مترادف و هم‌معنا است. «نوآوری» به عنوان ایجاد یا خلق چیزهای جدید یا انجام امور با روشی منحصر به فرد تعریف شده است (رایبسنون و همکاران، ۱۹۹۱). نوآوری کاملاً با خلاقیت مرتبط است (دوپاکو و پالینهاوس، ۲۰۱۱؛ جانسون و کلاسن^{۱۱}، ۲۰۱۱؛ لیندستورم، ۲۰۱۳) و هر دو با برنامه‌ریزی مداوم چیزی در ذهن پیوند دارند (اصلان، ۲۰۱۰). حل مشکلات با شیوه‌های جدید و متفاوت (اصلان، ۲۰۱۰)، تمایل به حل مسئله (اصلان، ۲۰۱۰)، کنجکاوی بودن (اصلان، ۲۰۱۰) داشتن ویژگی پرسشگری، تمایل به یادگیری مداوم (آسیکی و اصلان، ۲۰۱۰)، داشتن روحیه ابتکار (جانسون و کلاسون، ۲۰۱۱) و علاقه به موضوعات متنوع و متفاوت (لابر، ۲۰۰۶) از جمله مفاهیم مشترک با این ویژگی هستند. «کنترل شخصی» با نحوه برخورد افراد و احساس آن‌ها نسبت به نحوه انجام کارها و وظایف مرتبط است (رایبسنون و همکاران، ۱۹۹۱؛ راشد و راشد، ۲۰۰۳؛ دوپاکو و پالینهاوس، ۲۰۱۳). یکی از ویژگی‌های مورد نیاز افراد کارآفرین این است که از کنترل شخصی بالاتری برخوردار باشند. بنابراین، نگرش‌هایی نظیر، استقامت در برابر

-
1. Innovation
 2. Personal control
 3. Self-esteem
 4. Achievement
 5. Hansemark
 6. Asici & Aslan
 7. Do Paco & Palinhas
 8. Rasheed
 9. Lindstrom
 10. Lobler
 11. Johansen & Clausen

شکست‌ها (دوپاکو و پالینهاوس، ۲۰۱۱)، ایمان داشتن به موفقیت، تلاش برای بهبود شرایط بعد از شکست، تسلیم‌نشدن سریع (آسیکی و اصلان، ۲۰۱۰)، مسئولیت‌پذیری و اعتماد به نفس در قبال وظایف مختلف (لیندستروم، ۲۰۱۳) و اعتقاد به اینکه پیشرفت در نتیجه تلاش و کوشش خود فرد است (رابینسون و همکاران، ۱۹۹۱؛ راشد و راشد، ۲۰۰۳) همگی به طور مستقیم با مفهوم کنترل شخصی در ارتباط هستند، و در نهایت «عزت نفس» به احساس فرد نسبت به مهارت‌ها و توانمندی‌های خود اشاره دارد (رابینسون و همکاران، ۱۹۹۱؛ راشد و راشد، ۲۰۰۳؛ دوپاکو و پالینهاوس، ۲۰۱۱)، اعتماد به نفس (دوپاکو و پالینهاوس، ۲۰۱۱)، لذت‌بردن از انجام کار (آسیکی و اصلان، ۲۰۱۰) و ایمان به توانمندی‌های خود در انجام امور با مفهوم عزت نفس مترادف هستند. هر یک از این چهار عامل اصلی مطرح‌شده توسط رابینسون و همکاران (۱۹۹۱)، می‌تواند شامل سه جزء شناختی، احساسی و رفتاری باشد که بر اساس اعلام دیده‌بان جهانی کارآفرینی^۱، قابل آموزش و یادگیری هستند (کلی^۲ و همکاران، ۲۰۱۵). نکته‌ای که در اینجا قابل طرح است، این است که براساس منابع مختلف روان‌شناسی رشد (هنری ماسن و کیگان، ۱۳۸۴؛ سیف و همکاران، ۱۳۹۸؛ احدی و بنی‌جمالی، ۱۳۸۵)، کودکان به طور ذاتی بسیار مایل به یادگیری، کنجکاوی، خطرکردن، خلاقیت و غیره هستند. این ویژگی‌ها کاملاً با ویژگی‌های کارآفرینان مشابه است و همان‌طور که جوهانیسون^۳ (۲۰۱۱) نیز اظهار داشته است، کودکان به طور طبیعی کارآفرین به دنیا می‌آیند. بنابراین، می‌توانیم این مسئله را مطرح کنیم که همه می‌توانند به طور بالقوه کارآفرین باشند، چون در گذشته همه کودک بوده‌اند و این شبهه ایجاد شود که چه نیازی به آموزش‌های کارآفرینانه در سنین مختلف وجود دارد؟ در پاسخ به این سؤال می‌توانیم به جمله معروف پیکاسو^۴ اشاره کنیم که «هر کودکی هنرمند است، مهم این است که وقتی بزرگ شد هنرمند بماند». با استناد به این جمله و براساس تحقیقات مختلف

-
1. Global Entrepreneurship Monitor
 2. Kelley
 3. Johannisson
 4. Picasso

(لابر، ۲۰۰۶)، می‌توان بیان کرد با گذشت زمان، این ویژگی‌ها و انگیزه‌ها کاهش می‌یابد به نحوی که خلاقیت افراد کاهش می‌یابد و ترس از شکست بر آن‌ها غلبه می‌کند. با وجود این، ابزارهایی برای پیشگیری از این وضعیت و بهبود و توسعه نگرش‌ها و انگیزه‌ها وجود دارد که همان «آموزش» است. آموزش کارآفرینی، نقش اصلی را در ایجاد و تغییر نگرش‌ها ایفا می‌کند (لیونگ^۱ و همکاران، ۲۰۱۲). به زعم محققان مختلف (گیب^۲، ۱۹۸۷؛ جونز^۳، ۲۰۱۰؛ دوپاکو و پالینهاوس، ۲۰۱۱؛ اسمیت، کیکول و کالی^۴، ۲۰۱۰؛ بادن و پارکز^۵، ۲۰۱۳؛ سبزه، ۱۳۹۷) این آموزش‌ها باید به نحوی متفاوت از روش‌های سنتی و معمولی و مبتنی بر رویکردی تجربی، فعال و خلاق باشد و این وظیفه مدارس است که توانایی‌ها و نگرش‌های کارآفرینانه کودکان را به طور رسمی یا غیر رسمی از طریق انجام بازی‌های مختلف توسعه و بسط دهند (سبزه، ۱۳۹۷؛ لابر، ۲۰۰۶). همان‌گونه که سبزه (۱۳۹۷) اشاره کرده است روش‌های آموزش و تغییر نگرش کارآفرینانه در کودکان، به سه دسته اصلی روش‌های مبتنی بر بازی و فعالیت؛ روش‌های مبتنی بر انجام پروژه و روش‌های مبتنی بر خلاقیت و آموزش از طریق هنر تقسیم می‌شود؛ لذا بازی‌های خلاق می‌تواند با توجه به ابعاد اصلی نگرش کارآفرینانه، به عنوان یکی از روش‌های ذکرشده، برای کودکان به کار گرفته شود. برای به‌کارگیری روش بازی در آموزش کارآفرینی به کودکان، نمی‌توان از نقش اصلی مربیان و معلمان غافل شد. به عبارت دیگر، کودکان خلاق و کارآفرین، به معلمان خلاق و کارآفرین نیاز دارند که بتوانند فرصت‌ها و موقعیت‌هایی برای کنجکاوی، کشف، بررسی، آزمایش، استقلال و مسئولیت‌پذیری آن‌ها در کلاس ایجاد کنند (ویلسون، ۲۰۱۷). چنین مربیان و معلمان وظیفه رهبری را بر عهده دارند، از انرژی مثبت و الهام‌بخش برخوردارند و به آنچه که انجام می‌دهند، اعتقاد دارند (ون‌دام، اسچیپر و رنهار^۶، ۲۰۱۰).

