

Application of Content Analysis in Identifying and Explaining the Dimensions, Components and Indicators of Entrepreneurship Education

ARTICLE INFO

Article Type
Research Article

Authors

Abdul Latif Kor ¹,
Ali Hosseinkhah ^{2*},
Fereshteh Kurdistani ³,
Yalda Delgshaei ⁴

How to cite this article

Abdul Latif Kor, Ali Hosseinkhah, Fereshteh Kurdistani, Yalda Delgshaei, Application of Content Analysis in Identifying and Explaining the Dimensions, Components and Indicators of Entrepreneurship Education. *Journal of Islamic Life Style Centeredon Health*, 2020:4(4); 234-245

1. PhD Student, Department of Higher Education Management, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.
2. Assistant Professor, Department of Curriculum Planning, Kharazmi University, Tehran, Iran (Corresponding Author).
3. Assistant Professor, Department of Educational Management, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran
4. Assistant Professor, Department of Educational Management, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

* *Correspondence:*
Address:
Phone:
Email: h.ali@khu.ac.ir

Article History
Received: 2020/12/12
Accepted: 2021/03/03
ePublished: 2021/03/15

ABSTRACT

Purpose: The present study was conducted to identify and explain the dimensions, components and indicators of entrepreneurship education in public technical and vocational training centers in Tehran.

Materials and Methods: The research method is fundamental in terms of purpose and qualitative in terms of how to collect information. In this research, after purposive sampling, the process of interviewing key and informed experts has continued until the complete identification and description of dimensions, components and indicators and the achievement of theoretical saturation. For this purpose, while implementing the interviews in MAXQUDA12 software, the obtained information was aggregated and re-examined and classified into major categories. Finally, the obtained categories are reviewed and duplicates are eliminated, and similar items are merged and the dimensions of the subject are specified, and the framework of the obtained components and indicators is explained. The method of data analysis in the qualitative part is using open coding, axial coding and selective coding.

Findings: Based on the results, the extracted model with 5 dimensions, 16 components and 60 indicators has been proposed as a model for entrepreneurship education.

Conclusion: After finalizing the data analysis and extracting the conceptual model, in order to measure the validity of the model, ten faculty experts in the form of a focus group on the dimensions, components and indicators of the model, agreed and agreed. It is suggested that this model be used in designing and evaluating entrepreneurship training programs.

Keywords: Theme analysis - Entrepreneurship education - Template Design.

کاربرد تحلیل مضمون در شناسایی و تبیین ابعاد،

مولفه‌ها و شاخص‌های آموزش کارآفرینی

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۹/۲۲
 تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۲/۱۳
 * نویسنده مسئول: h.ali@khu.ac.ir

مقدمه

با شروع صنعتی شدن جوامع به ویژه پس از جنگ جهانی دوم، پدیده فقر، جوامع بشری را بیشتر از پیش به خود مشغول کرده و این ویژگی به ویژه در کشورهای در حال توسعه پررنگ‌تر است. برخی از این جوامع با توجه به سطح قرارگیری در مدار توسعه، به حل این معضل پرداخته و در صدد بهبود شرایط زندگی مردم کشورشان بر آمده‌اند. اما در بسیاری موارد خصوصاً در کشورهای جهان سوم به دلایل مختلف، گروه کثیری از مردم از اثرات توزیعی راهبردهای رشد اقتصادی برخوردار نشده‌اند و این امر منجر به بروز شکاف‌های اقتصادی، اجتماعی و گسترش پدیده فقر شده است. این در حالی است که راهبردهای امیدبخش در آموزش کارآفرینی، در بسیاری از کشورها اثربخشی خود را در کاهش فقر نشان داده‌اند (۱، ۲).

تجربه موفقیت آمیز اغلب کشورهای پیشرفته و نیز برخی از کشورهای در حال توسعه در عبور از بحران‌های اقتصادی به واسطه توسعه آموزش‌های کارآفرینی در آن کشورها، موجب شده تا سایر کشورها نیز برای کارآفرینی، کارآفرینان و شکل‌گیری کسب و کارهای نوآورانه اهمیت خاصی قائل شوند. در عین حال که تحقیقات حوزه کارآفرینی نشان می‌دهد که آموزش کارآفرینی می‌تواند منبعی برای ارتقای درآمد و تولید ثروت و توسعه توانمندی‌های فردی از جمله بهزیستی روانشناختی، خود تنظیمی و خودرقابندی نیز باشد (۳)، همزمان پژوهش‌ها نشان می‌دهند که در صورت نبود مدل‌های بومی و مناسب، این آموزش‌ها ممکن است گسترش‌دهنده فقر باشد (۴).

