

ارائه نظریه‌ی داوود بنیاد برای تعیین فرایند شکل‌گیری روحیه کارآفرینی در بین دانش‌آموزان مدارس فنی و حرفه‌ای

زهراکریمیان، کیوان، صامعی^{۲*} و ابراهیم خدایی^۳

چکیده

یکی از دغدغه‌های عمده نظام آموزشی ایران، شناسایی روش‌های بهینه پرورش روحیه کارآفرینی در دانش‌آموزان است. با توجه به سهم عمده کارآفرینان در رشد اقتصادی و توسعه پایدار، این مسأله مطرح می‌شود که الگوی مناسب برای شکل‌گیری و توسعه روحیه کارآفرینی در بین دانش‌آموزان مدارس فنی حرفه‌ای چیست؟ به منظور رسیدن به این الگو، از رویکرد کیفی و روش نظریه برخاسته از داده‌ها استفاده شد. داده‌ها با استفاده از مصاحبه عمیق با ۲۱ کارآفرین گردآوری شد که فارغ‌التحصیل از هنرستان فنی حرفه‌ای بوده‌اند. پس از تحلیل داده‌ها، ۱۹۵ کد اولیه به دست آمد که در ۸۵ کد مفهومی، ۳۱ زیرمقوله و در نهایت ۱۹ مقوله کلی گروه‌بندی شدند. تحلیل عمیق تجربه زیسته و ارزش‌های مشارکت‌کنندگان به شکل‌گیری یک خرده‌نظریه (نظریه میانی) منجر شد. الگوی به دست آمده از این پژوهش نشان می‌دهد مقوله اصلی که به ایجاد کارآفرینی منجر می‌شود، گرایش فرد به نوآوری است که ایجاد فعالیت کارآفرینانه را مطلوب می‌کند. چنان‌چه فردی تحت تأثیر شرایط واسطه‌ای نظیر «تشخیص فرصت»، «تجربه کاری» و «سرمایه (انسانی، اجتماعی و اقتصادی)» و شرایط محیطی «وضعیت بازار» و «حمایت‌های اجتماعی و فرهنگی»، گرایش به نوآوری را امکان‌پذیر بباید، راهبردهای «قصد ایجاد کار نوآورانه»، «گروه‌گرایی»، «تأمین سرمایه» و «عمل‌گرایی» را در پیش می‌گیرد که در نتیجه آن‌ها یک فعالیت کارآفرینی شکل می‌گیرد.

کلیدواژه‌ها: کارآفرینی؛ روحیه کارآفرینی؛ نظام آموزشی؛ دانش‌آموزان؛ مدارس فنی و حرفه‌ای

* دانش‌آموخته کارشناسی ارشد تحقیقات آموزشی؛ دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه تهران، تهران، ایران karimian.zahra@ut.ac.ir

** نویسنده مسئول: استادیار گروه روش‌ها و برنامه‌های آموزشی و درسی؛ دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه تهران، تهران، ایران keyvansalehi@ut.ac.ir

*** دانشیار گروه روش‌ها و برنامه‌های آموزشی و درسی؛ دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه تهران، تهران، ایران khodaie@ut.ac.ir

DOI:10.22051/jontoe.2019.20595.2234

<https://jontoe.alzahra.ac.ir>

مقدمه

عصر ما عصر شتاب و سرعت، عصر دگرگونی و تغییر است. موج این تغییرات زندگی همه ما را نیز خواسته یا ناخواسته تحت تأثیر قرار می‌دهد، از این رو جامعه‌ای در جهت سازگاری با تغییرات و رقابت‌های جهانی پیش‌تاز خواهد شد که از نیروی انسانی ماهر، متخصص، خلاق و خودباور بهره‌مند باشد (صمدی و اصفهانی، ۱۳۸۶). در واقع در عرصه نوین رقابتی، جامعه‌ای پیش‌تاز است که دانش‌آموختگانی داشته باشد که بتوانند با خلاقیت و پویایی منابع تولید را گردآوری کنند و با کوشش‌های خلاقانه خود به کسب و کار بپردازند و کارآفرین باشند (هزارجریبی، ۱۳۸۲). پرواضح است که بخش مهمی از انگیزه‌های کارآفرینی فردی است، ولی ایجاد فضا و بستر مناسب برای کارآفرینی در کشورها منافع ملی، ارتقاء کار و کاهش بیکاری را به دنبال دارد، تنها از طریق آموزش و پرورش میلیون‌ها دانش‌آموز کارآفرین است که می‌توان میلیون‌ها شغل ایجاد کرد، اکنون زمان آن رسیده که مدارس به جایگاه اولیه کارآفرینی تبدیل‌شود، ادغام آموزش کارآفرینی در برنامه درسی مدارس موجب غنی‌سازی تجارب یادگیری فراگیرندگان، افزایش ایجاد کسب و کار، افزایش ارتباط میان مدارس و صنعت و ایجاد فرصتی برای آزمون محتوا و روش‌های تدریس کارآفرینی می‌شود (حسینی‌خواه، ۱۳۸۷). در غیر این صورت بازهم شاهد افزایش تورم، بیکاری، کاهش رشد اقتصادی، افزایش اعتیاد در جامعه و کاهش نشاط و فعالیت در جامعه خواهیم بود. برای پرداختن به این مهم، ایجاد جو و فضایی مناسب در مراکز آموزشی در اولویت قرار می‌گیرد. مدرسه در حکم جامعه‌ای کوچک که ارتباط اعضای آن با یکدیگر فضای اجتماعی مشخص را به وجود می‌آورد، باید بتواند در شکوفایی ویژگی‌هایی چون خلاقیت، خودباوری، آینده‌نگری، خطرپذیری و تمایل به کامیابی (روحیه کارآفرینی) در دانش‌آموزان مؤثر باشد. بنابراین، مدیران و معلمان می‌توانند به طریق مناسب با بهبود بخشیدن محیط آموزشی و ایجاد فضای سازمانی مطلوب در مدارس، فرصتی مناسب و مقتضی برای رشد روحیه کارآفرینی در دانش‌آموزان ایجاد کنند (صمدی و اصفهانی، ۱۳۸۶). اما امروزه در کشور ما متأسفانه برنامه آموزشی با رویکرد آموزش سنتی بر موضوعات نظری و تفکر مفهومی قرار دارند که این امر موجب می‌شود فارغ‌التحصیلان مدارس و دانشگاه‌های ما فاقد ویژگی اهداف کارآفرینانه باشند؛ به این علت به اشتغال‌زایی نیز تمایلی ندارند. مطالعات و پژوهش‌های میدانی نرخ کارآفرینی را در

بین دانش‌آموزان بسیار پایین دانسته‌اند؛ ڈرانی و صالحی (۱۳۸۵) و صالحی، زین‌آبادی و پرند (۱۳۸۸) نرخ کارآفرینی را در دانش‌آموخته‌های هنرستان‌های کاردانش و فنی و حرفه‌ای بسیار ناچیز و در وضعیت نامطلوب ارزشیابی کردند. زین‌آبادی، صالحی و پرند (۱۳۸۸) نرخ کارآفرینی را در دانش‌آموخته‌های هنرستان‌های فنی و حرفه‌ای ۲,۴ درصد برآورد کردند که نشان دهنده روحیه پایین کارآفرینی است. متأسفانه امروزه «بازار کار» در اذهان بسیاری از جوانان و دانشجویان کشور یکسری پُست‌های از پیش تعیین شده‌است که در جامعه منتظر آن‌هاست. یکی از راهکارهای مهم تغییر این دیدگاه، آموزش کارآفرینی است. تحقیقات زیادی در زمینه کارآفرینی و تأثیر آن بر جامعه انجام شد که نتایج بیشتر این تحقیقات حاکی از آن است که کارآفرینی یا جنبه‌های حاصل از آن می‌تواند آموزش داده شود و کم‌تر به مسائلی از قبیل ویژگی‌های یک فرد کارآفرین یا فرایند شکل‌گیری روحیه کارآفرینی در جامعه پرداخته شده است.

به‌طور کلی پژوهش‌های انجام شده در رابطه با کارآفرینی در داخل کشور را با توجه به پیشینه مورد بررسی توسط محقق به سه دسته کلی می‌توان تقسیم کرد: دسته اول نظیر نویدی و بزرگر (۱۳۸۲) و صالحی و همکاران (۱۳۸۸) در رابطه با ارزیابی برون‌دادهای آموزشگاه‌های فنی و حرفه‌ای انجام شده‌است. دسته دوم نظیر شریف‌زاده و زمانی (۱۳۸۴)، صمدی و اصفهانی (۱۳۸۶)، و جمشیدی‌فر، خرمی و راحلی (۱۳۸۹) در رابطه با عوامل مؤثر بر روحیه کارآفرینی مطالعه کرده‌اند. دسته سوم نظیر هزارجریبی (۱۳۸۲) و مشایخ (۱۳۸۶) نیز رابطه تأثیر آموزش بر کارآفرینی را بررسی کرده‌اند. پژوهش‌های انجام شده در خارج از کشور را نیز می‌توان در دو دسته کلی قرار داد. دسته اول درباره ارتباط آموزش با کارآفرینی است که عبارتند از: در سال ۱۹۷۷ «جیف هیوارد»^۱ از دانشگاه آکسفورد پژوهشی را در خصوص علاقه دانشجویان به روش‌های آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌های اسکاتلند انجام داد و دریافت که دوره‌های کارآفرینی، نه تنها دانش و مهارت را در دانشجویان افزایش می‌دهد، بلکه دانشجویان به آن دید مثبتی دارند و همچنین، نوعی آگاهی را در خصوص مسائلی که دانشجویان در رابطه با آن‌ها اطلاعاتی ندارند، ایجاد و آن‌ها را در جهت کسب اطلاعات بیشتر تشویق می‌کند (شریفی،

رضایی، اسدی و عادل، ۱۳۸۹). راشد^۱ (۲۰۰۰)، در مطالعه خود تأثیر آموزش بر افزایش نگرش‌ها و ویژگی‌های کارآفرینی در دانش‌آموزان را بررسی کرده بود به این نتیجه رسید که برگزاری آموزش‌ها و دوره‌های خاص در این زمینه در افزایش انگیزه پیشرفت، عزت‌نفس، کنترل درونی و خلاقیت دانش‌آموزان مؤثر است. هارسمن و دقباشیان^۲ (۲۰۱۴)، به این نتیجه رسیدند که فارغ‌التحصیلان از دانشگاه‌های معتبرتر از سایر فارغ‌التحصیلان انتخاب حرفه‌ای‌تری در زمینه کارآفرینی دارند، همچنین تفاوت معناداری بین انتخاب کار فارغ‌التحصیلان علوم فنی با سایر فارغ‌التحصیلان وجود دارد. هالسبک و پیکاو^۳ (۲۰۱۴)، نیز نشان دادند که کارآفرینی به شدت وابسته به تولید دانش منطقه‌ای توسط صنعت و دانشگاه است. و دسته دوم پژوهش‌ها نیز در حیطه عوامل مؤثر بر کارآفرینی و موانع آن است که عبارتند از: مطالعه آردگانا و لوزاردی^۴ در سال ۲۰۰۸ بیان‌کننده این است که ویژگی‌های فردی چون سن، جنسیت و وضعیت کاری، در کنار خصوصیات دیگری چون روابط اجتماعی، مهارت و گرایش به ریسک پذیری عوامل مهم کارآفرینی هستند. ساسو و ساسو^۵ (۲۰۱۵) در پژوهش خود که به تحلیل تفاوت‌های جنسیتی و پس‌زمینه‌های خانوادگی مؤثر بر تصمیم آغاز یک کسب و کار پرداختند به این نتایج رسیدند که مردان تمایل بیشتری به کارآفرینی دارند و پاداش‌های پولی را بسیار مهم ارزیابی می‌کنند و همچنین نشان دادند که پس‌زمینه خانوادگی بر قصد کارآفرینی تأثیر می‌گذارد. آلموس و کاستیلو^۶ (۲۰۱۵) نیز در مطالعه خود نشان دادند که صفات شخصیتی بیش از ارزش‌های کاری بر تمایل کارآفرینی تأثیرگذار است. با توجه به رشد جمعیت جوان کشور، افزایش نرخ بیکاری فارغ‌التحصیلان کارجو و عدم تناسب کافی میان تعداد فارغ‌التحصیلان دانشگاهی و آموزشی با میزان ظرفیت استخدامی در دستگاه‌های دولتی، اتخاذ راهکارهایی برای مواجهه هوشمندانه با این شرایط و جلوگیری از تشدید شرایط نامطلوب، ضرورتی انکارناپذیر است. پرورش روحیه کارآفرینی در دانش‌آموزان، از مهم‌ترین راهبردها برای رویارویی با شرایط موجود و زمینه‌سازی برای گذار به شرایط مطلوب است. مدارس ما

1. Rashed
2. Daghbashyan and Harsman
3. Hulsbeck&Pichave
4. Ardagna and Lusardi
5. Sasu and Sasu
6. Olmos and Castillo

باید پرورش‌دهنده دانش‌آموزانی باشند که به تلاش‌ها و انرژی درونی خود متکی بوده و با داشتن عزمی راسخ، اعتماد به نفس و غلبه بر مشکلات، به سمت موفقیت پیش بروند. با توجه به سیطره رویکردهای کمی پژوهش در مطالعات حوزه علوم تربیتی و روان‌شناسی^۱ از یکسو، (لطف‌آبادی، نوروزی و حسینی، ۱۳۸۶: ۱۲۵)، عمق کم یافته‌های به‌دست‌آمده از مطالعات کمی (صالحی و گل‌افشانی^۲، ۲۰۱۰)، و تعدد مطالعات کمی در حوزه کارآفرینی، به نظر می‌رسد، شناخت به‌دست آمده در بازنمایی پدیده مورد مطالعه، عمق کافی نداشته‌است. بدین‌منظور در پژوهش حاضر با درک این ضرورت، سعی شد با استفاده از رویکرد مبتنی بر روش‌شناسی تفسیرگرایی، ضمن تحلیل تجربه کارآفرینان موفق و ادراک دیدگاه‌های آن‌ها و کسب شناخت عمیق از پدیده مورد مطالعه، فرایند شکل‌گیری روحیه کارآفرینی را در بین هنرجویان فنی حرفه‌ای بازنمایی کند. بنابراین، پژوهش حاضر می‌کوشد تا مبتنی بر رویکرد تفسیرگرایی، به‌سؤال‌های زیر پاسخ داده و از این طریق، زمینه‌ای برای پرورش روحیه کارآفرینی در دانش‌آموزان را فراهم آورد.