-
1. Leung
 2. Gibb
 3. Jones
 4. Smith, Kickul & Coley
 5. Baden & Parkers
 6. Van Dam, Schipper & Runhaar

این مربیان و معلمان باید بتوانند شرایط مناسب را طوری مهیا کنند که کودکان بتوانند خود تولیدکننده دستاوردها باشند، آزادانه تخیل و ابتکار خود را نشان بدهند و درباره ارزش کارشان قضاوت کنند. تحریک و توسعه خلاقیت کودکان از طریق بازی‌های خلاق می‌تواند مهارت‌های تفکر واگرا و انعطاف ذهنی را برای رویارویی آنان با زندگی نامعلوم آینده افزایش داده و سبب بالابردن غنای زندگی آنان و مشارکت بیشتر در ساختن جامعه‌ای بهتر شود (فیشر و ویلیامز، ۲۰۱۲). بنابراین، آنچه که باعث ایجاد نگرش کارآفرینانه در کودکان می‌شود و خلاقیت آن‌ها را گسترش می‌دهد، ایجاد فضایی مبتنی بر خلاقیت است. جایی که در آن پرسشگری مرسوم بوده و هم معلمان و هم کودکان قادر باشند پرسش‌های غیر معمول و چالش‌برانگیز مطرح نمایند، جایی که پیوندهای جدید شروع به شکل‌گیری کند، افکار و نظرها به روش‌های مختلف دیداری، بدنی و کلامی عرضه شوند، راه کارها و راه‌حل‌های تازه‌ای برای مسائل جست‌وجو و یافت شوند و در نهایت، جایی که جلوه‌های اندیشه، قدر و قیمتی تعیین‌کننده پیدا کنند. مسلماً در چنین فضایی به مرور زمان امکان شکل‌گیری نگرش‌ها و منش‌های کارآفرینانه در کودکان فراهم خواهد شد.

تحقیقات مختلفی در زمینه توسعه نگرش کارآفرینی در سطوح دانشگاه و برای دانشجویان صورت گرفته (محسنی، موسوی و جمالی، ۱۳۹۲؛ مجیدی، شراهی و علیمحمدی، ۱۳۹۲؛ غیائی، ۱۳۹۵) و خوشبختانه اخیراً مطالعاتی نیز درباره کودکان و دانش‌آموزان انجام شده است. در این زمینه تحقیق سبزه (۱۳۹۷) سه دسته از روش‌های یاددهی-یادگیری را که سهمی مؤثر در آموزش و شکل‌گیری نگرش‌های کارآفرینانه برعهده دارد، معرفی کرده است که از آن جمله به روش‌های یاددهی-یادگیری مبتنی بر بازی و فعالیت به عنوان روشی مطلوب در گسترش توانمندی‌های کارآفرینانه اشاره کرده است. تحقیق عسگری‌فرد، ابراهیمی و علوی (۱۳۹۷) نشان داد که فعالیت‌هایی از قبیل هنرهای آوایی و نمایشی، بازی‌های آموزشی خلاق در کنار برقراری رابطه احساسی مثبت با دانش‌آموزان بر ویژگی‌های شخصیتی و رشد توانمندی‌های کارآفرینانه آنان تأثیر دارد. تحقیق بهمنی، آراستی و حسینی (۱۳۹۶) نشان داده است که خلاقیت و نوآوری یکی از ارکان اساسی و ضروری

برای پرورش نگرش کارآفرینانه در دانش‌آموزان به شمار می‌رود. تحقیق پیش‌بین و طغرابی (۱۳۹۶) با هدف «بررسی تاثیر آموزش کارآفرینی و توانمندسازی کودکان پیش دبستانی بر توسعه رفتارهای کارآفرینانه» نشان داد که آموزش کارآفرینانه در توانمندسازی و بروز رفتار کارآفرینانه کودکان تأثیر مثبت دارد. تحقیق آراستی، قدوسی و باقری (۱۳۹۵) نیز نشان داده است که داستان‌سرایی در زمینه کارآفرینی موجب تقویت نگرش کارآفرینانه دانش‌آموزان و همچنین، تقویت ابعاد آن از جمله خلاقیت، میل به موفقیت، کنترل درونی و عزت نفس شده است. تحقیق احمدی، رحمانیان و آقایی (۱۳۹۴) با عنوان «اثربخشی خلاقیت با رویکرد کارآفرینی بر افزایش خلاقیت کودکان ۴ تا ۶ سال» نشان داد میزان خلاقیت با ایجاد محیط مناسب، قابل پرورش است و با توجه به اینکه دوران کودکی، حساس‌ترین دوره رشد خلاقیت است، آموزش رفتار کارآفرینانه در رشد خلاقیت تأثیر مستقیمی دارد و باعث انعطاف‌پذیری فکری در آنان می‌شود. تحقیق خسروانی زنگنه، صفاران و مبینی (۱۳۹۳) ارتباط معنادار بین آموزش‌های هنر و تأثیر آن بر مهارت‌های کارآفرینی را تأیید کردند. برخی محققان نیز در مطالعه خود محتوای کتاب‌های درسی و برنامه‌های درسی دوره ابتدایی را در توسعه نگرش‌های کارآفرینانه بررسی کردند (عابدی و عریضی، ۱۳۸۴؛ جعفری مقدم و فخارزاده، ۱۳۹۱) جمع‌بندی نتایج تحقیقات مختلف داخلی، نشان می‌دهد آموزش‌های کارآفرینی به شیوه‌های مختلفی از قبیل داستان‌سرایی و انجام انواع فعالیت‌های هنری در دوران کودکی از اهمیت بسزایی برخوردار است و باعث شکل‌گیری نگرش‌های کارآفرینانه در کودکان می‌شود.

نتایج تحقیقات صورت گرفته در سایر کشورها نیز نشان داده است که استفاده از بازی‌های فکری، پروژه‌ها و یادگیری به روش ماجراجویی از بهترین شیوه‌ها برای آموزش کارآفرینی و توسعه نگرش‌های کارآفرینانه در کودکان است (گیب، ۱۹۸۷). تحقیق مورتو و پرایس^۱ (۲۰۲۰) نشان داد با توجه به اینکه کودکان به طور ذاتی جذب بازی‌ها می‌شوند، می‌توان از این روش برای آموزش مفاهیم مختلف کارآفرینی به صورت تدریجی استفاده کرد. بازی‌ها رفتارهای خلاقانه و تفکر واگرا

1. Morote & Price

را در کودکان تشویق می‌کنند و همچنین، یادگیری از طریق بازی می‌تواند به طور مؤثر در بهبود یادگیری و ارائه تجربیات دنیای واقعی به کودکان مورد استفاده قرار گیرد. سانچز^۱ (۲۰۱۹)، نشان داد دانش‌آموزانی که تحت تأثیر برنامه‌های آموزش کارآفرینانه قرار گرفته‌اند، نسبت به گروه کنترل شایستگی‌ها و تمایلات کارآفرینانه آنان افزایش یافته است و آموزش کارآفرینی تأثیر معناداری بر ویژگی‌ها و مقاصد کارآفرینانه دانش‌آموزان دارد. تحقیق اینسولاندر، اهرلین و سندبرگ^۲ (۲۰۱۵) نشان داد طرح یادگیری کارآفرینانه از طریق بازی، باعث افزایش یادگیری کودکان، خلاقیت و قدرت تصمیم‌گیری در آن‌ها می‌شود. تحقیق پیرا^۳ (۲۰۱۴) نشان داد کسب نگرش و انگیزه‌های کارآفرینی در اوایل زندگی با تمایل و قصد کارآفرینانه در آینده ارتباط مثبت دارد. همچنین، نتایج تحقیق ایشان نشان داد جنسیت و سن بر نگرش‌های کارآفرینانه کودکان در ابعاد چهارگانه میل به موفقیت، خودکنترلی، عزت نفس و نوآوری تأثیر دارد. پسران نسبت به دختران از نوآوری بیشتری برخوردارند و کودکان کم‌سن‌تر از میل به موفقیت و کنترل درونی کمتری نسبت به کودکان بزرگتر برخوردارند. دوپاکو و پالینهاوس (۲۰۱۱) نشان دادند برنامه‌ها و فعالیت‌های مرتبط با برنامه کارآفرینی، باعث افزایش سطح دانش آن‌ها نسبت به کارآفرینی می‌شود و همچنین این برنامه‌ها باعث شکل‌گیری خصوصیات و منش‌های مهم شخصیتی که لازمه تمایل به کارآفرینی است، می‌شود که این امر بسیار مهم است. کرولیسکی و والسند^۴ (۱۹۹۸) نشان دادند تحریک اولیه نگرش‌های کارآفرینی حتی از دوران پیش‌دبستان می‌تواند کودکان را برای انتخاب یک حرفه تشویق کند. همچنین، محققان (گیو و بنفیت^۵، ۲۰۰۷؛ جانسن، اکوت و گایلی^۶، ۲۰۰۷؛ لانس و گولیکرز^۷، ۲۰۱۰، جونز^۸، ۲۰۱۰؛ دامین

