فصلنامه تحقیقات جدید در علوم انسانی(دوره جدید)

شماره۳۸،
دوره هشتم،
سال چهارم،
زمستان ۱۴۰۱،
صص ۱-۲۶

نیازسنجی آموزشی به منظور ارتقای رفتار کارآفرینی دانش‌آموزان

نجمه معصوم‌زاده[۱]، رضا زارعی[۲]، عالیه تورجی پور[۳]، اقدس شکری سبوکی[٤]

چکیده

پژوهش حاضر با هدف نیازسنجی آموزشی به منظور ارتقای رفتار کارآفرینی انجام پذیرفت. روش پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر نوع داده آمیخته بود. جامعه آماری بخش کیفی پژوهش شامل خبرگان دانشگاهی و مدیران آموزش و پرورش بودند که با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند و اصل اشباع ده نفر به‌عنوان حجم نمونه انتخاب شد. گروه دوم از جامعهٔ آماری این پژوهش، شامل تمامی معلمان مقطع ابتدایی به تعداد ۷٤۰ نفر بودند که با استفاده از از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای و فرمول کوکران ۲۵۳ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب شد. در این پژوهش به منظور گردآوری داده‌ها از روش کتابخانه‌ای، مصاحبه نیمه ساختار یافته (بخش کیفی) و پرسشنامه محقق ساخته (بخش کمی) استفاده شد. مصاحبه با خبرگان بیانگر روا بودن مصاحبه بود و به‌منظور محاسبه پایایی از روش پایایی بین دو کدگذار استفاده شد که نتایج بیانگر پایا و روا بودن مصاحبه بود. به‌منظور بررسی روایی پرسشنامه نیز از روایی صوری، محتوا استفاده شد و به‌منظور محاسبه پایایی آن نیز از ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی استفاده شد که نتایج بیانگر روا و پایا بودن پرسشنامه محقق ساخته بود. برای تحلیل داده‌های کیفی پژوهش از طریق تحلیل محتوا استفاده شد. در بخش کمّی نیز با توجه به سؤال‌های پژوهش از (تحلیل عاملی اکتشافی و آزمون تی تک نمونه‌ای) و با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS و Lisrel استفاده شد. نتایج نشان داد ابعاد وضعیت آموزشی، تعیین اولویت‌ها و رفع نیاز به عنوان ابعاد اصلی نیازسنجی آموزشی به منظور ارتقای رفتار کارآفرینی دانش‌آموزان معرفی شدند. همچنین در این پژوهش وضعیت موجود نیز مورد بررسی قرار گرفت و نتایج نشان داد که وضعیت ابعاد شناسایی شده مطلوب می‌باشند.

کلمات کلیدی: نیازسنجی آموزشی، رفتار کارآفرینی، دانش آموزان ابتدایی

[۱] دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد مرودشت، مرودشت، ایران (نویسنده مسئول)

[۲] استادیار گروه مدیریت آموزشی، واحد مرودشت، دانشگاه آزاد اسلامی، مرودشت، ایران

[۳] دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی، واحد مرودشت، دانشگاه آزاد اسلامی، مرودشت، ایران

[٤] کارشناسی ارشد تکنولوژی آموزشی، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران

[Downloaded from jnrihs.ir on 2026-10-07]

۱- مقدمه

در نظام آموزشی، یکی از فرایندهایی که شایستگی‌های دانش آموزان را تقویت می‌نماید و منجر به ایجاد رقابت و خلاقیت در آنها می‌گردد، آموزش است. آموزش منجر به کسب دانش، مهارت و توانایی‌های تازه در دانش‌آموز می‌شود، به‌گونه‌ای که بهبود عملکرد تحصیلی را تسهیل کرده و به ارتقای سطح دانش‌آموز می‌انجامد (لیانگ و همکاران[۵]، ۲۰۲۲: ۱٤۱).

آموزش، همان گسترش نگرش و دانش، مهارت و الگوهای رفتاری موردنیاز دانش آموز برای انجام عملکرد مناسب است. به‌عقیده دسنز و رابینز[٦] (۱۹۸۸)، آموزش تجربه‌ای است مبتنی بر یادگیری تا با تغییرات نسبتاً پایداری که در فرد ایجاد می‌شود او را در انجام کار و بهبود توانایی‌ها، تغییر مهارت‌ها، دانش، نگرش و رفتار اجتماعی کمک کند. بنابراین آموزش به مفهوم تغییر دانش، نگرش و تعامل با دیگران است (آگوس،[۷] ۲۰۲۲: ۹۳۳).

امروزه بحث آموزش دانش‌آموزان برای رسیدن ایشان به توسعه فردی، بسیار مورد توجه قرار گرفته است و در این موضوع به مهارت دانش‌آموزان بسیار اهمیت داده شده است. دانش آموز ماهر[۸] و آموزش و پرورش بی مهارت[۹] پارادوکس تلخی را پیش روی سیاست گذاران نظام آموزشی کشورمان گذاشته است و به رغم تاکیدات اسناد بالادستی (به ویژه سند تحول بنیادین آموزش و پرورش) شکاف اقتصاد و سیستم آموزشی هر روز عمیق تر و عمیق تر می‌شود. یکی از اهداف اصلی در آموزش و پرورش و در حالت کلی، نظام آموزشی هر کشوری تربیت نیروی متخصص و ماهر است و اهمیت این موضوع در کشورهای در حال توسعه دو چندان است. بنابراین، زمانی می‌توان آموزش و پرورش را «بهره ور» نامید که هزینه‌ها و سرمایه گذاری صورت گرفته در این بخش منجر به ستانده‌ها و خروجی‌های مناسب از جمله تربیت نیروی ماهر شود. کارشناسان معتقدند که آموزش‌های پایه، سکویی برای پرش به سوی آموزش‌های بالاتر است و منافع حاصل از آموزش‌های این سطح بسیار متفاوت‌تر از آموزش‌های متوسطه و عالی است. به طور مثال در جوامع پیشرفته سواد خواندن و نوشتن به تنهایی نمی‌تواند پولساز باشد، اما در عوض کسانی که دارای مهارت‌های عالی هستند تا زمانی که از سوی جامعه تقاضایی برای آن مهارت وجود داشته باشد می تواند منجر به دستمزد و درآمد برای این افراد شود (تسوتکووا و پارتریج[۱۰]، ۲۰۲۱).

[5] Iiang, et al
[6] - DeCenzo &Robbins
[7] Agus
[8] Skilled Student
[9] Unskilled Education
[10] Tsvetkova & Partridge

[Downloaded from jnrihs.ir on 2026-10-07]

با این تفاسیر آموزش و پرورش و منافع حاصل از آن از یک نظر کاملاً اقتصادی هستند و باید نمود این موضوع را در سیستم آموزشی هر کشوری دید، اما همانقدر که حرف زدن در مورد اهمیت این موضوع آسان و البته لازم است، عملیاتی کردن اهداف در این بخش به این آسانی نیست؛ وضعیت کنونی آموزش و پرورش کشورمان خود به اندازه کافی گویای ضعف های موجود و کارهای نشده در این بخش است. در اسناد بالادستی وزارت آموزش و پرورش بویژه سند تحول بنیادین آموزش و پرورش و برنامه درسی ملی جمهوری اسلامی ایران توجه خاصی به موضوع کارآفرینی و آموزش رفتار کارآفرینی در مدارس شده است. ولی به هرحال پرداختن به این مقوله نیازمند مکانیسم های اجرایی و عزم ملی در سایه همکاری دولت و بخش خصوصی است. دولت از طریق وزارت آموزش و پرورش و سیستم آموزشی و مؤسسات وابسته به آن می تواند با تربیت دانش آموز کارآفرین، مفهوم کارآفرینی را از نظر اقتصادی و اجتماعی معرفی کند(خلیفه و خلیفه، ۱۳۹۷: ۳۵).

در کشور ایران با وجود برنامه های فراوان برای آموزش و ترویج کارآفرینی در سطح ملی، متاسفانه هنوز به تربیت دانش آموزان به عنوان افرادی کارآفرینی در گروه های سنی مختلف توجه ویژه نشده است و خلاء اساسی در این زمینه به چشم می خورد. آموزش رفتار کارآفرینی معمولا به شکل یک کلیدوازه در کتب درسی دوره ابتدایی وجود دارد و این به معنای کاربردی کردن آن در تمام دروس و در زندگی دانش آموزان نیست. به این دلایل است که تاکنون آموزش رفتار کارآفرینی در مدارس کم و بیش موفق نبوده است. بدین رو، تجربه ناموفق بیکاری گسترده فارغ‌التحصیلان دانشگاهی در سال های اخیر نشان دهنده ضرورت آموزش این مهارت ها از مقطع دانش‌آموزی و سنین پایین یعنی مقاطع ابتدایی است. در راستای آموزش رفتار کارآفرینی و فاکتورهای دخیل در این امر باید بر این نکته تاکید کرد که روابط خاصی بین متغیرهای آموزشی و کنترل رفتار کارآفرینی در بین دانش آموزان وجود دارد(شاکری و همکاران، ۱٤۰۰). اگر یک برنامه کارآفرینی به درستی انتخاب شود و کل جامعه و افراد دخیل در آموزش کارآفرینی از جمله دولت و وزارت آموزش و پرورش نیز به وظایف خود عمل کنند و از برنامه ها حمایت همه جانبه به عمل آورند، آنگاه از طریق تربیت معلم کارآفرینی، اجرای صحیح برنامه ها در مدارس و افزایش مهارت دانش‌آموزان می توان انتظار داشت که میزان اشتغال زایی، کارآفرینی و خود اشتغالی در میان فارغ التحصیلان دوره متوسطه افزایش یابد و این خود قطعاً منجر به کاهش نرخ بیکاری و پیشرفت و رونق اقتصادی می شود.