آموزش‌های فنی و حرفه‌ای یکی از فرآیندهای تربیت نیروی متخصص و عامل مؤثری در جهت رشد مهارت‌های افراد برای ترویج اشتغال در بخش‌های مختلف و در نتیجه کاهش بیکاری است. بنا بر این کارآفرینی یکی از مفاهیمی است که لازم است در برنامه‌های درسی دوره‌های فنی و حرفه‌ای گنجانده شود. این مفهوم در چند دهه اخیر مورد توجه بسیاری از مؤسسات آموزشی در کشورهای مختلف جهان قرار گرفته و بنا بر نظر متخصصان این حوزه، بسیاری از قابلیت‌ها و مهارت‌های کارآفرینی، قابل آموزش است (۵).

در چند دهه اخیر دانشگاه‌ها نیز ضمن توجه به تقاضای روزافزون جامعه برای دوره‌های آموزش کارآفرینی و کسب و کارهای کوچک اقتصادی به ایجاد مراکز کارآفرینی مبادرت ورزیده و سیستم‌های آموزشی پیش از دانشگاه و موازی دانشگاه نیز در فکر توسعه مهارت‌های کارآفرینی و پیش نیازهای آن بوده‌اند، به طوری که امروزه آموزش‌های کارآفرینی و تحقیق در خصوص الگوهای مناسب آن، به بخشی از برنامه‌های درسی مؤسسات آموزشی بخصوص در مراکز فنی و حرفه‌ای تبدیل شده است (۶).

مرور ادبیات موضوع

گسترش بیکاری و نگرانی در زمینه کاهش اشتغال فارغ التحصیلان یکی از مسائلی است که آموزش کارآفرینی را در مرکز سیستم‌های

عبدالطیف کُر^۱

دانشجوی دکتری، گروه مدیریت آموزش عالی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

علی حسینی خواه^۲

استادیار، گروه آموزشی برنامه ریزی درسی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

فرشته کردستانی^۳

استادیار، گروه مدیریت آموزشی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

یلدا دلگشایی^۴

استادیار، گروه مدیریت آموزشی و آموزش، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

چکیده

هدف: تحقیق حاضر با هدف شناسایی و تبیین ابعاد، مولفه‌ها و شاخص‌های آموزش کارآفرینی در مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای دولتی شهر تهران انجام شده است.

مواد و روش‌ها: روش پژوهش به لحاظ هدف، بنیادی و از نظر نحوه گردآوری اطلاعات، از نوع کیفی است. در این تحقیق پس از نمونه‌گیری هدفمند، فرآیند مصاحبه با خبرگان کلیدی و مطلع تا هنگام شناسایی و توصیف کامل ابعاد، مولفه‌ها و شاخص‌ها و حصول اشباع نظری استمرار یافته است. بدین منظور ضمن پیاده‌سازی مصاحبه‌ها در نرم‌افزار MAXQUDA12، اطلاعات به دست آمده تجمیع و مورد بررسی مجدد قرار گرفته و به صورت دسته‌های عمده‌تر طبقه‌بندی شده است. در نهایت دسته‌های به دست آمده بازبینی شده و موارد تکراری حذف شده و موارد مشابه درهم ادغام و ابعاد موضوع مشخص شده و چارچوب مولفه‌ها و شاخص‌های به دست آمده تبیین شده است. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش کیفی با استفاده از کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی است.

یافته‌ها: بر اساس نتایج حاصله، مدل استخراج شده دارای ۵ بعد، ۱۶ مولفه و تعداد ۶۰ شاخص به عنوان الگوی آموزش کارآفرینی پیشنهاد شده است.

نتیجه‌گیری: پس از نهایی شدن تحلیل داده‌ها و استخراج مدل مفهومی، به منظور سنجش اعتبار مدل، با ده نفر از خبرگان هیات علمی در قالب یک گروه کانونی در خصوص ابعاد، مولفه‌ها و شاخص‌های مدل، هم‌اندیشی و توافق صورت پذیرفت. پیشنهاد می‌شود که در طراحی و ارزیابی برنامه‌های آموزش کارآفرینی از این الگو استفاده شود.

