



## شناسایی ابعاد مدل جهت آموزش کارآفرینی به دانش‌آموزان متوسطه در استان هرمزگان

عصام طاهری<sup>۱</sup>، مهدی باقری<sup>۲</sup>، کلثوم نامی<sup>۳</sup>

### چکیده:

پژوهش حاضر با هدف شناسایی ابعاد مدل جهت آموزش کارآفرینی به دانش‌آموزان متوسطه در استان هرمزگان انجام شده است. این تحقیق از حیث هدف اکتشافی و از نظر روش از نوع تحقیق کیفی بوده است در بخش کیفی جامعه آماری شامل افراد متخصص و صاحب‌نظر آموزش و پرورش استان هرمزگان بود که با استفاده از رویکرد نمونه‌گیری هدفمند در مجموع تعداد ده نفر به عنوان مشارکت‌کنندگان در پژوهش انتخاب شدند. در بخش کمی برای برآزش مدل بر اساس معیارهای استخراج شده از بخش کیفی، از نظر تمامی دبیران و مدیران مقطع متوسطه استان هرمزگان استفاده شده است. ابزار گردآوری در بخش کیفی مصاحبه بوده است. برای به دست آوردن اعتبار و روایی داده‌ها از دو روش بازبینی مشارکت‌کنندگان و همچنین مرور خبرگان غیر شرکت‌کننده در پژوهش استفاده شد. پایایی مدل با استفاده از شاخص کاپا و مقدار شاخص کاپا برابر با ۰/۰۶۶۱ محاسبه و در سطح توافق معتبر قرار گرفته است. با استفاده از نرم افزار Maxqda به بررسی مصاحبه‌ها و کدگذاری پرداخته شده است. نتایج حاصل از کدهای اولیه داده‌های کیفی نشان داد که تعداد ۵۰ کد اولیه از میان ۲۴۲ بخش از مصاحبه‌ها شناسایی شده است. نتایج حاصل از کدگذاری محوری در جدول بالا نشان داده شده است. مشاهده می‌گردد ۵۰ کد اولیه در قالب ۸ مقوله پیامدهای اقتصادی مرتبط با کارآفرینی دانش‌آموزان، عوامل آموزشی مرتبط با کارآفرینی دانش‌آموزان، عوامل سازمانی مرتبط با کارآفرینی دانش‌آموزان، عوامل سیاسی و دولتی مرتبط با کارآفرینی دانش‌آموزان، عوامل فردی مرتبط با کارآفرینی دانش‌آموزان، عوامل مالی مرتبط با کارآفرینی دانش‌آموزان، عوامل محیطی مرتبط با کارآفرینی دانش‌آموزان، مزایایی فردی مرتبط با کارآفرینی دانش‌آموزان دسته‌بندی شده‌اند.

**واژگان اصلی:** کارآفرینی، آموزش کارآفرینی، دانش‌آموزان، مهارت‌های یادگیری.

۱. گروه علمی حکمرانی آموزشی و سرمایه انسانی، واحد بندرعباس، دانشگاه آزاد اسلامی، بندرعباس، ایران

۲. گروه علمی حکمرانی آموزشی و سرمایه انسانی، واحد بندرعباس، دانشگاه آزاد اسلامی، بندرعباس، ایران (نویسنده مسئول)

mbagheri.sbu@gmail.com

۳. گروه علمی حکمرانی آموزشی و سرمایه انسانی، واحد بندرعباس، دانشگاه آزاد اسلامی، بندرعباس، ایران

## مقدمه

از اواسط قرن نوزدهم، جست‌وجوی راه‌های مؤثرتر برای افزایش عملکرد دانش‌آموزان، تحقیقات قانع‌کننده‌ای بوده است. حاصل این تلاش‌ها، روش‌های مختلف تدریس و یادگیری از جمله یادگیری مشارکتی (گیلیس، ۲۰۱۶)، نقشه‌های مفهومی (شرودر و همکاران، ۲۰۱۸)، نمایش (هو و همکاران، ۲۰۱۶)، قیاس‌ها و استعاره‌ها (چوی و کیم، ۲۰۱۷) و رویکردهای سازنده (چن و بونر، ۲۰۱۷)، همه در ادبیات مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته‌اند. علیرغم استفاده از برخی از این استراتژی‌ها در کلاس‌های درس، داستان‌های عملکرد ضعیف دانش‌آموزان در کشورهای مختلف در ادبیات دهه دوم قرن بیست و یکم فراوان است (آگیار و هریسون، ۲۰۱۶؛ هوگ و بنچس، ۲۰۱۷؛ کانینگ و همکاران، ۲۰۱۸). این روند نگران‌کننده است زیرا این دانشجویان نشان دهنده موج بعدی نیروی انسانی مورد نیاز برای مدیریت و بهبود جنبه‌های مختلف جامعه هستند (آواه، ۲۰۲۳).

کارآفرینی به تدریج به عنوان یک عامل حیاتی برای رشد، نوآوری و به ویژه ایجاد شغل جدید شناخته شده است. در نتیجه، تعداد آموزش‌ها و علاقه سیاسی و شرکتی به ارتقای کارآفرینی افزایش یافته است (اید، ۲۰۲۱). در سال‌های اخیر، تحقیقات بر روی کارآفرینی دانشگاهی به موازات رشد کارآفرینی در بافت دانشگاهی رشد کرده است. محققان کارآفرینی در سراسر جهان توسعه کارآفرینی را از دیدگاه چند جانبه از قبیل اکوسیستم‌های مختلف و چالش‌های اقتصادی، مورد بررسی قرار داده‌اند (بروتن و همکاران، ۲۰۱۵). برخی استدلال می‌کنند که مدل کارآفرینی آمریکایی در سراسر جهان قابل اجرا نیست (بروتن و همکاران، ۲۰۱۸). کارآفرینی به یک عنصر کلیدی برای توسعه و بهبود وضعیت اقتصادی، تبدیل شده است. (پاتریسیا و همکاران، ۲۰۱۶). نتایج تحقیقات بر روی مسیر شغلی کارآفرینی نشان داده است که متغیرهای مختلف شخصی و وز مینه ای بر کارآفرینی تاثیر دارد که به طور کلی متغیرهای کمی در زمینه شناسایی افراد کارآفرین و غیرکارآفرین انجام شده است و تحقیقات تجربی و نظری در زمینه کارآفرینی، به طور محدودی

- 1 Awaah
- 2 Ead
- 3 Bruton, Khavul, Siegel, & Wright
- 4 Bruton, Zahra, & Cai
- 5 Patricia

انجام شده است. دسته ای از صاحب نظران می گویند که کارآفرینی به مثابه یک راز یا معما است و هر گونه رخداد کارآفرینانه دارای شرایط منحصر به فرد خود است اما دسته ای دیگر از صاحب نظران این عرصه معتقدند که کارآفرینی دارای چارچوب موضوعی و هدف مشخص است که به شکل های مختلف آموزش داده می شود. آموزش کارآفرینی کلید اصلی ارتقاء، درک و توسعه دیدگاه افراد در جامعه نسبت به کارآفرینی می باشد ( آلکین و همکاران، ۲۰۱۷).

این باور روزافزون وجود دارد که فعالیت کارآفرینی اقدامی است که باید مورد تشویق و حمایت قرار گیرد، زیرا نه تنها باعث رونق کلی اقتصاد کشور می شود، بلکه سهم مهمی در توسعه اقتصادی یک منطقه دارد. علاوه بر این، فعالیت های کارآفرینی می تواند شغل های بیشتری را برای جامعه ایجاد کند. بنابراین، کارآفرینی در سراسر جهان به ویژه در کشورهای غربی با اقتصاد بازار توسعه یافته و اکوسیستم های کارآفرینی در حال بررسی است. کارآفرینان عاملی ضروری در انجام فعالیت های کارآفرینانه هستند و نسل های جوان بدون شک منبع مهمی برای کارآفرینان هستند. دانشجویان کالج به عنوان بخش مهمی از گروه جوانان دارای ویژگی های داشتن توانایی یادگیری مستقل قوی و پذیرش آسان چیزهای جدید هستند و در نتیجه پتانسیل کارآفرینی بالاتری از خود نشان می دهند و احتمال بیشتری برای مشارکت در فعالیت های کارآفرینانه دارند. بهبود رفتار کارآفرینانه دانشجویان نه تنها می تواند به طور موثر توسعه اقتصادی را افزایش دهد، بلکه می تواند فشار اشتغال دانشگاه ها را نیز کاهش دهد (وانگ و همکاران، ۲۰۲۳).

کشورهای سراسر جهان به طور فزاینده ای اهمیت ترویج کارآفرینی در جمعیت خود را تصدیق می کنند. ایجاد بنگاه های جدید باعث رشد اقتصادی و ایجاد فرصت های شغلی می شود. علاوه بر این، شرکت های کارآفرین به نیازهای مهم اجتماعی مانند حل مسائل مربوط به سلامت عمومی، فقر و تغییرات آب و هوایی می پردازند. در نتیجه، یک چالش کلیدی نوظهور مرتبط در سراسر جهان، ترویج اشتیاق کارآفرینی است، به طوری که افراد بیشتری برای تأسیس شرکت های جدید انگیزه پیدا می کنند. بخشی از این مهم توسط دانشگاه ها در حال انجام است. بسیاری از دانشگاه ها با ایجاد کالج های مستقل کارآفرینی، گروه های کارآفرینی و مراکز کارآفرینی مستقل، برنامه های آموزشی کارآفرینی را در مقاطع کارشناسی و کارشناسی ارشد گسترش می دهند تا

فرهنگ کارآفرینی در سطح دانشگاه را ارتقا دهند. بر این اساس، تحقیقات در مورد کارآفرینی چگونه آموزش و پرورش و آموزش کارآفرینی افزایش قصد کارآفرینی، قابلیت‌ها، دانش و الهام بخشیدن به دانش‌آموزان را کشف کرده است (لی و همکاران، ۲۰۲۱).

