

شناسایی ذهنیت معلمان کارآفرین نسبت به عوامل مرتبط با ترویج فرهنگ کارآفرینی در مدارس

شادی شاکری سیه کمری^{۱*}، پیمان یارمحمدزاده^۲ و بهبود یاریقلی^۳

Received: 16/09/2017

صفحات: ۲۴۳-۲۶۳

دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۰۶/۲۵

Accepted: 19/08/2018

پذیرش مقاله: ۱۳۹۷/۰۵/۲۸

چکیده

در پژوهش حاضر از روش شناسایی آمیخته کیو استفاده شد. ابتدا از رویکرد کیفی و سپس رویکرد کمی با اجرای کارتها، برای گردآوری داده‌ها بهره گرفته شد. مرحله نخست، با مرور ادبیات موضوع و مراجعه به منابع مختلف و با ۱۱ نفر از نخبگان کارآفرین مطلع مصاحبه انجام شد؛ سپس فضای گفت‌وگو جمع‌بندی و ارزیابی شد، در مرحله بعد ۶۵ گزاره برای نمونه کیو انتخاب شدند و دسته کیو ایجاد شد؛ بعد از انتخاب مشارکت‌کنندگان که شامل معلمان کارآفرین شهرستان تبریز که حدوداً تعداد ۲۶۰ نفر بود، مرتب‌سازی گزاره‌ها توسط ۱۵۲ نفر که به شکل نمونه هدفمند انتخاب شدند، آغاز شد و پس از ثبت داده‌ها، تحلیل آماری داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار آماری Spss به روش تحلیل عاملی کیو انجام گردید. طبق یافته‌های پژوهش در نهایت ۸ دیدگاه مختلف در خصوص ترویج فرهنگ کارآفرینی در مدارس، به دست آمد. این دیدگاه‌ها حاکی از آن است که ترویج فرهنگ کارآفرینی در مدارس به ترتیب تحت تأثیر عواملی از قبیل ایجاد زیرساخت‌های کارآفرینی، توسعه آموزش‌های کاربردی، بهبود منابع و امکانات مدارس، توانمندسازی کنشگران انسانی، مدیریت مدرسه محور، پذیرش تفاوت‌ها، ارتباط با جامعه و صنعت، آموزش و برنامه درسی خلاق، قرار دارد.

کلید واژگان: کارآفرینی، فرهنگ کارآفرینی، روش شناسایی کیو.

*^۱ کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی، دانشگاه شهید مدنی آذربایجان، تبریز، ایران

shadi.shakeri71@gmail.com

نویسنده مسئول:

^۲ دانشیار دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه شهید مدنی آذربایجان، تبریز، ایران

^۳ استادیار دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه شهید مدنی آذربایجان، تبریز، ایران

مقدمه

بیشتر صاحب‌نظران اجتماعی، بر این باورند که خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی تنها راه تضمین بقا در دنیای امروزی به شمار می‌رود؛ و به‌وجودآوردندگان این نوآوری‌ها، شاهرگ حیاتی سازمان‌ها بوده و خلاقیت آنان، سرمایه اصلی سازمان محسوب می‌شود؛ بنابراین ایجاد فضایی مناسب برای خلاقیت و نوآوری افراد در جامعه که از مدارس برمی‌خیزند ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است. بخش عمده توسعه کشور در نظام آموزش و پرورش پایه‌گذاری شده و شکل می‌گیرد. در طول دهه‌های گذشته، نقش آموزش و پرورش در امر توسعه انسانی متخصص و کارآفرین مورد غفلت قرار گرفته است. از آنجا که کارآفرینان نقشی حیاتی در تداوم رشد و توسعه ملی ایفا می‌کنند، شایسته است به نقش آموزش و پرورش در تربیت کارآفرینان توجه ویژه‌ای شود (Yousefi & Yousefi, 2011). هدف از ترویج فرهنگ کارآفرینی در مدارس این است که مسئولیت‌پذیری دانش‌آموزان افزایش یابد، برای دستیابی به اهداف خود خلاق باشند و به کشف فرصت‌های موجود بپردازند (Ikävälko Ruskovaara & Seikkula-Leino, 2012).

هیچ کشوری بدون گذار از مرحله تحول فرهنگی و فکری به کارآفرینی و در نهایت توسعه اقتصادی نائل نمی‌آید؛ اما تحول فرهنگی برای ایجاد کارآفرینی چگونه می‌تواند صورت پذیرد؟ چه عواملی در دگرگونی یک فرهنگ برای ایجاد کارآفرینی نقش دارند؟ پژوهشی نشان می‌دهد که هر پنج عامل مورد بررسی (ساختار سازمانی، فرهنگ سازمانی، استراتژی سازمانی، مدیریت منابع انسانی، سیستم پاداش‌دهی و پشتیبانی مدیریتی) تأثیر معناداری بر ایده کارآفرینی در بین معلمان مدارس متوسطه شهرستان اردبیل دارد (Bashoukohe Ajirlo, Moradi & Heidari Anari, 2015). Scott (2012) در پژوهشی دو عامل مهم موفقیت کارآفرینان در کشور نیوزلند را مهارت‌های فردی و ارتباطات اجتماعی برشمرده است. محققان کشف کردند که هر دو عامل مهارت‌ها و عوامل اجتماعی - فرهنگی به شکل مثبت بر قصد کارآفرینی دانش‌آموزان مقطع متوسطه تأثیر دارند و خلاقیت بیش‌فعالی و ریسک‌پذیری حرفه کارآفرینانه را ارتقاء می‌بخشد (Rosique-Blasco, Madrid-Guijarro, & García-Pérez-de-Lema, 2016). Paiva & Tadeu (2015) به این نتیجه رسیده‌اند که بزرگ‌ترین مانع بر سر راه کارآفرینی عدم ریسک‌پذیری و فقر فرهنگی است. توانمندسازی کودکان آن‌ها را ریسک‌پذیرتر و مشتاق به توسعه ایده‌هایشان در آینده خواهد ساخت. نتایج پژوهش (Maktabi & babakhani, 2015) نشان داد که رابطه معناداری بین عوامل رفتاری، ساختاری و محیطی با کارآفرینی وجود دارد. (Westhead & Matlay, 2014) کشف کردند دانشجویانی دارای گرایش

و امکان ادراک شده به کارآفرینی، فرهنگ نوآوری‌پذیری و مشارکت در آموزش مخصوص کارآفرینی دارای تمایل بالایی برای کارآفرینی بودند. برعکس دانشجویان که از نظر عامل توانمندی فرهنگی پایین‌تر بودند قصد کارآفرینی کمتری داشتند. (Doron & Ori, 2012) طی مطالعه‌ای کشف می‌کنند که چگونه قهرمانان آموزشی (معلمانی که بطور ارادی و داوطلبانه نوآوری می‌کنند) به تلاش‌های کارآفرینانه خود در تعامل با سبک مدیریت مدیران مدارس ادامه می‌دهند کارآفرینی نیمه مستقل با سبک مدیریت تسهیل‌کننده، کارآفرینی سست پایه با سبک مدیریت دستوری و کارآفرینی حمایت‌شده با مدیریت تلفیقی، ارتباط معنی‌داری دارد. (Klamer, 2011) طی پژوهشی توجه به روابط اجتماعی و منابع محیطی را به عنوان مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر موفقیت کارآفرینی دانسته است. مدارس هر شهری از عوامل و فرهنگ به خصوصی تبعیت می‌کند که با مدارس شهرهای دیگر متفاوت هستند. مسائل مدیریتی، سیاسی، جغرافیایی، فرهنگی، منابع اقتصادی و ... چه در محیط بیرونی مدارس و چه در محیط داخلی بر رفتار کارآفرینانه مدارس تأثیرگذار هستند (Jahaniyan, 2011).

