

# طراحی الگوی ویژگیهای مدارس کارآفرین در ایران بر اساس رویکرد داده بنیاد\*

♦ عابدین اکبری<sup>۱</sup> ♦ دکتر حسینعلی تقی پور<sup>۲</sup> ♦ دکتر محمدجواد تقی پوریان گیلانی<sup>۳</sup> ♦ دکتر محمد غفاری مجلج<sup>۴</sup>

## چکیده:

مدرسه به منزله جامعه‌ای کوچک که ارتباط اعضای آن با یکدیگر فضای اجتماعی مشخصی را به وجود می‌آورد، باید بتواند در بروز خصایصی چون خلاقیت، خودباوری، آینده‌نگری، ریسک‌پذیری و تمایل به کامیابی (روحیه کارآفرینی) در دانش‌آموزان مؤثر باشد. ایجاد جو و فضایی مناسب و مطلوب که زمینه بروز این ویژگیها را فراهم آورد، یکی از وظایف و رسالتهای مسئولان آموزش و پرورش است. پژوهش حاضر با هدف طراحی الگوی ویژگیهای مدارس کارآفرین انجام گرفته است. پژوهش حاضر بر اساس هدف از نوع تحقیقات بنیادی و از نظر ماهیت، اکتشافی است که با به کارگیری روش نظریه داده بنیاد انجام شده است. ابزار گردآوری داده‌ها مصاحبه عمیق نیمه‌ساختاریافته و جامعه آماری شامل متخصصان و طراحان نظام آموزشی و اساتید و مربیان کارآفرینی بوده است. همچنین روش نمونه‌گیری هدفمند با تکنیک گلوله‌برفی به کار رفته است و از خبرگان مصاحبه نیمه‌ساختاریافته تا حد اشباع (۲۷ نفر) به عمل آمده است. داده‌های گردآوری شده با کدگذاری باز، محوری و انتخابی تجزیه و تحلیل شدند و الگوی نهایی استخراج شد. مدل نهایی از مجموع چهار مقوله محوری، چهار مقوله شرایط علی، شش مقوله بسترها و زمینه‌های لازم، هفت مقوله راهبردها، پنج مقوله محیطی و دو مقوله پیامدهای مدارس کارآفرین تشکیل شده است. در مجموع می‌توان بیان کرد که سیستم مدارس کارآفرین، دانش‌آموزان را برای دنیای واقعی آماده می‌کند و فرصت یادگیری مهارتهای کلیدی مورد نیاز را برای موفقیت در مسیر تحصیلی، شغلی و زندگی فراهم می‌کند.

**کلیدواژگان:** مدارس کارآفرین، کارآفرینی، خلاقیت، توانمندی

© تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۶/۶

© تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۴/۵

\* این مقاله مستخرج از رساله دکتری نویسنده اول است.

۱. دانش‌آموخته دوره دکتری کارآفرینی کسب و کار، واحد چالوس، دانشگاه آزاد اسلامی، چالوس، ایران. dr.kab21@yahoo.com
۲. نویسنده مسئول: دانشیار بازنشسته گروه مدیریت آموزشی، واحد چالوس، دانشگاه آزاد اسلامی، چالوس، ایران. Taghipoor95@yahoo.com
۳. استادیار گروه مدیریت، واحد چالوس، دانشگاه آزاد اسلامی، چالوس، ایران. j.pouryan@gmail.com
۴. استادیار گروه مدیریت آموزشی، واحد چالوس، دانشگاه آزاد اسلامی، چالوس، ایران. Mohammadghaffari@iauc.ac.ir

## ■ مقدمه و بیان مسئله

در حال حاضر یکی از دغدغه‌های اصلی کشور، اشتغال و کاهش نرخ بیکاری دانش‌آموختگان و جوانان است. یکی از مهم‌ترین اهداف آموزش و پرورش هر کشور پرورش استعدادها و تربیت انسانهای شایسته و مولد برای ورود به بازار کار و صنعت است. با توجه به نقش و اهمیت کارآفرینی در ابعاد زندگی فردی، خانوادگی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی، از نظام آموزشی هر کشور انتظار می‌رود که شهروندان شایسته کارآفرین را پروراند. از این‌رو در برنامه‌های آموزشی کشورهای توسعه‌یافته آموزش کارآفرینی بخشی جدایی‌ناپذیر از برنامه‌های درسی رسمی و غیررسمی است.

سیستم مدارس کارآفرین، دانش‌آموزان را برای دنیای واقعی آماده می‌کند و فرصت یادگیری مهارت‌های کلیدی لازم را برای موفقیت در مسیر تحصیلی، شغلی و زندگی فراهم می‌کند. بر اساس گزارش بانک جهانی در سال ۲۰۱۷ ایران در فهرست «شاخص سرمایه انسانی» در رتبه ۱۰۴ از میان ۱۳۰ کشور قرار گرفته است. بر پایه پژوهش‌های انجام‌گرفته عامل کلیدی قرارگیری کشورهای نروژ، فنلاند و سوئیس در سه رتبه اول، سرمایه‌گذاری زیاد در زمینه نظام آموزش و پرورش و بهره‌گیری از الگوهای خلاقانه و نوآورانه در نظام آموزشی است. از این‌رو می‌توان بیان کرد که مهم‌ترین شکاف عملی موجود، ناکارآمدی نظام آموزش رسمی کشور در تربیت و پرورش سرمایه انسانی توانمند با مهارت، چندبعدی، خلاق و نوآور، پیشگام و ارزش‌آفرین است. در ضمن شکاف نظری موجود عدم ارائه و طراحی الگوی جامع و کارآمد برای شکل‌گیری نسل جدید مدارس در ایران منطبق با تغییر و تحولات دنیای امروز است. از این‌رو هدف اصلی پژوهشگر، طراحی نسلی جدید از مدارس با عنوان مدارس کارآفرین است، برای اینکه از سیستم آموزش سنتی و مرسوم موجود به سمت آموزش کارآفرینانه و مبتنی بر خلق ارزش هدایت شوند که لازمه آن ایجاد تغییر و تحول در تألیف محتوای دروس به‌منظور کاربردی شدن و مطابقت با چارچوب و برنامه‌های توسعه‌ای ملی، نقش حمایتی از تنوع، نوآوری و خلاقیت افراد است تا در نهایت به ارتقای کیفیت و بهبود مستمر نظام آموزش رسمی کشور بینجامد.

آنچه در مدارس کارآفرینی به‌عنوان شعار مطرح می‌شود این است که «مشکلات یک فرصت‌اند». باید مشکلات را به‌مثابه فرصتی نو در نظر بگیریم و برای برطرف کردن آنها به راه‌حلهایی سریع و بدیع فکر کنیم. برای دستیابی به این هدف مدارس کارآفرینی با مفهومی تحت عنوان خلاقیت ساختارشکنانه شروع به کار می‌کنند.

امروزه در اکثر کشورها علاوه بر آموزش کارآفرینی در دوره‌های بالا، تلاش‌هایی گسترده برای آموزش کارآفرینی به جامعه کودکان و دانش‌آموزان ابتدایی در حال انجام است که می‌توان به برنامه‌های آموزشی «جامعه کوچک»<sup>۱</sup> در مدارس ایالات متحده آمریکا اشاره کرد که برای کودکان اجرا می‌شوند و اهدافی مانند آموزش مفاهیم کارآفرینی از جنبه عملی و ترکیب کارآفرینی با موضوعات درسی را

1. Small Community

دنبال می‌نمایند (سبزه، ۱۳۹۴). بنابراین پژوهش حاضر با هدف بررسی ویژگی‌های مدارس کارآفرین از دیدگاه صاحب‌نظران و معلمان به‌منظور ارائه مدل مدرسه کارآفرینی در نظام آموزش و پرورش انجام پذیرفته است.