- شرایط علی در شکل‌گیری روحیه کارآفرینی در بین هنرجویان فنی و حرفه‌ای چیست؟
- پدیده اصلی در شکل‌گیری روحیه کارآفرینی در بین هنرجویان فنی و حرفه‌ای چیست؟
- شرایط واسطه‌ای در شکل‌گیری روحیه کارآفرینی در بین هنرجویان فنی و حرفه‌ای چیست؟
- شرایط محیطی در شکل‌گیری روحیه کارآفرینی در بین هنرجویان فنی و حرفه‌ای چیست؟
- راهبردها در شکل‌گیری روحیه کارآفرینی در بین هنرجویان فنی و حرفه‌ای چیست؟
- پیامدهای شکل‌گیری روحیه کارآفرینی در بین هنرجویان کارودانش و فنی و حرفه‌ای چیست؟

۱. نتیجه بررسی‌های لطف‌آبادی، نوروزی و حسینی (۱۳۸۶)، نشان داد که حدود ۹۶ درصد از مقالات حوزه روان‌شناسی در ایران، از نوع کمی‌گرایانه‌است (ص ۱۲۵)

2. Salehi and Golafshani

روش

به منظور پاسخگویی به سؤال‌های پژوهش و با هدف شناخت عمیق فرآیند شکل‌گیری روحیه کارآفرینی در هنرجویان و به دلیل اهمیت بالای این موضوع در جامعه امروزی و فقدان خرده‌نظریه‌ای بومی در این زمینه، پژوهشگران از رویکرد پژوهش کیفی به روش نظریه برخاسته از داده‌ها استفاده کردند؛ به‌دیگر سخن، محققان در این مطالعه تلاش کردند تا چگونگی شکل‌گیری روحیه کارآفرینی را در هنرجویانی شناسایی کنند که موفق به ایجاد و راه‌اندازی کارآفرینی شده‌اند، و در قالب نظریه‌ای میانی (خرده‌نظریه) بازنمایی کنند. علت نام‌گذاری این روش، این است که تکوین نظریه بر فرضیه استوار نیست، بلکه نظریه از دل داده‌ها استخراج می‌شود (بازرگان، ۱۳۹۷). بر همین اساس، در اجرای این پژوهش برخلاف سنت کمی گرایانه رایج در کشور، به‌جای آزمون فرضیه‌ها و مبنای قراردادن نظریه‌های موجود، تلاش کردیم تا ضمن کشف مقوله‌های مرتبط با فرآیند مورد مطالعه از دل داده‌ها و صورت‌بندی روابط بین آن‌ها، به یک خرده‌نظریه نظام‌مند، بومی و اکتشافی برای توضیح فرآیند شکل‌گیری روحیه کارآفرینی در هنرجویان دست یابیم. بدین منظور فرآیند جمع‌آوری و تحلیل داده‌های کیفی مبتنی بر سؤال‌های اصلی زیر هدایت شد:

- از نظر کارآفرینان (هنرجویان کارآفرین) چه عواملی آن‌ها را برای راه‌اندازی فعالیت کارآفرینانه‌شان برانگیخت؟

- چگونه نیاز موجود را تشخیص داده و از کجا شروع کرده و به کجا رسیدند؟

- عوامل بازدارنده و عوامل تسهیل‌گر در راه‌اندازی کارشان چه بود و چه عواملی در غلبه بر موانع به آن‌ها کمک کرد؟

در خلال پاسخ به این سؤال‌ها، جنبه‌های مربوط به مؤلفه‌های اصلی فرآیند مورد مطالعه، آشکار شدند و با مشخص کردن و تبیین ارتباط بین آن‌ها، الگوی حاصل از پژوهش به دست آمد. به دلیل کیفی بودن رویکرد مطالعه، روش نمونه‌گیری هدفمند و به صورت نمونه‌گیری نظری^۱ انجام شد. در انجام این عمل از شیوه‌هایی استفاده می‌کنند که مستلزم همزمانی و انتخاب متوالی داده‌ها و تحلیل آن‌هاست. منظور از نمونه‌گیری نظری در روش نظریه برخاسته



از داده‌ها، آن است که پژوهشگر اشکالی از گردآوری داده‌ها را برمی‌گزیند که متن و تصویرهای قابل استفاده را در تدوین نظریه فراهم آورند، این امر بدان معناست که نمونه‌گیری عمدی بوده (نه احتمالی) و تمرکزش بر تدوین نظریه‌ای است (غفوری و صالحی، ۱۳۹۸؛ بازرگان، ۱۳۹۷). بنابراین، با توجه به موضوع اصلی مورد مطالعه در این پژوهش - فرایند شکل‌گیری روحیه کارآفرینی در بین هنرجویان - نمونه‌ها با توجه به ملاک‌های نمونه‌گیری از میان فارغ‌التحصیلان فنی و حرفه‌ای که موفق به کارآفرینی شده بودند و با موضوع درگیری داشتند انتخاب شدند. نمونه‌گیری به صورت گلوله‌برفی انجام شد، گلوله برفی یک روش نمونه‌گیری است که واحدهای نمونه نه تنها اطلاعاتی در مورد خودشان، بلکه در مورد واحدهای دیگر جامعه نیز ارائه می‌کنند یعنی از یک شخص یا مکان به شخص یا مکان دیگری با توجه به ملاک‌های نمونه‌گیری برسیم (استراوس و کربین، ۱۹۱۶؛ ترجمه افشار، ۱۳۹۴). نمونه‌گیری تا رسیدن به اشباع نظری^۱ ادامه پیدا کرد که در پژوهش حاضر پس از انجام مصاحبه با ۲۰ نمونه حاصل شد؛ چرا که با توجه به نتایج به دست آمده از تحلیل داده‌ها تا آن زمان (جداول کدگذاری باز) مشخص شد که با اضافه کردن نمونه بیشتر، بر تعداد مقوله‌های به دست آمده و شناخت فرایند مورد مطالعه افزوده نخواهد شد (غفوری و صالحی، ۱۳۹۸؛ ۱۳۹۵). نمونه‌ها شامل ۱۱ مرد و ۹ زن (جدول ۱) از میان هنرجویان فارغ‌التحصیل کارآفرین بودند که از نظر توزیع سنی بین سنین ۲۶ تا ۳۴ سال قرار داشتند که هر کدام باعث اشتغال زایی برای ۵ تا ۲۰ نفر شده بودند. نکته قابل ذکر این است که رشته‌های موجود در مدارس فنی و حرفه‌ای شهرستان قائم‌شهر و حومه محدود بوده و بیشتر رشته‌های کامپیوتر، طراحی دوخت، گرافیک، حسابداری، کشاورزی در بخش زنان و مکانیک، برق، چوب، کشاورزی در بخش مردان است از این رو محدوده انتخابی نیز بیشتر از فارغ‌التحصیلان این رشته‌ها بود. در جدول ۳ به دلیل رعایت اخلاق پژوهش از آوردن نام مشارکت‌کنندگان خودداری شده و فقط به ذکر برخی ویژگی‌های کلی و حوزه فعالیت کارآفرینان کفایت شده است:

1. Theoretical saturation



جدول ۱: مشخصات و ویژگی‌های مشارکت‌کنندگان

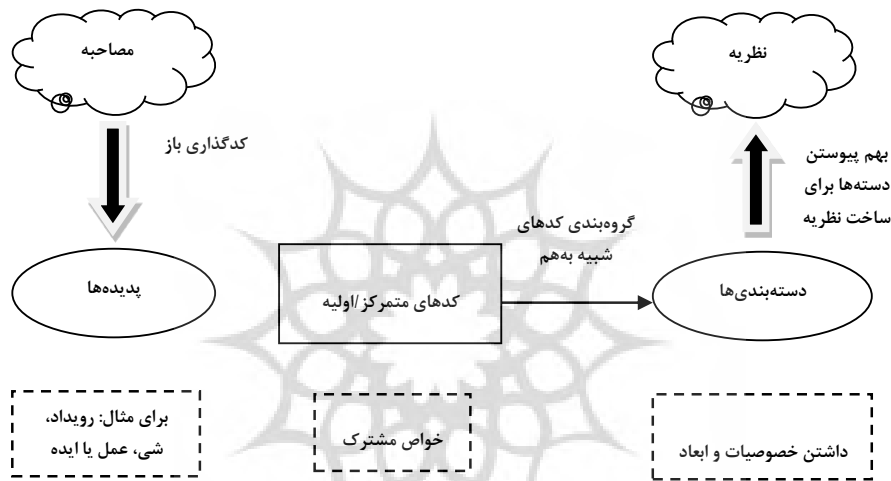
شماره نمونه	جنسیت	تحصیلات	رشته	فعالیت کارآفرینانه
۱	زن	دیپلم	کشاورزی	طرح بسته‌بندی صیفی جات
۲	مرد	کارشناسی	مکانیک	تولید برخی قطعات یدکی خودرو
۳	مرد	کارشناسی ارشد	مکانیک	تولید قطعات لاستیکی آماده
۴	زن	کارشناسی	طراحی دوخت	نساجی و پارچه‌بافی (با طرح‌های جدید)
۵	مرد	کارشناسی ارشد	کشاورزی	تولید کود ارگانیک
۶	زن	کارشناسی	صنایع غذایی	تولید چیپس از میوه‌جات مختلف
۷	مرد	کارشناسی	کشاورزی	عصاره‌گیری از گیاهان دارویی با روش‌های جدید
۸	مرد	کارشناسی	کشاورزی	پرورش بلدرچین با ظرفیت بالا
۹	زن	کارشناسی	گرافیک	چاپ‌های دستی بر روی شیشه و چینی و کاغذ
۱۰	زن	کارشناسی	طراحی پوشاک	طراحی پوشاک سنتی
۱۱	زن	فوق دیپلم	طراحی دوخت	تولیدی پوشاک
۱۲	مرد	کارشناسی	صنایع غذایی	سورت و بسته‌بندی مرکبات
۱۳	مرد	کارشناسی	نرم‌افزار کامپیوتر	خدمات تراکت‌های تبلیغاتی و آموزشی
۱۴	مرد	کارشناسی ارشد	کشاورزی	تولید خوراک دام غنی شده
۱۵	مرد	کارشناسی	مهندسی مواد	تولید لوله‌های اتیلن - پلی پروپیلن
۱۶	زن	کارشناسی	صنایع دستی	صنایع دستی ترکیبی هنرهای جدید و قدیم
۱۷	مرد	کارشناسی	کشاورزی	تهیه خوراک دام از ضایعات کشاورزی
۱۸	زن	کارشناسی ارشد	نرم‌افزار کامپیوتر	شرکت خدماتی بازاریابی آنلاین
۱۹	زن	فوق دیپلم	کشاورزی	پرورش گل و گیاهان خاص در گلخانه
۲۰	مرد	فوق دیپلم	مهندسی چوب	معرق کاری

به منظور گردآوری داده‌ها از فن مصاحبه نیمه ساختارمند بهره گرفته شد. محقق برای انجام فرآیند مصاحبه کامل مراحل شش‌گانه کوهن و مانین (۱۹۸۶) را دنبال کرد. داده‌ها از طریق مصاحبه عمقی، مشاهده مستقیم و یادداشت‌های فنی گردآوری شدند. برای ثبت داده‌ها از ضبط صوت استفاده شد و ضمن حضور در محل‌های کسب و کار مورد نظر، با افراد نمونه مصاحبه‌های عمیق به عمل آمد. در هر یک از این مصاحبه‌ها به مدت حداکثر ۲ ساعت و بین ۳ تا ۴ جلسه به گفت و شنود با افراد مصاحبه‌شونده پرداخته شد. در روش پژوهش نظریه بر خاسته از داده‌ها، تحلیل داده‌ها، هم‌زمان با گردآوری آن‌ها انجام می‌شود و این دو فرآیند از یکدیگر

جدا نیستند. پژوهشگر به هنگام گردآوری داده‌ها، همزمان در تحلیل آن‌ها هم درگیر می‌شود و از طریق تحلیل همزمان داده‌های گردآوری‌شده، برای گردآوری داده‌های بیشتر شناخت پیدا می‌کند. بنابراین، افتراق بین مراحل گردآوری و تحلیل داده‌ها که در روش‌های پژوهش سنتی مورد تأکید قرار می‌گیرد، در مطالعات نظریه برخاسته از داده‌ها به صورت قصدمندانه نادیده گرفته می‌شود (شارماز، ۲۰۰۶؛ به نقل از دانایی‌فرد و امامی، ۱۳۸۶). متن مصاحبه‌ها پس از هر بار مصاحبه به رشته تحریر درآمد و بلافاصله تحلیل شد و براساس نتایج این تحلیل‌ها، برای جمع‌آوری داده‌های بعدی تصمیم‌گیری شد. بر اساس نتایج تحلیل هر مصاحبه داده‌های بعدی، برای تأیید و تعمیق نتایج قبلی و به دست آوردن مقوله‌های دیگر در فرایند مورد مطالعه و تبیین رابطه بین آن‌ها، جمع‌آوری شدند. علاوه بر مصاحبه‌های عمیق، به دلیل حضور محقق در محل کسب و کار، داده‌های مشاهده‌ای ارزشمندی نیز به دست آمد که در این پژوهش برای تعیین صحت داده‌های گردآوری‌شده و همچنین تهیه یادداشت‌های فنی استفاده شد که فرایند تکوین نظریه را تسهیل کردند. تحلیل داده‌ها با توجه به طرح سیستماتیک روش نظریه برخاسته از داده‌ها در سه مرحله انجام شد. در مرحله کدگذاری باز، متن مصاحبه‌ها برای یافتن گزاره‌های مفهومی و مقولات نهفته در آن‌ها به طور دقیق بررسی شد. مجموع جمله‌ها (نشانگرها)، که هریک نشان دهنده یک گزاره مفهومی بودند، استخراج شدند و با نام گزاره‌های مفهومی که به آن اشاره داشتند، در جداول کدگذاری باز قرار داده شدند. در این گام ۱۹۵ نشانگر از ۲۰ نمونه استخراج شد و در مجموع ۸۵ گزاره مفهومی (زیرمقوله) را شکل دادند. در گام بعدی از مرحله کدگذاری باز^۱، با توجه به ماهیت مشترک در طبقات مفهومی مجزا، ۱۹ مقوله کلی به دست آمد. در مرحله کدگذاری محوری^۲، یکی از مقوله‌های کلی به دست آمده در مرحله کدگذاری باز، که براساس تحلیل داده‌ها، دارای بیشترین ارتباط با سایر مقوله‌ها بود و نقش هسته‌ای را در فرایند مورد مطالعه ایفا می‌کرد، به عنوان مقوله اصلی مشخص شد و همچنین شرایط علی (عوامل ایجادکننده پدیده اصلی)، راهبردها (کنش و تعاملات حاصل از پدیده اصلی و واکنش عناصر انسانی به مقوله هسته‌ای)، شرایط واسطه‌ای (عوامل اثرگذار مستقیم بر شکل‌گیری راهبردهای حاصل از پدیده اصلی) شرایط محیطی (عوامل اثرگذار غیرمستقیم بر راهبردهای