با توجه به اینکه کارآفرینی به عنوان یک کاتالیزور کلیدی در افزایش نوآوری و رقابت عمل می‌کند (بوث و همکاران، ۲۰۲۰)، به طور فزاینده‌ای به یک موضوع مهم در میان محققان و دست‌اندرکاران در سراسر جهان تبدیل شده است. شین و ونکاتارامن (۲۰۰۰) خاطرنشان کردند که کارآفرینی یک رفتار عمدی و برنامه‌ریزی شده است که می‌تواند کارایی اقتصادی، معرفی نوآوری، ایجاد مشاغل جدید و افزایش سطح اشتغال را افزایش دهد. بیشتر شواهد تجربی ارائه شده نشان می‌دهد که کارآفرینی یا حداقل برخی از جنبه‌های کارآفرینی را می‌توان آموزش داد و آموزش به عنوان ابزاری در پرورش و تقویت نگرش‌ها، نیت، شایستگی‌ها و شیوه‌های تفکر و تحلیل جهان در نظر گرفته شده است. در واقع، آموزش کارآفرینی (EE) سیستمی از آموزش دانشگاهی را مفهوم‌سازی می‌کند که پایه‌ای را برای مدیریت تقاضاهای صنعتی رقابتی فعلی و آتی در زمینه نوآوری و اکتشاف فرصت ایجاد می‌کند و صریح‌ترین راهنمایی‌ها را در مورد راه‌های آموزش دانشجویان در زمینه کارآفرینی ارائه می‌کند (هورنگ و همکاران، ۲۰۲۰). از این رو، آموزش کارآفرینی به طور فزاینده‌ای گسترش یافته است و مزایای مرتبط با آن توسط محققان و مریبان برجسته شده است. بر این اساس، رشد چشمگیری در وزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها در سراسر جهان توسط این مطالعات آغاز شده است و سرمایه‌گذاری در برنامه‌های مرتبط با وزش کارآفرینی‌نوز در حال افزایش است (هو و همکاران، ۲۰۲۲).

بر اساس تجربه کشورهای توسعه یافته، آموزش مهارت‌های کارآفرینی باید در سنین کودکی و در دوران مدرسه انجام شود، لذا در ایران نیز برخی از آموزش‌های مرتبط با کارآفرینی در مدارس، آموزش داده می‌شود. نقطه آغازین تحولات باید در نظام آموزشی به ویژه آموزش و پرورش باشد (سلطانی و همکاران، ۱۴۰۱)، و گام نخست، ایجاد فضای سالم و مناسب در مدرسه است تا زمینه رشد و شکوفایی روحیه کارآفرینی در دانش‌آموزان فراهم شود و آموزش و پرورش نیازمند فضایی است که کودکان، نوجوانان، افرادی متفکر، نوآور و با اعتماد به نفس بارآیند نه مهره‌های

1 Lee  
2 Fei Hou

بیجان که در گردونه زندگی، بی اختیار به هر سو روان باشند و مدارس ما باید پرورش دهنده دانش-آموزانی باشند که با جرأت و جسارت و تکیه بر انرژی درونی و تلاش و عملکرد از شکست نهراسند و آن را پلی برای پیروزی تلقی کنند (جمشیدی و شریفی قزوینی، ۱۴۰۱).

سالیان متمادیست که اهمیت کارآفرینی در رشد و توسعه اقتصادی کشورهای مختلف جهان و ضرورت پرداختن به آن در نظام آموزش و پرورش بصورت یک واقعیت اجتناب ناپذیر مورد تأیید و تأکید قرار گرفته است و فارغ التحصیلان نظام آموزشی باید دانش آموختگانی پویا و خلاق بوده که خود توان گردآوری منابع مختلف تولید را داشته باشند و بتوانند با کوشش‌های خلاقانه خود به کسب و کار و باز نشر ارزش‌ها پردازند بنابراین، نظام آموزش و پرورش، به خصوص در مقطع متوسطه دوم که فرصت بسیار مناسبی برای آماده کردن دانش آموزان به بازار کار و محیط کسب و کار می باشد، باید استراتژیهای خود را بر ارزشهای آموزش و یادگیری و اجرای طرحهای عملیاتی درامدزا و ارائه خدمات متعالی به دانش آموزان استوار کند تا وضعیت خود را در محیط رقابتی ارتقا دهند. دیدگاه‌های مختلف ارزیاب برنامه‌های تحصیلی و نظام‌های ارزشیابی عملکرد همگی بر این نکته تأکید دارند که برای اطمینان از اثربخش بودن فعالیت‌های یک سیستم، اطمینان از مناسب بودن ورودی‌های سیستم به تنهایی کافی نیست و لازم است سایر عوامل تأثیرگذار نیز به دقت مورد توجه قرار گیرد. امروزه واژه ی کارآفرینی زیاد به گوشمان می خورد، اما تا به حال به این فکر کرده اید که باید نقطه ی شروع این موضوع آموزش کارآفرینی در مدارس باشد. همیشه در رسانه ها از اشخاص کارآفرین تجلیل می شود و از آن ها به عنوان یک الگوی موفق در کسب و کار نام برده می شود. دنیای این روزها، دنیایی در هم پیچیده است که با فوران ایده های ناب همراه شده است. با توجه به نقش کارآفرینی در نظام آموزش و پرورش لزوم الگویی در این زمینه برای دانش آموزان مدارس ضروری است. با توجه به اهمیت و فواید کارآفرینی، کشورهای مختلف از جمله ایران در پی تأسیس و گسترش مدارس کارآفرینی و آموزش کارآفرینی در مدارس جهت شناسایی و تربیت افراد کارآفرین می‌باشند. مطالعه تحقیقات گذشته نشان می‌دهد که با وجود اهمیت موضوع ولی تاکنون مطالعه‌ای که در قالب یک مدل عوامل موثر، بازدارنده، مولفه‌ها، راهکارها و... را مورد بررسی قرار دهد انجام نشده است، بنابراین تحقیق حاضر در صدد است با پاسخ به سوالات تحقیق مدلی ارائه نماید که چارچوب مدل به این خلاهای تحقیقاتی پاسخ دهد. بدین منظور در این مطالعه به شناسایی ابعاد آموزش کارآفرینی به دانش آموزان متوسطه

در استان هرمزگان پرداخته شده است. در ادامه مقاله به ارایه یک نمای کلی از ادبیات پژوهش پرداخته می‌شود. در بخش بعدی، به طرح پژوهش و جمع‌آوری اطلاعات پرداخته پس از تفسیر یافته‌های پژوهش، به نتیجه‌گیری پرداخته می‌شود.

## مبانی نظری و پیشینه پژوهش

### آموزش کارآفرینی

آموزش فراگیر مرتبط با اقتصاد و ابتکارات اجتماعی، آموزش کارآفرینی را تعریف می‌کند (القضاء و همکاران، ۲۰۲۲). مطالعه کارآفرینی به عنوان راهی برای تحریک علاقه و استراتژی‌های دانشجویان برای طیف وسیعی از فرصت‌های شغلی موجود برای آنها پیشنهاد می‌شود. دانشجویان در معرض طیف وسیعی از زمینه‌های مبتنی بر کسب و کار، از شرکت‌های کوچک و متوسط گرفته تا کارآفرینی در سطح شرکت‌ها قرار می‌گیرند (ذن و همکاران، ۲۰۲۳). این تنوع در روش‌های یادگیری به دلیل تغییر تأکید در آموزش بر یادگیری تجربی است (لی و همکاران، ۲۰۲۳). این ویژگی به دانشجویان کمک می‌کند تا اطلاعات و توانایی‌های خاصی را در یک محیط واقعی کسب کنند. یک استراتژی یادگیری ترکیبی برای دستیابی به این هدف اجرا می‌شود که شامل روش‌های مختلف آموزشی، از جمله مطالعات موردی و مسابقات طرح کسب و کار است (عادل و همکاران، ۲۰۲۳). عناصری که جاه‌طلبی‌های کارآفرینی را هدایت می‌کنند، می‌توانند تشویق شوند و آموزش کارآفرینی می‌تواند مهارت‌های نوآورانه را تقویت کند. آموزش کارآفرینی به طور قابل توجهی بر دانشجویان تأثیر می‌گذارد زیرا آنها را از امکانات جدید برای رشد خود و حرفه‌شان آگاه می‌کند (ملاتی و همکاران، ۲۰۲۵).

اولین دوره کارآفرینی در سال ۱۹۴۷ در دانشکده کسب و کار هاروارد انجام شد. در سال ۲۰۰۸، بیش از ۵۰۰۰ دوره کارآفرینی در دو ساله و چهار ساله در موسسات ایالات متحده برگزار. امروزه بیش از ۴۰۰۰۰۰ دانشجوی، در دوره‌های کارآفرینی مشارکت می‌کنند و تقریباً ۹۰۰۰۰ نفر از اعضای هیات علمی به آنها آموزش آموزش می‌دهند (والش و گراسوین، ۲۰۱۳). برنامه‌های آموزش کارآفرینی در سراسر جهان به سرعت رشد کرده‌اند (کوتاکو، ۲۰۰۴؛ نیک و همکاران، ۱).

1 Welsh & Dragusin

2 Kuratko

۲۰۱۴؛ پریدی و جونز، ۲۰۱۵؛ سالمون، ۲۰۰۷؛ والدز، ریچاردسون، ۲۰۱۳). رابطه مثبت بین کارآفرینی، رشد اقتصادی و نوآوری منجر به رشد بیشتر در آموزش کارآفرینی گردید (فریرا و همکاران، ۲۰۱۸). نیاز به افزایش مهارت‌های شغلی (اتکویتز و همکاران، ۲۰۰۶)، کاهش بیکاری فارغ التحصیلان دانشگاهی (اونوما، ۲۰۱۶) و عملکرد پایین اقتصادی، منجر به توسعه آموزش کارآفرینی گردید. با این حال، عوامل اقتصادی و اجتماعی منجر به درخواست‌های مستمر برای کارآفرینی شده است (فایول و همکاران، ۲۰۰۶؛ فایول و گیلی، ۲۰۱۵).