## ■ مبانی نظری پژوهش

سالیان متمادی است که اهمیت کارآفرینی در رشد و توسعه اقتصادی کشورهای گوناگون جهان و ضرورت پرداختن به آن در نظام آموزش و پرورش به صورت یک واقعیت اجتناب‌ناپذیر مورد تأیید و تأکید قرار می‌گیرد، زیرا در جامعه‌ای که سرعت تغییرات آن از مقیاس زمان قرن به ثانیه تبدیل شده، مهم‌ترین اصل برای سازمانها بقا و توسعه است. امروزه که کار و فعالیت شکل تازه‌ای به خود گرفته و به سمت خودکارفرمایی و خوداشتغالی در حرکت است، کارآفرینی و کارآفرینان در روند توسعه و پیشرفت اقتصادی جوامع مختلف نقش کلیدی ایفا می‌کنند (بهاروند و گوران، ۱۳۹۸). تنوع و سرعت تغییرات به حدی است که سرعت بخشیدن به تولید فکر و ارتقای شیوه تفکر از یک سو و واداشتن نیروهای خلاق و نو از سوی دیگر به‌منظور هماهنگی با این تغییرات و تحولات نو اهمیت فراوان دارد (ساغری، علی اسماعیلی و حسین زاده (۱۳۹۷). اهمیت تربیت کارآفرینان تا اندازه‌ای است که سازمانهای بین‌المللی مانند سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (OECD)، مجمع جهانی اقتصاد و نیز یونسکو، نه تنها آموزش کارآفرینی را توصیه کرده‌اند، بلکه در سالهای اخیر آن را از تکالیف دولتها و آموزش رسمی برشمرده‌اند (مهرابی، ۱۳۹۶). بر این اساس، امروزه هر کشور نیازمند این است که با توسعه آموزش و پرورش خلاق و کارآفرین، نیازهای موجود جامعه را شناسایی و در جهت رفع آنها کوشش کند. زمانی که افراد جامعه از روحیه کارآفرینی برخوردار شوند می‌توانند فرایند حل مشکلات را تسهیل بخشند، بنابراین نقطه شروع تحولات در این زمینه نظام آموزش و پرورش و گام نخست ایجاد جو و فضایی خلاق و کارآفرین است. از آنجا که نیروی انسانی به‌عنوان سرمایه اصلی تحولات علمی و هدف توسعه و رفاه اجتماعی به‌شمار می‌رود، نقش آموزش و پرورش در تقویت این سرمایه در قالب آموزش کارآفرینی بسیار پر اهمیت و ضروری است (خسروی پور و کیخواه، ۱۳۹۲).

مفهوم کارآفرینی ابتدا در سازمانهای تولیدی و صنعتی مورد توجه و استفاده قرار گرفته، سپس به‌سرعت وارد حیطه سایر سازمانهای اجتماعی و خدماتی نیز شده است. از این رو مدارس هم به‌منزله مهم‌ترین مرکز تولید دانش و تأمین‌کننده نیاز نیروی انسانی متخصص، از پیش‌تازترین چنین سازمانهایی به‌شمار می‌آیند. یکی از عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی، توجه خاص به تقویت نظام آموزشی است. امروزه تقریباً در همه کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه و در همه پایه‌های تحصیلی، آموزش و ترویج کارآفرینی جایگاهی ویژه دارد. تربیت نیروی انسانی خلاق، متخصص، کارآفرین، مسئولیت‌پذیر، آینده‌نگر، فعال و نوآور از اهداف این مراکز است. در این مدارس افراد از ابتدا با مهارتهای اجتماعی

آشنا می‌شوند. بسیاری از مدارس و مؤسسات کارآفرینی علاوه بر آموزشهای نظری با برگزاری کلاس و کارگاههای گوناگون به آموزش توانمندیهای اجتماعی، مهارتهای ارتباطی، رویکردهای خلاقانه و ... می‌پردازند.

مدارس کارآفرین، کانون اصلی تربیت دانش‌آموزانی است که با برخورداری از ایده‌ها و اندیشه‌های نو، می‌توانند هر لحظه در شریانیهای حیاتی جامعه که حرکت رو به رشدی دارد، نیروی نوینی را تزریق کنند. جامعه نیز با به کار بستن ایده‌های نوظهور می‌تواند اندیشه توسعه را محقق سازد (فقیری و صالحی، ۱۳۹۶). مدرسه از جمله سازمانهایی است که در همه جوامع از حساسیتی خاص برخوردار است. سیر تغییر و تحولات و پیشرفتهای اجتماعی، نیاز به آموزش و پرورش اثربخش را ضروری می‌سازد. مدرسه به‌منزله جامعه‌ای کوچک که ارتباط اعضای آن با یکدیگر فضای اجتماعی مشخصی را به‌وجود می‌آورد، باید بتواند در بروز خصایصی چون خلاقیت، خودباوری، آینده‌نگری، ریسک‌پذیری و تمایل به کامیابی (روحیه کارآفرینی) در دانش‌آموزان مؤثر باشد. ایجاد جو و فضایی مناسب و مطلوب که زمینه بروز این ویژگیها را فراهم آورد، یکی از وظایف و رسالتهای مسئولان آموزش و پرورش است (قربانی، ۱۳۹۵). مدارس می‌بایست در کنار آموزش، نقش خود را در توسعه اقتصادی و اجتماعی بر مبنای کارآفرینی ایفا کنند. برای تحقق‌پذیری این نقش، مدارس در حکم یک سازمان می‌بایست متحول شوند. استراتژی یا رویکرد گذر از مدارس سنتی به مدارس کارآفرین، فرهنگ‌سازی و ارزش‌آفرینی و در پی آن فراهم کردن شرایط و امکانات مناسب برای پرورش ایده‌ها و نگرشهای کارآفرینانه است (کمیسون اروپا، ۲۰۰۶). زمانی که به مقایسه آموزش کارآفرینی در سطح مدارس در ایران و سایر کشورها به‌ویژه کشورهای اروپایی و ایالات متحده آمریکا توجه می‌شود، علاوه بر مشخص شدن میزان فاصله بسیار زیاد با آنها، به‌ناکام بودن آموزشهای کارآفرینی و کاستیها و مشکلات آن در مدارس کشور پی می‌بریم. از این‌رو ایجاد مهارتها در مدارس با موفقیت‌چندانی همراه نبوده است و هیچ مدرسه‌ای نمی‌تواند در برنامه‌های درسی و تحصیلی خود مهارت خلاقیت، نوآوری، مسئله‌گشایی، مدیریت امور و غیره را در افراد ارتقا بخشد. در این مدارس باید بر تقویت مرکز کنترل درونی دانش‌آموزان تأکید شود و آنها یاد بگیرند که همه شکستها عامل بیرونی ندارند بلکه به تلاش و کوشش آنها بستگی دارد. همچنین فعالیتها و شیوه‌های آموزشی باید به‌گونه‌ای باشند که خلاقیتها و ایده‌پردازی در دانش‌آموزان بروز یابند. دانش‌آموزان باید به‌نحوی آموزش ببینند که راهکارهای نوآورانه برای مسئله ارائه دهند. با ایجاد مدارس کارآفرین با جایگاه و نقشی متفاوت از مدارس سنتی، تحولات بسیار در بخش صنعت و دیگر بخشها به وجود می‌آید (صبوری خسروشاهی، ۱۳۸۹).

همواره باید در نظر داشته باشیم چیزی که سرنوشت انسان را می‌سازد استعدادهايش نیست، انتخابهايش است و امروزه کارآفرینی چیزی بیش از یک انتخاب است و تبدیل به ضرورت شده است.

هدف بسیاری از مدارس کارآفرینی این است که جوانان به جای اینکه در اندیشه استخدام و تحقق پذیری اهداف مدیر خود باشند با خلاقیت و طرح ایده‌های نو با کسب مهارت‌های کارآفرینی برای تحقق بخشی به رویای خودشان تلاش کنند (پوسپیتا، موچلاس و کوآت، ۲۰۲۰).