واژگان کلیدی: تحلیل مضمون - آموزش کارآفرینی - طراحی الگو

(۱۹). تاوسین و همکاران در تحقیقی ضمن تأکید بر ضرورت دانشگاه‌های کارآفرین نقشه‌راه رسیدن به دانشگاه کارآفرین را مورد بررسی قرار داده‌اند (۲۰). هالوارسون و همکاران بیان می‌کنند که کارآفرینی بدون وجود الگوهای بومی و محلی و رعایت عوامل اجتماعی - فرهنگی ممکن است به جای رفاه اقتصادی، فقر را گسترش دهد (۴). امیری لرگانی و همکاران ارتباط چهار متغیر فرهنگ سازمانی، سبک رهبری، سطح تضاد و قوانین و مقررات را با کارآفرینی سازمانی مثبت و معنی دار بیان کرده‌اند (۲۱). پورشریعت، محبوب و مصطفایی عوامل ساختاری موثر بر کارآفرینی دانشگاهی را ساختار سازمانی، تجهیزات و امکانات فیزیکی، راهبردهای سازمانی، فرآیندهای کاری، سامانه نظارتی، سامانه پژوهشی، سامانه پرداخت، سیستم مالی، مدیریت منابع انسانی و مدیریت اطلاعاتی دانسته‌اند (۲۲).

شیرا و همکاران بیان می‌کنند که توانایی کارآفرینی با ویژگی‌های شخصیتی نظیر بهزیستی روانشناختی، خودتنظیمی و خودرقابتی رابطه ای معنی‌دار دارد (۳). تاجیک، زاده کلام و تاجیک در تحقیقی به این نتیجه رسیده‌اند که زنان و مردان در حد زیادی از قابلیت‌های کارآفرینی برخوردارند (۲۳). رحمانیان و زارعی به این نتیجه رسیدند که هریک از سازه‌های فردی و اجتماعی (سرمایه اجتماعی، هنجارهای ذهنی، حمایت خانوادگی ادراک شده، باور به خود کارآمدی و تأکید بر نهادهای محلی) اثر مثبت و معناداری بر کارآفرینی داشته‌اند (۲۴). سعیدی کیا بر ویژگی‌های شخصیتی افراد کارآفرین تأکید داشته و آن‌ها را طبقه بندی کرده‌است (۲۵). نیلچیان و همکاران دوازده ویژگی را برای کارآفرینان در نظر گرفته‌اند که برخی از آن‌ها عبارتند از کانون کنترل، رویاپردازی، سلاست فکری، ریسک پذیری متعادل، توفیق طلبی، چالش طلبی و تحمل ابهام (۲۶).

الینمار و همکاران در پژوهشی با عنوان بررسی موانع کارآفرینی و تمایل به کارآفرینی به این نتیجه رسیدند که چهار عامل اصلی (شبکه‌های اجتماعی، کمبود بودجه، ریسک‌پذیری، ثبات اقتصادی و سیاسی) به‌طور قابل توجهی در تمایل افراد به کارآفرینی تأثیر دارند (۲۷). خوشمرام، زرافشانی، میرک‌زاده و علی بیگی به این نتیجه رسیده‌اند که مؤلفه‌های اصلی الگوی تشخیص فرصت‌های کارآفرینی عبارتند از سرمایه انسانی، سرمایه اجتماعی، حمایت‌های محیطی، ویژگی‌های روانشناختی (۲۸).

لازم به ذکر است که محقق در فرآیند بررسی پیشینه با توجه به ادبیات نظری و پیشینه پژوهش مؤلفه‌هایی را که بیشترین فراوانی را در بین پژوهش‌های انجام شده داشتند را شناسایی کرده و به عنوان مؤلفه‌های اولیه برای ارائه الگوی پیشنهادی مورد استفاده قرار داده‌است. لذا از برآیند مجموع مطالعات اولیه در خصوص مؤلفه‌های مرتبط با آموزش کارآفرینی می‌توان به مؤلفه‌های زیر اشاره کرد که در قالب جدول ۱ تنظیم شده‌اند:

- الف: عوامل فردی
- ب: عوامل اقتصادی
- ج: عوامل اجتماعی
- د: عوامل سازمانی

آموزشی قرار داده است و انتظارات جدیدی را به همراه داشته‌است که ایجاب می‌کند که نظام‌های آموزشی برای ترویج کارآفرینی، آموزش مهارت‌های کارآفرینی در دانشجویان را در اولویت قرار دهند، در حالی که گاه، این آموزش‌ها کارایی لازم را نداشته‌اند (۷) چنانچه تحقیقات نشان می‌دهد، با وجودی که دانشجویان از روحیه کافی برای یادگیری کارآفرینی برخوردارند (۸، ۹) ولی وضعیت موجود آموزش کارآفرینی مطلوب نیست و با وضعیت مطلوب فاصله زیادی دارد (۷، ۱۰، ۱۱). لذا به نظر می‌رسد یکی از ضعف‌های آموزش کارآفرینی نبود الگوی جامع آموزش‌های کارآفرینانه است. تحقیقات متعددی که در حوزه‌های مختلف آموزش کارآفرینی از انتخاب اهداف و روش‌های آموزشی تا ارزشیابی آن، انجام شده، نتایج ارزنده‌ای را در بر داشته‌است:

بر اساس رویکرد اتحادیه اروپا برای آموزش کارآفرینی به نوجوانان در مقطع متوسطه، کارآفرینی بخشی از درس اختیاری علوم اقتصادی به شمار می‌رود و مفهوم کارآفرینی و سواد اجتماعی - اقتصادی به صراحت به عنوان هدفی بین رشته‌ای مشخص شده‌است و دو واحد اصلی پیشنهادی عبارتند از کارآفرینی و حس کارآفرینانه (۱۲). گریوبینتز و همکاران در پژوهش خود نشان می‌دهند که برگزاری دوره‌های آموزش کارآفرینی برای دانشجویان، تأثیرات قابل توجهی بر روی درک و شناخت آنان از کارآفرینی دارد (۱۳). موریس و همکاران معتقدند که معلمان نقش مهمی در تشویق فراگیران به کارآفرینی دارند که عمده آن شامل تشویق خلاقیت، ارائه ابزارهای لازم به منظور تفکر اصیل و آزمون ایده‌های کسب و کار، تشویق رشد شخصیت نوآورانه و منحصر به فرد، ایجاد روابط عمومی بالا و ارتباط بین مفاهیم درسی و تجارب کارآفرینانه است (۱۴).

در تحقیق (Zhang, 2014) ارائه مبانی آموزشی، ابزارها و منابع لازم برای رشد کسب و کار، آشنایی با فرهنگ کسب و کار و کارآفرینی کشورهای دیگر و ایجاد شبکه‌ای از کارآفرینان داخلی، مربیان، صاحب‌نظران و رهبران مشاغل جزو اهداف آموزش کارآفرینی ذکر شده‌اند. شرفی و همکاران مهم‌ترین اهداف، آموزش کارآفرینی را افزایش آگاهی کارآفرینانه، ایجاد نگرش مثبت نسبت به یادگیری مادام‌العمر، مهارت در شناسایی فرصت‌ها و تفکر واگرا، تقویت جرأت و قدرت تصمیم‌گیری دانسته‌اند (۱۵). منوری‌فرد و همکاران در تحقیقی به این نتیجه رسیده‌اند که مؤلفه‌های برنامه درسی بر روحیه کارآفرینی دانشجویان تأثیر دارد (۱۶). وفایی در تحقیقی بیان می‌کند که برای آموزش کارآفرینی به کارآفرینان تازه‌کار باید از روش‌های یاددهی و یادگیری اثربخش استفاده شود (۱۷).

نادری بیان می‌کند که آموزش و پژوهش کارآفرینانه به عنوان فعالیت‌های اصلی و فعالیت‌های کارآفرینانه نهادهای واسطه‌ای به عنوان فعالیت‌های پشتیبانی می‌توانند در کارآفرینی دانشگاهی نقش عمده‌ای را ایفاکنند (۱۸).

