



## اعتبارسنجی مدل آموزش کار آفرینی به دانش آموزان متوسطه در استان هرمزگان

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

۳۳

دوره ۹، شماره ۲، پیاپی ۳۳  
تابستان ۱۴۰۴

### مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت:

۱۴۰۴/۰۴/۱۳

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۴/۰۶/۲۸

صص: ۴۳۸-۴۰۵

شابا چاپی: ۲۵۸۸-۴۵۶۵

الکترونیکی: ۲۷۱۷-۰۳۸۱



### چکیده

هدف این تحقیق اعتبارسنجی مدل آموزش کارآفرینی به دانش آموزان متوسطه در استان هرمزگان بوده است. ابزارگردآوری داده ها در این تحقیق پرسشنامه بوده است. جامعه آماری این تحقیق را مدیر متوسطه اول و مدیر متوسطه دوم نظری و مدیر کارو دانش و مدیر فنی و حرفه ای می باشد. که جمعا ۶۳۲ نفر مدیر و ۸۰۶۷ نفر دبیر. می باشد. با استفاده از جدول مورگان حجم نمونه آماری در بخش کمی ۳۸۴ نفر مدیر و دبیر به صورت تصادفی خوشه ۳ای انتخاب شده اند. برای آزمون فرضیه های بیان شده در مطالعه استفاده شد. روش تحلیل داده ها نیز با استفاده از نرم افزار smart.PLS بوده است. نتایج نشان داد بین ابعاد شناسایی شده روابط معناداری وجود دارد. ابعاد شناسایی شده جزو عوامل موثر آموزش کارآفرینی به دانش آموزان متوسطه می باشند و به درستی شناسایی شده اند. براساس نتایج رتبه بندی، عوامل سیاسی و دولتی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان با بالاترین اولویت برخوردار است. عوامل محیطی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان در اولویت دوم قرار گرفته است. پیامدهای اقتصادی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان در اولویت سوم قرار گرفته است.

**کلیدواژه ها:** کارآفرینی، آموزش کارآفرینی، مهارت های یادگیری.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

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.

## ۱. مقدمه

نسل ما در حال حاضر با چالش‌های بزرگی مانند کنترل بیماری، تهدید فقر و ناپایداری اقتصادی مواجه است. ترویج کارآفرینی مستقل می‌تواند نقشی حیاتی در رسیدگی به این چالش‌ها ایفا کند. دولت‌ها به طور متوالی اسناد متعددی را صادر کرده و سپس برنامه‌های کاری مربوط به اصلاح آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها را با هدف بهبود تدریجی سیاست کمک به کارآفرینی آغاز کرده‌اند. در همین حال، سیستم آموزش کارآفرینی اصلاح شده است و سعی می‌کند شخصیت اصلی خود را از آموزش آکادمیک به کارآفرینان مستقل پرورش یافته منتقل کند. دانش‌آموزان توانستند با تصمیماتی که با شخصیت یا اهداف زندگی آنها مطابقت نداشت، به درک بهتری از یک پانوراما دست یابند. علیرغم کاهش فعالیت‌های کارآفرینی، این یک اثر مفید خواهد بود. در مورد کارآفرینی مستقل، محققان امکان آشکارسازی رابطه معینی بین عوامل کارآفرینی و کارآفرینی مستقل را بررسی کرده‌اند. مطالعات بر روی آموزش کارآفرینی (هوانگ و همکاران، ۲۰۲۰)، سیاست کارآفرینی و فرهنگ کارآفرینی متمرکز شده‌اند. آموزش کارآفرینی به دلیل مشکلات فنی، اداری و قانونی در اصلاح آموزش کارآفرینی در سطح ملی، کمترین انعطاف را برای برآورده کردن نیازهای پرورش یک کارآفرین مستقل موفق داشت. با این حال، بر اساس رابطه منطقی بین آموزش کارآفرینی و شناسایی فرصت‌های کارآفرینی، به ندرت می‌توان مکانیسم تعدیل‌کننده آموزش کارآفرینی را بر روی کارآفرینی مستقل بررسی کرد. همه‌گیری کنونی طیف گسترده‌ای از اثرات منفی بر سلامت عمومی، ساختار اجتماعی و اقتصادی داشته است. فعالیت‌ها. گزارش جهانی GEM (۲۰۲۱) اشاره کرده است که قصد کارآفرینی برای کارآفرینان جوان‌تر ضروری است (لی و همکاران، ۲۰۲۲).

موضوع کارآفرینی یکی از مباحث مهمی است که در اقتصاد و رونق کسب و کار بسیار حائز اهمیت می‌باشد و در بسیاری از کشورها به عنوان راهی برای افزایش رشد اقتصادی و ایجاد شغل محسوب می‌شود. کارآفرینی با ایجاد فرصت‌های شغلی در جامعه یکی از اهرم‌های اصلی رشد و بهبود اقتصاد می‌باشد. کارآفرینی یک نوع اشتغال است که از طریق یک فرآیند پویا، پرتکاپو و پرشور و اشتیاق به ارائه، خلق و اجرای ایده‌های جدید و راه‌حل‌های خلاقانه می‌پردازد. در حقیقت، کارآفرینی علم تبدیل ایده به کسب و کار است؛ یک فعالیت تجاری یا بازرگانی به عنوان یک وسیله امرار معاش. هر فرد برای تبدیل شدن به یک کارآفرین، یعنی فردی که دارای خلاقیت، نوآوری،

ریسک پذیری و به طور کلی، فردی پیشرو است (اردن، ۲۰۲۰) باید ابتدا مهارت‌هایی را از طریق آموزش کسب کند. در اختیار داشتن دانش و مهارت‌های کارآفرینی، نگرش دانش‌آموزان را نسبت به کارآفرینی افزایش می‌دهد و موجب افزایش نیت آنان برای شرکت در مشاغل کارآفرین می‌شود. امروزه نقش نهادهای آموزشی و دانشگاهی بیش از هر زمان دیگری در کارآفرینی در جوامع مختلف شناخته شده است و بیان شده است که نظام آموزشی باید بیشترین مسئولیت را در جهت آموزش و توسعه کارآفرینی از طریق برنامه درسی و شیوه‌های تدریس خود بر عهده بگیرد. لذا نظام آموزشی کشورها باید دانش‌آموزان و دانشجویان خود را نسبت به کارآفرینی ترغیب نموده و رفتار و شایستگی‌های کارآفرینی را در آنان توسعه و ارتقا دهند. همچنین آموزش کارآفرینی جزو برنامه‌هایی است که هدفش بهبود مهارت‌های غیرشناختی می‌باشد. در این برنامه دانش‌آموزان یاد می‌گیرند که تئوری را به عمل تبدیل کنند. دانش‌آموزانی که در این برنامه‌ها شرکت می‌کنند، مهارت‌هایی مانند اعتماد به نفس، انگیزه، نوآوری و همکاری با گروه را یاد می‌گیرند. آموزش کارآفرینی در مدارس از نظر اجتماعی و اقتصادی به نفع تمام دانش‌آموزان است. زیرا به کودکان و نوجوانان می‌آموزد که آزادانه بیندیشند و مهارت‌ها و استعداد‌های نهفته‌ی خود را بیروارند، علاوه بر این ایجاد فرصت‌ها و عدالت اجتماعی را تضمین می‌کند. همچنین باعث القای اعتماد به نفس به دانش‌آموزان می‌شود (ماسومی و همکاران، ۲۰۲۳). موریس و لیگوری<sup>۱</sup> (۲۰۱۶) اظهار داشتند که ظهور آموزش کارآفرینی به قدری سریع رخ داده است که از درک آنچه باید توسط مربیان کارآفرینی آموزش داده شود و اینکه چگونه باید آموزش داده شود، و چگونه پیامدها باید ارزیابی شوند، پیشی گرفته است. نیک و کوربیت<sup>۲</sup> (۲۰۱۸) ادعا می‌کنند که ماهیت آموزش کارآفرینی، آموزش و یادگیری کارآفرینی است. مستندات ناشی از نتایج یادگیری آموزش کارآفرینی در ایالات متحده افزایش داشته است. علاوه بر این، دانشجویانی که دوره‌های آموزش کارآفرینی را تکمیل می‌کنند مهارت‌ها و دانش، اعتماد و استقلال بالایی را بدست می‌آورند که می‌تواند در ایجاد یک شغل کارآفرین، کمک نماید. کسب دانش و تجربه ویژه موضوع، به ویژه از طریق پروژه‌های یادگیری تجربی و کارآموزی، توسعه می‌یابند. تغییرات در نگرش‌های کارآفرینانه نیز مشاهده شده است. به عنوان مثال، محققان نشان دادند که تفکر و عملکرد دانشجویان برای حل مساله منجر به

1 Morris and Liguori

2 Neck and Corbett

راه حل های کارآفرینی می شود. برای حرکت رو به جلو، لازم است دیدی کلی از مواد ارائه شده در روش شناسی کارآفرینی در دانشگاه به دست آوریم. در دانشگاه ها، طیف وسیعی از ابتکارات و ماژول های آموزشی در آموزش کارآفرینی (EE) به دلایل مختلفی به دانشجویان ارائه می شود. فایول به این دلایل مانند مخاطبان، اهداف، روش ها، ارزیابی و محتوا در آموزش کارآفرینی اشاره کرد. تنوع در مخاطبانی که پیشینه متفاوتی در علم، جمعیت شناسی و اقتصاد اجتماعی با سطوح مختلف انگیزه و نگرش های گوناگون نسبت به آموزش کارآفرینی دارند، با عدم آگاهی از مناسب ترین ادغام مطالب و مطالب برای رفع نیازهای مخاطبان ثابت می شود (ماسومی و همکاران، ۲۰۲۳).