سند تحول بنیادین آموزش و پرورش جمهوری اسلامی ایران با الهام از اسناد بالادستی و بهره گیری از ارزش های بنیادین آن و با توجه به اهداف راهبردی نظام جمهوری اسلامی ایران تدوین شده است. یکی از سر فصل های اساسی «سند تحول بنیادین آموزش و پرورش» فلسفه رسمی تعلیم و تربیت اسلامی است که مبتنی بر شش ساحت؛ تربیت علمی، تربیت اخلاقی و دینی، تربیت جسمانی و بدنی، تربیت اجتماعی و سیاسی، تربیت حرفه ای و اقتصادی، تربیت زیباشناختی

[Downloaded from jnrihs.ir on 2026-10-07]

و هنری است که در آن به همه‌ی ابعاد مادی و معنوی رشد و پرورش متربیان توجه شده است. از جمله ی هدف هایی که در فصل هفتم سند تحول بنیادین آموزش و پرورش برای نیل به ساحت تربیت حرفه ای و اقتصادی بیان شده، «پرورش تربیت یافتگانی است که با درک مفاهیم اقتصادی در چارچوب نظام معیار اسلامی از طریق کار و تلاش و روحیه انقلابی و جهادی، کارآفرینی، قناعت و انضباط مالی، مصرف بهینه و دوری از اسراف و تبذیر و با رعایت وجدان، عدالت و انصاف در روابط با دیگران در فعالیت های اقتصادی در مقیاس خانوادگی، ملی و جهانی مشارکت می نمایند». همچنین، یکی دیگر از اهداف این سند «پرورش تربیت یافتگانی است که حداقل داشتن یک مهارت مفید در طول دوران تحصیل قبل از دانشگاه برای تأمین معاش حلال است به گونه‌ای که در صورت جدایی از نظام رسمی تعلیم و تربیت در هر مرحله، توانایی تأمین زندگی خود و اداره خانواده را داشته باشند» (سند تحول بنیادین آموزش و پرورش،۱۳۹۰).

با وجود اینکه طبق سند تحول بنیادین، شورای عالی آموزش و پرورش ملزم شده تا گزارش پیشرفت اجرای سند و چگونگی عملکرد وزارت آموزش و پرورش در زیر نظام های سند و تحقق ابعاد حیات طیبه به ویژه تربیت حرفه ای و اقتصادی را به صورت سالانه به شورای عالی انقلاب فرهنگی ارائه نماید، تا کنون به صورت مستند این امر تحقق نیافته است، لیکن نتایج گزارش ها و اقدامات غیررسمی و شواهد امر حاکی از عملکرد ضعیف اهداف عملیاتی و راهکارهای بعد تربیت حرفه ای و اقتصادی می باشد، چرا که با وجود تاکیدات اسناد بالادستی همچون سند مذکور و اجرای برنامه های مختلف و متنوع آموزشی و هزینه های گزاف تعلیم و تربیت در شرایط موجود، کم و بیش شاهد نتایج منفی در ایجاد کسب و کار، کاهش بیکاری[11] و در نهایت رشد و توسعه کشور هستیم. درک معایب سیستم آموزشی فعلی، فراهم نمودن محیط، امکانات و محتوای مناسب آموزشی و نهایتاً داشتن دانش‌آموزانی با ویژگی هایی که در اسناد بالادستی کشور ذکر شده از مهمترین وظایف متولّیان تعلیم و تربیت کشور است که چندان بدان پرداخته نشده است(شاه محمدی و همکاران، ۱٤۰۰).

یکی از راهکارهای اقدامی برای ارتقای رفتار کارآفرینی در دانش آموزان را می توان در نیاز سنجی دانست. نیازسنجی آموزشی، به تحلیل نیاز دانش آموز می پردازد. در مدرسه «هست»ها و «باید»ها با عملکرد دانش آموزان، معلمان و کار اداری و نحوۀ عملکرد مدرسه به مثابه یک سازمان در ارتباط است. ضرورت انجام نیازسنجی آموزشی در مدرسه برخاسته از هدف کلی و اهداف عینی ای است که مدرسه در پی تحقق آن هاست. برای نمونه، هدف کلی مدرسه ابتدایی، ایجاد سازگاری اجتماعی و توانمندسازی دانش آموزان به مثابه شهروندان کارآمد است. مدرسه برای شناسایی وضعیت موجود دانش آموزان از حیث میزان بهره مندی از سازگاری اجتماعی و رساندن آنان به سطح مورد انتظار و تعریف شده از سوی

[11] باتوجه به گزارش مرکز آمار ایران در بهار ۱۳۹۶،۴۰ ۶ درصد جمعیت کشور را جمعیت فعال اقتصادی کشور (۱۰ سال به بالا) تشکیل می دهد که ۱۲ ۶درصد از این جمعیت بیکار هستند همچنین نرخ بیکاری جوانان ۱۵تا۲۹ ساله ۲۶ ۴ درصد است

[Downloaded from jnrihs.ir on 2026-10-07]

نهاد آموزش و پرورش ملزم است دست به نیازسنجی آموزشی بزند. همچنین، مدرسه می تواند روش های تدریس معمول معلمان را بررسی کند و به منظور پرورش رفتار کارآفرینی در ایشان برای دست یابی به روش های تدریس نوین به نیازسنجی آموزشی دست یازد(جمشیدی و همکاران، ۱٤۰۰). آدیمو و همکاران[۱۲]، (۲۰۲۲)، در مطالعه خود عنوان کرده اند که آموزش با رویکرد کارآفرینی بر ارتقای صلاحیت کارآفرینی و تفکر کارآفرینی در بین دانش آموزان تاثیر می گذارد. راتن و عثمانی[۱۳](۲۰۲۱)، عنوان می کنند که استفاده از رویکرد کارآفرینی در بخش آموزش، به ارتقای مهارتهای انتقادی، اجتماعی و عملیاتی کمک می کند. فلوورا و همکارانش[۱٤](۲۰۲۱)، نیز بر نقش رویکرد کارآفرینی در آموزش به عنوان پایه ای برای توسعه کسب و کار و حرفه ای شدن تاکید دارند.

با توجه به نقش مهمی که آموزش رفتار کارآفرینی در ارتقای سطح دانش آموزان و اینده مهارتی و کاری ایشان دارد. به نظر می رسد پرداختن به آموزشها و نیازسنجی آموزشی که به کارآفرینی دانش آموز بینجامد، رویکردهای آموزشی را متحول می سازد. از اینرو، پژوهش حاضر بر آن است تا با بررسی جامع به نیازسنجی آموزشی به منظور ارتقای رفتار کارآفرینی دانش آموزان بپردازد.

۲. ادبیات و پیشینه پژوهشی

نیازسنجی آموزشی

نیازسنجی به عنوان فرایند جمع‌آوری و تحلیل اطلاعات که بر اساس آن نیازهای افراد، گروهها و جوامع مورد شناسایی واقع می‌شود، یکی از مهمترین دغدغه‌های برنامه‌ریزان برنامه درسی از زمان درک ضرورت و اهمیت تعلیم و تربیت توسط آدمی بوده و متناسب با پیشرفتهای علمی و افزایش آگاهی افراد و جوامع از اهمیت قانونمند کردن فرایندهای تربیتی این درک سیر صعودی را طی نموده است. نیازسنجی در واقع یکی از مراحل مهم و اساسی برنامه -ریزی آموزشی است. زیرا تنها با شناخت دقیق نیازهای آموزشی، محورهای اساسی برنامه آموزش تعیین می‌گردد، لذا تعیین نیازهای آموزشی، نقطه آغاز هر نوع فعالیت آموزشی می‌باشد. با توجه به نقش و تأثیری که در اثربخشی و نیز فراهم آوردن مبنایی برای ارزیابی و تصمیمگیری در زمینه‌های مختلف آموزشی وجود دارد، می‌توان گفت هیچ وظیفه‌ای مهمتر از تعیین نیازهای آموزشی در فرایند آموزش و بهسازی وجود ندارد (پالادینی و همکاران، ۲۰۲۲: ۱۳۳).

چهار مرحلهٔ انجام نیازسنجی آموزشی

[12] Adeyemo, et al
[13] Ratten & Usmanij
[14] Frolova, et al

[Downloaded from jnrihs.ir on 2026-10-07]

مرحله نخست: انجام دادن تجزیه و تحلیل دربارۀ وضعیت موجود و وضعیت مطلوب

نخستین گام در انجام دادن نیازسنجی بررسی عملکرد واقعی سازمان {مدرسه}، یادگیرندگان است. این کار به دو صورت انجام می پذیرد(کیول و همکاران[15]، ۲۰۲۲: ۲۵):

بررسی وضعیت موجود : در این حالت باید به بررسی و تعیین سطح جاری مهارت ها، دانش و توانایی های کارکنان و یادگیرندگان پرداخت. برای مثال، بررسی مهارت و توانایی معلمان در زمینه طراحی سؤال شفاهی در کلاس درس، و بررسی توانایی دانش آموزان در برقراری ارتباط یا توانایی دانش آموزان در کاربرد روش های مطالعه. در بررسی وضعیت موجود می توان به اهداف مدرسه، فضای آموزشی و موانع داخلی و بیرونی موجود بر سر راه تحقق یا عدم تحقق خواست های مدرسه هم پرداخت.

بررسی وضعیت مطلوب : مدیران مدارس در مقام سیاست گزاران آموزش و پرورش مدرسه می توانند هم به تعریف انتظارات سازمانی و هم به تعریف سطح عملکرد مورد انتظار از منابع انسانی مدرسه (معلمان، معاونان، کادر اداری و خدماتی) و دانش آموزان بپردازند. همچنین مدیران مدارس می توانند برای منابع انسانی، بودجه، مواد آموزشی، عملکرد دانش آموزان و ... استاندارد تعریف کرده و معرفی کنند.