1. Open coding
2. Axial Coding

حاصل از پدیده اصلی) و پیامدها (نتایج حاصل از راهبردها مشخص شدند (بازرگان، ۱۳۹۷) و مطابق پارادایم کدگذاری محوری به شکل تجسمی درآمدند. در مرحله کدگذاری انتخابی^۱، روابط میان مقوله‌ها که به واسطه تحلیل داده‌ها، به دست آمده بود به شکل حکایت گونه صورت بندی شد و به این ترتیب، نظریه میانی حاصل از تحقیق تکوین یافت. در شکل ۱ روند کلی چگونگی توسعه یک نظریه به صورت ساده نشان داده شده است:



شکل شماره ۱- مراحل کدگذاری در نظریه برخاسته از داده‌ها (استروس و کوربین، ۱۹۹۸)

تعیین اینکه تبیین نظریه از دیدگاه شرکت کنندگان در فرایند پژوهش معنادار بوده و نشان دهنده رویدادها و توالی آنهاست، در پژوهش کیفی امر مهمی است (بازرگان، ۱۳۹۷). در پژوهش به روش نظریه برخاسته از داده‌ها، اعتباربخشی یافته‌ها بخش فعالی از فرایند پژوهش است (کرسول، ۱۹۹۸؛ به نقل از یادگار، ۱۳۸۹). برای اعتباربخشی به یافته‌ها در این پژوهش سه راهبرد به کار گرفته شد:

۱- تطابق همگونی^۲ یافته‌ها: در این روش، محقق سؤال‌هایی را درباره مقوله‌هایی که

1. Selective coding
2. triangulation

به‌دست آورده، مطرح کرده و به‌دنبال شواهد و وقایع و رویدادهای مرتبط با آن مقوله در داده‌ها شده و نشان دادن یافته‌ها با استناد به داده‌ها، برازش یافته‌ها و تحلیل‌های ارائه شده را بر داده‌ها نشان داده‌است.

۲- گروه کانونی: گروهی متشکل از نمونه‌های مشارکت‌کننده در پژوهش، برای تأیید فرایند حاصل از تحلیل داده‌ها به‌تبادل نظر پرداخته و محقق با جمع‌بندی نظرات ایشان در خصوص فرایند به‌دست آمده به اصلاح و بازبینی فرایند به‌دست آمده پرداخته‌است.

۳- مقایسه با پیشینه موجود: از آنجایی که تعمیم‌پذیری و عمومیت، مسائل مهمی در پژوهش‌هایی هستند که در جستجوی چارچوب‌های نظری هستند (بین، ۱۹۸۴؛ به‌نقل از یادگار، ۱۳۸۹)، در این پژوهش تلاش شد برای پشتیبانی و اعتباردهی به الگوهای که از داده‌های پژوهش حاصل شده‌اند، مباحث نظری مرتبط ارائه شوند.

یافته‌ها

با توجه به روش پژوهش، یافته‌ها در دو بخش ارائه می‌شوند. در بخش اول، مقوله‌های به‌دست آمده براساس شاخص‌های شش‌گانه اصلی در «دیدگاه‌های زیربنایی»^۱ کدگذاری محوری ارائه می‌شود. در بخش دوم الگوی تجسمی به‌دست آمده از پژوهش آورده می‌شود که به‌کمک آن می‌توان نظریه میانی را تکوین کرد. پس از تحلیل داده‌ها ۱۹۵ کد اولیه به‌دست آمد که در ۸۵ کد مفهومی گروه‌بندی شد. پس از مشخص‌شدن گدهای مفهومی، کدهایی که دارای ویژگی‌های مشترکی بودند در گروه‌هایی قرار گرفتند که مفاهیم را تشکیل دادند که در مجموع ۳۱ زیرمقوله (طبقه مفاهیم) ایجاد شد. پس از شناسایی مؤلفه‌های مفهومی، روابط بین آن‌ها و محور مشترک ارتباط‌دهنده آن‌ها با یکدیگر شناسایی می‌شود. به‌تعبیر روشن‌تر از طریق مقایسه مفاهیم با یکدیگر، محورهای مشترک دیگری یافت می‌شود که به آن‌ها مقوله (طبقه) اطلاق می‌شود. در واقع، مقوله‌ها از طریق فرایند تحلیل و مقایسه مفاهیم بر مبنای شباهت‌ها و تفاوت‌های میان آن‌ها خلق می‌شوند (پندیت، ۱۹۹۶؛ به‌نقل از نوری و مهرمحمدی، ۱۳۹۰). در نهایت ۱۹ مقوله کلی به‌دست آمد که در جدول زیر مقوله‌های به‌دست آمده و زیرمقوله‌های مرتبط به‌آن بیان شده‌است.

1. Paradigm



جدول ۲: شکل‌دهی مقوله‌ها از زیرمقوله‌ها

طبقات اصلی (مقوله‌ها)	طبقات فرعی (زیرمقوله‌ها)
پیش‌زمینه‌های خانواده	مسئولیت‌پذیری اجتماعی در خانواده ارزش کار و تلاش در خانواده احترام و حفظ حرمت انسانی در خانواده (عزت نفس) پرورش فکر و خلاقیت در خانواده
گرایش به نوآوری سطح آموزش و آگاهی	گرایش به نوآوری و خلاقیت میزان دانش و آگاهی
عوامل روان‌شناختی-شخصیتی	استقلال‌طلبی ریسک‌پذیری سخت‌کوشی ایمان و اراده راسخ مسئولیت‌پذیری اجتماعی
نقش‌های موجود در جامعه فضای سازمانی مدارس عوامل اقتصادی تجربه‌کاری تشخیص فرصت	توانایی رهبری و مدیریتی داشتن مهارت ارتباطی تفکر خلاق انتقادپذیر بودن آینده‌نگری احترام به خود (عزت نفس)
سرمایه (انسانی، اقتصادی و اجتماعی) وضعیت بازار	الگوهای مورد پذیرش فرد در جامعه فضای سازمانی مدارس بیکاری؛ فقر داشتن تجربه در کار تشخیص فرصت تأمین نیروی انسانی؛ تأمین هزینه‌ها تأمین حمایت اجتماعی نیاز و شرایط بازار
حمایت‌هنجارهای اجتماعی و فرهنگی قصد ایجاد کار نوآورانه گروه‌گرایی تأمین سرمایه عمل‌گرایی ایجاد مشاغل با صنایع نو اشتغال‌زایی رشد اقتصادی	حمایت‌هنجارهای اجتماعی و فرهنگی قصد ایجاد کار نوآورانه گروه‌گرایی تأمین سرمایه عمل‌گرایی ایجاد مشاغل با صنایع نو اشتغال‌زایی رشد اقتصادی



بخش اول: تحلیل مقوله‌ها

پدیده اصلی (مقوله محوری): گرایش به نوآوری

یکی از مراحل دشوار انجام این پژوهش برای محقق تعیین مقوله مرکزی است، و در ابتدا محقق برای تعیین مقوله مرکزی هر یک از مقوله‌های اصلی را جدا بررسی کرد و به بررسی ارتباط آن مقوله با سایر مقوله‌ها پرداخت و با ملاک‌های انتخاب پدیده اصلی مقایسه کرد و مقوله‌هایی که توانایی تحلیل کل مطلب را نداشتند و مطابق با ملاک‌های انتخاب پدیده اصلی نبودند، توسط محقق رد شدند. البته، این عمل مستلزم بررسی چندین مرتبه داده‌ها بود و در ادامه محقق سرنخ‌هایی را در داده‌ها جستجو که بر چگونگی ربط‌دهی‌های ممکن مقوله‌های اصلی اشاره می‌کرد و در این میان دو مقوله اصلی را انتخاب کرد که بیشترین ارتباط را با سایر مقوله‌ها داشتند و بیشتر توسط نمونه‌ها بر آن‌ها تأکید شده بود. در ادامه محقق برای شناسایی دقیق پدیده مرکزی به مقایسه رابطه میان هر یک از این مقوله‌ها با سایر مقوله‌ها، فراوانی تکرار آن، سهولت و سرعت اشباع آن و پیامد آشکار آن برای تکوین نظریه پرداخت و بارها برای تعیین مقوله مرکزی داده‌های خام و کدگذاری باز را مرور کرده تا به ارتباط هر یک از این مقوله‌ها با سایر مقوله‌ها پی‌برد و همچنین از یادداشت‌های تحلیلی استفاده کرد که محقق هنگام بازدید از مکان کارآفرینی و همچنین برداشت از مصاحبه‌های نمونه‌ها نوشته بود، همچنین با خود نمونه‌ها نیز در این رابطه صحبت شد و نظر آن‌ها نیز گرفته شد، محقق با توجه به سیر این مراحل، دریافت که بیشتر نمونه‌ها به نحوی درباره گرایش خود به نوآوری در کار و ایجاد تغییر در وضعیت موجود حرفه مورد نظر خود صحبت می‌کنند. بنابراین، با توجه به تکرار و اهمیت مقوله «گرایش به نوآوری» و ارتباط آن با سایر مقوله‌های به دست آمده و با توجه به دیگر ملاک‌های انتخاب مقوله‌هسته‌ای، نقش هسته‌ای این مقوله در فرایند شکل‌گیری روحیه کارآفرینی در بین هنرجویان فنی و حرفه‌ای بر محقق مشخص شد. از لحاظ روان‌شناسی اجتماعی گرایش یا نگرش عبارت است از زمینه مطلوب یا غیر مطلوب فرد نسبت به موضوع گرایش؛ هر گرایش یک موضوع دارد که می‌تواند یک شخص، یک مکان، یک شی، رویداد، فعالیت، مفهوم ذهنی، تمایل شناختی، سبک زندگی یا هر ترکیبی از این تقسیم‌بندی‌ها باشد. همچنین گرایش‌ها می‌توانند به موضوعی عام (مثل موفقیت) یا موضوعی خاص (مثل موفقیت در فعالیت‌های کارآفرینانه) باشد (رابینسون، ۱۹۹۱؛ به نقل از یادگار، ۱۳۸۹). ارتباط بین گرایش

و رفتار را برای اولین مرتبه براتیلد و کراکت (۱۹۵۵) مطرح کردند. آن‌ها بیان کردند که گرایش‌ها در بیان رفتار تجلی می‌یابد و همه چیز زندگی به گرایش‌های فرد بستگی دارد (یادگار، ۱۳۸۹) و گرایش به نوآوری به مفهوم تمایل در به‌کارگیری ایده‌های نوین ناشی از خلاقیت و عملی ساختن این ایده‌هاست که به صورت محصولی جدید یا خدمتی نو پدیدار شود. کنکاش و تحلیل دقیق دیدگاه نمونه‌ها در این پژوهش نشان داد که بیشتر آن‌ها از کارهای خلاقانه که منجر به تغییر در وضعیت موجود است، زمینه مثبت و مطلوبی داشته‌اند. خلاصه روایات ارائه شده نشان‌دهنده این است که نمونه‌ها گرایش به فعالیت‌های نوآورانه و تغییر در وضعیت موجود را داشته‌اند:

کارآفرین شماره ۱ «... پس از پایان درسم تصمیم به کار جدی گرفتم، ولی دوست داشتم یک ایده جدید تو کارم بدم تا با تمام کارهای مشابه خودش فرق کنه و احساس می‌کردم این لذتش خیلی زیاد هست...»؛
 کارآفرین شماره ۲ «من عشقم تولید و نوآوری، این تنوع و نوآوری باعث ضرر من هم شده، اما برام مهم نیست ضررو قبول می‌کنم تا لذت ببرم...»؛
 کارآفرین شماره ۵ «... چند بار کارای مختلف راه انداختم، ولی هربار پس از یه مدتی خسته می‌شدم و به فکر راه‌انداختن یه کار دیگه‌ای می‌افتادم، همیشه به خودم می‌گفتم کاری می‌تونه موفق باشه که ایده نو یا طرح جدیدی داشته باشه.»
 کارآفرین شماره ۷ «به نظر من کارآفرین شدن مساویه با نوآوری کردن، یعنی بتونی توی یه کار یه طرح نو ایجاد کنی که مورد نیاز بازارم باشه اونوقت می‌تونی یه کارآفرین بشی...»