با توجه به آنچه گفته شد، مدارس کارآفرینی ویژگی‌هایی دارند که به‌منظور تغییر و تحول در مدارس سنتی، شناسایی این ویژگی‌ها ضروری به‌نظر می‌رسد. بنابراین در این پژوهش به بررسی ویژگی‌های مدارس کارآفرین پرداخته می‌شود. پژوهشگر با بررسی پیشینه پژوهش و دیگر پژوهش‌های انجام‌شده در حوزه کارآفرینی، آموزش کارآفرینی و نوآوری در آموزش و پرورش به این نتیجه رسیده که بیشتر پژوهش‌های انجام شده در زمینه تأثیر آموزش کارآفرینی در مدارس و دانشگاه‌هاست و روحیه کارآفرینی و نگرش کارآفرینانه در اثر دوره‌های آموزش کارآفرینی را مورد سنجش قرار داده است. همچنین پژوهش‌های انجام‌شده به بررسی ابعاد ساختاری و مؤلفه‌های مؤثر در شکل‌گیری دانشگاه کارآفرین و ارتباط معنادار میان ویژگی‌های کارآفرینی با فراگیران در ابعاد مختلف پرداخته است، اما پژوهشی که به صورت نظام‌مند و کامل به بررسی چگونگی آموزش کارآفرینی و درنهایت به بررسی مدرسه کارآفرین پرداخته، انجام نشده است. همچنین پژوهشی درباره چگونگی طراحی مدرسه کارآفرین و چستی عناصر و اجزای تشکیل‌دهنده آن، انجام نشده است، در حالی که آموزش کارآفرینانه و مدرسه کارآفرین می‌تواند دانش‌آموزان خلاق، توانمند، چندان‌د، مهارت - محور و ارزش‌آفرین برای ورود در عرصه‌های گوناگون پرورش دهد. لذا با توجه به نقش، اهمیت و گسترش کارآفرینی، چگونگی آموزش در توسعه کارآفرینی، چگونگی آموزش در توسعه مهارت‌های کارآفرینانه و درنهایت نقش مدرسه کارآفرین در رشد و توسعه کشور (توجه به برخی مؤلفه‌های مدرسه کارآفرین در کشورهای دیگر، نتایج مثبتی به همراه داشته است) و با در نظر گرفتن این نکته که تاکنون پژوهشی در زمینه مدرسه کارآفرین در ایران انجام نشده است و همچنین پژوهشی در خارج از کشور که همه ابعاد و مؤلفه‌های مدرسه کارآفرین را به‌طور کامل پوشش دهد، صورت نگرفته است، پژوهش حاضر می‌تواند نقطه شروعی در جهت اهمیت و نقش بارز آن در جهت‌گیری نظام آموزش و پرورش به سمت داشتن مدارس کارآفرین باشد، از این رو در پژوهش حاضر پژوهشگر در صدد طراحی الگوی ویژگی‌های مدارس کارآفرین بوده است.

## پیشینه پژوهش

طغریایی، میرواحدی و هاشمی (۱۳۹۸)، طی پژوهشی با عنوان «طراحی الگوی آموزش کارآفرینانه در مدارس» به این نتایج دست یافتند که «آموزش مبتنی بر خلق ارزش» مقوله محوری آموزش کارآفرینانه است که متأثر از عوامل سبب‌ساز نگرش کارآفرینانه معلم، مسئولان و تصمیم‌گیران

در حوزه آموزش مدرسه و والدین است. مهم‌ترین عوامل زمینه‌ای، جو کارآفرینانه، طراحی محیط بازی‌گونه، طراحی فضاهای جذاب در مدرسه به همراه شرایط محیطی لازم همچون هوشیاری کارآفرینانه، برنامه‌ریزی آموزشی و آگاهی کارآفرینانه است. این عوامل به اجرا و اتخاذ راهبردها و اقدامات لازم برای آموزش و انجام یادگیری کارآفرینانه، تکالیف کارآفرینانه، تیمهای کارآفرینانه، شوق کارآفرینانه، تعامل مدرسه با دنیای واقعی، ارزشیابی انعطاف‌پذیر و چندجانبه و تأکید بر شناخت و فراشناخت کمک خواهد کرد. در نهایت «خلق ارزش جدید، تربیت دانش‌آموز خلاق، نوآور، چندان‌دیدی و توانمند با مهارت» پیامد و برون‌داد اصلی آموزش کارآفرینانه در مدارس است که طی آن دانش‌آموزان با قرار گرفتن در مسیر آموزش صحیح تحصیلی و شغلی به خلق ارزش برای خود و جامعه می‌پردازند.

ستاری، بهرام‌نیا و بهرام‌نیا (۱۳۹۷) پژوهشی با عنوان «تأثیر مدارس کارآفرین بر توسعه اشتغال‌زایی از دیدگاه مدیران آموزشی مدارس دوره دوم متوسطه شهرستان اردبیل» انجام داده‌اند. جامعه آماری پژوهش همه مدیران آموزشی مدارس دوره دوم متوسطه شهر اردبیل در سال تحصیلی ۹۷-۱۳۹۶ بودند. نتایج نشان داد که متغیرهای کارآفرینی توانستند اشتغال‌زایی را تبیین کنند. یافته‌ها نشان می‌دهند که متغیرهای مدارس کارآفرین بر توسعه اشتغال‌زایی شهر اردبیل تأثیر گذارند.

قربانی (۱۳۹۵) پژوهشی با هدف بررسی «طراحی مدل مدرسه کارآفرین با رویکرد مدل کسب و کار (مقطع دوره دوم دبیرستان)» انجام داده است. در مرحله اول با استفاده از پرسشنامه‌هایی که ۱۴ نفر از خبرگان کارآفرینی در وزارت آموزش و پرورش تکمیل کردند، گروههای مخاطب (مشتریان) مدرسه کارآفرین شناسایی شدند. در گام دوم پژوهش، ارزشهای پیشنهادی برای هر یک از گروههای مخاطب، با تحلیل پرسشنامه‌هایی که خبرگان و جامعه مخاطبان مورد مطالعه تکمیل کرده بودند، استخراج شدند. سپس نقاط قوت و ضعف، فرصتها و تهدیدهای مدارس با نظرسنجی از خبرگان استخراج شدند. این معیارهای SWOT به عنوان معیارهای تصمیم‌گیری در نظر گرفته شدند و ارزشهای پیشنهادی استخراج شده (به عنوان گزینه‌های تصمیم‌گیری) از طریق روش تصمیم‌گیری چندمعیاره تاپسیس ارزیابی و اولویت‌بندی شده‌اند. برای دانش‌آموزان ارزش پیشنهادی کاهش ریسک در مهیا کردن شرایط مناسب به ثمر رسیدن ایده، برای معلمان و مدیر و کادر اجرایی و اولیای دانش‌آموزان، ارزش پیشنهادی راحتی/قابل استفاده در ارائه دوره‌های آموزشی مناسب، جامع و کارآفرینانه و دوره‌های توانمندسازی بالاترین رتبه را داشته‌اند. همچنین، برای فارغ‌التحصیلان هم ارزش پیشنهادی قابلیت دسترسی در ارائه دوره‌های آموزشی مناسب، جامع و کارآفرینانه و دوره‌های توانمندسازی، بالاترین رتبه را داشته‌اند. پس از شناسایی مهم‌ترین ارزشها برای هر یک از گروههای مخاطب، از طریق پرسشنامه‌های مبتنی بر مفروضات آستروالد و نظرسنجی از خبرگان، سایر اجزای مدل کسب و کار مدرسه کارآفرین استخراج شده است.

هویدا، چوپانی، خوران و غلامزاده (۱۳۹۴)، پژوهشی با عنوان «نقش ارتباطات سازمانی اثربخش و

اعتماد سازمانی در توسعه و بهبود نوآوری سازمانی مدارس» انجام داده‌اند. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که وضعیت اعتماد سازمانی و ارتباطات سازمانی بالاتر از میانگین قرار داشته و نوآوری سازمانی در حد گزینه متوسط بوده که به لحاظ آماری معنادار بوده است. همچنین میان اعتماد سازمانی و مؤلفه‌های آن با ارتباطات سازمانی و نوآوری سازمانی مدارس رابطه‌ای مثبت و معنادار وجود دارد و در نهایت نتایج نشان داده که اعتماد سازمانی هم به‌طور مستقیم و هم به‌طور غیرمستقیم بر ارتباطات سازمانی و نوآوری سازمانی مدارس تأثیرگذار است.

عابدزاده (۱۳۹۱) طی پژوهشی به بررسی نقش مدیران در تقویت ابعاد کارآفرینی دانش‌آموزان دختر دوره متوسطه شهرستان ری پرداخته است. نتایج پژوهش نشان داد که میان نقش مدیران و تقویت کارآفرینی دانش‌آموزان در نمونه مورد مطالعه ارتباطی معنادار وجود دارد و هر چه این نقش پررنگ‌تر شود، به همان نسبت نیز کارآفرینی دانش‌آموزان در ابعاد مختلف تقویت می‌شود.

