

**Research Paper**

**Providing a model of entrepreneurship education with an emphasis on the development of entrepreneurial businesses in the developing economy of Iran**

**Zahra Chaghghasemi<sup>1</sup> , Seyed Mohammad Tafreshi<sup>2</sup> , Ali Erfani<sup>3</sup> **

1-Department of management Torbat heydariyeh branch, Islamic Azad University, Torbat heydariyeh, Iran.

2-Department of management Torbat heydariyeh branch, Islamic Azad University, Torbat heydariyeh, Iran.

3-Department of management kermanshah branch, Islamic Azad University, kermanshah, Iran.

**Receive:**

10 December 2024

**Revise:**

08 February 2025

**Accept:**

05 March 2025

**Published online:**

20 March 2025

**Keywords:**

entrepreneurship education, entrepreneurship development, entrepreneurial businesses.

**Abstract**

Entrepreneurship is emphasized as the axis of transformation, employment and development in the country's upstream documents, it can be achieved through a precise educational model. Regarding importance topic, the present article presented the model of entrepreneurship education with emphasis on development of entrepreneurial businesses in developing economy of Iran. In terms of the purpose of this research, is an applied-developmental research, in terms of the method of data collection a descriptive research that was conducted with a cross-sectional survey method. The statistical population qualitative section includes the managers of the Ministry of Economic Affairs and Finance. In the qualitative section, theoretical saturation was achieved by reaching 13 interviews, in the quantitative section, views of 113 experts were used. The data collection tool is a semi-structured interview and a questionnaire, which was validated with the method of construct validity, convergent validity and divergent validity. Using Cronbach's alpha and composite reliability, reliability of the questionnaire was also evaluated. To identify underlying categories of the research, the foundation's qualitative data analysis method was used with Maxqda software, and partial least squares method with Smart PLS software was used to validate the model. Finally, the indicators of entrepreneurship education were prioritized with the Swara method. The results indicate that strategic alignment, educational policy, entrepreneurship platforms affect entrepreneurship education. Educational infrastructure provides necessary platform and environmental factors also play an intervening role in the relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial education strategy. entrepreneurial education strategy leads to empowering entrepreneurs, entrepreneurial spirit, entrepreneurial orientation, entrepreneurial self-efficacy.

**Please cite this article as (APA):** Chaghghasemi.Z, Tafreshi.M & Erfani.A. (2025). Providing a model of entrepreneurship education with an emphasis on the development of entrepreneurial businesses in the developing economy of Iran. *Journal of Business law and economics*, (1) 2, 298-314.

**Sponsored by:** Institute of Somamos Publications

[10.22034/jble.2025.493226.1012](https://doi.org/10.22034/jble.2025.493226.1012)



**Corresponding Author:** Seyed Mohammad Tafreshi

<https://orcid.org/0000-0001-8860-1748>



**Email:** [tafreshiazad@iau.ac.ir](mailto:tafreshiazad@iau.ac.ir)

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).





مقاله پژوهشی

ارائه الگوی آموزش کارآفرینی با تاکید بر توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه در حال توسعه ایران

زهرا چقاقاسمی<sup>۱</sup> ID، سید محمد تفرشی<sup>۲</sup> ID، عرفانی، علی<sup>۳</sup> ID

۱- دانشجوی دکترای تخصصی مدیریت بازرگانی، واحد تربیت حیدریه، دانشگاه آزاد اسلامی، تربت حیدریه، ایران.

۲- استادیار گروه مدیریت بازرگانی، واحد تربت حیدریه، دانشگاه آزاد اسلامی، تربت حیدریه، ایران.

۳- کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران.

چکیده

کارآفرینی به عنوان محور تحول، اشتغال و توسعه در اسناد بالادستی کشور مورد تاکید قرار گرفته و دستیابی به آن از طریق یک الگوی آموزشی دقیق میسر است. نظر به اهمیت موضوع در مقاله حاضر ارائه الگوی آموزش کارآفرینی با تاکید بر توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه در حال توسعه ایران پرداخته شد. این تحقیق از نظر هدف یک تحقیق کاربردی-توسعه‌ای است و از نظر شیوه گردآوری داده‌ها، یک تحقیق توصیفی است که با شیوه پیمایش مقطعی انجام شد. جامعه آماری بخش کیفی شامل مدیران وزارت امور اقتصادی و دارایی است. در بخش کیفی با رسیدن به ۱۳ مصاحبه اشباع نظری حاصل شد و در بخش کمی از دیدگاه ۱۱۳ نفر از کارشناسان استفاده شد. ابزار گردآوری داده‌ها، مصاحبه نیمه‌ساختاریافته و پرسشنامه است که با روش روایی سازه، روایی همگرا و روایی واگرا اعتبارسنجی گردید. با استفاده از آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی نیز قابلیت اعتماد پرسشنامه مطلوب ارزیابی شد. برای شناسایی مقوله‌های زیربنایی تحقیق از روش تحلیل کیفی داده بنیاد با نرم‌افزار Maxqda و برای اعتبارسنجی الگو از روش حداقل مربعات جزئی با نرم‌افزار Smart PLS استفاده شد. در نهایت نیز شاخص‌های آموزش کارآفرینی با روش سوارا اولویت‌بندی شدند. نتایج حاکی از آن است که هم‌راستایی استراتژیک، سیاست‌گذاری آموزشی، بسترهای کارآفرینی بر آموزش کارآفرینی تاثیر می‌گذارند. زیرساخت‌های آموزشی بستر لازم را فراهم می‌آورد و عوامل محیطی نیز در رابطه آموزش کارآفرینی با استراتژی آموزش کارآفرینانه نقش مداخله‌گر را ایفا می‌کند. در نهایت استراتژی آموزش کارآفرینانه به توانمندسازی کارآفرینان، روحیه کارآفرینی، گرایش کارآفرینانه، خودکارآمدی کارآفرینانه منجر می‌شود.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۹/۲۰

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۱۱/۲۰

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۱۵

تاریخ انتشار آنلاین:

۱۴۰۳/۱۲/۳۰

کلید واژه‌ها:

آموزش کارآفرینی،

توسعه کارآفرینی،

کسب و کارهای کارآفرین.

لطفاً به این مقاله استناد کنید (APA): چقاقاسمی، ز؛ تفرشی، م؛ ع، عرفانی. (۱۴۰۳). ارائه الگوی آموزش کارآفرینی با تاکید بر توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه در حال توسعه ایران، *دانشنامه حقوق کسب و کار و اقتصاد*، ۲(۱)، ۲۹۸-۳۱۴.

	<a href="https://doi.org/10.22034/jble.2025.493226.1012">10.22034/jble.2025.493226.1012</a>	تحت حمایت: موسسه انتشاراتی سما موس
	<a href="https://orcid.org/0000-0001-8860-1748">https://orcid.org/0000-0001-8860-1748</a>	نوسنده مسئول: سید محمد تفرشی
	این مقاله تحت شرایط <a href="https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/deed.fa">https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/deed.fa</a> قابل بازنشر است.	ایمیل: <a href="mailto:tafreshiazad@iau.ac.ir">tafreshiazad@iau.ac.ir</a>



مقدمه

آموزش کارآفرینی و توسعه مهارت‌های کارآفرینانه همگام با نیازهای بازار می‌تواند زمینه‌ای برای رشد سرمایه‌گذاری‌های خطرپذیر جدید و توسعه کسب‌وکارهای کارآفرینانه باشد. به‌طور سنتی بیشتر برنامه‌های آموزش فنی و حرفه‌ای بر آماده‌سازی افراد برای اشتغال در سازمان‌های بزرگ متمرکز بوده است اما آموزش ترکیبی از مهارت‌های کارآفرینانه در کنار مهارت‌های ویژه شغلی می‌تواند به عنوان یک ابزار کارکردی در کاهش بیکاری و ایجاد ظرفیت‌های اشتغال‌زایی منجر شود (عربی و همکاران، ۱۴۰۱). آموزش کارآفرینی یکی از مهارت‌هایی است که می‌تواند نگرش‌ها، هنجارها و رفتارهایی را سبب شود که افراد با نگاهی متفاوت به پدیده‌های پیرامون بنگرند و با شناسایی فرصت‌های موجود از طریق فعالیت‌های کارآفرینانه، محصولات و خدمات جدیدی به جامعه ارائه کنند (حسین‌زاده و همکاران، ۱۳۹۹؛ صالحی، ۱۴۰۰). در دانشگاه‌های کارآفرینانه، آموزش کارآفرینی به سرعت گسترش یافته است. گسترش آموزش کارآفرینی بیشتر به خاطر هدف، وعده و نویدی بوده است که متصدیان امر، کارآفرینی را به عنوان اهرمی برای بازسازی و رشد اقتصادی جامعه معرفی کرده‌اند. در واقع آموزش کارآفرینی یکی از مهم‌ترین عوامل خلق نوآوران و تاثیرگذار در توسعه اقتصادی کشور است (تقوی و همکاران، ۱۴۰۰).