-
1. Sanchez
 2. Insulander, Ehrlin & Sandberg
 3. Pereira
 4. Kourilsky & Walstad
 5. Clergeau & Schieb-Bienfait
 6. Janssen, Eeckhout, & Gailly
 7. Lans & Gulikers
 8. Jones

گوئنهاس و کاروالهوا^۱، ۲۰۰۹؛ ویزارت و بچلت^۲، ۲۰۰۹) در قسمتی از تحقیقات خود، اشاره کرده‌اند که رویکرد یادگیری مبتنی بر انجام پروژه، حل مسأله و بازی‌های خلاق از رویکردهای مناسب برای تدریس کارآفرینی و توسعه نگرش کارآفرینانه به شمار می‌آیند (سبزه، ۱۳۹۳).

براساس پیشینه پژوهشی و ادبیات موجود و به زعم کمیسیون آموزش کارآفرینی اروپا^۳ (۲۰۱۲)، برنامه‌های آموزش کارآفرینی (از جمله آموزش از طریق بازی‌های خلاق) نقش مهمی در ترویج نگرش کارآفرینانه در کودکان دارد. با وجود این تحقیق تجربی در زمینه بازی‌های خلاق و سازمان‌دهی شده بر اساس رویکرد کارآفرینانه (که مد نظر این پژوهش است) انجام نگرفته است. لذا برای رسیدن به این مهم، در این تحقیق قصد بر این است که تأثیر بازی‌های خلاق بر شکل‌گیری نگرش‌های کارآفرینانه کودکان بررسی شود تا از این طریق گامی در جهت افزایش علاقه، انگیزه درونی و نگرش کودکان برای یادگیری موضوعات جدید و به‌کارگیری ایده‌های خلاقانه در زندگی کنونی کودکان گشته و از طرفی، یادگیری موضوعات درسی را نیز برای آن‌ها جذاب‌تر، مؤثرتر و پایدارتر کند. لذا در راستای رسیدن به این هدف، فرضیه اصلی زیر مطرح و بررسی می‌شود:

بازی‌های خلاق بر نگرش کارآفرینانه کودکان (بعد عزت نفس، خلاقیت، میل به موفقیت و کنترل درونی) تأثیر مثبت دارد.

روش‌شناسی پژوهش

تحقیق حاضر از نوع تحقیقات کاربردی است. روش انجام این تحقیق، آزمایشی نیمه تجربی است. در این نوع از تحقیقات که معمولاً در شرایط واقعی به کار می‌رود، امکان کنترل همه متغیرهای موجود در حوزه تجربی وجود ندارد و فقط محقق می‌تواند برخی از آن‌ها را کنترل کند (نادری و سیف نراقی، ۱۳۹۲). طرح به کار رفته در این تحقیق، طرح آزمون مقدماتی و نهایی با گروه شاهد و تجربی و استفاده از گزینش تصادفی است. برای بررسی روابط علت و معلولی متغیر مستقل (بازی‌های خلاق) و متغیر وابسته (نگرش کارآفرینانه) در دو گروه سنجش شود.

1. Dominguihos & Carvalho

2. Vezart & Bachelet

3. European Entrepreneurship Education Commission

جامعه آماری مورد مطالعه در این تحقیق، شامل دانش‌آموزان پایه چهارم در منطقه شهرری در مدرسه امام رضا (ع) در سال تحصیلی (۹۸-۱۳۹۷) در مجموع، به تعداد ۶۰ نفر بودند. از این تعداد (۳۰) نفر با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده برای نمونه تحقیق انتخاب شدند و بعد از اجرای پیش‌آزمون به طور تصادفی در گروه‌های آزمایش (۱۵ نفر) و گواه (۱۵ نفر) جایابی شدند. ابزار اندازه‌گیری مورد استفاده در این تحقیق پرسشنامه استاندارد نگرش کارآفرینانه رابینسون و همکاران (۱۹۹۱) بود که مشتمل بر ۷۵ سؤال در چهار بعد شامل خلاقیت و نوآوری، عزت نفس، کنترل درونی و میل به موفقیت تنظیم و ارائه شده است. با توجه به اینکه پرسشنامه یادشده برای بزرگسالان تنظیم شده است، بنابراین، به استناد ابزار به کار گرفته شده در تحقیق (آراستی، قدوسی و باقری، ۱۳۹۵) از نسخه‌ای استفاده شد که سؤالات آن توسط متخصصان مرتبط، برای کودکان متناسب‌سازی شده و پایایی آن به روش آلفای کرونباخ ۹۵ درصد گزارش شده و روایی محتوایی آن نیز بر روی کودکان دبستانی بررسی و مورد تأیید قرار گرفته شده است. برای به‌دست‌آوردن داده‌های تحقیق، ابتدا پیش‌آزمون قبل از شروع بازی‌های خلاق طراحی شده، در هر دو گروه آزمایشی و کنترل انجام گرفت. سپس، با کودکان گروه آزمایش، بازی‌های خلاق طراحی شده، ترتیب داده شد. این بازی‌ها به طور منظم در طی ۲۲ جلسه و به مدت یک ماه با آنها انجام گرفت و در نهایت، پس‌آزمون از هر دو گروه به عمل آمد. برای طراحی و انتخاب بازی‌ها، ابتدا با مطالعه منابع مرتبط (حسینی، ۱۳۹۶؛ جونز، ۱۹۹۸؛ شرآ، ۱۳۹۵؛ ون‌گاندی، ۲۰۰۸) و مشورت با چند نفر از متخصصان حوزه کارآفرینی، معلمان و مربیان باتجربه در این حوزه کمک گرفته شد. سپس، به مدت یک ماه به طور پایلوت، بازی‌ها توسط دو معلم در مدارسی دیگر، به طور جداگانه با کودکان اجرا شد و بازی‌های طراحی شده مورد بازنگری قرار گرفته و نواقص محتوایی و مفهومی آنها برطرف شد. برای سنجش روایی ابزار از نظر اساتید کارآفرینی دانشگاه تهران و اساتید علوم تربیتی دانشگاه فرهنگیان استفاده شد. سپس، در مرحله بعد طرح درس مربوط به اجرای بازی‌ها شامل عنوان، هدف و روش اجرای بازی‌ها تهیه و تنظیم و طبق جدول ۱ اجرا شد.