با توجه به مطالب بالا ضرورت ترویج فرهنگ کارآفرینی در مدارس کشور و خصوصاً بیش از پیش احساس می‌گردد زیرا ۱/۸ میلیون نفر از جمعیت ۳/۷ میلیون نفری آذربایجان شرقی در شهرستان تبریز ساکن هستند. ۷۰ هزار نفر از جمعیت فعال ۵۳۹ هزار نفری شهرستان تبریز بیکار هستند و نرخ بیکاری این شهرستان ۱۲/۷ درصد است (Irna, 2015). یکی از دلایل عمده بیکاری تحصیل‌کردگان مدارس و دانشگاه‌های کشور عدم وجود فرهنگ کارآفرینی ذکر می‌شود؛ از کجا بایستی به ترویج این فرهنگ پرداخت؟ مسلماً مدارس می‌توانند در زیرساخت‌های فرهنگ کارآفرینی تأثیرگذارتر از سایر ارگان‌ها باشند. با توجه به معضل بیکاری در میان جوانان و دانش‌آموختگان ایران، یکی از راهکارها، پرورش افراد کارآفرین است، زیرا در بسیاری از کشورهای پیشرفته مانند ایالت متحده آمریکا، ژاپن، آلمان و ... آموزش کارآفرینی را از سطوح پایین تحصیلی آغاز کرده‌اند و به نتایجی اثربخش رسیده‌اند. نظام آموزشی ما به عنوان متولی اصلی رشد و یادگیری باید افراد بالقوه کارآفرین را شناسایی و زمینه‌های لازم را برای بروز خلاقیت آنان فراهم کند. پژوهش‌ها نشان داده‌اند که با رشد برخی ویژگی‌ها در افراد، ویژگی‌های کارآفرینی در آنها تقویت می‌شود (Atsan & Gurol, 2008). از جمله این ویژگی‌ها می‌توان خلاقیت، تحمل ابهام، خطرپذیری، کانون کنترل درونی و انگیزه پیشرفت را نام برد (Koh, 2016). Barba-Sánchez & Atienza-Sahuquillo (2016) طی پژوهشی با عنوان «توسعه کارآفرینی در مدارس: تجربه اسپانیا» و با هدف ترغیب کارآفرینی و خلاقیت میان دانش‌آموزان مدارس ابتدایی که مهارت کارآفرینی را از طریق آغاز یک کسب و کار بدست می‌آورند، یک تجربه اولیه

در سه مرحله طراحی شد: تجزیه و تحلیل موقعیت آغازین، تولید مواد و بکارگیری آن‌ها در کلاس درس و نهایتاً ارزشیابی. به منظور ارزشیابی این تجربه دانش آموزان ابتدایی (۸-۱۲ ساله) مورد مصاحبه قرار گرفتند و پرسشنامه‌ها پر شد. نتایج کلی رضایت‌بخش بود؛ تحقیق حاضر از آن لحاظ دارای اهمیت است که موضوع کارآفرینی را به شکل آزمایشی به مدارس ابتدایی کشانده است. (Frank, 2005) در پژوهشی که در زمینه کارآفرینی در دبیرستان‌ها انجام دادند، کارآفرینی را «مهارت زندگی» قلمداد کردند که باید در تمامی سطوح آموزشی از مدارس ابتدایی تا دانشگاه مورد توجه قرار گیرد. دوره متوسطه دوم نیز دوره‌ای است که نوجوانان بایستی ایده‌های خلاق خود را در بوته عمل نشان دهند، ولی نه ایده‌ای هست و نه تفکر و حمایتی برای عمل. بایستی دنبال عواملی باشیم که این نقص بزرگ را در آموزش و پرورش پوشش دهد؛ حال با توجه به اهمیت نقش مؤسسات آموزشی کارآفرین بر توسعه جوامع در سالیان اخیر، باید اشاره کرد که در مورد مفهوم کارآفرینی تحقیقات فراوانی صورت گرفته است ولی با این حال پژوهش‌های اندکی به تبیین فرهنگ کارآفرینانه مؤسسات آموزشی پرداخته‌اند (Röpke, 1998؛ Clark & Pergamon, 2001؛ O'aaaa 2005؛ Hisrich, 2004؛ Att čč'i & Zrr m 1111 Gibb & Hannon, 2006). با یک جمع‌بندی ساده باید گفت عواملی که سبب ترویج فرهنگ کارآفرینی در مدارس یک شهر می‌شود به احتمال زیاد از شهرهای دیگر متفاوت خواهد بود. از این رو پژوهش حاضر به دنبال پاسخ به این سؤال است که چه عواملی بر ترویج فرهنگ کارآفرینی مدارس متوسطه دوره دوم نظری شهر تبریز مؤثر هستند؟ ذهنیت معلمان کارآفرین نسبت به عوامل ایجاد کننده فرهنگ کارآفرینی چگونه است؟ و میزان اهمیت هر یک از آن‌ها به چه میزان می‌باشد؟

روش پژوهش

پژوهش از نظر روش‌شناسی، کیو متدولوژی می‌باشد که ماهیتاً یک تحقیق ترکیبی (کیفی- کمی) و اکتشافی می‌باشد. پژوهشگر سعی می‌کند با انجام مطالعات میدانی، مشارکت در فرآیندهای مربوط به موضوع پژوهش و شناخت ذهنیت‌ها، به درک و فهم عوامل مؤثر بر ترویج فرهنگ کارآفرینی مدارس نائل گردد. برای رسیدن به این مهم جهت گردآوری داده‌ها و اطلاعات از طرح پژوهش کیفی و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از طرح پژوهش کمی و تحلیل عاملی استفاده می‌شود. (Danaiefard, Hosseini & Sheikhha, 2013) در این پژوهش ابتدا برای تهیه گزینه‌های کیو مشارکت‌کنندگانی از بین معلمان کارآفرین مدارس در مقطع متوسطه دوره دوم نظری یا کارآفرینانی که به نحوی با مدارس مد نظر همکاری داشته‌اند، انتخاب

شده‌اند؛ سعی شده است مصاحبه با کسانی صورت بگیرد که نظرات و ذهنیاتی متفاوت و کاربردی در مورد فرهنگ کارآفرینی در مدارس داشته باشند. از روش‌های مطالعه ادبیات نظری، انجام مصاحبه با یازده نفر از کارآفرینان، کارشناسان و متخصصان، بررسی بولتن‌ها و نشریه‌های مدارس، بررسی مستندها، فیلم‌ها، کاریکاتورها، نقاشی‌ها و جشواره‌های مربوط به موضوع پژوهش، برای گردآوری گزینه‌های کیو استفاده شد که ۶۵ گزاره به دست آمد؛ تعداد این مشارکت‌کنندگان بستگی به اشباع گزینه‌های کیو دارد. در این پژوهش بعد از مصاحبه نهم به اشباع گزینه‌ها رسیده شد و مصاحبه دهم و یازدهم نیز برای اطمینان از روایی گزینه‌ها انجام شد (جدول ۱). سپس برای مرتب‌سازی گزینه‌های کیو از معلمان فعال در حوزه کارآفرینی مدارس متوسطه دوره دوم شهر تبریز که تعداد آن‌ها طی بررسی‌ها حدوداً ۲۶۰ به دست آمده است؛ ۱۵۲ نفر به عنوان نمونه به صورت هدفمند انتخاب شد. منظور از معلمان کارآفرین در این پژوهش معلمانی هستند که در رشته کارآفرینی تحصیل کرده‌اند، کارآفرینی تدریس می‌کنند، دوره‌های کارآفرینی گذرانده‌اند، کسب‌وکارهای جدید ایجاد کرده‌اند، به عنوان کارآفرین برتر انتخاب شده‌اند، اختراعات خود را ثبت کرده‌اند یا در شرکت‌های دانش‌بنیان مشغول فعالیت هستند.

