

## ارائه الگوی هوش کارآفرینی در دانش‌آموزان دوره متوسطه منطقه غرب استان گلستان

حمیدرضا طهماسبی<sup>۱</sup>

نگین جباری<sup>۲\*</sup>

کیومرث نیازآذری<sup>۳</sup>

### چکیده

**هدف:** پژوهش حاضر با هدف ارائه الگوی هوش کارآفرینی در دانش‌آموزان دوره متوسطه منطقه غرب استان گلستان انجام شد. **روش‌شناسی:** این مطالعه از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه اجرا کیفی بود. جامعه پژوهش اسناد و متون هوش کارآفرینی و متخصصان و اساتید هوش کارآفرینی غرب استان گلستان در سال ۱۳۹۸ بودند. نمونه پژوهش اسناد و متون هوش کارآفرینی و طبق اصل اشباع نظری ۲۵ نفر از متخصصان و اساتید هوش کارآفرینی بودند که با روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. برای جمع‌آوری اطلاعات از روش‌های فیش‌برداری و مصاحبه نیمه‌ساختاریافته استفاده شد و داده‌ها با روش تحلیل محتوا تحلیل شدند.

**یافته‌ها:** یافته‌ها نشان داد که عوامل موثر بر هوش کارآفرینی در دانش‌آموزان دوره متوسطه شامل مولفه‌های عوامل فردی (شامل دو زیرمولفه ویژگی‌های ذاتی و ویژگی‌های اکتسابی)، آموزشی و خانواده (شامل دو زیرمولفه معلمان و مربیان آموزشی و فضای رشدی-آموزشی) و نهادهای اجتماعی (شامل سه زیرمولفه اقتدار و توزیع قدرت، نظام ارتباطی و هنجارهای فرهنگی) بودند که شاخص‌های هر یک از آنها تدوین شد. در نهایت، بر اساس مولفه‌ها، زیرمولفه‌ها و شاخص‌های هوش کارآفرینی، الگوی هوش کارآفرینی در دانش‌آموزان دوره متوسطه طراحی شد.

**نتیجه‌گیری:** بر اساس الگوی هوش کارآفرینی طراحی‌شده در این پژوهش، متخصصان و برنامه‌ریزان دوره متوسطه می‌توانند با استفاده از این الگو گام‌های موثری جهت ارتقای هوش کارآفرینی در دانش‌آموزان دوره متوسطه بردارند.

**واژگان کلیدی:** هوش کارآفرینی، دانش‌آموزان، عوامل فردی، آموزشی و خانواده، نهادهای اجتماعی

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

۱. دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی، گروه علوم تربیتی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران

۲. دانشیار، گروه علوم تربیتی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران (نویسنده مسئول) [neginjabbary@gmail.com](mailto:neginjabbary@gmail.com)

۳. استاد، گروه علوم تربیتی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران.

## مقدمه

کارآفرینی موضوعی است که از اواخر قرن بیستم مورد توجه نظام‌های آموزشی کشورهای مختلف جهان قرار گرفت (اسیبانجو، الوکاندان، بوردین، ادینیجی، ادانینایو و ابیدونی<sup>۱</sup>، ۲۰۱۸). کارآفرینی یکی از عوامل محرکه موتور توسعه اقتصادی و اجتماعی در فرایند توسعه جوامع است که در سال‌های اخیر توجه به کارآفرینی افزایش چشمگیری داشته و به‌عنوان کلید رشد اقتصادی و اجتماعی در بسیاری از کشورها مورد توجه قرار گرفته است (بکان، جهانیان و ایران‌نژاد، ۱۳۹۹). در برنامه عملیاتی ۱۴۰۰ آموزش و پرورش خاطرنشان شده است دانش‌آموزانی که از یادگیری کارآفرینانه بهره‌مند می‌شوند باید دانش تجاری و مهارت‌های ضروری و نگرش‌هایی از جمله خلاقیت، ابتکار عمل، سماجت، کار گروهی، شناخت ریسک و احساس مسئولیت را در خود پرورش دهند که معلمان نقش مهمی در بالا بردن کارآفرینی دارند (کمالی، سیف نراقی و نادری، ۱۳۹۹). با اینکه در گذشته کارآفرینی را یک ویژگی ذاتی یا ارثی می‌دانستند، اما امروزه مشخص شده که علاوه بر ارثی بودن کارآفرینی می‌توان آن را بر اساس تجربه‌های موفق و مفید به دیگران آموزش داد (هرمان<sup>۲</sup>، ۲۰۱۹). کارآفرینی بر دانش‌ها، نگرش‌ها، مهارت‌ها و توانمندی‌هایی تاکید دارد که در هر شرایط و محیطی کاربرد دارد (کمالی و همکاران، ۱۳۹۹). کارآفرینی فرایندی شامل شناخت، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها برای معرفی محصولات جدید، دسترسی به بازارهای جدید یا مواد اولیه‌ای است که قبلاً وجود نداشته است. پس، کارآفرینی یک استراتژی پرورش ایده و اندیشه، ابتکار و نوآوری در جهت‌دهی به منابع و سرمایه‌ها و هدایت بازار می‌باشد (دو و دادوری<sup>۳</sup>، ۲۰۱۷). ویژگی‌های افراد کارآفرین شامل کنترل درونی، ریسک‌پذیری، خلاقیت، استقلال‌طلبی و انگیزه پیشرفت است (لاگیوا، موربانو و گورگیوسکی<sup>۴</sup>، ۲۰۱۹). افراد کارآفرین کسانی هستند که به تولید و استفاده از ایده‌ها و فرایندهای خلاق می‌پردازند، قادر به ایجاد، ارزیابی و تبدیل فرصت‌ها به عمل هستند، نقش فعالی در زندگی خود دارند، به مشاهده و ارزیابی اعمال خود و دیگران می‌پردازند، انعطاف‌پذیر هستند، از زمان و انرژی خود به نحو مطلوبی استفاده می‌کنند، همواره در حال توسعه قابلیت‌ها هستند و ریسک‌پذیر، مبتکر و مسئولیت‌پذیر می‌باشند (مهفود، تریونو، سیودیرا و میولیان<sup>۵</sup>، ۲۰۲۰).