مقایسه داده های حاصل از بررسی شرایط موجود و سطح انتظارات تعریف شده، نیازها را نمایان می سازد. مدیران، بنا به نیازهای تصریح شده می توانند به تدوین یا شکل دهی اهداف به منظور برنامه ریزی فصلی، نیم سالانه یا سالانه اقدام کنند. برای مثال، اگر نیاز تعیین شده، کاستی مهارت در کاربست روش های تدریس معلمان باشد، مدیر می تواند در قالب برنامۀ پرورش منابع انسانی به **آموزش نحوۀ کاربست روش های تدریس از سوی معلمان** بپردازد. همچنین، اگر مدیر در تحلیل اطلاعات به این نتیجه رسید که، دانش آموزان در کاربرد **مهارت های فرایندی** (ویژه درس علوم تجربی) ناتوانند می تواند در قالب فعالیت های **فوق برنامه درسی** آموزش های موردنیاز را ارائه کند. به هر روی، حاصل اجرای مرحله نخست نیازسنجی می تواند فهرستی از انواع نیازها باشد. این نیازها بنابه تصمیم مدیریتی می تواند در زمینه های مختلف، نظیر: عملکرد دانش آموزان، معلمان و ... شناسایی شوند(احمدی و رحیمی، ۱۴۰۱).

مرحلۀ دوم: تعیین اولویت ها

در مرحله نخست نیازسنجی امکان دارد فهرست مفصلی از نیازها شناسایی گردد. در عمل، امکان دارد رفع همه نیازها برای مدیر مدرسه مقدور نباشد. از این رو، مدیر باید نیازهای شناسایی شده را اولویت بندی کند. بدین منظور، می توان

[15] Kieu-Le, et al

[Downloaded from jnrihs.ir on 2026-10-07]

از یک برگ تصمیم گیری کمک گرفت. از برگ تصمیم گیری برای اولویت بندی نیازها استفاده می شود(معین الدینی، ۱۳۹۸: ۲۱۰).

مدیر می تواند با توجه به معیارهایی که در زیر ارائه می شود به اولویت بندی نیازها بپردازد.

الف – فوری بودن : منظور فوری بودن، حیاتی بودن برآورد یک نیاز است. یعنی اگر نیاز در نزدیک ترین زمان برآورده نشود می تواند آثار مخربی ایجاد کند. برای مثال، بی علاقگی به تحصیل.

ب – مورد تقاضا بودن : امکان دارد نیاز دارای **فوریت** نباشد، ولی از سوی افراد مورد درخواست باشد. برای مثال، معلمان می توانند از مدیر تقاضا کنند برای آنان آموزش دربارهٔ **پژوهش در عمل** برگزار گردد. در این صورت مدیر موظف است به نیاز معلمان پاسخ گوید و دوره آموزشی برگزار کند. قاعدتاً، این نیاز در جدول اولویت بندی نیازها از اولویت بالایی برخوردار خواهد بود.

پ – بنیادی بودن : مهارت هایی نظیر: کسب و کاربرد روش های ارزشیابی مناسب و روش های یاددهی و مدیریت کلاس از سوی معلمان، و کسب مهارت های مطالعه، مهارت های برقراری ارتباط و خود ارزشیابی از سوی دانش آموزان دارای اهمیت بنیادی هستند. نیاز بنیادی نیازی است که رفع آن برای تحقق اهداف پایه ای آموزش و پرورش یک اصل تلقی می گردد.

ت – فشار اجتماعی : معمولاً والدین را می توان برای سازمان مدرسه، جزو گروه های فشار تلقی کرد. برای مثال، والدین می توانند مدرسه را برای رفع نیازهای خاص مورد فشار قرار دهند. مثل تقاضای رعایت هنجارهای اجتماعی از سوی دانش آموزان، یا شرکت عموم کارکنان مدرسه در جلسه اولیاء و مربیان(احمدی و رحیمی، ۱٤۰۱).

مرحلهٔ سوم: بررسی علل پدیدآورنده نیاز یا مسأله.

مرحله حاضر، معمولاً به صورت همزمان یا همپوشان با مرحله دوم به اجرا در می آید. در مرحله سوم کوشش می شود نیاز یا مسأله ای که شناسایی شده، و اولویت دارد مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرد. انجام دادن تجزیه و تحلیل زمینه را برای برنامه ریزی اثربخش آماده می سازد. برای نمونه، تجزیه و تحلیل یک نیاز یا مسأله در زیر آمده است:

مسأله: بی علاقگی به تحصیل

تجزیه و تحلیل:

۱- عدم ارتباط آموخته ها (دروس) با نیازهای اجتماعی.

۲- عدم باور معلمان به موفقیت دانش آموزان از طریق تحصیل در جامعه.

۳- جاذبه های اجتماعی به جز تحصیل، نظیر: اقتصاد.

[Downloaded from jnrihs.ir on 2026-10-07]

٤- عدم توجه خانواده ها به فعالیت های تحصیلی دانش آموزان.

٥- وجود مقررات و شرایط دشوار برای ادامهٔ تحصیل.

٦- محیط خشک و درس محور مدرسه.

مدیران برای انجام مرحله سوم نیازسنجی همانند سایر مراحل می توانند از مشاوران و متخصصان علوم تربیتی، روان شناسی، جامعه شناسی و ... کمک بگیرند(مظلومیان، ۱۳۹۸: ۹۱).

مرحله چهارم: انتخاب راه حل های مناسب برای رفع نیاز یا حل مسأله

بنا به تجزیه و تحلیل صورت گرفته در مرحلهٔ سوم، مدیر باید به انتخاب راه حل یا راه حل های مناسب برای رفع نیاز یا حل مسأله اقدام کند. بهترین راه حل، راه حلی است که:

الف) اثرگذار باشد.

ب) کم هزینه باشد.

پ) زمان بر نباشد.

ت) زودحاصل باشد.

ث) کاربست یا کاربرد آن دشوار نباشد.

با انجام دادن چهار مرحله نیازسنجی راه برای تنظیم برنامه آموزشی هموار می گردد. برای تدارک یک برنامه آموزشی مناسب، مدیر می تواند از روش های شناخته شده طراحی آموزشی بهره بگیرد(جیانگ و لیم[16]، ۲۰۲۲).

رفتار کارآفرینی

واژه کارآفرینی مفاهیم نوآوری، مخاطره پذیری، ایجاد یا تجدید ساختار یک واحد اقتصادی و اجتماعی و استقلال طلبی را به ذهن متبادر می‌سازد. در واقع، کارآفرین ایده‌ها را یافته و آن را تبدیل به فرصتی اقتصادی و یا اجتماعی می‌کند. در فضای کسب و کار، فرصت، فکر نویی است که قابلیت تجاری شدن دارد. آگاهی از محیط، بازار و نیازهای مشتری و نگرش کارآفرین او را در یافتن فرصت و پرداختن به آن یاری می دهد. سپس کارآفرین یک طرح تجاری می‌نویسد که در آن مسایلی چون بازار محصول یا خدمت، مسایل حقوقی و قانونی شرکت، تأمین سرمایه راه‌اندازی و رشد، سازماندهی و مدیریت کسب و کار را بررسی می‌نماید. کارآفرینی بطور فزاینده مکانیزمی است که نه تنها پشتیبانی از اقتصاد را به ارمغان می‌آورد، بلکه مزایای اجتماعی و اقتصادی و رشد چشمگیری در منطقه را موجب می‌شود (جک[17]،۲۰۰٦). بدون تردید سازمان‌های عصر حاضر با این روند تغییر و تحولات و انتشار سریع و شتابان دانش و اطلاعات که موجب رقابت

[16] Jeong & Lim
[17] Jack

[Downloaded from jnrihs.ir on 2026-10-07]

بیشتر بین شرکت‌ها شده و پیش‌بینی آینده را غیرممکن ساخته، با تهدیدات گسترده بین‌المللی روبرو هستند. از این رو تضمین و تداوم حیات و بقای سازمان‌ها نیازمند یافتن راه حل‌ها و روش‌های جدید مقابله با مشکلات و کسب دانش و مهارت جدید در هر شغلی است که به نوآوری، ابداع، ساخت کالاها، فرآیندها و روش‌های جدید بستگی زیادی دارد. به همین دلیل، دولت‌ها به این نتیجه رسیده‌اند که برای کسب موفقیت اقتصادی در عرصه ملی و بین‌المللی، در عرصه خدمات و تولید محصولات در سازمان‌ها و شرکت‌ها نیاز مبرم به توسعه کارآفرینی است (لاکس و لاگونا، ترجمه رضوی و همکاران، ۱۳۹۷).

توجه به آینده کشور و اقتصاد پیش روی جهان امروز، ضرورت پرداختن به برنامه ریزی دقیق در ارتباط با کارآفرینی را دوچندان می‌کند. کارآفرینی، مقوله‌ای است که امروزه تمام جهان در تلاشند تا با آموزش‌های ویژه، افرادی کارآفرین تربیت کنند تا این افراد اهرم محرکه برای آینده کشور باشند(حجازی و ساعی، ۱۳۹٦) . به گفته وسپر[18] (۱۹۹۰)، آموزش بر اساس کارآفرینی در اکثر کشورهای پیشرفته و حتی در کشورهای در حال توسعه بعنوان یک ضرورت مطرح شده و این تفکر که کارآفرینان دارای ویژگی ذاتی هستند، مورد پذیرش قرار نگرفته است . به عبارتی تعمیق و گسترش فرهنگ کارآفرینی به عنوان یکی از نیازهای ضروری جامعه، نیازمند توجه اساسی به امر آموزش در این زمینه می‌باشد .چرا که بسیاری از افراد کارآفرین که پیشینه آموزش خاصی نداشته‌اند لزوماً بعد از چندین بار سعی و خطا و شکست، آنرا رها کرده و تنها تعدادی از آنها قادربه ادامه فعالیت خواهند بود(کوئو و همکاران[19]، ۲۰۱۹).