ردیف	سمت	رشته و تخصص	محل مصاحبه	جنسیت	مدت زمان مصاحبه
۱	رییس کانون کارآفرینی استان آذربایجان شرقی	کارآفرینی بین‌الملل - کارآفرین منتخب سال ۹۳	کانون کارآفرینی استان آذربایجان شرقی	مرد	۴۰ دقیقه
۲	مدیر مدرسه	روانشناسی، مدرس کارگاه‌های کارآفرینی	تلفنی	زن	۶۰ دقیقه
۳	مدیر مرکز رشد دانشگاه تبریز	شیمی - کارآفرین	دانشگاه تبریز	مرد	۴۰ دقیقه
۴	کارشناس پارک علم و فناوری استان آذربایجان شرقی	مدیریت مالی، عضو انجمن اولیا مربیان مدارس	پارک علم و فناوری استان آذربایجان شرقی	زن	۷۰ دقیقه
۵	مدیرعامل شرکت آسمان تاوریز	کارآفرینی - فعال آموزش کارآفرینی به دانش آموزان	دانشگاه شهید مدنی آذربایجان	مرد	۳۰ دقیقه

۶	مدیر شرکت اقتصاد گستر قافلان	نرم افزار - اولین دانش آموز مدرس دانشگاه	دانشگاه شهید مدنی آذربایجان	مرد	۲۰ دقیقه
۷	مسوول انتشارات کهکشان دانش	کارآفرینی - مدیریت - مدرس و نویسنده	کهکشان دانش	مرد	۵۰ دقیقه
۸	مدیرعامل شرکت دانش بنیان پایا	ارتوپد - منتور مسابقات کسب و کار دانشجویی و دانش آموزی	مرکز رشد علوم پزشکی تبریز	مرد	۵۰ دقیقه
۹	دبیر مدرسه	مهندسی کامپیوتر - کارآفرین	مدرسه امام صادق (ع)	مرد	۴۰ دقیقه
۱۰	دبیر مدرسه	مهندسی مکانیک - منتور استارت آپ ویکند و مدرس کارآفرینی	مدرسه فارابی شهر تبریز	مرد	۳۰ دقیقه
۱۱	دبیر مدرسه	ریاضی - کارآفرین	مدرسه لقمان شهر تبریز	مرد	۴۰ دقیقه

جدول (۱): مشارکت‌کنندگان مرحله نخست پژوهش

روش اجرای پژوهش

در اجرای پژوهش داده‌های اولیه در مورد مشارکت‌کنندگان (معلمان کارآفرین) به دست آورده و ثبت شد. اطلاعاتی مانند سن، جنسیت، سابقه خدمت، رشته تحصیلی و تحصیلات. بعد از شرکت‌کننده درخواست شد با توجه به موضوع پژوهش و اعتقاد و احساس کنونی خود کارت‌های کیو را که از گزاره‌ها تشکیل بودند را در مقیاس -۵ تا +۵ اولویت‌بندی کند. موضوع پژوهش و پرسشی که مطرح شد به همراه تمامی شرایط و همچنین خلاصه‌ای از مراحل انجام کار به صورت مکتوب آماده شده بود و در اختیار مشارکت‌کننده قرار گرفت. کارت‌های بازه که اعداد -۵ تا +۵ روی آن‌ها درج شده است، روی میز مشارکت‌کننده چیده می‌شود و مشارکت‌کننده با توجه به اهمیت گزینه‌های درج‌شده روی کارت‌های کیو به مرتب‌سازی آن‌ها می‌پرداخت (شکل ۱)؛ از مشارکت‌کننده در حین مرتب‌سازی درخواست می‌شود تا گزینه‌هایی که معنای آن‌ها را به خوبی درک نکرده است ذکر کند تا توسط پژوهشگر توضیح داده شود.



شکل (۱): نمونه‌ای از مشارکت‌کننده‌ای در حال مرتب‌سازی کارت‌های کیو

وقتی فرآیند رتبه‌بندی تمام شد، پژوهشگر به دقت نحوه قرارگیری کارت‌ها را بررسی و شماره کارت‌های موجود در هر ستون را یادداشت می‌کند. شماره کارت‌های کیو در پشت کارت‌ها نوشته می‌شود تا به ذهنیت مشارکت‌کنندگان جهت ندهد. قبل از ثبت رتبه‌بندی گزینه‌ها از مشارکت‌کنندگان درخواست شد تا نگاهی مجدد به کلیه کارت‌ها بیندازد و اگر لازم بود تغییراتی ایجاد کند.

روایی و پایایی

برای ایجاد روایی در پژوهش، گزینه‌های کیو پس از گردآوری در اختیار تعدادی از استادان خبره و مشارکت‌کنندگان قرار گرفت؛ بعد از گردآوری نظرها و ابهام‌های آن‌ها در باره گزاره‌ها، گزینه‌های کیو، نهایی شد. به منظور تعیین پایایی ضریب آلفای کرونباخ به کمک نرم افزار آماری SPSS محاسبه گردیده است که ۰/۸۹ صدم به دست آمده است و این عدد نشان دهنده آن است که دسته کیو از پایایی لازم برخوردار است و قابل اعتماد می‌باشد.

یافته‌های پژوهش

پرسش اول پژوهش: چه عواملی بر ترویج فرهنگ کارآفرینی مدارس متوسطه دوره دوم نظری شهر تبریز مؤثر می‌باشند؟

همان‌گونه که ذکر شد، روش‌شناسی کیو از نوع روش‌شناسی‌های ترکیبی یا آمیخته است که از هر دو رویکرد کیفی و کمی بهره می‌گیرد. پاسخگویی به پرسش اول این پژوهش با مرور ادبیات موضوع و مراجعه به منابع مختلف (از قبیل مبانی نظری، مصاحبه و استفاده از افکار جمعی)، ارزیابی و جمع‌بندی فضای گفتمان و در نهایت انتخاب عبارات نمونه کیو (۶۵ عبارت شناسایی شده) صورت پذیرفت؛ به عبارت دیگر، در پاسخ به این پرسش که عوامل مؤثر بر ترویج فرهنگ کارآفرینی مدارس متوسطه دوره دوم نظری شهر تبریز چیست؟ باید گفت که ۶۵ عامل حاصل از ارزیابی فضای گفتمان پژوهش بدست آمد که در جدول (۲) نمایش داده شده است:

جدول (۲): گزاره‌های کیو

گزاره‌های مبتنی بر مصاحبه
ارزشیابی تکلیف‌محور
برگزاری همنشینی کارآفرینان برتر با دانش‌آموزان
برگزاری مسابقات استارت‌آپ و یک‌کند در مدارس (مسابقات کسب و کار آخر هفته)
مشارکت دانش‌آموزان در حل مشکلات مدارس
ارائه دوره‌های کارآموزی برای دانش‌آموزان به فراخور رشته تحصیلی
آموزش تیم‌سازی در مدارس
داشتن کتابخانه مجهز به کتاب‌های کسب و کارهای جدید
اولویت دادن به تأمین مالی هزینه‌های فعالیت‌های پژوهشی در مدارس
ایجاد مراکز رشد در مدارس
آشنایی دانش‌آموزان با سازمان‌ها و نهادهای مهم کشور مثل اداره کار، بورس و ...
خودگردانی و استقلال مدارس در جذب، استخدام، سیستم پاداش و تصمیم‌گیری‌ها
تعامل مدرسه با محیط اجتماعی، اقتصادی و مراکز تولیدی و خدماتی
دادن آزادی عمل در محتوای یادگیری و استقلال عمل به دانش‌آموزان
آموزش مدیران، کارشناسان، معلمان و دانش‌آموزان برای تغییر و تحول
تشکیل کمیته‌ای از متخصصان آموزش و پرورش و کارآفرینی برای طراحی برنامه‌ای نظام‌مند برای مدارس
فضای فیزیکی جذاب و خلاق مدرسه
تأکید محتوای آموزشی بر اعتماد به نفس، خلاقیت و نوآوری
متناسب بودن محتوای آموزشی با نیازهای روز دانش‌آموزان