از منظر سازمانی نیز آموزش کارآفرینی یکی از قابلیت‌های درونی شرکت‌ها است که موجب افزایش گرایش کارآفرینی می‌شود. گرایش کارآفرینی به تمایل شرکت‌ها برای کشف فرصت‌ها تازه در بازار اشاره دارد و از طریق تمایل شرکت‌ها به پذیرش نوآوری، پیشگامی، رقابت تهاجمی، ریسک‌پذیری و استقلال آشکار می‌شود. بنابراین آموزش کارآفرینی فرایند ایجاد راهبردی است که شرکت را به سمت نوآوری پیوسته رهنمون می‌کند (رتن و اسمنیچ، ۲۰۲۱). اکنون ترویج و پرورش کارآفرینی به یک بخش اصلی در توسعه اقتصادی شهرها و کشورهای جهان تبدیل شده است. امروزه از کارآفرینی به عنوان یکی از کارآمدترین عوامل مزیت آفرین نام برده شده و توصیه می‌گردد تا به‌عنوان یک راهبرد حیاتی مورد توجه و عنایت ویژه ملت‌ها و دولت‌ها واقع گردد (دنیل و همکاران، ۲۰۲۳). آموزش کارآفرینانه گرایشی راهبردی در سطح بنگاه است که شامل رویه‌های ایجاد راهبردهای سازمان، فلسفه مدیریتی و رفتار شرکت با ماهیت کارآفرینانه می‌باشد. این گرایش به جایگاه‌یابی کسب‌وکارها در بازار کمک می‌کند و توان پذیرش سرمایه‌گذاری‌های جدید را می‌دهد. لذا این گرایش پس از حدود سه دهه به یکی از پرکاربردترین سازه‌های تحقیق در ادبیات کارآفرینی تبدیل شده است و به عنوان متغیر مستقل در بسیاری از مطالعات مورد استفاده قرار گرفته است (کارپنتر و ویلسون، ۲۰۲۲).

با توجه به محدودیت‌های دولت و جامعه برای ایجاد شرایط شغلی برای افراد، جهان به‌سوی ایجاد خوداشتغالی و کارآفرینی حرکت کرده است. بیشتر موسسه‌های عالی برتر تجارت در جهان به آموزش کارآفرینی روی آورده‌اند. ایجاد فرهنگ کارآفرینانه و رویکردهای جدید انتقال فناوری بستر مناسبی را برای توسعه کسب‌وکارهای کارآفرینانه در کشور فراهم می‌سازد (درینی و همکاران، ۱۴۰۱). اهمیت کسب‌وکارهای کارآفرین تا حدی است که اقتصاد جهانی آن را یکی از مهم‌ترین بخش‌های در حال توسعه اقتصاد در نظر می‌گیرد. به همین خاطر یکی از وظایف مشخص شده برای مراکز رشد و موسسات ترویج کارآفرینی، تدوین و اجرای برنامه آموزشی برای ایجاد کسب‌وکارهای جدید است (ابوئی و همکاران، ۱۳۹۹). به‌طور خاص کسب‌وکارهای کارآفرین و فعالیت‌های کارآفرینانه نقش بی‌بدیلی در رشد و توسعه اقتصادی در ایران ایفا می‌کنند. دوزدن تحریم‌ها، خلق اندیشه، کارآفرینی، رشد کشاورزی، کسب‌وکارهای متنوع جدید، فناوری‌های نوآورانه و ظهور اقتصاد جدید مبتنی بر آن، نقطه عطفی در عرصه اقتصاد ایران به شمار می‌رود که پنجره جدیدی برای کشور باز کرده است تا اینگونه بتوانند بهره‌مندی بیشتری از توسعه در حوزه اقتصاد دانش بنیان بدست بیاورد (رستمی، ۱۳۹۸).



در واقع اقتصاد دانش بنیان امروز شاهد گذار از اکوسیستم کسب و کار به سمت اکوسیستم کارآفرینی است. کلید درک تمایز این دو پارادایم بحث ارزش می باشد. اکوسیستم کسب و کار بر اهمیت کسب ارزش تاکید دارد و در مقابل خلق ارزش عنصر محوری در اکوسیستم کارآفرینی است (ریتالا و همکاران، ۲۰۱۳؛ تریشلر و همکاران، ۲۰۲۰). پایداری سازمانها در گرو استفاده مناسب از دانش است. در واقع دستیابی به دانش و فهم عمیق، موفقیت سازمانی را در تمامی سطوح فراهم می آورد. باید اذعان داشت این افزایش دانش سازمانی است که اسباب تحول و نوآوری را فراهم می آورد و این موضوع نیازمند مدیریت منطقی و مناسب است تا بدین وسیله سازمان قادر باشد بازدهی عملکردی تحول و نوآوری خویش را روز به روز ارتقا بخشد. توسعه در هر جامعه ای حداقل باید سه هدف اعم از افزایش دسترسی و گسترش توزیع آن؛ بالا بردن سطح زندگی، از طریق افزایش درآمدها، اشتغال بیشتر؛ آموزش بهتر و توجه بیشتر به ارزش های انسانی و فرهنگی و گسترش محدوده انتخاب های اجتماعی و اقتصادی در دسترس برای همه افراد را داشته باشد (پراسیتو و کیستانتی، ۲۰۲۰). باتوجه به اینکه فعالیت های کارآفرینانه نقشی محوری در عملکرد اقتصادی جوامع دارد، آموزش کارآفرینی در مجامع علمی و صنایع باید به صورتی مستمر پیگیری شود. به همین دلیل دولت ها در سطح کلان و کسب و کارها در سطح خرد، در جستجوی شیوه های جدیدی برای آموزش کارآفرینی هستند تا رشد اقتصادی خود را در عرصه رقابت جهانی با آهنگی منظم تنظیم و تضمین نمایند (جینا، ۲۰۲۰).

به نظر می رسد کارآفرینی در کشور در سال های اخیر رشد بهتری داشته و دولت نیز نگاهی مثبت به کسب و کارهای کارآفرین داشته است اما هنوز فاصله زیادی بین توان بالقوه این حوزه با آنچه که هست وجود دارد (امین، ۱۴۰۰). به عبارت دیگر اگرچه آموزش کارآفرینی می تواند به افزایش فرصت های شغلی و رشد اقتصادی منجر شود، با این وجود بیش از نیمی از جمعیت دانش آموخته دانشگاهی در حوزه کارآفرینی، هیچ نقشی در بازار کار کشور ندارند (مختاری و همکاران، ۱۳۹۷؛ جلالی و همکاران، ۱۴۰۰). همچنین طبق گزارش برنامه دیده بان جهانی کارآفرینی ایران از منظر کیفیت و کمیت آموزش کارآفرینی با میانگین ۳/۲ از ۹ در رتبه ۶۳ از میان ۶۵ کشور مورد بررسی قرار دارد (داودی و بهبودی، ۱۳۹۹). این نتایج در کنار خلاء مطالعاتی پیرامون بررسی اثرات آموزش کارآفرینی در بهبود اقتصادی و سرمایه گذاری یک شکاف عمده تحقیقی ایجاد کرده است. از سوی دیگر کارآفرینی در اسناد بالادستی کشور نیز مورد تاکید بسیاری قرار دارد. در نقشه جامع علمی کشور در برنامه های راهبردی کلان بند ۳ و اهداف نظام علمی کشور بند ۴ بر توسعه آموزش کارآفرینی تاکید شده است. براساس سند چشم انداز ۲۰ ساله کشور، از جمله ویژگی های کشور در افق ۱۴۰۴ رسیدن به اشتغال کامل می باشد و توسعه کارآفرینی در تمامی ابعاد در دستور کار قرار دارد. در قانون ششم توسعه و در ماده ۲۲، ۲۴، ۴۸ و ۸۹ به توسعه کارآفرینی و کسب و کارهای کارآفرین پرداخته شده است. براساس بند ب ماده ۲۲ قانون برنامه ششم توسعه، وزارت امور اقتصادی و دارایی مکلف است تا امنیت و توسعه کارآفرینی در کشور را تضمین کند. به همین دلیل در این مطالعه کوشش شده است تا به ارائه الگوی آموزش کارآفرینانه در این وزارت مبادرت ورزیده شود. مطالعه حاضر به این پرسش کلیدی پاسخ می دهد که ابعاد الگوی آموزش کارآفرینی کدامند و چه روابطی با هم دارند؟

## ۲- مبانی نظری آموزش کارآفرینی

مبانی نظری و پیشینه پژوهش نشان می دهد کارآفرینی در حدود یک قرن پیش به عنوان یکی از متغیرهای اصلی توسعه اقتصادی در آثار شومپتر (۱۹۳۴، ۱۹۴۷) مطرح گردیده است. نقش کارآفرینی در اقتصاد و پیامدهای مثبت آن در جذب سرمایه و رشد اقتصادی ناشی از نوآوری هایی است که افراد کارآفرین در تولید و صنعت معرفی می کنند. از این منظر ادبیات گسترده ای وجود دارد که بر رابطه بین کارآفرینی و رشد اقتصادی صحنه می گذارند (آلوارز و بوسنیتز، ۲۰۰۱؛ ولز و همکاران، ۲۰۲۱). کارآفرینی با فرایندهای مبتنی بر کشف، خلق و بهره برداری از فرصت ها، ثروت اجتماعی به همراه



می‌آورد. هدف اصلی آن ایجاد ارزش اجتماعی، رفاه و تولید ثروت است همچنین به منزله محور توسعه، عامی برای حل مشکلات اجتماعی و چالش‌های پیش‌روی جامعه تلقی شده و ارزش اجتماعی ایجاد می‌کند. دستیابی به چنین هدفی نیازمند افرادی است که از مهارت و دانش کافی برخوردار باشند و بتوانند به یک کارآفرین تبدیل شوند. به دیگر سخن کارآفرینی در خلاء رخ نمی‌دهد و نیازمند بسترسازی و آموزش کارآفرینانه است (کوبین و اسلوین، ۱۹۹۱).