-
1. Jones
 2. Sher
 3. VanGundy

جدول ۱. طرح درس مربوط به عنوان، هدف، روش اجرای بازی‌ها

تعداد کل جلسات: ۲۲ جلسه زمان اجرا: نیمسال تحصیلی دوم ۱۳۹۷	نام مربی بازی: فائزه امین‌فر	مدرسه: امام رضا (ع) پایه: چهارم
نحوه اجرای بازی‌ها	بعد کارآفرینانه مورد نظر	تعداد هفته و موضوع بازی در هر روز
آماده‌کردن ابزار و وسایل مربوط به هر بازی؛ آماده‌سازی کودکان با طرح پرسش‌های مرتبط و انجام بارش فکری؛ ارائه دستورالعمل بازی؛ انجام بازی توسط کودکان؛ تکرار بازی؛ جمع‌بندی	توسعه نگرش کارآفرینانه از بعد ایده‌پردازی و خلاقیت	هفته اول: بازی شماره یک (معکوس‌سازی) بازی شماره دو (داستان‌های ابری) بازی شماره سه (رابطه اجباری موضوعات) بازی شماره چهار (ماشین زمان) بازی شماره پنج (بازی قطره‌چکان)
آماده‌کردن ابزار و وسایل مربوط به هر بازی؛ بحث و گفت‌وگو و آماده‌سازی کودکان؛ ارائه دستورالعمل بازی و انجام بازی؛ تکرار بازی به تعداد کودکان شرکت‌کننده؛ جمع‌بندی	توسعه نگرش کارآفرینانه کودکان از بعد عزت نفس و اعتماد به نفس	هفته دوم: بازی شماره یک (ریسمان دوستی) بازی شماره دو (من می‌توانم) بازی شماره سه (تخت پادشاهی) بازی شماره چهار (آویزهای شگفت‌انگیز) بازی شماره پنج (اندام زیبا)
آماده‌کردن ابزار و وسایل مربوط به هر بازی؛ آماده‌سازی کودکان؛ انجام بازی‌های فردی و گروهی مشخص شده؛ تکرار بازی؛ جمع‌بندی	توسعه نگرش کارآفرینانه کودکان از بعد کنترل درونی	هفته سوم: بازی شماره یک (کمک به موش کور) بازی شماره دو (کنترل جادویی) بازی شماره سه (بازی اولین‌ها) بازی شماره چهار (درخت آرزوها) بازی شماره پنج (قطار مسافرتی)
آماده‌کردن ابزار و وسایل مربوط به هر بازی؛ آماده‌سازی کودکان؛ انجام بازی؛ تکرار بازی؛ جمع‌بندی	توسعه نگرش کارآفرینانه کودکان از بعد میل به موفقیت یا توفیق‌طلبی	هفته چهارم: بازی شماره یک (برج روزنامه‌ای) بازی شماره دو (پرتاب تخم مرغ) بازی شماره سه (جمله‌سازی بهم پیوسته) بازی شماره چهار (انتخاب کن و انجام بده) بازی شماره پنج (خونۀ ماکارونی)

داده‌های به‌دست‌آمده با استفاده از شاخص‌های آمار توصیفی شامل میانگین و انحراف استاندارد، و توزیع داده‌ها (کجی و کشیدگی) و شاخص‌های آمار استنباطی از قبیل تحلیل واریانس یک‌طرفه و آزمون تی با استفاده از نرم‌افزارهای مرتبط تحلیل شد.

یافته‌های پژوهش

با توجه به اینکه هدف این مطالعه بررسی تأثیر بازی‌های خلاق بر شکل‌گیری منش‌ها و نگرش‌های کارآفرینانه در کودکان مقطع ابتدایی بود، بنابراین، در این مطالعه ۳۰ نفر از کودکان در هر گروه مشارکت داشتند که قبل و بعد از دریافت آموزش بازهای خلاقانه به پرسشنامه نگرش‌های کارآفرینانه رابینسون پاسخ دادند. آزمون نگرش کارآفرینانه شامل خلاقیت و نوآوری، کنترل درونی، عزت نفس و میل به موفقیت است. در ادامه یافته‌های تحقیق ارائه شده است.

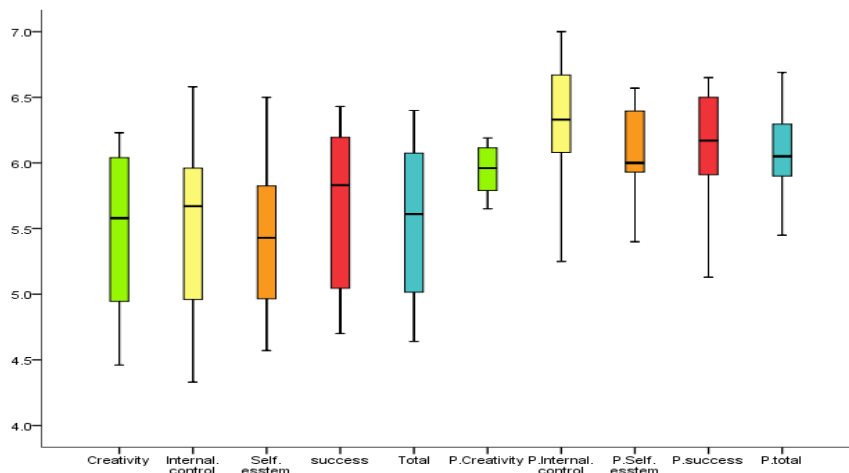
جدول ۲ شاخص‌های توصیفی (میانگین و انحراف استاندارد) و توزیع داده‌ها (کجی و کشیدگی) مؤلفه‌ها و نمره کل نگرش‌های کارآفرینانه را در دو مرحله اندازه‌گیری (پیش‌آزمون و پس‌آزمون) نشان می‌دهد.

جدول ۲. میانگین، انحراف استاندارد، کجی و کشیدگی نگرش کارآفرینانه در پیش‌آزمون و پس‌آزمون

متغیر	پیش‌آزمون (۱۵ نفر)				پس‌آزمون (۱۵ نفر)			
	میانگین	انحراف استاندارد	چولگی	کشیدگی	میانگین	انحراف استاندارد	چولگی	کشیدگی
خلاقیت و نوآوری	۵٫۴۸	۰٫۶۱	-۰٫۳۷	-۱٫۳۳	۵٫۹۷	۰٫۲۷	۱٫۲۵	۲٫۳۲
کنترل درونی	۵٫۵۲	۰٫۷۱	-۰٫۳۲	-۱٫۰۳	۶٫۳۲	۰٫۴۶	-۰٫۶۸	۰٫۵۶
عزت نفس	۵٫۴۰	۰٫۶۰	۰٫۲۸	-۰٫۹۵	۵٫۹۷	۰٫۵۵	-۱٫۴۴	۱٫۶۶
میل به موفقیت	۵٫۶۴	۰٫۶۰	-۰٫۲۵	-۱٫۵۳	۶٫۱۷	۰٫۴۲	-۰٫۹۴	۱٫۰۵
نمره کل	۵٫۵۲	۰٫۶۰	-۰٫۲۳	-۱٫۳۹	۶٫۰۹	۰٫۳۱	۰٫۰۷	۰٫۲۶

نتایج حاکی از این است که مقدار شاخص‌های کجی و کشیدگی که مقدار این شاخص بین 1 ± 96 است (در صورتی که بین این مقدار باشد، شکل توزیع به توزیع نرمال نزدیک است). در ضمن داده‌های پرت در بین دو گروه وجود نداشت.

همان‌طور که در شکل ۱ مشخص است شکل توزیع داده‌ها نرمال است و میانگین نگرش‌های کارآفرینانه (نمره کل) و مؤلفه‌های آن با افزایش همراه بوده است. در ضمن داده پرتی وجود ندارد. پس از بررسی نرمال بودن از طریق شاخص‌های کجی و کشیدگی و نمودار جعبه‌ای برای مقایسه تغییرات میانگین در مؤلفه‌های نگرش کارآفرینانه از آزمون تی هتلینگ زوجی استفاده شد.



شکل ۱. نمودار جعبه‌ای بررسی وضعیت پراکندگی داده‌ها از پیش‌آزمون تا پس‌آزمون

برای بررسی نتایج نرمال بودن داده از آزمون شاپیرو ویلکز استفاده شد. سطح معناداری به دست آمده از مؤلفه‌ها نشان داد که توزیع داده‌ها در پیش‌آزمون و پس‌آزمون در همه متغیرها نرمال است و این مفروضه برقرار است.