توجه به تفاوت‌های فردی دانش‌آموزان در فرایند تدریس
ایجاد اتاق‌های فکر در مدارس
برگزاری بازارچه‌های دانش‌آموزی در مدارس
شناسایی فرصت‌های کارآفرینی در مدارس
شناسایی تهدیدهای کارآفرینی در مدارس
ارائه سازوکارهای انگیزشی برای معلمان و دانش‌آموزان
ترویج اردوهای علمی و اکتشافی در مدارس
حمایت از مالکیت فکری در مدارس
شناسایی کاستی‌ها و نارسایی‌های مدارس با کمک دانش‌آموزان
ارائه واحدهای درسی کارآفرینی در تمام رشته‌ها
ارائه کارگاه‌هایی برای والدین دانش‌آموزان برای نهادینه کردن باورهای کارآفرینی
بها دادن به خلاقیت‌ها و افکار متفاوت دانش‌آموزان
آزادی در انتخاب رشته دانش‌آموزان
حمایت بخش خصوصی از مدارس
ارائه واحدهای کارآفرینی در دانشگاه‌های فرهنگیان
استفاد از فیلم‌های مستند، نمایشگاه‌ها، جشواره‌ها و مجلات کارآفرینی در مدارس
معرفی و استفاده از منابع درسی متفاوت
طراحی دوره‌های آموزش کارآفرینی در دبیرستان‌ها
تغییر و انعطاف در قوانین القا شده به مدارس
گزاره‌های مبتنی بر پیشینه تحقیق
ارائه برنامه درسی خلاق و عمل‌گرا
اطلاع‌رسانی به دانش‌آموزان از فرصت‌های کاری بیرون از مدرسه
آشنا کردن دانش‌آموزان با مشکلات بازار کار شهر خود
استفاده از الگوهای تدریس فعال
استفاده از فضای مجازی و ارائه پیشنهادهای معلمان و کارکنان مدارس برای ترویج کارآفرینی
تأکید بر فرایند حل مسئله دانش‌آموزان در فرایند تدریس
توسعه و بهبود نیروی انسانی
استخدام مشاوران کارآفرین شغلی و تحصیلی
افزایش فرصت‌های ریسک‌پذیری معلمان و دانش‌آموزان
مشارکت دانش‌آموزان در فرایند تدریس
برگزاری کلاس‌های تقویتی با تدریس خود دانش‌آموزان
آموزش به شیوه بارش مغزی
ایجاد مهارت‌های مطالعات موردی در مورد کسب و کارهای موفق
تأکید بر خودارزشیابی مدیران، معلمان و دانش‌آموزان

بهره‌گیری از تکنولوژی آموزشی روز
یادگیری الکترونیکی و یادگیری مبتنی بر وب
تقویت روحیه مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی در مدارس
مدیریت مشارکتی
اصلاح و تجدید مستمر محتوای آموزشی
افزایش روحیه جمعی مدیران، معلمان و دانش‌آموزان
تأکید بر کیفیت برنامه‌ها، روش‌ها، فعالیت‌ها و فرایندهای یاددهی - یادگیری
نظارت و ارزشیابی مستمر از فعالیت‌های مدرسه
ترویج فرهنگ کار تیمی و شبکه‌سازی در مدارس
توجه به معلمان کارآفرین در طرح ارتقا و رتبه‌بندی معلمان
افزایش امکانات و منابع در دسترس معلمان و دانش‌آموزان
ارائه تفریحات متنوع و برانگیزاننده برای دانش‌آموزان
توجه به تفاوت‌های فردی دانش‌آموزان در ارزشیابی
ساختار انعطاف‌پذیر و پویای مدارس

پرسش دوم پژوهش: اولویت‌های مؤثر بر ترویج فرهنگ کارآفرینی در مدارس متوسطه دوره دوم نظری شهر تبریز کدام‌ها هستند؟

نتایج جدول (۳) «مقدار واریانس کل تبیین شده» نشان می‌دهد که نرم‌افزار با توجه به دیدگاه افراد نمونه جمعاً ۲۰ عامل را (که مقادیر ویژه آن‌ها بالای ۱ می‌باشند) شناسایی و این ۲۰ عامل در حدود ۶۸/۱۷ واریانس را تبیین و پوشش می‌نماید. در این جدول بیش‌ترین واریانس تبیین شده مربوط به عامل اول (۶/۸۵۱) و دوم (۴/۵۰۲) و بعد از آن‌ها به ترتیب هر یک از عامل‌های سوم، چهارم، پنجم، ششم، هفتم، هشتم، نهم، دهم، یازدهم، دوازدهم، سیزدهم، چهاردهم، پانزدهم، شانزدهم، هفدهم، هجدهم، نوزدهم و بیستم با مقادیر (۴/۴۵۸)، (۳/۹۳۲)، (۳/۸۹۶)، (۳/۷۸۵)، (۳/۵۴)، (۳/۴۲۹)، (۳/۲۱۸)، (۳/۱۱۶)، (۳/۰۲۹)، (۲/۹۵۴)، (۲/۹۰۴)، (۲/۸۹۴)، (۲/۸۸۹)، (۲/۶۷۲)، (۲/۶۴۳)، (۲/۶۰۸)، (۲/۵۵۷)، (۲/۲۹۴) در رتبه‌های بعدی قرار دارد.

جدول (۳): تحلیل عاملی کیو

استخراج اولیه			استخراج بعد از چرخش واریماکس		
مؤلفه	کل	درصد واریانس	درصد تراکمی	کل	درصد واریانس
اول	۱۳/۱۹۱	۸/۶۷۸	۶/۶۷۸	۱۰/۴۱۳	۶/۸۵۱

۱۱/۳۵۳	۴/۵۰۲	۶/۸۴۴	۱۵/۸۶۱	۷/۱۸۳	۱۰/۹۱۸	دوم
۱۵/۸۱۱	۴/۴۵۸	۶/۷۷۶	۲۰/۹۰۱	۵/۰۴	۷/۶۶۱	سوم
۱۹/۷۴۴	۳/۹۳۲	۵/۹۷۷	۲۵/۲۵	۴/۳۴۸	۶/۶۱	چهارم
۲۳/۶۳۳	۳/۸۹۶	۵/۹۲۲	۲۹/۱۳۵	۳/۸۸۵	۵/۹۰۵	پنجم
۲۷/۴۲۴	۳/۷۸۵	۵/۷۵۳	۳۲/۸۹۲	۳/۷۵۷	۵/۷۱۱	ششم
۳۰/۹۶۴	۳/۵۴	۵/۳۸۱	۳۶/۵۴۱	۳/۶۴۹	۵/۵۴۶	هفتم
۳۴/۳۹۳	۳/۴۲۹	۵/۲۱۲	۳۹/۶۸۸	۳/۱۴۷	۴/۷۸۳	هشتم
۳۷/۶۱۱	۳/۲۱۸	۴/۸۹۱	۴۲/۷۵۹	۳/۰۷۲	۴/۶۶۹	نهم
۴۰/۷۲۷	۳/۱۱۶	۴/۷۳۶	۴۵/۷۳۶	۲/۹۷۷	۴/۵۲۵	دهم
۴۳/۷۵۶	۳/۰۲۹	۴/۶۰۳	۴۸/۵۵۳	۲/۸۱۴	۴/۲۸۱	یازدهم
۴۶/۷۰۹	۲/۹۵۴	۴/۴۸۹	۵۱/۱۷۲	۲/۶۱۹	۳/۹۸	دوازدهم
۴۹/۶۱۳	۲/۹۰۴	۴/۴۱۳	۵۳/۶۹۸	۲/۵۲۶	۳/۸۴	سیزدهم
۵۲/۵۰۹	۲/۸۹۴	۴/۳۹۹	۵۶/۰۶۳	۲/۳۶۶	۳/۵۹۶	چهاردهم
۵۵/۳۹۶	۲/۸۸۹	۴/۳۹۲	۵۸/۳۱۴	۲/۲۵۱	۳/۴۲۱	پانزدهم
۵۸/۰۶۷	۲/۶۷۲	۴/۰۶۲	۶۰/۴۸۱	۲/۱۶۷	۳/۲۹۳	شانزدهم
۶۰/۷۱۲	۲/۶۴۳	۴/۰۱۸	۶۲/۵۲۴	۲/۰۴۳	۳/۱۰۵	هفدهم
۶۳/۳۱۹	۲/۶۰۸	۳/۹۶۴	۶۴/۴۶۴	۱/۹۴۱	۲/۹۵	هجدهم
۶۵/۸۷۶	۲/۵۵۷	۳/۸۸۶	۶۶/۳۳	۱/۸۶۶	۲/۸۳۶	نوزدهم
۶۸/۱۷	۲/۲۹۴	۳/۴۸۷	۶۸/۱۷	۱/۸۴	۲/۷۹۶	بیستم

برای روشن تر شدن موضوع باید دید که کدام یک از مشارکت کنندگان باعث ایجاد هر یک از عامل‌ها یا دیدگاه‌ها شده‌اند؛ به عبارت دیگر نمایندگان الگوهای ذهنی ۱ تا ۲۰ کدام یک از مشارکت کنندگان هستند؟