شرایط علی در شکل‌گیری روحیه کارآفرینی در بین هنرجویان فنی و حرفه‌ای

پیش‌زمینه‌های خانواده: نقش و اهمیت خانواده به‌عنوان کانون اندیشه نوگرایی، در ایجاد روحیه خلاقیت و نوآوری در افراد، گسترش روحیه کارآفرینی و توسعه کسب و کار جدید در جامعه انکارناپذیر است، به طوری که در زمینه فعالیت‌های اقتصادی خانواده می‌تواند اندیشه افراد تحت نفوذ خود را به سمت و سوی سوق دهد که آن‌ها را از مشکلات پیش‌رو از جمله: بیکاری، فقر، اعتیاد، فساد و... برهاند و آن‌ها را در مسیرهای شغلی هدایت کند که مولد سرمایه و فرصت‌های جدید است، زیرا خانواده علاوه بر نقش تولید نسل و پرورش ابعاد عاطفی و اخلاقی فرزندان، به‌عنوان کانونی برای رشد و پرورش اندیشه خودباوری، اعتماد به نفس و خودشکوفایی در فرزندان نقش بسیار مؤثری در راه‌اندازی کسب و کار اقتصادی و

توسعه فعالیت‌های شغلی در جامعه خواهد داشت (باقری، ۱۳۸۶). محقق با بررسی دقیق روایات کارآفرینان مورد مطالعه، به عناصر مفهومی مشترکی دست‌یافت که نشان‌دهنده تأثیر کارکردهای خانواده بر ایجاد روحیه نوآوری در افراد بوده است که در ادامه این عناصر بیان شده‌است: مسئولیت‌پذیری اجتماعی در خانواده، ارزش کار و تلاش در خانواده، احترام و حفظ حرمت انسانی در خانواده (عزت نفس)، پرورش فکر و خلاقیت در خانواده؛ با توجه به ماهیت مقوله‌های به‌دست‌آمده، که در اطراف کارکردهای خانواده است، محقق تمامی آن‌ها را در یک خوشه مفهومی و با عنوان «پیش‌زمینه‌های خانواده» بسته‌بندی کرد. تحلیل داده‌ها و مقایسه رویدادها نشان داد که مقوله «پیش‌زمینه‌های خانواده» با مقوله «گرایش به نوآوری» رابطه علی دارد. به عبارت دیگر شرایط موجود در خانواده شرایط را برای شکل‌گیری گرایش به نوآوری فراهم می‌کند، برای نمونه خلاصه روایت‌های استخراج شده از مصاحبه‌های کارآفرینان نمونه این رابطه را به‌خوبی نشان می‌دهد:

کارآفرین شماره ۲۰ « پدرم خیلی تلاش می‌کرد پولش حلال باشه، خیلی کار می‌کرد و می‌گفت آدم باید روزی حلال دربیاره، من هم در کنارش سعی می‌کردم کار کنم و کمک خرج باشم، چون درآمد پدرم برای زندگیمون خیلی کم بود همیشه تشویقم می‌کرد کاری رو انجام بدم که مخصوص خودم باشه و درآمد خوبی داشته باشه...»

کارآفرین شماره ۵ «... پدرم نسبت به همه اقوام و اطرافیانش احساس مسئولیت می‌کرد و هرکاری از دستش برمی‌آمد واسه دیگران انجام می‌داد ما رو هم همیشه در برابر دیگران مسئول می‌دونست...»

عوامل روان‌شناختی - شخصیتی: کنکاش عمیق در ادراک نمونه‌ها نشان داد که مهمترین عامل مؤثر در موفقیت آن‌ها تبدیل برخی ویژگی‌های روان‌شناختی - شخصیتی آن‌ها از حالت بالقوه به بالفعل است که این ویژگی‌های شخصیتی مشترک عبارتند از: استقلال‌طلبی، ریسک‌پذیری، سخت‌کوشی، ایمان و اراده راسخ (توکل بر خدا)، مسئولیت‌پذیری اجتماعی، توانایی رهبری و مدیریتی، داشتن مهارت ارتباطی، تفکر خلاق، انتقادپذیر بودن، آینده‌نگری، احترام به خود (عزت نفس)، برای نمونه خلاصه روایت‌های استخراج شده از مصاحبه‌های



کارآفرینان نمونه این رابطه را به خوبی نشان می‌دهد:

کارآفرین شماره ۷ «تمایل به آزادی در کارم داشتم و نمی‌خواستم زیر دست رئیس یا کارفرما باشم چون اینجوری دیگه نمیتونستم خیلی از ایده هامو عملی کنم و این منو محدود می‌کرد.»

کارآفرین شماره ۱۲ « بعضی از بچه‌هایی که توی هنرستان باهم بودیم و بعدها موفق شده بودند به کاری واسه خودشون دست و پا کنن بیشترشون آدمای جسور و با اعتماد به نفسی بودند.»

با توجه به ماهیت مقوله‌های به دست آمده محقق تمامی آن‌ها را در یک خوشه مفهومی و با عنوان «عوامل روان‌شناختی - شخصیتی» دسته‌بندی کرد.

سطح آموزش و آگاهی: کنکاش عمیق در ادراک نمونه‌ها نشان داد که تقریباً همه آن‌ها براساس آموزشی که دیده‌اند و میزان آگاهی از شغل مورد نظر و همچنین مرتبط با رشته تحصیلی خود در هنرستان اقدام به فعالیت کارآفرینانه کرده‌اند، چرا که به زعم آن‌ها ابتدا باید اطلاعات و آگاهی لازم از شغل مورد نظر را داشت تا بتوان در آن با خلاقیت تغییری ایجاد کرد، همچنین بیشتر آن‌ها اذعان داشتند که هرچه میزان آگاهی فرد از کار مورد نظر بیشتر باشد عزت نفس فرد برای ایجاد تغییر در آن هم بیشتر خواهد شد. برای برقراری با این ادراک، خلاصه‌ای از آن‌ها در ادامه آورده شده است:

کارآفرین شماره ۴ «خوب من هم طراحی دوخت توی هنرستان خونده بودم و هم اطلاعات زیادی درباره پوشاک و طراحی داشتم و به خاطر علاقه زیادم مدام دنبال یادگیری و کسب اطلاعات بیشتر بودم، برای همین از روزی که شروع به کار کردم همین اطلاعات و هنری که داشتم خیلی بهم تو پیشرفت کار کمک کرد و حتی بهم اجازه تغییر توی کارو داد.»

کارآفرین شماره ۲۰ «قبل از ایجاد کار هم باید اطلاعات کافی در مورد کار داشته باشی هم مهارت و توان عملی داشته باشی و من اینو توی هنرستان یادگرفته بودم بخاطر همین به نظرم هنرستان از این جهت بهتر از بقیه مدارس.»

تحلیل داده‌ها و مقایسه رویدادها نشان داد که مقوله «سطح آموزش و آگاهی» با مقوله «گرایش



به‌نوآوری» رابطه علی دارد. به عبارت دیگر هرچه اطلاعات و آگاهی فرد نسبت به کار مورد نظر بیشتر باشد بهتر می‌تواند در کار خود نوآوری و تغییر ایجاد کند.

فضای سازمانی مدارس: یادگیری امری بسیار پیچیده و مستلزم دخالت عوامل متعدد است و زمانی اتفاق می‌افتد که این عوامل در کنار هم باشد. امر یادگیری در محیط کلاس به‌طور اخص دارای اهمیت و حساسیت بیشتری است. از این رو محیط مدرسه و کلاس به سبب تفاوت اساسی با محیط بیرونی نیازمند دقت و توجه فراوان‌تر است. تحلیل دیدگاه کارآفرینان مورد مطالعه، نشان داد که همه آن‌ها مهم‌ترین شرایطی را که به کارآفرین شدن آن‌ها منجر شده، قرار گرفتن در محیط و فضای سازمانی هنرستان‌ها دانسته و بیشتر کارهایی که کارآفرینان در مرحله راهبردها به دنبال انجام و پیگیری آن بودند تحت تأثیر تجارب و یادگیری کسب‌شده در محیط هنرستان‌شان بود. در ادامه خلاصه روایات نشان داده شده‌است:

کارآفرین شماره ۱۲ «چون توی هنرستان درس خونده بودم به مقدار مهارت عملی یاد گرفته بودم هرچند کم بود و دستگاه‌ها هم خیلی به روز نبودن ولی بازم اعتماد به نفس مهارت عملیمو بالا برده بود که می‌تونم و یه مقدار بهم سرنخ کارو داده بود که بعد خودم بیشتر رفتم دنبالش، و از همین مهارتم برای ایجاد کار استفاده کردم.»

نقش‌های موجود در جامعه: کنکاش عمیق و تحلیل دقیق داده‌های جمع‌آوری‌شده نشان می‌دهند که تقریباً بیشتر نمونه‌ها تحت تأثیر رفتارهای یک یا چند شخص تأثیرگذار در زندگی‌شان تمایل به اصلاح و تغییر وضعیت موجود را داشته‌اند که این اشخاص تأثیرگذار معمولاً اعضای خانواده، معلم و وابستگان بوده‌اند. آن‌ها با رفتارهایشان و همچنین با آگاهی دادن نسبت به نتایج رفتارهایشان به کارآفرینان نشان دادند چگونه به سمت اصلاح و تغییر در وضعیت موجود حرفه مورد نظر خود از طریق توسعه ارزش‌های فردیشان حرکت کنند. در ادامه چند مورد از دیدگاه‌های نمونه‌ها در این رابطه در قالبی روایت‌گونه ذکر شده‌است:

کارآفرین شماره ۱۳ «... دور و برم چندتا آدم موفق می‌شناختم که همیشه به کارا و رفتاراشون دقیق می‌شدم شخصیتشونو دوست داشتم و واقعاً دوست داشتم مثل اونا تلاش کنم و آدمی خلاق و موفق باشم...».

کارآفرین شماره ۱۶ «از پدرم خیلی چیزا یاد گرفته بودم اون قهرمان زنداگی

من بود خیلی اهل کار و تلاش بود و هیچوقت هم خسته نمی شد یا ناشکری نمی کرد دوست داشتم مثل اون باشم تا به روزی بچه های منم به من افتخار کنن»

تحلیل داده ها و مقایسه رویدادها نشان داد که مقوله «نقش های موجود در جامعه» با مقوله «گرایش به نوآوری» رابطه علی دارد. به عبارت دیگر نقش و الگوهای موجود در جامعه فرد را برای گرایش به فعالیت های نوآورانه تشویق و ترغیب می کند.

عوامل اقتصادی: محقق با بررسی روایات کارآفرینان نمونه در این پژوهش به عناصر مفهومی بیکاری و فقر دست یافت، با توجه به ماهیت مقوله های به دست آمده محقق تمامی آن ها را در یک خوشه مفهومی و با عنوان «عوامل اقتصادی» دسته بندی کرد. در ادامه نحوه دستیابی به این مقوله ها و ارتباط آن ها با مقوله مرکزی با استناد به خلاصه روایات نشان داده شده است:

کارآفرین شماره ۱ «...شاید فقر خیلی ها رو به بزهکاری بکشونه، ولی واسه من پله ترقی و پیشرفت بود با فقری که از بیچگی دست و پنجه نرم کردم خیلی چیزها یاد گرفتم و مهم ترین چیز قوی شدن در برابر سختیا و مشکلات بود.... کارآفرین شدم که با فقرم بجنگم...»

کارآفرین شماره ۲ «...استخدامی و پیدا کردن کار تو کشور ما خیلی سخته حتماً باید خودت به فکر باشی وگرنه ممکنه به راحتی کارگیری نیاد خوب منم گفتم یه کاری بکنم که هم خودم بیکار نباشم و درآمد داشته باشم و هم دوستا و آشناهایی که مشکل بیکاری دارند مشکلسون حل بشه...»

تحلیل داده ها و مقایسه رویدادها نشان داد که مقوله «عوامل اقتصادی» با مقوله «گرایش به نوآوری» رابطه علی دارد. به عبارت دیگر بیشتر کارآفرینان برای فرار از فقر و بیکاری تمایل به کارآفرینی و نوآوری در کار داشتند.

شرایط واسطه ای در شکل گیری روحیه کارآفرینی در بین هنرجویان فنی و حرفه ای

تشخیص فرصت: تشخیص فرصت ها، قلب کارآفرینی است و براساس استعاره پنجره فرصت ها، سازمان ها در دوره زمانی کشف فرصت تا ورود به بازارهای جدید با مدیریت



فرصت سرو کار دارند. از دیدگاه صاحب‌نظران شهیر عرصه کارآفرینی همچون کریزنر (۱۹۷۳)، شومپیتر (۱۹۳۴)، شین و وینکا تارامان (۲۰۰۰) و تیمنز و همکاران (۲۰۰۷)، تشخیص فرصت‌ها نقش بسیار اساسی و اجتناب‌ناپذیری در فعالیت‌های کارآفرینانه دارند (الیاسی، ۱۳۸۷). از این رو کارآفرینان مورد نظر در این پژوهش نیز با تشخیص به‌موقع فرصت و دیدن نیازهای موجود در بازار و پُرکردن این خلأها با نوآوری و خلق کار، موفق به کارآفرینی شدند. خلاصه‌ای از روایت نمونه‌ها در این مورد در قالبی روایت‌گونه آورده شده‌است:

کارآفرین شماره ۵ «توی بازار خیلی فرصت‌ها هست که باید بتونی اونا رو به موقع ببینی اگه تو دیدن این فرصت‌ها موفق باشی دقیقاً میدونی چیکار باید بکنی و سردرگم هم دیگه نیستی...»

کارآفرین شماره ۱۰ «من همیشه سعی کردم دنبال فرصت‌ها باشم و از فرصت‌های پیش‌آمده نهایت استفاده رو ببرم، یعنی بعضی وقتا به شرایطی توی جامعه و بازار پیش میاد که تو می‌تونی توی این شرایط چیزی که مورد نیاز پیشرفت جامعه هست با توجه به هنر خودت رو انجام بدی...»