کارآفرینی دانشگاهی توجه زیادی را هم در ادبیات دانشگاهی، هم در جامعه سیاستگذاری و هم در جامعه تجاری به خود جلب کرده است. به عنوان یک عنصر مهم در تکامل به سوی جامعه دانش تلقی می شود (هایتر و همکاران، ۲۰۲۳). با ادغام متقابل زمینه های علمی و اقتصادی، تحقیقات علمی دانشگاه ها به طور فزاینده ای گرایش به سمت تجاری سازی و کارآفرینی را نشان داده است. محققان دانشگاه همچنین به طور فزاینده ای شروع به دسترسی به بازار و درگیر شدن در فعالیت های کارآفرینی دانشگاهی کرده اند (کنی و همکاران، ۲۰۲۲). آنها با تبدیل شدن به مبتکران از طریق فعالیت های تحقیقاتی، نقش مهمی در ایجاد آینده ای پایدار دارند. به اصطلاح کارآفرینی آکادمیک به رفتار شرکت های مشتق دانشگاهی اطلاق می شود که توسط معلمان برای تجاری سازی توسعه دانش، فناوری یا سایر نتایج تحقیقاتی ایجاد شده در دانشگاه ایجاد می شوند تا نتایج تحقیقات آکادمیک را به بازار منتقل کنند. در حال حاضر معلمان به طور کلی اشکال کارآفرینی دانشگاهی را به دو نوع دسته بندی می کنند. نوع اول، فعالیت کارآفرینی دانشگاهی تجاری است که شامل (۱) تاسیس شرکت، (۲) مجوز ثبت اختراع، (۳) انتقال فناوری، (۴) قرارداد (توافقنامه) تحقیق (شامل تحقیق و توسعه مستقل و تحقیق و توسعه مشارکتی)، و (۵) مشاوره و آموزش پولی. نوع دوم، فعالیت های کارآفرینی دانشگاهی غیرتجاری (کارآفرینی اجتماعی) است که شامل (۱) ارائه پیشنهادات و سخنرانی های عمومی، (۲) برگزاری نمایشگاه ها، و (۳) آثار انتشاراتی (یعنی

1 Hyter

2 Kenny

توانایی انتقال موثر دانش موسسات دانشگاهی به محیط اجتماعی بیرونی وارد می شوند و ارزش اقتصادی یا اجتماعی به ارمغان می آورند (هوانگ و همکاران، ۲۰۲۴)

اهمیت و ضرورت این پژوهش از آن جهت است که عمده پژوهش های انجام شده در کشور ما درباره کارآفرینی در دانشگاه ها می باشد و در مدارس و به خصوص مدارس متوسطه که نقش مهمی در تربیت نیروی کارآفرین دارند و مهارت آموزی از وظایف و اهداف اصلی آن ها است، به این مقوله پرداخته نشده است. بنابراین انجام تحقیق حاضر ضمن شناسایی ابعاد، مولفه ها، عوامل موثر و بازدارنده آموزش کارآفرینی، راهکارهایی را پیشنهاد دهد که نظام آموزشی با کاربست یافته های تحقیق وضعیت موجود آموزش کارآفرینی در مدارس را ارتقا دهد و به اهداف خود دست یابد. هدف این تحقیق اعتبارسنجی مدل آموزش کارآفرینی به دانش آموزان متوسطه در استان هرمزگان بوده است. در ادامه مقاله به ارایه یک نمای کلی از ادبیات پژوهش و فرضیه ها پرداخته می شود. در بخش بعدی، به طرح پژوهش و جمع آوری اطلاعات پرداخته پس از تفسیر یافته های پژوهش، به نتیجه گیری پرداخته می شود.

### ادبیات پژوهش

آموزش کارآفرینی که به عنوان یک رشته دانشگاهی مجزا شناخته می شود (جونز و جونز، ۲۰۱۱؛ جونز و مالتی، ۲۰۱۱). آموزش در کارآفرینی می تواند به یک مجموعه ای از کارشناسان متفکر کسب و کار تبدیل شود؛ اگر کارآفرینی یک بخش جدایی ناپذیر از یک سیستم آموزشی باشد باید در هر موسسه ای بازتاب یابد، در داخل سازمان، هر کلاس و دانش مناسب مدرسان به همراه درجات بالای عدم مرکزیت و تفویض اختیار، چراکه شرکت با دستور و کنترل مخالف است. آموزش در کارآفرینی باید حس مالکیت و نتیجه گیری را خلق کرده و استحکام بخشد، حس آزادی و کنترل شخصی را برای اشیا تقویت کند، فرصت های مسئولیت پذیری و انجام بی نقص وظایف

- 1 Yngjie Huang
- 2 Jones & Jones
- 3 Jones & Matlay

را برای افراد به حداکثر برساند، مفهوم مسئولیت پذیری را تقویت کند و از طریق اشیا به آن نگاه کند، و به سمت برتری و عالی بودن گرایش داشته باشد (گیب، ۲۰۰۷).

مطالعات اولیه ادبیات آموزش کارآفرینی از سال ۱۹۷۴ تا ۱۹۸۴ توسط دینو (۱۹۸۶) انجام شد و پس از آن از ۱۹۸۵ تا ۱۹۹۴ توسط گرومن و همکاران<sup>۳</sup> (۱۹۹۷) بررسی شد. سه بازبینی عمده از آموزش کارآفرینی وجود دارد که فقط بر روی آموزش عالی متمرکز هستند (نبی و همکاران؛ ۲۰۱۷؛ پیتوی و کوپ، ۲۰۰۷؛ ریدویت و گری، ۲۰۱۳). با این حال، مطالعه توسط پیتوی و کوپ (۲۰۰۷) بر روی داده های ۱۰ ساله بیشتر متمرکز بوده و بازبینی توسط ریدویت و گری (۲۰۱۳) مقالاتی را تا سال ۲۰۱۰ / ۲۰۱۱ مورد بررسی قرار گرفت. بازبینی انجام شده نبی و همکاران (۲۰۱۷) از سال ۲۰۰۴ تا ۲۰۱۶، بر روی ۱۵۹ مقاله منتشر شده از سال ۲۰۰۴ تا ۲۰۱۶ تاثیر کارآفرینی مورد بررسی قرار داده شده است (ریدویت و گری، ۲۰۱۳). نبی و همکاران (۲۰۱۷) چارچوب مدل آموزشی ارائه می کند که رابطه بین روش های آموزشی و نتایج را بررسی می کند. آن ها انواع اصلی اثرات را به تغییر شخصی و تغییر کسب و کار تقسیم می کنند. بر اساس تغییرات شخصی، آن ها اثرات زیر را بررسی کردند: نگرش (۳۲ مقاله، ۲۰٪)، مهارت ها و دانش (۳۴ مقاله، ۲۱٪)، امکان سنجی (۴۲ مقاله، ۲۶٪)، قصد کارآفرینانه (۸۱ مقاله، ۵۱٪). تحت کسب و کار، شامل: راه اندازی کسب و کار (۲۱ مقاله، ۱۳٪)، عملکرد اجتماعی - اقتصادی (۸ مقاله، ۵٪)، بود. محققان نشان دادند که تاکید بر معیارهای پیامدی کوتاه مدت وجود دارد که ذهنی هستند و به طور کامل نتایج نهایی را توصیف نمی کنند. لوگانو و فاسو<sup>۴</sup> (۲۰۱۸) هفده مطالعه تجربی در زمینه ی آموزش کارآفرینی را مورد بررسی قرار دادند و نتیجه گرفتند که عدم دقت روش شناختی در زمینه ی تاثیر آموزش کارآفرینی وجود دارد. بای و همکاران<sup>۵</sup> (۲۰۱۴) فراتحلیلی بر روی ۷۳ مطالعه درباره اهداف کارآفرینی و آموزش کارآفرینی انجام دادند. محققان یک همبستگی معنادار اما کوچک بین اهداف

1 Gibb

2 Dainow

3 Gorman, Hanlon, and King

4 Nabi, Linan, Fayolle, Kreuger, &amp; Walmsley

5 Pittaway &amp; Cope

6 Rideout &amp; Gray

7 Longva and Foss

8 Bae, Qian, Miao, &amp; Fiet

کارآفرینی و آموزش کارآفرینی یافتند که از همبستگی‌های موجود با تحصیلات قبلی کسب‌وکار بزرگ‌تر بوده است. زمانی که کنترل نیت کارآفرینی قبل از آموزش مورد بررسی قرار گرفت، رابطه بین نیت کارآفرینی پس از آموزش معنی‌دار نبوده است. در این راستا نویسندگان مطالعات بیشتری درباره رابطه قصد - تحصیل و همچنین بررسی بیشتر این رابطه را برای افزایش محققان از آموزش کارآفرینی توصیه می‌کنند (بای و همکاران، ۲۰۱۴).

آموزش در کارآفرینی می‌تواند به یک مجموعه‌ای از کارشناسان متفکر کسب و کار تبدیل شود؛ اگر کارآفرینی یک بخش جدایی‌ناپذیر از یک سیستم آموزشی باشد باید در هر موسسه‌ای بازتاب یابد، در داخل سازمان، هر کلاس و دانش مناسب مدرسان به همراه درجات بالای عدم مرکزیت و تفویض اختیار، چراکه شرکت با دستور و کنترل مخالف است. آموزش در کارآفرینی باید حس مالکیت و نتیجه‌گیری را خلق کرده و استحکام بخشد، حس آزادی و کنترل شخصی را برای اشیا تقویت کند، فرصت‌های مسئولیت‌پذیری و انجام بی‌نقص وظایف را برای افراد به حداکثر برساند، مفهوم مسئولیت‌پذیری را تقویت کند و از طریق اشیا به آن نگاه کند، و به سمت برتری و عالی بودن گرایش داشته باشد (گیب، ۲۰۰۷). "کارآفرین" در انگلیسی به تولیدکننده بر می‌گردد، شخصی که یک کالا یا خدماتی را می‌سازد، تولید می‌کند، درست می‌کند، پردازش می‌کند یا یک خلق می‌کند. در انگلیس، شخصی است که یک شرکت یا هدایت می‌کند یا یک تاجر است و در آمریکا یا کانادا شخصی است که برای کسب و کارها مذاکره می‌کند یا سرمایه‌گذاری می‌کند، آنها را هدایت می‌کند یا آنها را سازماندهی می‌کند. تعریف دیگر به شخصی مربوط است که خودش را از طریق فعالیتهای مستقل می‌سازد، شخصی که به خودش اعتماد دارد، خود - کفایت است و شخصی که از کارآفرینی استفاده می‌کند. کارآفرینی شامل قدرت، امنیت، سریع بودن، اراده، پایداری و عملکرد خوب و شکوفائی می‌شود که به موفقیت نزدیک شده و برای آن تلاش می‌کند؛ همچنین به چیزی اشاره می‌کند که نادر و کمیاب است و چیزی که عزیزتر و گرامی‌تر نگه داشته می‌شود. در فرانسه، یک شرکت کسب و کار است (گامز، ۲۰۱۳).

مدل «درباره، برای، در یا از طریق» یکی از محبوب‌ترین طبقه‌بندی‌های آموزش کارآفرینی است. از زمانی که این مدل ایجاد شد، هدف اصلی آموزش، آموزش کارآفرینی یا برای آن بوده است. هدف دیگر

- 1 Gibb
- 2 Gámez

آموزش کارآفرینی است که به عنوان آموزش افراد برای نوآوری یا کارآفرینی بیشتر در محل کار یا کسب و کارشان تعریف می شود (هوپ و همکاران، ۲۰۱۷). مفهوم آموزش کارآفرینی در هر نوع تکنیک تدریس در ارائه درس، مانند «معلم محوری»، «مشارکتی» و «خودراهبری» به عنوان یک مفهوم کل نگر از آموزش کارآفرینی در این پژوهش بیان شده است که بیشتر معلم محور (ادلند، ۲۰۲۰).