آموزش کارآفرینی فرایندی است که راه‌های جدیدی را برای توسعه و تجاری‌سازی محصولات، حرکت به سمت بازارهای تازه و ارائه خدمات جدید به مشتریان خلق می‌کند. داشتن آموزش کارآفرینی شرکت‌ها را از طریق قرار دادن آنها در معرض تحولات جدید همواره در زمینه روندهای بازار آگاه و هوشیار نگه می‌دارد و به آنها در ارزیابی امکانات جدید کمک می‌کند (مبینی و همکاران، ۱۳۹۵). آموزش کارآفرینی از مفاهیم اصلی در ادبیات کارآفرینی می‌باشد که نقش مهمی در ارتقای عملکرد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط ایفا می‌نماید. این گرایش از پیش‌بین‌های اصلی برای عملکرد کسب‌وکار است (فشارکی و همکاران، ۱۳۹۶). دانش و آموزش کارآفرینی جهت موفقیت در عرصه بین‌الملل امری حیاتی است. معمولاً یک شرکت کارآفرین در عرصه بین‌الملل، قابلیت رشد بیشتری نسبت به یک شرکت جا افتاده دارد (ماینلا و همکاران، ۲۰۱۸). در مجموع می‌توان بیان کرد کارآفرینی یکی از ارکان توسعه پایدار اقتصادی است. اگر کشوری بخواهد به اهداف خود در حوزه اقتصاد پایدار دست یازد باید به کارآفرینی به عنوان یک مقوله زیربنایی برای نیل به این مهم اهتمام ویژه داشته باشد. این مساله هم از منظر توسعه اقتصاد شهری (مزیدی و همکاران، ۱۴۰۰) و هم از منظر توسعه اقتصاد روستایی (مرید و همکاران، ۱۳۹۸) در کشور قابل بحث و بررسی است.

پرورش قصد کارآفرینی عاملی اساسی در توسعه اجتماعی، ارتقای نوآوری، ایجاد فرصت‌های شغلی و توسعه اقتصادی کشور است. براساس رویکرد سه جانبه در آموزش سه نوع مهارت حرفه‌ای، شغلی و کارآفرینی قابل تشخیص است. بیشتر برنامه‌های آموزشی بر محور آموزش حرفه‌ای و مهارت‌های شغلی تمرکز دارند. آنچه باید در کانون توجه قرار گیرد آموزش کارآفرینانه است که افرادی را تربیت می‌کند که ضمن توسعه کارآفرینی، هم موجب خوداشتغالی می‌شود و هم زمینه را برای اشتغال‌زایی فراهم می‌سازد (صوفی و دیلمی، ۱۴۰۱). آموزش کارآفرینی به عنوان یک وضعیت استراتژیک به سمت کارآفرینی تعریف می‌شود که از نظر مفهومی به سیاست‌های اساسی، شیوه توسعه اقدامات کارآفرینی، تصمیم‌گیری و فرایندهای مورد استفاده برای تقویت اهداف شرکت مرتبط است (گنجعلی و باقری، ۱۳۹۹). نوآوری، رقابت‌طلبی، پیشگامی و ریسک‌پذیری که ابعاد اصلی آموزش کارآفرینی هستند به عنوان محرک‌های مهم عملکرد در نظر گرفته می‌شوند (آکوستا و همکاران، ۲۰۱۸). گرایش کارآفرینی جهت نوسازی پیشنهادها بازار، ریسک‌پذیری برای آزمون محصولات و خدمات تازه، بازارهای جدید و پیشگامی نسبت به رقبای جهت بهره‌گیری از فرصت‌های بازار به عنوان ارکان استراتژیک شرکت در نظر گرفته می‌شود (جیانگ و همکاران، ۲۰۱۸).

مساله آموزش کارآفرینی به عنوان یک عامل اصلی رشد اقتصادی در سطح بین‌المللی در سال‌های اخیر بسیار برجسته بوده است. با توجه به تغییرات اساسی در ساختارهای تجارت بین‌الملل و اهمیت روزافزون ابداع، نوآوری و خلق محصولات و خدمات جدید، لزوم برخورداری از آموزش کارآفرینی هرچه بیشتر نمایان شده است (کرمی و همکاران، ۱۳۹۷). از آنجا که کسب‌وکارهای کارآفرین نقش مهمی در توسعه اقتصادی کشورها دارند، توانایی تبدیل شدن به صادرکنندگان بزرگ و افزایش رشد اقتصادی در جامعه را دارند. گسترش دامنه فعالیت‌های شرکت و راه‌یابی به بازارهای خارجی با عنوان «بین‌المللی سازی» شناخته شده و یکی از شیوه‌های اصلی رشد و توسعه کشور است (زاچلا، ۲۰۲۱). چنین کسب‌وکارهایی در عرصه بین‌المللی از مزایای متعددی برخوردار هستند و البته مشکلات و محدودیت‌های خود را نیز دارند. آموزش کارآفرینی مفهومی است که بین محدودیت‌ها و توانمندی‌های کسب‌وکارهای کارآفرین تعادل برقرار کرده و امکان بهره‌گیری از فرصت‌های موجود در بازارهای جهانی را فراهم می‌کند (بایر و همکاران، ۲۰۱۹).



یک شرکت کارآفرین می‌تواند با سرمایه‌های کمتر، نیروی کار یا زمینه رشد بیشتری نسبت به کسب‌وکارهای قدیمی داشته باشد. قابلیت‌های پویا و چابکی سازمانی کسب‌وکارهای کارآفرین به آنها این امکان را می‌دهد تا رقبای قدیمی و سنتی بازار را به چالش بکشند (هونجو و ناکامورا، ۲۰۲۰). صادرات کسب‌وکارهای کارآفرین عاملی کلیدی در موفقیت این شرکت‌ها و همینطور توسعه اقتصادی هر کشوری است. توسعه صادرات کسب‌وکارهای کارآفرین، فعالیت‌هایی برای بهبود کیفیت و نوآوری محصولات جهت تسهیل روند و افزایش حجم معامله در بازارهای بین‌المللی است (پاشنکو، ۲۰۱۷). از جمله عواملی که تاثیرگذاری بالایی در آموزش کارآفرینی دارد، سیاست‌های توسعه کارآفرینی است. سیاست‌های توسعه و تغییرات ناشی از آن موجب الزام سازمان‌ها به نوآوری و کارآفرینی شده است (شونز و همکاران، ۲۰۱۸). در مجموع مبنای نظری و ادبیات پژوهش نشان از اهمیت بحث آموزش کارآفرینانه برای دستیابی به هدف‌های کارآفرینی در اقتصاد کشورها دارد. این در حالی است که مطالعه‌ای بومی با هدف ارائه الگویی برای آموزش کارآفرینی در سطح کلان کشور در مطالعه پیشین مشاهده نمی‌شود و ادبیات پژوهش در این زمینه شکاف پژوهشی ژرفی را نشان می‌دهد. بنابراین در مطالعه حاضر کوشش شد تا با رویکردی اکتشافی الگویی برای آموزش کارآفرینی در کشور ارائه شود.

### ۳- روش‌شناسی پژوهش

تحقیق حاضر از نظر هدف یک پژوهش کاربردی-توسعه‌ای است و از منظر شیوه گردآوری داده‌ها نیز یک پژوهش غیرآزمایشی (توصیفی) است که با روش پیمایش مقطعی انجام گرفت. از منظر نوع داده‌ها نیز یک پژوهش آمیخته با ترکیبی از روش‌های کیفی-کمی است.

جامعه مشارکت‌کنندگان بخش کیفی شامل مدیران باسابقه وزارت امور اقتصادی و دارایی می‌باشد. نمونه‌گیری با روش هدفمند صورت گرفت و تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت. بر این اساس ۱۳ نفر در بخش کیفی پژوهش مشارکت کردند. در بخش کمی برای محاسبه حجم نمونه از قاعده تحلیل توان کوهن (۱۹۹۲) و نرم‌افزار G\*Power استفاده شد. در سطح اطمینان ۹۵٪ با اندازه اثر ۰/۱۵ و توان آزمون ۸۰٪ حداقل حجم نمونه ۱۰۸ نفر برآورد گردید. چون جامعه آماری همگن است برای نمونه‌گیری از روش تصادفی ساده استفاده شد. برای اطمینان ۱۲۰ پرسشنامه توزیع گردید و در نهایت ۱۱۳ پرسشنامه صحیح گردآوری شد.

برای گردآوری داده‌های پژوهش در بخش کیفی از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته و در بخش کمی از پرسشنامه محقق‌ساخته استفاده گردید. از آنجا که برای مطالعات کیفی که با هدف اکتشافی و طراحی الگو انجام می‌شوند مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته مناسب‌تر هستند. در این پژوهش نیز از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با خبرگان استفاده شده است.

برای اعتبارسنجی مصاحبه‌های انجام شده از روش پیشنهادی هولستی استفاده شد. کدگذاری دو بار انجام گرفت و «درصد توافق مشاهده‌شده» ۰/۶۳ بدست آمد که از ۰/۶ بیشتر بوده و مقدار قابل قبولی است. برای سنجش روایی پرسشنامه از روایی همگرا (AVE) و روایی واگرا استفاده شد. مقدار AVE برای تمامی متغیرهای باید بزرگتر از ۰/۵ باشد. برای محاسبه پایایی نیز پایایی ترکیبی (CR) و ضریب آلفای کرونباخ محاسبه گردید. میزان پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ تمامی ابعاد باید بزرگتر از ۰/۷ باشد (حبیبی و منظم، ۱۴۰۱). نتایج مربوط به هر یک از این شاخص‌ها در برآزش بیرونی مدل ارائه شده است.