تجربه‌کاری: تعدادی از محققان نشان داده‌اند که کارآفرینان در صنعتی که کار خود را آغاز می‌کنند، دارای تجربه قبلی هستند و تجربه‌کاری قبلی آن‌ها در مسیر خاصی از فعالیت اقتصادی، رابطه مثبت و مستقیمی با موفقیت دارد. می‌یر و گلداس-تاین (ب-نقل از احمدپورداریانی، ۱۳۸۳)، اظهار می‌دارند که در مقایسه با تحصیلات رسمی، تجارب‌کاری به نحوه اثرگذارتری در آموزش امور بازرگانی موفق‌تر عمل می‌کنند. به زعم آن‌ها برخورداری از تجربه قبلی، نقش به‌سزایی در فرصت‌شناسی ایفا می‌کند. «تجربه تجاری» مهم‌ترین نوع تجربه‌ها برای راه‌اندازی کسب و کار است (احمدپورداریانی، ۱۳۸۳). تمامی کارآفرینان نمونه در این پژوهش نیز به اهمیت تجربه‌های پیشین خود در موفقیت امروزشان تأکید کرده‌اند، به خصوص تجاربی که در محیط‌های هنرستان و کارورزی و ارتباط با جامعه داشتند. در ادامه برای نشان‌دادن این مطلب، خلاصه‌ای از روایات نمونه‌ها در قالبی روایت‌گونه بیان شده‌است:

کارآفرین شماره ۲ «...پدرم مکانیک بود چندسالی زیردستش کار کردم خیلی چیزها کنارش یاد گرفتم و تجربه کردم بعدشم تو هنرستان با معلمام با مکانیک بیشتر آشنا شدم و دوره‌های کارورزی هم خیلی به تجربه‌هام اضافه

کرد، وقتی به فکر راه‌اندازی کار افتادم این تجربه‌هایی که داشتم خیلی بهم کمک کرد...»

سرمایه (انسانی، اقتصادی و اجتماعی): در کارآفرینی چهار نوع سرمایه شامل؛ سرمایه انسانی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مطرح است (فریکن، ۲۰۰۱؛ به نقل از یدالهی فارسی و رضوی، ۱۳۹۱). سرمایه انسانی از دو بُعد اصلی دانش و مهارت تشکیل شده است. دانش شامل حقایق، واقعیت‌ها و اصول مربوط به پدیده‌ها و موجودات است. در کسب و کار دانش شامل دانش فنی و دانش کارآفرینی می‌شود و به توانایی استفاده از دانش در عمل و انجام درست کارها، مهارت گفته می‌شود (یدالهی فارسی و رضوی، ۱۳۹۱). سرمایه اقتصادی نیز به امکانات و شرایط مالی در دسترس گفته می‌شود که کارآفرین با توجه به میزان آن اقدام به راه‌اندازی و گسترش کار می‌کند و سرمایه اجتماعی نیز به ارتباطات میان افراد گفته می‌شود. شبکه‌های اجتماعی از روابط اجتماعی و پیوند افراد موجود در سازمان و جامعه ایجاد می‌شود. این افراد با تبادل اطلاعات و همکاری در حل مشکلات از روابط دوجانبه بهره‌مند می‌شوند (رینگ و همکاران، ۲۰۱۰؛ به نقل از یدالهی فارسی و رضوی، ۱۳۹۱). کنکاش عمیق در دیدگاه نمونه‌ها نشان داد که سرمایه انسانی، اقتصادی و اجتماعی قبلی فرد در اقدام و راه‌اندازی کار بسیار مؤثر بوده است. در ادامه برای ارتباط بیشتر با این مقوله، خلاصه‌ای از روایات نمونه‌ها، آورده شده است:

کارآفرین شماره ۱۱ «حتماً باید قبل راه‌اندازی کار به فکر تأمین سرمایه لازم باشی چه نیروی انسانی لازم و چه اطلاعات لازم و چه امکانات فیزیکی و شرایط مالی، چون تا خیالت از این بابت راحت نشه نمی‌تونی با اعتماد به نفس بری جلو و کارتو شروع کنی...»

کارآفرین شماره ۱۶ «مهم‌ترین دغدغه من قبل شروع کارم این بود که چه جور پول لازم و مکان کارو تهیه کنم و خیلی راه‌ها رو امتحان کردم تا تونستم شرایطو فراهم کنم بعدش درگیر این بودم که با چه افراد و شرکتایی باید ارتباط برقرار کنم و کار کنم...»



شرایط محیطی در شکل‌گیری روحیه کارآفرینی در بین هنرجویان فنی و حرفه‌ای

وضعیت بازار: کنکاش عمیق و تحلیل دقیق روایت‌ها نشان‌داد که نمونه‌ها در شرایطی که بازارهای رسمی و غیررسمی در رفع نیازی خاص ناکارآمد یا ناتوان بودند و خلأ آن در بازار احساس می‌شد تصمیم‌گرفتند که برای ایجاد ابتکار کارآفرینانه خود تلاش کنند. در ادامه برای ارتباط بیشتر با این مقوله، خلاصه‌ای از روایات نمونه‌ها، آورده شده‌است:

کارآفرین شماره ۹ «خیلی مهمه که نیاز بازارو بشناسی و بعد بری سراغ کار، چون مطمئنن اگه کارت مورد نیاز جامعه نباشه هیچ پیشرفتی نخواهی داشت...»

کارآفرین شماره ۱۱ «من وقتی ایده کارمو طراحی کردم سعی کردم براساس نیاز جامعه باشه و جامعه به کارم و خدمتم نیاز داشته باشه...»

حمایت هنجارهای اجتماعی و فرهنگی: میزان عظیمی از کنش‌های متقابل و مهم اجتماعی به وسیله هنجارها هدایت می‌شوند که ناظر بر اعمال انسان‌ها هستند. انتخاب یک شیوه معین برای رفتار و در نظر گرفتن قواعد موجود، ممکن است برای هر فرد یا افراد جامعه اتفاق بیافتد. هر فرد بدون در نظر گرفتن معیارهای حاکم در جامعه می‌تواند یک رفتار منظمی را برای خود برگزیند، اما در سطح اجتماع، برای ایجاد رابطه با دیگران ضرورت دارد تا بر اساس قواعدی رفتار کند. این قواعد رفتاری باید مورد پذیرش جمعی باشند. بنابراین، در هر اجتماع شیوه‌های استاندارد شده‌ای برای رفتار وجود دارد که به آن هنجار می‌گویند و مردم در کارهای روزانه خود مانند: تجارت، اعمال مذهبی و بازی‌های ورزشی براساس آن‌ها عمل می‌کنند. تحلیل عمیق دیدگاه‌های نمونه‌ها نشان‌داد که تقریباً برای بیشتر آن‌ها هنجارهای مورد پذیرش در جامعه مهم بوده و سعی بر ایجاد کاری کردند که در تضاد با این ارزش‌ها و هنجارها نباشد، چرا که به نظر آن‌ها مردم چیزی را که مطابق هنجارهای مورد پذیرش آن‌ها نباشد، نمی‌پسندند و تمایل کمتری به سمت آن دارند. برای روشن شدن بیشتر این مطلب خلاصه‌ای از روایات نمونه‌ها در ادامه آمده‌است:

کارآفرین شماره ۱۰ «من خیلی سعی کردم کارم حتماً مطابق با فرهنگ امروزی

جامعه ما باشد چون یکی از دلایل موفقیت هر فرد کارآفرینی اینه که کارش مورد قبول جامعه باشد و با هنجارهای فرهنگی مغایرت نداشته باشد...»
 کارآفرین شماره ۱۸ هـ با شروع به کار متقاعد کردن دیگران برای اینکه قبولت کنن و حمایت کنن خیلی سخته برای همین باید تلاش کنی که از لحاظ فرهنگی و اجتماعی طرحت مورد پذیرش قرار بگیره...»

راهبردها در شکل‌گیری روحیه کارآفرینی در بین هنرجویان فنی و حرفه‌ای

قصد ایجاد کار نوآورانه: قصد ایجاد کار نوآورانه به معنای تصمیم فرد برای تلاش فردی یا گروهی در جهت راه‌اندازی یک کسب و کار با ارائه محصول یا خدمتی نو به بازار است. تحلیل عمیق داده‌های جمع‌آوری شده نشان دادند که با درک مطلوب بودن و امکان‌پذیر بودن شرایط برای کارآفرینی و ابتکار کارآفرینانه، نمونه‌ها تصمیم گرفتند برای پیگیری ایده نوآورانه خود تلاش کنند. در ادامه برای تبیین این مطلب خلاصه روایات نمونه‌ها، آورده شده است:

کارآفرین شماره ۷ «همونطور که خود کار مخصوصاً جدید باشه و مخصوص خودت باشه سخته شرایط قبل از شروع کار خیلی سختتره، تو باید حساب خیلی چیزارو بکنی و شرایطو فراهم بکنی و وقتی زمینه کار درست شد کافیه قصد شروع کار بکنی و ادامه بادی تا موفق بشی.»
 کارآفرین شماره ۱۷ «... بلافاصله بعد از اینکه تونستم سرمایه‌مو جور کنم و جای کارمو پیدا کنم تصمیموم برای عملی کردن ایده‌ام گرفتم و تلاشم دو چندان شد...»

گروه‌گرایی: روایت‌ها نشان دادند که نمونه‌ها بیشتر تمایل به پیگیری و انجام کار به صورت گروهی داشتند و برای این امر به سراغ افرادی که در زمینه مورد نظر اطلاعات لازم و توانایی کارآفرین شدن از نظر آن‌ها را داشته‌اند، رفتند و آن‌ها را برای همکاری ترغیب کرده‌اند و گروه مورد نظر خود را شکل داده‌اند. این افراد به طور معمول از اعضای خانواده، بستگان و دوستان اشخاص کارآفرین بوده‌اند. در ادامه برای نشان دادن این مطلب، خلاصه‌ای از روایات نمونه‌ها آورده شده است:

کارآفرین شماره ۴ « بعد از پایان درسم دنبال این بودم که ببینم چه جور



میتونم کارو آغاز کنم به‌خاطر همین سراغ چندتا از دوستان رفتم که بهم کمک کنن و با تمام توان به‌دنبال راه‌اندازی کار رفتیم.»

کارآفرین شماره ۵ «این مجموعه گلخانه‌هایی که شما الان میبینین شاید شروع کارش با من بود، ولی این گروهی که الان کنارم هستم، نبودن نمیتونستم اتقاد زود پیشرفت کنم، وقتی گروهی کار می‌کنی دلگرمیت خیلی بیشتره و سختی‌ارو خیلی راحت‌تر تحمل می‌کنی.»

تأمین سرمایه: شواهد نشان می‌دهد پس از تصویب طرح توسط گروه منابع مالی، انسانی، اجتماعی و فیزیکی، سرمایه مورد نیاز برای شروع عملیات طراحی شده از محل منابع شخصی و گروه همراه و جذب سازمان‌های مرتبط، تأمین شده‌است. در ادامه نحوه تأمین سرمایه توسط چند نفر از نمونه‌ها بیان می‌شود:

کارآفرین شماره ۶ «من به‌دلیل اینکه پولی برای شروع کار نداشتم از دوستان متناسب با رشتشون دعوت به همکاری کردم و اونا هم بهم کمک کردن اولش خوب خیلی سخت بود، ولی کم‌کم با درآمدمون تونستیم خیلی از کمبودهارو جبران کنیم...»

کارآفرین شماره ۱۸ «من کارمو با مادر و خواهرهایم درون منزلمان شروع کردم اینطوری دیگه نیاز به سرمایه خاصی برای شروع نداشتم...»

عملگرایی: مشاهدات انجام‌شده توسط محقق و همچنین تحلیل داده‌های موجود نشان می‌دهند که نمونه‌ها پس از تأمین سرمایه لازم، چه به‌صورت انفرادی و چه به‌صورت گروهی، فعالانه در تمامی مراحل شروع کار تا انجام آن حضور داشته و کار را انجام داده و بسیار اهل عمل و تلاشگری بوده‌اند و اکنون که در مرحله‌ای از رشد و پیشرفت رسیده‌اند، خودشان نیز جزو کارمندان و کارگران و پا به پای بقیه کار می‌کنند. برای روشن‌شدن بهتر این مطلب خلاصه‌ای از روایات آن‌ها آورده شده‌است:

کارآفرین شماره ۱ «هرکسی میخواد تو کارش موفق بشه اول از همه باید اهل عمل باشه، من از روزای اول کارم تا الان که این کارگاه رو را انداختم لحظه‌ای حس نکردم باید بشینم و به بقیه دستور بدم دوست داشتم کنار همه کار کنم.»

کارآفرین شماره ۳ «من از همون اول سعی کردم هرکاری برای موفقیتیم لازمه بهش عمل کنم و منتظر کار دیگران نموندم و تمام تلاشمو کردم چیزهای که تو ذهنمه و به نظر منطقی میاد عملی کنم...»

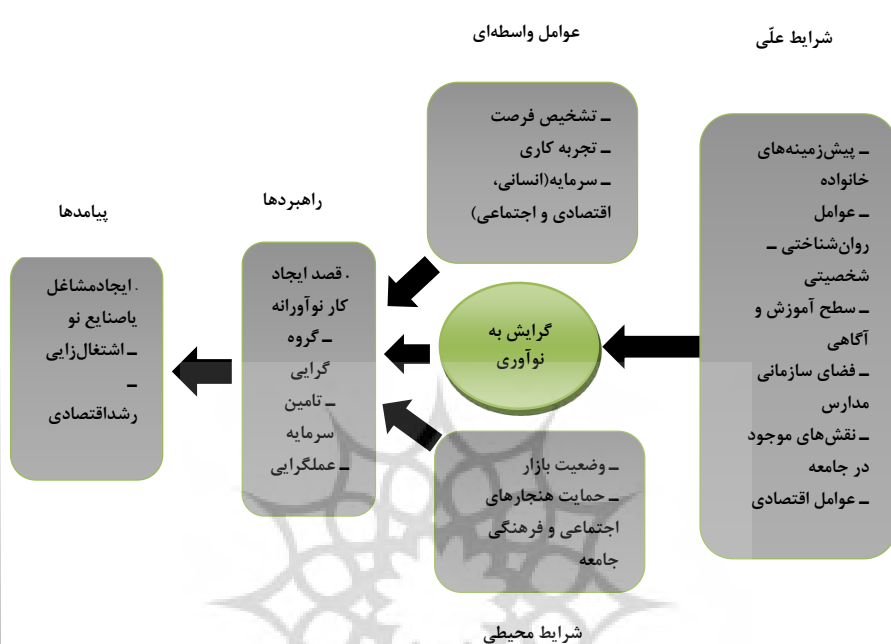
پیامدها در شکل‌گیری روحیه کارآفرینی در بین هنرجویان فنی و حرفه‌ای

ایجاد مشاغل یا صنایع نو: بسیاری از صنایع جدید از پیامدهای کارآفرینی هستند. زیرا کارآفرینی بر مبنای نوآوری است و نوآوری نیز همان ارائه محصول، فرایند و خدمات جدید به بازار است؛ نوآوری، بکارگیری توانایی‌های ذهنی برای ایجاد یک فکر یا مفهوم جدید است از این رو تقریباً در هر کارآفرینی، یک شغل یا صنعت یا خدمت جدید به جامعه عرضه می‌شود.