هادی، وکه و کاهایا<sup>۱</sup> (۲۰۱۵)، پژوهشی را با عنوان «کارآفرینی و آموزش: ایجاد آگاهی نسبت به کسب و کار در دانش‌آموزان در شرق جاوه اندونزی» انجام داده‌اند. این پژوهش در سورابایا، شرق جاوه اندونزی انجام شده است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که برنامه‌هایی برای نیاز دانش‌آموزان به شرکت در کسب و کار و تجارت تدارک دیده شده است که می‌تواند فرصتهایی را برای افزایش علاقه دانش‌آموزان ایجاد کند. در طول این برنامه دانش‌آموزان سعی می‌کنند داده‌هایی را گردآوری و اطلاعاتی را مطالعه کنند تا در حد امکان گفتگوها را گسترش دهند. آنها این شانس را دارند که تواناییهای خود را نشان دهند و در دوره‌ای پس از پایان تکالیف آنها را نمایش دهند. پس از سلسله جلساتی، دانش‌آموزان نه تنها در کلاس درس بلکه در اعمال کارآموزی، نسبت به کارآفرینی توجه کردند. در نهایت دانش‌آموزان نیاز به برنامه‌های آموزشی دارند که شامل برنامه‌درسی و رئوس مطالبی باشد که کارآفرینی را در آن کلاسها ادغام کند.

خداداده و کاویانی (۱۳۹۸) پژوهشی با عنوان «مدیریت در مدارس کارآفرین در هزاره سوم» انجام داده‌اند. نتایج نشان داد که کارآفرینی را باید یکی از ضروریات هزاره جدید دانست، عصری که به جامعه اطلاعاتی و هنگامه جهانی شدن موسوم است. کارآفرینی عامل رشد و توسعه هر جامعه‌ای محسوب می‌شود و توسعه مدارس کارآفرین، به‌منزله مرکز تولید علم و فناوری و محل کاربردی نمودن دانش، می‌تواند نقشی بسزا در پیشرفت و توسعه کشور در عرصه‌های جهانی داشته باشد. توجه به توسعه مدارس کارآفرین، چندی است که در کشورها مورد توجه قرار گرفته است، اما این امر به معنای واقعی شکل‌گیری مدارس کارآفرین نبوده است. در این زمینه موانع و مشکلات گوناگونی وجود دارند، از جمله موانع آموزشی و پژوهشی، مشکلات مالی - اقتصادی، مشکلات فرهنگی و اجتماعی، نبود ارتباط میان مدرسه و جامعه و عدم توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات.

مطهرنیا و نقوی (۱۳۹۷) ویژگیهای مدارس کارآفرین را شامل ۲۱ عامل دانسته‌اند که عبارت‌اند از:

۱. واگذاری اداره و مدیریت فعالیتهای مدرسه به دانش‌آموزان
۲. برپایی بازارچه‌های کسب و کار در مدرسه به‌منظور تمرین مهارتهای کسب و کار
۳. واگذاری صفر تا صد برنامه‌ریزی و اجرای اردوها و ... به دانش‌آموزان
۴. تمرین پروژه‌های ساخت و تولید واقعی در مدرسه
۵. برگزاری مسابقه‌های مربوط به بورس و ... در مدرسه
۶. به‌کارگیری تدریس با رویکرد کار، مهارت و کارآفرینی
۷. به‌کارگیری ارزشیابی با رویکرد پروژه و عملکرد
۸. ساخت و تولید وسایل عملی ساده به دست دانش‌آموزان متناسب با درسهای متفاوت
۹. دست‌ورزی دانش‌آموزان با وسایل اولیه بر اساس موقعیتهای طبیعی
۱۰. انجام دادن آزمایش و فعالیتهای عملی در موقعیتهای شبیه‌سازی شده و مجازی
۱۱. بازدید از مراکز صنعتی و تهیه گزارش
۱۲. تولید بازی رایانه‌ای با موضوع کار از سوی دانش‌آموزان
۱۳. تولید کتاب داستان با موضوع کار از سوی دانش‌آموزان
۱۴. تولید روزنامه دیواری با موضوع کار از سوی دانش‌آموزان
۱۵. مطالعه کتابهای غیردرسی با موضوع کار از سوی دانش‌آموزان
۱۶. تشویق خانواده‌ها به خرید اسباب‌بازی با موضوع کار از سوی دانش‌آموزان
۱۷. تشویق خانواده‌ها به واگذاری امور بانکی و ... به دانش‌آموزان
۱۸. هدایت بازی و سرگرمیهای بچه‌ها به اسباب‌بازی با موضوع کار از سوی دانش‌آموزان
۱۹. تشویق خانواده‌ها به راه‌اندازی کسب و کارهای خانگی به کمک کودکان
۲۰. واگذاری مسئولیت امور فنی منزل و مدرسه به کودکان
۲۱. واگذاری مسئولیت وسایل منزل به کودکان

پاسو و پالینها<sup>۱</sup> (۲۰۱۱)، در مقاله خود تحت عنوان «آموزش کارآفرینی به کودکان: مطالعه موردی» با استفاده از هر دو روش کیفی و کمی (مشاهده و نظرسنجی) در دانش‌آموزان ۶ تا ۸ سال بیان کردند که ضروری است که بچه‌ها را از سنین کودکی با مفهوم کارآفرینی آشنا کرد و مدرسه نقش اساسی در این آموزشها دارد. در این پژوهش از برنامه JA-YE برای آموزش کارآفرینی به کودکان استفاده شد و نتایج بیانگر این مطلب بود که سطح دانش کودکان پس از آموزش افزایش پیدا کرد. برای کودکان بسیار مهم است تا با برنامه‌های آموزش کارآفرینی در تماس باشند، زیرا هدف از این برنامه‌ها

1. Paço & Palinhass

پرورش ویژگیهای شخصیتی برای افرادی است که می‌خواهند کارآفرین شوند.

پژوهش انجام گرفته در زمینه آموزش کارآفرینی در مدارس مقطع متوسطه در مکزیک، مؤید تأثیر مثبت این آموزشها بر نگرش دانش‌آموزان بوده است به گونه‌ای که بر اساس نظرات دانش‌آموزان، این آموزشها سبب تعامل بهتر با معلمان و یادگیری کاربردی شده و شناخت آنها را نسبت به توانمندیهایشان توسعه داده است (کارکامو - سولیس، آرویو - لویز، آلوارز - کاستانیون و گارسیا - لویز<sup>۱</sup>، ۲۰۱۷). مارولاندا والنسیا، مونتویا رستrepo و ولز رستrepo<sup>۲</sup> (۲۰۱۹) در پژوهشی در کشور اسپانیا نشان داده‌اند که اجرای پروژه‌هایی مانند تأسیس شرکتهای کوچک، بازاریابی و تنظیم قیمتها به بهبود توانمندی دانش‌آموزان در زمینه کارآفرینی می‌انجامد و همچنین فعالیتهایی مانند طراحی و ساخت طیف وسیعی از محصولات دست‌ساز که اغلب از بازیافت مواد مختلف صورت می‌گیرد زمینه بروز خلاقیت و ایده‌های نو را در دانش‌آموزان فراهم می‌آورد و به‌طور کلی آموزشهای کارآفرینی به بهبود و توسعه مهارتهای گوناگون از جمله راه‌اندازی کسب و کار مستقل، دفاع منصفانه از موقعیت خود، بیان ترجیحات و علائق فردی، شناسایی و حل مشکلات، ریسک‌پذیری، مسئولیت‌پذیری در کسب و کار، انتقادپذیری و توانایی ارائه پاسخ مناسب به انتقادات، تصمیم‌گیری بهینه، شناخت صحیح نسبت به توانمندیها و استعدادهای درونی و ارزیابی واقع‌بینانه نسبت به خود در دانش‌آموزان می‌انجامد.