در آموزش کارآفرینی، از دیدگاه آموزشی، بسیاری از اهداف با بیش 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 آموزش های فعال ارائه نشده است. به گفته مارتین و همکاران. (۲۰۱۳)، نتایج کارآفرینی با سایر ویژگی ها و ویژگی های شخصیتی، مانند نیت کارآفرینی، دانش، مجموعه مهارت ها و نگرش مثبت نسبت به کارآفرینی مرتبط است.

در مورد محتوای دوره آموزش کارآفرینی، اولویت مشترک موادی است که به مدل های کسب و کار می پردازد و اصول اولیه ایجاد سرمایه گذاری را معرفی می کند. این مطالب اغلب به عنوان مجموعه‌ای از کتاب‌های آموزشی مورد توجه برای تعمق در مورد ایجاد فرآیندها و فعالیت‌های کارآفرینانه طراحی می شوند (فایول، ۲۰۱۳). طبق نظر شرام (۲۰۱۴)، 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 موردی در پزشکی دانش را منتقل می کند، فهمیده شد که همان شیوه تدریس خصوصی به دلیل ویژگی های منحصر به فرد موارد تجاری خاص برای آموزش کارآفرینی کافی نیست. همانطور که شرام استدلال می کند، آموزش کارآفرینی باید بر اساس شباهت های بین آموزش پزشکی و آموزش کارآفرینی متحول شود (شرام، 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 کلاس ها تدریس می شود دارد زیرا کارآفرینان بالقوه در برخی از فعالیت های کارآفرینانه شرکت می کنند و منجر به ایجاد سرمایه گذاری های جدیدی می شود که در کلاس ها تمرین نمی شوند و با آنچه که توسط مربیان در آموزش کارآفرینی تدریس می شود فاصله زیادی دارند. این کمیابی تحقیقات آموزش کارآفرینی را

1	Hoppe et al
2	Schramm

در مورد چگونگی تنظیم مجموعه ای از اصول اساسی برای محتوای آموزش کارآفرینی با ترکیب دانش نظری و شیوه های حرفه ای 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 می دهد. 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 بهره برداری تنظیم شده است. مداخلات و روش های اخیراً توسعه یافته، مانند تأثیرگذاری، روش های تجویزی (فیت، ۲۰۰۸)، تفکر طراحی (براون، ۲۰۰۸)، کارآفرینی منضبط (آولت، ۲۰۱۳) و راه اندازی ناب (منصوری و لاکئوس، ۲۰۱۹) از توسعه حوزه فعالیت های کارآفرینی. این مداخلات و روش های کارآفرینی عمدتاً مواد آموزشی اصلی آموزش کارآفرینی را در بر می گیرد که در اینجا خلاصه می شود (ماسومی و همکاران، ۲۰۲۳).

کارآفرینی فراتر از یک عمل یا فکر است. از این تئوری نتیجه می شود که جامعه راهی برای ساخت دانش و یادگیری و تاریخ به عنوان جنبه پایه ای آموزش می شود، به عبارت دیگر، شما هرگز از خراش شروع نمی کنید. برای ارائه (۲۰۱۴)، تدریس کارآفرینی امکان پذیر است. تدریس آن باید با موقعیت ها و زمینه های خاص اقتصادی منطبق باشد. در عین حال، مدل اقتصادی از دوره های آموزشی طلب می شود بنابراین صلاحیت های مورد نیاز برای شروع کسب و کار تدریس می شود. از زمان اجرای فناوری ها و شناخت بهترین روش های استفاده شده در مدیریت یادگیری، لام و رادر (۲۰۱۴) بر نقش بسترهای فناوری، شبکه های اجتماعی و ارتباطات آنلاین به عنوان راهبردهای کلیدی یادگیری در تدریس کارآفرینی تأکید می کنند. به علاوه، فناوری یک پیمانی بین کارآفرینان است که به آنها اجازه می دهد تا در مورد گرایشات به محصولات و نشان های تجاری، به روز بمانند و به موقع قراردادهای خود را مدیریت کنند. یاکوب و ندلا (۲۰۱۴) کارآفرینی را به عنوان عامل کلیدی در تغییر اقتصادی چین در نظر می گیرند. این تحلیل مبتنی بر سه سطح است: (۱) فردی، (۲) شرکتی

و (۳) دولتی. گاماج و ویکراماسیگ (۲۰۱۴) روابط بین جامعه، اجتماع و فعالیت کارآفرینی را در سراسر جنوب آسیا مطالعه می کنند و نتیجه می گیرند که کارآفرینی یک پدیده اجتماعی است و نیازمند یک بررسی توسط ارزشهای اجتماعی - فرهنگی که بر آن اثر می گذارند می باشد. مروری بر کارآفرینی دانشگاهی در آموزش عالی، انواع مدلها را نشان می دهد. برخی برنامهها هستند، که دانشجویان در خارج از محیطهای رسمی درس، درگیر فعالیتهای کارآفرینی می شوند (گراستر و هندری، ۲۰۱۱؛ پایلت، نابی و همکاران، ۲۰۱۰؛ پدی و جونز، ۲۰۱۵)، در یک مورد دیگر، با ایجاد برنامههای غیر کارآفرینی برای دانش آموزان، آن ها را برای دورههای کارآفرینی آماده می کنند. در نهایت، برنامههایی آموزشی دانشگاهی، اهداف یادگیری کارآفرینی را در دورههای آکادمیک از طریق واحد های کارآفرینی و همچنین ارائه دورههای رسمی کارآفرینی ارائه می دهند. این دورهها توسط واحدهای دانشگاهی غیر کارآفرینی اداره می شوند و اکثر دورههای ارائه شده خارج از موسسات آموزشی کسب و کار برگزار می شوند. (احمد و همکاران، ۲۰۱۸؛ جونز و همکاران، ۲۰۱۷؛ ولش، ۲۰۱۴)

ادبیات موجود تا حدی مزایای زیاد یادگیری کارآفرینی برای دانش جویان از طریق استراتژیهای آموزشی جدید، و بهبود مهارت های یادگیری را مطرح می کند. استراتژیهای آموزشی زیادی وجود دارند که معمولا با آموزش کارآفرینی در ارتباط هستند: یادگیری تجربی، حل مساله، آماده سازی شغلی، و تعامل اجتماعی. بنابراین، علاوه بر بررسی آنچه که درون برنامه کارآفرینی وجود دارد، لازم است که به این چهارم مورد در ارزیابی کارآفرینی توجه شود. آموزش کارآفرینی دانشجویان را از طریق یادگیری منجر به کسب تجربه می شود. آموزش کارآفرینی بر اساس روش های آموزشی جدید از تحریک یادگیری دانش جویان (واشتیاق) استفاده کرده است. همانطور که حوزه آموزش کارآفرینی تکامل یافته است، اعضای هیات علمی به سمت مدل های یادگیری تجربی تغییر یافته اند (سالامون، ۲۰۰۷). یادگیری سازمانی ویژگی بارز بسیاری از برنامه های آموزش کارآفرینی در فضای آموزش دانشگاهی است (دپارتمان بازرگانی آمریکا، ۲۰۱۳).

- 1 Gstraunthaler & Hendry,
- 2 Ahmad, Bakar, & Ahmad
- 3 Jones, Jones, Williams-Burnett
- 4 Welsh
- 5 U.S. Department of Commerce

دانشجویان از طریق اجرای یادگیری کلاسی خلاق، مدل‌های مفهومی، مطالعات امکان‌سنجی، برنامه‌های تجاری، و برنامه‌های اجرایی برای کسب و کارها و سرمایه‌گذاری‌های نوآورانه، مبتنی بر سود را توسعه می‌دهند. یک برنامه دانشگاهی یک چشم‌انداز آموزشی گسترده کارآفرینی ارائه می‌دهد: یک مشخصه واقعی از برنامه‌های کارآفرینی به دانشجویان این است که بر موانع رایج در یادگیری فایق می‌آید. دانشجویان در معرض دیگر محیط‌های یادگیری مفید خارج از کلاس قرار داده می‌شوند. آن‌ها می‌توانند به غیر از استادان کلاس، از تخصص متخصصان کسب‌وکار متعدد استفاده کنند (جانسون و انویک، ۲۰۱۴). در چنین شرایط تجربی، دانشجویانی که در موقعیت‌های کلاسی فعال هستند، ممکن است به طور فعال با وظایف فردی و تیمی، با رضایت بیشتری تعامل داشته باشند. آموزش کارآفرینی در داخل و خارج از کلاس سستی از طریق پیدایش دانشگاه یا مراکز کارآفرینی مبتنی بر جامعه تقویت شده است که مزایای خوب توسعه مهارت‌های سخنوری و سایر فعالیت‌ها را به همراه دارد (کانزینی و والش، ۲۰۱۹).

کارآفرینی دانشجویان به حل مشکل کمک می‌کند. علاوه بر این، برنامه‌های کارآفرینی به طور منحصر به فردی از یادگیری در مورد شروع یک کسب‌وکار جدید از سطح پایین (ایجاد سرمایه‌گذاری) حمایت می‌کند و سعی در ایجاد تفکر خلاق و استفاده از فرصت - را در افکار دانشجویان ایجاد می‌کند. به علاوه، دانشجویان از رویکردهای یکپارچه‌ای را برای به کارگیری داده‌های مرتبط و منابع اطلاعاتی برای حل مشکل استفاده می‌کنند. بخشی از طراحی برنامه‌های آموزش کارآفرینی بر اساس فرآیند یادگیری بلومز<sup>۱</sup> (۲۰۰۱) است. این امر سبب می‌شود که تفکر انتقادی آن‌ها توسعه پیدا کند. تفکر انتقادی اغلب منجر به استفاده از اطلاعات و ایده‌های از رشته‌های مختلف می‌گردد (آلدریچ و همکاران، ۲۰۱۴). به طور خلاصه، دوره‌های کارآفرینی برای دانشجویان، منجر به آماده شدن آنها برای حل مساله و نقش‌های رهبری می‌گردد (راتن، ۲۰۱۷).