جدول ۳. نتایج آزمون نرمال بودن متغیرها (شاپیرو ویلکز)

متغیر	پیش آزمون			پس آزمون		
	آماره	درجه آزادی	سطح معناداری	آماره	درجه آزادی	سطح معناداری
خلاقیت و نوآوری	۰٫۹۱	۱۵	۰٫۱۳	۰٫۹۰	۱۵	۰٫۱۱
کنترل درونی	۰٫۹۴	۱۵	۰٫۴۳	۰٫۹۶	۱۵	۰٫۶۴
عزت نفس	۰٫۹۶	۱۵	۰٫۷۱	۰٫۹۳	۱۵	۰٫۲۳
میل به موفقیت	۰٫۹۱	۱۵	۰٫۱۳	۰٫۹۱	۱۵	۰٫۱۶
نمره کل	۰٫۹۲	۱۵	۰٫۲۰	۰٫۹۸	۱۵	۰٫۹۴

تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از آمار استنباطی، آزمون تی هتلینگ زوجی نشان داد که بین دو زمان اندازه‌گیری حداقل در یکی از مؤلفه‌های نگرش کارآفرینانه تفاوت معناداری وجود دارد. همچنین، برای تحلیل داده‌ها، علاوه بر تی هتلینگ، نتایج سه آماره دیگر نیز ارائه می‌شود که معتبرترین آن‌ها به دلیل توان بالای آزمون لامبدای ویلکز است (جدول ۴).

جدول ۴. نتایج آزمون تی هتلینگ زوجی بین دو اندازه در مؤلفه‌های نگرش کارآفرینانه

منبع اثر	Value	F	Hypothesis df	Error df	p	اندازه اثر
اثر پیلایی	۰,۵۹	۳,۹۶	۴	۱۱	۰,۰۳	۰,۵۹
لامبدای ویلکز	۰,۴۱	۳,۹۶	۴	۱۱	۰,۰۳	۰,۵۹
تی هتلینگ	۱,۴۴	۳,۹۶	۴	۱۱	۰,۰۳	۰,۵۹
بزرگترین ریشه روی	۱,۴۴	۳,۹۶	۴	۱۱	۰,۰۳	۰,۵۹

همان‌طور که در جدول ۳ ملاحظه می‌شود، اندازه اثر به دست آمده ۰,۵۹ است. این رقم، اندازه اثر شاخص تأثیرپذیری متغیر مستقل بر متغیر وابسته را نشان می‌دهد، و نشان می‌دهد بازی‌های خلاق بر ایجاد و تقویت نگرش کارآفرینانه کودکان به مقدار متوسط تأثیرگذار بوده‌اند (کوهن مقدار ۰,۲ را کم، ۰,۵ را متوسط و ۰,۸ را عالی بیان می‌کند که در اینجا یک مقدار متوسط است). پس از بررسی نتایج آزمون چندمتغیری، نتایج آزمون تک‌متغیری نیز بررسی شد. نتایج نشان داد از پیش‌آزمون تا پس‌آزمون، میانگین خلاقیت و نوآوری، کنترل درونی، عزت نفس و میل به موفقیت با افزایش همراه بوده و این تفاوت معنادار است. به علاوه اندازه اثر به دست آمده به ترتیب، در کنترل درونی، عزت نفس، خلاقیت و نوآوری و میل به موفقیت از بزرگترین به کوچکترین بود که نشان می‌دهد بازی‌ها به همین ترتیب بیشترین تأثیر را بر متغیرها داشته‌اند (جدول ۵).

جدول ۵. نتایج آزمون تحلیل واریانس اندازه‌گیری مکرر بین مؤلفه‌های نگرش کارآفرینانه از پیش‌آزمون تا پس‌آزمون

منبع اثر	متغیر	SS	df	MS	F	P	اندازه اثر
زمان	خلاقیت و نوآوری	۱,۸۳	۱	۱,۸۳	۸,۶۹	۰,۰۱	۰,۳۸
	کنترل درونی	۴,۷۳	۱	۴,۷۳	۱۲,۲۸	۰,۰۰	۰,۴۷
	عزت نفس	۲,۴۲	۱	۲,۴۲	۱۱,۰۰	۰,۰۱	۰,۴۴
	میل به موفقیت	۲,۱۰	۱	۲,۱۰	۶,۷۷	۰,۰۲	۰,۳۳
خطا	خلاقیت و نوآوری	۲,۹۵	۱۴	۰,۲۱			
	کنترل درونی	۵,۳۹	۱۴	۰,۳۸			
	عزت نفس	۳,۰۸	۱۴	۰,۲۲			
	میل به موفقیت	۴,۳۴	۱۴	۰,۳۱			

علاوه بر مؤلفه‌ها تغییرات نمره کل نگرش کارآفرینانه نیز از پیش‌آزمون تا پس‌آزمون از طریق آزمون تی وابسته آزمون شد. نتایج آزمون تی وابسته با مقدار $-۳,۳۱$ با درجه آزادی ۱۴ و سطح معناداری ۰,۰۰۵ نشان داد بین میانگین پیش‌آزمون و پس‌آزمون تفاوت معناداری وجود دارد. این تغییر میانگین نشان می‌دهد نگرش کارآفرینانه از پیش‌آزمون تا پس‌آزمون با افزایش همراه بوده است.

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف شکل‌گیری نگرش‌های کارآفرینانه در کودکان، به طراحی بازی‌هایی خلاق مبتنی بر اصول و ویژگی‌های کارآفرینانه پرداخته است. نتیجه این پژوهش گواه آن است که بازی‌های خلاق می‌تواند به عنوان یک راهبرد مؤثر در راستای رویکرد آموزش کارآفرینانه به شکل‌گیری منش‌ها و نگرش‌های کارآفرینانه در کودکان کمک کند. همچنین، نتایج تحقیق نشان داد بازهای خلاق به طور شایان توجهی موجب تقویت ابعاد مختلف نگرش کارآفرینانه در کودکان ابتدایی شده است. همان‌طور که در پیشینه تحقیق نیز اشاره شده است، با وجود ارتباط تنگاتنگ خلاقیت با موضوع کارآفرینی، تاکنون تحقیقی با هدف کاملاً مشابه با این تحقیق انجام نشده است و به بررسی این موضوع به طور مستقیم پرداخته است. این تحقیق تأییدی بر یافته‌های سبزه (۱۳۹۷) در زمینه مناسب‌بودن روش بازی‌های خلاق در آموزش کارآفرینی و تقویت نگرش‌های کارآفرینانه در کودکان

است. نتایج نهایی این تحقیق هم‌راستا با تحقیقات گابریلسون^۱ و همکاران (۲۰۱۰)، جانسون، ایکوت و گایلی^۲ (۲۰۰۷)، و اسمیت، کیکول و کلی (۲۰۱۰) نشان داد که انواع بازی‌های خلاق، نقش بسزایی در توسعه توانایی‌های مهم کودکان خواهند داشت و فرصت‌هایی ارزشمند برای توسعه نگرش‌ها و رفتارهای کارآفرینانه برای آنان فراهم می‌کنند. در این تحقیق بازی‌های خلاق به گونه‌ای ترتیب داده شد که با دادن فرصت‌های انتخاب نقش و مشارکت در فرایند بازی بدون تأکید بر برد و باخت نهایی، باعث برانگیختن انگیزه، اعتماد به نفس و خلاقیت در کودکان شد. همان‌طور که لی^۳ و همکاران (۲۰۰۶) نیز اشاره کرده‌اند، رویکرد و روش‌های آموزش کارآفرینی به کودکان باید طوری طراحی و سازمان‌دهی شوند که بتواند آن‌ها را به تصمیم‌گیری و پذیرش اشتباهات به عنوان بخشی از فرایند یادگیری تشویق کند، به نحوی که تجربیات فعال آن‌ها با مفهوم‌سازی انتزاعی متعادل‌سازی شده و به شکل‌گیری تمایلات و نگرش‌های کودکان در راستای کارآفرینی کمک کند، بنابراین، بازی‌های خلاق می‌توانند گزینه مناسبی برای تحقق این امر باشند. همچنین، در نتایج این تحقیق، تأثیر مثبت بازی‌های خلاق طراحی شده بر عزت نفس کاملاً مشهود است. عزت نفس به عنوان یکی از ابعاد نگرش کارآفرینانه، مقوله‌ای است که در کودکان به صورت انجام فعالیت‌ها بدون کمک بزرگترها و داشتن احساس کفایت و لیاقت بروز می‌کند (دینک‌میر و گری^۴ و دینک‌میر، ۱۳۹۶). تحقیقات دوپاکو و پالینهاوس (۲۰۱۱)، پیرا (۲۰۱۴)، آراستی و همکاران (۱۳۹۵)، و پیش‌بین و طغرای، (۱۳۹۶) هم‌راستا با نتایج این تحقیق بر تأثیر آموزش‌های کارآفرینی بر عزت نفس کودکان تأکید کرده‌اند. عزت نفس در کودکان دارای چهار جنبه اصلی است و شامل عزت نفس تحصیلی، جسمانی، ارتباطی و خانوادگی است که همه در کنار هم موجب عزت نفس کلی می‌شوند (پوپ، مک‌هیل و کریهد^۵، ۱۳۹۵). علاوه بر والدین که نقش مهمی در شکل‌گیری عزت نفس کلی کودکان دارند، مربیان و معلمان نیز می‌توانند سهم بسزایی در تقویت و شکل‌گیری عزت نفس کودکان، به خصوص