فایول، گیلی و لاساس - کلرک<sup>۳</sup> (۲۰۰۶)، در پژوهشی با عنوان «ارزیابی تأثیر برنامه‌های آموزش کارآفرینی» با استفاده از روش مطالعات کتابخانه‌ای، مصاحبه و تکمیل پرسشنامه از سوی دانشجویان، چارچوبی را برای ارزیابی برنامه‌های آموزش کارآفرینی بر مبنای تئوری رفتاری معرفی کردند. این چارچوب، نگرشها، تمایلات، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتاری از پیش تعیین‌شده شرکت‌کنندگان را بررسی می‌کند. درباره معیارهای ارزیابی آموزش کارآفرینی مانند هر برنامه آموزشی دیگر، ارزیابی براساس دانش خاص یا مهارتهای کسب‌شده و اندازه‌گیری اینکه چطور دانشجویان تکنیکها و مفاهیم را درک کرده‌اند است که از این طریق می‌توان تمایل، گرایش و آگاهی دانشجویان را سنجید.

شارما<sup>۴</sup> (۲۰۰۵) در پژوهشی که با عنوان «شناسایی چارچوبی برای آغاز، نگهداری و مدیریت نوآوری در مدارس» با رویکرد کیفی و در میان چهار مدرسه انجام داد، به این نتایج دست یافت که در این مدارس سبک رهبری مشارکتی، شبکه‌های ارتباطی میان معلمان، ارتباطات عمودی و افقی هموار، حمایت و تشویق مدیران مدارس، صداقت در ارتباطات و تلاش تیمی، ایجاد تعاملات عمیق و گسترده، فرایندها و نظامهای منحصر به فرد مدارس در گزینش معلمان و آموزش آنها در مدارس مورد مطالعه سبب شده است که این مدارس به سمت نوآوری حرکت کنند.

1. Cárcamo-Solís, Arroyo-López, Alvarez-Castañón & García-López
2. Marulanda-Valencia, Montoya Restrepo & Vélez Restrepo
3. Fayolle, Gailly & Lassas-Clerc
4. Sharma

## روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و برحسب گردآوری اطلاعات کیفی بوده و با به‌کارگیری روش نظریه داده بنیاد انجام گرفته است. نظریه داده بنیاد یک نوع راهبرد روش تحقیق کیفی است که به‌منظور توسعه مجموعه‌ای از مفاهیم منسجم طراحی شده است که از پدیده محوری مورد مطالعه (مدارس کارآفرین) تبیین تئوری کاملی را ارائه می‌دهد در این پژوهش از روش اشتراوس یا عینیت‌گرا برای تحلیل داده‌ها استفاده شده است، زیرا روشی نظام‌مند دارد. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل متخصصان و طراحان نظام آموزشی و اساتید و مربیان کارآفرینی بوده است. در این پژوهش، از روش نمونه‌گیری نظری استفاده شده است. این نوع نمونه‌گیری راهبردی است که در نظریه داده بنیاد استفاده شده و به‌منزله نمونه‌گیری بر مبنای مفاهیم در حال ظهور تعریف می‌شود و از قاعده انتخاب تدریجی پیروی می‌کند (کوربین و اشتراوس<sup>۱</sup>، ۲۰۰۸). نمونه‌گیری تا زمان رسیدن به اشباع نظری یعنی نقطه‌ای که دیگر اضافه کردن نمونه‌های جدید تأثیری در توسعه مدل یا نظریه پژوهش ندارد، ادامه می‌یابد. اشباع نظری در این پژوهش با انجام دادن ۲۷ مصاحبه حاصل شد. روش اصلی گردآوری داده‌ها در پژوهش حاضر روش مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساختاریافته است.

بررسی صحت علمی مطالعات کیفی شامل چهار معیار قابلیت اعتبار، قابلیت انتقال‌پذیری، قابلیت اطمینان و تأییدپذیری است (لینکولن و گوبا<sup>۲</sup>، ۱۹۸۵). این موارد در جدول شماره ۱ ارائه شده است.

**جدول ۱.** موارد تأییدکننده روایی و پایایی در روش تحقیق کیفی

|                     |                                                                                               |
|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
| قابلیت اعتبار       | نمونه‌گیری تا رسیدن داده‌ها به حد اشباع، درگیر شدن طولانی مدت در میدان، چندجانبه‌نگری داده‌ها |
| قابلیت اطمینان      | بازرسی، مستندسازی پژوهشگر در زمینه داده‌ها، روشها و تصمیمات، چندجانبه‌نگری پژوهشگر            |
| تأییدپذیری          | بررسی موازی نتایج و انعکاسی بودن                                                              |
| قابلیت انتقال‌پذیری | وصف مفصل محیط و شرکت‌کنندگان و تنوع دیدگاهها و تجارب گوناگون مصاحبه‌شوندگان                   |

تجزیه و تحلیل داده‌ها از طریق کدگذاری انجام گرفته است. در مرحله کدگذاری باز، با مراجعه به کدهای اولیه استخراج‌شده از مصاحبه‌ها (کدگذاری نکات کلیدی)، کدهایی که به موضوعی مشترک اشاره داشتند، گروه‌بندی شدند و مفاهیم را ساختند و از مقایسه و طبقه‌بندی آنها نیز مقوله‌ها تعیین شدند. در مرحله کدگذاری محوری، به‌منظور مرتبط کردن مقوله‌های اصلی به مقوله‌های فرعی، از الگوی پارادایمی استفاده شد تا شرایط علی، پدیده محوری، عوامل زمینه‌ای، راهبردها و پیامدها که اجزای کدگذاری محوری‌اند، مشخص شوند. سپس از طریق کدگذاری انتخابی و بر اساس الگوی ارتباط شناسایی شده میان مقوله‌ها و زیرمقوله‌ها در کدگذاری باز و محوری، مقوله‌ها به هم مرتبط شدند و نظام نظری مربوطه ارائه شد.

1. Corbin & Strauss
2. Lincoln & Guba

جدول ۲. مشخصات مصاحبه‌شوندگان

| جنسیت |    | تحصیلات       |       | سابقه اجرایی |              |                |
|-------|----|---------------|-------|--------------|--------------|----------------|
| مرد   | زن | کارشناسی ارشد | دکتری | ۵ تا ۱۰ سال  | ۱۱ تا ۱۵ سال | ۱۵ سال به بالا |
| ۲۰    | ۷  | ۸             | ۱۹    | ۶            | ۷            | ۱۴             |

## یافته‌ها

تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی بر اساس دستورالعمل اشتراک و کوربین (۱۹۹۸) انجام شده است. این شیوه شامل سه مرحله اصلی کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی است. در کدگذاری باز مفاهیم از متن مصاحبه استخراج شده و در کدگذاری محوری چند مفهوم با هم تشکیل یک مقوله را داده‌اند و در نهایت در کدگذاری انتخابی ارتباط میان مقولات و ابعاد مشخص شده است.

● **کدگذاری باز:** همان‌طور که جدول شماره ۳ نشان می‌دهد صاحب‌نظران در مصاحبه‌های ۲۸ گانه به طیفی وسیع از عوامل در پاسخ به سؤالهای تحقیق اشاره کرده‌اند و در نهایت با حذف مفاهیم مشابه ۴۸۰ مفهوم از متن مصاحبه‌ها گرفته شده است. به صورت واضح‌تر در این مرحله، مضمونهای زیادی به دست آمد که با تلفیق و تقلیل آنها با استفاده از فرایند رفت و برگشتی تحلیل داده‌ها، مجموعه کل کدهای اولیه به کدهای کمتری تقلیل یافتند. به این گونه که به منظور پیشگیری از تکرار، تمام کدهای اولیه تکراری یا مشابه که از لحاظ مفهومی بسیار به هم نزدیک بودند در یک مجموعه واحد قرار گرفتند و مفاهیمی را به وجود آوردند که مقولات را تشکیل دادند و در مجموع ۴۲ مقوله شناسایی شد.

● **کدگذاری محوری:** فرایند ربطدهی مقوله‌ها به زیرمقوله‌هایشان است. این کار بر مبنای یک سرمشق و الگوی جامع و کلی مرسوم به مدل پارادایم انجام می‌گیرد. در این مرحله از کدگذاری علاوه بر گزینش یک مقوله به منزله مقوله محوری اجزای کدگذاری محوری مانند شرایط علی، پدیده محوری، عوامل زمینه‌ای، راهبردها و پیامدها با استفاده از داده‌های گردآوری شده مشخص شدند. مهم‌ترین گام در مرحله کدگذاری انتخابی، ترسیم کدهای منتخب ناشی از مقولات علی، محوری، راهبردی، پیامدی و زمینه‌ای است. به منظور برقراری پیوند میان مقوله‌ها، از مدل پارادایمی (مدل الگویی یا سرمشق) استفاده می‌شود. این مدل پارادایمی، مقوله‌ها را در شش دسته یا جعبه مقوله جای می‌دهد. در صورتی که از مدل استفاده نشود، ممکن است نظریه تولیدی فاقد دقت و پیچیدگیهای لازم باشد. این دسته‌ها عبارت‌اند از: شرایط علی، پدیده یا مقوله محوری، شرایط زمینه‌ای، شرایط محیطی، راهبردها و پیامدها. در جدول شماره ۳ الگوی کدگذاری انتخابی منتج از کدگذاری محوری مندرج در سطور بالا ارائه شده است.