برای پاسخ به سؤال فوق از جدول «ماتریس چرخش یافته» استفاده می‌شود. در این جدول مشارکت کنندگان ۱۴۷، ۱۴۴، ۱۳۴، ۱۴۶، ۱۴۲، ۱۵۲، ۱۳۳، ۱۲۸، ۱۲۷، ۱۲۹، ۱۲۶، ۷۰ مشترکاً دیدگاه یا الگوی ذهنی اول (عامل اول) را شناسایی کرده‌اند. به همین ترتیب مشارکت کنندگان ۴۳، ۱۱۰، ۴۹، ۱۹، ۵۷، ۷۹، ۱۲، ۸۸، ۵۱، ۱۱۲، ۱۲۲، ۲۵، ۱۳۹، ۶۵ مشترکاً دیدگاه دوم، مشارکت کنندگان ۵۶، ۳۷، ۳۹، ۵۸، ۱۳۲، ۱۱۵، ۱۰۶، ۵۹، ۱۱۳، ۹۰، ۴۲، ۱۱۴، ۲۱، ۳۲ مشترکاً دیدگاه سوم، مشارکت کنندگان ۱۰۵، ۱۰۳، ۳۴، ۳۶، ۱۰۰، ۳۱، ۳۵، ۱۰۴، ۳ مشترکاً دیدگاه چهارم، مشارکت کنندگان ۸۹، ۲۰، ۱۲۰، ۸۱، ۱۱۷، ۱۴، ۴۷ مشترکاً دیدگاه پنجم، مشارکت کنندگان ۱۳، ۸۰، ۸۲، ۱۱۶، ۱۱۸، ۸۳، ۱۳۰، ۱۲۳، ۱۳۸ مشترکاً دیدگاه ششم، مشارکت کنندگان ۶۴، ۶۳، ۴۵، ۴۶، ۴۰، ۶۲، ۱۰۹، ۶۶، ۵۵، ۵۴ مشترکاً دیدگاه هفتم،

مشارکت کنندگان ۸۴، ۷۵، ۱۵، ۳۸، ۱۳۷ مشترکاً دیدگاه هشتم، مشارکت کنندگان ۲۶، ۷۱، ۴، ۹۵، ۲۷، ۹۶، ۱۸، ۱۳۱ مشترکاً دیدگاه نهم، مشارکت کنندگان ۱۵۰، ۱۴۸، ۱۴۹، ۱۵۱، ۱۴۵، ۱۴۱، ۱۴۰ مشترکاً دیدگاه دهم، مشارکت کنندگان ۱۷، ۸۶، ۱۰۷، ۶۰، ۱، ۱۲۴، ۱۲۱، ۲۳، ۲۳ مشترکاً دیدگاه یازدهم، مشارکت کنندگان ۷۶، ۹، ۱۱، ۷۸، ۹۲ مشترکاً دیدگاه دوازدهم، مشارکت کنندگان ۳۳، ۱۰۲، ۶، ۱۱۹، ۱۰، ۷۳ مشترکاً دیدگاه سیزدهم، مشارکت کنندگان ۱۱۱، ۴۴، ۲۴، ۹۳، ۱۲۵ مشترکاً دیدگاه چهاردهم، مشارکت کنندگان ۷۲، ۱۳۵، ۷۴، ۸، ۱۰۸، ۵ مشترکاً دیدگاه پانزدهم، مشارکت کنندگان ۲۸، ۹۷، ۸۵، ۱۰۱، ۴۸ مشترکاً دیدگاه شانزدهم، مشارکت کنندگان ۲۹، ۹۸، ۷۷، ۱۴۳ مشترکاً دیدگاه هفدهم، مشارکت کنندگان ۳۰، ۹۹، ۵۲، ۵۰، ۹۴ مشترکاً دیدگاه هجدهم، مشارکت کنندگان ۲، ۶۹، ۸۷، ۶۱ مشترکاً دیدگاه نوزدهم و مشارکت کنندگان ۲۲، ۹۱، ۱۴۱، ۵۳ مشترکاً دیدگاه بیستم را شناسایی کرده‌اند. شایان ذکر است که مشارکت کنندگان ۶۸، ۱۶، ۶۷ و ۱۳۶ به علت عدم پوشش هیچ کدام از عامل‌ها حذف شدند.

در مرحله بعد امتیازهای عاملی برای دیدگاه‌های یک تا بیستم بدست آمد. در حقیقت، ترتیب و مفهوم گزاره‌ها از مهم‌ترین تا بی‌اهمیت‌ترین، در دیدگاه‌های مختلف، نشان داده شده است. پرسش سوم پژوهش: چه ذهنیت‌ها و دیدگاه‌هایی در مورد فرهنگ کارآفرینی مدارس میان مشارکت کنندگان وجود دارد؟ نتایج حاصل از این پژوهش نشان داد که دیدگاه‌های چهارم، هفتم، هشتم، دهم، یازدهم، دوازدهم، چهاردهم، شانزدهم، هفدهم، هجدهم، نوزدهم و بیستم به دلیل هم‌پوشی مفاهیم و تکرار گزینه‌ها حذف شدند و هشت دیدگاه به ترتیب اولویت استخراج شد (جدول ۴ را ببینید):

جدول (۴): اولویت‌بندی مهم‌ترین عوامل مؤثر بر ترویج فرهنگ کارآفرینی در مدارس متوسطه بر اساس دیدگاه‌ها

امتیاز	مهم‌ترین عوامل بر اساس دیدگاه	ذهنیت‌ها
۶۵	ارزشیابی تکلیف‌محور	اول
۶۴	ایجاد مراکز رشد در مدارس	
۶۳	تعامل مدرسه با محیط اجتماعی، اقتصادی و مراکز تولیدی و خدماتی	ایجاد
۶۲	برگزاری مسابقات استارت‌آپ و یکند در مدارس (مسابقات کسب و کار آخر هفته)	زیرساخت‌های
۶۰	برگزاری بازارچه‌های دانش‌آموزی در مدارس	کارآفرینی
۵۹	ایجاد اتاق‌های فکر در مدارس	
۵۸	حمایت از مالکیت فکری در مدارس	
۶۵	ارائه دوره‌های کارآموزی برای دانش‌آموزان به فراخور رشته تحصیلی	دوم
۶۴	اولویت دادن به تأمین مالی هزینه‌های فعالیت‌های پژوهشی در مدارس	

۶۳	تأکید بر کیفیت برنامه‌ها، روش‌ها، فعالیت‌ها و فرایندهای یاددهی - یادگیری	توسعه آموزش‌های کاربردی
۶۲	افزایش فرصت‌های ریسک‌پذیری معلمان و دانش‌آموزان	
۶۱	ایجاد مهارت‌های مطالعات موردی در مورد کسب و کارهای موفق	
۶۰	تقویت روحیه مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی در مدارس	
۵۹	نظارت و ارزشیابی مستمر از فعالیت‌های مدرسه	
۶۵	افزایش امکانات و منابع در دسترس معلمان و دانش‌آموزان	سوم بهبود منابع و امکانات مدارس
۶۴	فضای فیزیکی جذاب و خلاق مدرسه	
۶۰	معرفی و استفاده از منابع درسی متفاوت	
۵۹	حمایت بخش خصوصی از مدارس	
۵۸	داشتن کتابخانه مجهز به کتاب‌های کسب و کارهای جدید	
۶۵	ارائه واحدهای کارآفرینی در دانشگاه‌های فرهنگیان	پنجم توانمندسازی کنشگران انسانی
۶۴	طراحی دوره‌های آموزش کارآفرینی در دبیرستان‌ها	
۶۳	ارائه واحدهای درسی کارآفرینی در تمام رشته‌ها	
۶۲	توسعه و بهبود نیروی انسانی	
۶۱	آموزش تیم‌سازی در مدارس	
۶۰	ترویج فرهنگ کار تیمی و شبکه‌سازی در مدارس	
۵۹	توجه به معلمان کارآفرین در طرح ارتقا و رتبه‌بندی معلمان	
۵۸	تشکیل کمیته‌ای از متخصصان آموزش و پرورش و کارآفرینی برای طراحی برنامه‌ای نظام‌مند برای مدارس	
۵۷	تأکید بر خودارزشیابی مدیران، معلمان و دانش‌آموزان	
۵۳	برگزاری کلاس‌های تقویتی با تدریس خود دانش‌آموزان	
۵۲	افزایش روحیه جمعی مدیران، معلمان و دانش‌آموزان	
۵۱	ارائه تفریحات متنوع و برانگیزاننده برای دانش‌آموزان	
۵۰		
۶۵	خودگردانی و استقلال مدارس در جذب، استخدام، سیستم پاداش و تصمیم‌گیری‌ها	ششم مدیریت مدرسه محور
۶۴	مشارکت دانش‌آموزان در فرایند تدریس	
۶۳	مدیریت مشارکتی	
۶۱	آزادی در انتخاب رشته دانش‌آموزان	
۵۹	ساختار انعطاف‌پذیر و پویای مدارس	
۵۸	تغییر و انعطاف در قوانین القا شده به مدارس	
۵۷	دادن آزادی عمل در محتوای یادگیری و استقلال عمل به دانش‌آموزان	