کومیتا و کومیتا در تحقیقی به این نتیجه رسیدند که مدارس بازرگانی درگیر در برنامه کارآفرینی پایدار، به تشویق فراگیران به حل مسایل اجتماعی با اولویت دادن به کارآفرینی پایدار می‌پردازند

جدول ۱. مولفه‌های چارچوب نظری آموزش کارآفرینی

ردیف	الگوها و تحقیقات	مؤلفه‌های استخراج شده
۱	بهزیستی روانشناختی، خودتنظیمی و خودرقابتی (شیرا و همکاران، ۲۰۱۹)، مدیریت ریسک (تاجیک و همکاران، ۲۰۰۶ و موریس و همکاران، ۲۰۱۳)، کانون کنترل، رویاپردازی، سلاست فکری، ریسک‌پذیری متعادل، توفیق طلبی، چالش طلبی و تحمل ابهام (نیلیچیان و همکاران، ۱۳۹۱)	ویژگی‌های فردی
۲	تاثیرات ریسک‌های سیاسی اجتماعی (زبیری، ۱۳۹۶) و نرخ تورم، نرخ بهره، مالکیت معنوی، قوانین و مقررات (نصیرزاده، ۱۳۹۲)، دارایی و پس انداز (سعیدی کیا، ۱۳۸۸)	عوامل و مؤلفه‌های اقتصادی
۳	لزوم مدل‌های اجتماعی بومی (Halvarsson et al., 2018)، سرمایه اجتماعی، شبکه‌های حامی کارآفرینی، تجربه کاری (سعیدی کیا، ۱۳۸۸)، سرمایه اجتماعی، رحمانیان و زارعی (۱۳۹۷) و سرمایه اجتماعی (خوشمرام و همکاران، ۱۳۹۶)	عوامل و مؤلفه‌های اجتماعی
۴	مدیریت استراتژیک و نقشه‌راه (Taucean et al., 2017)، سبک رهبری، فرهنگ سازمانی، قوانین و مقررات (امیری لرگانی و همکاران، ۱۳۹۷)، عدالت سازمانی (محبوب خواه و بیگ زاده، ۱۳۹۶) و برنامه‌های راهبردی، نظام مدیریت (کارشناسان و علیزاده، ۱۳۹۵)	عوامل و مؤلفه‌های سازمانی
۵	اهداف و محتوا (نادری، ۱۳۹۲)، اهداف و روش‌های تدریس (ذبیحی و همکاران، ۱۳۸۳)، آموزش بین رشته‌ای (Luczkiw, 2008)، پرورش حس کارآفرینی (EU Youth report, 2015)	عوامل و مؤلفه‌های آموزشی

با توجه به رویکرد کشور در حرکت به سوی اقتصاد مقاومتی و دانش‌بنیان و به‌منظور گسترش قابلیت‌های کارآفرینی در کارورزان، با تجدیدنظر در الگوهای آموزشی و برنامه‌های آموزش کارآفرینی مطابق با الگوها و چارچوب‌های بین‌المللی، ضمن در نظر گرفتن ضروریات محلی و منطقه‌ای، ضرورت دارد که روحیهٔ خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی را در فراگیران رشد داد. از این رو سوال اصلی تحقیق حاضر این است که الگوی بومی آموزش کارآفرینی در مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای تهران چگونه است؟ و ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های آن کدامند؟

مواد و روش‌ها

از آنجا که عنوان پژوهش در مورد شناسایی و تبیین الگوی بومی آموزش کارآفرینی در مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای تهران است، پژوهش حاضر از نظر ماهیت کیفی، از حیث بُعد مطالعه از نوع کتابخانه‌ای و میدانی، بر اساس هدف پژوهش، بنیادی و از نظر زمان گردآوری داده‌ها، مقطعی است. همچنین روش تحلیل داده‌های مصاحبه از نوع تحلیل مضمون است. برای انجام پژوهش و به منظور تدوین یک چارچوب منطقی مبتنی بر اهداف بیان شده، از رویکرد کیفی و رهیافت سیستماتیک بر اساس مصاحبه با خبرگان و تشکیل گروه کانونی اقدام شد. بر این اساس با هدف کشف ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های الگوی آموزش کارآفرینی، نخست ادبیات و پیشینه پژوهش مطالعه شده و همزمان اسناد و مدارک و تحقیقات مرتبط مورد بررسی قرار گرفته‌است و پس از این مرحله و تدوین مستندات لازم، زمینه استخراج عوامل و مؤلفه‌های الگوی آموزش کارآفرینی و ارائه مدل مفهومی ناشی از آن، فراهم شده‌است. همچنین به منظور