## جدول ۳. مقولات محوری و منتخب در مدل تحقیق

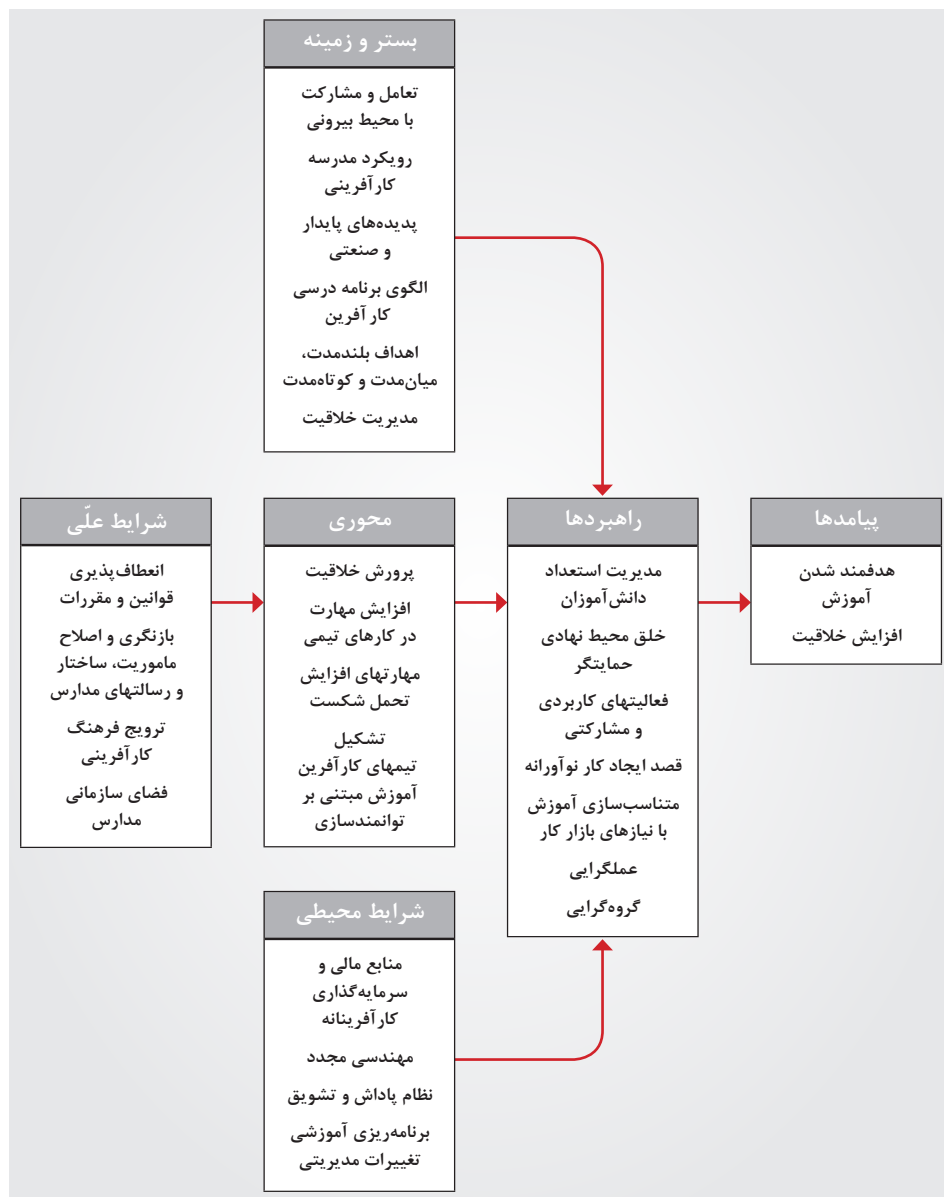
| مقوله‌های منتخب | مقوله اصلی                 | کدها (مفاهیم شناسایی شده)                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-----------------|----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| مقوله علی       | پیشایندهای مدارس کارآفرین  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• انعطاف‌پذیری قوانین و مقررات</li> <li>• بازنگری و اصلاح مأموریت، ساختار و رسالت‌های مدارس</li> <li>• ترویج فرهنگ کارآفرینی</li> <li>• فضای سازمانی مدارس</li> </ul>                                                                              |
| مقوله محوری     | پدیده‌های مدارس کارآفرین   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• مهارت‌های افزایش تحمل شکست</li> <li>• تشکیل تیم‌های کارآفرین</li> <li>• آموزش مبتنی بر توانمندسازی و افزایش مهارت در کارهای تیمی</li> <li>• پرورش خلاقیت</li> </ul>                                                                              |
| مقوله راهبردی   | سازوکارهای مدارس کارآفرین  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• قصد ایجاد کار نوآورانه</li> <li>• متناسب‌سازی آموزش با نیازهای بازار کار</li> <li>• عملگرایی</li> <li>• مدیریت استعداد‌های دانش‌آموزان</li> <li>• خلق محیط نهادی حمایتگر</li> <li>• فعالیتهای کاربردی و مشارکتی</li> <li>• گروه‌گرایی</li> </ul> |
| مقوله زمینه‌ای  | بسترهای مدارس کارآفرین     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• تعامل و مشارکت با محیط بیرونی</li> <li>• الگوی برنامه درسی کارآفرین</li> <li>• اهداف بلندمدت، میان‌مدت و کوتاه مدت</li> <li>• مدیریت خلاقیت</li> <li>• رویکرد مدرسه کارآفرینی</li> <li>• پدیده‌های پایدار و صنعتی</li> </ul>                     |
| مقوله محیطی     | شرایط محیطی مدارس کارآفرین | <ul style="list-style-type: none"> <li>• منابع مالی و سرمایه‌گذاری کارآفرینانه</li> <li>• مهندسی مجدد</li> <li>• نظام پاداش و تشویق</li> <li>• برنامه‌ریزی آموزشی</li> <li>• تغییرات مدیریتی</li> </ul>                                                                                   |
| مقوله پیامدی    | پیامدهای مدارس کارآفرین    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• هدفمند شدن آموزش</li> <li>• افزایش خلاقیت</li> </ul>                                                                                                                                                                                             |

مقوله اصلی (محوری) یا پدیده اصلی (هسته) مورد مطالعه، پدیده مورد نظر، ایده و فکر محوری، حادثه، اتفاق یا واقعه‌ای است که جریان کنشها و واکنشها به‌سوی آن رهنمون می‌شوند تا آن را اداره،