در آموزش کارآفرینی، از دیدگاه آموزشی، بسیاری از اهداف با بینش مناسب کمی نسبت به اثربخشی طراحی سازمانی دوره‌های آموزش کارآفرینی شکل می‌گیرند. ادبیات آموزش کارآفرینی که بر کلیات مهم "یادگیری از طریق انجام" تاکید می‌کند باید به عنوان آموزش تجربی و فعال در نظر گرفته شود، اما هیچ جزئیاتی در مورد نحوه انجام آموزش‌های فعال ارائه نشده است. به گفته مارتین و همکاران (۲۰۱۳)، نتایج کارآفرینی با سایر ویژگی‌ها و ویژگی‌های شخصیتی، مانند نیت کارآفرینی، دانش، مجموعه مهارت‌ها و نگرش مثبت نسبت به کارآفرینی مرتبط است.

در مورد محتوای دوره آموزش کارآفرینی، اولویت مشترک موادی است که به مدل‌های کسب و کار می‌پردازد و اصول اولیه ایجاد سرمایه‌گذاری را معرفی می‌کند. این مطالب اغلب به عنوان مجموعه‌ای از کتاب‌های آموزشی مورد توجه برای تعمق در مورد ایجاد فرآیندها و فعالیت‌های کارآفرینانه طراحی می‌شوند (فایول، ۲۰۱۳). طبق نظر شران (۲۰۱۵)، آموزش کارآفرینی در عصر مدرن ناقص است. برای نشان دادن، قیاسی بین آموزش کارآفرینی و روزهای اولیه تدریس پزشکی که روش مطالعه موردی غالب بود، ترسیم شد. در حالی که تکنیک مطالعه

- 
- 1 Neck
  - 2 Preedy & Jones
  - 3 Solomon
  - 4 Valdez, M. E., & Richardson
  - 5 Ferreira, Fayolle, Ratten, & Raposo
  - 6 Etzkowitz, Webster, Gebhardt, & Cantisano
  - 7 Onuma
  - 8 Fayolle, Gailly, & Lassas-Clerc
  - 9 Fayolle & Gailly
- 1 Schramm 0

موردی در پزشکی دانش را منتقل می‌کند، فهمیده شد که همان شیوه تدریس خصوصی به دلیل ویژگی‌های منحصر به فرد موارد تجاری خاص برای آموزش کارآفرینی کافی نیست. همانطور که شراب استدلال می‌کند، آموزش کارآفرینی باید بر اساس شباهت‌های بین آموزش پزشکی و آموزش کارآفرینی متحول شود (شراب، ۲۰۱۴). تحقیق انجام شده توسط ادلمن و همکاران. (۲۰۰۸) محتوای دوره در آموزش کارآفرینی را روشن کرده است و نیاز به بازنگری از نظر آنچه در کلاس‌ها تدریس می‌شود دارد زیرا کارآفرینان بالقوه در برخی از فعالیت‌های کارآفرینانه شرکت می‌کنند و منجر به ایجاد سرمایه‌گذاری‌های جدیدی می‌شود که در کلاس‌ها تمرین نمی‌شوند و با آنچه که توسط مربیان در آموزش کارآفرینی تدریس می‌شود فاصله زیادی دارند. این کمپایی تحقیقات آموزش کارآفرینی را در مورد چگونگی تنظیم مجموعه‌ای از اصول اساسی برای محتوای آموزش کارآفرینی با ترکیب دانش نظری و شیوه‌های حرفه‌ای که هنوز برای اثربخشی آموزش کارآفرینی مورد نیاز است، نشان داد (فایوله، ۲۰۱۳). مدل مرسوم کارآفرینی در سطح محتوا عمدتاً در مورد تفکر اقتصادی است تا مشخص کند که چگونه یک کارآفرین با کشف مناطق ناشناس که تقاضای محصول یا خدماتی فراتر از عرضه موجود را دارند، اقدامات کارآفرینانه انجام می‌دهد. فرآیند سستی با کشف فرصت شروع شد، سپس ارزیابی فرصت و اینکه آیا استفاده از فرصت ارزشمند بود یا خیر. پس از آن، کارآفرینان نهادهایی را تأسیس کردند (فیشر، ۲۰۱۲). زیرا اکثر محتوای آموزش کارآفرینی حول فرآیندهای فرصت، شناسایی، ارزیابی و بهره‌برداری تنظیم شده است. مداخلات و روش‌های اخیراً توسعه‌یافته، مانند تأثیرگذاری، روش‌های تجویزی (فیت، ۲۰۰۸)، تفکر طراحی (براون، ۲۰۰۸)، کارآفرینی منضبط (اولت، ۲۰۱۳) و راه‌اندازی ناب (منصوری و لاکسوس، ۲۰۱۹) از توسعه حوزه فعالیت‌های کارآفرینی. این مداخلات و روش‌های کارآفرینی عمدتاً مواد آموزشی اصلی آموزش کارآفرینی را در بر می‌گیرد که در اینجا خلاصه می‌شود (ماسومی و همکاران، ۲۰۲۳).

والنسیا و همکاران (۲۰۲۵) به بررسی قصد کارآفرینی پایدار در دانشجویان کارشناسی: تأثیر آموزش کارآفرینی پرداختند. آموزش کارآفرینی از اهمیت حیاتی در پرورش کارآفرینان برخوردار است و این امر می‌تواند با همسو کردن سیاست‌های آموزشی با اهداف توسعه پایدار (SDGs)

1 Aulet  
2 Valencia-Arias

محقق شود. با این وجود، تحقیقات کمی در مورد بررسی تأثیر اکوسیستم آموزشی بر رفتار کارآفرینی وجود دارد. درک انگیزه‌های روانشناختی زیربنای کارآفرینی به منظور تدوین سیاست‌های مؤثر و پرورش یک محیط کارآفرینی مساعد، بسیار مهم است. تأثیر آموزش دانشگاهی در کارآفرینی بر قصد کارآفرینی و توسعه اقتصاد پایدار، بر ضرورت تحقیقات بیشتر برای افزایش کیفیت آموزشی و ترویج کارآفرینی باکیفیت تأکید می‌کند. هدف از این مطالعه، تجزیه و تحلیل همبستگی بین قصد کارآفرینی پایدار و آموزش قبلی در زمینه کسب و کار در بین دانشجویان دانشگاه بود. یک رویکرد کمی و همبستگی به کار گرفته شد. در مجموع ۶۰۲ دانشجویان مورد بررسی قرار گرفتند که شرکت‌کنندگان بر اساس پیشینه تجاری قبلی خود به دو گروه تقسیم شدند. داده‌ها با استفاده از پرسشنامه‌ای که از مدل قصد کارآفرینی پایدار اقتباس شده بود، جمع‌آوری شد. این پرسشنامه به ارزش‌های محیطی، پاداش‌های ذاتی و بیرونی، کنترل رفتاری ادراک‌شده و هنجارهای اجتماعی می‌پرداخت. علاوه بر این، شامل سؤالاتی در مورد ملاحظات اخلاقی ناشناس بودن و داوطلبانه بودن بود. این مطالعه نتیجه می‌گیرد که قصد کارآفرینی پایدار در بین دانشجویان دانشگاه تحت تأثیر آموزش کارآفرینی قرار دارد، هرچند به طور غیرمستقیم. تعیین‌کننده‌ترین عوامل، کنترل رفتاری ادراک‌شده و پاداش‌های ذاتی هستند که دانشجویان دارای آموزش کارآفرینی و بدون آموزش کارآفرینی را به طور یکسان تحت تأثیر قرار می‌دهند. با این حال، تفاوت‌های معناداری مشاهده شد: در حالی که برای دانشجویانی که آموزش کارآفرینی قبلی دارند، نگرش نسبت به کارآفرینی پایدار رابطه منفی با قصد کارآفرینی دارد، برای کسانی که این آموزش را ندارند، این رابطه مثبت است. این نشان می‌دهد که تجربه و زمینه آموزشی نقش مهمی در شکل‌گیری قصد کارآفرینی پایدار دارند. شماره کارآزمایی بالینی: قابل اجرا نیست.

بای و همکاران (۲۰۱۴) و ریند جونز (۲۰۲۱)، نظریه سرمایه انسانی و نظریه شناخت اجتماعی به عنوان دو پایه نظری اصلی آموزش کارآفرینی پذیرفته شدند، که نشان می‌دهد خودکارآمدی، همانند افزایش قابلیت، تعیین‌کننده قصد کارآفرینانه است. با توجه به بندورا (۱۹۷۷)، خودکارآمدی به قضاوت در مورد این مساله می‌پردازد که فرد چگونه می‌تواند دوره‌های عمل مورد نیاز برای مقابله با موقعیت‌های آینده‌نگر را اجرا کند (بندورا، ۱۹۸۲). نظریه رفتار

1 Rainand Jones

2 Bandura

برنامه‌ریزی شده که در آیزن (۱۹۹۱) توصیف شد، کنترل رفتار درک شده را به صورت مفهومی معادل با خود کارآمدی شناسایی کرد و این مفهوم را به عنوان باور به منابع (به عنوان مثال، زمان، پول و مهارت‌ها) و فرصت‌ها تعریف کرد، با افرادی که معتقدند منابع و فرصت‌های بیشتری دارند و با موانع کمتری مواجه می‌شوند که کنترل درک شده بالاتری (به عنوان مثال، خود کارآمدی) بر روی یک رفتار معین و در نتیجه قصد رفتاری بیشتر دارند. به طور مشابه، در زمینه کارآفرینی، افراد بیشتر از چالش‌ها و موانع در فرآیند کارآفرینی پس از آموزش آگاه می‌شوند، و کسانی که اعتماد لازم برای مقابله با این چالش‌ها را توسعه می‌دهند از فعالیت‌های کارآفرینی لذت می‌برند و خود را وقف فعالیت‌های کارآفرینی می‌کنند. بنابراین، خودکارآمدی ممکن است اثرات آموزش بر عملکرد کارآفرینانه را تعدیل کند و از جمله خودکارآمدی کارآفرینی در تحلیل‌ها می‌تواند به روشن شدن بیشتر رابطه بین آموزش کارآفرینی و نتایج کارآفرینی کمک کند. علاوه بر این، میائو و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۱۷) پیشنهاد کردند که پیامدهای کارآفرینی ممکن است هم در سطح فردی و هم در سطح شرکت ارزیابی شود. از آنجا که تعصب خود - انتخابی ممکن است بر نتایج فردی مانند قصد کارآفرینی و نگرش کارآفرینی تاثیر بگذارد و قدرت پیش‌بینی آموزش کارآفرینی را کاهش دهد، نتایج سطح شرکت ممکن است به جای آن مورد استفاده قرار گیرد. (بای و همکاران، ۲۰۱۴؛ دو و همکاران<sup>۳</sup> ۲۰۱۹) نیومن و همکاران (۲۰۱۹) اظهار داشتند که ارتباط بین عوامل فردی و عملکرد شرکت در مطالعات کارآفرینی قابل قبول است زیرا موسسان / کارآفرینان در شرکت‌های نوپا به شدت بر فعالیت‌های عملیاتی تسلط دارند و به این دلیل که ویژگی‌های کارآفرین اغلب به طور مستقیم بر عملکرد شرکت تاثیر می‌گذارند. در مقایسه با عملکرد فردی (به عنوان مثال، قصد کارآفرینانه)، عملکرد شرکت در مطالعات نتایج آموزش کارآفرینی کم‌تر مورد توجه قرار گرفته است. با در نظر گرفتن عملکرد شرکت ممکن است دانش علمی مربوط به اثربخشی آموزش کارآفرینی گسترش یابد (یاه و همکاران، ۲۰۲۱).