۶۵	توجه به تفاوت‌های فردی دانش‌آموزان در فرایند تدریس	نهم پذیرش تفاوت‌ها	
۶۴	توجه به تفاوت‌های فردی دانش‌آموزان در ارزشیابی		
۶۳	آموزش مدیران، کارشناسان، معلمان و دانش‌آموزان برای تغییر و تحول		
۶۲	بها دادن به خلاقیت‌ها و افکار متفاوت دانش‌آموزان		
۶۴	آشنایی دانش‌آموزان با سازمان‌ها و نهادهای مهم کشور مثل اداره کار، بورس و ...	سیزدهم ارتباط با جامعه و صنعت	
۶۲	استفاده از فیلم‌های مستند، نمایشگاه‌ها، جشواره‌ها و مجلات کارآفرینی در مدارس		
۶۱	ارائه کارگاه‌هایی برای والدین دانش‌آموزان برای نهادینه کردن باورهای کارآفرینی		
۶۰	اطلاع‌رسانی به دانش‌آموزان از فرصت‌های کاری بیرون از مدرسه		
۵۹	برگزاری هم‌نشینی کارآفرینان برتر با دانش‌آموزان		
۵۸	آشنا کردن دانش‌آموزان با مشکلات بازار کار شهر خود		
۵۷	شناسایی فرصت‌های کارآفرینی در مدارس		
۵۶	استفاده از فضای مجازی و ارائه پیشنهادهای معلمان و کارکنان مدارس برای ترویج کارآفرینی		
۵۵	تأکید محتوای آموزشی بر اعتماد به نفس، خلاقیت و نوآوری		پانزدهم آموزش و برنامه درسی خلاق
۶۴	یادگیری الکترونیکی و یادگیری مبتنی بر وب		
۶۳	ارائه برنامه درسی خلاق و عمل‌گرا		
۶۲	بهره‌گیری از تکنولوژی آموزشی روز		
۶۰	آموزش به شیوه بارش مغزی		
۵۹	اصلاح و تجدید مستمر محتوای آموزشی		
۵۷	متناسب بودن محتوای آموزشی با نیازهای روز دانش‌آموزان		
۵۶	تأکید بر توانایی حل مسئله دانش‌آموزان در فرایند تدریس		

بحث و نتیجه‌گیری

«شناسایی عوامل مؤثر بر ترویج فرهنگ کارآفرینی در مدارس متوسطه دوره دوم شهر تبریز» هدف اصلی پژوهش حاضر بود. طی بررسی‌های مقدماتی مشخص شد که یکی از عوامل عدم ترویج فرهنگ کارآفرینی در مدارس وجود اختلاف نظر میان نیروی انسانی درگیر در مدارس می‌باشد. یکی از علل این اختلاف نظرها ذهنیت‌های مختلف مسئولان بود؛ لذا روش‌شناسی کیو که روش خاص شناسایی و دسته‌بندی ذهنیت افراد است، انتخاب شد. در مرحله نخست، مرور ادبیات موضوع و مراجعه به منابع مختلف و مصاحبه با ۱۱ نفر از نخبگان

کارآفرین مطلع انجام شد؛ سپس فضای گفتمان جمع‌بندی و ارزیابی شد، در مرحله بعد ۶۵ عبارات برای نمونه کیو انتخاب شدند و دسته کیو ایجاد شد؛ بعد از انتخاب مشارکت‌کنندگان مرتب‌سازی گزاره‌ها آغاز شد و پس از ثبت داده‌ها، تحلیل آماری داده‌ها به روش تحلیل عاملی کیو انجام گشت و در نهایت ۸ دیدگاه مختلف به دست آمد که نشان می‌دهد ترویج فرهنگ کارآفرینی در مدارس متوسطه دوره دوم شهر تبریز به ترتیب تحت تأثیر عواملی از قبیل ایجاد زیرساخت‌های کارآفرینی، توسعه آموزش‌های کاربردی، بهبود منابع و امکانات مدارس، توانمندسازی مدیران، معلمان و دانش‌آموزان، مدیریت مدرسه‌محور، پذیرش تفاوت‌ها، ارتباط با جامعه و صنعت، آموزش و برنامه درسی خلاق، قرار دارد. پیشنهاداتی هم اگر بنا باشد از دل این تحقیق استخراج شود توجه به دیدگاه‌های ذکر شده با رعایت تقدم و تأخر آنها است. در ذیل به ترتیب به تحلیل و تفسیر دیدگاه‌ها پرداخته می‌شود:

دیدگاه اول: ایجاد زیرساخت‌های کارآفرینی

بر اساس ذهنیت و دیدگاه مشارکت‌کنندگان این الگوی ذهنی، ارزشیابی تکلیف‌محور، ایجاد مراکز رشد در مدارس، تعامل مدرسه با محیط اجتماعی، اقتصادی و مراکز تولیدی و خدماتی، برگزاری مسابقات استارت‌آپ و یک‌کند در مدارس (مسابقات کسب و کار آخر هفته)، برگزاری بازارچه‌های دانش‌آموزی در مدارس، ایجاد اتاق‌های فکر در مدارس، حمایت از مالکیت فکری در مدارس، عوامل اصلی مؤثر بر ترویج فرهنگ کارآفرینی در مدارس متوسطه دوره دوم شهر تبریز می‌باشند. افراد این دیدگاه معتقدند که عامل اصلی ترویج فرهنگ کارآفرینی در مدارس ایجاد زیرساخت‌های مناسب کارآفرینی در مدارس می‌باشد. (Sadler, 2001) نیز اظهار نموده است این سازمان‌های آموزشی نیستند که به سمت کارآفرینی پیش می‌روند بلکه زیرساخت‌های تشکیل شده در آنها، ارزش‌ها و سیستم‌های فعالیت آنهاست که می‌توانند در کارآفرین شدن سازمان، نقش اساسی ایفا نمایند.

دیدگاه دوم: توسعه آموزش‌های کاربردی

در اولویت‌های ذهنیت و دیدگاه مشارکت‌کنندگان این الگوی ذهنی بر خلاف دیدگاه اول، ارائه دوره‌های کارآموزی برای دانش‌آموزان به فراخور رشته تحصیلی، اولویت دادن به تأمین مالی هزینه‌های فعالیت‌های پژوهشی در مدارس، تأکید بر کیفیت برنامه‌ها، روش‌ها، فعالیت‌ها و فرایندهای یاددهی - یادگیری، افزایش فرصت‌های ریسک‌پذیری معلمان و دانش‌آموزان، ایجاد مهارت‌های مطالعات موردی در مورد کسب و کارهای موفق، تقویت روحیه مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی در مدارس، نظارت و ارزشیابی مستمر از فعالیت‌های مدرسه قرار دارد. افراد این دیدگاه معتقدند که عامل اصلی ترویج کارآفرینی در مدارس، توسعه آموزش‌های کاربردی در

مدارس می‌باشد. به عقیده (Garavan & Ocinneide, 2006) نیز صرفاً آموزش کارآفرینی در کلاس درس، مؤثر واقع نمی‌شود بلکه نکته مهم این است که افزایش سرمایه‌گذاری‌های جدید باعث موفقیت در کارآفرینی می‌گردد. در نظام آموزش و پرورش باید شرایطی حاکم گردد که از دانش‌آموزانی که دارای روحیه و توان کارآفرینی هستند حمایت‌های مادی و معنوی شود تا آن‌ها تشویق شوند و در نتیجه پس از فارغ‌التحصیلی، به جای جویندگان کار، خودشان بتوانند کسب و کار جدیدی را ایجاد نمایند

دیدگاه سوم: بهبود منابع و امکانات مدارس

بر اساس ذهنیت و دیدگاه مشارکت‌کنندگان این الگوی ذهنی، افزایش امکانات و منابع در دسترس معلمان و دانش‌آموزان، فضای فیزیکی جذاب و خلاق مدرسه، معرفی و استفاده از منابع درسی متفاوت، حمایت بخش خصوصی از مدارس، داشتن کتابخانه مجهز به کتاب‌های کسب و کارهای جدید عوامل اصلی مؤثر بر ترویج فرهنگ کارآفرینی در مدارس متوسطه دوره دوم شهر تبریز می‌باشند. افراد این دیدگاه معتقدند که عامل اصلی ترویج فرهنگ کارآفرینی در مدارس بهبود منابع و امکانات مدارس می‌باشد. (Franc, 2005) نیز اظهار می‌دارند عوامل بسیاری در رشد ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی دخیل‌اند که مدرسه در تدارک این عوامل، نقشی انکارناپذیر دارد؛ هدف این پژوهش، بررسی عواملی بود که بر نگرش‌ها و روحیات کارآفرینی دانش‌آموزان دبیرستان‌های شهر وین در اتریش، مؤثر بودند؛ امکانات و فناوری مدرسه عواملی‌اند که در اولویت بودند.