در نهایت برای تحلیل داده‌ها از دو روش کیفی و کمی استفاده شد. در بخش کیفی با روش گراند تئوری، عوامل زیربنایی الگوی آموزش کارآفرینی جهت توسعه کسب‌وکارهای کارآفرینانه شناسایی و روابط علی این عوامل تبیین گردید. در بخش کمی با روش حداقل مربعات جزئی، اعتبار الگوی پارادایمی پژوهش ارزیابی شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش کیفی با نرم‌افزار MaxQDA و در بخش کمی با نرم‌افزار Smart PLS انجام شد.



#### ۴- یافته‌های پژوهش

جامعه مشارکت‌کنندگان بخش کیفی شامل ۱۳ نفر از مدیران وزارت امور اقتصادی و دارایی بودند. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی خبرگان در جدول ۱ ارائه شده است:

جدول ۱- ویژگی‌های جمعیت‌شناختی خبرگان

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی	فراوانی	درصد
جنسیت	زن	۵
	مرد	۶
سن	کمتر از ۳۵ سال	۱
	۳۵ تا ۴۵ سال	۴
	بیش از ۵۵ سال	۳
تحصیلات	کارشناسی ارشد	۲
	دکتري	۱۱
سابقه کاری	۱۵ تا ۲۰ سال	۴
	بالای ۲۰ سال	۹
	کل	۱۱

در بخش کمی نیز از دیدگاه ۱۱۳ نفر از کارشناسان وزارت امور اقتصادی و دارایی استفاده شد. از منظر جنسیت ۸۶ نفر مرد و ۲۷ نفر از مدیران زن بودند. از منظر سن ۲۶ نفر کمتر از ۴۰ سال، ۷۰ نفر بین ۴۰ تا ۵۰ سال و ۱۷ نفر نیز ۵۰ سال و بیشتر سن بودند. از منظر تحصیلات ۴۱ نفر کارشناسی، ۵۲ نفر کارشناسی ارشد و ۲۰ نفر تحصیلات دکتری داشتند. از منظر سابقه کاری ۳۱ نفر کمتر از ۱۰ سال، ۲۶ نفر بین ۱۰ تا ۱۵ سال، ۳۲ نفر بین ۱۵ تا ۲۰ سال و ۲۴ نفر نیز بیش از ۲۰ سال سابقه کاری داشتند.

جدول ۲- ویژگی‌های جمعیت‌شناختی بخش کمی

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۸۶
	زن	۲۷
سن	۳۰ تا ۴۰ سال	۲۶
	۴۰ تا ۵۰ سال	۷۰
	بیشتر از ۵۰ سال	۱۷
تحصیلات	کارشناسی	۴۱
	کارشناسی ارشد	۵۲
	دکتري	۲۰
سابقه کاری	کمتر از ۱۰ سال	۳۱
	۱۰ تا ۱۵ سال	۲۶
	۱۵ تا ۲۰ سال	۳۲
	بیش از ۲۰ سال	۲۴
کل	۱۱۳	۱۰۰٪



جهت ارائه الگوی آموزش کارآفرینی مصاحبه‌های تخصصی نیمه‌ساختاریافته با مدیران وزارت امور اقتصادی و دارایی صورت گرفت. در این مرحله پیش از شروع مصاحبه ۶ سوال باز در نظر گرفته شد و در طول فرایند مصاحبه نیز مطابق پیش‌بینی سوالات جدیدی نیز مطرح گردید. برای آشنایی با عمق و گستره محتوایی داده‌ها، اقدام به بازخوانی مکرر داده‌ها و خواندن داده‌ها به صورت فعال (جستجوی معانی و الگوها) گردید.

نتایج مصاحبه‌ها با روش گراند تئوری مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. برای این منظور متن مصاحبه‌ها چندین بار مطالعه و مرور شد. سپس داده‌ها به واحدهای معنایی در قالب جملات و پاراگراف‌های مرتبط با معنای اصلی شکسته شد. واحدهای معنایی نیز چندین بار مرور و سپس کدهای مناسب هر واحد معنایی نوشته و کدها براساس تشابه معنایی طبقه‌بندی شد. گراند تئوری مبتنی بر روش پیشنهادی اشتراوس و کوربین (۱۹۹۷) شامل کدگذاری باز، محوری و انتخابی صورت گرفت. در مرحله کدگذاری باز ۲۲۷ کد شناسایی گردید. در نهایت از طریق کدگذاری محوری به ۶ مقوله اصلی، ۱۱ مقوله فرعی و ۵۵ مقوله پایه دست پیدا شد. شاخص‌های الگوی آموزش کارآفرینی جهت توسعه کسب‌وکارهای کارآفرینانه مستخرج از مصاحبه‌ها به روش تحلیل کیفی داده بنیاد در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول ۳- شاخص‌های الگوی آموزش کارآفرینی جهت توسعه کسب‌وکارهای کارآفرینانه

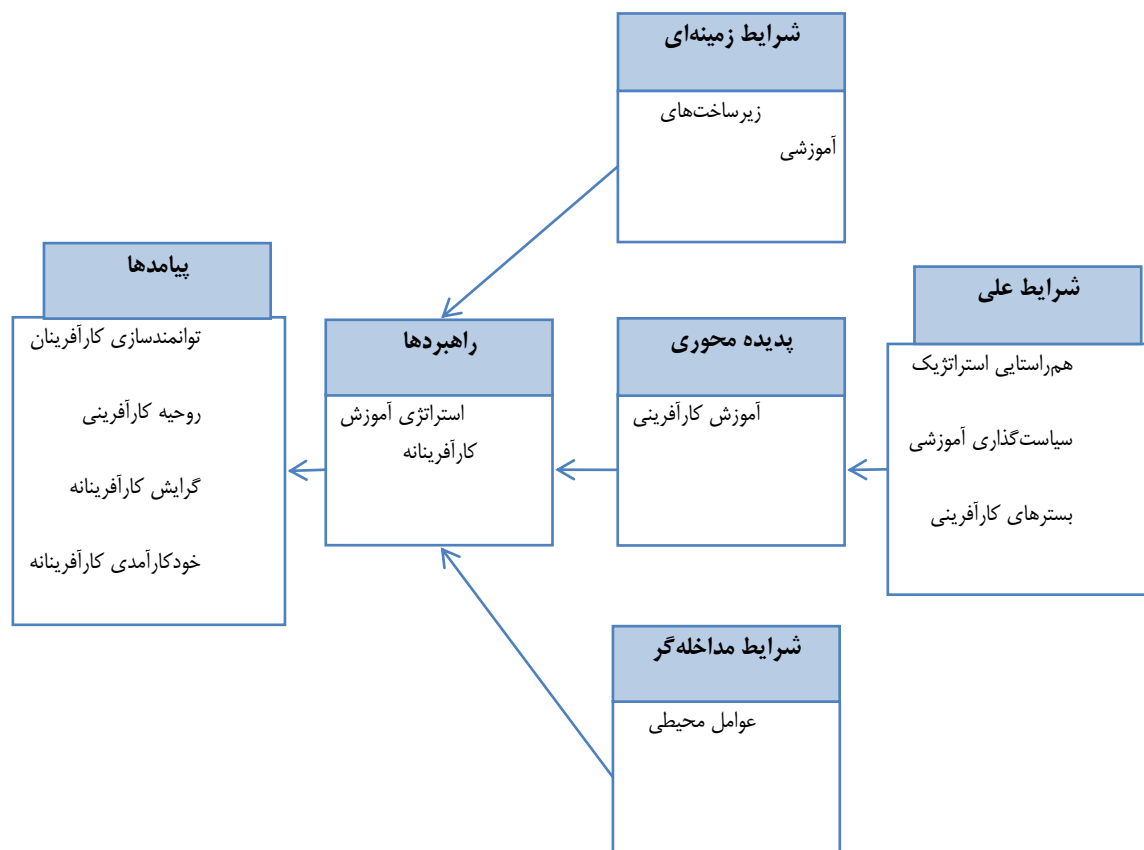
مقوله اصلی	مقوله فرعی	بعد
زیرساخت آموزشی	۱. فناوری‌های جدید آموزش کارآفرینی	شرایط زمینه‌ای
	۲. امکانات و تجهیزات سخت‌افزاری آموزشی	
	۳. شبکه‌های آموزش کارآفرینی یکپارچه	
	۴. نیازسنجی اصولی آموزش کارآفرینی	
	۵. بودجه و منابع مالی آموزش کارآفرینی	
	۶. سازوکارهای دولت کارآفرین و آموزش دولتی	
هم‌راستایی استراتژیک	۷. شناسایی نیازهای بازار و ظرفیت‌های موجود	شرایط علی
	۸. همسویی آموزش با نیازهای جامعه	
	۹. سازگاری برنامه‌های آموزشی با سیاست‌های کلان	
	۱۰. همسویی برنامه‌های آموزش کارآفرینی با هم	
	۱۱. حاکمیت رویکرد کلان و فراگیر در آموزش کارآفرینی	
	۱۲. برنامه‌ریزی بلندمدت متناسب با شرایط کشور	
سیاست‌گذاری آموزشی	۱۳. بازنگری قوانین آموزشی موجود	شرایط علی
	۱۴. استقلال و آزادی آموزش کارآفرینی	
	۱۵. توسعه آموزش‌های کارآفرینی در مدارس	
	۱۶. اولویت‌بندی نیازهای آموزش کارآفرینی	
بسترهای کارآفرینی	۱۷. ایجاد و توسعه پارک‌های علم و فناوری	بسترهای کارآفرینی
	۱۸. تقویت و ترغیب دانشگاه‌های نسل سوم	
	۱۹. اقدام عملی در راستای کارآفرینی دولتی	
	۲۰. ایجاد انکوباتورها و شتاب‌دهنده‌های کارآفرینی	
	۲۱. توسعه و انتقال فناوری‌های جدید کسب‌وکار	
	۲۲. افزایش آگاهی کارآفرینان به مبانی کارآفرینی	
۲۳. ارتقاء مهارت و تخصص کارآفرینان		
۲۴. افزایش خلاقیت و ایده‌پردازی در کارآفرینان		
۲۵. تربیت کارآفرینان کارآمد، خلاق و متعهد		
۲۶. آموزش شناخت فرصت‌های کارآفرینی		