درباره هوش تعاریف مختلفی ارائه شده و به طور کلی آن را به معنای توانایی سازگاری با محیط یا موقعیت‌های جدید می‌دانند (گونگ، نیوگنت، گیوئست، پارکر، چانگ، خوسا و نیکولایو<sup>۶</sup>، ۲۰۱۹). در تعریفی دیگر هوش رفتار حل مساله سازگاران‌ای معرفی شده که در راستای تحقق اهداف کاربردی و رشد فردی و اجتماعی باشد و برای جامعه ارزشمند تلقی شود (احمد، آسیم و پیلیتیری<sup>۷</sup>، ۲۰۱۹). هوش دارای جنبه‌های مختلف شناختی، هیجانی، اجتماعی و غیره است و افراد باهوش توانایی بالایی در شناخت مساله، ارائه راه حل‌های متنوع، یافتن بهترین راه حل و آزمون آن دارند (گریسچل، زیمرمن، مازیوتا و رهمان<sup>۸</sup>، ۲۰۲۱). دیدگاهی که هوش چندین توانایی مختلف را شامل می‌شود به وسیله پیشرفت‌های اخیر در عصب‌شناسی و روانشناسی شناختی مورد حمایت قرار گرفته است (استروبل، بهنکی، گارتنر و استروبل<sup>۹</sup>، ۲۰۱۹). هوش کارآفرینی به‌عنوان یکی از ابعاد هوش به معنای مجموعه‌ای از مهارت‌های نرم و ذهنی است که کارآفرینان می‌توانند آنها را یاد گرفته و در خود نهادینه سازند (زارعی، ۱۳۹۷). هوش کارآفرینی می‌تواند راهکار ارزشمندی برای فراهم کردن بستر کارآفرینی و اشتغال افراد باشد (بام، بیرد و سینگ<sup>۱۰</sup>، ۲۰۱۱).

با اینکه درباره کارآفرینی پژوهش‌های نسبتاً زیادی انجام شده، اما جای پژوهش درباره هوش کارآفرینی خالی است. فرنزل<sup>۱۱</sup> (۲۰۲۰) ضمن پژوهشی به این نتیجه رسید که بین صفت هوش هیجانی و جهت‌گیری کارآفرینی رابطه مثبت و معنادار وجود داشت. نتایج پژوهش فخرالدین<sup>۱۲</sup> (۲۰۱۷) حاکی از رابطه معنادار بین هوش هیجانی و کارآفرینی با توجه به نقش سن، جنسیت و

1 . Osibanjo, Olokundun, Bordean, Adeniji, Oduwayo & Ibidunni  
 2 . Herman  
 3 . Do & Dadvari  
 4 . Laguia, Moriano & Gorgievski  
 5 . Mahfud, Triyono, Sudira & Mulyani  
 6 . Gong, Nugent, Guest, Parker, Chang, Khosa & Nicolaou  
 7 . Ahmed, Asim & Pellitteri  
 8 . Greischel, Zimmermann, Mazziotta & Rohmann  
 9 . Strobel, Behnke, Gartner & Strobel  
 10 . Baum, Bird & Singh  
 11 . Frenzel  
 12 . FakhrEldin