در این راستا عزیز و همکاران (۲۰۲۵) در بررسی آموزش کارآفرینی و علاقه به کارآفرینی

1 Ajzen

2 Miao et al

3 Dou et al

4 Newman et al

5 Aziz

در بین دانشجویان نشان دادند که علاقه به کارآفرینی از طریق آموزش کارآفرینی با ضریب  $0,50$  ( $p < 0,001$ ) به طور قابل توجهی افزایش یافته است. حمایت خانواده، تجربه عملی و نگرش مثبت نسبت به ریسک که به طور قابل توجهی بر تمایل به راه‌اندازی کسب‌وکار تأثیر می‌گذارد، به ترتیب با ضرایب  $0,20$ ،  $0,30$  و  $0,15$  هستند. عوامل بازدارنده اصلی شامل عدم حمایت خانواده و تجربه عملی هستند، در حالی که عوامل حمایتی شامل برنامه درسی مرتبط و حمایت معلمان است. این یافته‌ها با نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده و نظریه یادگیری تجربی که بر اهمیت آموزش عملی و حمایت اجتماعی تأکید دارند، همسو هستند. مالتی و همکاران (۲۰۲۵) در بررسی قصد و مشارکت کارآفرینانه در آموزش کارآفرینی نشان دادند که برنامه‌های آموزشی ساختارمند می‌توانند به طور قابل توجهی بر آرزوهای دانشجویان برای دنبال کردن کارآفرینی تأثیر بگذارند. علاوه بر این، این مطالعه بر آموزش کارآفرینی تمرکز دارد که به عنوان یک عامل واسطه‌ای مهم در پیوند قوی بین مشارکت دانشجویان در شیوه‌های آموزشی و توسعه قصد کارآفرینی آنها در صورت کمک به چارچوب‌های آموزشی محکم عمل می‌کند. علاوه بر این، این تحقیق یک چارچوب نظری متمرکز بر ساخت برنامه‌های آموزش کارآفرینی مؤثر که قصد کارآفرینی دانشجویان را توسعه می‌دهد، ارائه می‌دهد و بر ضرورت درک دیدگاه دانشجویان در بهبود برنامه‌های آموزشی که آنها را برای مشاغل موفق به عنوان کارآفرین در بازار کار فعال امروز آماده می‌کند، تأکید می‌کند. عباس (۲۰۲۴) در بررسی شکل‌دهی به نیات کارآفرینی از طریق آموزش: یک مطالعه تجربی نشان دادند که محتوای جامع دوره، روش‌های تدریس تعاملی و یک محیط آموزشی حمایتی، به طور قابل توجهی امکان‌سنجی و مطلوبیت درک شده دانشجویان از کارآفرینی را افزایش می‌دهد. علاوه بر این، نگرش نسبت به کارآفرینی، واسطه رابطه بین آموزش و نیات کارآفرینی است. این مطالعه با ارائه بینش‌هایی در مورد اینکه چگونه آموزش کارآفرینی هدفمند می‌تواند نیات کارآفرینی را تقویت کند، به ویژه در چارچوب ابتکار چشم‌انداز ۲۰۳۰ عربستان سعودی برای ارتقای تنوع اقتصادی و توانمندسازی جوانان، به ادبیات رو به رشد کمک می‌کند. این مطالعه نه تنها آموزش کارآفرینی را بررسی می‌کند، بلکه سهم آن را در پایداری نیز برجسته می‌کند. با پرورش طرز فکری که با اهداف اجتماعی-اقتصادی چشم‌انداز ۲۰۳۰ همسو است،

1 Malathi  
2 Abbas

آموزش کارآفرینی رشد اقتصادی پایدار را ارتقا می‌دهد و دانش‌آموزان را برای مشارکت در یک اقتصاد متنوع و مقاوم آماده می‌کند. بلسا و همکاران (۲۰۲۳) در بررسی تعدیل‌کنندگان تأثیر آموزش کارآفرینی بر اقدام کارآفرینانه نشان دادند که آموزش کارآفرینی داوطلبانه نتایج یادگیری را از نظر اقدامات کارآفرینانه دانش‌آموزان ایجاد می‌کند، که مهم است زیرا بدون اقدام، سرمایه‌گذاری هرگز راه‌اندازی نمی‌شود. این امر به‌ویژه اگر دانش‌آموزان جهت‌گیری یادگیری عمیق نشان دهند، در حالی که انگیزه تسلط تأثیر تعدیل‌کننده معنی‌دار و منفی را نشان می‌دهد، بیشتر می‌شود. این در مورد آموزش اجباری کارآفرینی صدق نمی‌کند.

### روش شناسی پژوهش

با توجه به این که حوزه این پژوهش شناسایی ابعاد مدل جهت آموزش کارآفرینی به دانش‌آموزان متوسطه در استان هرمزگان بوده است، بر اساس نظرات گروهی از اساتید دانشگاه، محققان و صاحب‌نظران حوزه کارآفرینی، و مسئولین مرتبط با موضوع کارآفرینی و کارشناسان موضوع کارآفرینی در آموزش و پرورش (آموزش فنی و حرفه‌ای و کارو دانش)، انجام شده‌اند. از منظر هدف، به دلایل پیش رو از نوع اکتشافی است. نتایج این پژوهش به ارائه یک مدل منتج می‌شود؛ ۳- یافته‌های این پژوهش دانش موجود را در زمینه خط‌مشی‌گذاری را توسعه می‌دهد. این پژوهش، از منظر فرایند اجرا (نوع داده‌ها)، از نوع کیفی است؛ زیرا در این روش پژوهش، بخش اول (داده‌ها)، از منابع مختلفی مانند مصاحبه، مطالعه کتابخانه‌ای و مشارکت گردآوری می‌شود که در این پژوهش نیز داده‌ها با مصاحبه جمع‌آوری شده‌اند.

همانگونه که اشاره شد این پژوهش از نوع پژوهش‌های کیفی است از اینرو با توجه به اهمیت موضوع، نیاز بود تا از خبرگانی مصاحبه‌شود که ضمن برخورداری از تخصص‌های چندگانه، آشنایی کامل با مبانی نظری را داشته باشند. از این رو در پژوهش حاضر افرادی که قبلاً یا در حال حاضر، ضمن تجربه در کار خود، در سایر حوزه‌ها نیز تخصص داشته و شاغل بودند (مانند خبرگان که در حوزه کارآفرینی فعالیت داشته یا دارند)، جزء جامعه آماری قرار گرفتند. که شامل خبرگان حوزه کارآفرینی، اعضای شاغل در دانشگاه می‌باشند. برخی افراد نمونه در حوزه خود تصمیم‌گیرنده و بنام بودند که ابتدا مصاحبه از آن‌ها شروع شد؛ سپس با پیش رفتن پژوهش و گردآوری و تحلیل داده‌ها، برای شناخت بهتر مفاهیم و مقوله‌ها با سایر خبرگان حوزه

کارآفرینی، مصاحبه صورت گرفت. تعداد خبرگان ۱۰ نفر در نظر گرفته می‌شود زیرا برای روش‌های کیفی، مصاحبه با ۵ تا ۲۵ خبره کفایت می‌کند. بدین ترتیب در سال ۱۴۰۳ با ۱۰ صاحب نظر مطابق مصاحبه به عمل آمد. نمونه‌گیری نظری یکی از روش‌هایی است که برای روش‌های کیفی مناسب است. در این روش پژوهشگر پس از مصاحبه با هر خبره، داده‌ها را تحلیل و کدگذاری می‌کند و در پایان سرنخ‌هایی برای مصاحبه بعدی شناسایی می‌کند. این فرایند تا دستیابی به کفایت نظری ادامه پیدا می‌کند. روش دقیقی برای محاسبه حجم نمونه در روش‌های کیفی وجود ندارد. هدف اصلی انتخاب نمونه‌ای مجرب و کارآزموده است که نیازهای پژوهش را به درستی پوشش دهد. تعداد نمونه در پژوهش‌های کیفی کم می‌باشد زیرا حتی تعدادی بیش از ده نفر نیز حجم وسیعی از اطلاعات را در اختیار پژوهشگر قرار می‌دهد که تحلیل محتوا و برداشت دیدگاه‌ها را با دشواری زیادی همراه می‌سازد. بالا رفتن حجم نمونه، خطای نمونه‌گیری و تورش‌های بزرگ و غیرقابل اجتنابی را به همراه دارد.