دیدگاه چهارم: توانمندسازی کنشگران انسانی

بر اساس ذهنیت و دیدگاه مشارکت‌کنندگان این الگوی ذهنی، ارائه واحدهای کارآفرینی در دانشگاه‌های فرهنگیان، طراحی دوره‌های آموزش کارآفرینی در دبیرستان‌ها، ارائه واحدهای درسی کارآفرینی در تمام رشته‌ها، توسعه و بهبود نیروی انسانی، آموزش تیم‌سازی در مدارس، ترویج فرهنگ کار تیمی و شبکه‌سازی در مدارس، توجه به معلمان کارآفرین در طرح ارتقا و رتبه‌بندی معلمان، تشکیل کمیته‌ای از متخصصان آموزش و پرورش و کارآفرینی برای طراحی برنامه‌ای نظام‌مند برای مدارس، تأکید بر خودارزشیابی مدیران، معلمان و دانش‌آموزان، برگزاری کلاس‌های تقویتی با تدریس خود دانش‌آموزان، افزایش روحیه جمعی مدیران، معلمان و دانش‌آموزان، ارائه تفریحات متنوع و برانگیزاننده برای دانش‌آموزان را عوامل اصلی می‌دانند. افراد این دیدگاه اعتقاد دارند که عامل اصلی ترویج فرهنگ کارآفرینی در مدارس توانمندسازی کنشگران انسانی (مدیران، معلمان و دانش‌آموزان) از جوانب مختلف است و (Ruskovaara,

(Hamalaine & Pihkala, 2016) نیز به این نتیجه رسیدند که اگر معلمان سرگروه در دوره‌های کارآفرینی شرکت کنند، این کارآموزی‌ها سبب بهبود کارآفرینی در مدارس می‌شود.

دیدگاه پنجم: مدیریت مدرسه‌محور

بر اساس ذهنیت و دیدگاه مشارکت‌کنندگان این الگوی ذهنی، خودگردانی و استقلال مدارس در جذب، استخدام، سیستم پاداش و تصمیم‌گیری‌ها، مشارکت دانش‌آموزان در فرایند تدریس، مدیریت مشارکتی، آزادی در انتخاب رشته دانش‌آموزان، ساختار انعطاف‌پذیر و پویای مدارس، تغییر و انعطاف در قوانین القا شده به مدارس، دادن آزادی عمل در محتوای یادگیری و استقلال عمل به دانش‌آموزان را عوامل اصلی می‌دانند. افراد این دیدگاه معتقدند که عامل اصلی ترویج فرهنگ کارآفرینی در مدارس مدیریت مدرسه‌محور می‌باشد. (Hörnqvist, 2014) در سوئد به مانند بیشتر کشورها سیاست روشنی برای تجدید ساختار مدرسه در جهت کارآفرینی بیشتر وجود دارد. قابل توجه‌ترین چالش برای مدیران این است که در هنگام حرکت در مرز تعیین شده توسط مقامات مدرسه در هنگام تنظیم چشم‌انداز و اهداف برای توسعه مدارس خود به اندازه کافی خلاق باشند تا بتوانند در کنار افزایش کارآفرینی، اعتمادسازی و توزیع قدرت در میان کارکنان خود به شجاعت فکر کردن در خارج از جعبه نائل شوند.

دیدگاه ششم: پذیرش تفاوت‌ها

بر اساس ذهنیت و دیدگاه مشارکت‌کنندگان این الگوی ذهنی، توجه به تفاوت‌های فردی دانش‌آموزان در فرایند تدریس، توجه به تفاوت‌های فردی دانش‌آموزان در ارزشیابی، آموزش مدیران، کارشناسان، معلمان و دانش‌آموزان برای تغییر و تحول، بها دادن به خلاقیت‌ها و افکار متفاوت دانش‌آموزان را عوامل اصلی می‌دانند. افراد این دیدگاه معتقدند که عامل اصلی ترویج فرهنگ کارآفرینی در مدارس پذیرش تفاوت‌ها می‌باشد.

دیدگاه هفتم: ارتباط با جامعه و صنعت

بر اساس ذهنیت و دیدگاه مشارکت‌کنندگان این الگوی ذهنی، آشنایی دانش‌آموزان با سازمان‌ها و نهادهای مهم کشور مثل اداره کار، بورس و ...، استفاده از فیلم‌های مستند، نمایشگاه‌ها ۲، جشواره‌ها و مجلات کارآفرینی در مدارس، ارائه کارگاه‌هایی برای والدین دانش‌آموزان برای نهادینه کردن باورهای کارآفرینی، اطلاع‌رسانی به دانش‌آموزان از فرصت‌های کاری بیرون از مدرسه، برگزاری هم‌نشینی کارآفرینان برتر با دانش‌آموزان، آشنا کردن دانش‌آموزان با مشکلات بازار کار شهر خود، شناسایی فرصت‌های کارآفرینی در مدارس، استفاده

از فضای مجازی و ارائه پیشنهادهای معلمان و کارکنان مدارس برای ترویج کارآفرینی را عوامل اصلی می‌دانند. افراد این دیدگاه معتقدند که عامل اصلی ترویج فرهنگ کارآفرینی در مدارس اطلاع‌رسانی بازارمحور می‌باشد. (Anderson & Wiseman, 2014) نیز از نقش رسانه‌های جمعی و فناوری اطلاعات و ارتباطات در آموزش کارآفرینی و نوآوری در نوجوانان صحبت می‌کنند.

دیدگاه هشتم: آموزش و برنامه درسی خلاق

بر اساس ذهنیت و دیدگاه مشارکت‌کنندگان این الگوی ذهنی، تأکید محتوای آموزشی بر اعتماد به نفس، خلاقیت و نوآوری، یادگیری الکترونیکی و یادگیری مبتنی بر وب، ارائه برنامه درسی خلاق و عمل‌گرا، بهره‌گیری از تکنولوژی آموزشی روز، آموزش به شیوه بارش مغزی، اصلاح و تجدید مستمر محتوای آموزشی، متناسب بودن محتوای آموزشی با نیازهای روز دانش‌آموزان، تأکید بر توانایی حل مسئله دانش‌آموزان در فرایند تدریس را عوامل اصلی می‌دانند. افراد این دیدگاه معتقدند که عامل اصلی ترویج فرهنگ کارآفرینی در مدارس آموزش و برنامه درسی خلاق است. پژوهش (Rahman, 2015) نشان داد که رویکرد مسئله‌محور در آموزش سبب پرورش خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی در دانش‌آموزان می‌شود. (Mellou, 2002) و (Torrance: 2000) ضمن انتقاد از آموزش و پرورش سنتی بر اهمیت تغییر و تحول برنامه‌های سنتی و هدایت آموزش به سمت برنامه‌های خلاق تأکید می‌ورزند. این محققان معتقدند که برای تحقق بخشیدن به این موضوع باید به غنی‌سازی محیط آموزشی و ارائه برنامه خلاق پرداخت، لذا تربیت معلمان خلاق، به منظور تربیت دانش‌آموزانی خلاق اهمیت زیادی دارد. (Shoghi & Shafighi, 2011) نیز در پژوهش‌های خود به این نتیجه رسیده‌اند که با توجه به توسعه سیستم‌های آموزشی مبتنی بر اینترنت، امکان فراهم کردن دوره‌ها و محتوای آموزشی فراهم می‌شود که بتوان از آن‌ها در ایجاد دوره‌های کارآفرینی با افزایش دانش دانش‌آموزان استفاده نمود. رویکرد نوین یادگیری الکترونیکی، همانند دیگر فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی، انقلابی در زمینه یادگیری ایجاد کرده است. یادگیری الکترونیکی و یادگیری مبتنی بر وب، با ارائه ویژگی‌های کاربرپسندی چون یادگیری در هر زمان، در هر مکان، یادگیری فردی در کنار یادگیری مشارکتی، یادگیری مبتنی بر نیاز و نیز ایجاد امکان یادگیری مستقل و مبتنی بر علایق و استعدادهای شخصی، توجه بسیاری از افراد را در سراسر جهان به خود جلب نموده است.