در مجموع بررسی تحقیقات و نظریات این حوزه نشان می‌دهد که کارآفرینی صرفاً با آموزش دانسته‌ها حاصل نمی‌شود و باید در کنار آن به پرورش مهارت‌ها و نگرش‌های کارآفرینانه در قالب الگوهای مناسب پرداخت. با این وجود استفاده از فناوری‌های نو و ایجاد کسب و کار جدید بدون آموزش و پژوهش در عمل، دست‌نیافتنی است. از این رو با مراجعه به اطلاعات موجود درباره افزایش رشته‌های دانشگاهی در حوزه کارآفرینی در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه، اهمیت نظام آموزشی و پژوهشی در توسعه کارآفرینی و تربیت کارآفرینان بیشتر مشخص می‌شود. به عبارت دیگر ارتباط مستقیمی بین پیشرفت فناوری و ضرورت آموزش کارآفرینان مطابق الگوهای جدیدتر وجود دارد.

یکی از ضرورت‌های تحقیق حاضر از این جهت است که این تحقیق مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای را نشانه رفته‌است که ماهیتاً چنین مراکزی برای پرورش فراگیران کارآفرین فعالیت می‌نمایند، چرا که کارآفرینی یکی از مباحث زیربنایی است که در تمام رشته‌های فنی و حرفه‌ای که به منظور ایجاد اشتغال فعالیت می‌کنند، لحاظ می‌شود. زیرا بازارکار نیازمند افرادی است که علاوه بر اینکه بتوانند به‌طور مستقل به ایجاد کسب و کار اقدام نمایند، قادر باشند مشکلات و موانعی که در بازار کار با آن مواجه می‌شوند، را نیز مرتفع نمایند. از این رو ضرورت دیگر تحقیق حاضر در این است که برای اینکه آموزش‌های فنی و حرفه‌ای اثربخشی بیشتری داشته‌باشند، باید الگوهای آموزش کارآفرینی در برنامه آموزشی این دوره‌ها، مطابق ویژگی‌های فرهنگی- اجتماعی کشور، بومی سازی شود.

پژوهشگران تحلیل مضمون، فرآیندی سه مرحله‌ای را برای تحلیل مضمون ارائه داده‌اند که شامل کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی، به منظور یکپارچه‌سازی از طریق مضامین فراگیر است (۳۰).

در کدگذاری باز تلاش شده است که مقوله‌هایی از گفته‌های مشارکت‌کنندگان که حایز اهمیت است توصیف و کدبندی شود ولی تفسیر معانی این مقوله‌ها مورد نظر نبوده‌است. در مرحله کدگذاری محوری تلاش شد که کمی فراتر از توصیف صرف گفته‌های مصاحبه‌شونده عمل کرده و بر تفسیر معانی آن‌ها تمرکز شود. در این تحقیق در مرحله کدگذاری محوری، کدهای باز تولید شده در مرحله قبل، از طریق تفسیر معانی کدهای باز و طی مقایسه مستمر و چندباره با آن‌ها، در یکدیگر ادغام یا در ذیل یکدیگر قرار گرفته‌است. در مرحله سوم یعنی کدگذاری انتخابی، تعدادی مضامین فراگیر شناسایی شدند که مفاهیم کلیدی تحقیق را بیان می‌کرد. این مضامین بر پایه مضامین تفسیری بنا شده و سطح تجرید بالاتری دارد. در این مرحله به طور مستقیم از هر ایده تئوریک که زیربنای تحقیق را تشکیل می‌دهد استفاده شده‌است. در ادامه تلاش شده که تعداد کدهای فراگیر تا حد ممکن محدود شده و این کدها به یک حداقل معقولی از مصاحبه‌ها مرتبط باشند.

شایان ذکر است که مراحل سه‌گانه کدگذاری باز، محوری و انتخابی به صورت متداخل انجام گرفته، بدین معنا که ابتدا کلیه کدها در تمامی مصاحبه‌ها به صورت توصیفی کدگذاری شده و پس از اتمام کدگذاری توصیفی، مقایسه مستمر آن‌ها محقق را به کدهای تفسیری رهنمون کرد و بدین ترتیب رفته‌رفته مجموعه خوشه‌ها کامل و کامل‌تر شده و با تفسیر و خوشه‌بندی آن‌ها در یک سطح بالاتر، مضامین فراگیر پدید آمده‌است.