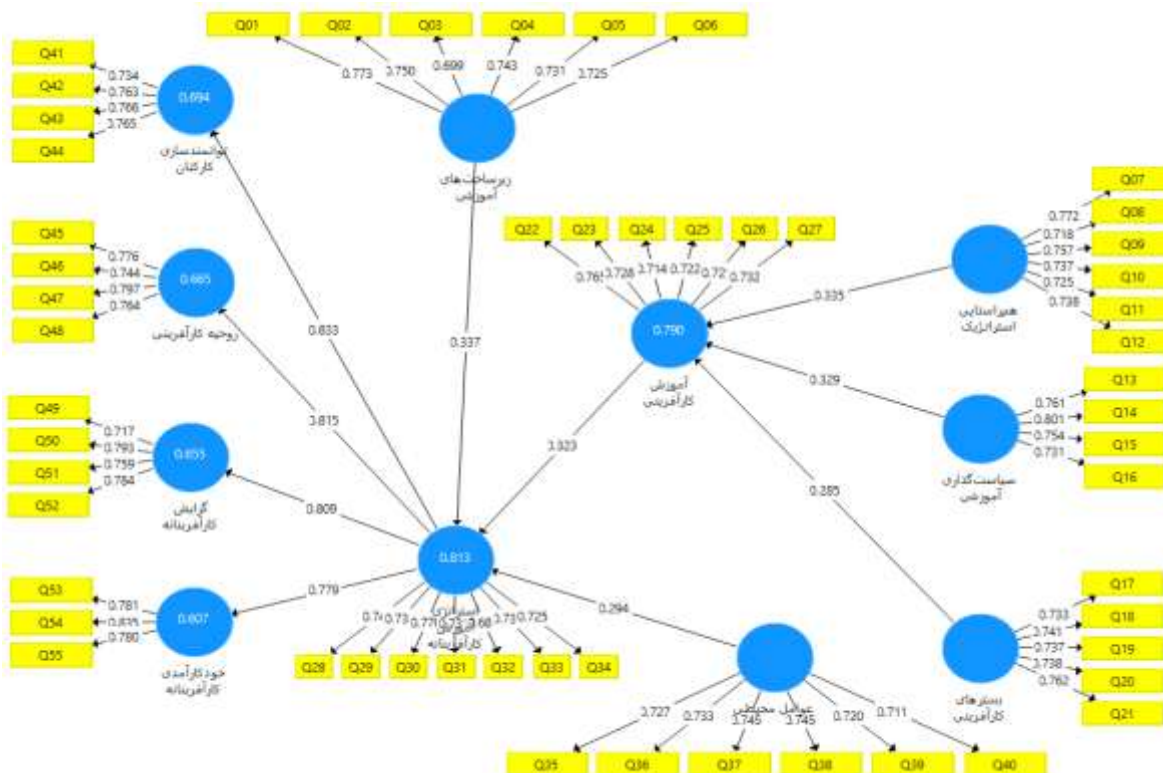
مقوله فرعی	مقوله اصلی	بعد
۲۷. آموزش توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه		
۲۸. تدوین چشم‌انداز آموزش کارآفرینی	استراتژی کارآفرینی	راهبردها و اقدامات
۲۹. تعیین ماموریت‌های آموزش کارآفرینی		
۳۰. هدف‌گذاری بلندمدت برای آموزش کارآفرینی		
۳۱. تدوین استراتژی برای دستیابی به هدف‌های بلندمدت		
۳۲. ترسیم هدف‌های کوتاه‌مدت آموزش کارآفرینی		
۳۳. سیاست‌گذاری و تعیین خط‌مشی‌ها		
۳۴. تنظیم روندها، رویه‌ها و قوانین اجرایی		
۳۵. سیاست‌های کلان اقتصادی کشور	عوامل محیطی	شرایط مداخله‌گر
۳۶. شرایط و عوامل اجتماعی		
۳۷. فرهنگ کارآفرینی افراد		
۳۸. سازوکارهای حمایتی از کارآفرینان		
۳۹. تسهیلات و امکانات مالی و بانکی		
۴۰. تسهیلات و امکانات فیزیکی	توانمندسازی کارآفرینان	
۴۱. ارائه آموزش‌های لازم به کارکنان		
۴۲. افزایش مهارت‌های کارکنان		
۴۳. به‌کارگیری کارکنان متخصص و زبده		
۴۴. اعطای پاداش متناسب با عملکرد کارکنان	روحیه کارآفرینی	پیامد
۴۵. انگیزه فعالیت‌های کارآفرینانه		
۴۶. اقدام داوطلبانه برای کارآفرینی		
۴۷. روحیه مقابله با مخاطرات		
۴۸. روحیه تهاجمی و رقابت‌پذیری	گرایش کارآفرینانه	
۴۹. ریسک‌پذیری		
۵۰. پیشگامی		
۵۱. نوآوری و خلاقیت	خودکارآمدی کارآفرینانه	
۵۲. استقلال‌طلبی		
۵۳. مهارت‌های حرفه‌ای و عملیاتی		
۵۴. مهارت‌های ادراکی و شناختی		
۵۵. مهارت‌های بازاریابی و مشتری‌گرایی		

در فرایند نظریه‌پردازی داده‌بنیاد پس از گردآوری داده‌ها، تجزیه و تحلیل و تفسیر آن‌ها نوبت به ارائه مدل، نتیجه‌گیری و جمع‌بندی پژوهش می‌رسد. با بررسی وضعیت موجود، داده‌های به دست آمده در ۶ مقوله اصلی طبقه‌بندی می‌شوند. با نظر اساتید و کارشناسان امر، از کلیه شاخص‌های به دست آمده از تحلیل کیفی محتوای مصاحبه‌ها، تعداد ۵۵ شاخص، جهت طراحی و تبیین الگوی آموزش کارآفرینی جهت توسعه کسب‌وکارهای کارآفرینانه به کار گرفته شد. شکل زیر، نشان‌دهنده مدل پارادایمی الگوی آموزش کارآفرینی می‌باشد.

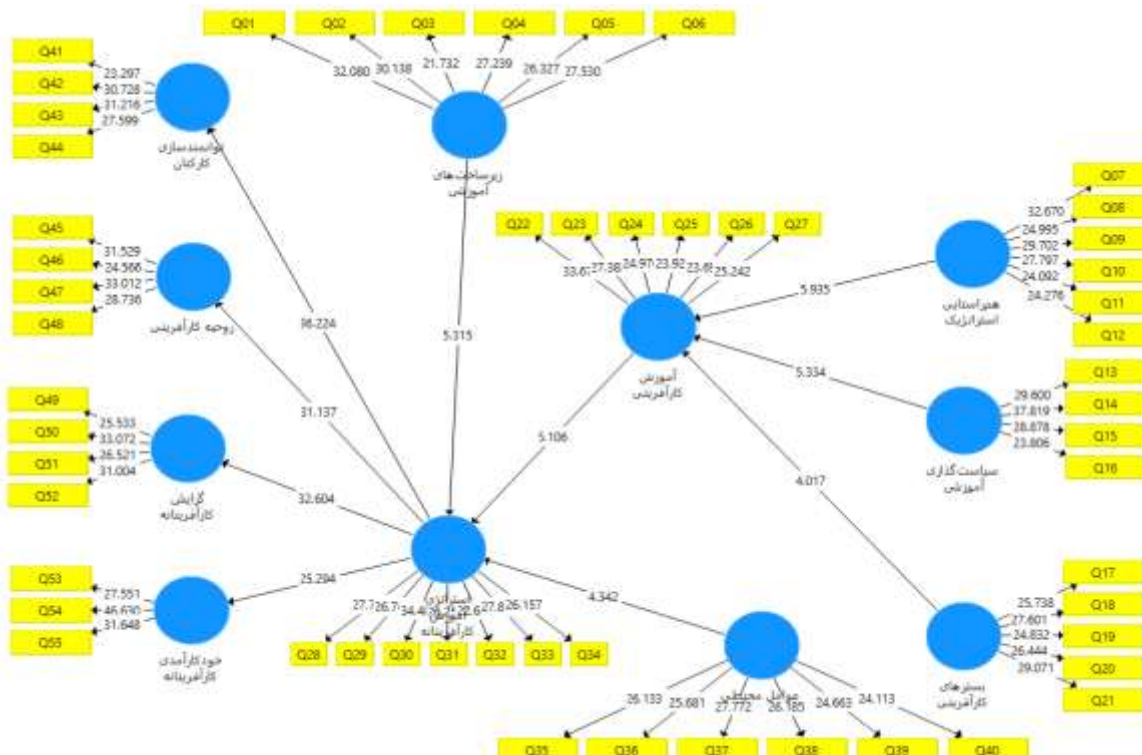
شکل ۱- مدل پارادایمی ارائه الگوی آموزش کارآفرینی جهت توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه



پس از آنکه مدل اولیه ارائه الگوی آموزش کارآفرینی جهت توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه طراحی شد، جهت اعتبارسنجی و ارائه مدل نهایی از روش حداقل مربعات جزئی (PLS) استفاده شد. مدل ساختاری نهایی پژوهش در شکل ۲ نمایش داده شده است. در این مدل خلاصه نتایج مربوط به بار عاملی استاندارد روابط الگوی آموزش کارآفرینی صنعت بانک‌های خصوصی ارائه شده است.