کنترل یا به آن پاسخ دهند. مقوله محوری پدیده‌ای است که اساس و محور فرایند است. این مقوله همان عنوانی (نام یا برچسب مفهومی) است که برای چارچوب یا طرح به وجود آمده در نظر گرفته می‌شود. پدیده محوری مورد مطالعه در این پژوهش طراحی مدل مدارس کارآفرین است که شامل پرورش خلاقیت، افزایش مهارت در کارهای تیمی، مهارت‌های افزایش تحمل شکست، تشکیل تیم‌های کارآفرین و آموزش مبتنی بر توانمندسازی است. در زمینه شرایط علی ۴۵ مفهوم شناسایی شده و این مفاهیم در چهار مقوله تقسیم‌بندی شده‌اند. شیوه تقسیم‌بندی مفاهیم بر این اساس بوده است که مفاهیم مرتبط و شبیه به هم در یک حوزه خاص تشکیل یک مقوله را داده‌اند. نتایج مربوط به شرایط علی مدارس کارآفرین به اختصار عبارت‌اند از: انعطاف‌پذیری قوانین و مقررات، بازنگری و اصلاح مأموریت، ساختار و رسالت‌های مدارس، ترویج فرهنگ کارآفرینی و فضای سازمانی مدارس. بستر یا زمینه مجموعه ویژگی‌هایی است که به پدیده مورد نظر دلالت می‌کنند، یعنی محل حوادث و وقایع متعلق به پدیده. بستر نشانگر مجموعه شرایط خاصی است که در آن راهبردهای کنش و واکنش صورت می‌پذیرد. با جمع‌بندی مفاهیم و حذف مفاهیم مشابه ۷۶ مفهوم برای شرایط زمینه‌ای و شش مقوله شامل تعامل و مشارکت با محیط بیرونی، رویکرد مدرسه کارآفرینی، پدیده‌های پایدار و صنعتی، الگوی برنامه درسی کارآفرین، اهداف بلندمدت، میان مدت و کوتاه مدت و مدیریت خلاقیت حاصل شده‌اند. عوامل محیطی شامل شرایط ساختاری‌اند که به پدیده‌ای تعلق دارند و بر راهبردهای کنش و واکنش اثر می‌گذارند. آنها راهبردها را در درون زمینه خاصی سهولت می‌بخشند و یا آنها را محدود و مقید می‌کنند. نتایج کدگذاری برای عوامل محیطی در طراحی الگوی مدارس کارآفرین دارای ۲۷ مفهوم و پنج مقوله شامل منابع مالی و سرمایه‌گذاری کارآفرینانه، مهندسی مجدد، نظام پاداش و تشویق، برنامه‌ریزی آموزشی، تغییرات مدیریتی بوده است. راهبردها مبتنی بر کنش‌ها و واکنش‌هایی برای کنترل، اداره و برخورد با پدیده مورد نظرند. راهبردها مقصود دارند، هدفمندند و به دلیلی صورت می‌گیرند. همواره شرایط مداخله‌گری نیز حضور دارند که راهبردها را سهولت می‌بخشند یا آن را محدود می‌سازند. نتایج کدگذاری برای راهبردهای لازم برای اجرای طرح مدارس کارآفرین دارای ۵۳ مفهوم و هفت مقوله شامل مدیریت استعداد دانش‌آموزان، خلق محیط نهادی حمایتگر، فعالیتهای کاربردی و مشارکتی، قصد ایجاد کار نوآورانه، متناسب‌سازی آموزش با نیازهای بازار کار، عملگرایی و گروه‌گرایی بوده است. نتایجی که بر اثر راهبردها پدیدار می‌شود، پیامدها نتایج و حاصل کنش‌ها و واکنش‌ها هستند. پیامدها را همواره نمی‌توان پیش‌بینی کرد و الزاماً همانهایی نیستند که افراد قصد آن را داشته‌اند. پیامدها ممکن است حوادث و اتفاقات باشند، شکل منفی به خود بگیرند، واقعی یا ضمنی باشند و در حال یا آینده به وقوع بپیوندند. همچنین این امکان وجود دارد که آنچه در برهه‌ای از زمان پیامد به‌شمار می‌رود در زمانی دیگر به بخشی از شرایط و عوامل تبدیل شود. نتایج کدگذاری برای پیامدهای اجرای طرح مدارس کارآفرین دارای ۲۲ مفهوم و دو مقوله شامل هدفمند شدن آموزش و افزایش خلاقیت بوده است.

## ● مدل پارادایمی

با استفاده از نتایج کدگذاری باز و محوری، مدل کارآفرینی مدارس بر اساس پارادایم شش‌گانه در شکل شماره ۱ ارائه شده است.



شکل ۱. مدل پارادایمی نتایج کدگذاری باز و محوری مدارس کارآفرین

## بحث و نتیجه گیری.....

مدارس کارآفرین یک نوع تخصصی از مدارس نیست که هدف آن تربیت کارآفرین و پیشگامان کسب و کار باشد، بلکه مدارس کارآفرین یک پارادایم جدید در نظامهای آموزشی و نسلی جدید از مدارس در مقابل مدارس مرسوم و سنتی است که هدف و رسالت کلیدی آن تربیت دانش‌آموزان خلاق، نوآور، مهارت - محور، ارزش‌آفرین و چندبعدی است. بنابراین منظور از مدرسه کارآفرین در این پژوهش همان طراحی نسلی جدید از مدارس مبتنی بر خلق ارزش است.

یکی از عناصر اصلی مدرسه کارآفرین تعامل دانش‌آموزان با دنیای واقعی خارج از مدرسه است. به منظور پیاده‌سازی اثربخش الگوی آموزش کارآفرینانه و اجرایی شدن مدرسه کارآفرین لازم است مدرسه با محیط پیرامونی و جامعه در ارتباط باشد. تعامل با دنیای واقعی یعنی تعامل و همکاری مدارس با یکدیگر، تعامل با مدارس جهان با استفاده از برنامه‌های آموزش از راه دور، بازدید معلمان از مدارس گوناگون، تعامل معلمان با سایر هم‌صنفیها، تعامل دوجانبه میان مدارس با شرکتهای و کارخانه‌ها، تعامل مدرسه با صنعت از طریق بازدیدها و انجام دادن پروژه‌های مربوطه و در نهایت تعامل با جامعه از طریق بحث و گفت و گو پیرامون مسائل روز جامعه و حل مشکلات آن. یک مدرسه کارآفرین باید فضایی مناسب برای تربیت افراد کارآفرین (مدیر، معلم، دانش‌آموز، کادر اجرایی، والدین) مهیا سازد و از همه ظرفیتهای خود برای تحقق‌پذیری این هدف بهره بگیرد. گسترش خلاقیت و کارآفرینی در نظام آموزش و پرورش بیش از همه نیازمند ساختارها، روشها و مدیریتی است که توانایی شناخت، هدایت و شکوفاسازی استعدادهای بالفعل و بالقوه دانش‌آموزان را داشته باشد.

در واقع مهم‌ترین نتایج مدرسه کارآفرین حداکثرسازی سودآوری، خلق ثروت و درآمد است. دانش‌آموزان با آموزش کارآفرینانه به مهارت‌ها و توانمندیا در مسیر استعدادهای، تواناییها، علائق و مهارتهای خود تجهیز می‌شوند و یاد می‌گیرند که چگونه فکر خلاق و ایده‌پرداز خود را کاربردی کنند و در هر شغل، روشهای تولید جدید، بازارهای جدید، روشهای کاهش هزینه و محصولات و خدمات خلاق و نوآورانه مبتنی بر خلق ارزش تولید کنند. آنان با هوشیاری کارآفرینانه فرصتهای شغلی جدید در زمینه‌های متفاوت و ناشناخته را کشف می‌کنند. در نتیجه می‌توانند به خوداشتغالی، راهاندازی کسب و کار و کارآفرینی بپردازند و از این طریق فرهنگ کار کردن و مستقل شدن را در جامعه گسترش دهند. به این ترتیب اشتغال متعادل می‌شود، بیکاری کاهش می‌یابد، رضایت شغلی ایجاد می‌شود، محصولات و خدمات خلاقانه تولید می‌شود که افزون بر رفع نیاز جامعه به درآمدزایی، سود و منفعت اقتصادی می‌انجامد. در نتیجه افزایش تولید منجر به توسعه و بهبود بازار می‌شود، چرخه تولید داخلی کشور رونق می‌گیرد، جامعه مستقل و متکی به خود می‌شود

و برای تأمین حداکثر نیازهای خود به غیر وابسته نمی‌شود، شاخصهای اقتصادی مانند تولید ناخالص داخلی و سهم بازار افزایش می‌یابند و اوضاع اقتصادی افراد، خانواده‌ها و جامعه بهبود می‌یابد و فرد خلاق می‌تواند به کارآفرین اقتصادی تبدیل شود و با خلق ارزش اقتصادی به رشد و توسعه اقتصادی جامعه کمک کند. یکی دیگر از خروجیهای مدرسه کارآفرین، دانشگاه کارآفرین است. فارغ‌التحصیلان این دانشگاه با تجهیز شدن به تفکر خلاقانه و نوآورانه و اقدامات کارآفرینانه در هر رشته تحصیلی و شغلی، ارزشهای جدید برای خود و همچنین دیگران خلق می‌کنند و در نهایت دانشگاه را در جهت دانشگاه کارآفرین هدایت می‌کنند.