کارآفرینی امروزه به عنوان موضوعی بین رشته‌ای مطرح است و عموماً از ترکیب چهار دیدگاه اقتصاد، مدیریت، جامعه‌شناسی و روانشناسی مورد بررسی قرار می‌گیرد که هر چهار دیدگاه و رویکرد در مورد عملکرد نیز صدق می‌کند (فرز و همکاران[20]، ۲۰۱٤). کارآفرینی یا همان فرآیند کشف فرصت‌ها بیان می‌کند که چگونه افراد بصورت مستقل و یا در داخل سازمان‌ها، مسائل و چالش‌های ناشناخته را می‌بینند و چارچوبی جدید از ابزارها و اهداف ایجاد می‌کنند تا از آن‌ها استفاده کنند. البته کارآفرین فقط مواردی را می‌بیند و برای استفاده از آن برنامه‌ریزی می‌کند که ارزش لازم را داشته باشند (ارو[21]،۱۹۷٤، به نقل از بیکر و والتر[22]، ۲۰۲۰). در راستای استفاده از فرصت‌ها، کارآفرینان کالاها یا خدماتی را به جامعه عرضه می‌کنند که مشتری‌پسند بوده و بازار یا محیط خواهان آن‌ها است. بنابراین لازم است کارآفرینان اطلاعات

[18] Whesper
[19] Koev, et al
[20] Frese et al
21 Arrow
[22] Baker & Welter

[Downloaded from jnrihs.ir on 2026-10-07]

کاملی از بازار و محیط داشته باشند. فرآیند مبادله و تعامل با محیط می‌تواند این اطلاعات را فراهم کند (جوانوویک[۲۳]،۱۹۸۲،ص۱٤۹، به نقل از پیستافری و همکاران[۲٤]، ۲۰۲۰).

رویکرد رفتار کارآفرینی در نقد رویکرد مربوط به ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان است. در این رویکرد تمرکز محققان به آنچه که کارآفرین انجام می‌دهد نیست. براساس این رویکرد، کارآفرین فردی است که با هدف سودآوری و رشد، مدیریت و ایجاد یک کسب و کار را به عهده می‌گیرد که اصولاً با رفتارهای نوآورانه مشخص و به کارگیری آن شکلی از مدیریت استراتژیک می‌باشد. بنابراین این مکتب رویکرد کارآفرینی را از منظر ایجاد سازمان و کسب و کار نگاه می‌کند(فایول، ۱۳۹٦).

دافی (۱۹۹۷)، ادعا می‌کند که یک معلم خوب کسی است که در مورد خودش و کارش تحقیق و بررسی کند، از این رو او یک معلم کارآفرین محسوب میشود؛ یعنی معلمی که شرایط یادگیری را با زندگی واقعی شبیه سازی میکند و از مدلهای بسیاری به منظور خلق مدل منحصربه فرد خودش بهره می‌گیرد .همچنین آموزش خود را در این جهت پایه گذاری می کند. به عبارت دیگر، یک معلم کارآفرین دربارۀ روشهای آموزش خود، چرایی انتخاب این روشها و علل انتخاب برخی از متون فکر می‌کند. معلمان کارآفرین علاقۀ بسیار به آموزش دارند .آنها نه تنها الهام بخش، دارای فکر باز، با اعتماد به نفس، انعطاف پذیر و مسئولیتپذیرند، بلکه گاهی اوقات قانون شکن اند؛ آنها می توانند ایده های خود را عینیت ببخشند و به فروش برسانند .همچنین عمل گرا هستند و می‌توانند با دانش‌آموزان کار کنند .آنها بازیکنان تیمی هستند و شبکه‌های ارتباطی خوبی دارند. معلمان کارآفرین ضمن کار و فعالیت پرشور و با انرژی هستند .آنها مثبت اندیش و الهام بخشاند و نسبت به تدریس خود اطمینان دارند .درواقع آنها رهبران خودشان هستند و منتظر هدایت فرادستان نیستند .آنها خودشان دانش‌آموزان را هدایت می‌کنند و در کنار ایده‌پردازی جدید، قادر به فکر کردن درباره موضوعات و مسائل جاری هستند و افقهایی جدید را پیش روی دانش آموزان و همکاران خود ترسیم می‌کنند(بایر و همکاران[۲۵]، ۲۰۱۹: ۷٦۹).

کارآفرینی، فرآیندی است که لازمه آن برنامه ریزی در نظام آموزشی و پژوهشی بوده و اجرای برنامه‌های آن از سطح خانواده و مدرسه تا دانشگاه و سازمان ها گسترده شده است و باعث می‌شود تا افراد با استفاده از تخصص و قدرت ابتکار و .خلاقیت، فرصتها و توانمندیها، اشتغال مولد و درآمدزا ایجاد کنند(سانتوس و موریس[۲٦]، ۲۰۱۹: ۵-٤). مهمترین

[23] Jovanovic
[24] Pistaferri, et al
[25] Baier, et al
[26] Santos & Morris

[Downloaded from jnrihs.ir on 2026-10-07]

اهداف ذکرشده در مورد آموزش کارآفرینی و برنامه آموزشی که به رشد استقلال طلبی و خلاقیت در نظام تعلیم و تربیت کمک می‌کند، عبارتند از :دستیابی به دانش لازم درخصوص کارآفرینی، دستیابی به مهارتهای لازم برای استفاده از تکنیکها تجزیه و تحلیل موقعیت‌های کسب وکار و هم‌پیمایی با دیگر طرح‌های اقدام شناسایی تهییج انگیزه، استعداد و مهارتهای کارآفرینی، کمک و حمایت از تمامی ابعاد منحصر به فرد کارآفرینی، هدایت نگرشها به سمت تغییر و تحولات ترغیب سازمان‌های تازه تأسیس و دیگر کسب و کارهای کارآفرینانه(اودمن و اودمن[۲۷]، ۲۰۱۹: ۲٤۱۰). این موضوع ضرورت دارد که از یکی از عناصر اصلی در مدارس یعنی معلمان، آغاز گردد.

اصول ایجاد و توسعه رفتار کارآفرینی در نظام آموزشی

انعطاف‌پذیری :خلاقیت و کارآفرینی در ذات خود فرایندهای منعطف، آزاد و سیال هستند. چارچوب‌های خشک و ثابت، و سیاست‌ها، روش‌ها و قوانین غیرمنعطف که بدون توجه به موقعیت‌ها و مقتضیات اجرایی می‌شوند، از مهم‌ترین عوامل محدودکننده خلاقیت و کارآفرینی به شمار می‌آیند.

تمرکززدایی :در نظام آموزشی متمرکز، تراکم قدرت تصمیم‌گیری آن هم در سطوح بالای هرم سازمانی، موجب کاهش مشارکت مدیران، معلمان، دانش‌آموزان و والدین می‌شود. همین امر، یعنی تمرکز در آموزش، کاستی‌های متعددی را به‌وجود می‌آورد که مهم‌ترین آن‌ها از دست دادن فرصت‌های رشد خلاقیت و نوآوری و در نتیجه کارآفرینی خواهد بود.

تعامل با محیط :مرکز آموزش کارآفرین بدون شک نمی‌تواند دیوارهای بلند و درهای بسته داشته باشد. ایجاد و تقویت کارآفرینی مستلزم تعامل گسترده با محیط اجتماعی و اقتصادی است. مدیریت آموزش کارآفرین باید پیوند عمیق و همه‌جانبه‌ای بین مرکز و جامعه برقرار کند.

جامعیت و هماهنگی :طرح توسعه کارآفرینی باید مبتنی بر اصل جامعیت و هماهنگی طراحی و تدوین شود. جامعیت بر گستردگی و شمول طرح، به نحوی که در برگیرنده همه اجزا و عناصر خرد و کلان باشد، تأکید می‌ورزد. از سوی دیگر، هماهنگی بر هم‌سویی و یکپارچگی اجزا و عناصری دلالت دارد که با هم در ارتباط و تعامل‌اند.

تأکید بر کیفیت :کارآفرینی در مراکز آموزشی محصول مستقیم کیفیت برنامه‌ها، روش‌ها، فعالیت‌ها و فرایندهای یاددهی-یادگیری است. آموزش بدون کیفیت، آموزشی سطحی و غیراثربخش است که توان تحقق هدف‌های عمیق و اصیل آموزش، از جمله کارآفرینی را ندارد (دنگ و همکاران[۲۸]، ۲۰۲۲).

[27] Othman & Othman
[28] Dong, et al

[Downloaded from jnrihs.ir on 2026-10-07]

عوامل آموزش رفتار کارآفرینی

ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی :به مجموع صفت‌ها، ارزش‌ها، نگرش‌ها، رفتارها و دیدگاه‌هایی که یک فرد دارد و این خصوصیات به مثابه یک نیروی محرکه برای او عمل می‌کنند، ویژگی‌های شخصیتی گفته می‌شود. ویژگی‌هایی مانند تحمل ابهام، سلامت فکری، کنترل درونی، نیاز به موفقیت، ریسک‌پذیری، رؤیاپردازی و غیره. برخی از صاحب‌نظران علم کارآفرینی معتقدند که ویژگی‌های شخصیتی عامل مؤثری بر تصمیم‌گیری در کارآفرینی به‌شمار می‌روند.

سیاست و خط‌مشی آموزشی :سیاست و خط‌مشی آموزشی، فرایندی پویا و تعاملی است و عوامل متعدد فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی در سطح کلان (دولت‌ها) و در سطح خرد (مدرسه) درتدوین و اجرای آن نقش دارند . با وجود ریشه‌دار بودن فرهنگ کارآفرینی در فرهنگ ملی و اسلامی [نجم/۳۹ و ٤٠؛ هود/٦١] و تأکیدهایی که در اسناد بالادستی در برنامه ششم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و سند تحول بنیادین آموزش‌وپرورش (راهکار ٦-١، ٥-٥، ٥-٦، ٥-١٨، ٣-٢١) و برنامه درسی ملی وجود دارد، متأسفانه هنوز موضوع کارآفرینی و اهمیت آن در خط‌مشی‌های اجرایی دولت انعکاس مناسبی نیافته و این موضوع در نظام آموزشی بسیار مشهود است.

فضا، امکانات و تجهیزات آموزشی :فضای آموزشی عنصری است که همه فرایندهای یاددهی- یادگیری درون آن انجام می‌گیرند. تجهیزات آموزشی نیز به همه امکاناتی اطلاق می‌شود که می‌توانند در محیط آموزشی شرایط را به وجود آورند که یادگیری مؤثرتر صورت گیرد.