شکل ۲- نتایج حداقل مربعات جزئی مدل نهایی پژوهش در حالت تخمین استاندارد



شکل ۳- نتایج حداقل مربعات جزئی مدل نهایی پژوهش در حالت معناداری

بر اساس نتایج مندرج در شکل ۲ بارهای عاملی روابط میان سنجها (متغیرهای مشاهده پذیر) با عوامل مربوط (متغیرهای پنهان) بزرگتر از حداقل مقدار قابل قبول ۰/۵ بدست آمده است. نتایج حالت معناداری در شکل ۳ نیز نشان می‌دهد در تمامی موارد آماره آزمون از مقدار بحرانی t در سطح خطای ۰/۵ یعنی ۱/۹۶ بزرگتر است بنابراین بخش بیرونی



(اندازه‌گیری) مدل مناسب است. خلاصه نتایج بخش ساختاری مدل براساس ضرایب مسیر و آماره تی در جدول شماره ۴ قابل مشاهده است. بخش ساختاری مدل نیز روابط میان سازه‌های اصلی را نشان می‌دهد.

جدول ۴- تحلیل مسیر حاصل از الگوی ساختاری

نتیجه	معناداری	اندازه اثر	آماره t	ضریب تاثیر	رابطه
تایید	۰/۰۰۰	۰/۱۳۴	۵,۱۰۶	۰/۳۲۳	آموزش کارآفرینی ← استراتژی آموزش کارآفرینانه
تایید	۰/۰۰۰	۰/۰۹۸	۳۶,۲۲۴	۰/۸۳۳	استراتژی آموزش کارآفرینانه ← توانمندسازی کارکنان
تایید	۰/۰۰۰	۰/۵۴۵	۲۵,۲۹۴	۰/۷۷۹	استراتژی آموزش کارآفرینانه ← خودکارآمدی کارآفرینانه
تایید	۰/۰۰۰	۰/۶۰۰	۳۱,۱۳۷	۰/۸۱۵	استراتژی آموزش کارآفرینانه ← روحیه کارآفرینی
تایید	۰/۰۰۰	۰/۵۶۶	۳۲,۶۰۴	۰/۸۰۹	استراتژی آموزش کارآفرینانه ← گرایش کارآفرینانه
تایید	۰/۰۰۰	۰/۰۸۳	۴,۰۱۷	۰/۲۸۵	بسترهای کارآفرینی ← آموزش کارآفرینی
تایید	۰/۰۰۰	۰/۱۵۴	۵,۳۱۵	۰/۳۳۷	زیرساخت‌های آموزشی ← استراتژی آموزش کارآفرینانه
تایید	۰/۰۰۰	۰/۱۳۹	۵,۳۳۴	۰/۳۲۹	سیاست‌گذاری آموزشی ← آموزش کارآفرینی
تایید	۰/۰۰۰	۰/۰۹۳	۴,۳۴۲	۰/۲۹۴	عوامل محیطی ← استراتژی آموزش کارآفرینانه
تایید	۰/۰۰۰	۰/۱۵۴	۵,۹۳۵	۰/۳۳۵	هم‌راستایی استراتژیک ← آموزش کارآفرینی

ضرایب مسیر در این بخش شدت و جهت رابطه را نشان می‌دهند و چون مقدار آماره t بزرگتر از ۱/۹۶ است نشان می‌دهد ضرایب مسیر معنادار هستند. اندازه اثر ( $F^2$ ) میزان تغییراتی است که متغیرهای مستقل بر متغیرهای وابسته می‌گذارند. در واقع این شاخص نشان می‌دهد اگر یک متغیر مستقل حذف شود چه میزان تغییراتی در متغیر وابسته ایجاد می‌شود. این شاخص توسط کوهن ارائه گردید. مقدار ۰/۰۲ (ضعیف)، ۰/۱۵ (متوسط) و ۰/۳۵ (بزرگ) در نظر گرفته می‌شود (کوهن، ۲۰۱۳). براساس نتایج اندازه اثر متغیرهای مستقل در تمامی موارد بالای حد متوسط یعنی ۰/۱۵ و در برخی موارد حتی بیش از ۰/۳۵ یعنی قوی بدست آمده است.

مدل بیرونی (اندازه‌گیری) براساس چهار شاخص روایی همگرا (AVE)، ضریب رو (Rho)، پایایی ترکیبی (CR) و آلفای کرونباخ مورد ارزیابی قرار گرفت. میانگین واریانس استخراج شده باید بزرگتر از ۰/۵ و ضریب رو، آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی بزرگتر از ۰/۷ باشد (آذر و غلامزاده، ۱۳۹۸). خلاصه نتایج ارزیابی برازش مدل اندازه‌گیری در جدول ۵ ارائه شده است.



جدول ۵- خلاصه نتایج ارزیابی برازش مدل اندازه‌گیری

AVE	ضریب رو (Rho)	پایایی ترکیبی (CR)	آلفای کرونباخ	سازه‌های اصلی
۰/۵۳۳	۰/۸۷۳	۰/۸۲۵	۰/۸۲۵	آموزش کارآفرینی
۰/۵۳۷	۰/۸۹۰	۰/۸۵۶	۰/۸۵۶	استراتژی آموزش کارآفرینانه
۰/۵۵۱	۰/۸۶۰	۰/۷۹۶	۰/۷۹۶	بسترهای کارآفرینی
۰/۵۷۳	۰/۸۴۳	۰/۷۵۳	۰/۷۵۲	توانمندسازی کارکنان
۰/۶۳۸	۰/۸۴۱	۰/۷۲۰	۰/۷۱۷	خودکارآمدی کارآفرینانه
۰/۵۹۴	۰/۸۵۴	۰/۷۷۳	۰/۷۷۲	روحیه کارآفرینی
۰/۵۴۳	۰/۸۷۷	۰/۸۳۲	۰/۸۳۲	زیرساخت‌های آموزشی
۰/۵۸۱	۰/۸۴۷	۰/۷۵۹	۰/۷۵۹	سیاست‌گذاری آموزشی
۰/۵۳۳	۰/۸۷۳	۰/۸۲۶	۰/۸۲۵	عوامل محیطی
۰/۵۵۰	۰/۸۸۰	۰/۸۳۷	۰/۸۳۶	هم‌راستایی استراتژیک
۰/۵۸۳	۰/۸۴۸	۰/۷۶۱	۰/۷۶۱	گرایش کارآفرینانه

مقدار میانگین واریانس استخراج شده (AVE) بزرگتر از ۰/۵ است بنابراین روایی همگرا تایید می‌شود. آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی تمامی متغیرها بزرگتر از ۰/۷ بوده بنابراین از نظر پایایی تمامی متغیرها مورد تایید است. برای سنجش قدرت پیش‌بینی مدل از شاخص ضریب تعیین ( $R^2$ ) و شاخص ارتباط پیش‌بین ( $Q^2$ ) استفاده شد. ضریب تعیین ( $R^2$ ) معیاری است که بیانگر میزان تبیین متغیرهای وابسته الگو است بنابراین هرچه بیشتر باشد، بهتر مدل است. سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ به ترتیب نشان‌دهنده برازش ضعیف، متوسط و قوی است. شاخص ارتباط پیش‌بین ( $Q^2$ ) توسط استون و گیزر معرفی شد و اگر مثبت باشد نشان می‌دهد که مدل از توان پیش‌بینی مناسبی برخوردار است (هیر و همکاران، ۲۰۲۱). خلاصه نتایج ارزیابی برازش مدل ساختاری در جدول ۶ ارائه شده است.