اشتغال‌زایی: مشاهدات و تحلیل داده‌ها به محقق نشان داد که تمامی کارآفرینان نمونه مورد نظر در این پژوهش، علاوه بر ایجاد کار برای خودشان، چندین نفر را نیز به صورت مستقیم یا غیرمستقیم به کار گرفته‌اند. در نتیجه یکی از مهم‌ترین پیامدهایی کارآفرینی ایجاد اشتغال و کاهش مُعضل بیکاری در جامعه است که این خود خدمت بسیار بزرگی به جامعه خواهد بود.

رشد اقتصادی: ویژگی بارز اقتصاد امروز، تغییرات سریع است. لذا کشورهایی می‌توانند درچنین اقتصادی موفق باشند که قابلیت تطبیق با این تغییرات را داشته‌باشند. کشورهایی که در آن‌ها میزان فعالیت‌های کارآفرینانه بالاتر است، قادرند تا در اقتصاد جهان موقعیت بهتری کسب کنند.

با توجه به یافته‌های به‌دست آمده، الگوی فرایند شکل‌گیری روحیه کارآفرینی در بین هنرجویان فنی و حرفه‌ای به صورت شکل ۲ تجسم می‌یابد.



شکل شماره ۲- مدل فرایندی برای شکل‌گیری روحیه کارآفرینی در بین هنرجویان فنی و حرفه‌ای

بحث و نتیجه‌گیری

واکاو در ادراک کارآفرینان موجب شد تا خردنظریه‌ای درباره تبیین فرایند شکل‌گیری روحیه کارآفرینی در بین هنرجویان فنی و حرفه‌ای تولید و عرضه شود. جمع‌بندی نتایج تحلیل داده‌ها، نشان داد که «گرایش به نوآوری»، مقوله کانونی شکل‌گیری روحیه کارآفرینی در بین هنرجویان فنی و حرفه‌ای است. در این فرایند، علل و شرایط ایجاد، شامل مقوله‌های اصلی «پیش‌زمینه‌های خانواده»، «عوامل روان‌شناختی-شخصیتی»، «سطح آموزش و آگاهی»، «فضای سازمانی مدارس»، «نقش‌های موجود در جامعه» و «عوامل اقتصادی» است. ۲ مقوله «وضعیت بازار» و «حمایت‌های هنجارهای اجتماعی و فرهنگی جامعه»، به‌طور مستقیم زمینه اجرای مطلوب فرایند شکل‌گیری روحیه کارآفرینی را فراهم می‌آورد. سایر شرایطی که به‌صورت غیرمستقیم بر اجرای مؤثر و مطلوب راهبردها، تأثیرگذارند. ۳ مقوله «تشخیص فرصت»، «تجربه‌کاری» و «سرمایه (انسانی، اقتصادی و اجتماعی)» به‌عنوان شرایط واسطه‌ای، تشخیص داده‌شد. تحقق

فرایند شکل‌گیری روحیه کارآفرینی، از طریق ۴ راهبرد اصلی شامل «قصد ایجاد کار نوآورانه»، «گروه‌گرایی»، «تأمین سرمایه»، «عمل‌گرایی» انجام شده است.

وقتی افراد چه در کسب و کار مستقل خود و چه در سازمان به خلاقیت و نوآوری اقدام می‌کنند، بسیار به اقدام کارآفرینانه نزدیک شده‌اند، چرا که شخص کارآفرین کسی است که یک ایده و فرصت را برای خلق و ارائه یک محصول یا یک خدمت به نحوی سودآور شناسایی کرده و صرف‌نظر از موانع و مشکلات پیش‌روی آن را به سرانجام برساند، این امر محقق نمی‌شود مگر با ذکاوت، هوش، خلاقیت، نوآوری و نگاهی تیزبین و روحیه‌ای خستگی‌ناپذیر؛ بدین ترتیب نوآوری، شکل ویژه‌ای است که با پرورش آن و وارد کردن برخی ویژگی‌ها به کارآفرینی تبدیل می‌شود که با پیاده‌سازی و اجرای موفقیت‌آمیز ایده‌های خلاق برای ایجاد و ثبات کسب و کار استفاده می‌شود (ناهید، ۱۳۸۸). به عبارت دیگر کارآفرینان در پرتو نوآوری به معنی ایجاد گزینه‌های نوین از منابع موجود و در دسترس، موجب ایجاد تخریب خلاق در صنایع، بازارها، جوامع و سیستم‌ها می‌شوند (الیاسی، ۱۳۸۷). در واقع نوآوری فرایندی است که کارآفرینان توسط آن فرصت را به ایده قابل عرضه به بازار تبدیل می‌کنند، اما نکته مهم این است که در مرحله قبل از نوآوری، باید تمایل و گرایش به نوآوری در فرد وجود داشته باشد و شکل گرفته باشد تا او بتواند اقدام به نوآوری و در نهایت کارآفرینی بنماید، چرا که گرایش‌ها در رفتار فرد متجلی می‌شود. از این رو گرایش به نوآوری به عنوان یک پدیده مهم قبل از نوآوری است که شاید مورد بی‌توجهی قرار گرفته باشد. سیگوا، سیسون و انز (۲۰۰۶) اشاره کرده‌اند که نوآوری، گرایش به نوآوری را تعریف نمی‌کند، بلکه نوآوری، گرایش و پیامد این فرایند است. در واقع گرایش به نوآوری، نیروی بالفعلی است که اعمال و اقدامات سازمان را که در نهایت منجر به نوآوری می‌شود، هدایت و رهبری می‌کند و توانایی سازمان به منظور برآوردن و ارضای نیازها و انتظارات مشتریان و همچنین پاسخ سریع به تغییرات محیطی، به‌طور عمده‌ای مبتنی بر این گرایش است. گرایش به نوآوری، در واقع گرایش به پذیرش و کاربست ایده‌ها، فرآیندها، تولیدات یا خدمات جدید و میل به تغییر از طریق اتخاذ تکنولوژی‌ها، منابع، مهارت‌ها، نظام‌های مدیریتی جدید است. گرایش به نوآوری می‌تواند به عنوان یک ساختار دانش در نظر گرفته شود که شرکت یا سازمان را قادر می‌سازد تا



پویایی‌های بازار را شناسایی کند (سیگوا و همکاران، ۲۰۰۶). به عبارت دیگر گرایش به نوآوری نوعی ایدئولوژی یادگیری است که راهنمای اعمال و اقدامات در کل سازمان است. در متون موجود، گرایش به نوآوری، استراتژی‌های سازمان در جهت توسعه G محصولات و تولیدات جدید و عرضه آن‌ها در بازار قبل از رقباست (آساها و آنچاکیت، ۲۰۰۸؛ به نقل از طغریایی و رضوانی، ۱۳۹۰). از آنجا که نوآوری پیامد گرایش به نوآوری است ابتدا باید گرایش به نوآوری در افراد شکل بگیرد تا به فعالیت‌های نوآورانه و در نهایت کارآفرینی دست بزنند. پیشینه پژوهش شامل مطالعات فتحی‌زاده، پاک‌طینت و شهبها، ۱۳۹۰؛ پوستیگو^۱، ۲۰۰۲؛ ویلسون و استوکس^۲، ۲۰۰۵). نشان می‌دهد که نوآوری بر کارآفرینی تأثیر مهم و ارتباط مستقیمی با آن دارد؛ هرچند پژوهش‌های زیادی در این زمینه انجام شده است اما محقق به پژوهشی در رابطه با تبیین فرایند تأثیرگذاری یا رابطه گرایش به نوآوری بر کارآفرینی دست نیافت و می‌توان آن را از جنبه‌های نوآورانه این پژوهش دانست. به طور کلی می‌توان نتیجه گرفت که گرایش به نوآوری یعنی گرایش به پیدایی و تولید یک اندیشه، تفکر و طرح نو، در حالی که نوآوری عملی ساختن آن اندیشه و طرح است، با توجه به الگوی به‌دست آمده در این پژوهش، می‌توان نتیجه گرفت که اگر فرد در خانواده‌ای رشد کند که در آن بر ارزش‌های اخلاقی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی، ارزش کار و بخشش و کمک به دیگران تأکید شود می‌تواند با توسعه ارزش‌های خود و تغییر شرایط موجود به تغییر در محیط و نوآوری اقدام کند. میزان تحصیلات، نوع شغل والدین، ساخت خانواده، روابط خانوادگی (خصوصاً رابطه والدین با فرزندان)، درآمد خانواده و میزان برخورداری از امکانات رفاهی در شکل‌گیری «فرهنگ کار» در خانواده می‌تواند تأثیر داشته باشد. انسان‌های متفاوت، توانمندی‌های متفاوتی دارند که اگر از همان دوران نوجوانی در مسیر مشخص هدایت شوند، می‌توانند با خلق ایده‌های جدید خود، تغییر در روند تولید و بالطبع تغییر در فرایند فناوری را آسان کنند. خانواده به‌عنوان انتقال‌دهنده جبهه‌ای از اصطلاحات، آیین‌ها و رفتارهای اجتماعی و همچنین در دسترس قرار دادن الگوهای ارزشمند رفتاری و کاری، می‌تواند نقش ثمربخش خود را برای آشنایی با مفاهیمی مثل «توفیق‌طلبی»، «استقلال‌طلبی»، «خطرپذیری» و دیگر ویژگی‌های شخصیتی مورد نیاز

1. Postigo
2. Wilson and Stokes



کارآفرین شدن فرد در عرصه اقتصادی و همسازی با واقعیت‌های کاری در جامعه، به اعضا خود ارزانی دارد و فرد را به سمت کارآفرینی سوق دهد. کنکاش دقیق و تحلیل عمیق دیدگاه‌های مشارکت‌کنندگان نشان داد که همه آن‌ها وجود برخی از ویژگی‌های شخصیتی خود را یکی از عوامل مهم گرایش‌شان به نوآوری و در نتیجه کارآفرینی می‌دانند، که واکاوی این دیدگاه‌ها توسط محقق سبب شناسایی برخی از این ویژگی‌ها شده است. در خصوص مشخصات روانی، اجتماعی، تربیتی، رفتاری و گرایش‌های کارآفرینان مطالعات نسبتاً زیادی شده است؛ تحقیقات نشان می‌دهد که ویژگی‌های مشترک قابل‌تأملی بین کارآفرینان وجود دارد که سبب موفقیت آن‌ها در کارآفرینی می‌شود، البته این ویژگی‌ها منحصر به فرد نبوده و هریک از کارآفرینان بالقوه یا بالفعل به یک نسبت از این ویژگی‌ها و قابلیت‌ها برخوردار نیستند، اما بازگو کردن این ویژگی‌ها از آن جهت اهمیت دارد که شناخت ویژگی‌های کارآفرینان موفق برای افرادی که شروع به کارآفرینی می‌کنند یا کارآفرینان بالقوه، سبب تشویق و موفقیت احتمالی آن‌ها می‌شود به طوری که فرد با شنیدن این خصوصیات سعی می‌کند آن‌ها را در خود ایجاد کند و همین امر زمینه‌ساز تسهیل و رغبت بیشتر او به انجام فعالیت‌های کارآفرینانه می‌شود (توسلی و چرمچیان، ۱۳۹۳). در گذشته نه چندان دور، پژوهشگران و صاحب‌نظران بر این عقیده بودند که این ویژگی‌ها با افراد متولد می‌شود و فرض اساسی این بود که کارآفرینان از طریق آموزش، پرورش نمی‌یابند (عابدزاده، ۱۳۹۱) اما امروزه بیشتر صاحب‌نظران و محققان بر این باورند که افراد در تعامل با محیط خود این ویژگی‌ها را می‌آموزند (عابدزاده، ۱۳۹۱؛ نوه‌ابراهیم و تندسته، ۱۳۸۷؛ مک‌کلند، ۱۹۶۱). علاوه بر خانواده، قرار گرفتن فرد در محیط آموزشی مناسب می‌تواند نقش مؤثری در پرورش روحیه کارآفرینی داشته باشد، مدرسه دومین پایگاه اجتماعی است که بعد از خانواده نقش مهمی در آموزش و پرورش فرد ایفا می‌کند. از این رو یکی از عوامل مؤثر بر شکل‌گیری روحیه کارآفرینی، توجه خاص به تقویت نظام آموزشی است (احمدپور، ۱۳۸۳). بسیاری از پژوهش‌ها و مطالعات (طیبی، ۱۳۸۷؛ هزارجریبی، ۱۳۸۲؛ اکبرپور و دباغی، ۱۳۸۸؛ توسلی و چرمچیان، ۱۳۹۳) عامل مؤثر و مرتبط در بروز روحیه کارآفرینی در افراد را آموزش و نظام آموزشی مناسب دانسته‌اند. بدین ترتیب می‌توان نتیجه گرفت نظام آموزشی با نقش مهمی که در فرآیند جامعه‌پذیری دارد، می‌تواند به‌عنوان عامل مشوق در پیدایش روحیه کارآفرینی در دانش‌آموزان در نظر گرفته شود، در فرآیند جامعه



پذیری در بستر نهاد آموزش و پرورش، مدارس فنی و حرفه‌ای و کاردانش که بیشتر بر آموزش‌های کاربردی و عملی تأکید دارند، این امکان را فراهم می‌کنند که نوجوانان با تکیه بر قابلیت‌ها و توانمندی‌های عملی خود، متناسب با نیاز جامعه، به کار و فعالیت اقتصادی بپردازند. به‌رغم نقش بسزای آموزش‌های فنی و حرفه‌ای در پیشرفت اقتصادی و تحقق اهداف اجتماعی و فردی (صالحی و همکاران، ۱۳۸۸) مسائلی نظیر عدم توفیق دانش‌آموختگان در بازار کار، فقدان ارتباط لازم بین رشته‌های فنی و حرفه‌ای و مناطق جغرافیایی در کشور از یکسو و فقدان ارتباط بین شغل و رشته تحصیلی دانش‌آموختگان از سویی دیگر، نرخ ناچیز انتقال از مدرسه به کار، دانش‌آموختگان با مهارت‌های سطوح مقدماتی که در عمل ناکارآمدند، تزریق دانش‌آموزان با کیفیت پایین به هنرستان‌های فنی و حرفه‌ای، نرخ بالای افت تحصیلی به ویژه در دروس عملی و مهارتی، عدم مشارکت یا مشارکت ناچیز صنایع در برنامه ریزی درسی، تدوین محتوا، اجرا و ارزشیابی رشته‌های فنی و حرفه‌ای، برنامه‌های درسی متمرکز، غلبه روش‌های آموزش سخنرانی بر روش‌های حل مسئله، غلبه روش‌های مداد کاغذی ارزشیابی بر ارزشیابی مبتنی بر عمل، غلبه روش‌های ارزشیابی پایانی بر روش‌های ارزشیابی فرایندی، کم‌توجهی به مقوله کارآفرینی و زایش تولیدات نوآورانه و نرخ پایین علاقه‌مندی به ثبت‌نام در هنرستان‌های فنی حرفه‌ای (صالحی و همکاران، ۱۳۸۸) در برخی کشورها، به‌ویژه کشورهای کمتر توسعه‌یافته و در حال توسعه، ضرورت بازاندیشی در این نظام را به‌صورت بسیار جدی مطرح کرده است.