انگیزش بود. بام و همکاران (۲۰۱۱) ضمن پژوهشی به این نتیجه رسیدند که هوش عملی نقش موثری در کارآفرینی داشت. در پژوهشی دیگر یوسف<sup>۱</sup> (۲۰۰۸) عوامل موثر بر کارآفرینی دانشگاهی را شامل ساختار مدیریت، منابع انسانی، مدیریت سیستم دانشگاهی و توسعه محیطی معرفی کردند. نتایج پژوهش کیربی، گوئیرو-کانو و اربانو<sup>۲</sup> (۲۰۰۶) نشان داد که عوامل موثر بر کارآفرینی دانشگاه به ترتیب شامل ساختار سازمانی، روش‌های آموزشی، سیستم‌های پاداش، حمایت از شروع کار و حمایت از مراکز رشد بودند. شان<sup>۳</sup> (۲۰۰۴) عوامل فردی موثر بر شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌ها را شامل عوامل روانشناختی (انگیزش، خودارزیابی و شناخت) و غیرروانشناختی (آموزش، تجربه کاری، سن و موقعیت اجتماعی) معرفی کرد. همچنین، سلطانزاده، اردلان و قنبری (۱۳۹۹) عوامل موثر بر کارآفرینی آموزشی را شامل شش عامل ساختار اقتصادی (سه عامل فرعی تجاری‌سازی ایده‌ها، هوشمندی، کسب‌وکار و سازوکارهای مالی)، ساختار فرهنگی (سه عامل فرعی کار تیمی، بازتعریف و ارزش‌ها)، ساختار اجتماعی (دو عامل فرعی شبکه ارتباطی اجتماعی و اجتماعات یادگیری)، ساختار آموزشی (چهار عامل فرعی آموزش، اعضای هیئت علمی، تکنولوژی و بازتعریف رشته‌های تحصیلی)، ساختار محیط بیرونی (دو عامل فرعی حمایت دولت و تغییرات محیطی) و ویژگی‌های فردی (دو عامل فرعی انگیزه و ویژگی‌های شخصیتی) معرفی کردند. نتایج پژوهش مجتوی، حسین‌زاده و حجاریان (۱۳۹۸) نشان داد که عوامل موثر بر کارآفرینی دانشجویان شامل ریسک‌پذیری، کنون کنترل، نیاز به موفقیت، سلاست فکری، عمل‌گرایی، تحمل ابهام، رویاپردازی و چالش‌طلبی بودند. علاوه بر آن، نتایج پژوهش ساغری، علی اسماعیلی و حسین‌زاده (۱۳۹۷) عوامل موثر بر کارآفرینی دانشگاهی را شامل سه عامل سازمانی (شش مقوله نهادینه کردن فرهنگی کارآفرینی، زیرساخت‌ها و فرایندها، تشکیل مراکز بازاریابی، تحول کارآفرینی در دانشگاه، ارتقای آموزش دانشگاهی و تغییرات مدیریتی)، محیطی (پنج مقوله فشارهای بیرونی، قوانین کسب‌وکار، ارتباط صنعت با دانشگاه، اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی و فرهنگ کارآفرینی در جامعه) و فردی (سه مقوله ویژگی‌های فردی دانشجویان، پرورش ویژگی‌های کارآفرینی و دسترسی به منابع معرفی کردند. بر اساس پژوهش میرواحدی، طغرای و سنجریان (۱۳۹۶) عوامل موثر بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه شامل خلاقیت، جست‌وجوی منظم فرصت‌ها، آموزش و مربی‌گری، جریان‌های اطلاعاتی، احساس خودکارآمدی ادراک‌شده، شبکه ارتباطات اجتماعی، هشیاری کارآفرینانه، دانش پیشین، یادگیری اجتماعی، سرمایه فکری، مالکیت فکری، نیروهای پیش‌برنده و انگیزه بود. عزیزی، موتمنی و عبدالله‌پور (۱۳۹۱) ضمن پژوهشی به این نتیجه رسیدند که خلاقیت، خودکارآمدی، پیوندهای ضعیف اجتماعی و هشیاری کارآفرینانه تاثیر مثبتی بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه داشتند، اما تاثیر دانش پیشین، پیوندهای قوی اجتماعی و کمک مریبان بر آن تایید نشد. کارآفرینی تا حد زیادی موفقیت‌های آتی را پیش‌بینی می‌کند و ترکیب آن با هوش می‌تواند تضمین‌کننده آینده مطلوب باشد. پس هوش کارآفرینی می‌تواند نقش موثری در رشد، توسعه و پیشرفت جوامع ایفا کند. یکی از خلأهای پژوهشی این است که هوش کارآفرینی مورد توجه پژوهشگران قبلی قرار نگرفته و با اینکه پژوهش‌های زیادی درباره کارآفرینی و عوامل موثر بر آن انجام شده، اما هوش کارآفرینی مورد غفلت قرار گرفته است. با توجه به نقش هوش کارآفرینی در رشد و توسعه جوامع و عدم وجود الگویی درباره هوش کارآفرینی، پژوهش حاضر با هدف ارائه الگوی هوش کارآفرینی در دانش‌آموزان دوره متوسطه منطقه غرب استان گلستان انجام شد.

## روش پژوهش

این مطالعه از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه اجرا کیفی بود. جامعه پژوهش اسناد و متون هوش کارآفرینی و متخصصان و اساتید هوش کارآفرینی غرب استان گلستان در سال ۱۳۹۸ بودند. نمونه پژوهش اسناد و متون هوش کارآفرینی و طبق اصل اشباع نظری ۲۵ نفر از متخصصان و اساتید هوش کارآفرینی بودند که با روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. در این روش نمونه‌گیری پژوهشگران بر اساس شناختی که از متخصصان در زمینه هوش کارآفرینی داشتند تعداد ۲۵ نفر را بر اساس

1 . Yusuf

2 . Kirby, Guerrero-Cano & Urbano

3 . Shane

ملاک‌های مورد نظر از جمله حداقل تحصیلات کارشناسی ارشد، سابقه تدریس یا داشتن مقاله و کتاب در زمینه‌های هوش و کارآفرینی به‌عنوان نمونه انتخاب کردند.