سهام آموزش کارآفرینی نسبت دیگر رشته‌ها باید به طور جدی مورد بررسی قرار گیرد. در حالی که برخی از نویسندگان چارچوب‌های برنامه‌درسی را برای توسعه کارآفرینی یا آموزش

1 Johnson &amp; Envick

2 Bloom's

3 (Aldrich

4 Ratten

کارآفرینی بین رشته‌ای در آموزش عالی ارایه می‌دهند (به عنوان نیک و گرین؛ ۲۰۱۱؛ نیک و همکاران؛ ۲۰۱۴)، تعداد کمی از آن‌ها به طور مستقیم اهداف یادگیری کارآفرینی را مورد بازبینی قرار می‌دهند. با این حال، یک نهاد روبه رشدی از ادبیات وجود دارد که کارآفرینی به صورت ترکیبی با دیگر رشته‌ها می‌تواند به اشتغال دانش جویان در رشته‌های مختلف کارآفرینی (ولش و همکاران، ۲۰۱۴) و ایجاد نوآوری، کمک نماید. کارآفرینی یکی از معدود مشاغلی است که دانش جویان می‌توانند به طور فعال در حالی که در دانشگاه مشغول به تحصیل هستند، به صورت مستقل به ایجاد کسب‌وکار، پروژه‌ها و حل مساله اقدام نمایند... مطالعه کارآفرینی به طور مستقیم رابطه بین کارآفرینی، بازارهای کار و گزینه‌های شغلی را تبیین می‌کند (کانزانی و والش، ۲۰۱۹).

برنامه‌های آموزش کارآفرینی در سراسر جهان به سرعت رشد کرده‌اند (نیک و همکاران؛ 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، کاهش بیکاری، فارغ‌التحصیلان 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 گیالی؛ ۲۰۱۵). آموزش کارآفرینی که به عنوان یک رشته دانشگاهی مجزا شناخته می‌شود (جونز و جونز؛ ۲۰۱۱؛ جونز و مالتی؛ ۲۰۱۱). 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

- 1 Neck & Greene
- 2 Neck, Greene, & Brush
- 3 Neck
- 4 Preedy & Jones
- 5 Solomon
- 6 Valdez, M. E., & Richardson
- 7 Ferreira, Fayolle, Ratten, & Raposo
- 8 Onuma
- 9 Fayolle, Gailly, & Lassas-Clerc
- 1 Fayolle & Gailly 0
- 1 Jones & Jones 1
- 1 Jones & Matlay 2
- 1 Bruton, Khavul, Siegel, & Wright

کارآفرینی آمریکایی در سراسر جهان قابل اجرا نیست (بروتن و همکاران، ۲۰۱۸). اقدامات آموزشی در کارآفرینی باید در مورد اینکه تدریس چرا، کجا، چگونه و توسط چه کسی اجرا شود، باید به طور مفصل مورد بررسی قرار گیرد. به علاوه، باید توضیح دهد که آیا آموزش کارآفرینی با خلق یک شرکت منجر می شود یا خیر. یک شکاف بین اینکه چگونه اساتید به کارآفرینان کمک می کنند تا کارآفرین شوند، وجود دارد (میدلتون و دونلون، ۲۰۱۴). تاثیر آموزش های کارآفرینی در خلق شرکتها به نظر می رسد بسیار محدود باشد، می توان گفت ۸۰ درصد آموزش دیدگان کارآفرینی، محیط مساعدی برای خلق کسب و کار خود پیدا نکردند، (گوتریز و همکاران، ۲۰۱۷).

در این راستا

نظری (۱۴۰۴) در بررسی مشاوره شغلی با رویکرد کارآفرینی هنری نقش آموزش مهارتهای کارآفرینی در افزایش امید شغلی هنرجویان رشته های هنری نشان دادند که آموزش مهارتهایی نظیر خلاقیت، مدیریت کسب و کار، بازاریابی هنری و شبکه سازی اجتماعی به هنرجویان نه تنها موجب افزایش توانایی آنان در خلق ایده های نوآورانه میشود بلکه میزان امید و انگیزه آنان برای ورود به بازار کار را نیز ارتقا میدهد همچنین مشاوره شغلی با رویکرد کارآفرینی میتواند مسیر آینده شغلی هنرجویان را روشتر ساخته و آنان را از حالت انفعال به کنشگری در عرصه کار و تولید هنری سوق دهد. در نهایت، مقاله حاضر بر ضرورت توجه نهادهای آموزشی و مشاوره ای به تلفیق آموزشهای کارآفرینی با برنامه های درسی هنرستانهای هنری تاکید می ورزد.

ضمیران و همکاران (۱۴۰۴) در بررسی آموزش کارآفرینی از مدرسه تا دانشگاه بر اساس الگوها و تجربیات موفق جهانی نشان دادند که ترکیب آموزش نظری با تجربه عملی، استفاده از فناوری های نوین آموزشی و تقویت مهارت های نرم، از مهم ترین عوامل موفقیت در این حوزه هستند. همچنین، سیاست های حمایتی و همکاری بین بخشی میان مدارس، دانشگاه ها و بخش خصوصی در ارتقاء کیفیت آموزش کارآفرینی تاثیرگذار است. در نهایت، با ارائه پیشنهاداتی برای بهبود نظام های آموزشی ایران، این مقاله تلاش دارد مسیر مناسبی برای تربیت کارآفرینان آینده ترسیم کند.

1 Bruton, Zahra, & Cai

2 Middleton & Donellon

3 Gu tiérrez,

قنبری شهسواری و همکاران (۱۴۰۴) در بررسی تقویت توانمندیهای اقتصادی دانش آموزان با آموزش مهارتهای کارآفرینی رویکردی عملی و اخلاق محور نشان دادند که برنامه آموزشی طراحی شده تاثیر معناداری بر افزایش دانش، مالی، مهارت تصمیم گیری، مدیریت منابع، شناسایی فرصت های اقتصادی و رفتار مسئولانه دانش آموزان دارد. ( $p < 0,001$ ). این برنامه ۶۷ درصد از واریانس توانمندیهای اقتصادی را تبیین کرد. یافته ها بر ضرورت ادغام آموزش های عملی و اخلاق محور در نظام آموزشی تاکید دارند. عزیز و همکاران (۲۰۲۵) در بررسی آموزش کارآفرینی و علاقه به کارآفرینی در بین دانشجویان نشان دادند که علاقه به کارآفرینی از طریق آموزش کارآفرینی با ضریب  $0,50$  ( $p < 0,0001$ ) 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 راه اندازی کسب و کار تأثیر می گذارند، 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 یافته ها با نظریه رفتار برنامه ریزی شده 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 برنامه های آموزشی ساختارمند می توانند 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 واسطه ای مهم در پیوند قوی بین مشارکت دانشجویان در شیوه های آموزشی و توسعه قصد کارآفرینی آنها در صورت کمک به چارچوب های آموزشی محکم عمل می کند. علاوه بر این، این تحقیق یک چارچوب نظری متمرکز بر ساخت برنامه های آموزش کارآفرینی مؤثر که قصد کارآفرینی دانشجویان را توسعه می دهند، ارائه می دهد و بر ضرورت درک دیدگاه دانشجویان در بهبود برنامه های آموزشی که آنها را برای مشاغل موفق به عنوان کارآفرین در بازار کار فعال امروز آماده می کند، تأکید می کند. عباس (۲۰۲۴) در بررسی شکل دهی به نیت کارآفرینی از طریق آموزش: یک مطالعه تجربی نشان دادند که محتوای جامع دوره، روش های تدریس تعاملی و یک محیط

1	Aziz
2	Malathi
3	Abbes

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 نیت کارآفرینی است. این مطالعه با ارائه بینش‌هایی در مورد اینکه چگونه آموزش کارآفرینی هدفمند می‌تواند نیت 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، 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. در این مطالعه بر اساس مصاحبه‌های انجام شده و مدل ارائه شده از سوی خبرگان و مدل استخراجی با 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، به بررسی روابط بین متغیرها پرداخته شده است.



#### - روش تحقیق

برای جمع آوری داده های مورد نیاز از یک طرح تحقیق پیمایشی مقطعی استفاده شده است از نظر تمامی دبیران و مدیران مقطع متوسطه استان هرمزگان استفاده شده است. که شامل ۴۷۲ نفر مدیر متوسطه اول و ۳۸۰۵ نفر دبیر متوسطه اول، ۲۷۵ نفر مدیر متوسطه دوم نظری و ۲۴۵۰ نفر دبیر متوسطه دوم نظری، ۱۱۷ نفر مدیر کارو دانش و ۱۰۴۴ نفر دبیر کارو دانش و ۷۶۸ نفر مدیر فنی و حرفه ای و ۷۶۸ نفر دبیر فنی و حرفه ای می باشد. که جمعا ۶۳۲ نفر مدیر و ۸۰۶۷ نفر دبیر می باشد. با توجه به حجم جامعه آماری و استفاده از جدول مورگان حجم نمونه آماری در بخش کمی ۳۸۴ نفر مدیر و دبیر بوده است و به صورت تصادفی خوشه ای انتخاب شده اند، ابتدا استان به سه قسمت شرق، غرب و مرکزی تقسیم و از هر قسمت به تصادف چند شهرستان و از هر شهرستان چند مدرسه انتخاب شده است. ابزارهای جمع آوری اطلاعات پرسشنامه محقق ساخته بر اساس نظر خبرگان بوده است. برای بررسی داده ها از تحلیل عاملی تأییدی (CFA) و آزمون تناسب مدل و مدل معادلات ساختاری برای آزمون فرضیه های بیان شده در مطالعه استفاده شد. روش تحلیل داده ها نیز با استفاده از نرم افزار smart.PLS بوده است.

## - متغیرها و مدل پژوهش

از آنجایی که از پرسشنامه استاندارد برای سنجش متغیرها استفاده شده، ابتدا، شاخصهای مورد نظر ترجمه و سپس، با مراجعه به نخبگان ا صلاحات لازم صورت گرفت. قدرت رابطه بین عامل (متغیر پنهان) و متغیر قابل مشاهده به وسیله بار عاملی نشان داده می شود. بار عاملی مقداری بین صفر و یک است. اگر بار عاملی کمتر از  $0/3$  باشد رابطه ضعیف در نظر گرفته شده و از آن صرف نظر می شود. بار عاملی بین  $0/3$  تا  $0/6$  قابل قبول است و اگر بزرگتر از  $0/6$  باشد خیلی مطلوب است. در جدول (۱) می توان مشاهده کرد تمامی بارهای عاملی متغیرها مقداری بیشتر از  $0/5$  را دارا می باشند و مؤید این مطلب است که پایایی در مورد مدل اندازه گیری قابل قبول است.