پژوهش حاضر الگویی برای آموزش کارآفرینانه در مدارس ارائه داده است. با توجه به اطلاعات به‌دست آمده از پژوهش با استفاده از راهبرد نظریه بر خاسته از داده‌ها، ابعاد و مؤلفه‌های آموزش کارآفرینانه در مدارس با تحلیل دقیق و منسجم شناسایی و در پایان الگوی جامع آموزش کارآفرینانه در مدارس طراحی شده است. آموزش کارآفرینانه ایجاد ترکیبی از یادگیری تجربی، توسعه مهارتها و مهم‌تر از همه، تغییر در شیوه تفکر افراد را امکان‌پذیر می‌سازد. بر این اساس آموزش کارآفرینانه عبارت است از الگوی جدید آموزشی مبتنی بر انگیزه که در آن دانش‌آموز محور کلیدی آموزش است و همه دانش‌آموزان باید روی تواناییها و علائق خود کار کنند تا بتوانند ارزشی برای خود و سایر افراد جامعه ایجاد کنند (خلق ارزش جدید). هدف اصلی این الگوی آموزشی تربیت دانش‌آموزان خلاق و انعطاف‌پذیر، نوآور، فرصت‌گرا، فعال، پیشگام و حساس نسبت به تغییر محیط پیرامون و چندانبعدی است.

براساس یافته‌های پژوهشی حاضر پیشنهادهایی مطرح شده که عبارت‌اند از:

۱. توصیه می‌شود که پژوهشگران در پژوهشهای آینده به ابعاد مختلف مدارس کارآفرینی بپردازند.
۲. وزارت آموزش و پرورش مدارس کاملاً مرتبط با کارآفرینی تأسیس کند و برای هدایت دانش‌آموزان این مدارس مدیران کارآفرین آموزش دهد.
۳. مدیریت و برنامه‌ریزان آموزشی و پرورشی نسبت به تنظیم نظام آموزشی کارآفرین و به تبع آن مدرسه و کلاس کارآفرین در چارچوب آرمانهای نظام مقدس اسلامی اهتمام بیشتری ورزند.

- بهاروند، فتانه و گوران، میلاد. (۱۳۹۸). بررسی ویژگی‌های مدرسه کارآفرین. چهارمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت صنعتی، یزد، دانشگاه یزد - انجمن علمی مدیریت صنعتی ایران.
- خداداده، ندا و کاویانی، الهام. (۱۳۹۸). مدیریت در مدارس کارآفرین در هزاره سوم. اولین کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های نوین در روانشناسی، مشاوره و علوم رفتاری، تهران، دبیرخانه دائمی کنفرانس.
- خسروی‌پور، بهمن و کیخواه، شیماء. (۱۳۹۲). آموزش کارآفرینی، رویکردی کارآمد در جهت اشتغال دانشجویان کشاورزی. ماهنامه کار و جامعه، ۱۶۳، ۲۶-۳۹.
- ساغری، فاطمه؛ علی‌اسماعیلی، عبدالله و حسین‌زاده، بابک. (۱۳۹۷). بررسی عوامل مؤثر بر توسعه آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌های استان مازندران. پژوهش در نظام‌های آموزشی، ۱(۱۲)، ۱۰۲۹-۱۰۴۳.
- سبزه، بتول. (۱۳۹۴). طراحی الگوی برنامه‌دستی کارآفرینی برای کودکان پیش‌ازدبستان و ارزشیابی آن از دیدگاه متخصصان برنامه‌دستی، کارآفرینی و مربیان. فصلنامه مطالعات پیش‌دبستان و دبستان، ۱(۱۱)، ۱۱۳-۱۴۰.
- ستاری، صدرالدین؛ بهرام‌نیا، سردار و بهرام‌نیا، وحید. (۱۳۹۷). تاثیر مدارس کارآفرین بر توسعه اشتغال‌زایی. نخستین کنفرانس ملی مدارس کارآفرین (رویکردها، نظریه‌ها، ابعاد و تجارت کاربردی از کشورهای موفق)، اصفهان، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اصفهان (خوراسگان).
- صبوری خسروشاهی، حبیب. (۱۳۸۹). آموزش و پرورش در عصر جهانی شدن؛ چالش‌ها و راهبردهای مواجهه با آن. مطالعات راهبردی سیاستگذاری عمومی، ۱(۱)، ۱۵۳-۱۹۶.
- طغرابی، محمدتقی؛ میرواحدی، سیدسعید و هاشمی، سمیه. (۱۳۹۸). طراحی الگوی آموزش کارآفرینانه در مدارس. فصلنامه نوآوری‌های آموزشی، ۱۸(۳)، ۵۹-۸۲.
- فقیری، حمید و صالحی، ساره. (۱۳۹۶). آموزش کارآفرینی و مدرسه کارآفرینانه رویکردی جدید در تربیت و رشد دانش‌آموزان. دومین کنگره بین‌المللی توانمندسازی جامعه در حوزه مدیریت، اقتصاد، کارآفرینی و مهندسی فرهنگی، تهران، مرکز توانمندسازی مهارت‌های فرهنگی و اجتماعی جامعه.
- قربانی، زهرا. (۱۳۹۵). طراحی مدل مدرسه کارآفرین با رویکرد مدل کسب و کار (مقطع دوره دوم دبیرستان). پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه شاهد.
- عابدزاده، عسرت. (۱۳۹۱). مدیران و کارآفرینی دانش‌آموزان: بازتاب نظرات دبیران متوسطه دخترانه شهرستان ری. رشد آموزش فنی‌وحرفه‌ای، ۸(۲)، ۴۱-۴۷.
- مطهرنیا، مهدی و نقوی، ماهین. (۱۳۹۷). فناوری اطلاعات و ارتباطات در مدارس کارآفرین. نخستین کنفرانس ملی مدارس کارآفرین (رویکردها، نظریه‌ها، ابعاد و تجارت کاربردی از کشورهای موفق)، اصفهان، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اصفهان (خوراسگان) و انجمن مدیریت آموزشی ایران.
- مهرابی، امید. (۱۳۹۶). کارآفرینی در مدارس. رشد معلم، ۳۶(۱)، ۲۸-۳۰.
- هویدا، رضا؛ چوپانی، حیدر؛ خوران، عبدالله و غلام‌زاده، حجت. (۱۳۹۴). نقش ارتباطات سازمانی اثربخش و اعتماد سازمانی در توسعه و بهبود نوآوری سازمانی مدارس. فصلنامه علمی پژوهشی ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، ۵(۲)، ۱۱۷-۱۴۶.

- Cárcamo-Solís, M. d. L., Arroyo-López, M. d. P., Alvarez-Castañón, L. d. C., & García-López, E. (2017). Developing entrepreneurship in primary schools. The Mexican experience of «My first enterprise: Entrepreneurship by playing». *Teaching and*

- European Commission. (2006). *Entrepreneurship education in Europe: Fostering entrepreneurial mindsets through education and learning*. OSLO. Available at: [http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/support\\_measures/training\\_education/oslo.html](http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/support_measures/training_education/oslo.html)
- Fayolle, A., Gailly, B., & Lassas-Clerc, N. (2006). Assessing the impact of entrepreneurship education programmers: A new methodology. *Journal of European Industrial Training*, 30(9), 701-720.
- Hadi, C., Wekke, I. S., & Cahaya, A. (2015). Entrepreneurship and education: Creating business awareness for students in East Java Indonesia. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 177, 459-463.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. Beverly Hills, CA: Sage Publications, Inc.
- Marulanda-Valencia, F. Á., Montoya Restrepo, I. A., & Vélez Restrepo, J. M. (2019). The individual and its motivations in the entrepreneurship process. *Revista Universidad y Empresa*, 21(36), 149-174.
- Paço, A. D., & Palinhas, M. J. (2011). Teaching entrepreneurship to children: A case study. *Journal of Vocational Education & Training*, 63(4), 593-608.
- Puspita, D. A., Muchlas, M., & Kuat, T. (2020). The implementation of teaching factory to improve student interest in entrepreneurship at multimedia competencies. *Journal of Technology and Humanities*, 1(2), 42-50.
- Sharma, R. (2005). Identifying a framework for initiating, sustaining and managing innovations in schools. *Psychology and Developing Societies*, 17(1), 51-80.