ارزش‌ها و باورها (فرهنگ کارآفرینی) :بسیاری از پژوهشگران معتقدند که کارآفرینی پدیده‌ای فرهنگی است. محیط فرهنگی شامل باورها و عقاید افراد جامعه در خصوص آنچه که فعالیت‌های مناسب و مشروع است، مهم‌ترین عامل تأثیرگذار بر کارآفرینی تلقی می‌شود. کارآفرینی زمانی در جامعه گسترش پیدا می‌کند که کارآفرینان مورد تقدیر و از احترام بالایی برخوردار باشند. کو۹ (۲۰۰۳) و درنان و کندی۱۰ (۲۰۰۵) معتقدند که مدل‌های نقش نیز بر تقویت روحیه کارآفرینی و در نهایت رفتار کارآفرینی تأثیرگذارند که در این میان نقش خانواده و والدین و دوستان بسیار برجسته است.

معلمان و توانایی‌های آنان (ویژگی‌های مربیان و معلمان) :منظور این است که معلمان و مربیان به‌خصوصیاتی همچون هدایت شاگردان به سمت هدف‌های آموزشی مجهز باشند(فتحی واجارگاه، ۱۳۸۸، به نقل از: نادری و همکاران، ١٣٩٤). مربی و معلم خوب به شاگردان خود انگیزه می‌دهد، عملکردشان را تحلیل می‌کند، بازخورد ارائه می‌دهد، درباره چگونگی عملکرد و نحوه یادگیری عملکرد آنان را راهنمایی می‌کند، و سرانجام، تعمق درباره بیان آنچه آموخته شده را

[Downloaded from jnrihs.ir on 2026-10-07]

تشویق می‌کند. از جمله صفت‌هایی که این معلمان باید داشته باشند تا خود عامل مهم تأثیرگذار باشند، می‌توان به علاقه، صبر و بردباری، خودباوری، کنترل درونی و خلاقیت و نوآوری اشاره کرد(بل[29]، ۲۰۲۲: ۳۹).

۳ روش‌شناسی پژوهش

روش پژوهش: ازآنجاکه پژوهش حاضر به‌دنبال ارایه مدلی جهت نیازسنجی آموزشی به منظور ارتقای رفتار کارآفرینی دانش آموزان می‌باشد، روش پژوهش بر مبنای ماهیت داده‌ها آمیخته (کمی، کیفی)، از حیث بعد محیط، از نوع کتابخانه‌ای-میدانی و از نظر هدف کاربردی، از نظر زمان مقطعی و از نظر روش اجرای پژوهش توصیفی-پیمایشی است.

جامعه‌آماری، روش نمونه‌گیری و حجم نمونه

کیفی: جامعهٔ آماری در بخش کیفی شامل صاحبنظران و افراد ذی‌صلاح دارای پست‌های اجرایی در زمینه نیازسنجی آموزشی به منظور ارتقای رفتار کارآفرینی دانش آموزان که از سوابق اجرایی در سطوح تصمیم‌گیری برخوردار بوده و نیز محققانی، که دارای کتب و مقالاتی تخصصی در این حوزه بودند، می‌باشد. در این پژوهش برای تعیین نمونه‌ها از روش نمونه‌گیری هدفمند[30] استفاده شد که ۱۰ نفر به عنوان حجم نمونه مصاحبه شونده، در نظر گرفته شد. مصاحبه شوندگان شامل خبرگان و متخصصان و مدیران آموزش و پرورش بودند که ۱ نفر۱۲ سال، ٤ نفر بین ۱۵ تا ۲۰ سال و نیز ۹ نفر بالای ۲۰ سابقه کاری داشتند. شایان ذکر است که فرایند مصاحبه در اوایل سال ۱٤۰۱ انجام شد.

کمی: گروه دوم از جامعهٔ آماری این پژوهش، شامل تمامی معلمان مقطع ابتدایی شیراز به تعداد ۷٤۰ نفر بودند که با استفاده از از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای و فرمول کوکران ۲۵۳ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب شد. در پژوهش حاضر ابتدا بر اساس نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای، نمونه گیری انجام شد و درنهایت به‌طور تصادفی و متناسب با حجم جامعه آماری معلمان ابتدایی انتخاب شدند. همه آزمودنی‌ها (معلمان زن و مرد) در مطالعه شرکت کردند.

ابزار گرداوری داده‌ها و پایایی و روایی

در این پژوهش به منظور گردآوری داده‌ها از روش کتابخانه‌ای، مصاحبه نیمه ساختار یافته و پرسشنامه استفاده شد.

کیفی: در بخش کیفی این پژوهش از مصاحبه‌های نیمه‌ساختار یافته استفاده شد. در مصاحبه‌های انفرادی با مصاحبه شوندگان، برای بررسی مقدماتی سه سؤال مصاحبه استفاده شد. ضمن این که سؤال‌های فرعی دیگری نیز در کنار هر سؤال برای درک تجارب شرکت کنندگان در حین مصاحبه مطرح می‌شد. در حین انجام مصاحبه پژوهشگر با پرسش سؤال‌های راهنما، صحت برداشت خود را از گفته‌های مصاحبه شوندگان کنترل کرده است. پژوهشگر در فرایند نمونه‌گیری

[29] Bell
[30]- Judgemental Sampling

[Downloaded from jnrihs.ir on 2026-10-07]

از شرکت کنندگان داده‌ها را مورد تحلیل قرار داد تا مواردی که ناقص بوده با دریافت اطلاعات جدید از شرکت‌کننده جدید کامل گردد. بعد از انجام ۱۰ مصاحبه، عوامل اصلی و فرعی در مصاحبه‌های قبلی تکرار می‌شد و پژوهشگر به اشباع رسید. در حین مصاحبه به جمع‌آوری نظرات در مورد شاخص‌های مناسب برای تعیین عوامل نیازسنجی آموزشی به منظور ارتقای رفتار کارآفرینی پرداخته و عوامل اصلی و فرعی مورد نظر بررسی و نهایی شد. مدت زمان انجام مصاحبه بین ۳۰ تا ٦۰ دقیقه بود.

برای حصول اطمینان از روایی بخش کیفی پژوهش و به‌منظور اطمینان خاطر از دقیق بودن یافته‌ها از دیدگاه پژوهشگر، از نظرات ارزشمند اساتید آشنا با این حوزه و متخصصان آموزش و پرورش که در این حوزه خبره و مطلع بودند استفاده شد. هم‌چنین به‌طور هم‌زمان از مشارکت کنندگان درتحلیل و تفسیر داده‌ها کمک گرفته شد. همچنین برای محاسبه پایایی از روش پایایی بین دو کدگذار استفاده شد. در مصاحبه با روش توافق درون موضوعی دو کدگذار[۳۱]، از یکی از اساتید مدیریت آموزشی آشنا به کدگذاری درخواست شد تا به عنوان کدگذار ثانویه در پژوهش مشارکت کند در ادامه محقق به همراه این همکار پژوهش، تعداد سه مصاحبه را کدگذاری کرده و درصد توافق درون موضوعی که به عنوان شاخص پایایی تحلیل به کار می‌رود را محاسبه کرد که پایایی حاصل از دو کدگذار با توجه به محاسبات ۷۵.۱ درصد بدست آمد که بیانگر پایای مناسب بود.

کمی: در این پژوهش به منظور گردآوری داده‌ها از پرسشنامه‌ای محقق‌ساخته بر گرفته از کدهای حاصل از مصاحبه استفاده شد که با نظرسنجی از معلمان ابتدایی، تکمیل شد. گویه‌های پرسشنامه‌های این پژوهش شامل دو قسمت است:

الف) گویه‌های عمومی: در سؤال‌های عمومی هدف کسب اطلاعات کلی و جمعیت‌شناختی پاسخگویان است. این قسمت شامل پنج سؤال است و مواردی مانند جنسیت، سن، تحصیلات، سابقه کار مطرح شده‌اند.

ب) گویه‌های تخصصی (پرسشنامه نیاز سنجی آموزشی به منظور ارتقای رفتار کارآفرینی): این بخش شامل ٤۱ گویه بسته و ۱ سوال باز می‌باشد. در طراحی این بخش سعی شده است که تا حد ممکن، گویه‌های پرسشنامه‌ها برای پاسخگویان قابل درک باشد. این گویه‌ها از نوع بسته و از طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت می‌باشد. لازم به ذکر است، در زمان توزیع پرسشنامه پژوهش‌گر در محل حضور داشته و به‌صورت شفاهی جهت روشن شدن مطلب و گویه‌های پرسشنامه به رفع ابهام برای آزمودنی‌ها مبادرت ورزیده است. در جدول ۱ اطلاعات مربوط به پرسشنامه آمده است.

در این پژوهش به‌منظور محاسبه روایی از روایی صوری، محتوایی استفاده شد. روایی ظاهری پرسشنامه نهایی به دور از ایرادات ویرایشی، شکلی، املایی و .... به کمک پژوهش‌گر، چند نفر از اعضای نمونه، استاد راهنما و مشاور تدوین گردید.

[31]-Inter coder reliability (ICR)

[Downloaded from jnrihs.ir on 2026-10-07]

برای بررسی روایی محتوایی[32] از فرم‌های CVR و CVI استفاده شد. باید توجه داشت که بررسی روایی محتوایی قبل از توزیع پرسشنامه و از طریق خبرگان (اعضای مصاحبه شونده، اساتید راهنما و مشاور، دانشجویان دکتری متخصص در این حوزه، چند نفر از آزمودنی‌ها و ..) صورت می‌گیرد. بر اساس این نوع از روایی هیچ سوالی نیاز به حذف شدن نداشت و برخی سوالات اصلاح شد.

برای سنجش پایایی از ضریب الفای کرونباخ و پایایی ترکیبی استفاده شد. در جدول ۱ ضرایب میانگین واریانس استخراج شده، آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی متغیرها آورده شده است و می‌توان این دو ضریب را با هم مقایسه کرد:

جدول ۱- ضریب میانگین واریانس استخراج شده و ضریب پایایی ترکیبی

بعد	مؤلفه	تعداد سؤالات	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	میانگین واریانس استخراج شده
نیازسنجی آموزشی به منظور ارتقای رفتار کارآفرینی	وضعیت آموزشی	۲٤	۰.۷۳٦	۰.۸۰۱	۰.٦۱
	تعیین اولویتها	۱۰	۰.۸۳۸	۰.۸۸۹	۰.۵۷
	رفع نیاز	۷	۰.۷۷۹	۰.۸۱٦	۰.٦٦

همان‌طور که در جدول فوق قابل مشاهده است میزان AVE همه متغیرها بالای ۰.۵ قرار دارد و ضریب پایایی ترکیبی در هر یک متغیرها بزرگتر از میانگین واریانس استخراج شده در همان متغیر است.