نحوه اجرای پژوهش به این صورت بود که پس از مطالعه اسناد و متون هوش، کارآفرینی و هوش کارآفرینی تعدادی سوال درباره هوش کارآفرینی طراحی شد. برای انجام مصاحبه ابتدا از طریق مراجعه حضوری یا تلفن هماهنگی اولیه انجام و در آن زمان و مکان مصاحبه مشخص شد. لازم به ذکر است که به آنها درباره رعایت نکات اخلاقی اطمینان خاطر داده و درباره هدف، اهمیت و ضرورت پژوهش توجیه شدند. در زمان تعیین شده مصاحبه‌ها با هر ۲۵ نفر به صورت نیمه‌ساختاریافته انجام و نکات کلیدی آنها یادداشت شد. همچنین، با اطلاع قبلی مصاحبه‌شوندگان صدای آنها ضبط شد تا هیچ اطلاعاتی از قلم نیفتد. برای جمع‌آوری اطلاعات از روش‌های کتابخانه‌ای به صورت فیش‌برداری و میدانی به صورت مصاحبه نیمه‌ساختاریافته استفاده شد و داده‌ها با روش تحلیل محتوا تحلیل شدند.

### یافته‌های پژوهش

شرکت‌کنندگان پژوهش حاضر ۲۵ نفر بودند که فراوانی و درصد فراوانی ویژگی‌های دموگرافیک آنها در جدول ۱ گزارش شده است.

جدول ۱. فراوانی و درصد فراوانی ویژگی‌های دموگرافیک مصاحبه‌شوندگان

| متغیرها     | سطوح             | فراوانی | درصد فراوانی |
|-------------|------------------|---------|--------------|
| تحصیلات     | دکتری            | ۱۱      | ۴۴           |
|             | دانشجوی دکتری    | ۹       | ۳۶           |
|             | کارشناسی ارشد    | ۵       | ۲۰           |
| رشته تحصیلی | مدیریت آموزشی    | ۷       | ۲۸           |
|             | جامعه‌شناسی      | ۳       | ۱۲           |
|             | جغرافیا          | ۲       | ۸            |
|             | فیزیک            | ۲       | ۸            |
|             | زبان انگلیسی     | ۳       | ۱۲           |
|             | زیست‌شناسی       | ۳       | ۱۲           |
|             | کامپیوتر         | ۵       | ۲۰           |
| سنوات خدمت  | ۶-۱۰ سال         | ۴       | ۱۶           |
|             | ۱۱-۱۵ سال        | ۶       | ۲۴           |
|             | ۱۶-۲۰ سال        | ۸       | ۳۲           |
|             | ۲۱-۲۵ سال        | ۴       | ۱۶           |
|             | بالاتر از ۲۵ سال | ۳       | ۱۲           |

در پژوهش حاضر بیشترین تحصیلات مربوط به دکتری با ۴۴٪ و کمترین مربوط به کارشناسی ارشد با ۲۰٪، بیشترین رشته تحصیلی مربوط به مدیریت آموزشی با ۲۸٪ و کمترین مربوط به جغرافیا و فیزیک هر یک با ۸٪ و بیشترین سنوات خدمت مربوط به ۱۶-۲۰ سال با ۳۲٪ و کمترین مربوط به بالاتر از ۲۵ سال با ۱۲٪ درصد بود (جدول ۱).

مولفه‌ها، زیرمولفه‌ها و شاخص‌های حاصل از تحلیل محتوا برای هوش کارآفرینی در دانش‌آموزان دوره متوسطه در جدول ۲ گزارش شده است.

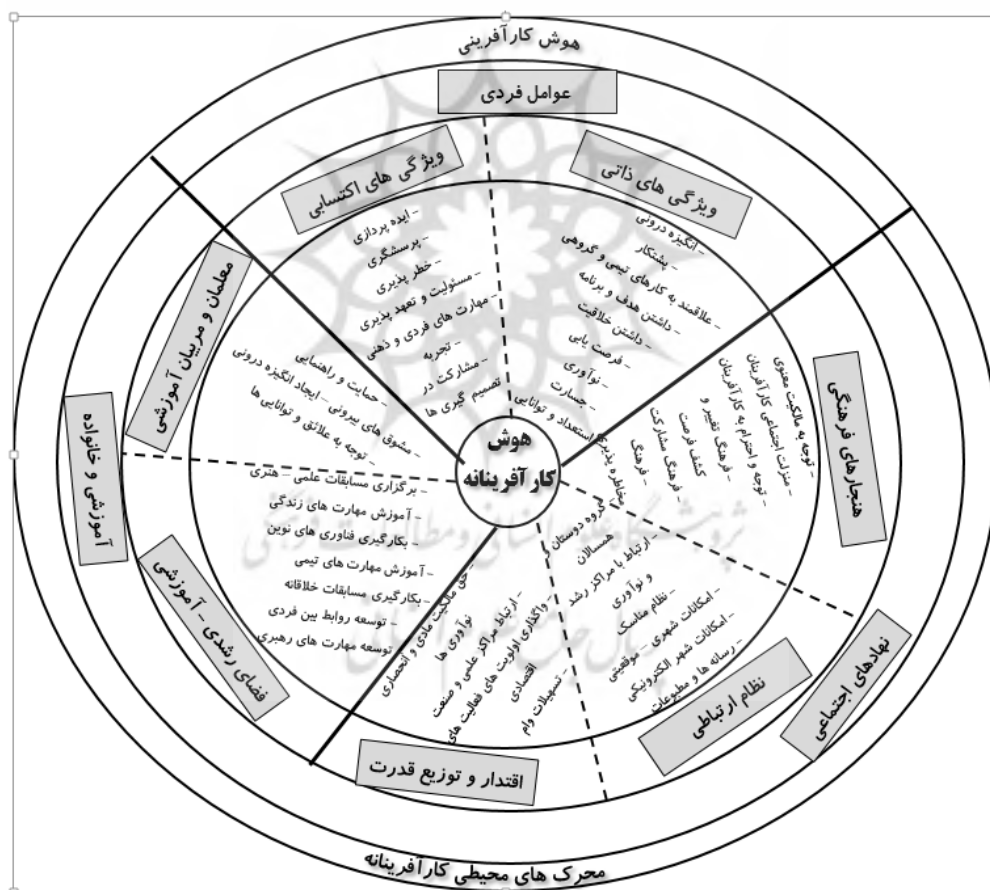
جدول ۲. مولفه‌ها، زیرمولفه‌ها و شاخص‌های حاصل از تحلیل محتوا برای هوش کارآفرینی در دانش‌آموزان دوره متوسطه