جدول ۲- بارهای عاملی متغیرهای تحقیق

گویه	بار عاملی	آماره تی	گویه	بار عاملی	آماره تی
بیاندهای اقتصادی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان - q01	0.864	46.701	عوامل سازمانی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان - q26	0.828	37.685
بیاندهای اقتصادی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان - q02	0.744	34.234	عوامل درامتی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان - q27	0.781	34.462
بیاندهای اقتصادی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان - q03	0.691	40.743	عوامل سیاسی و فیزیکی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان - q28	0.909	89.242
بیاندهای اقتصادی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان - q04	0.851	42.765	عوامل سیاسی و روانی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان - q29	0.904	98.232
بیاندهای اقتصادی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان - q05	0.635	12.536	عوامل فردی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان - q30	0.571	14.123
بیاندهای اقتصادی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان - q06	0.618	12.509	عوامل فردی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان - q31	0.822	33.610
بیاندهای اقتصادی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان - q07	0.733	19.335	عوامل فردی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان - q32	0.657	17.923
بیاندهای اقتصادی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان - q08	0.700	16.602	عوامل فردی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان - q33	0.632	19.889
عوامل آموزشی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان - q09	0.646	17.641	عوامل فردی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان - q34	0.810	30.009
عوامل آموزشی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان - q10	0.671	11.924	عوامل فردی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان - q35	0.645	14.890
عوامل آموزشی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان - q11	0.861	33.789	عوامل فردی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان - q36	0.824	16.416
عوامل آموزشی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان - q12	0.592	14.390	عوامل فردی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان - q37	0.784	25.244
عوامل آموزشی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان - q13	0.599	13.083	عوامل فردی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان - q38	0.707	24.023
عوامل آموزشی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان - q14	0.822	57.316	عوامل فردی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان - q39	0.700	24.207
عوامل آموزشی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان - q15	0.853	45.146	عوامل فردی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان - q40	0.819	34.645
عوامل آموزشی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان - q16	0.819	29.368	عوامل فردی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان - q41	0.812	30.100
عوامل آموزشی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان - q17	0.707	21.304	عوامل مالی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان - q42	0.894	85.801
عوامل آموزشی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان - q18	0.626	14.503	عوامل مالی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان - q43	0.893	73.925
عوامل سازمانی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان - q19	0.678	19.229	عوامل محیطی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان - q44	0.833	45.776
عوامل سازمانی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان - q20	0.797	35.395	عوامل محیطی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان - q45	0.838	32.546
عوامل سازمانی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان - q21	0.711	23.943	عوامل محیطی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان - q46	0.745	25.662
عوامل سازمانی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان - q22	0.590	14.792	مزایایی فردی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان - q47	0.912	64.169
عوامل سازمانی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان - q23	0.815	37.835	مزایایی فردی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان - q48	0.769	29.345
عوامل سازمانی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان - q24	0.597	11.215	مزایایی فردی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان - q49	0.909	63.970
عوامل سازمانی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان - q25	0.662	18.072	مزایایی فردی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان - q50	0.909	62.446

## - ارزیابی مدل ساختاری:

پس از سنجش روایی و پایایی مدل اندازه گیری، مدل ساختاری از طریق روابط بین متغیرهای مکنون مورد ارزیابی قرار گرفت.

- بررسی همخطی (عامل تورم واریانس) (VIF): این عامل نشان می دهد که واریانس ضرایب تخمینی تا چه حد نسبت به حالتی که متغیرهای تخمینی، همبستگی خطی ندارند، متورم شده است. مقدار VIF باید از ۵ کمتر باشد تا وجود هم خطی در بین سازه های پیش بین را نادیده گرفت.

جدول ۳- عامل تورم واریانس سازه های برون زا روی سازه های درن زا

نتیجه	شرط قبول	VIF	متغیرهای درن زا	متغیرهای برون زا
قابل قبول	۵ >	1.000	عوامل آموزشی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان	آموزش کارآفرینی به دانش آموزان متوسطه ←
قابل قبول	۵ >	1.000	عوامل سازمانی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان	آموزش کارآفرینی به دانش آموزان متوسطه ←
قابل قبول	۵ >	1.000	عوامل سیاسی و دولتی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان	آموزش کارآفرینی به دانش آموزان متوسطه ←
قابل قبول	۵ >	1.000	عوامل فردی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان	آموزش کارآفرینی به دانش آموزان متوسطه ←
قابل قبول	۵ >	1.000	عوامل مالی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان	آموزش کارآفرینی به دانش آموزان متوسطه ←
قابل قبول	۵ >	1.000	عوامل محیطی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان	آموزش کارآفرینی به دانش آموزان متوسطه ←
قابل قبول	۵ >	1.000	مزایایی فردی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان	آموزش کارآفرینی به دانش آموزان متوسطه ←
قابل قبول	۵ >	1.000	پیامدهای اقتصادی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان	آموزش کارآفرینی به دانش آموزان متوسطه ←

م. مشاهده می گردد که مقدار VIF تمامی متغیرهای پیش بین روی سازه های درن زا کمتر از ۵ به دست آمده لذا می توان این مقدار را منطقی و قابل قبول دانست.

- معیار ضریب تعیین ( $R^2$ ): ضریب تعیین برابر با توان دوم همبستگی مقادیر واقعی و پیش بین شده یک سازه درون زای مشخص شده است. ضریب تعیین نشان می دهد چند درصد تغییرات متغیر وابسته به وسیله متغیر مستقل تبیین می شود. این معیار دقت پیش بینی مدل را نشان می دهد. از نظر چین (۱۹۹۹)، مقادیر ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ به ترتیب ضعیف، متوسط و قوی برآورد می شوند.

جدول ۴- معیار ضریب تعیین سازه های وابسته (درون زا)

نتیجه	وضعیت	شرط قبول	$R^2$	متغیرهای درون زا
قابل قبول	قوی	$0.19 <$	0.693	عوامل سازمانی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان
قابل قبول	قوی	$0.19 <$	0.720	عوامل سیاسی و دولتی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان
قابل قبول	متوسط	$0.19 <$	0.550	عوامل فردی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان
قابل قبول	متوسط	$0.19 <$	0.486	عوامل مالی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان
قابل قبول	متوسط	$0.19 <$	0.585	عوامل محیطی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان
قابل قبول	متوسط	$0.19 <$	0.481	مزایایی فردی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان
قابل قبول	قوی	$0.19 <$	0.742	پیامدهای اقتصادی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان
قابل قبول	ضعیف	$0.19 <$	0.234	عوامل سازمانی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان

- 1 Variance Inflation Factor
- 2 R Square
- 3 Chin

نتایج نشان می‌دهد که تمام ضرایب تعیین بزرگتر از مقدار ۰/۱۹ بوده در سطح قابل قبولی قرار دارند.

- معیار قدرت پیش بینی مدل ( $Q^2$ ): معیار استون گیسر، تناسب پیش بینی مدل را نشان می‌دهد. در واقع نشان می‌دهد اگر در یک مدل روابط بین سازه‌ها به درستی تعریف شده باشد سازه‌ها قادر به تاثیرگذاری کافی بر شاخص‌های همدیگر هستند و این امر موجب می‌شود فرضیات به درستی ارزیابی گردند. از نظر هیر و همکاران (۲۰۱۷) مقادیر ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ به ترتیب ضعیف، متوسط و قوی برآورد می‌شوند.

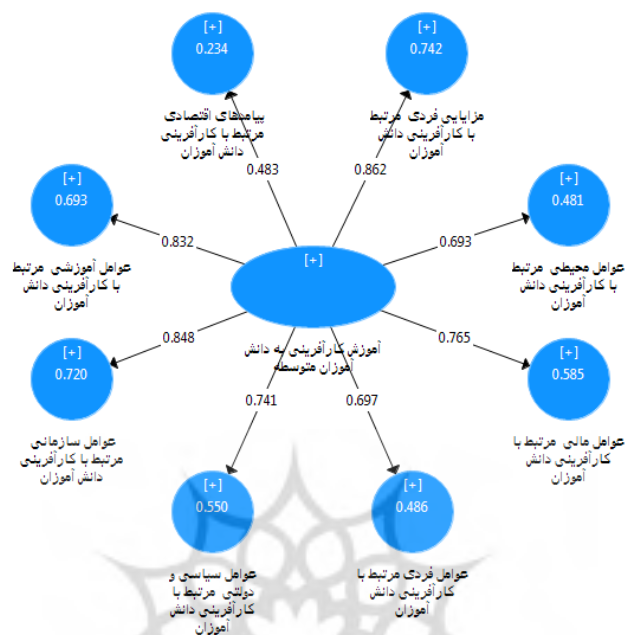
جدول ۵- معیار استون گیسر سازه‌های وابسته (درون زا)

متغیرهای درون زا	$Q^2$	شرط قبول	وضعیت	نتیجه
عوامل آموزشی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان	0.362	< ۰/۰۲	قوی	قابل قبول
عوامل سازمانی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان	0.371	< ۰/۰۲	قوی	قابل قبول
عوامل سیاسی و دولتی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان	0.447	< ۰/۰۲	قوی	قابل قبول
عوامل فردی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان	0.247	< ۰/۰۲	متوسط	قابل قبول
عوامل مالی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان	0.464	< ۰/۰۲	قوی	قابل قبول
عوامل محیطی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان	0.309	< ۰/۰۲	متوسط	قابل قبول
مزایایی فردی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان	0.564	< ۰/۰۲	قوی	قابل قبول
پیامدهای اقتصادی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان	0.122	< ۰/۰۲	ضعیف	قابل قبول

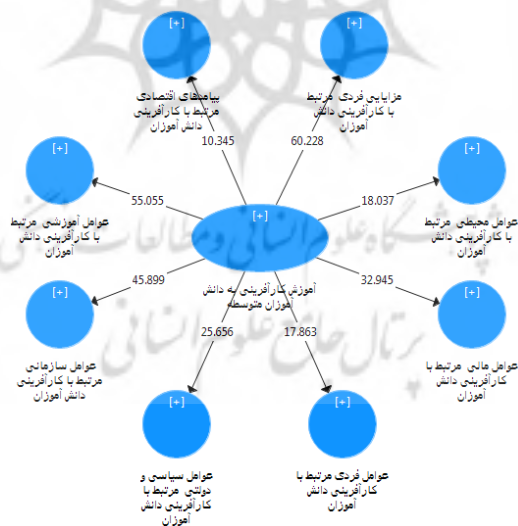
یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که شاخص  $Q^2$  سازه‌های وابسته مقداری مثبت (بزرگتر از ۰/۰۲) برآورد شده است. لذا می‌توان نتیجه گرفت که قدرت مدل در خصوص پیش بینی همه متغیرها در سطح قابل قبولی قرار دارد.

#### - آزمون بار عاملی مرتبه دوم:

بارهای عاملی مرتبه دوم متغیرهای مورد بررسی تحقیق با تکنیک حداقل مربعات جزئی PLS آزمون شده است. برای سنجش معناداری روابط نیز آماره  $t$  با تکنیک بوت استرایپینگ محاسبه شده است که در شکل‌های ۲-۴ و ۳-۴ ارائه شده است. اگر مقدار بوت استرایپینگ (آماره  $t$ ) از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بزرگتر باشد نشان می‌دهد همبستگی بین زیرمعیارها با معیار اصلی مربوط به خود معنادار است؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت متغیر مکنون (مرتبه دوم) به درستی مورد سنجش قرار گرفته است.