در عمل، پس از انجام هر مصاحبه، متن مصاحبه به صورت دقیق مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته تا مفاهیم از هر جمله بیان شده، استنباط و استخراج شود. پس از آن، مصاحبه بعدی انجام می‌گردد. بدین ترتیب تا زمانی این عمل پیش رفت که پژوهش به مرحله اشباع نظری دست یافت. اشباع نظری بدان معناست که مصاحبه‌های اخیر هیچ گونه داده‌های نو در پی نداشته و سراسر تکرار داده‌های پیشین است (استراوس و کوربین ۱۹۹۸). لذا از مصاحبه ششم به بعد داده جدیدی در مصاحبه‌های بعمل آمده وجود نداشت و در مصاحبه دهم از اشباع نظری اطمینان معقول حاصل گردید. شایان ذکر است که بیشتر مصاحبه شونده‌ها در حوزه کاری خود بیش از ۱۰ سال سابقه کار حرفه‌ای داشتند و افراد دانش‌آموخته دکتری یا در حال تحصیل در مقطع دکتری بوده‌اند. متوسط زمان هر مصاحبه با هریک از متخصصان و خبره حدوداً ۷۰ دقیقه بوده است.

به‌منظور تجزیه و تحلیل ارائه مدل برند پایدار با رویکرد اتحاد برند در دانش آموزان متوسطه در استان هرمزگان از روش تحلیل محتوا بهره گرفته شده است. تحلیل محتوا یک روش تحقیق کیفی است که برای شناسایی، تحلیل و تفسیر الگوهای معنایی داده‌های کیفی استفاده می‌شود. تحلیل محتوا در کنار تحلیل مضمون در مطالعات مدیریت و علوم اجتماعی بسیار مورد استفاده

## 1 Thematic analysis

قرار گرفته شده است. این روش یکی از ساده‌ترین و نخستین روش‌های تحقیق کیفی است که با رویکرد قیاسی یا استقرایی قابل استفاده است. معمولاً برای شناخت مقوله‌های زیربنایی از مصاحبه‌های تخصصی از تحلیل تم استفاده می‌شود. فراگرد تحلیل تم زمانی شروع می‌شود که تحلیل‌گر الگوهای معنی و موضوعاتی که جذابیت بالقوه دارند را مورد نظر قرار می‌دهد. این تحلیل شامل یک رفت و برگشت مستمر بین مجموعه داده‌ها و خلاصه‌های کدگذاری شده، و تحلیل داده‌هایی است که به وجود می‌آیند. نگارش تحلیل از همان مرحله اول شروع می‌شود. به طور کلی هیچ راه منحصر به فردی برای شروع مطالعه در مورد تحلیل تم وجود ندارد (کلارک و بارون، ۲۰۰۶).

راحل شش‌گانه تحلیل تم در ادامه توضیح داده شده‌اند. تحلیل تم فراگردی بازگشتی است که در آن حرکت به عقب و جلو در بین مراحل ذکر شده وجود دارد (کلارک و بارون، ۲۰۰۶). به علاوه تحلیل تم فراگردی است که در طول زمان انجام می‌پذیرد.

مرحله ۱. آشنایی با داده‌ها: برای اینکه محقق با عمق و گستره محتوایی داده‌ها آشنا شود لازم است که خود را در آنها تا اندازه‌ای غوطه‌ور سازد. غوطه‌ور شدن در داده‌ها معمولاً شامل "بازخوانی مکرر داده‌ها" و خواندن داده‌ها به صورت فعال (یعنی جستجوی معانی و الگوها) است.

مرحله ۲. ایجاد کدهای اولیه: مرحله دوم زمانی شروع می‌شود که محقق داده‌ها را خوانده و با آنها آشنایی پیدا کرده است. این مرحله شامل ایجاد کدهای اولیه از داده‌ها است. کدها یک ویژگی داده‌ها را معرفی می‌نمایند که به نظر تحلیل‌گر جالب می‌رسد. داده‌های کدگذاری شده از واحدهای تحلیل (تم‌ها) متفاوت هستند (کلارک و بارون، ۲۰۰۶).

کدگذاری را می‌توان به صورت دستی یا از طریق برنامه‌های نرم‌افزاری انجام داد. اگر کدگذاری به روش دستی انجام گیرد، می‌توان داده‌ها را به وسیله نوشتن یادداشت بر روی متنی که تحلیل می‌شود، یا با استفاده از رنگی کردن به وسیله مداد انجام داد. می‌توان ابتدا کدها را مشخص کرد و سپس آنها را با خلاصه داده‌هایی که کد را نشان می‌دهند تطابق داد. نکته مهم در این مرحله این است که همه خلاصه داده‌ها کدگذاری شده و در قالب هر کد مرتب شده‌اند (کلارک و بارون، ۲۰۰۶).

مرحله ۳. جستجوی تم‌ها: این مرحله شامل دسته‌بندی کدهای مختلف در قالب تم‌های بالقوه، و مرتب کردن همه خلاصه داده‌های کدگذاری شده در قالب تم‌های مشخص شده است.

در واقع محقق، تحلیل کدهای خود را شروع کرده و در نظر می‌گیرد که چگونه کدهای مختلف می‌توانند برای ایجاد یک تم کلی ترکیب شوند (کلارک و بارون، ۲۰۰۶).

مرحله ۴. بازبینی تم‌ها: مرحله چهارم زمانی شروع می‌شود که محقق مجموعه‌ای از تم‌ها را ایجاد کرده و آنها را مورد بازبینی قرار می‌دهد. این مرحله شامل دو مرحله بازبینی و تصفیه تم‌ها است. مرحله اول شامل بازبینی در سطح خلاصه‌های کدگذاری شده است. در مرحله دوم اعتبار تم‌ها در رابطه با مجموعه داده‌ها در نظر گرفته می‌شود (کلارک و بارون، ۲۰۰۶).

اگر نقشه تم به خوبی کار کند، آنگاه می‌توان به مرحله بعدی رفت. اما، چنانچه نقشه به خوبی با مجموعه داده‌ها همخوانی نداشته باشد، محقق باید برگردد و کدگذاری خود را تا زمانی که یک نقشه تم رضایت‌بخش ایجاد شود ادامه دهد. محقق در انتهای این مرحله بایستی آگاهی کافی از اینکه تم‌های مختلف کدام‌ها هستند، چگونگی تناسب آنها با یکدیگر، و کل داستانی که آنها درباره داده‌ها می‌گویند در اختیار داشته باشد (کلارک و بارون، ۲۰۰۶).

مرحله ۵. تعریف و نام‌گذاری تم‌ها: مرحله پنجم زمانی شروع می‌شود که یک نقشه رضایت-بخش از تم‌ها وجود داشته باشد. محقق در این مرحله، تم‌هایی را که برای تحلیل ارائه کرده، تعریف کرده و مورد بازبینی مجدد قرار می‌دهد، سپس داده‌ها داخل آنها را تحلیل می‌کند. به وسیله تعریف و بازبینی کردن، ماهیت آن چیزی که یک تم در مورد آن بحث می‌کند مشخص شده و تعیین می‌گردد که هر تم کدام جنبه از داده‌ها را در خود دارد (کلارک و بارون، ۲۰۰۶).

مرحله ۶. تهیه گزارش: مرحله ششم زمانی شروع می‌شود که محقق مجموعه‌ای از تم‌های کاملاً آبدیده در اختیار داشته باشد. این مرحله شامل تحلیل پایانی و نگارش گزارش است. (کلارک و بارون، ۲۰۰۶).

همچنین در این روش از نرم افزار Maxqda جهت تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی و نظریه پردازی استفاده شده است.

### یافته های پژوهش

ایجاد کدهای اولیه (کدگذاری باز)

استراوس و کوربین کد گذاری باز را اینگونه توصیف می‌کنند "بخشی از تحلیل که مشخصاً به نامگذاری و دسته بندی پدیده از طریق بررسی دقیق داده ها مربوط می شود." به عبارت بهتر در

این نوع کدگذاری مفاهیم درون مصاحبه‌ها و اسناد و مدارک بر اساس ارتباط با موضوعات مشابه طبقه‌بندی می‌شوند. نتیجه این مرحله، تقطیر و خلاصه کردن انبوه اطلاعات کسب شده از مصاحبه‌ها و اسناد به درون مفاهیم و دسته‌بندی‌هایی است که در این سوالات مشابه هستند. در روش کدگذاری نظری، دو گرایش برای تحلیل داده‌ها وجود دارد. برخی از پژوهشگران به تحلیل جز به جز می‌پردازند. یعنی متون و داده‌ها را خط به خط و کلمه به کلمه مورد تحلیل قرار می‌دهند. برخی نیز به دلیل وقت‌گیر بودن این روش تنها نکات و مضامین کلیدی را کدگذاری می‌کنند. در این پژوهش از روش اول استفاده گردیده است. مشاهده می‌گردد که تعداد ۵۰ کد اولیه از میان ۲۴۲ بخش از مصاحبه‌ها شناسایی شده است.

#### ایجاد مقولات (کدگذاری محوری)

هدف از این مرحله از کدگذاری، برقراری رابطه بین طبقه‌های تولید شده در مرحله کدگذاری باز است. کدگذاری محوری، منجر به ایجاد گروه‌ها و مقوله‌ها می‌شود. تمامی کدهای مشابه در گروه خاص خود قرار می‌گیرند. در این راستا، تمامی کدهای ایجاد شده دوباره بازبینی شده و با متون مقایسه می‌شود تا مطلبی از قلم نیفتد.