| مولفه‌ها       | زیرمولفه‌ها   | شاخص‌ها   |
|----------------|---|---|
| ویژگی‌های ذاتی | انگیزه درونی، پشتکار، علاقمند به کارهای تیمی و گروهی، داشتن هدف و برنامه، داشتن خلاقیت، فرصت‌یابی، نوآوری، جسارت و استعداد یا توانایی |   |
| عوامل فردی     | ویژگی‌های اکتسابی   | ایده‌پردازی، پرسشگری، خطرپذیری، مسئولیت و تعهدپذیری، مهارت‌های فردی و ذهنی، تجربه و مشارکت در تصمیم‌گیری‌ها |

|                  |                           |  |
|------------------|---------------------------|--|
| آموزشی و خانواده | معلمان و مربیان<br>آموزشی | حمایت و راهنمایی، مشوق‌های بیرونی برای ایجاد انگیزه درونی و توجه به علائق و توانایی‌ها   |
| آموزشی           | فضای رشدی -<br>آموزشی     | برگزاری مسابقات علمی - هنری، آموزش مهارت‌های زندگی، بکارگیری فناوری‌های نوین، آموزش مهارت‌های تیمی، بکارگیری مسابقات خلاقانه، توسعه روابط بین‌فردی، توسعه مهارت‌های رهبری و ایجاد تشکل‌های دانش‌آموزی                                    |
| آموزشی           | اقتدار و توزیع<br>قدرت    | حق مالکیت مادی و انحصاری نوآوری‌ها، ارتباط مراکز علمی و صنعت، واگذاری اولویت‌های فعالیت‌های اقتصادی و تسهیلات وام  |
| نهادهای اجتماعی  | نظام ارتباطی              | گروه دوستان و همسالان، ارتباط با مراکز رشد و نوآوری، نظام مناسک، امکانات شهری - موقعیتی، امکانات شهر الکترونیکی و رسانه‌ها و مطبوعات   |
| آموزشی           | هنجارهای فرهنگی           | توجه به مالکیت معنوی، منزلت اجتماعی کارآفرینان، توجه و احترام به کارآفرینان، توجه و احترام به کارآفرینان، فرهنگ تغییر و کشف فرصت، فرهنگ مشارکت، فرهنگ مخاطره‌پذیری، فرهنگ استقلال‌طلبی و قبول مسئولیت و ارزش‌ها، آداب، رسوم و عرف فرهنگی |

در پژوهش حاضر سه مولفه فردی و هفت زیرمولفه و تعدادی شاخص برای هوش کارآفرینی در دانش‌آموزان دوره متوسطه شناسایی شد که شامل مولفه‌های عوامل فردی (شامل دو زیرمولفه ویژگی‌های ذاتی و ویژگی‌های اکتسابی)، آموزشی و خانواده (شامل دو زیرمولفه معلمان و مربیان آموزشی و فضای رشدی - آموزشی) (شامل سه زیرمولفه اقتدار و توزیع قدرت، نظام ارتباطی و هنجارهای فرهنگی) بودند (جدول ۲).

بر اساس مولفه‌ها، زیرمولفه‌ها و شاخص‌های شناسایی‌شده، الگوی هوش کارآفرینی در دانش‌آموزان دوره متوسطه در شکل ۱ گزارش شده است.



شکل ۱. الگوی هوش کارآفرینی در دانش‌آموزان دوره متوسطه

## بحث و نتیجه‌گیری

هوش و کارآفرینی پیامدها و اثرات زیادی در جامعه خواهد داشت که ایجاد اشتغال و رفع بحران بیکاری یکی از این تاثیرها است. این فرایند زمانی اهمیت دوچندان می‌یابد که بتواند منجر به توانمندسازی افرادی شود که در فقر و محرومیت اقتصادی به سر برده و ناچارند که در چرخه‌های حمایتی سازمان‌ها و ارگان‌های مختلف قرار گیرند. بنابراین، هوش کارآفرینی نقش موثری در

تثبیت، رشد و ارتقای جایگاه سازمان‌ها و جوامع دارد. در نتیجه، پژوهش حاضر با هدف ارائه الگوی هوش کارآفرینی در دانش‌آموزان دوره متوسطه منطقه غرب استان گلستان انجام شد.