در گذر زمان وقتی فرد به واسطه تحصیلات و تجربیات کاری توانایی‌ها و مهارت‌های مورد نیاز کارآفرینی (مانند تشخیص فرصت، خلاقیت) را به دست می‌آورد در برخورد با نیازهای جامعه به ایده تغییر و اصلاح شرایط از طریق گرایش به نوآوری می‌رسد، همچنین با تأمین سرمایه‌های اجتماعی، انسانی و مالی مورد نیاز در راه فعالیت کارآفرینانه خود گام بر می‌دارد. ضمن این‌که داشتن توانایی‌ها و مهارت‌های تسهیل‌گر فرایند کارآفرینی، که طی تجربه‌های پیشین وی به وجود آمده، وی را نسبت به توانمندی‌های شخصی برای ایجاد کار نوآورانه مطمئن می‌کند. علاوه بر این وقتی در محیطی قرار بگیرد که هنجارها و ارزش‌های جامعه از فرهنگ کارآفرینی و نوآوری و تغییر حمایت کند، تشخیص فرصت‌ها برای او سهل‌تر شده و با اطمینان بیشتری می‌تواند در مسیر نوآوری و خلق کارهای



نو گام بردارد. بنابراین، بعد از امکان پذیری تمام شرایط ذکر شده قصد ایجاد کار نوآورانه در فرد شکل می‌گیرد و در اولین اقدام بعدی، از آنجایی که فرد احساس می‌کند نیاز به توانایی‌ها و مهارت‌های مکمل خود دارد، با کمک توانایی‌ها و مهارت‌های ویژه خود اقدام به گروه‌سازی می‌کند و به تبع آن از طریق روابط مثبت، تسهیل‌کنش جمعی و تبادل اطلاعات، طوفان مغزی و هم‌افزایی گروهی را افزایش داده که این به نوبه خود به ارائه راه‌حل‌های جدید و مبتکرانه منجر می‌شود و پس از آن طرح کسب و کار مورد نظر تدوین شده و اهداف، ارزش‌ها و چگونگی انجام آن در گروه مشخص می‌شود. در گام بعدی با استفاده از منابع فردی و گروهی همچنین شبکه ارتباطی نزدیک خود و گروه همراه، منابع مالی و انسانی مورد نیاز برای شروع عملیات طراحی شده را تأمین می‌کند و در نتیجه شروع عملیات، کار نوآورانه ایجاد می‌شود. در مقایسه نتایج به‌دست آمده با چارچوب‌ها و پیشینه پژوهش می‌توان گفت الگوی به‌دست آمده در این پژوهش در رابطه با فرآیند شکل‌گیری روحیه کارآفرینی در بین هنرجویان فنی حرفه‌ای فراتر از الگوهای به‌دست آمده در این زمینه و عوامل مؤثر بر روحیه کارآفرینی بوده و جنبه نوآورانه داشته‌است، زیرا به مقوله‌های بیشتری در رابطه با فرآیند شکل‌گیری روحیه کارآفرینی رسیده‌است، همچنین الگوی به‌دست آمده نشان می‌دهد که گرایش فرد به نوآوری، پیش‌بینی‌کننده اصلی ایجاد یک کار نوآورانه است که خود از جنبه‌های بدیع این پژوهش است.

بر اساس الگوی به‌دست آمده در این پژوهش و با توجه به اهمیت آموزش کارآفرینی در پرورش روحیه کارآفرینی و نوآور و خلاق بار آوردن افراد و همچنین به‌دلیل وجود کاستی‌های فراوان در این زمینه، پیشنهاد می‌شود تا اولاً: بین وزارت آموزش و پرورش، وزارت کار و وزارتخانه‌ها و بخش‌های مسئول آموزش فنی و حرفه‌ای، مدیران محلی و ناحیه‌ای، سازمان‌های کارگری و کارفرمایی، مؤسسات کارآموزی و کارفرمایان انفرادی در هر ناحیه، جهت رفع کاستی‌ها و بهبود آموزش تعامل و همکاری بیشتر صورت‌بگیرد. ثانیاً ضمن ایجاد سامانه سنجش مستمر نیازهای محیط کار، سازوکاری در نظر گرفته شود تا دروس این مراکز با تمرکز بیشتری نسبت به نیازهای بازار همسو شده و ضمن بکارگیری الگوهای جدید یادگیری فعال که در نهایت به بهبود چشم‌انداز اشتغال فارغ‌التحصیلان منتهی گردد، بستر لازم برای پرورش کارآفرین فراهم گردد. ثالثاً به‌منظور ارتقای منزلت اجتماعی دوره‌های فنی و حرفه‌ای، به گونه‌ای که فارغ‌التحصیلان این آموزش‌ها از شأن و منزلت خاصی برخوردار باشند، فرهنگ



سازی مناسب صورت گیرد، رابعاً به منظور تهیه ابزارها و رویه‌های پشتیبان نظیر تربیت و بهره‌گیری از مربیان و آموزگاران کارآمد، ارزشیابی اصیل و اعطای مدارک معتبر، توسعه زیرساخت‌ها و فعالیت‌های توسعه منابع انسانی، تدارکات لازم اعمال شود. همچنین با توجه به نقش و ظرفیت جامعه و هنجارهای موجود برای تشویق به گرایش به کارآفرین و کارآفرین شدن دانش‌آموختگان مراکز فنی حرفه‌ای، پیشنهاد می‌شود: اولاً ترویج و ارزش‌گذاری فرهنگ کارآفرینی و ارزش‌آفرینی در جامعه ترویج و ارزش‌گذاری شود، ثانیاً برگزاری سمینارها و دوره‌های آموزشی برای تبیین آثار شیوه‌های تربیتی والدین بر عملکرد دانش‌آموزان در سطح جامعه برگزار شود. در ادامه پیشنهادهایی برای سایر مطالعات پژوهشی ارائه شده است:

- در این پژوهش به دلیل محدودیت تعداد نمونه‌ها، امکان تعمیم‌پذیری نتایج، زیـــــــاد نیست و نظریه‌ای در حد میانی به دست آمده است، بر همین اساس توصیه می‌شود روابط به دست آمده بین متغیرها، با استفاده از روش‌های کمی بررسی و ارزیابی شوند. همچنین پیشنهاد می‌شود سهم هر یک از عوامل شناسایی شده در ایجاد گرایش به کارآفرینی تعیین شود.
- به دلیل محدودیت‌های یاد شده، به احتمال عوامل علی، واسطه‌ای و محیطی دیگری نیز وجود دارند که به شکل‌گیری گرایش به نوآوری در فرد منجر می‌شود که در این پژوهش شناسایی نشده است که می‌تواند موضوع پژوهش‌های آتی و تکمیلی باشد.
- هر یک از مقوله‌های به دست آمده در این پژوهش برای بسط بیشتر می‌تواند به صورت کیفی و کمی بررسی شود.
- همچنین نقش جنسیت در فرایند شکل‌گیری روحیه کارآفرینی در هنرجویان فنی و حرفه‌ای مشخص نشده است که می‌تواند برای پژوهش‌های آتی موضوع جذابی باشد.
- پیشنهاد می‌شود در مطالعات آینده، اولاً ابزاری برای تشخیص و سنجش گرایش هنرجویان به نوآوری، طراحی و روسازی شده و ثانیاً سهم هر یک از عوامل شناسایی شده در شکل‌گیری روحیه کارآفرینی تعیین شود.

منابع

- احمدپور دادیانی، محمود (۱۳۸۳). تجارت کارآفرینی در کشورهای منتخب؛ تهران: امیرکبیر.
- احمدپور دادیانی، محمود (۱۳۷۹). کارآفرینی، تعاریف (الگوها و نظریات). تهران: شرکت پردیس.
- استراس، آنسلم و کوربین، جولیت (۱۳۹۴). مبانی پژوهش کیفی (فنون و مراحل تولید نظریه زمینه‌ای). ترجمه ابراهیم افشار. تهران: نی. تاریخ انتشار به زبان اصلی (۱۹۱۶).
- بازرگان، عباس (۱۳۹۷). مقدمه‌ای بر روش‌های تحقیق کیفی و آمیخته. تهران: دیدار.
- الیاسی، قنبر محمد (۱۳۸۷). موضوع کارآفرینی به عنوان یک حوزه علمی. فصلنامه توسعه کارآفرینی، ۱(۱): ۵۱-۸۵.
- توسلی، فاطمه و چرمچیان، مهدی (۱۳۹۳). بررسی سازه‌های مؤثر بر تقویت روحیه کارآفرینی اعضای تعاونی‌های تولید کشاورزی. فصلنامه نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی، ۱۲(۴۶): ۵۴-۵۸.
- جمشیدی‌فر، مصطفی، خرمی، شهروز و راحلی، حسین (۱۳۸۹). بررسی عوامل مؤثر بر روحیه کارآفرینی دانشجویان دانشکده کشاورزی. مجله پژوهش‌های ترویج و آموزش کشاورزی. ۳(۳): ۵۳-۶۴.
- حسینی‌خواه، علی (۱۳۸۷). امکان و ضرورت آموزش کارآفرینی در مدارس. مطالعات برنامه درسی، ۳(۱۱): ۶۶-۹۴.
- دانایی‌فرد، حسن و امامی، مجتبی (۱۳۸۶). استراتژی‌های پژوهش کیفی: تاملی بر نظریه‌پردازی داده بنیاد. اندیشه مدیریت، ۱(۲): ۶۹-۹۷.
- درانی، کمال و صالحی، کیوان (۱۳۸۵). ارزشیابی هنرستان‌های کار دانش با استفاده از الگوی سیپ به منظور پیشنهاد الگویی برای بهبود کیفیت هنرستان‌های کار دانش؛ مجله روان‌شناسی و علوم تربیتی دانشگاه تهران؛ ۳۶(۲): ۱۴۳-۱۶۶.
- رضوانی، مهران و طغرای، محمد تقی (۱۳۹۰). نقش آفرینی سرمایه اجتماعی سازمانی در گرایش به نوآوری سازمانی در شرکت‌های دانش بنیان (مورد مطالعه شرکت‌های مستقر در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران). پژوهش نامه مدیریت تحول، ۳(۶): ۲۸-۵۳.
- زین‌آبادی، حسن‌رضا، صالحی، کیوان و پرنده، کورش (۱۳۸۶). دختران و آموزش فنی حرفه‌ای: ارزیابی کیفیت ابعاد فردی، اجتماعی و اقتصادی برون‌دادهای هنرستان‌های فنی حرفه‌ای دخترانه شهر تهران؛ پژوهش زنان؛ ۵(۲): ۱۲۹-۱۶۴.



- شریف‌زاده، مریم و زمانی، غلامحسین (۱۳۸۴). روحیه کارآفرینی در دانشجویان کشاورزی: مطالعه موردی دانشگاه شیراز. *مجله علوم کشاورزی ایران*، ۳۷(۱)، ۱۰۷-۱۱۵.
- شریفی، امیر، اسدی، علی، رضایی، روح‌الله و عادل، محسن (۱۳۸۹). کارآفرینی زنان دانشگاهی. *پژوهشنامه زنان، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی*. ۱(۱)، ۷۳-۱۰۶.
- صالحی، کیوان، زین‌آبادی، حسن‌رضا و پرند، کورش (۱۳۸۸). کاربست رویکرد سیستمی در ارزشیابی کیفیت هنرستان‌های فنی حرفه‌ای: موردی از ارزشیابی هنرستان‌های فنی حرفه‌ای دخترانه شهر تهران؛ *فصلنامه نوآوری‌های آموزشی*، ۸(۲۹): ۱۵۲-۲۰۳.
- صمدی، پروین و شیرزادی‌اصفهانی، هما (۱۳۸۶). بررسی رابطه جو سازمانی مدرسه با روحیه کارآفرینی در دانش‌آموزان. *فصلنامه نوآوری‌های آموزشی*، ۵(۱۶): ۱۶۴-۱۸۷.
- عابدزاده، عشرت (۱۳۹۱). مدیران و کارآفرینی دانش‌آموزان (بازتاب نظرات دبیران مدارس متوسطه دختران شهرستان ری). *رشد آموزش فنی و حرفه‌ای*، ۸(۲): ۴۱-۴۷.
- فتحی‌زاده، علیرضا، پاک‌طینت، اقبال و شهباب، محمدجواد (۱۳۹۰). بررسی میزان خلاقیت و نوآوری در سه اداره دولتی. *فصلنامه مدیریت*، ۸: ۹۴-۷۹.
- غفوری، آرزو و صالحی، کیوان (۱۳۹۵). بازنمایی فرایند شکل‌گیری دگرگونی‌های ارزشی در افراد با محوریت زنان. *فصلنامه مطالعات اجتماعی-روانشناختی زنان*، ۱۴(۴): ۱۵۷-۲۰۸.
- غفوری، آرزو و صالحی، کیوان (۱۳۹۸). *راهنمای عملی اجرای پژوهش کیفی: با تأکید بر روش پژوهش نظریه‌برخاسته از داده‌ها (GT)*. تهران: دانشگاه تهران.
- مشایخ، پری (۱۳۸۶). بررسی تأثیر آموزش کارآفرینی بر روحیه کارآفرینی دانش‌آموزان دبیرستانی شهرستان کازرون. *اندیشه‌های تازه در علوم تربیتی*، ۴(۸): ۱۰۱-۱۱۴.
- ناهید، مجتبی (۱۳۸۸). چرایی کارآفرینی و کارآفرینی سازمانی در یک نگاه. *بررسی‌های بازرگانی*، ۳۴(۳): ۳۹-۵۸.
- نوه ابراهیم، عبدالرحیم و تندسه، اشکان (۱۳۸۷). مطالعه شاخص‌های کارآفرینی در بین دانش‌آموزان سال آخر سه شاخه نظری، فنی و حرفه‌ای و کاردانش (مدارس متوسطه شهرستان گرمسار). *فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی*، ۲(۲): ۱۳۳-۱۴۶.
- نوری، علی و مهرمحمدی، محمود (۱۳۹۰). الگویی برای بهره‌گیری از روش نظریه‌برخاسته از داده‌ها در پژوهش‌های تربیتی. *فصلنامه مطالعات برنامه درسی ایران*، ۶(۲۳): ۸-۳۵.
- نویدی، احد و برزگر، محمود (۱۳۸۲). بررسی وضعیت اشتغال مهارت‌آموختگان رشته‌های کامپیوتر و الکترونیک شاخه کار و دانش. *فصلنامه تعلیم و تربیت*، ۴۵: ۱۳۵-۱۶۰.
- هزارجریبی، جعفر (۱۳۸۲). توسعه کارآفرینی و دانش‌آموختگان. *فصلنامه پژوهش و برنامه*