پایایی: در این پژوهش برای محاسبه پایایی از ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی استفاده شد. همان‌طور که در جدول ۱ قابل مشاهده است میزان ضریب آلفای کرونباخ و ترکیبی برای همه مؤلفه‌های بعد نیازسنجی اموزشی به منظور ارتقای رفتار کارآفرینی بالاتر از ۰.۷ است. البته باید توجه داشت که پیش تست آلفای کرونباخ بر روی ۳۰ آزمودنی جداگانه

[32] -Content Validity

[Downloaded from jnrihs.ir on 2026-10-07]

انجام شد و بعد از اینکه دریافتیم همبستگی درونی سوالات مناسب است پرسشنامه نهایی برای سایر آزمودنی‌ها توزیع شد.

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

کیفی: برای تحلیل داده‌های کیفی پژوهش از طریق تحلیل محتوا استفاده شد. در این طرح مراحل تحلیل داده‌های کیفی گردآوری شده، از طریق کدگذاری باز[۳۳] و کدگذاری محوری[۳٤] انجام شده است.

کمی: در بخش کمّی با توجه به سؤال‌های پژوهش از روش‌های آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد. در بخش توصیفی برای متغیرهای جمعیت شناختی که داده‌های آن از پرسشنامه به دست آمد میانگین، انحراف معیار، جداول توزیع فراوانی و نمودار برای هریک از متغیرها ارائه شد که این فرآیند توسط نرم‌افزار **SPSS** انجام شده است.

در بخش استنباطی آزمون فرضیه‌های پژوهش با استفاده از نرم افزارهای SPSS و هم‌چنین Lisrel صورت پذیرفت. نتایج نرم افزار Lisrel در قالب روش مدل‌سازی معادلات ساختاری[۳۵] مورد استفاده قرار گرفت. هم‌چنین از آزمون‌های آمار استنباطی دیگر نظیر تحلیل عاملی اکتشافی و آزمون تی تک نمونه ای نیز بهره گرفته شد.

٤ یافته‌های پژوهش

در این بخش داده‌های پژوهش با استفاده از روش‌های علمی در دو بخش کمی و کیفی مورد تحلیل و ارزیابی قرار می‌گیرد؛ اما قبل از تجزیه و تحلیل داده‌ها پیش پردازش داده‌ها مورد بررسی قرار گرفت.

سوال۱. شاخص‌های، مولفه‌ها و ابعاد نیازسنجی آموزشی به به منظور ارتقای رفتار کارآفرینی در بین دانش آموزان کدامند؟

برای پاسخ به این سوال از کدگذاری نظری و با استفاده از نرم‌افزار[۳٦]MAXQDA، که نرم‌افزاری حرفه‌ای برای تجزیه و تحلیل داده‌های گردآوری شده توسط روش‌های کیفی و ترکیبی است، استفاده شد. نتایج حاصل از پژوهش نشان دادند که از عوامل شناسایی شده، ابعاد نیازسنجی آموزشی به به منظور ارتقای رفتار کارآفرینی دانش آموزان شامل وضعیت آموزشی، تعیین اولویتها و رفع نیاز بودند.

در جدول ۲ چک‌لیست مربوط به نتایج تحلیل محتوای مصاحبه با استفاده از کدگذاری باز، محوری و انتخابی آورده شده است. تحلیل داده‌ها با استخراج مفاهیم و مقوله‌ها آغاز گردید (کدگذاری باز) و مفاهیم و مقوله‌های بی‌ربط و تکراری

33 -Open Coding
34 - Axial Coding
35 -Structural Equation Modelling

[Downloaded from jnrihs.ir on 2026-10-07]

حذف گردیدند که نتایج کدگذاری باز و همچنین کد مصاحبه کننده‌ها، فراوانی و منبع مربوط به هریک از مقوله‌ها در جدول ۲ آمده است.

جدول ۲. شاخصهای، مولفه‌ها و ابعاد نیازسنجی آموزشی به منظور ارتقای رفتار کارآفرینی در بین دانش آموزان

سازه	کدگذاری انتخابی (بعد)	کدگذاری محوری (مؤلفه)	کد گذاری باز (شاخص)	منبع	کد مصاحبه شونده
نیاز سنجی آموزشی به منظور ارتقای رفتار کارآفرینی	وضعیت آموزشی	آموزش فردی	علاقه مند کردن دانش آموز به یافتن فرصتهای جدید	(کیول و همکاران، ۲۰۲۲: ۲۵)	*I10, I6, I5*
			آموزش داشتن انرژی بالا در هنگام صحبت از فرصتها	مصاحبه	*I13, I14, I15*
			ریسک پذیری معلم در مواجهه با مسایل محیطی و آموزش خطرپذیری درست به دانش آموزان	(کیول و همکاران، ۲۰۲۲: ۲۵)	*I12, I51*
			آموزش داشتن انگیزه در تغییر عادات رفتاری	(کیول و همکاران، ۲۰۲۲: ۲۵)	*I12, I5, I8*
			آموزش تفکر انتقادی	(کیول و همکاران، ۲۰۲۲: ۲۵)	*I10, I9, I11*
			آموزش نیاز به تنوع طلبی در دانش آموزان و ارائه راهکار برای انتخاب درست	مصاحبه	*I6, I17, I4*
			آموزش میل به دستاوردگرایی بالا در دانش اموزان	مصاحبه	*I10, I3, I4*

[Downloaded from jnrihs.ir on 2026-10-07]

			آموزش داشتن پشتکار	مصاحبه	I10, I8, I1
			آموزش بروز خلاقیت و ابتکار فردی	(پالادینی و همکاران، ۲۰۲۲: ۱۳۳)	I12, I5, I14,
			مثبت اندیشی در معلم	مصاحبه	I12, I5, I11,
		آموزش اجتماعی	آموزش برای ایجاد ساختارهای منعطف و مبتنی بر تحول اجتماعی	مصاحبه	I6, I10, I20
			تفویض اختیار به دانش اموزان به منظور اعمال نظر در امور آموزشی مربوط به ایشان	مصاحبه	I11, I9, I10,
			ارتباطات باز بین معلمان با دانش اموزان دبستانی	مصاحبه	I6, I1, I14
			ارائه نمایشگاههای دست اوردهای دانش آموزی در مدارس ابتدایی	مصاحبه	I8, I1, I3
			اختصاص زمانهایی برای تعامل دانش اموزان با مشاغل والدین	مصاحبه	II8, I1, I3,
			سیستم تصمیم گیری غیر متمرکز	مصاحبه	I6, I17, I4
			ایجاد بازیهایی با رویکرد اجتماعی به منظور ساخت مشاغل نوین اجتماعی	مصاحبه	I10, I1, I7
			ارائه داستانهای مبتنی بر آسنایی با مشاغل مختلف در سنین کودکی	مصاحبه	I12, I5, I14
		آموزش حرفه ای	آموزش همیاری در مشاغل به دانش آموزان	مصاحبه	I13, I14, I15

[Downloaded from jnrihs.ir on 2026-10-07]

			آموزش نکات اولیه هر شغلی نسبه به نیاز و علاقه دانش آموز	مصاحبه	*I12, I5, I14,*
			درس پژوهی	مصاحبه	*I10, I9, I1, I13, I11*
			تیم سازی برای مشارکت و ابراز ایده توسط دانش اموزان	مصاحبه	*I6, I8, I17, I4*
			آموزشهای فناورانه مبتنی بر سطح دانش اموز	مصاحبه	*I10, I3, I4*
			آموزش نوآوری و خطرپذیری در دانش آموزان	مصاحبه	*I2, I10, I20*
	تعیین اولویتها	فوری بودن	توصیف مهارت کارآفرینی برای دانش آموزان به عنوان عاملی حیاتی برای رفع نیاز	(معین الدینی، ۱۳۹۸: ۲۱۰)	*I10, I1, I3, I4*
			شرکت دادن دانش آموزان در درکارگاههای ارائه ایده برای حل مساله فوری	(معین الدینی، ۱۳۹۸: ۲۱۰).	*I2, I6, I20*
			آموزش لزوم پرداختن به رفتار کارآفرینی به عنوان عاملی که نبود آن آسیب ایجاد می کند	(احمدی و رحیمی، ۱۴۰۱)	*I6, I5, I1, I7*
		مورد تقاضا بودن	توجه بهنیاز دانش آموزان و صحبت در مورد مشاغل متناسب با نیاز	مصاحبه	*I1, I3, I4*
			توجه به تقاضای دانش آموز نسبت به علاقه شغلی در آینده	مصاحبه	*I10, I5, I7*
			توجه به فناوری اطلاعات به عنوان عاملی مهم در آینده کاری	مصاحبه	*I13, I14, I15*

[Downloaded from jnrihs.ir on 2026-10-07]