همچنین طی فرآیند انجام پژوهش، و به منظور رعایت اخلاق پژوهشی، قبل از شروع مصاحبه‌ها، هماهنگی‌های لازم با مصاحبه‌شوندگان از طریق تماس تلفنی و ارسال قبلی سوالات و پرسش‌های مصاحبه طی نامه‌ای به مصاحبه‌شوندگان به عمل آمده و رعایت امانت و تعهد محقق در جهت حفظ نظرات آنان مورد تأیید قرار گرفته شده‌است.

یافته‌ها

چنانچه ذکر شد، تحلیل مضمون در قالب سه مرحله کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی انجام شد. در مرحله کدگذاری باز، ابتدا تک‌تک مصاحبه‌های انجام شده به ترتیب، توسط یک کارشناس متبحر در این کار، پیاده‌سازی شده و پس از پیاده‌سازی هر مصاحبه، متن پیاده شده به نرم افزار وارد شده و مورد تحلیل قرار گرفته‌است. در واقع با مطالعه دقیق و خط به خط جملات مصاحبه‌ها مضامین توصیفی توسط محقق به هر قطعه از جملات نسبت داده شده و البته گاهی جملات از منظر مختلف، کدهای مختلف را به خود گرفته و به داده‌هایی که از نظر مفهوم شبیه به یکدیگر هستند، با نام‌های متناسب، برچسب زده شده‌است. مفاهیم استخراج شده در این قسمت در جدول ۲ طبقه‌بندی شده‌است.

غنا بخشیدن به ابعاد و مولفه‌های شناسایی شده از ادبیات تحقیق و توسعه مدل مفهومی، از خبرگان حوزه آموزش کارآفرینی با استفاده از روش نمونه‌گیری غیرتصادفی هدفمند و با بهره‌گیری از افرادی که برای ارائه اطلاعات مورد نیاز در بهترین موقعیت قرار دارند، در قالب مصاحبه اکتشافی، نظرخواهی به عمل آمده‌است.

تعداد افراد مورد مصاحبه یا همان حجم نمونه به اشباع نظری مباحث مطرح شده بستگی دارد که در این پژوهش تعداد خبرگان در زمینه آموزش کارآفرینی هجده نفر است (جدول ۲) در حالی که مصاحبه‌ها تا نفر بیست و یکم انجام شده و در سه مصاحبه آخر اطلاعات تازه‌ای به دست نیامده و کد جدیدی اضافه نشده‌است. در انتخاب این نمونه، ملاک اصلی گزینش خبرگان شامل داشتن تجربه تحقیقاتی در زمینه کارآفرینی، عضویت هیات علمی دانشگاه یا مراکز تحقیقاتی در حوزه کارآفرینی، و آموزش و مدیریت مراکز فنی و حرفه‌ای بود. دلیل انتخاب این افراد این بود که این اعضا مستقیماً با آموزش کارآفرینی سروکار دارند و انگیزه لازم برای تبیین الگوی آموزش کارآفرینی و ارزیابی‌های این حوزه را دارند و انتظار می‌رود که به دلیل دارا بودن تجربه و گذراندن فرآیندهای مختلف در حوزه آموزش و پژوهش، از دانش و مهارت تخصصی در این حوزه برخوردار بوده و اطلاعات دقیق و مناسبی در این خصوص ارائه بدهند.

جدول ۲. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی خبرگان

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۵۵/۵
	زن	۴۴/۵
سن	کمتر از ۳۵ سال	۱۱/۱
	۳۵ تا ۴۵ سال	۶۱/۲
	۴۵ سال و بیشتر	۲۷/۷
سابقه کاری	۱۰ تا ۲۰ سال	۳۸/۸
	بالای ۲۱ سال	۶۱/۲
	جمع	۱۰۰

برای جمع‌آوری داده‌های کیفی پژوهش، از مصاحبه‌های نیمه ساختارمند استفاده شده‌است و در حین انجام مصاحبه، پژوهشگر با پرسیدن سوال‌های راهنما، صحت برداشت‌های خود را از گفته‌های مصاحبه‌شوندگان کنترل می‌کرد. همچنین پژوهشگر در حین فرآیند نمونه‌گیری از شرکت‌کنندگان، داده‌ها را مورد تحلیل قرار داده‌است تا مواردی که ناقص بوده با دریافت اطلاعات جدید کامل شود. بعد از انجام تعداد هجده مصاحبه از خبرگان مورد نظر، عوامل اصلی و فرعی به دست آمده از مصاحبه‌های قبلی در مصاحبه‌های جدید تکرار می‌شد و پژوهشگر در سه مورد از مصاحبه‌های آخر به اشباع نظری دست یافته و کدهای جدیدی را استخراج نکرد. برای اطمینان از کفایت داده‌های مشابه و تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی، از نرم افزار MAXQDA12 برای کدگذاری و دسته‌بندی استفاده شد. روش‌های تحلیل داده‌های تحقیق حاضر از نوع تحلیل مضمون است. کینگ و هوروکز با بررسی و جمع‌بندی تلاش‌های دیگر