#### جدول ۱- کدگذاری محوری

تکرار	کد اولیه	مقوله
۲	شناسایی افراد کارآفرین و هدفمند	
۲	عرضه نیروی کار متناسب با نیاز جامعه	
۲	ایجاد فرصت‌های اشتغال در کشور	
۳	ایجاد عدالت اجتماعی	پیامدهای اقتصادی مرتبط با کارآفرینی
۳	کاهش آمار بیکاری	دانش آموزان
۵	ایجاد آینده مناسب سیاسی و اجتماعی	
۵	شناسایی و تربیت نیروی خلاق کاری	
۹	رشد و توسعه در سطح کشور	
۱	ایجاد فرصت‌های کارآفرینی آنلاین	
۴	توسعه کارآفرینی در مدارس	
۴	تدوین محتوای آموزش کارآفرینی الکترونیک	عوامل آموزشی مرتبط با کارآفرینی
۴	یادگیری کارآفرینی در مدارس	دانش آموزان
۵	برگزاری جشن و مراسمات آشنایی با آموزش کارآفرینی	
۵	آموزش‌های میدانی کارآفرینی	

۵	ایجاد بینش جدید در نظام آموزشی	
۷	ایجاد دوره های کارورزی کارآفرینی	
۷	بکارگیری معلمان متخصص کارآفرینی	
۱۱	تدوین و تهیه کتابهای درسی آموزش کارآفرینی	
۱	پیشرفت فناوری در مشاغل	عوامل سازمانی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان
۲	تغییر شرایط استخدامی	
۳	هم اندیشی مدرسان و کارآموزان	
۴	کمک به حل مشکلات به صورت گروهی	
۴	عدم پذیرش کارآفرینی در مدارس	
۴	آموزش معلمان و مسولین در زمینه آموزش کارآفرینی	
۴	تقویت کار تیمی کارآفرینی در دانش آموزان	
۶	توسعه رویکرد مدرسه کارآفرینی	
۱۰	شناسایی و وجود فرصت های مختلف کسب و کار	
۳	تدوین سیاست های کلی آموزش کارآفرینی	
۸	توسعه حمایت های دولتی در راستای آموزش کارآفرینی	
۱	آینده نگری فردی در دانش آموزان	عوامل فردی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان
۱	توسعه دیدگاه دانش آموزان	
۲	یادگیری و هدف گذاری در دانش آموزان	
۳	مسئولیت پذیری دانش آموزان	
۶	ایجاد ریسک پذیری در کودکان	
۶	توسعه مهارت اجتماعی	
۶	ایجاد تفکر انتقادی و خلاق	
۸	ایجاد اعتماد به نفس	
۹	تغییر و ایجاد نگرش کارآفرینی در دانش آموزان	
۱۲	خلق ایده و اجرایی کردن اهداف دانش آموزان	
۱۳	تشویق خلاقیت و الهام بخشیدن	
۱۸	توسعه مهارت و شناسایی استعدادها	
۲	تامین منابع مالی آموزش کارآفرینی	
۷	تامین منابع مالی و فرصت های اقتصادی	
۲	الگوپذیری از کشورهای پیشرفته در آموزش کارآفرینی	عوامل محیطی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان
۳	ایجاد ارتباطات سازمانی با مدارس برای کارآفرینی	

۳	استفاده از مشاوران و خبرگان کارآفرینی	
۱	موفقیت فردی دانش آموزان	
۱	تربیت افراد متخصص	مزایایی فردی مرتبط با کارآفرینی دانش
۱	تامین منافع شخصی	آموزان
۴	پرورش افراد با قابلیت کارآفرینی	

نتایج حاصل از کدگذاری محوری در جدول بالا نشان داده شده است. مشاهده می‌گردد ۵۰ کد اولیه در قالب ۸ مقوله دسته بندی شده‌اند.

#### بررسی و تشریح مقولات

هر کدام از مقولات، از یک یا چند مفهوم تشکیل شده‌اند که آن مفاهیم در واقع بیانگر «ویژگی‌ها»، «شرایط» و یا «وضعیت» موجود و یا مطلوب مقوله مورد نظر در کشور می‌باشند. نکته حائز اهمیت دیگر، هم‌زمانی «توصیف» و «تجویز» در مقولات فرعی و محوری تحقیق است. به این معنا که مقولات شکل گرفته صرفاً بار توصیفی ناظر به توصیف وضعیت موجود و یا توصیف وضعیت مطلوب مورد انتظار نداشته بلکه علاوه بر آن دارای بار تجویزی نیز می‌باشند. به دیگر سخن هر کدام از آن‌ها باید‌ها و نبایدهایی در مسیر دستیابی به وضعیت مطلوب می‌باشند. می‌توان با استفاده از فراوانی کدهای داده شده به مقولات، اهمیت آن‌ها را مشخص نمود. خروجی نرم‌افزار مربوط به فراوانی کدهای داده شده به مقولات به تفکیک هر یک از مصاحبه‌شوندگان در جداول و اشکال ذیل آورده شده است.

#### جدول ۲- فراوانی کدگذاری مقولات به تفکیک مصاحبه‌ها

جمع	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲
بنیادهای اقتصادی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان	4	1	3	4	4	4	1	3	4	4	3	31
عوامل آموزشی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان	11	4	6	16	3	1	16	0	4	4	5	53
عوامل سازمانی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان	3	3	1	6	3	3	6	16	2	3	1	38
عوامل سیاسی و دولتی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان	2	1	0	2	2	0	3	2	2	1	0	11
عوامل فردی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان	6	11	10	14	10	6	10	14	10	11	6	85
عوامل مالی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان	2	2	3	1	3	1	1	3	2	2	0	9
عوامل محیطی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان	3	1	0	3	1	0	3	1	1	3	0	8
مزایایی فردی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان	0	0	2	2	0	0	3	2	0	0	0	7
جمع	31	23	23	58	23	13	28	58	23	23	16	242

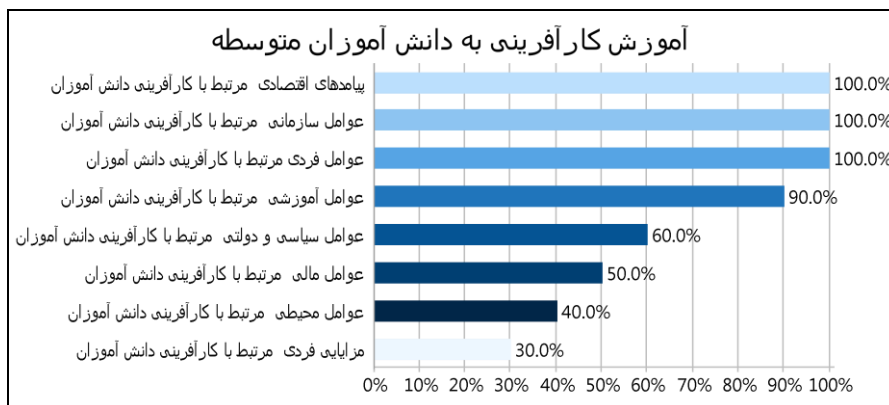
طبق نمودار و جدول (۲) مشاهده می‌گردد که مقوله عوامل فردی مرتبط با کارآفرینی دانش

آموزان با تعداد ۸۵ کد تخصیص یافته در رتبه اول می‌باشد، مقوله عوامل آموزشی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان با تعداد ۵۳ کد در رتبه دوم می‌باشد و مقوله عوامل سازمانی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان با ۳۸ کد در رتبه سوم قرار دارد.

علاوه بر بررسی تعداد کدهای اختصاص یافته به مقولات، می‌توان میزان درصد فراوانی تعداد مصاحبه شونده‌گانی که به هر مقوله اشاره کرده اند را نیز مورد بررسی قرار داد تا عمومیت و گستردگی طیف مقوله اشاره شده در میان همه افراد به دست آید. نتایج حاصل از خروجی نرم افزار در ادامه آورده شده است.

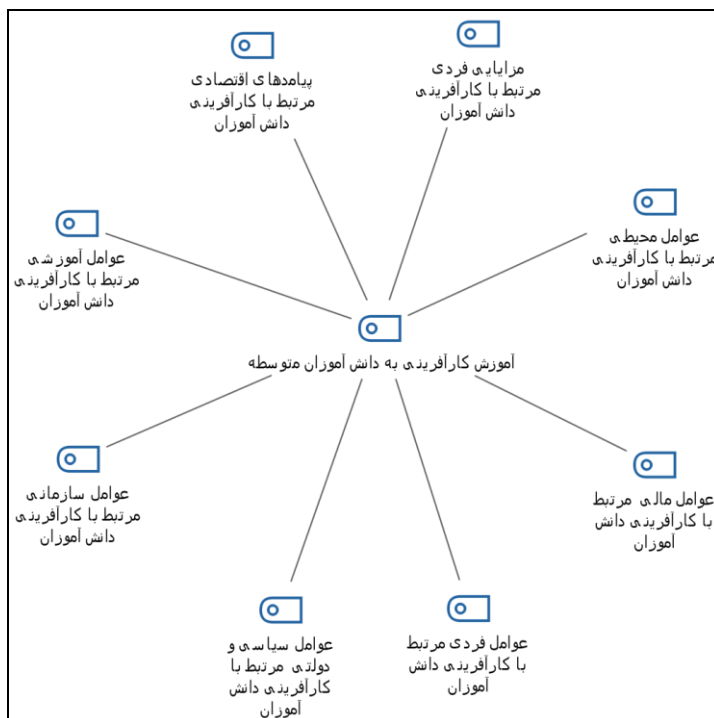
جدول ۳- توزیع فراوانی مصاحبه شونده‌گان به تفکیک شناسایی مقولات

مقوله	فراوانی	درصد
پیامدهای اقتصادی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان	۱۰	۱۰۰,۰۰
عوامل سازمانی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان	۱۰	۱۰۰,۰۰
عوامل فردی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان	۱۰	۱۰۰,۰۰
عوامل آموزشی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان	۹	۹۰,۰۰
عوامل سیاسی و دولتی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان	۶	۶۰,۰۰
عوامل مالی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان	۵	۵۰,۰۰
عوامل محیطی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان	۴	۴۰,۰۰
مزایایی فردی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان	۳	۳۰,۰۰
کل	۱۰	۱۰۰,۰۰



نمودار ۱- درصد فراوانی مصاحبه شونده‌گان به تفکیک شناسایی مقولات

## آموزش کارآفرینی به دانش‌آموزان متوسطه



شکل ۱- مدل درختی مقولات و کدهای آموزش کارآفرینی به دانش‌آموزان متوسطه

مشاهده می‌گردد که از تعداد کل ۱۰ مصاحبه‌شونده، ۱۰ نفر معادل ۱۰۰ درصد به مقوله عوامل فردی مرتبط با کارآفرینی دانش‌آموزان اشاره داشته‌اند. لذا مقوله عوامل فردی مرتبط با کارآفرینی دانش‌آموزان، علاوه بر تعداد تکرار کدها، از نظر عمومیت و فراگیری در پاسخگویان نیز در اولویت بوده که نشان از اهمیت این مقوله می‌باشد. مقوله مزایایی فردی مرتبط با کارآفرینی دانش‌آموزان نیز توسط ۳ نفر از مصاحبه‌شوندگان معادل ۳۰ درصد، اشاره شده که دارای کمترین درصد فراوانی است.