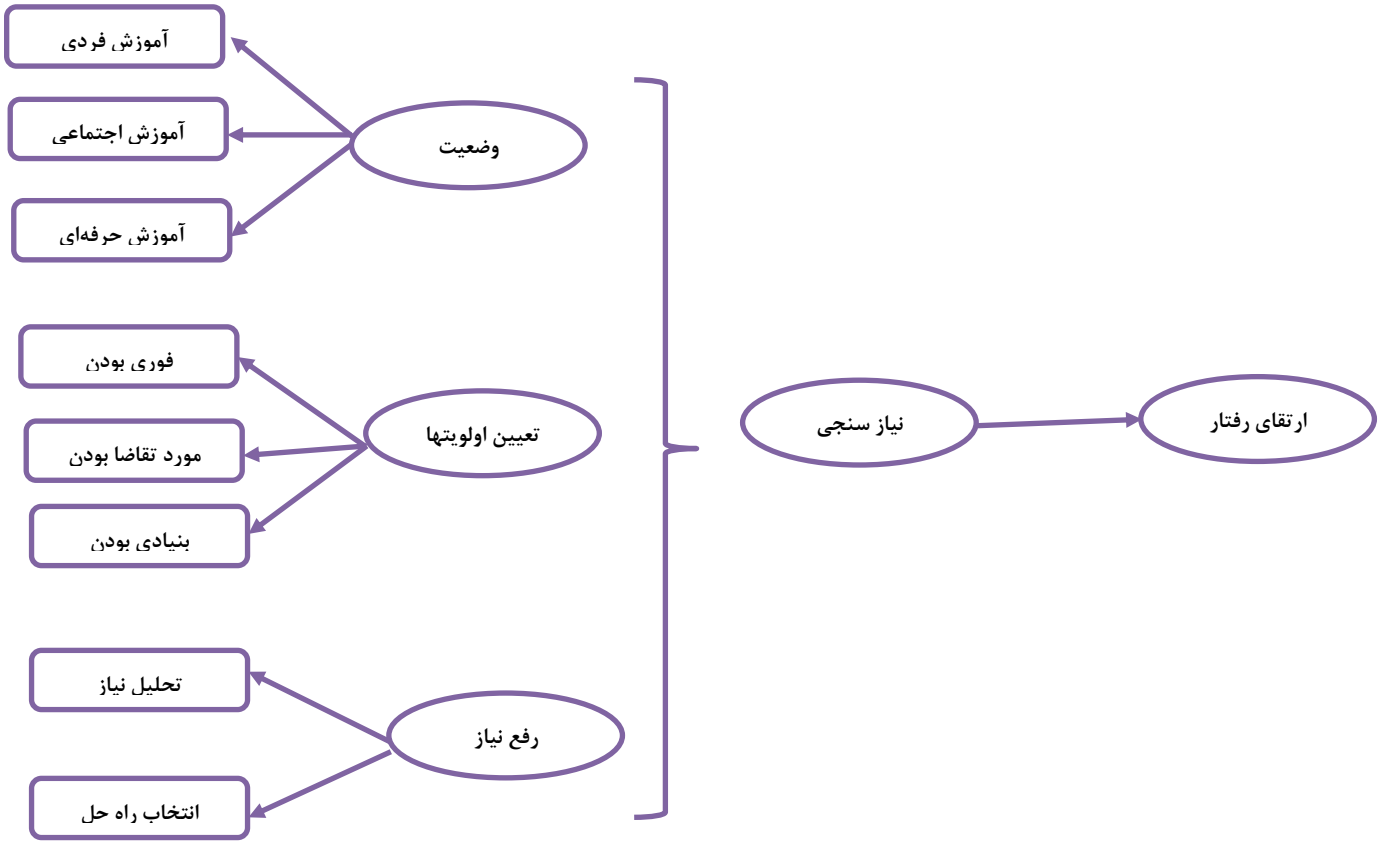
			حمایت از دانش آموزان ایده پرداز	(احمدی و رحیمی، ۱٤۰۱).	*I12, I14, I11*
		بنیادی بودن	آموزش مهارت خودارزیابی به دانش اموزان	(جیانگ و لیم[37]، ۲۰۲۲)	*I10, I6, I5*
			آموزش انجام تعامل مثبت با دانش اموزان دیگر به عنوان عامل اساسی در توسعه	مصاحبه	*I13, I14, I1*
			آموزش کسب مهارتهای مطالعه ای به دانش اموزان	مصاحبه	*I12, I6*
	رفع نیاز	تجزیه و تحلیل نیاز	آموزش تحلیل مسایل پیرامون در حد دانش اموزان ابتدایی	(جیانگ و لیم، ۲۰۲۲)	*I12, I1*
			درخواست از دانش آموزان به عنوان کردن مسایل پیش رو	(مظلومیان، ۱۳۹۸: ۹۱)	*I10, I9, I1,*
			سوال از دانش آموزان نسبت به جذابیتهای کاری محیط پیرامون برای ایشان	مصاحبه	*I6, I8, I17*
		انتخاب راه حل	کمک به دانش اموزان به منظور انتخاب راهی که آسان و کم هزینه باشد	(جیانگ و لیم ، ۲۰۲۲)	*I10, I8, I4*
			کمک به دانش اموزان به منظور انتخاب راهی که آسان و کم هزینه باشد	(مظلومیان، ۱۳۹۸: ۹۱)	*I10, I3, I4*
			خواستن از دانش آموز به ارائه راه حلهای زود بازده برای حل مسایل	مصاحبه	*I6, I8, I17*

[37] Jeong & Lim

[Downloaded from jnrihs.ir on 2026-10-07]

		خواستن از دانش آموز به ارائه راه حلهای کاربردی برای حل مسایل		مصاحبه	I10, I3, I4

سوال ۲. چه مدلی می‌توان برای نیازسنجی آموزشی به منظور ارتقای رفتار کارآفرینی دانش آموزان ترسیم کرد؟



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش برگرفته از مصاحبه نیمه ساختاریافته

[Downloaded from jnrihs.ir on 2026-10-07]

سوال ۳. وضعیت موجود ابعاد نیازسنجی آموزشی به به منظور ارتقای رفتار کارآفرینی در بین دانش آموزان چگونه است؟ برای بررسی وضعیت موجود مورد نظر، از آزمون تی تک نمونه‌ای استفاده شد و با توجه به اینکه مقیاس پنج درجه ای بود، ارزش عددی برای مقایسه با آماره تی را عدد ۳ در نظر گرفتیم. نتیجه آزمون تی تک نمونه‌ای در جدول زیر آورده شده است.

جدول ۲- آزمون تی تک نمونه ای به منظور بررسی وضعیت موجود متغیرها

بعد	مولفه	ارزش آزمون = ۳				
		مقدار تی	Sig.	اختلاف میانگین	فاصله اطمینان ۹۵ درصد از اختلاف	
					حد پایین	حد بالا
	آموزش فردی	۵.۰۲	۰.۰۰۰	۰.۲۳	۰.۱٤	۰.۳۲
نیازسنجی	آموزش اجتماعی	۰.۰۰	۱.۰۰۰	۰.۰۰	-۰.۰۹	۰.۰۹
آموزشی به	آموزش حرفه‌ای	٦.۸۲	۰.۰۰۰	۰.۲۸	۰.۲۰	۰.۳٦
منظور	فوری بودن	٦.۹۸	۰.۰۰۰	۰.۲٦	۰.۱۸	۰.۳۳
ر=ارتقای	مورد تقاضا بودن	٤.۷۱	۰.۰۰۰	۰.۱۹	۰.۱۱	۰.۲۷
رفتار	بنیادی بودن	٦.۳۵	۰.۰۰۰	۰.۲٦	۰.۱۸	۰.۳٤
کارآفرینی	تجزیه و تحلیل نیاز	۸.۸۵	۰.۰۰۰	۰.۳۷	۰.۲۸	۰.٤۵
	انتخاب راه حل	۷.۰٤	۰.۰۰۰	۰.۲۹	۰.۲۱	۰.۳۷

همان‌طور که در جدول مشاهده می‌شود، سطح معناداری در متغیرهای آموزش اجتماعی، کمتر از یک صدم می‌باشد، بنابراین می‌توانیم بگوییم بین میانگین مشاهده شده و میانگین مورد انتظار تفاوت وجود دارد؛ اما با توجه به اینکه حد بالا و پایین فاصله اطمینان هر دو مثبت می‌باشد، می‌توان گفت مولفه‌های پژوهش بالاتر از میانگین قرار دارند.

۵. نتیجه‌گیری

یکی از رویکردهایی که می‌تواند آموزش کشور را در برابر این چالشها مصون بدارد، توجه به پدیده کارآفرینی است. در واقع، یکی از موضوعاتی که در شرایط متغیر و در حال پیشرفت کنونی توجه همگان را بخود جلب نموده است، بحث کارآفرینی و استفاده از خلاقیت و نوآوری در توسعه و پیشرفت اقتصادی کشورها می‌باشد. کارآفرینی پدیده‌ای نوین و

[Downloaded from jnrihs.ir on 2026-10-07]

جذاب است که نقش برجسته‌ای در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار و همچنین شرایط پویا و متحول متأثر از فناوری‌های نوین دارد. تنها با استفاده از ایده‌های خلاق و بکارگیری نوآوری در محیط کار می‌توان با شرایط، هماهنگ و همسو شد و در عرصه رقابت همگام و شاید پیش‌تر از رقبا حرکت کرد. از این‌رو در یک گستره وسیع، تمام عناصر فعال در صحنه باید به کارآفرینی بپردازند و به سهم خود کارآفرین باشند. نیاز به نوآوری در خدمات و محصولات و از طرفی داشتن افراد کارآفرین در جامعه باعث شده است بسیاری از سازمان‌ها به ویژه سازمانهای آموزشی، به تجدید نظر در ساختار برنامه‌های خود بپردازند. این سازمان‌ها، کارآفرینی و نوآوری را بعنوان فرهنگ تلقی می‌کنند، تا سازمان مربوطه بطور اثربخش‌تری به حیات خود ادامه دهد. در واقع امروزه، نقش کارآفرین به‌عنوان موتور توسعه اقتصادی، قهرمان توسعه صنعتی، محرک و مشوق سرمایه‌گذاری، گزینه اصلی انتقال فناوری، گزینه رفع خلل و تنگناهای بازار و گزینه اصلی ایجاد اشتغال است . رفتار کارآفرینی عامل اصلی ایجاد خلاقیت و نوآوری در سازمان‌های امروزی بوده و سازمان‌ها در اکثر کشورهای توسعه یافته، در حال انتقال از حالت بوروکراتیک به وضعیت رفتار مطلوب کارآفرینی می‌باشند. اما آموزش رفتار کارآفرینی در مدارس باید توسط معلمانی آموزش داده شود که خود برای کارآفرینی تربیت شده اند. صاحبنظران معتقدند که معلمانی که شجاعت تغییر الگوهای آموزشی سنتی را دارند به مثابه یک کارآفرین در کلاس توصیف می‌شوند که می توانند رفتار کارآفرینی را در دانش آموزان رقم بزنند. اما این تغییر رفتار، با نیازسنجی آموزشی تحقق پیدا خواهد کرد. در پژوهش حاضر، به این موضوع پرداخته شد و نتایج حاصل نشان داد که نیازسنجی آموزشی برای ارتقای رفتار کارآفرینی شامل توجه به ابعاد وضعیت آموزشی، تعیین اولویتهای آموزشی و رفع نیاز می باشند. بدین منظور در این پژوهش مشخص شد که برای ارتقای رفتار کارآفرینی باید به نیازسنجی آموزشی پرداخت و در ابتدا باید وضعیت موجود اموزشی را مشخص کرد که در چه سطحی قرار دارد و ایا رفتار کارآفرینانه تقویت می گردد یا خیر، د رادامه باید به اولویت بندی و تعیین نیاز پرداخت. تا نیاز برای تغییر رفتار مشخص نشود، این تغییر رفتار حاصل نمی شود.