نتایج پژوهش حاضر نشان داد که هوش کارآفرینی در دانش‌آموزان دوره متوسطه دارای سه مولفه عوامل فردی، آموزشی و خانواده و نهادهای اجتماعی بود که مولفه عوامل فردی شامل دو زیرمولفه ویژگی‌های ذاتی و ویژگی‌های اکتسابی، مولفه آموزشی و خانواده شامل دو زیرمولفه معلمان و مربیان آموزشی و فضای رشدی-آموزشی و مولفه نهادهای اجتماعی شامل سه زیرمولفه اقتدار و توزیع قدرت، نظام ارتباطی و هنجارهای فرهنگی بود. این نتایج از جهاتی با نتایج پژوهش‌های فرنزل (۲۰۲۰)، فخرالدین (۲۰۱۷)، بام و همکاران (۲۰۱۱)، یوسف (۲۰۰۸)، کیربی و همکاران (۲۰۰۶)، شان (۲۰۰۴)، سلطانزاده و همکاران (۱۳۹۹)، مجتوی و همکاران (۱۳۹۸)، ساغری و همکاران (۱۳۹۷)، میرواحدی و همکاران (۱۳۹۶) و عزیزی و همکاران (۱۳۹۱) همسو بود.

در تبیین و تفسیر این نتایج می‌توان گفت که هوش کارآفرینی برای تحقق نیاز به مولفه عوامل فردی شامل ویژگی‌های ذاتی و اکتسابی دارد و همان‌طور که مشخص است برخی از این ویژگی‌ها ذاتی و تقریباً ثابت و برخی دیگر اکتسابی و تا حد زیادی قابل یادگیری هستند که انگیزه، پشتکار، علاقه، خلاقیت، فرصت‌یابی، جسارت و استعداد بیشتر جنبه ارثی و ایده‌پردازی، پرسشگری، خطرپذیری، تعهدپذیری، مشارکت و مهارت‌های ذهنی بیشتر جنبه یادگرفتنی دارند. همچنین، هوش کارآفرینی برای اجرایی‌شدن نیاز به مولفه آموزشی و خانواده شامل معلمان و مربیان آموزشی و فضای رشدی-آموزشی دارد. نظام آموزشی و خانواده می‌توانند نقش موثری در رشد و ارتقای ویژگی‌های مختلف دانش‌آموزان ایفا نمایند که در این زمینه معلمان و مربیان آموزشی از طریق حمایت، راهنمایی، ایجاد انگیزه، توجه به علائق و رشد توانایی‌ها و فضای رشدی-آموزشی از طریق برگزاری مسابقات، آموزش مهارت‌های زندگی، بکارگیری فناوری‌های نوین، آموزش مهارت‌های تیمی، توسعه روابط بین‌فردی و مهارت‌های رهبری می‌توانند زمینه را برای رشد و ارتقای هوش کارآفرینی فراهم آورند. علاوه بر آن، هوش کارآفرینی برای تحقق نیاز به مولفه نهادهای اجتماعی شامل اقتدار و توزیع قدرت، نظام ارتباطی و هنجارهای فرهنگی دارد که حق مالکیت نوآوری، ارتباط مراکز علمی و صنعت، تسهیلات وام و واگذاری فعالیت‌های اقتصادی از طریق زیرمولفه اقتدار و توزیع قدرت، ارتباط با مراکز رشد و نوآوری، نظام مناسک، گروه دوستان، امکانات شهری-موقعیتی و رسانه‌های از طریق زیرمولفه نظام ارتباطی و توجه به مالکیت معنوی، منزلت اجتماعی، احترام، فرهنگ کشف فرصت، فرهنگ مشارکت، فرهنگ استقلال‌طلبی و مخاطره‌پذیری و قبول مسئولیت و ارزش‌ها، آداب و رسوم از طریق زیرمولفه هنجارهای فرهنگی زمینه‌ساز هوش کارآفرینی می‌شوند. در راستای تحقق هوش کارآفرینی سیاست‌های حمایتی مناسب در تقویت ویژگی‌های کارآفرینانه و بقا و ارتقای روحیه هوش در دانش‌آموزان نقش مهمی ایفا می‌کند. چون در زندگی کارآفرینانه شکست مفهومی نداشته و به‌عنوان پله‌ای برای بالا رفتن، موقعیتی برای آموختن، تصور ناقصی از واقعیت، ابهامی که در هدف وجود دارد و یا واقعه‌ای که هنوز فواید آن تبدیل به سود نشده، شناخته می‌شود. کارآفرین توانایی تشخیص اولویت‌ها را دارد و خوب می‌داند که چه کاری را چه وقت، با کمک چه کسی یا چه کسانی و چگونه انجام دهد و حاضر است برای انجام آن با دیگران مبارزه کند و خوش‌بینی و شجاعت از ویژگی‌های مهم و بارز یک کارآفرین است. برای همین بسیاری از کارآفرینان جوان هستند. همچنین، کارآفرین در برخورد با مشکل بدون آنکه ذهن خود را مخدوش سازد، مبارزه می‌کند تا آن را از میان بردارد و حتی اگر مشکل بزرگ باشد به خود می‌گوید که الان نمی‌شود آن را حل کرد و به هدف دیگری مشغول می‌شود.