## نتیجه‌گیری

کارآفرینی یک راه برای تفکر و اقدام است، یک رفتاری است که به ایجاد افراد آزاد و شاد کمک می‌کند. کارآفرینان افرادی هستند که فرصت‌ها را می‌گیرند یا با مشکلات به صورت مسئولانه مواجه می‌شوند؛ آنها همچنین عوامل تغییر اجتماعی هستند که روی سایر افراد و جوامع

اثر می گذارند. همه افراد در شرکتها یا پروژه ها کارآفرین یا خلاق نیستند، اما همه آنها مهارتهای خلاقانه و نوآورانه خود را کشف خواهند کرد. با توجه به مزایای مشاهده شده کارآفرینی هم در سطح فردی و هم در سطح اجتماعی، چندین ذی نفع علاقه مند به آموزش کارآفرینی وجود دارد: سیاست گذاران، دانش آموزان، صنعت و مجامع علمی. سیاست گذاران همچنین اعتقاد دارند که سطوح بالای کارآفرینی می تواند از طریق آموزش و به ویژه آموزش کارآفرینی به دست آید کارآفرینی فراتر از یک عمل یا فکر است. هدف این تحقیق شناسایی ابعاد مدل جهت آموزش کارآفرینی به دانش آموزان متوسطه در استان هرمزگان است. در بخش کیفی ابتدا به روش مصاحبه نیمه ساختار یافته نظرات خبرگان جمع آوری گردید، متن مصاحبه ها خط به خط خوانده و به روش تحلیل مقایسه ای مداوم و مطابق با روش استراوس و کوربین توسط نرم افزار Maxqda ۲۰۲۰ مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت نتایج حاصل از کدهای اولیه داده های کیفی نشان داد که تعداد ۵۰ کد اولیه از میان ۲۴۲ بخش از مصاحبه ها شناسایی شده است. نتایج حاصل از کدگذاری محوری در جدول بالا نشان داده شده است. مشاهده می گردد ۵۰ کد اولیه در قالب ۸ مقوله پیامدهای اقتصادی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان، عوامل آموزشی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان، عوامل سازمانی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان، عوامل سیاسی و دولتی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان، عوامل فردی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان، عوامل مالی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان، عوامل محیطی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان، مزایایی فردی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان دسته بندی شده اند. راهی برای ساخت دانش و یادگیری است. تدریس کارآفرینی شامل تحلیل داخلی می شود که در کلاس شروع می شود، بنابراین این امر تدریس سنتی نخواهد بود و بای تبدیل به فوت و فن مناسبی شود یعنی از تئوری به عمل، تبدیل شود. دانشجو باید برای مدیریت کردن عدم قطعیت و تردیدها آموزش ببیند، بدین معنی که همه انسان ها جایز الخطا هستند، بنابراین کارآفرین باید یاد بگیرد که تحلیل کند، سوال کند و ایده های جدیدی پیشنهاد دهد. همچنین آموزش می بیند که فرصت ها را در زمینه های اقتصادی، فناوری، فرهنگی، اجتماعی و محیطی شناسایی کند و یاد می گیرد که به صورت باهم و همه جانبه به آنها نگاه کند. برای حالت کارآفرینی در یک شرکت، صلاحیت های افراد باید تعریف شود: حساسیت اجتماعی، گرایش به موفقیت، اعتماد به نفس، دامنه ادراک، همدلی، تفکر مفهومی، تصمیم گیری و گرایش به عمل. به دانش آموزان باید یاد داده شود که جهت بهبود انسجام اجتماعی و ترویج شبکه

های همکاری باهم کار کنند تا از پس شرایط جدید اقتصادی و اجتماعی برآیند (پرز ۲۰۱۴). طبق گفته گومز و میشل (۲۰۱۲)، تدریس کارآفرینی باید دارای یک راهبرد برای علم، فناوری و نوآوری بر مبنای سرمایه انسانی، تولید دانش، کارآفرینی پویا و نوآوری ثمربخش در بلند مدت باشد و باید توسط نهادهای قوی حمایت شود و جهت توسعه تجاری در یک محیط رقابتی مساعد قرار گیرد. از سوی دیگر، وارلا (۲۰۱۵) بحث می‌کند که در آینده، دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی باید آماده‌سازی خوب و کافی برای خلق شرکت‌های جدید و رشد دادن شرکتها از قبل تاسیس شده فراهم کنند؛ آموزش در اجرا، مدیریت و مدیریت کسب و کار بسیار مهم خواهد بود. هنگام ترکیب دو یا چند حوزه در یک دوره یا برنامه، مریدان باید انتخاب کنند که کدام اهداف یادگیری از هر کدام از زمینه‌های پیشنهادی تاکید خواهد شد. خسروی و اکاتی (۱۳۹۶) نشان دادند بین توانمند سازی کارکنان با کارآفرینی سازمانی، رابطه‌ی معناداری وجود دارد. میرزایی و رحمانی (۱۳۹۷) نشان دادند آموزش‌های فنی توانمند سازی و زیر مجموعه یا ابعاد آن شامل مؤثر بودن، معناداری، شایستگی، حق انتخاب و کارآفرینی و زیر مجموعه یا ابعاد آن شامل اخلاق کاری، تشویق برای تعالی، مهارت، فرصت غلبه، درونی کردن قدرت، رابطه معنادار آماری وجود دارد مصلح و همکاران (۱۳۹۷) نشان دادند بین توانمندسازی روانشناختی با کارآفرینی سازمانی معلمان ارتباط قوی و مثبت وجود دارد. تورنتن و همکاران (۲۰۱۱) نشان دادند رهبری تحول‌گرا و جهت‌گیری نگرش کارآفرین، تاثیر مستقیم و غیرمستقیم بر نتایج کسب و کار دارند. علاوه بر این، مقاله پیشنهاد چارچوب مفهومی مفید در توضیح تعامل بین رهبری، جهت‌گیری نگرش کارآفرینی و نتایج کسب و کار است. فینی و همکاران (۲۰۱۱) نشان دادند در ایجاد سیاست‌های حمایتی مؤثر برای اسپین‌آف‌ها باید ویژگی‌های منحصربه‌فرد بافت‌های منطقه‌ای را مدنظر قرار داد. انصاری و همکاران (۲۰۱۴) نشان دادند تدریس کارآفرینی باید بر کاربرد نمونه‌ای و الگویی مدلهایی که از زمینه اجتماعی که در آن کار کرده و به کار گرفته خواهند شد غفلت می‌کنند، غلبه کند. این مدلها باید با دانش و روش تدریس نویسنده‌های محلی اصلاح شوند تا برنامه‌های درسی مناسب‌تری را تولید کنند. با توجه به نتایج حاصل از تحقیق، پیشنهادات زیر

1 Pérez

2 Gómez &amp; Mitchell

3 Varela

ارائه می گردد:

نتایج مطالعه همچنین به مؤسسات آموزشی کمک می کند تا دانش آموزان را به سمت اهداف کارآفرینی خود و سیاست گذارانی که بتوانند درک کنند که چگونه می توانند از توسعه فعالیت های کارآفرینی حمایت کنند که به نوبه خود رشد اقتصادی کشور را افزایش می دهد، حمایت و تشویق کند. نقش آموزش کارآفرینی در سایر زمینه ها هم برای ایجاد مفاهیمی از مجموعه مهارت های کارآفرینی و هم ایجاد پلی است که به موجب آن موضوعات تجاری مانند مدیریت، بازاریابی و امور مالی منجر می شود. یکی از حوزه های مهارتی مهم کارآفرینی، شناسایی فرصت ها است برنامه ریزی تجاری، خلاقیت، تجزیه و تحلیل امکان سنجی، می تواند به توسعه درک بیشتر و استفاده از این مهارت های اخیر در آماده سازی دانش آموزان خود برای مشاغل خود اشتغالی کمک نماید.

ترویج آموزش بین رشته ای برای دانش آموزان همه رشته های علمی باشد. برای توسعه نگرش کارآفرینی در بین دانش آموزان، باید یک برنامه کسب و کار باید به عنوان یک الزام برای دریافت مدرک یا به عنوان گزینه ای برای دریافت مدرک اجرا شود، نیازمند سرمایه گذاری نیست اما در آماده سازی آن دقت زیادی شود.

برای توسعه دیدگاه مناسب کارآفرینی در بین دانش آموزان لازم است نمونه های پروژه های کسب و کارهای شامل دیدارهایی با کارآفرینان موفق و ناموفق برای دانش آموزان فراهم گردد. برای ایجاد شناخت در بین دانش آموزان، لازم است برای همه دانش آموزان شرکت کننده در دوره جهت تعیین مهارت های ریسک پذیری، انگیزه ها، خلاقیت و شخصیت آنها ارزیابی و نتایج در اختیار آنها قرار داده شود.

هم است که به نقش عوامل اجتماعی از جمله پیشینه و فرهنگ خانوادگی، عوامل زمینه ای (موقعیتی) در مورد آنچه که فرد را وادار به تبدیل شدن به یک کارآفرین می کند، دسترسی داشته باشیم، و این ممکن است بر قصد کارآفریندانش آموزان روشن شود. این عوامل ترکیبی به ارائه یک نمای کلی از عوامل مؤثر بر قصد کارآفریندانش آموزان کمک می کند.