این پژوهش با محدودیت‌هایی روبرو بود: از جمله عدم بهره‌مندی از نظرات دانش‌آموزان؛ از آنجایی که دانش‌آموزان یکی از ذی‌نفعان اصلی مدارس هستند، احتمالاً وجود نظرات آن‌ها دیدگاه‌ها و استنباطات دیگری را می‌توانست ایجاد نماید. همچنین عدم وجود آمار دقیق در مورد معلمان کارآفرین از چالش‌های جدی این حوزه بوده و کار را بر هر پژوهش علمی مشکل می‌نماید. بر اساس نتایج پژوهش پیشنهادهایی برای مدارس دوره دوم متوسطه بیان می‌شود: ایجاد زیرساخت‌های کارآفرینی در مدارس مانند توسعه آموزش‌های کاربردی، بهبود منابع و امکانات مدارس، توانمندسازی مدیران، معلمان و دانش‌آموزان، مدیریت مدرسه‌محور و همچنین پذیرش تفاوت‌های دانش‌آموزان در فرآیند تدریس و ارزشیابی و بها دادن به افکار متفاوت دانش‌آموزان و خلاقیت مدارس در اطلاع‌رسانی از بازار به دانش‌آموزان به وسیله آشنایی دانش‌آموزان با سازمان‌ها و نهادهای مهم کشور مثل اداره کار، بورس و... برگزاری هم‌نشینی کارآفرینان برتر با دانش‌آموزان، استفاده از فضای مجازی و ارائه پیشنهادها به معلمان و کارکنان مدارس برای ترویج کارآفرینی و اطلاع‌رسانی از فرصت‌های کاری در درون و بیرون مدرسه، آشنا کردن دانش‌آموزان با مشکلات بازار کار شهر خود و استفاده از فیلم‌های مستند، نمایشگاه‌ها، جشواره‌ها و مجلات کارآفرینی در مدارس.

منابع

- Att ččč i B. & Hisrich R. D. (2001). Entrepreneurship: Construct Refinement and Cross-Cultural Validation. *Journal of Business Venturing*. 16: 495-527.
- Att ččč i B & Hisrich, R. D. (2004). Entrepreneurship: Construct Refinement and Cross-Cultural Validation. *Journal of Business Venturing*. 16: 495-527.
- Barba-Sánchez, V. & Atienza-Sahuquillo, C. (2016). The development of entrepreneurship at school: the Spanish experience, *Education + Training*, 58 (7/8): 783 – 796.
- Bashoukoohe Ajirilo; A. Moradi, M. & Heidari Anari, A. (2015). Investigating Organizational Factors Affecting the Idea of Entrepreneurship among Teachers of high Schools in Ardabil. *Psychology of School*. 4 (1), 51-38. (In Persian)
- Clark B.R, Pergamon B.R, & Clark B.C. (2001). *Creating Entrepreneurial Universities: Organizational Pathways of Transformation*. Emerald Group Publishing Limited.
- Danaiefard; H, Hosseini; S.Y & Sheikhha; R. (2013). *Q Methodology: Theoretical Foundations and Framework for Research*. Tehran: Saffar (In Persian).

- Garavan, T. N. & O’Ciiii ee B. (2006). Entrepreneurship Education and Training Programmes: A Review and Evaluation – Part 1. *Journal of European Industrial Training*, 18 (8), 3-12.
- Gibb A, & Hannon P. (2006). Towards the Entrepreneurial University? *International Journal of Entrepreneurship Education*. 4: 73–110.
- Gurol, Y. & Atsan, N. (2008). Entrepreneurial characteristics amongst university students. *Education -Training* 48 (1), 28- 38.
- Hermann, F. C., Korunka, M.L, & Mugler, J. (2005). Entrepreneurial orientation and education in Austrian secondary schools: Status quo and recommendations", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 12 (2), 259 – 273.
- Hörnqvist M. L & Leffler, E. (2014). Fostering an entrepreneurial attitude – challenging in principal leadership, *Education + Training*, 56 (6) 551 – 561.
- Ikävalko, M, Ruskovaara, E. & Seikkula-Leino, J. (2012). *Rediscovering teacher’s role in entrepreneurship education*. Available at: http://developmentcentre.lut.fi/files/muut/EFMD_rediscovering.
- Jahaniyan, R. (2011). *Entrepreneurship and its development in the university*. Tehran: Islamic Azad University of Karaj Branch. (In Persian)
- Khoshgoyan Fard, A. (2013). *Q Methodology*. Tehran: Pars Book. (In Persian)
- Klamer, A. (2011). Cultural entrepreneurship. *The Review of Austrian Economics*, 24(2): 141-156.
- Koh, H. (2000). Testing hypotheses of entrepreneurial characteristics, *Journal of Managerial psychology*, 11(3).
- Maktabi, H. & Babakhanian, M. (2015). Identification of Factors Affecting Organizational Entrepreneurship in Selected Sama Technical Schools. World confrence on Technology, Innovation and Entrepreneurship. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195, 940 – 947.
- Mellou; (2002). Can creativity the nurtured in young children. *Early child development and care*, 119, 119–30
- O’ Allen T, & Morse K. (2005). Creating the Entrepreneurial University: The Case of MIT. *Academy of Management confrence* Hawaii.
- Ori, E. & Doron, Y. H. (2012). Managing Educational Champions: Entrepreneurship in Schools. *Journal of School Leadership*. 22 (1), 210-255.
- Paiva, T. & Tadeu, P. (2015). PRODUZ@IDEIA– An approach project to develop entrepreneurship in primary schools. INTE 2014. *Procardia - Social and Behavioral Sciences*, 174, 1908 – 1915.
- Röpke J. (1998). The Entrepreneurial University: Innovation, academic knowledge creation and regional development in a globalized economy. *Working paper, Philipps-Universität Marburg, Germany*.

- Rosique-Blasco, M; Madrid-Guijarro, A. & García-Pérez-de-Lema, D. (2016). Entrepreneurial skills and socio-cultural factors, *Education + Training*, 58(7/8):815 – 831.
- Ruskovaara, E; Hamalainen, M. & Pihkala, T. (2016). Head teachers managing entrepreneurship education e Empirical evidence from general education. *Teaching and Teacher Education*, 55, 155e164.
- Sadler, R. (2001). A framework for the emergence of entrepreneurship and innovation in education, conference paper for the *Centre for the Economics of Education and Training*, Retrieved June 20, 2009 from:<http://www.education.monash.edu.au/centres/ceet/docs/confeenpapers/2001confpapersadler.pdf>
- Scott, M. (2012). Cultural entrepreneurs, cultural entrepreneurship: capitals. Producers mobilising and converting Bourdieus alternative capitals. *Poetics*. 40(3): 237-255.
- Shoghi, B. & Shafighi, F. (2011). Entrepreneurship E-Learning and e-Entrepreneurship. *The first National Education conference in Iran 2025*. Retrieved from: http://www.civilica.com/Paper-INCE01-INCE01_127.htm (In Persian)
- Solesvik, M; Westhead, P. & Matlay, H. (2014). Cultural factors and entrepreneurial intention, *Education + Training*, 56 (8/9) 680 – 696.
- Torrance, E. P. (2000). *Fostering Academic creativity in gifted students* Eic Digest, USA.
- Yousefi, A. & Yousefi, R. (2011). The Role of Education in Entrepreneurship. *The first National Education conference in Iran in 2025*. Retrieved from http://www.civilica.com/PaperINCE01-INCE01_186. (In Persian)