-
1. Gabriellson, Tell & Politis
 2. Janssen, Eeckhout & Gailly
 3. Lee
 4. Dinkmeyer & Gary
 5. Pop, McHale & Crighead

در جنبه تحصیلی و اجتماعی خواهند داشت. احترام گذاشتن به احساسات و حقوق کودکان، دادن حق انتخاب، اظهار نظر و تصمیم‌گیری، تقویت مهارت‌های ارتباطی، بازی کردن و سرگرم کردن کودکان با فعالیت‌های مناسب از جمله عوامل مؤثر در تقویت عزت نفس کودکان و نوجوانان به شمار می‌رود (لیندن فیلد، ۱۳۹۳). همچنین نتایج این تحقیق نشان داد بازی‌های خلاق در زمینه کارآفرینی بر میزان خودکنترلی کودکان مؤثر بوده است. نتایج به‌دست‌آمده با تحقیقات آراستی، قدوسی و باقری (۱۳۹۵)، مورتو و پرایس (۲۰۲۰)، اینسولاندر و همکاران (۲۰۱۵) و پیرا (۲۰۱۴) همسو است. کنترل شخصی یا مرکز کنترل درونی، بازتاب‌دهنده اعتقادات کودکان در خصوص درجه تأثیرگذاری خود بر نتیجه فعالیت‌هایی است که اتفاق می‌افتد (سیمون، ۲۰۰۸). مرکز کنترل درونی از زمان کودکی شکل می‌گیرد و روش‌هایی از قبیل الگوبرداری از رفتارهای والدین و معلمان مسئول، ایفای نقش و انجام بازی‌های مرتبط با آن می‌تواند در جهت‌گیری درونی مرکز کنترل کودکان مؤثر باشد (پوپ، مک‌هیل و کریهد، ۱۳۹۵). از دیگر ابعاد نگرش کارآفرینانه در کودکان، ویژگی توفیق‌طلبی است که باعث می‌شود نیرویی درونی برای انجام فعالیت‌های سخت و چالش‌برانگیز در کودکان ایجاد کند (مک‌کللند، ۱۹۶۱).

در نهایت، نتایج تحقیق نشان داد بازی‌های خلاق بر نگرش خلاقانه دانش‌آموزان تأثیر مثبتی داشته است. این بعد به نوآوری، ایده‌پردازی و پرداختن به موضوعات جدید و دور از ذهن اشاره دارد که همه کودکان این ویژگی را به همراه دارند و شرایط محیطی از قبیل ترتیب‌دادن بازی‌ها و فعالیت‌های خلاق، می‌تواند آن را تخریب یا شکوفا کند. نتایج با تحقیقات بهمنی، آراستی و حسینی (۱۳۹۶)، احمدی، رحمانیان و آقایی (۱۳۹۴)، خسروانی زنگنه، صفاران و مبینی (۱۳۹۳)، و مورتو و پرایس (۲۰۲۰)، اینسولاندر و همکاران (۲۰۱۵)، و پیرا (۲۰۱۴) همسو است. بی‌شک ایجاد نگرش خلاق؛ نگرش دانستن، توانستن و انجام دادن؛ تقویت نگرش مثبت و انعطاف‌پذیر در برابر تغییرات و موقعیت‌های مبهم؛ تقویت حس کنجکاوی و پرسش‌گری؛ تقویت احساس خودکارآمدی

-
1. Linden Field
 2. Seeman
 3. McClelland

و شایستگی اجتماعی در کودکان و همچنین، تقویت حس استقلال و توفیق‌طلبی در آن‌ها بر کارکرد و عملکرد کودکان در زندگی کنونی و آینده آنان تأثیر شگرفی خواهد داشت (سبزه، ۱۳۹۴). بنابراین، همچنان که محققان مختلف نیز اذعان کرده‌اند، بیشتر پروژه‌های آموزشی کارآفرینی در زمینه توسعه ویژگی‌های شخصی کودکان، بر مبنای بازی طراحی شده‌اند و اکثر کودکان از بازی و بازی‌کردن لذت می‌برند (هریش پسک^۱ و همکاران، ۲۰۰۹).

براساس نتایج این تحقیق، پیشنهاد می‌شود به منظور تقویت نگرش کارآفرینانه در کودکان مقطع ابتدایی، بستر مناسب برای استفاده از روش بازی‌های خلاق در آموزش کارآفرینی ایجاد گردد. بدین منظور باید معلمان و مربیان با گذراندن آموزش‌های ضمن خدمت آمادگی لازم برای استفاده از روش بازی با مضامین کارآفرینانه را کسب کنند. همچنین، معلمان تشویق شوند آموزش دروس خود را با بازی و روش‌های خلاق تلفیق کنند. بدین صورت که برای ارائه و تدریس محتوای دروس مختلف از جمله، ریاضی، فارسی، مطالعات اجتماعی، هدیه‌های آسمانی، علوم و غیره بازی‌های خلاق را مطابق با اهداف دروس مورد نظر طراحی و مورد استفاده قرار دهند. این رویکرد، علاوه بر ارائه محتوای دروس، باعث ایجاد جوی خلاق و بانشاط در کلاس درس گشته و به طور غیر مستقیم بر ویژگی‌ها و نگرش‌های خلاق و کارآفرینانه کودکان تأثیر می‌گذارد. همچنین، پیشنهاد می‌شود تحقیقاتی مشابه این تحقیق در زمینه آموزش‌های کارآفرینی و تقویت نگرش کارآفرینانه از طریق بازی، بر روی کودکان قبل از دبستان و دوره اول ابتدایی نیز صورت گیرد. با توجه به اینکه بازی‌ها به عنوان رویکردی فعال و مؤثر در آموزش کودکان به شمار می‌روند، پیشنهاد می‌شود علاوه بر معلمان که به عنوان مجریان برنامه درسی هستند، برنامه‌ریزان درسی و طراحان آموزشی نیز اهتمام بیشتری در تدوین برنامه درسی و طراحی محیط‌های یادگیری خلاق در راستای شکل‌دهی و تقویت نگرش کارآفرینانه در کودکان داشته باشند. با توجه به اینکه پژوهش حاضر برای نخستین بار به بررسی تأثیر بازی‌های خلاق بر تقویت نگرش خلاقانه در کودکان مقطع ابتدایی پرداخته است؛ پیشنهاد می‌شود در تحقیقات آتی بر سایر روش‌های آموزش و تقویت نگرش کارآفرینانه پرداخته

1. Hirsh-pasek

شود. همچنین، با در نظر گرفتن محدودیت‌های این تحقیق مبنی بر انتخاب یک جنس و تعداد نمونه آماری محدود در یک مدرسه دولتی؛ تحقیقات آتی بر سایر گروه‌های سنی، جنس و نوع مدرسه (غیر دولتی) با نمونه‌ای بزرگ‌تر و در مدت زمانی طولانی‌تر صورت پذیرد. امید است این مقاله، گامی کوچک در معرفی و اهمیت شکل‌گیری خلاقیت و تقویت ابعاد نگرش کارآفرینانه از طریق روش بازی در دوران کودکی برداشته باشد تا از این طریق والدین و معلمان اهتمام ویژه‌ای در پرورش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه نظیر عزت نفس، کنترل درونی، میل به موفقیت، خلاقیت از همان سال‌های اولیه کودکی داشته باشند. مسلماً چنین ویژگی‌هایی در طول زمان پایدار می‌مانند و نقش مهمی در ارتقای زندگی کودکان ایفا می‌کنند. رشد خلاقیت و نگرش‌های کارآفرینانه به کودکان کمک می‌کند بتوانند در موقعیت‌های مختلف تحصیلی و اجتماعی، فشارهای ناشی از زندگی را کاهش داده و برای مشکلات متعدد پیش‌رو، راه حلی کارآمد پیدا کنند. در واقع، خلاقیت و کارآفرینی کودکان را مجهز به قابلیت درونی برای مقابله مؤثر و کارآمد با شرایط سخت زندگی می‌کند و امکان داشتن زندگی مهیج، شاد و لذت‌بخش را برای آنان فراهم می‌کند.