شکل ۲- مدل پژوهش با تکنیک حداقل مربعات جزئی



شکل ۳- آماره تی مدل پژوهش با تکنیک بوت استرپینگ

- بررسی بار عاملی مرتبه دوم عوامل آموزشی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان:

جدول ۶- ضریب مسیر (بارعاملی مرتبه دوم) عوامل آموزشی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان

نتیجه	سطح معناداری	آماره تی	ضریب مسیر	مسیر
تایید	0.000	55.055	0.832	آموزش کارآفرینی به دانش آموزان متوسطه ← عوامل آموزشی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان

طبق نتایج مندرج در جدول (۶) مشاهده می گردد که بار عاملی مرتبه دوم عوامل آموزشی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان برابر  $0/832$  محاسبه شده است و آماره احتمال آزمون نیز برابر  $55/055$  به دست آمده است که بزرگتر از مقدار بحرانی  $t$  در سطح خطای  $0/05$  یعنی  $1/96$  بوده و نشان می دهد بار عاملی مشاهده شده معنادار است. مقدار معناداری نیز برابر  $0/000$  محاسبه شده است که از سطح خطای  $0/05$  کوچکتر بوده و نشان از معناداری است. بنابراین با اطمینان  $95/0\%$  عوامل آموزشی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان جزو عوامل موثر آموزش کارآفرینی به دانش آموزان متوسطه می باشند و به درستی شناسایی شده اند.

- بررسی بار عاملی مرتبه دوم عوامل سازمانی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان:

جدول ۷- ضریب مسیر (بارعاملی مرتبه دوم) عوامل سازمانی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان

نتیجه	سطح معناداری	آماره تی	ضریب مسیر	مسیر
تایید	0.000	45.899	0.848	آموزش کارآفرینی به دانش آموزان متوسطه ← عوامل سازمانی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان

طبق نتایج مندرج در جدول (۷) مشاهده می گردد که بار عاملی مرتبه دوم عوامل سازمانی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان برابر  $0/848$  محاسبه شده است و آماره احتمال آزمون نیز برابر  $45/899$  به دست آمده است که بزرگتر از مقدار بحرانی  $t$  در سطح خطای  $0/05$  یعنی  $1/96$  بوده و نشان می دهد بار عاملی مشاهده شده معنادار است. مقدار معناداری نیز برابر  $0/000$  محاسبه شده است که از سطح خطای  $0/05$  کوچکتر بوده و نشان از معناداری است. بنابراین با اطمینان  $95/0\%$  عوامل سازمانی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان جزو عوامل موثر آموزش کارآفرینی به دانش آموزان متوسطه می باشند و به درستی شناسایی شده اند.

- بررسی بار عاملی مرتبه دوم عوامل سیاسی و دولتی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان:

جدول ۸- ضریب مسیر (بارعاملی مرتبه دوم) عوامل سیاسی و دولتی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان

نتیجه	سطح معناداری	آماره تی	ضریب مسیر	مسیر
تایید	0.000	25.656	0.741	آموزش کارآفرینی به دانش آموزان متوسطه ← عوامل سیاسی و دولتی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان

طبق نتایج مندرج در جدول (۸) مشاهده می‌گردد که بار عاملی مرتبه دوم عوامل سیاسی و دولتی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان برابر ۰/۷۴۱ محاسبه شده است و آماره احتمال آزمون نیز برابر ۲۵/۶۵۶ به دست آمده است که بزرگتر از مقدار بحرانی  $t$  در سطح خطای ۰/۰۵ یعنی ۱/۹۶ بوده و نشان می‌دهد بار عاملی مشاهده شده معنادار است. مقدار معناداری نیز برابر ۰/۰۰۰ محاسبه شده است که از سطح خطای ۰/۰۵ کوچکتر بوده و نشان از معناداری است. بنابراین با اطمینان ۰/۹۵ عوامل سیاسی و دولتی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان جزو عوامل موثر آموزش کارآفرینی به دانش آموزان متوسطه می‌باشند و به درستی شناسایی شده‌اند.

• بررسی بار عاملی مرتبه دوم عوامل فردی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان:

جدول ۹- ضریب مسیر (بارعاملی مرتبه دوم) عوامل فردی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان

مسیر	ضریب مسیر	آماره تی	سطح معناداری	نتیجه
آموزش کارآفرینی به دانش آموزان متوسطه ← عوامل فردی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان	0.697	17.863	0.000	تایید

طبق نتایج مندرج در جدول (۹) مشاهده می‌گردد که بار عاملی مرتبه دوم عوامل فردی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان برابر ۰/۶۹۷ محاسبه شده است و آماره احتمال آزمون نیز برابر ۱۷/۸۶۳ به دست آمده است که بزرگتر از مقدار بحرانی  $t$  در سطح خطای ۰/۰۵ یعنی ۱/۹۶ بوده و نشان می‌دهد بار عاملی مشاهده شده معنادار است. مقدار معناداری نیز برابر ۰/۰۰۰ محاسبه شده است که از سطح خطای ۰/۰۵ کوچکتر بوده و نشان از معناداری است. بنابراین با اطمینان ۰/۹۵ عوامل فردی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان جزو عوامل موثر آموزش کارآفرینی به دانش آموزان متوسطه می‌باشند و به درستی شناسایی شده‌اند.

• بررسی بار عاملی مرتبه دوم عوامل مالی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان:

جدول ۱۰ - ضریب مسیر (بارعاملی مرتبه دوم) عوامل مالی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان

مسیر	ضریب مسیر	آماره تی	سطح معناداری	نتیجه
آموزش کارآفرینی به دانش آموزان متوسطه ← عوامل مالی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان	0.765	32.945	0.000	تایید

طبق نتایج مندرج در جدول (۱۰) مشاهده می‌گردد که بار عاملی مرتبه دوم عوامل مالی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان برابر ۰/۷۶۵ محاسبه شده است و آماره احتمال آزمون نیز برابر ۳۲/۹۴۵ به دست آمده است که بزرگتر از مقدار بحرانی  $t$  در سطح خطای ۰/۰۵ یعنی ۱/۹۶ بوده و نشان می‌دهد بار عاملی مشاهده شده معنادار است. مقدار معناداری نیز برابر ۰/۰۰۰ محاسبه شده است که از سطح

خطای ۰/۰۵ کوچکتر بوده و نشان از معناداری است. بنابراین با اطمینان ۹۵٪ عوامل مالی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان جزو عوامل موثر آموزش کارآفرینی به دانش آموزان متوسطه می باشند و به درستی شناسایی شده اند.

• بررسی بار عاملی مرتبه دوم عوامل محیطی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان:

جدول ۱۱- ضریب مسیر (بارعاملی مرتبه دوم) عوامل محیطی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان

مسیر	ضریب مسیر	آماره تی	سطح معناداری	نتیجه
آموزش کارآفرینی به دانش آموزان متوسطه ← عوامل محیطی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان	0.693	18.037	0.000	تایید

طبق نتایج مندرج در جدول (۱۱) مشاهده می گردد که بار عاملی مرتبه دوم عوامل محیطی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان برابر ۰/۶۹۳ محاسبه شده است و آماره احتمال آزمون نیز برابر ۱۸/۰۳۷ به دست آمده است که بزرگتر از مقدار بحرانی  $t$  در سطح خطای ۰/۰۵ یعنی ۱/۹۶ بوده و نشان می دهد بار عاملی مشاهده شده معنادار است. مقدار معناداری نیز برابر ۰/۰۰۰ محاسبه شده است که از سطح خطای ۰/۰۵ کوچکتر بوده و نشان از معناداری است. بنابراین با اطمینان ۹۵٪ عوامل محیطی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان جزو عوامل موثر آموزش کارآفرینی به دانش آموزان متوسطه می باشند و به درستی شناسایی شده اند.

• بررسی بار عاملی مرتبه دوم مزایایی فردی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان:

جدول ۱۲- ضریب مسیر (بارعاملی مرتبه دوم) مزایایی فردی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان

مسیر	ضریب مسیر	آماره تی	سطح معناداری	نتیجه
آموزش کارآفرینی به دانش آموزان متوسطه ← مزایایی فردی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان	0.862	60.228	0.000	تایید

طبق نتایج مندرج در جدول (۱۲) مشاهده می گردد که بار عاملی مزایایی فردی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان برابر ۰/۸۶۲ محاسبه شده است و آماره احتمال آزمون نیز برابر ۶۰/۲۲۸ به دست آمده است که بزرگتر از مقدار بحرانی  $t$  در سطح خطای ۰/۰۵ یعنی ۱/۹۶ بوده و نشان می دهد بار عاملی مشاهده شده معنادار است. مقدار معناداری نیز برابر ۰/۰۰۰ محاسبه شده است که از سطح خطای ۰/۰۵ کوچکتر بوده و نشان از معناداری است. بنابراین با اطمینان ۹۵٪ مزایایی فردی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان جزو عوامل موثر آموزش کارآفرینی به دانش آموزان متوسطه می باشند و به درستی شناسایی شده اند.

• بررسی بار عاملی مرتبه دوم پیامدهای اقتصادی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان:

جدول ۱۳- ضریب مسیر (بارعاملی مرتبه دوم) پیامدهای اقتصادی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان

مسیر	ضریب مسیر	آماره تی	سطح معناداری	نتیجه
آموزش کارآفرینی به دانش آموزان متوسطه ← پیامدهای اقتصادی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان	0.483	10.345	0.000	تایید

طبق نتایج مندرج در جدول (۱۳) مشاهده می‌گردد که بار عاملی پیامدهای اقتصادی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان برابر  $0/483$  محاسبه شده است و آماره احتمال آزمون نیز برابر  $10/345$  به دست آمده است که بزرگتر از مقدار بحرانی  $t$  در سطح خطای  $0/05$  یعنی  $1/96$  بوده و نشان می‌دهد بار عاملی مشاهده شده معنادار است. مقدار معناداری نیز برابر  $0/000$  محاسبه شده است که از سطح خطای  $0/05$  کوچکتر بوده و نشان از معناداری است. بنابراین با اطمینان  $95\%$  پیامدهای اقتصادی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان جزو عوامل موثر آموزش کارآفرینی به دانش آموزان متوسطه می‌باشند و به درستی شناسایی شده‌اند.