پژوهش حاضر با محدودیت خاصی مواجه نبوده، اما از محدودیت‌های رایج می‌توان به طولانی‌شدن زمان پژوهش به دلیل مصاحبه با تعداد زیادی از افراد و مشکلات اداری و آموزشی به منظور هماهنگی جهت انجام این مصاحبه‌ها اشاره کرد. محدودیت دیگر پیشینه نظری و پژوهشی بسیار اندک درباره هوش کارآفرینی و عدم وجود الگویی برای آن بود که این امر منجر به عدم امکان مقایسه الگوی پژوهش حاضر شد. از دیگر محدودیت‌ها می‌توان به کمبود وقت، مشکلات انگیزشی و حتی وجود ویروس کرونا اشاره کرد که انجام مصاحبه‌ها را برای پژوهشگر بسیار دشوار ساخت. انجام پژوهش‌های بیشتر درباره هوش کارآفرینی دانش‌آموزان دوره متوسطه سایر مناطق و انجام آن حتی بر روی دانش‌آموزان دوره ابتدایی و بررسی نتایج به تفکیک جنسیت و مقایسه نتایج آنها با نتایج پژوهش حاضر می‌تواند نتایج مفیدی در پی داشته باشد.

بر اساس نتایج این پژوهش پیشنهاد می‌شود که مولفه‌های عوامل فردی، آموزشی و خانواده و نهادهای اجتماعی و زیرمولفه‌های آنها در دانش‌آموزان برای ایجاد، رشد و ارتقای هوش کارآفرینی بهبود یابد. علاوه بر آن، برگزاری کارگاه‌های آموزشی هوش کارآفرینی برای اولیای دانش‌آموزان و دوره‌های ضمن خدمت برای معلمان و کادر اداری مدرسه می‌تواند در رشد و ارتقای هوش کارآفرینی دانش‌آموزان نقش موثری داشته باشد. با توجه به الگوی طراحی شده در پژوهش حاضر و پژوهش‌های بیشتر در این زمینه می‌توان نظام آموزشی کشور را به سوی پرورش نسلی خلاق، باهوش و کارآفرین سوق داد. با توجه به نقش و جایگاه مهمی که هوش و کارآفرینی در رشد و توسعه کشورها دارد، دولت‌ها باید سعی کنند تعداد بی‌شماری از افرادی که واجد خصوصیات هوش و کارآفرینی هستند را به سمت آموزش‌های هوش کارآفرینی سوق دهند. چون افراد دارای هوش کارآفرینی بالا توانایی زیادی در تشخیص فرصت‌ها و موقعیت‌ها و مهارت‌های بسیاری در زمینه تغییر، توسعه و تحول جامعه دارند. دولت‌ها می‌توانند از طریق ارائه آموزش‌های هوش کارآفرینی مطابق با شرایط فردی و اجتماعی گامی موثر در جهت استقلال آنها بردارند و زمینه را برای گسترش فرصت‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی فراهم آورند.



## منابع

- بکان، سلیل؛ جهانیان، رمضان و ایران‌نژاد، پریسا. (۱۳۹۹). سازوکارهای توسعه کارآفرینی پایدار در ساختار و جهت‌گیری‌های یک نظام آموزشی. *مجله تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران*، ۲(۳): ۵۱۲-۵۰۱.
- زارعی، حسن. (۱۳۹۷). هوش کارآفرینی: مهارت‌های ضروری برای شروع کارآفرینی. *نشر الکترونیکی*.
- ساغری، فاطمه؛ علی اسماعیلی، عبدالله و حسین‌زاده، بابک. (۱۳۹۷). ارائه مدل عوامل موثر بر کارآفرینی دانشگاهی در دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان مازندران. *فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی*، ۱۲(۲): ۱۰۶-۹۱.
- سلطانزاده، وحید؛ اردلان، محمدرضا و قنبری، سیروس. (۱۳۹۹). شناسایی عوامل موثر بر کارآفرینی آموزشی در دانشگاه‌های دولتی کشور. *نشریه ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی*، ۱۰(۱): ۲۴۴-۲۰۹.
- عزیزی، شهریار؛ مومنی، علیرضا و عبدالله‌پور، امیررضا. (۱۳۹۱). الگوی عوامل فردی و اجتماعی موثر بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه. *نشریه توسعه کارآفرینی*، ۵(۲): ۲۵-۷.
- کمالی، ندا؛ سیف نراقی، مریم و نادری، عزت‌الله. (۱۳۹۹). طراحی و اعتبارسنجی الگوی درس کارآفرینی برای دوره کارشناسی آموزش ابتدایی مبتنی بر ویژگی‌های ذهنی- روانی کارآفرینان آموزشی. *مجله توسعه آموزش جندی‌شاپور*، ۱۱: ۹۰-۷۸.
- مجتوی، سیدارشاد؛ حسین‌زاده، امید و حجاریان، مرضیه. (۱۳۹۸). بررسی عوامل موثر بر کارآفرینی دانشجویان (مطالعه موردی: دانشگاه ارومیه). *مجله نخبگان علوم و مهندسی*، ۴(۴): ۹۴-۹۰.
- میرواحدی، سیدسعید؛ طغریایی، محمدتقی و سنجریان، زهرا. (۱۳۹۶). بررسی عوامل موثر بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه. *نشریه کارآفرینی در کشاورزی*، ۴(۱): ۷۴-۵۳.
- Ahmed Z, Asim M, Pellitteri J. (2019). Emotional intelligence predicts academic achievement in Pakistani management students. *The International Journal of Management Education*, 17(2): 286-293.
- Baum JR, Bird B, Singh S. (2011). The practical intelligence of entrepreneurs: Antecedents and a link with new venture growth. *Personnel Psychology*, 64(2): 397-425.
- Do B, Dadvari A. (2017). The influence of the dark triad on the relationship between entrepreneurial attitude orientation and entrepreneurial intention: A study among students in Taiwan University. *Asia Pacific Management Review*, 22(4): 185-191.
- FakhrEldin H. (2017). The relationship between the emotional intelligence of entrepreneurs and the new venture creation: The role of age, gender and motive. *Arab Economic and Business Journal*, 12(2): 99-108.
- Frenzel JE. (2020). Exploration of the entrepreneurial orientation and trait emotional intelligence in practicing pharmacists. *Journal of American Pharmacists Association*, 60(5): 723-728.
- Gong B, Nugent JP, Guest W, Parker W, Chang PJ, Khosa F, Nicolaou S. (2019). Influence of artificial intelligence on Canadian medical students' preference for radiology specialty: A national survey study. *Academic Radiology*, 26(4): 566-577.
- Greischel H, Zimmermann J, Mazziotta A, Rohmann A. (2021). Validation of a German version of the cultural intelligence scale. *International Journal of Intercultural Relations*, 80: 307-320.
- Herman E. (2019). Entrepreneurial intention among engineering students and Its main determinants. *Procedia Manufacturing*, 32: 318-324.