منابع

- احمدی، حسن، و بنی‌جمالی، شکوه‌السادات (۱۳۸۵). روان‌شناسی رشد (مفاهیم بنیادی در روان‌شناسی کودک). تهران: نشر پردیس.
- احمدوند، محمدعلی (۱۳۹۳). روان‌شناسی بازی. تهران: انتشارات دانشگاه پیام نور.
- احمدی، فرزانه، رحمانیان، مهدیه، و آقای، حکیمه (۱۳۹۴). با عنوان اثربخشی خلاقیت با رویکرد کارآفرینی بر افزایش خلاقیت کودکان ۴ تا ۶ سال. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی.
- انگجی، لیلی، و عسگری، عزیزه (۱۳۸۵). بازی و تأثیر آن در رشد کودک. تهران: نشر طراحان ایماژ.
- آراستی، زهرا، قدوسی، سمیرا، و باقری، افسانه (۱۳۹۵). تأثیر آموزش کارآفرینی از طریق روش داستان‌سرایی بر نگرش کارآفرینانه دانش‌آموزان مقطع ابتدایی. توسعه کارآفرینی، ۴(۹)، ۵۹۳-۶۱۲.
- بهمنی، ندا، آراستی، زهرا، و حسینی، سیدرسول (۱۳۹۶). آموزش کارآفرینی در مقطع ابتدایی با هدف تقویت نگرش کارآفرینانه در دانش‌آموزان. توسعه کارآفرینی، ۴(۱۰)، ۵۷۴-۵۵۵.
- پوپ، آلیس، مک‌هیل، سوزان، و ادوارد، کریهد (۱۳۹۵). افزایش احترام به خود در کودکان و نوجوانان. ترجمه پریسا تجلی، تهران: نشر جوانه رشد.
- پیش‌بین، زهرا، و طغرای، محمدتقی (۱۳۹۶). تأثیر آموزش کارآفرینی و توانمندسازی کودکان پیش از دبستان در توسعه رفتارهای کارآفرینانه. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه هنر اصفهان.
- جعفری مقدم، سعید، و فخارزاده، آرزو سادات (۱۳۹۰). توسعه نگرش کارآفرینانه در کتاب‌های درسی (مطالعه موردی: کتاب‌های فارسی دوره دبستان). توسعه کارآفرینی، ۴(۱)، ۶۶-۴۷.
- حسینی، افضل‌السادات (۱۳۹۶). یادگیری خلاق، کلاس خلاق: شیوه‌های عملی در پرورش خلاقیت. تهران: انتشارات مدرسه.
- خسروانی زنگنه، مریم، صفاران، الیاس، و مبینی، مهتاب (۱۳۹۳). مطالعه تأثیرات آموزش هنرهای تجسمی - کاربردی در رشد خلاقیت و ارتقای سطح مهارت‌های کارآفرینی کودکان پیش‌دبستانی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور تهران.

- دینک‌میر، دان، مکی، گری، و دینک‌میر، دان (۱۳۹۶). *راهنمای فرزندپروری موفق*. ترجمه مجید رئیس دانا، تهران: نشر جوانه رشد.
- سبزه، بتول (۱۳۹۴). طراحی الگوی برنامه درسی کارآفرینی برای کودکان پیش از دبستان و ارزشیابی آن از دیدگاه متخصصان برنامه درسی، کارآفرینی و مربیان. *مطالعات پیش دبستان و دبستان*، ۱(۱)، ۱۶۰-۱۴۰.
- سبزه، بتول (۱۳۹۷). آموزش کارآفرینانه به عنوان رویکردی جدید در آموزش کودکان. *مطالعات برنامه درسی*، ۱۳(۵۱)، ۸۰-۵۷.
- سیف، سوسن، کدیور، پروین، و کرمی‌نوری، رضا، و حسین لطف‌آبادی (۱۳۹۸). *روان‌شناسی رشد* (۱). چاپ ۲۸، تهران: انتشارات سمت.
- شر، باربارا (۱۳۹۵). *بازی‌های شاد و تأثیرگذار با رویکرد پرورش روان*. ترجمه منیره نادری، تهران: انتشارات صابرین.
- عابدی، احمد، و عریضی سامانی، سیدحمیدرضا (۱۳۸۴). بررسی رابطه انگیزش پیشرفت تحصیلی دانش‌آموزان دوره متوسطه شهر اصفهان با ویژگی‌های خانوادگی آنان. *خانواده‌پژوهی*، ۱(۲)، ۳۸-۲۹.
- عسکری‌فرد، کاظم، ابراهیمی، ابوالقاسم، و علوی، سیدمسلم (۱۳۹۷). ارائه الگوی آموزشی توسعه توانمندی‌های کارآفرینانه در دانش‌آموزان با میانجی‌گری ویژگی‌های شخصیتی. توسعه کارآفرینی، ۱۱(۱)، ۱۲۰-۱۰۱.
- عسگری قدس، محمد، و صالحی، سمیه (۱۳۹۱). *نگرش کارآفرینانه*. تهران: نشر میان‌کوشک.
- غیاثی، عبدالرحیم (۱۳۹۵). تأثیر باور به خودکارآمدی و نگرش کارآفرینی با قصد کارآفرینی دانشجویان کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه زابل. *پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی*، ۸(۳۹)، ۱۵-۳.
- کریمی، یوسف (۱۳۸۵). *روان‌شناسی اجتماعی*. تهران: انتشارات دانشگاه پیام نور.
- لیندن فیلد، کیل (۱۳۹۳). *اعتماد به نفس برتر*. ترجمه حمید اصغری‌پور و نگار اصغری‌پور، تهران: نشر جوانه رشد.
- مجیب، فرشته (۱۳۹۷). *اصول و تئوری‌های بازی‌ها در دوره پیش از دبستان*. تهران: نشر فاطمی.

مجیدی، داود، یاسبلاغی شراهی، بهمن، و علیمحمدی، میترا (۲۰۱۲). تأثیر آموزش کارآفرینی بر نگرش و روحیه کارآفرینی دانشجویان دانشگاه خوارزمی. *مهارت‌آموزی*، ۱(۱)، ۱۳۱-۱۱۷.

محسنی، عادل، موسوی، سیدحسین، و جمالی، محمد (۱۳۹۲). نقش آموزش کارآفرینی در نگرش کارآفرینانه و باور خودکارآمدی عمومی دانشجویان. *پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی*، ۱۹(۳)، ۸۰-۶۳.

میرزایی، مریم (۱۳۹۵). *بازی و اسباب بازی*. تهران: انتشارات جهاددانشگاهی تهران.

نادری، عزت‌الله و سیف‌نراقی، مریم (۱۳۹۲). *روش‌های تحقیق و چگونگی ارزشیابی آن در علوم انسانی*. تهران: نشر ارسباران.