رتبه‌بندی وضعیت عامل‌ها و شاخص‌ها

برای رتبه‌بندی اهمیت متغیرهای پژوهش از آزمون فریدمن استفاده می‌شود. این آزمون معادل روش پارامتریک آنالیز واریانس دو عاملی است که در آن  $k$  تیمار به صورت تصادفی به  $n$  بلوک تخصیص داده شده‌اند. بنابراین بیان آماری فرضیه‌های پژوهش بصورت زیر است:

$H_0$ : اولویت عوامل یکسان است

$H_1$ : دست کم دو اولویت متفاوتند

نتایج آزمون فریدمن برای تعیین اولویت عوامل آموزش کارآفرینی به دانش آموزان متوسطه در جداول ذیل آمده است.

جدول ۱۴- رتبه‌بندی متغیرهای آموزش کارآفرینی به دانش آموزان متوسطه

متغیر	میانگین رتبه ای	اولویت	درجه آزادی	کای دو	سطح معنی داری
پیامدهای اقتصادی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان	4.41	3	7	689.269	.000
عوامل آموزشی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان	4.02	6			
عوامل سازمانی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان	4.34	5			
عوامل سیاسی و دولتی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان	6.36	1			
عوامل فردی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان	4.40	4			
عوامل مالی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان	3.07	8			
عوامل محیطی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان	6.23	2			
مزایایی فردی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان	3.17	7			

با توجه به اینکه سطح معناداری کمتر از ۰,۰۵ است، فرض  $H_0$  رد شده ادعای یکسان بودن رتبه (اولویت) این متغیرها پذیرفته نمی‌شود که به معنای وجود اختلاف رتبه در متغیرهای مورد آزمون است. براساس نتایج رتبه‌بندی، عوامل سیاسی و دولتی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان با میانگین رتبه ۶,۳۶ از بالاترین اولویت برخوردار است. عوامل محیطی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان با رتبه ۶,۲۳ در اولویت دوم قرار گرفته است. پیامدهای اقتصادی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان با رتبه ۴,۴۱ در اولویت سوم قرار گرفته است.

### بحث و نتیجه گیری

آموزش کارآفرینی، که تئوری و عمل کسب و کار را به هم پیوند می‌دهد، به یکی از محبوب‌ترین موضوعات در آموزش مدیریت تبدیل شده است. کاکوریس و لیارگواس (۲۰۲۱) آموزش کارآفرینی را مجموعه‌ای از فعالیت‌های آموزشی و آموزشی تعریف می‌کنند که سعی در توسعه قصد رفتار کارآفرینانه، اجرای کارآفرینی در بین شرکت‌کنندگان و ترویج برخی از عوامل قصد کارآفرینی دارد. فناوری ارتباطات اطلاعات (ICT) فرصت‌های بیشتری را برای مشارکت‌کنندگان بالقوه ایجاد کرده است تا به طور مشترک محصولات و راه‌حل‌های خدمات جدید را توسعه دهند، محیط رقابت تجاری را تغییر داده و استراتژی‌ها، مدل‌ها و فرآیندهای تجاری جدید ایجاد کنند (یو و همکاران، ۲۰۲۲). هدف این تحقیق اعتبارسنجی مدل آموزش کارآفرینی به دانش آموزان متوسطه در استان هرمزگان بوده است. نتایج نشان داد بین ابعاد شناسایی شده روابط معناداری وجود دارد. ابعاد شناسایی شده جزو عوامل موثر آموزش کارآفرینی به دانش آموزان متوسطه می‌باشند و به درستی شناسایی شده‌اند. براساس نتایج رتبه‌بندی، عوامل سیاسی و دولتی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان با از بالاترین اولویت برخوردار است. عوامل محیطی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان در اولویت دوم قرار گرفته است. پیامدهای اقتصادی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان در اولویت سوم قرار گرفته است. براساس نظر خبرگان عوامل پیش‌برنده شامل عوامل آموزشی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان، عوامل سازمانی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان، عوامل فردی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان، بوده‌اند. براساس نظر خبرگان عوامل بازدارنده شامل عوامل

سیاسی و دولتی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان، عوامل مالی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان، عوامل محیطی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان، بوده اند. براساس نتایج رتبه بندی، عوامل سیاسی و دولتی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان با میانگین رتبه ۶,۳۶ از بالاترین اولویت برخوردار است. عوامل محیطی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان با رتبه ۶,۲۳ در اولویت دوم قرار گرفته است. پیامدهای اقتصادی مرتبط با کارآفرینی دانش آموزان با رتبه ۴,۴۱ در اولویت سوم قرار گرفته است. رتبه بندی ابعاد به ترتیب زیر بوده است:

- 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

عوامل شناختی و شخصیتی، مانند خودکارآمدی، نگرش های فردی، میل به پیشرفت و کنترل رفتار، تأثیر قابل توجهی بر نیت دانش آموزان نسبت به کارآفرینی دارند (نسیپ و همکاران ۲۰۱۷؛ شاه و سومرو ۲۰۱۷؛ بیسواس و ورما ۲۰۲۱). محققان اجتماعی و محیطی عناصری مانند تجربه قبلی، پیشینه خانوادگی، فرهنگ منطقه ای و حمایت دولتی را به عنوان عوامل مهمی که بر هوش دانش آموزان تأثیر می گذارند شناسایی کرده اند (احمد و رحمان ۲۰۱۵؛ علی و همکاران ۲۰۱۹؛ تیواری و همکاران ۲۰۲۰). یکی دیگر از عوامل اساسی در شکل گیری قصد کارآفرینی دانش آموزان، آموزش کارآفرینی است. آموزش کارآفرینی در آموزش عالی نقش مهمی در ارتقای دانش بنیادی کارآفرینی و مهارت های مختلف شناختی و غیرشناختی با تحریک فعالیت های کارآفرینانه دانش آموزان ایفا می کند. این امر دانش آموزان را بیشتر به سمت کارآفرینی تشویق می کند، به بهبود کیفیت کارآفرینی کمک می کند و منجر به موفقیت کارآفرینی می شود (گالووی و براون ۲۰۰۲). بسیاری از مدل ها و نظریه های کارآفرینی برای بررسی تأثیر عوامل بر قصد کارآفرینی یک فرد ایجاد

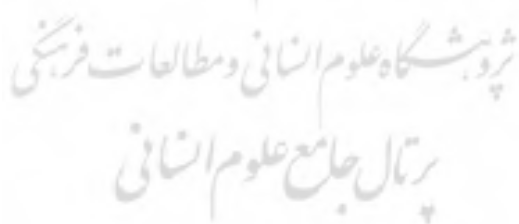
شده‌اند. عوامل مختلفی وجود دارد که بر مقاصد کارآفرینی دانش آموزان تأثیر می‌گذارد، مانند عوامل آموزشی، عوامل زمینه‌ای، عوامل محیطی، عوامل روان‌شناختی و عوامل شخصیتی، اما کار کم است. (ماهشواری و همکاران، ۲۰۲۲). در این راستا میراندا و همکاران (۲۰۱۷) نشان دادند خلاقیت، ابزار درک شده و تجربه کارآفرینی عوامل تعیین کننده قصد کارآفرینی هستند. آدامکو و همکاران (۲۰۱۸) نشان دادند اثربخشی رفتار بداهه در پیشبرد موفقیت شرکت بستگی به سطح پشتیبانی نهادی دارد. پیامدها برای تحقیق و عمل بحث شده است. هبی و همکاران (۲۰۱۸) نشان دادند عوامل فرعی جهت گیری کارآفرینی، واضح است که پیشرفت نوآورانه بر عملکرد کسب و کار و عملکرد غیر مالی، تأثیر می‌گذارد. دوم، گرایش ریسک پذیری بر عملکرد مالی و غیر مالی، تأثیر نمی‌گذارد. بلیمل (۲۰۱۴) نشان دادند کارآفرینی یک فرآیند تجربی و عملی می‌شود. یک پیشنهاد برای این نوع راهبرد، نیازمند تغییرات ساختاری در سیستم آموزشی می‌باشد که روشهای تدریس را باز تعریف می‌کنند. چن (۲۰۱۴) نشان دادند فناوری، نوآوری و حالت کارآفرینانه از یک سو به همراه حالت حرفه‌ای و شرایط توسعه آموزشی از سوی دیگر، عوامل اثرگذار بر برتری در جذب استعداد هستند یوساکی (۲۰۱۵) نشان دادند که نگرش‌های نسبت به یادگیری و شخصیت فراکنشی عوامل پیش بین مناسبی برای رفتار کارآفرینانه هستند. سا سو و سا سو (۲۰۱۵) نشان دادند مردان تمایل بیشتری به کارآفرینی دارند و پاداش‌های پولی را بسیار مهم ارزیابی می‌کنند. از دیدگاه زنان، آنچه که حائز اهمیت بیشتری است معنای زندگیشان است. همچنین مطالعه‌ی ما نشان می‌دهد که پس زمینه‌ی خانوادگی بر قصد کارآفرینی تأثیر می‌گذارد. با توجه به نتایج حاصل از تحقیق، پیشنهادات زیر ارائه می‌گردد:

برای توسعه دیدگاه مناسب کارآفرینی در بین دانش آموزان لازم است نمونه‌های پروژه‌های 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 مهارت‌های ریسک پذیری، انگیزه‌ها، 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، دسترس 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.

تحقیقات آینده می تواند کارآفرینی فناورانه را با بررسی چگونگی ترکیب عوامل محیطی (مانند دسترسی به فناوری)، عوامل زمینه ای (مانند ادراک از اقتصاد/بازار اخیر، درک حمایت دولت، فرصت ها) و عوامل اجتماعی (مثلاً تجربیات قبلی، الگوها) بر دانش آموزان تأثیر می گذارد که می توان از آن پیامدهای زیادی برای بهره‌برداری از فعالیت‌های کارآفرینانه جوانان اتخاذ کرد.

مؤسسات آموزشی و معلمان می توانند راه هایی برای الهام بخشیدن به مقاصد کارآفرینی در دانش آموزان از طریق افزایش برنامه های درسی درسی، توسعه مهارت ها و دانش کاربردی، تشویق ایده ها، و تقویت اعتماد به نفس در دانش آموزان و کمک به آنها برای توسعه کلی بیابند.