بر اساس یافته‌های حاصل از پژوهش، می‌توان چندین پیشنهاد ارائه داد:

- ارائه آموزشهای لازم برای دانش آموزان تا تفکر انتقادی ایشان بهبود یابد می توان از رویکردهای فلسفه برای کودکان در اینا مورد استفاده کرد.
- ارائه تجهیزات و زیرساخت‌های فناورانه برای دانش آموزان ابتدایی.
- ارائه کارگاه‌های آموزشی برای ترغیب دانش آموزان به ابراز ایده.
- استفاده از ابزارهای بازی گونه و داستان گونه برای ارتقای رفتار کارآفرینی.

[Downloaded from jnrihs.ir on 2026-10-07]

منابع

احمدی، منیژه و رحیمی، زهرا. (۱٤۰۱). نیازسنجی آموزشی کارکنان دادگستری شهرستان زابل برمبنای تحلیل شایستگی ها. آموزش و توسعه منابع انسانی، ۲۹۲-۲۵۲

جمشیدی, هادی, فقیهی، علی و یوسف زاده، محمد. (۱٤۰۰). استخراج ویژگی‌های عناصر اساسی برنامه درسی مهارت‌آموزی دانش‌آموزان دوره دوم متوسطه. *پژوهش در برنامه ریزی درسی, ۱۸* (٦۸), ۸۵-۷۳.

حجازی، اسد و ساعی مهربان، رضا (۱۳۹٦). ایجاد و توسعه مدارس مهارت آموزی. ماهنامه کار و جامعه، ۲۱۳: ٦۱-۷۳.

سند تحول بنیادین نظام آموزش‌وپرورش (۱۳۹۰) سند تحول بنیادین نظام آموزش‌وپرورش تدوین شده باهمکاری شورای عالی انقلاب فرهنگی و شورای عالی وزارت آموزش‌وپرورش.

شاه محمدی, نیره, سبحانی نژاد, علی و حجتی، داوود. (۱٤۰۰). اثربخشی روش یادگیری معکوس برافزایش یادگیری خودراهبر و پیشرفت تحصیلی دانش‌آموزان پایه ششم در درس علوم. *پژوهش‌های آموزش و یادگیری*.

عزیزی، محمد و مختاری، نگار. (۱۳۹٦). آموزش کارآفرینی برای دانستن، انجام دادن و بودن در دوره ابتدایی با رویکرد تلفیقی. توسعه کارآفرینی، ۱۰(٤)، ٦۳۵-٦۵٤

معین الدینی، محمود. (۱۳۹۸). نیازسنجی آموزشی مسائل راهبردی اجتماعی. مطالعات دفاعی استراتژیک، ۱۷(۷۷)، ۲۲٤-۲۰۳

مظلومیان، سعید. (۱۳۹۸). نیازسنجی آموزشی براساس روش دیکوم و استاندارد آموزشی ۱۰۰۱۵. پژوهش در یادگیری آموزشگاهی و مجازی، ٦(٤)، ۸۹-۱۰٦

Adeyemo, S. A., Ogunleye, P. O., Adeyemi, M. A., & Kareem, T. S. (2021). Entrepreneurship Education as an Impetus to Entrepreneurial Competence and Entrepreneurial Intentions among Polytechnic Students: A Quantitative Approach. *Asian Journal of Education and Social Studies*, 29-37.

Agus, E., & Ali, K. (2022). Environmental Education for High School and Vocational School of Muhammadiyah City of Medan Based On Islam. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, *5*(1), 930-937.

Baker, T., & Welter, F. (2020). *Contextualizing Entrepreneurship Theory*. Routledge.

Baier, F., Decker, A. T., Voss, T., Kleickmann, T., Klusmann, U., & Kunter, M. (2019). What makes a good teacher? The relative importance of mathematics teachers' cognitive ability, personality, knowledge, beliefs, and motivation for instructional quality. *British Journal of Educational Psychology*, *89*(4), 767-786.

Bell, R. (2022). Developing entrepreneurial behaviours in the Chinese classroom through value creation pedagogy. *Innovations in Education and Teaching International*, *59*(1), 37-48.Dong, Z., Wang, X., Zhang, T., & Zhong, Y. (2022). The effects of local government leadership turnover on entrepreneurial behavior. *China Economic Review*, *71*, 101727.

[Downloaded from jnrihs.ir on 2026-10-07]

Frese, M., Rousseau, D. M., & Wiklund, J. (2014). The emergence of evidence–based entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and Practice*, *38*(2), 209-216.

Frolova, Y., Alwaely, S. A., & Nikishina, O. (2021). Knowledge Management in Entrepreneurship Education as the Basis for Creative Business Development. *Sustainability*, *13*(3), 1167.

Jeong, E., & Lim, J. (2022). An Analysis of Priorities in Developing Virtual Reality Programs for Core Nursing Skills: Cross-sectional Descriptive Study Using the Borich Needs Assessment Model and Locus for Focus Model. *JMIR Serious Games*, *10*(4), e38988.

Kieu-Le, T. C., Nguyen, P. D., Abeynayaka, J. A., Pham, N. B., Gamaralalage, P. J. D., Van Hieu, P., ... & Meetiyagoda, T. A. O. Training Needs Assessment Report (TNA) Towards Microplastic Monitoring and Evidence-Based Policy Measures in Vietnam.

Koev, S. R., Moroz, I., Mushynska, N., Kovin'ko, O., & Kovalchuk, S. (2019). Features of building a managerial career based on entrepreneurship education. *Journal of Entrepreneurship Education*.

Liang, Q., Niu, W., Cheng, L., & Qin, K. (2022). Creativity Outside School: The Influence of Family Background, Perceived Parenting, and After-school Activity on Creativity. *The Journal of Creative Behavior*, *56*(1), 138-157.

Othman, N. H., & Othman, N. (2019). A Systematic Review on Entrepreneurship Education in Higher Learning Institutions in Southeast Asia. *Universal Journal of Educational Research*, *7*(11), 2406-2416.

Paladini, A., Lanza, T. E., Gianfredi, V., Blandi, L., Ricciardi, W., Damiani, G., ... & Cadeddu, C. (2022). Training needs assessment of European healthcare workers on vaccinology and vaccine acceptance: Andrea Paladini. *European Journal of Public Health*, *32*(Supplement_3), ckac130-151.

Pistaferri, L., Guiso, L., & Schivardi, F. (2020). Learning Entrepreneurship From Other Entrepreneurs?.

Ratten, V., & Usmanij, P. (2021). Entrepreneurship education: Time for a change in research direction?. *The International Journal of Management Education*, *19*(1), 100367.

Santos, X. N., & Morris, M. (2019). Special Issue on Entrepreneurship Education. *Journal of Small Business Management*, *57*(S1), 4-5.

Tsvetkova, A., & Partridge, M. (2021). Knowledge-based service economy and firm entry: an alternative to the knowledge spillover theory of entrepreneurship. *Small Business Economics*, *56*(2), 637-657.

[Downloaded from jnrihs.ir on 2026-10-07]

Educational Needs Assessment in order to Promote Entrepreneurial Behavior

Najmeh Masoomzadeh[38], Reza Zarei[39], Aliyeh Torajipour[40], Aghdas Shoukri Sabuki[41]

Abstract

The current research was conducted with the aim of educational needs assessment in order to promote entrepreneurial behavior. The research method was applied in terms of purpose and mixed in terms of data type. The statistical population of the qualitative part of the research included academic experts and education managers, who were selected as the sample size using the purposeful sampling method and saturation principle. The second group of the statistical population of this research included all the primary school teachers in the number of 740 people, and 253 people were selected as the sample size using the multi-stage cluster sampling method and Cochran's formula. In this research, in order to collect data, library method, semi-structured interview (qualitative part) and researcher-made questionnaire (quantitative part) were used. The interview with the experts indicated the validity of the interview, and in order to calculate the reliability, the reliability method between two coders was used, and the results indicated the reliability and validity of the interview. In order to check the validity of the questionnaire, face and content validity were used, and in order to calculate its reliability, Cronbach's alpha coefficient and composite reliability were used, and the results indicated the validity and reliability of the researcher-made questionnaire. Content analysis was used to analyze qualitative research data. In the quantitative part, according to the research questions, exploratory factor analysis and sample t-test were used using Spss and Lisrel software. The results showed that the dimensions of educational status, determining priorities and meeting needs were introduced as the main dimensions of educational needs assessment in order to promote the entrepreneurial behavior of students. Also, in this research, the existing situation was also investigated and the results showed that the situation of the identified dimensions is favorable.

Keywords: educational needs assessment, entrepreneurial behavior, elementary students

[Downloaded from jnrihs.ir on 2026-10-07]

[38] PhD student in Educational Management, Islamic Azad University, Marvdasht Branch, Marvdasht, Iran (corresponding author)

[39] Assistant Professor, Department of Educational Management, Marvdasht Branch, Islamic Azad University, Marvdasht, Iran

[40] Master's student in Educational Management, Marvdasht Branch, Islamic Azad University, Marvdasht, Iran

[41] Master of Educational Technology, Shiraz Branch, Islamic Azad University, Shiraz, Iran