هنری ماسن، پاول، و کیگان، جروم (۱۳۸۴). *رشد و شخصیت کودکان*. ترجمه مهشید یاسایی، تهران: نشر مرکز.

- Asici, H., & Aslan, S. (2010). The views of primary school 6th, 7th and 8th year students and teachers regarding entrepreneurship. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 9, 1731-1735.
- Axelsson, K., Hagglund, S., & Sandberg, A. (2015). Entrepreneurial learning in education preschool as a take-off for the entrepreneurial self. *Education and Training*, 2(2), 40-58.
- Do Paco, A., & Palinhas, M. J. (2011). Teaching entrepreneurship to children: A case study. *Vocational Education & Training*, 63(4), 593-608.
- Fisher, R., & Williams, M. (2012). *Unlocking Creativity: A teacher's guide to creativity across the curriculum*. Routledge.
- Gabrielsson, J., Tell, J., & Politis, D. (2010). Business simulation exercises in small business management education: using principles and ideas from action learning. *Action Learning: Research and Practice*, 7(1), 3-16.
- GEM (2013). *Global Entrepreneurship Monitor 2013 Global Report*, London: UK.
- Gibb, A. A. (1987). Enterprise culture—its meaning and implications for education and training. *European Industrial Training*, 11, 2-38.
- Hansemark, O. C. (1998). The effects of an entrepreneurship programme on need for achievement and locus of control of reinforcement. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 4(1), 28-50.
- Hegarty, C., & Jones, C. (2008). Graduate entrepreneurship: more than child's play. *Education+ Training*, 50(7), 626-637.
- Hirsh-Pasek, K., Golinkoff, R. M., Berk, L. E., & Singer, D. (2009). A mandate for playful learning in preschool: Applying the scientific evidence.

- Insulander, E., Ehrlin, A., & Sandberg, A. (2015). Entrepreneurial Learning in Swedish Preschool: possibilities for and constraints on children's active participation. *Early Child Development and Care*, 185(10), 1545-1555.
- Janssen, F., Eeckhout, V., & Gailly, B. (2007). Interdisciplinary approaches in entrepreneurship education programs. *Handbook of research in entrepreneurship education*, 2, 148-165.
- Jeffrey, B., & Craft, A. (2004). Teaching creatively and teaching for creativity: Distinctions and relationships. *Educational Studies*, 30(1), 77-87.
- Jeffrey, B., & Woods, P. (2003). *The creative school: A framework for success, quality and effectiveness*. Routledge.
- Johannisson, B. (2010). The agony of the Swedish school when confronted by entrepreneurship. In K. Skogen, & J. Sjøvoll (Eds.), *Creativity and Innovation: Preconditions for Entrepreneurial Education*. Trondheim: Tapir Academic Press.
- Johansen, V., & Schanke, T. (2011). *Entrepreneurship education in primary and secondary education and training: Status 010*. Eastern Norway Research Institute, Lillehammer, Norway.
- Jones, C. (2010). Entrepreneurship education: revisiting our role and its purpose. *Small Business and Enterprise Development*, 17(4), 500-513.
- Jones, C., & Iredale, N. (2010). Enterprise education as pedagogy. *Education + Training*, 52, 7-19.
- Kelley, D. J., Singer, S., & Herrington, M. (2012). The global entrepreneurship monitor. 2011 Global Report, GEM 2011, 7.
- Kelley, D., Singer, S., & Herrington, M. (2016). Global entrepreneurship monitor. *Global Report, Global Entrepreneurship Research Association, London Business School, Regents Park, London NW1 4SA, UK*.
- Kourilsky, M. L., & Walstad, W. B. (1998). Entrepreneurship and female youth: Knowledge, attitudes, gender differences, and educational practices. *Business Venturing*, 13(1), 77-88.
- Krueger, Jr., N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Business Venturing*, 15(5-6), 411-432.
- Lee, S., Lim, S., Pathak, R., Chang, D., & Li, W. (2006). Influences on students' attitudes toward entrepreneurship: A multi-country study. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 2(3), 351-366.
- Leung, K. Y., Lo, C. T., Sun, H., & Wong, K. F. (2012). Factors influencing engineering students' intention to participate in on-campus entrepreneurial activities. *Entrepreneurship Education*, 15, 1-19.
- Lindstrom, L. (2013). What do children learn at Swedish preschools?. *International Education Studies*, 6(4), 236.
- Lindstrom, L. (2013). What do children learn at Swedish preschools?. *International Education Studies*, 6(4), 236-250.

- Lobler, H. (2006). Learning entrepreneurship from a constructivist perspective. *Technology Analysis & Strategic Management*, 18, 19–38
- McClelland, D. C. (1961). Entrepreneurial behavior. In D. C. McClelland, *The achieving society* (pp. 205–258). D Van Nostrand Company. <https://doi.org/10.1037/14359-006>.
- Morote, E. S., & Price, C. (2020). Learning through play: A new model to teach entrepreneurship. Network. A National Symposium, November 16-17, Stetson University, Miami, Florida. <https://facultyresourcenetwork.org/publications/transforming-teaching-through-active-learning/learning-through-play-a-new-model-to-teach-entrepreneurship/>.
- Pereira, C. B. L. A. (2014). *Entrepreneurial attitudes and motivations of children: An exploratory study*. Dissertation Orientator: Aurora Teixeira Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto Porto, September 2014
- Peterman, N. E., & Kennedy, J. (2003). Enterprise education: influencing students' perceptions of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(2) Measuring the Impact of Entrepreneurship Education), 129–144.
- Rasheed, H. S., & Rasheed, B. Y. (2003). Developing entrepreneurial characteristics in minority youth: The effects of education and enterprise experience. *Ethnic Entrepreneurship: Structure and Process (International Research in the Business Disciplines)*, 4, 261 – 277.
- Robinson, P. B., Stimpson, D. V., Huefner, J. C., & Hunt, H. K. (1991). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15(4), 13-31.
- Sanchez, J. C. (2019). The impact of an entrepreneurship education program on entrepreneurial competencies and intention. *Small Business Management*, 51(3), 447-465.
- Schoon, I., & Duckworth, K. (2012). Who becomes an entrepreneur? Early life experiences as predictors of entrepreneurship. *Developmental Psychology*, 48(6), 1719-1726.
- Seeman, E. (2008). Structural basis of growth-related gain and age-related loss of bone strength proceedings of a satellite symposium held on the occasion of the EULAR Congress, Paris, France, June 13, 2008. *Rheumatology*, 47(suppl_4), iv2-iv8.
- Sher, B. (2002). *Spirit games: 300 fun activities that bring children comfort and joy*. John Wiley & Sons.
- Sidhu, I., Johnsson, C., Singer, K., & Suoranta, M. (2015). A game-based method for teaching entrepreneurship. *Applied Innovation Review*, 1(1), 51-65.
- Smith, B. R., Kickul, J., & Coley, L. (2010). Using simulation to develop empathy and motivate agency: an innovative pedagogical approach for social entrepreneurship education. In E. Elgar (Eds.), *Handbook of Research in Entrepreneurship Education*, 13–24. Northampton.

- Torimiro, D. O., & Dionco-Adetayo, E. A. (2005). Children involvement in entrepreneurship in rural communities: an attitudinal analysis. *Technovation*, 25(6), 683-689.
- Van Auken, H., Fry, F. L., & Stephens, P. (2006). The influence of role models on entrepreneurial intentions. *Developmental Entrepreneurship*, 11(2), 157-167.
- Van Dam, K., Schipper, M., & Runhaar, P. (2010). Developing a competency-based framework for teachers' entrepreneurial behaviour. *Teaching and Teacher Education*, 26(4), 965-971.
- VanGundy, A. B. (2008). *101 activities for teaching creativity and problem solving*. San Francisco: John Wiley & Sons.
- Wilson, A. (Ed.). (2017). *Creativity in primary education. Learning Matters*. London: SAGE Publications Inc.
- Yetti, E., & Azizah, S. A. (2017). Improved Creativity in Early Childhood through Entrepreneurship Education. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research (ASSEHR)*, 58, 399-404.