- Aadland Torgeir.(2020). Advancing Methods in Entrepreneurship Education Impact Research: The Benefits and Limitations of Register Data, <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/25151274231209970>
- Abbes Ikram .(2024). Shaping Entrepreneurial Intentions Through Education: An Empirical Study, *Sustainability* 2024, 16(22), 10070; <https://doi.org/10.3390/su162210070>
- Adomako Samuel, Robert A. Opoku, Kwabena Frimpong.(2018). Entrepreneurs' improvisational behavior and new venture performance: Firm-level and institutional contingencies, *Journal of Business Research*, Volume 83, February 2018, Pages 10-18
- Ahamed F, Rokhman W (2015) The role of social and psychological factors on entrepreneurial intention among islamic college students in Indonesia. *Entrep Bus Econ Rev* 29–41. <https://doi.org/10.15678/EBER.2015.030103>
- Ahmad, S., Bakar, A., & Ahmad, N. (2018). An evaluation of teaching methods of entrepreneurship in hospitality and tourism programs. *International Journal of Management in Education*, 16(1), 14–25.
- Aldrich, J. H., Anderson, L., Barthelemy, M., & American Political Science Association (2014). Task force on interdisciplinarity. In J. Aldrich (Ed.). *Interdisciplinarity: Its role in a discipline-based academy*. New York, NY: Oxford University Press
- Ali I, Ali M, Badghish S (2019) Symmetric and asymmetric modeling of entrepreneurial ecosystem in developing entrepreneurial intentions among female university students in Saudi Arabia. *Int J Gend Entrep*. <https://doi.org/10.1108/IJGE-02-2019-0039>
- 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.
- Biswas A, Verma RK (2021) Attitude and alertness in personality traits: a pathway to building entrepreneurial intentions among university students. *J Entrep*. <https://doi.org/10.1177/09713557211025656>
- Bliemel, M. L. (2014). Lessons learned from an inside-out flip in entrepreneurship education. *Small Enterprise Research*,21(1), 117–128
- 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.
- Canziani, B. F., Welsh, Dianne H.B., (2019). How entrepreneurship influences other disciplines: An examination of learning goals, *The International Journal of Management Education*
- Dubey, P., Pradhan, R. L., & Sahu, K. K. (2023). Underlying factors of student engagement to E-learning. *Journal of Research in Innovative Teaching & Learning*, 16(1), 17–36.
- 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.
- Ferreira, J. J., Fayolle, A., Ratten, V., & Raposo, M. (2018). *Entrepreneurial universities*. Cheltenham, UK: Edward Elgar
- Fiet, J.O. (2008), *Prescriptive Entrepreneurship*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham.
- 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.
- Galloway L, Brown W (2002) Entrepreneurship education at university: a driver in the creation of high growth firms? *Educ Train*. <https://doi.org/10.1108/00400910210449231>
- Gámez Gutiérrez, J., Garzón Baquero, J. E., (2017). New cross-proposal entrepreneurship and innovation in educational programs in third level (tertiary) education, *Contaduría y Administración* 62 (2017) 239–261
- Gámez, Jorge. (2013). *Emprendimiento y creación de empresas: teorías, modelos y casos*. Unisalle, Bogotá: Universidad de La Salle
- Gibb, A. (2007). *Enterprise I education, educating tomorrow’s entrepreneurs*. pp. 1–19. Pentti Mankinen, Durham University
- Gstraunthaler, T. and Hendry, S. (2011), “Entrepreneurial and accounting education through action-based learning: the genesis project”, *Journal of Entrepreneurship Education*, Vol. 14 No. 1, pp. 125-146.
- Hägg, G. (2021), "The entrepreneurial diary – a reflective learning activity to enhance the judgmental abilities of student entrepreneurs", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 27 No. 5, pp. 1142-1165.

- Hayter C.S., A.N. Link, M. Schaffer Identifying the emergence of academic entrepreneurship within the technology transfer literature *J. Technol. Tran.*, 1–13 (2023),
- Hoppe M, Westerberg M, Leffler E (2017), "Educational approaches to entrepreneurship in higher education: A view from the Swedish horizon". *Education + Training*, Vol. 59 No. 7-8 pp. 751–767, doi: <https://doi.org/10.1108/ET-12-2016-0177>
- Johnson, J. E., & Envick, B. R. (2014). Assessing the learning goal outcomes of an interdisciplinary entrepreneurship cohort program: A comprehensive survey approach. *Journal of Entrepreneurship Education*, 17(1), 135–149.
- Jones, C., & Jones, P. (2011). Making an impact: A profile of a business planning competition in a university. *Education + Training*, 53(8/9), 704–721.
- Jones, C., & Matlay, H. (2011). Understanding the heterogeneity of entrepreneurship education: Going beyond Gartner. *Education + Training*, 53(8/9), 692–703.
- Jones, P., Jones, A., Williams-Burnett, N., & Ratten, V. (2017). Let's get physical: Stories of entrepreneurial activity from sport coaches/instructors. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 18(4), 219–230.
- Kenny John 1, Andrew Edward Fluck .(2018).Emerging principles for the allocation of academic work in universities, . 2022;83(6):1371-1388. doi: 10.1007/s10734-021-00747-y. Epub 2021 Jul 29.
- Kholilah, Wafaretta V, Syariati D (2019), "Enhancing cognitive and entrepreneurship competencies through EBL: Preparation for disruption era". *Asian Journal of Accounting Research*, Vol. 4 No. 2 pp. 280–292, doi: <https://doi.org/10.1108/AJAR-07-2019-0057>
- 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 Y, Liguori EW, Sureka R, Kumar S (2024), "Women's entrepreneurship education: a systematic review and future agenda". *Journal of Management History*, Vol. 30 No. 4 pp. 576–594, doi: <https://doi.org/10.1108/JMH-11-2023-0117>
- Maheshwari Greeni, Khanh Linh Kha & Anantha Raj A. Arokiasamy .(2022).Factors affecting students' entrepreneurial intentions: a systematic review (2005–2022) for future directions in theory and practice

- Malathi M. & Pulidindi Venugopal.(2025) Entrepreneurial intention and engagement in entrepreneurship education Journal of Innovation and Entrepreneurship volume 14, Article number: 88 (2025)
- 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.
- Middleton, K., & Donellon, A. (2014). Personalizing entrepreneurial learning: A pedagogy for facilitating the know why. *Competitive Research Article*, 4(2), 167–204
- Morris, M.H. and Liguori, E. (2016), "Teaching reason and the unreasonable", in Morris, M. and Liguori, E. (Eds), *Annals of Entrepreneurship Education and Pedagogy*, Edward Elgar Publishing, Northampton, MA, Vol. 2, pp. xiv-xxii.
- Nab, J. A., Pilot, S., Brinkkemper, S., & Berge, H. T. (2010). Authentic competence-based learning in university education in entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 9(1), 20–35.
- Nab, J. A., Pilot, S., Brinkkemper, S., & Berge, H. T. (2010). Authentic competence-based learning in university education in entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 9(1), 20–35.
- Nabi, G., Linan, F., Fayolle, A., Kreuger, N., & Walmsley, A. (2017). The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research agenda. *The Academy of Management Learning and Education*, 16(2), 277–299.
- Nabi, G., Linan, F., Fayolle, A., Kreuger, N., & Walmsley, A. (2017). The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research agenda. *The Academy of Management Learning and Education*, 16(2), 277–299.
- Nasip S, Amirul SR, Sondoh SL, Tanakinjal GH (2017) Psychological characteristics and entrepreneurial intention: a study among university students in North Borneo, Malaysia. *Educ Train*. <https://doi.org/10.1108/ET-10-2015-0092>
- Neck, H. M., Greene, P. G., & Brush, C. G. (Eds.). (2014). *Teaching entrepreneurship: A practice-based approach*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing
- Neck, H.M. and Corbett, A.C. (2018), "The scholarship of teaching and learning entrepreneurship", *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, Vol. 1 No. 1, pp. 8-41.

- Nikou S, Brush C, Wraae B (2023), "Entrepreneurship educators: a configurational analysis of factors influencing pedagogical choices". *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 29 No. 11 pp. 81–108, doi: <https://doi.org/10.1108/IJEER-08-2022-0760>
- Preedy, S., & Jones, P. (2015). An investigation into university extra-curricular enterprise support provision. *Education + Training*, 57(8/9), 992–1008. <https://doi.org/10.1108/ET-04-2015-0025>
- Ratten, V. (2011). Sport-based entrepreneurship: Towards a new theory of entrepreneurship and sport management. *The International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(1), 57–69. <http://doi:10.1007/s11365-010-0138>
- Rideout, E. C., & Gray, D. O. (2013). Does entrepreneurship education really work? A review and methodological critique of the empirical literature on the effects of university-based entrepreneurship education. *Journal of Small Business Management*, 51(3), 329–351.
- Sasu, Constantin, Sasu, Luciana.(2015). Demographic Determinant of the Entrepreneurship Intentions. The Case of Romania, *Procedia, Economics and Finance*, Volume 20, 2015, Pages 580-585
- Schramm, C. (2014), "Teaching entrepreneurship gets an incomplete", available at: [www.wsj.com/articles/SB10001424052702304279904579515953479728072](http://www.wsj.com/articles/SB10001424052702304279904579515953479728072)
- Shah N, Soomro BA (2017) Investigating entrepreneurial intention among public sector university students of Pakistan. *Educ Train*. <https://doi.org/10.1108/ET-11-2016-0168>
- Tiwari P, Bhat AK, Tikoria J, Saha K (2020) Exploring the factors responsible in predicting entrepreneurial intention among nascent entrepreneurs: a field research. *South Asian J Bus Stud*. <https://doi.org/10.1108/SAJBS-05-2018-0054>
- Urban, T. (2016), "Inside the mind of a master procrastinator", available at: [www.ted.com/talks/tim\\_urban\\_inside\\_the\\_mind\\_of\\_a\\_master\\_procrastinator](http://www.ted.com/talks/tim_urban_inside_the_mind_of_a_master_procrastinator)
- Urbano, D., Aparicio, S., and Audretsch, D. (2019). Twenty-five years of research on institutions, entrepreneurship, and economic growth: What has been learned? *Small Bus. Econ.* 53, 21–49. doi: 10.1007/s11187-018-0038-0
- Usaci Doina.(2015). Predictors of Professional Entrepreneurial Intention and Behavior in the Educational Field , *Procedia Social and Behavioral Sciences*, Volume 187, 13 May 2015, Pages 178-183

- Welsh, D. H. B. (2014). Creative cross-disciplinary entrepreneurship: A practical guide for a campus-wide program. New York: Palgrave Macmillan.
- Welsh, D. H. B., & Dragusin, M. (2013). The new generation of Massive Open Online Courses (MOOCS) and entrepreneurship education. Small Business Institute© Journal, 9(1), 51–65.
- Welsh, D. H. B., & Tullar, W. L. (2014). A model of cross campus entrepreneurship and assessment. Entrepreneurship Research Journal, 4(1), 95–115.
- Yangjie Huang, Ying Xu , Jiali Zhang , Zehai Long , Zuoyi Qian, Wenjie Liu, Lu Chen.(2024). Research on factors influencing the academic entrepreneurial ability of teachers in the digital age: Evidence from China, 30 January 2024