- ریزی در آموزش عالی، ۹(۳۰): ۱۵۹-۱۷۷.
- یدالهی فارسی، جهانگیر و رضوی، سید مصطفی (۱۳۹۱). نقش سرمایه‌های اجتماعی و سرمایه انسانی در کارآفرینی جوانان در روستاهای بخش کربال. پژوهش‌های جغرافیای انسانی، ۲۵: ۱۰۳-۱۱۶.
- یادگار، نسیم (۱۳۸۹). فرایند شکل‌گیری ابتکارات کارآفرینانه اجتماعی: الگویی برگرفته از نظریه برخاسته از داده‌ها. پایان‌نامه کارشناسی ارشد کارآفرینی، دانشگاه تهران.
- Abedzade, E. (2013). Managers & Entrepreneurship Students. *Roshd Technical and vocational education*. 8(2). 41-47 (Text in Persian).
- Ahmadpour Dadiani, M. (2000). *Entrepreneurship, Definitions (Patterns and Ideas)*. Tehran: Pardis Company Publications (Text in Persian).
- Ahmadpour Dadiani, M. (2004). *Entrepreneurship Business in Selected Countries*; Tehran: Amir Kabir Publications (Text in Persian).
- Alsos, G. A. (2001). Portfolio entrepreneurs within primary production. *Northland Research Institute, university of Kuopio*.
- Anderson, C. S. (1982). The search for school climate: A Review of the research. *Review of educational research*, 52(3), 368-420.
- Anonymous, A. (2006). Entrepreneurship everywhere: The case for entrepreneurship education, the catalyst. *Proquest Education*, 8(20), 13-15.
- Ardagana, S., & Lusardi, A. (2008). *Explaining international differences in entrepreneurship: The role of individual characteristics and regulatory constraints*. Oxford University Press, Inc. New York, New York.
- Bazargan, A. (2018). *Introduction to qualitative and mixed research methods*. Tehran: Didar (Text in Persian).
- Begley, T., & Boyd, D.P. (1987). The Relationship of the Jenkins Activity survey to type A Behavior among Business Executives. *Journal of vocational Behavior*, 27(3), 316-328.
- Daghbashyan, Z., & Harsman, B. (2014). University choice and entrepreneurship. *Small BusEcon*, 42(4), 729-746.
- Danaei fard, H., & Emami, M. S. (2007). Strategies of qualitative research; A reflection on grounded theory. *Strategic management thought*. 1(2). 69-97 (Text in Persian).
- De Carlo, J.F., & Lyons, P.R. (1979). A comparison of selected personal characteristics of minority and nonminority female entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, 17, 22-29.
- Dorani, K., & Salehi, K. (2007). Assessing his workshops using the sip' model to propose a model for improving the quality of this college workshops. *Journal of*



- psychology and educational sciences, university of Tehran. 36(1,2), 143-166*(Text in Persian).
- Elyasi, GH. M. (2008). The entrepreneurship as an emergent scientific field. *Journal of Entrepreneurship development. 1*(1). 51-85 (Text in Persian).
- Eroglu, O., & Picak, M. (2011). Entrepreneurship, National culture and Turkey. *International Journal of Business and Social science, 2*(16), 146-151.
- Espiritu –olmos, R., & Sastre – Castillo, M.A., & Miguel, A., (2015). Personality traits versus work values: Comparing psychological theories on entrepreneurial intention. *Journal of Business Research, 68*, 1595-1598.
- Fathizade, A., Paktinat, A., & Shahba, M.J. (2012). Investigate creativity and innovation in three government offices. *Journal of public Administration. 8*, 79-94. (Text in Persian).
- Ghafoori, A., & Salehi, K. (1398). *A Prractical Guide to Qualitative Research with Emphasis on the Grounded Theory (GT)*. Tehran: Tehran University Press (Text in Persian).
- Hezar Jaribi, J. (2004). Entrepreneurship development among graduates. *Quarterly journal of research and planning in higher education. 30*, 159-177 (Text in Persian).
- Hornaday, J. A., & Aboud, J. (1973). Characteristics of successful entrepreneurs. *Personnel Psychology, (24)*, 141–153.
- Hornaday, J. A., & Bunker, Ch. S. (1970). The nature of the entrepreneur. *Personnel Psychology, (23)*, 47-54.
- Hosseini Khah, A. (2009). The possibility and need for entrepreneurship education in schools. *Journal management system. 3*(11). 66-94 (Text in Persian).
- Hull, D. L., Bosley, J. J., & Udell, G. G. (1980). Renewing the Hunt for the Heffalump, Identifying Potential Entrepreneurs by Personality Characteristics. *Journal of Small Business, 18*(1), 11 - 18.
- Hulsbeck, M., & Pichave, E.N. (2014). Regional knowledge production as determinant of high-technology entrepreneurship; empirical evidence for Germany. *Int Entrep Manage, (10)*, 121-138.
- Jamshidi far, M., Khorami, SH., & Rahili, H. (2009). Investigating the factors affecting the students entrepreneurial spirituality in faculty of agriculture. *Journal of Agricultural extension and education research. 3*(3), 53-64 (Text in Persian).
- Nahid, M. (2010). What and why entrepreneurship and corporate entrepreneurship at a glance. *Barresy bazargani. 34*. 39-58 (Text in Persian).
- Naveh ebrahim. A., & Tandese, A. (2009). Study of entrepreneurship indices among



- the final year students of theoretical, technical and vocational fields (high schools in Garmsar city). *Quarterly journal of educational leadership & Administration*. 2(2). 133-146 (Text in Persian). (Text in Persian).
- Navidi, A., & Barzegar, M. (2004). Study of employment status of students in computer and electronic fields of work and knowledge. *Quarterly journal of education*. 45. 135-160 (Text in Persian).
- Nori, A., & Mehrmohamadi, M. (2012). A Model for Using the Grounded Theory from Educational Research. *Journal of Curriculum Studies*. 6(23). 8-53 (Text in Persian).
- Pari., M. (2008). The Effect of entrepreneurship education on the entrepreneurial spirituality of high school Students in Kazeroun. *Journal of Modern Thoughts in education*. 8. 101-114 (Text in Persian).
- Postigo, S. (2002). Entrepreneurship education in Argentina, The case of Santander University. Paper presented for the Internationalizing Entrepreneurship education & training conference in ENT, Malaysia.
- Rashed, H.S. (2000). Developing entrepreneurial potential in youth: The effect of entrepreneurial education and venture creation. Available at: www.proquest.umi.com.
- Rezvani, M., & Toghraee, M. T. (2012). The role of organizational social capital organizational innovation orientation in knowledge – based enterprises (case of: university of Tehran science and technology park. *Transformation Management Journal*. 3(2). 28-53 (Text in Persian).
- Robinson, P.B., Stimpson, D.V., Huefner, Y.C., & Hunt, K.H. (1991). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and practice summer*. 15(4), 31-73.
- Salehi, K., Zeinabadi, H. R., & Parand, K. (2007). A study on the implementation of the systematic approach for quality Evaluation of technical – vocational schools (TVS): A case of evaluating girls TVS in Tehran. *Educational Innovations*. 8(29). 203-152 (Text in Persian).
- Samadi, P., & Shirzadi Esfehiani. H. (2006). A study of the Relation between schools organizational atmosphere and the spirit of entrepreneurship among students. *Educational Innovations*. 5(16). 164-187 (Text in Persian).
- Sasu, C., & Sasu, L. (2015). Demographic Determinant of the Entrepreneurship intentions, The case of Romania. *Journal procedia Economics and finance*, 20, 580-585.
- Shane, S. (2003). A General Theory of Entrepreneurship Published by Edward Elgar Publishing Limited Glensanda House Montpellier Parade Cheltenham IVA Glos



GL50 UK. P 9.

- Sharifi, A., Asadi, A., Rezaie, R., & Adeli, M. (2011). University educated womens' entrepreneurs. *Womens' studies*. 1(1). 72-106 (Text in Persian).
- Sharifzade, M., & Zamani, GH. (2006). Entrepreneurship spirituality in agricultural students: A case study of shiraz university. *Iranian journal of agriculture science*. 37(1). 107-115
- Siguaw, J.A., Simpson, P.M., & Enz, C.A. (2006). Conceptualizing innovation orientation: a frame work for study and integration of innovation research. *Journal of product Innovation management*, 23(6), 556-574.
- Strauss, A., & Corbin, J. (1988). *Basics of qualitative research: grounded theory procedures and techniques*. Translated by Ibrahim Afshar. Tehran: Nashr-Nay.
- Strauss, A., & Corbin, J. (1988). *Basics of qualitative research: grounded Theory Procedures and Techniques*. Translation by Buick Mohammadi. Tehran: Institute of Humanities and Cultural Studies.
- Tavasoli, F., & Charmchian, M. (2016). Investigating effective structures on enhancing the entrepreneurial spirituality of agricultural cooperatives. *Agriculture and natural resources engineering disciplinary organization*. 12(46). 54-58 (Text in Persian).
- Timmones, A. S. (1990). New venture creation Entrepreneurship for the 21st century. Timons, *The entrepreneurial process*, 84-89.
- Wagner, K., & Ziltener, A. (2008). The Nascent Entrepreneur at the Crossroads: Entrepreneurial Motives as Determinants for Different Types of Entrepreneurs, Discussion Papers on Entrepreneurship and Innovation are edited by the Swiss Institute for Entrepreneurship, Chur.
- Wilson, N. C., & Stokes, D. (2005). Managing creativity and the challenge for cultural entrepreneurs. *Journal of small business and enterprise*. 3(12), 366-378.
- Yadegar, N. (2011). The Process of Creating Social Entrepreneurship Initiatives: A Model Based on grounded Theory. *Master's Degree in Entrepreneurship*, University of Tehran (Text in Persian).
- Yadolahi Farsi, J., & Razavi, S. M. (2012). The role of human and social capital in you the entrepreneurship in korbali rural areas. *Human geoghraphy research quarterly*. 25(1). 103-116 (Text in Persian).
- Zeinabadi, H.R., Salehi, K., & Parand, K. (2007). Girls and Technical – vocational education(TVE). *Women in development & politics*. 5(2). 129-164(Text in Persian).



پښتو ښکته علمون انساني و مطالعات فرېښتې
پرتال جامع علمون انساني

A grounded Theory explaining the process of entrepreneurial spirit formation among the students in Technical-Vocational schools (TVS)

Zahra Karimian¹, Keyvan Salehi*² and Ebrahim Khodaie³

Abstract

One of the main concerns of Iran's educational system is identifying the best method to foster entrepreneurial spirit among the students. Regarding the major contribution of entrepreneurs in economic growth and sustainable development, it is suggested that what the appropriate pattern to form and develop entrepreneurial spirit among vocational and technical students is. In order to reach this pattern, a qualitative approach and grounded theory method were used. The data were collected during an in-depth interview with 21 entrepreneurs who graduated from the Technical-Vocational school. After analyzing the data, 195 initial codes were obtained, in which they were grouped in 85 conceptual codes, then in 31 subcategories, and finally in 19 categories. Deep analysis of lived experience and the participants' values led to the formation of a middle-range theories. The pattern obtained from this study shows that the main category leading to the creation of entrepreneurship is the tendency of the individual to innovate, which makes the creation of entrepreneurial activity desirable. If a person is affected by intermediary conditions such as "opportunity diagnosis", "work experience" and "capital (human, social and economic)" and environmental conditions such as "market situation" and "support of social and cultural norms" finds that The tendency to innovate is possible, follows strategies of "the intent to create innovative work", "sociality", "supplying capital" and "pragmatism" which results in entrepreneurial activity.

Keywords: *Entrepreneurship, Entrepreneurial Spirit, Educational System, Students, Technical-Vocational Schools.*

-
1. MA in Educational Research, Faculty of Psychology and Education, University of Tehran, Tehran, Iran. karimian.zahra@ut.ac.ir
 2. *Corresponding author: Assistant Professor, Faculty of Psychology and Education, University of Tehran, Tehran, Iran. keyvansalehi@ut.ac.ir
 3. Associated Professor, Faculty of Psychology and Education, University of Tehran, Tehran, Iran. khodaie@ut.ac.ir
- DOI:10.22051/jontoe.2019.20595.2234
<https://jontoe.alzahra.ac.ir>