## منابع

- جمشیدی، زیبا و شریفی قزوینی، محمدرضا (۱۴۰۱). اثر مدیریت فرصتها در آموزش کارآفرینی با نقش میانجیگری شور کارآفرینی در دوران پساکرونا، نهمین کنفرانس بین المللی تحقیقات بین رشته‌ای در مدیریت، حسابداری و اقتصاد در ایران، تهران.
- خسروی، مرتضی و اکاتی، حمید (۱۳۹۶). بررسی رابطه بین توانمند سازی کارکنان با کارآفرینی سازمانی در ادارات جهاد کشاورزی حوزه سیستان، دومین همایش بین المللی افق های نوین در علوم انسانی و مدیریت، تهران.
- سلطانی، شهرزاد؛ عربی، سمیه و معینی، منا (۱۴۰۱). بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی و آموزش کارآفرینی بر تمایل به کارآفرینی، چهاردهمین کنفرانس ملی اقتصاد، مدیریت و حسابداری، شیروان.
- مصلح، عبدالرحمن (۱۳۹۷). رابطه بین توانمند سازی روانشناختی با کارآفرینی سازمانی معلمان، چهارمین همایش علمی پژوهشی استانی «از نگاه معلم»، بندرعباس.
- Abbes Ikram. (2024). Shaping Entrepreneurial Intentions Through Education: An Empirical Study, *Sustainability* 2024, 16(22), 10070; <https://doi.org/10.3390/su162210070>
- Adeel, S., Daniel, A. D., & Botelho, A. (2023). The effect of entrepreneurship education on the determinants of entrepreneurial behaviour among higher education students: A multi-group analysis. *Journal of Innovation & Knowledge*, 8(1), Article 100324.
- Aleciane da Silva MoreiraFerreiraElisabethLoiolaSônia Maria GuedesGondim. (2017). Motivations, business planning, and risk management: entrepreneurship among university students, *RAI Revista de Administração e Inovação*, Volume 14, Issue 2, April–June 2017, Pages 140-150
- Alejandro Valencia-Arias, Wilmer Londoño-Celis, Lucia Palacios Moya, Gianina Kathysca Iparraguirre Sanchez, Sebastián Cardona-Acevedo & Paula Andrea Rodríguez-Correa. (2025). Sustainable entrepreneurial intention in undergraduates: the influence of entrepreneurship education *Research Open access* Published: 01 July 2025
- Al-Qudah, A. A., Al-Okaily, M., & Alqudah, H. (2022). The relationship between social entrepreneurship and sustainable development from economic growth perspective: 15 'RCEP' countries. *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 12(1), 44–61.

- Ansari, S., Bell, J., Iyer, B., & Schlesinger, P. (2014). Educating entrepreneurial leaders. *Journal of Entrepreneurship Education*, 17(2), 31–51
- Aulet, B. (2013), *Disciplined Entrepreneurship: 24 Steps to a Successful Startup*, Wiley, New York.
- Awaah, F. (2023), "In the classroom I enhance students understanding of entrepreneurship development – the culturo–techno-contextual approach", *Journal of Research in Innovative Teaching & Learning*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/JRIT-08-2022-0047>
- Aziz Moch Burhanudin\*, Janah Sojanah, Dian Herdiana Utama .(2025).Entrepreneurshipeducation and entrepreneurial interest among students, *Journal of Research in Instructionale-ISSN: 2776-222X*Vol. 5(1) 2025, pp. 210–224
- Bae, T. J., Qian, S., Miao, C., & Fiet, J. O. (2014). The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: A meta-analytic review. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 38(2), 217–254.
- Bae, T. J., Qian, S., Miao, C., & Fiet, J. O. (2014). The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: A meta-analytic review. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 38(2), 217–254.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191–215.
- Booth, P., Chaperon, S. A., Kennell, J. S., and Morrison, A. M. (2020). Entrepreneurship in island contexts: a systematic review of the tourism and hospitality literature. *Int. J. Hosp. Manag.* 85:102438. doi: 10.1016/j.ijhm.2019.102438
- Brown, T. (2008), “Design thinking”, *The Iowa Review*, Vol. 38 No. 3, pp. 84–92.
- Bruton, G. D., Zahra, S. A., & Cai, L. (2018). Examining entrepreneurship through indigenous lenses. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 42(3), 351–361.
- Burton, M. D., Sørensen, J. B., & Dobrev, S. D. (2016). A careers perspective on entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 40(2), 237–247
- Canning, E.A., Harackiewicz, J.M., Priniski, S.J., Hecht, C.A., Tibbetts, Y. and Hyde, J.S. (2018), “Improving performance and retention in introductory biology with a utility- value intervention”, *Journal of Educational Psychology*, Vol. 110 No. 6, p. 834.
- Chen, P.P. and Bonner, S.M. (2017), “Teachers’ beliefs about grading practices and a constructivist approach to teaching”, *Educational Assessment*, Vol. 22 No. 1, pp. 18-34.
- Choi, H.H. and Kim, M.J. (2017), “The effects of analogical and metaphorical reasoning on design thinking”, *Thinking Skills and Creativity*, Vol. 23, pp. 29-41.

- d'Aguiar, S. and Harrison, N. (2016), "Returning from earning: UK graduates returning to postgraduate study, with particular respect to STEM subjects, gender and ethnicity", *Journal of Education and Work*, Vol. 29 No. 5, pp. 584-613.
- Dou, X., Zhu, X., Zhang, J. Q., & Wang, J. (2019). Outcomes of entrepreneurship education in China: A customer experience management perspective. *Journal of Business Research*, 103, 338–347.
- Ead Hamed A., (2021). Factors Affecting The Entrepreneurial Education Intention of Cairo University Science Students: A Case Study Research Article: 2021 Vol: 27 Issue: 1
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2015). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: Hysteresis and persistence. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 75–93.
- Fei HouFei Hou Yu Su Qi2Jun Jiayun Tang. (2022). A Multilevel Model of Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intention: Opportunity Recognition as a Mediator and Entrepreneurial Learning as a Moderator, *Front. Psychol.*, 11 February 2022
- Fiet, J.O. (2008), *Prescriptive Entrepreneurship*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham.
- Fini Riccardo, Rosa Grimaldi, Simone Santoni, Maurizio Sobrero. (2011). Complements or substitutes? The role of universities and local context in supporting the creation of academic spin-offs, *Research Policy*, Volume 40, Issue 8, October 2011, Pages 1113-1127
- Fisher, G. (2012), "Effectuation, causation, and bricolage: a behavioral comparison of emerging theories in entrepreneurship research", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 36 No. 5, pp. 1019-1051.
- Gillies, R.M. (2016), "Cooperative learning: review of research and practice", *Australian Journal of Teacher Education (Online)*, Vol. 41 No. 3, pp. 39-54.
- Gomes Chamath & Krishantha Wisenthige. (2025). How social media impact social entrepreneurial intentions: the serial mediation roles of risk propensity and entrepreneurial self-efficacy Article: 2548358 | Received 12 May 2025, Accepted 09 Aug 2025, Published online: 20 Aug 2025
- Ho, M.K., Littman, M., MacGlashan, J., Cushman, F. and Austerweil, J.L. (2016), "Showing versus doing: teaching by demonstration", *Advances in Neural Information Processing Systems*, Vol. 29.
- Hoeg, D. and Bencze, L. (2017), "Rising against a gathering storm: a bio political analysis of citizenship in STEM policy", *Cultural Studies of Science Education*, Vol. 12 No. 4, pp. 843-861.
- Hornig, J., Liu, C., Chou, S., and Huang, Y. (2020). The roles of university education in promoting students' passion for learning, knowledge management and entrepreneurialism. *J. Hosp. Tour. Manag.* 44, 162–170. doi: 10.1016/j.jhtm.2020.06.005

- Lee Kenny Cheah Soon, 2022. "Teaching Entrepreneurship Education (EE) Online During Covid-19 Pandemic: Lessons learned from a Participatory Action Research (PAR) in a Malaysian Public University," SAGE Open, , vol. 12(1), pages 21582440221, March.
- Lee Kenny Cheah Soon, 2022. "Teaching Entrepreneurship Education (EE) Online During Covid-19 Pandemic: Lessons learned from a Participatory Action Research (PAR) in a Malaysian Public University," SAGE Open, , vol. 12(1), pages 21582440221, March.
- Malathi M. & Pulidindi Venugopal.(2025) Entrepreneurial intention and engagement in entrepreneurship education Journal of Innovation and Entrepreneurship volume 14, Article number: 88 (2025)
- Malathi M. & Pulidindi Venugopal.(2025) Entrepreneurial intention and engagement in entrepreneurship education Journal of Innovation and Entrepreneurship volume 14, Article number: 88 (2025)
- Martin, R. (2009), *The Design of Business*, Harvard Business School Publishing, London.
- Masoumi, M.(M). (2023), "Exploring the influence of entrepreneurial identity on students' choice between entrepreneurship courses and university-based incubators", *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, Vol. 17 No. 2, pp. 137-153. <https://doi.org/10.1108/APJIE-03-2023-0052>
- Newman, A., Obschonka, M., Schwarz, S., Cohen, M., & Nielsen, I. (2019). Entrepreneurial self-efficacy: A systematic review of the literature on its theoretical foundations, measurement, antecedents, and outcomes, and an agenda for future research. *Journal of Vocational Behavior*, 110(Part B), 403–419.
- Patricia P. Iglesias-Sánchez Carmen Jambrino-Maldonado Antonio Peñafiel Velasco Husam Kokash , (2016),"Impact of entrepreneurship programmes on university students", *Education + Training*, Vol. 58 Iss 2 pp. 209 – 228
- Schramm, C. (2014), "Teaching entrepreneurship gets an incomplete", available at: [www.wsj.com/articles/SB10001424052702304279904579515953479728072](http://www.wsj.com/articles/SB10001424052702304279904579515953479728072)
- Schroeder, N.L., Nesbit, J.C., Anguiano, C.J. and Adesope, O.O. (2018), "Studying and constructing concept maps: a meta-analysis", *Educational Psychology Review*, Vol. 30 No. 2, pp. 431-455.
- Xin-Hai Wang & Xiang You & Hsuan-Po Wang & Bo Wang & Wen-Ya Lai & Nanguang Su, 2023. "The Effect of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intention: Mediation of Entrepreneurial Self-Efficacy and Moderating Model of Psychological Capital," *Sustainability*, MDPI, vol. 15(3), pages 1-20, January.
- Yeh Ching-Hsuan, Hsin-Hui Lin , Yu-Min Wang, Yi-Shun Wang , Chia-Wei Lo .(2021).Investigating the relationships between entrepreneurial education and self-efficacy and performance in the context of internet

entrepreneurship The International Journal of Management Education  
Volume 19, Issue 3, November 2021, 100565

Zhen Zhu, Shuai-fu Lin, Understanding Entrepreneurial Perceptions in the Pursuit of Emerging e-Business Opportunities: The Dimensions and Drivers, Computers in Human Behavior (2018), doi: 10.1016/j.chb.2018.02.015