جدول ۶- خلاصه نتایج ارزیابی قدرت پیش‌بینی مدل

Q2	ضریب تعیین	سازه‌های اصلی
۰/۳۹۳	۰/۷۹۰	آموزش کارآفرینی
۰/۳۶۸	۰/۸۱۳	استراتژی آموزش کارآفرینانه
۰/۳۶۱	۰/۶۹۴	توانمندسازی کارکنان
۰/۳۷۶	۰/۶۰۷	خودکارآمدی کارآفرینانه
۰/۳۷۳	۰/۶۶۵	روحیه کارآفرینی



Q2	ضریب تعیین	سازه‌های اصلی
۰/۴۰۷	۰/۶۵۵	گرایش کارآفرینانه

ضریب تعیین سازه آموزش کارآفرینی نشان می‌دهد که متغیرهای مستقل توانسته‌اند ۷۹٪ از تغییرات این سازه را تبیین کنند و مقدار قابل توجهی است. شاخص ارتباط پیش‌بین نیز در تمامی موارد مثبت بدست آمد. برای ارزیابی برازش مدل از شاخص GOF و RMS و SRMR استفاده می‌شود. برای شاخص GoF سه مقدار ۰/۲۵، ۰/۰۱ و ۰/۳۶ را به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی معرفی شده است. برای شاخص RMS\_theta مقادیر زیر ۰/۱۲ نشانه تناسب مدل است، در حالی که مقادیر بالاتر نشان دهنده عدم تناسب است. شاخص SRMR نیز بهتر است زیر ۰/۱ و خیلی سخت‌گیرانه کمتر از ۰/۸ باشد (حبیبی و منظم، ۱۴۰۱). در این مطالعه شاخص GOF برابر ۰/۶۷ بدست آمد که از ۰/۳۶ بزرگتر است. شاخص RMS\_theta میزان ۰/۰۹۹ بدست آمد که از ۰/۱۲ کمتر است. شاخص SRMR نیز ۰/۵ محاسبه گردید که از ۰/۸ کمتر است بنابراین برازش مدل مطلوب است.

#### ۵- نتیجه‌گیری و بحث

پژوهش حاضر با هدف ارائه الگوی آموزش کارآفرینی با تاکید بر توسعه کسب‌وکارهای کارآفرینانه در اقتصاد در حال توسعه ایران انجام شده است. براساس نتایج نشان داده شد ابعاد اصلی ارائه الگوی آموزش کارآفرینی جهت توسعه کسب‌وکارهای کارآفرینانه عبارتند از: شرایط علی (هم‌راستایی استراتژیک، سیاست‌گذاری آموزشی، بسترهای کارآفرینی)؛ شرایط مداخله‌گر (عوامل محیطی)؛ شرایط زمینه‌ای (زیرساخت آموزشی)؛ پدیده محوری (آموزش کارآفرینی)؛ راهبردها (استراتژی کارآفرینی) و پیامدها (توانمندسازی کارآفرینان، روحیه کارآفرینی، گرایش کارآفرینانه و خودکارآمدی کارآفرینانه). براساس مدل پژوهش نیز مشخص گردید، هم‌راستایی استراتژیک، سیاست‌گذاری آموزشی، بسترهای کارآفرینی بر آموزش کارآفرینی تاثیر می‌گذارند. در نتایج مطالعات جینا (۲۰۲۰) و تقوی و همکاران (۱۴۰۰) نیز به مولفه‌های سیاست‌گذاری و آموزش کارآفرینی اشاره شده و از این منظر با نتایج پژوهش حاضر هماهنگ است. زیرساخت‌های آموزشی بستر لازم را فراهم می‌آورد و عوامل محیطی نیز در رابطه آموزش کارآفرینی با استراتژی آموزش کارآفرینانه نقش مداخله‌گر را ایفا می‌کند. در نتایج مطالعه گنجعلی و باقری (۱۳۹۹) و کارپنتر و ویلسون (۲۰۲۲) نیز به مولفه اشاره شده و با نتایج پژوهش حاضر سازگار است. در نهایت استراتژی آموزش کارآفرینانه به توانمندسازی کارآفرینان، روحیه کارآفرینی، گرایش کارآفرینانه، خودکارآمدی کارآفرینانه منجر می‌شود. در نتایج مطالعه مزیدی و همکاران (۱۴۰۰) نیز به مولفه توانمندسازی کارآفرینان اشاره شده و از این منظر با نتایج پژوهش حاضر هم‌خوانی دارد. براساس نتایج به دست آمده، پیشنهادات کاربردی زیر ارائه می‌شود: درخصوص زیرساخت آموزشی پیشنهاد می‌شود، با استفاده از فناوری‌های جدید آموزش کارآفرینی و تامین امکانات و تجهیزات سخت‌افزاری آموزشی به توسعه کسب‌وکارهای کارآفرینانه پرداخته شود. همچنین گسترش شبکه‌های آموزش کارآفرینی به صورت یکپارچه نیازسنجی اصولی آموزش کارآفرینی نیز در این زمینه حائز اهمیتند. مدیران ذی‌ربط باید نسبت به تامین بودجه و منابع مالی آموزش کارآفرینی و بهبود سازوکارهای دولت کارآفرین و آموزش دولتی اقدامات مقتضی را انجام دهند. درخصوص هم‌راستایی استراتژیک پیشنهاد می‌شود، ابتدا با شناسایی نیازهای بازار و ظرفیت‌های موجود به همسویی آموزش با نیازهای جامعه بپردازند. در این راستا، سازگاری برنامه‌های آموزشی با سیاست‌های کلان و همسویی برنامه‌های



آموزش کارآفرینی باهم در توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه تاثیرگذار است. همچنین حاکمیت رویکرد کلان و فراگیر در آموزش کارآفرینی نیز در برنامه ریزی بلندمدت متناسب با شرایط کشور دخیل بوده و منجر به توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه می شود.

در خصوص سیاست گذاری آموزشی پیشنهاد می شود، با بازنگری قوانین آموزشی موجود و اعطای استقلال و آزادی آموزش کارآفرینی به توسعه آموزش های کارآفرینی در مدارس بپردازند. در این زمینه، اولویت بندی نیازهای آموزش کارآفرینی توصیه می گردد.

در خصوص بسترهای کارآفرینی پیشنهاد می شود، ضمن ایجاد و توسعه پارک های علم و فناوری، به تقویت و ترغیب دانشگاه های نسل سوم پرداخته شود. آنچه در توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه حائز اهمیت است، اقدام عملی در راستای کارآفرینی دولتی و ایجاد انکوباتورها و شتاب دهنده های کارآفرینی است. موارد مذکور در توسعه و انتقال فناوری های جدید کسب و کار اثرگذارند.

در خصوص آموزش کارآفرینی پیشنهاد می شود، با افزایش آگاهی کارآفرینان به مبانی کارآفرینی و ارتقاء مهارت و تخصص کارآفرینان، زمینه لازم جهت توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه ایجاد گردد. مدیران ذی ربط می توانند با افزایش خلاقیت و ایده پردازی در کارآفرینان و تربیت کارآفرینان کارآمد، خلاق و متعهد، بر چالش های موجود در این زمینه غلبه نمایند. همچنین با آموزش شناخت فرصت های کارآفرینی و آموزش توسعه فعالیت های کارآفرینانه فرایند دستیابی به اهداف توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه، تسهیل می گردد.

در خصوص استراتژی کارآفرینی پیشنهاد می شود، در ابتدا به تدوین چشم انداز آموزش کارآفرینی و تعیین ماموریت های آموزش کارآفرینی پرداخته شود. مدیران مربوطه با هدف گذاری بلندمدت برای آموزش کارآفرینی و تدوین استراتژی برای دستیابی به آن اهداف قادرند در راستای توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه گام بردارند. همچنین ترسیم هدف های کوتاه مدت آموزش کارآفرینی در سیاست گذاری و تعیین خط مشی ها نیز به تنظیم روندها، رویه ها و قوانین اجرایی کمک شایانی می نماید.

در خصوص عوامل محیطی پیشنهاد می شود، با تدوین دقیق و صحیح سیاست های کلان اقتصادی کشور با توجه به شرایط و عوامل اجتماعی، نسبت به استقرار فرهنگ کارآفرینی افراد اقدام نمایند. در این راستا، وجود سازوکارهای حمایتی از کارآفرینان به همراه تامین تسهیلات و امکانات مالی و بانکی و تسهیلات و امکانات فیزیکی حائز اهمیت است.

در خصوص توانمندسازی کارآفرینان پیشنهاد می شود، با ارائه آموزش های لازم به کارکنان جهت افزایش مهارت های آنها اقدام شود. همچنین به کارگیری کارکنان متخصص و زبده نیز منجر به توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه شده و مدیران ذی ربط با اعطای پاداش متناسب با عملکرد کارکنان می توانند آن ها را با اهداف کارآفرینانه همسو نمایند.

در خصوص روحیه کارآفرینی پیشنهاد می شود، با افزایش انگیزه فعالیت های کارآفرینانه و اقدام داوطلبانه برای کارآفرینی، نسبت به توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه اقدام نمایند. همچنین داشتن روحیه مقابله با مخاطرات و روحیه تهاجمی و رقابت پذیری نیز در این حوزه اثرگذار است.

در خصوص گرایش کارآفرینانه پیشنهاد می شود، فرد کارآفرین منتخب با روحیات ریسک پذیری، پیشگامی، نوآوری و خلاقیت و استقلال طلبی باشد.

در خصوص خودکارآمدی کارآفرینانه پیشنهاد می شود، فرد کارآفرین نسبت به بهبود و تقویت مهارت های حرفه ای و عملیاتی، مهارت های ادراکی و شناختی و مهارت های بازاریابی و مشتری گرایی اقدام نماید.