- Kirby D, Guerrero-Cano M, Urbano D. (2006). A literature review on entrepreneurial universities: an institutional approach. Barcelona: Business Economic Department, Autonomous University of Barcelona.
- Laguia A, Moriano JA, Gorgievski MJ. (2019). A psychosocial study of self-perceived creativity and entrepreneurial intentions in a sample of university students. *Thinking Skills and Creativity*, 31: 44-57.
- Mahfud T, Triyono MB, Sudira P, Mulyani Y. (2020). The influence of social capital and entrepreneurial attitude orientation on entrepreneurial intentions: the mediating role of psychological capital. *European Research on Management and Business Economics*, 26(1): 33-39.
- Osibanjo AO, Olokundun M, Bordean O, Adeniji A, Odunayo S, Ibidunni S. (2018). Data set on professional attraction and entrepreneurial intention of students in a selected Nigerian University. *Data in Brief*, 20: 215-218.
- Shane S. (2004). *A general theory of entrepreneurship: The individual-opportunity nexus*. Cheltenham, United Kingdom: Edward Elgar Publishing.
- Strobel A, Behnke A, Gartner A, Strobel A. (2019). The interplay of intelligence and need for cognition in predicting school grades: A retrospective study. *Personality and Individual Differences*, 144: 147-152.
- Yusuf M. (2009). Organizational antecedents of academic entrepreneurship public research universities: a conceptual framework. *Unitar Journal*, 5(2): 36-51.



## Presenting a Pattern of Entrepreneurial Intelligence in High School Students in the West Region of Golestan Province

HamidReza Tahmasebi<sup>1</sup>

Negin Jabbari<sup>2\*</sup>

Kiumars Niazazari<sup>3</sup>

### Abstract

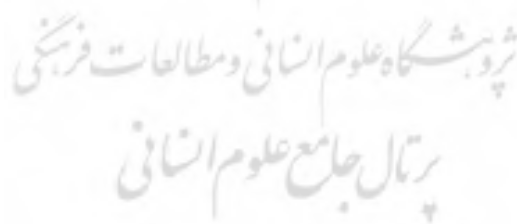
**Purpose:** The present research was performed with the aim of presenting a pattern of entrepreneurial intelligence in high school students in the west region of Golestan province.

**Methodology:** This study in terms of purpose was applied and in terms of implementation method was qualitative. The research population was the documents and texts of entrepreneurial intelligence and specialists and professors of entrepreneurial intelligence in the west of Golestan province in 2019 year. The research sample was documents and texts of entrepreneurial intelligence and based on principle of theoretical saturation 25 entrepreneurial intelligence specialists and professors who were selected by purposive sampling method. To collect data were used from noting and semi-structured interview methods and data were analyzed by content analysis method.

**Findings:** The findings showed that the factors effecting on entrepreneurial intelligence in high school students were included individual factors (including two sub-components of intrinsic characteristics and acquired characteristics), educational and family (including two sub-components of teachers and educators and developmental-educational atmosphere) and social institutions (including three sub-components of authority and distribution of power, communication system and cultural norms) which were developed the indicators of each of them. Finally, based on the components, sub-components and indicators of entrepreneurial intelligence, the pattern of entrepreneurial intelligence was designed in high school students.

**Conclusion:** Based on the pattern of entrepreneurial intelligence designed in this study, high school professionals and planners can use this pattern to take effective steps to promote entrepreneurial intelligence in high school students.

**Keywords:** Entrepreneurial intelligence, students, individual factors, educational and family, social institutions



---

<sup>1</sup> . PhD Student of Educational Management, Department of Educational Sciences, Gorgan Branch, Islamic Azad University, Gorgan, Iran

<sup>2</sup> . Associate Professor, Department of Educational Sciences, Gorgan Branch, Islamic Azad University, Gorgan, Iran (Corresponding Author) [neginjabbari@gmail.com](mailto:neginjabbari@gmail.com)

<sup>3</sup> . Professor, Department of Educational Sciences, Gorgan Branch, Islamic Azad University, Gorgan, Iran