## فهرست منابع

### الف) منابع فارسی

۱. ابوبئی، طاهره؛ شجاعی، سامره؛ ازما، فریدون. (۱۳۹۹). عوامل مؤثر بر آموزش کارآفرینی کسب و کارهای دانش بنیان در شتاب دهنده‌های مستقر در مراکز رشد دانشگاهی. پژوهش در نظام‌های آموزشی، ۱۴ (۴۹)، ۹۵-۱۱۰.
۲. امین، آسو. (۱۴۰۰). بررسی نقش کارآفرینی در تحولات اقتصادی مختلف با هدف توسعه صادرات. رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، ۵ (۷۰)، ۱۲۰-۱۳۸.
۳. آذر، عادل؛ غلامزاده، رسول. (۱۳۹۸). کمترین مربعات جزئی، تهران: انتشارات نگاه دانش.
۴. تقوی، پروانه؛ نادری، عزت؛ سیف، مریم. (۱۴۰۰). بررسی مفهوم کارآفرینی در آموزش عالی کشور: مروری نظام مند بر مقالات پژوهشی آموزش کارآفرینی. فناوری آموزش، ۱۵ (۵۹)، ۵۶۶-۵۵۵.
۵. جلالی، پریسا؛ اسفندی، ساناز؛ عاقل، میثم. (۱۴۰۰). واکاوی عوامل کسب و کارهای نوپا بر آمادگی کارآفرینی با نقش میانجی آموزش آنلاین کارآفرینی. دستاوردهای نوین در مطالعات علوم انسانی، ۴ (۴۱)، ۱۳-۳۴.
۶. حبیبی، آرش؛ منظم، ساناز. (۱۴۰۱). حداقل مربعات جزئی. تهران: نارون.
۷. حسین‌زاده، مریم؛ محمودی، فیروز؛ ادیب، یوسف. (۱۳۹۹). رابطه نگرش به درس کار و فناوری با نگرش فناورانه دانش‌آموزان. نشریه علمی آموزش و ارزیابی، ۱۳ (۴۹)، ۶۵-۹۱.
۸. داودی، رضا؛ بهبودی، مسلم. (۱۳۹۹). بررسی تاثیر کارآفرینی گرای، رقابت و قابلیت بازاریابی بر عملکرد شرکت. هفدهمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، تهران.
۹. درینی، محمد؛ افجانلی، اکبر؛ روشن، ندا. (۱۴۰۱). نقش آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی دانشجویان با نقش میانجی خودکارآمدی، نگرش به کارآفرینی و ذهنیت کارآفرینی. پژوهش در نظام‌های آموزشی، ۱۶ (۵۶)، ۱۳۱-۱۴۵.
۱۰. رستمی، مهسا. (۱۳۹۸). فرصت‌ها و چالش‌های پیش روی کسب و کارهای نوپا (کسب و کارهای کارآفرین) در رونق صادرات محصولات کشاورزی، مجله کسب و کار استارت‌آپ، دوره ۱، شماره ۱۴، ص ۱-۲۱.
۱۱. صالحی، مسعود. (۱۴۰۰). تاثیر آموزش مهارت کارآفرینی در تغییر نگرش دانشجویان پسر دانشگاه فرهنگیان اهواز نسبت به درس کارورزی. پژوهش در تربیت معلم، ۳ (۹)، ۱۳۷-۱۵۲.
۱۲. صوفی، لطیف؛ دیلمی، سعید. (۱۴۰۱). نقش آموزش کارآفرینی، خودکارآمدی و هنجارهای ذهنی بر قصد کارآفرینی در صنعت گردشگری. گردشگری و اوقات فراغت، ۷ (۱۳)، ۵۱-۶۵.
۱۳. عربی، سمیه؛ حسینی، رسول؛ عزیزی، محمد. (۱۴۰۱). طراحی مدل آموزش کارآفرینی در نظام آموزش فنی و حرفه ای ایران. مطالعه برنامه درسی ایران، ۱۷ (۶۶)، ۱۱۳-۱۳۸.



۱۴. فشارکی، فرزاد؛ صحت، سعید؛ موسوی، محسن. (۱۳۹۶). بررسی تأثیر آموزش کارآفرینی بر رشد کسب و کار از طریق برندسازی. فصلنامه مدیریت راهبردی، ۲۳ (۶۶)، ۵۷-۸۰.
۱۵. کرمی، اژدر، گریفیتز، گرث، کرمی، هادی؛ یونسی، زهرا. (۱۳۹۷). تأثیر گرایش کارآفرینی بر عملکرد صادراتی کسب و کارهای کوچک و متوسط. نشریه علمی پژوهشی مدیریت کسب و کارهای بین المللی، ۱ (۳)، ۴۳-۵۷.
۱۶. گنجعلی، زکیه؛ باقری، روحی. (۱۳۹۹). تأثیر جهت‌گیری کارآفرینانه بر رفتار کارآفرینی با میانجی قصد کارآفرینی. نشریه توسعه کارآفرینی، ۱۳ (۴)، ۵۲۱-۵۴۰.
۱۷. مبینی، علی؛ نانکلی، علی؛ جامه، جواد. (۱۳۹۵). بررسی تأثیر آموزش کارآفرینی بر بین‌المللی‌سازی کسب و کارهای موجود در صنعت شیشه و بلور ایران با نقش میانجی‌گری فرهنگ سازمانی. نشریه توسعه کارآفرینی، ۹ (۴)، ۷۱۱-۷۲۹.
۱۸. مختاری، مریم؛ احمدی، سیروس؛ اخوان، محسن. (۱۳۹۷). شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه در علوم اجتماعی و تبیین عوامل موثر بر بهره‌برداری از فرصت‌ها در ایران. جامعه‌شناسی کاربردی، ۳ (۲۹)، ۱۸۱-۲۰۲.
۱۹. مرید، پگاه؛ حسینی، مرتضی؛ منشی، رحمت؛ رضویان، تقی. (۱۳۹۸). بررسی موانع توسعه پایدار اقتصادی سکونتگاه‌های روستایی با رویکرد کارآفرینی. نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی، ۱۲ (۴۵)، ۴۱-۶۲.
۲۰. مزیدی، وحیده؛ مقدسی، علی؛ اشرفی، مجید. (۱۴۰۰). طراحی الگوی کارآفرینی فناورانه مبتنی بر فناوری اطلاعات در راستای توسعه پایدار اقتصادی. نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی، ۱۳ (۵۰)، ۲۹۱-۳۰۸.

## (ب) منابع لاتین

1. Acosta, A. S., Crespo, Á. H., & Agudo, J. C. (2018). Effect of market orientation, network capability and entrepreneurial orientation on international performance of small and medium enterprises (SMEs). *International Business Review*, 27(6), 1128-1140.
2. Alvarez, S. A., & Busenitz, L. W. (2001). The entrepreneurship of resource-based theory. *Journal of management*, 27(6), 755-775.
3. Baier-Fuentes, H., Merigó, J. M., Amorós, J. E., & Gaviria-Marín, M. (2019). International entrepreneurship: a bibliometric overview. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15(2), 385-429.
4. Carpenter, A., & Wilson, R. (2022). A systematic review looking at the effect of entrepreneurship education on higher education student. *The International Journal of Management Education*, 20(2), 530-541.
5. Cohen, J. E. (2013). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
6. Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. *Entrepreneurship theory and practice*, 16(1), 7-26.
7. Daniel, A. D., Adeel, S., & 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), 310-324.



8. Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., and Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, 2nd Ed., Sage: Thousand Oaks.
9. Honjo, Y., & Nakamura, H. (2020). The link between entrepreneurship and informal investment: An international comparison. *Japan and the World Economy*, 5(4), 101-112.
10. Jena, R. K. (2020). Measuring the impact of business management Student's attitude towards entrepreneurship education on entrepreneurial intention: A case study. *Computers in Human Behavior*, 107, 106275.
11. Jiang, W., Chai, H., Shao, J., & Feng, T. (2018). Green entrepreneurial orientation for enhancing firm performance: A dynamic capability perspective. *Journal of Cleaner Production*, 198, 1311-1323.
12. Mainela, T., Puhakka, V., & Sipola, S. (2018). International entrepreneurship beyond individuals and firms: On the systemic nature of international opportunities. *Journal of Business Venturing*, 33(4), 534-550.
13. Pacheco-Torgal, F. (2017). High tech startup creation for energy efficient built environment. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 71, 618-629.
14. Prasetyo, P. E., & Kistanti, N. R. (2020). Human capital, institutional economics and entrepreneurship as a driver for quality & sustainable economic growth. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 7(4), 2575.
15. Ratten, V., & Usmanij, P. (2021). Entrepreneurship education: Time for a change in research direction?. *The International Journal of Management Education*, 19(1), 100-127.
16. Ritala, P., Agouridas, V., Assimakopoulos, D., & Gies, O. (2013). Value creation and capture mechanisms in innovation ecosystems: a comparative case study. *International Journal of Technology Management*, 63(3-4), 244-267.
17. Schwens, C., Zapkau, F. B., Bierwerth, M., Isidor, R., Knight, G., & Kabst, R. (2018). International entrepreneurship: A meta-analysis on the internationalization and performance relationship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 42(5), 734-768.
18. Strauss, A., & Corbin, J. M. (1997). *Grounded theory in practice*. Sage.
19. Trischler, J., Johnson, M., & Kristensson, P. (2020). A service ecosystem perspective on the diffusion of sustainability-oriented user innovations. *Journal of Business Research*, 116(1), 552-560.
20. Wales, W. J., Kraus, S., Filser, M., Stöckmann, C., & Covin, J. G. (2021). The status quo of research on entrepreneurial orientation: Conversational landmarks and theoretical scaffolding. *Journal of Business Research*, 128, 564-577.
21. Zucchella, A. (2021). International entrepreneurship and the internationalization phenomenon: taking stock, looking ahead. *International Business Review*, 10(1), 80-90.