حاصل این مرحله تولید ۲۷۲ ارجاع در قالب ۷۸ کد بود که از ارجاع به مصاحبه‌ها استخراج گردید.

جدول ۳. کدهای باز، ارجاع داده شده از طرف مشارکت کنندگان

کدهای باز	کدهای باز	کدهای باز
فرصت‌های فضای مجازی برای محتوا	توانایی طراحی شغل	ارزشیابی عملکرد
توجه به خوداشتغالی	توانایی مدیریت و رهبری	قوانین مالکیت معنوی
توجه به کارآفرینی در همه بخش‌ها از جمله کشاورزی، ورزش، ...	آشنایی با مهارت‌های تدوین و طراحی کسب و کار	قابلیت‌های شخصیتی مثل انگیزه موفقیت و توفیق‌طلبی
قوانین و مقررات مالی شفاف و حامی	جو سازمانی	قوانین و مقررات سازمان
تجربه کاری و شغل قبلی	استعداد ذاتی و روحیه کارآفرینی	اهداف بلندمدت و نوآورانه
خودارزیابی	چک لیست	اعتماد و انسجام اجتماعی
کارهای عملی در کارگاه‌ها	مشاهده	مدیریت استراتژیک
کاربردی و فعال بودن محتوا	حل مسئله	انعطاف‌پذیری
حرکت اجتماعی و پویایی جامعه	خلاقیت و پویایی	میزان دارایی و پس انداز
وجود سیاست‌های بلندمدت کلان و ملی	آزادی عمل یاددهنده و فراگیر	ارتباط با صنعت و بازار
اهمیت کسب و کارهای کوچک	داشتن دوستان کارآفرین	مهارت ارتباطی بالا
مصاحبه با کارآفرینان موفق	داشتن سرمشق	پوشه کار
اهداف مبتنی بر نیازسنجی	دستوری نبودن اقتصاد	بازدیدها و اردوهای کارآفرینی
مهم بودن بهره‌وری سازمان و افراد	دیدگاه تعاملی و کار تیمی	به‌روزرسانی محتوا
رویکرد کار محور و فعالیت محور	روابط و سرمایه اجتماعی	پذیرش نوآوری
نتیجه‌گرایی و عمل‌گرایی	روش مطالعه موردی	پذیرش و مدیریت ریسک
نامناسب بودن نظام استخدام و ارتقا	نارضایتی از شغل قبلی	پرسش و پاسخ
مهارت‌های ذهنی مثل (خودتنظیمی، خودکارآمدی، عزت نفس و ...)	بازخورد ارزیابی برای بهبود یادگیری و رفع نقاط ضعف	استفاده از محیط‌های شبیه‌سازی شده
تحمل کار سخت و سختکوشی	سیک رهبری سازمان	وجود کتاب کار
نرخ تورم و نرخ بهره مناسب	سمینار و کارگاه کارآفرینی	نرخ بیکاری
شبکه‌های ارتباطی پیرامون فرد	سیستم مالیاتی مناسب	تصمیم‌گیر
شبکه‌های اجتماعی توسعه کارآفرینی	شبکه ارتباطی وسیع	تفویض اختیار
هدف ارزشیابی تنها ارتقا نیست	نظام ارزشی رقابت‌پذیر	تلفیق در اهداف
هدف ارزشیابی اختصاص نمره نیست	وجدان کاری	تلفیق در روش‌ها
مهارت پرهیز از شکست یا تحمل آن	عقاید مذهبی اقتصادی	نرخ سرمایه‌گذاری‌ها
ارزش‌های اخلاقی و فرهنگی کارآفرینی	استفاده از رویکردهای فعال آموزشی	فرصت‌شناسی

- در این تحقیق با استفاده از مقایسه مستمر و چندین باره کدهای توصیفی تولید شده در مرحله قبل، کدهای تفسیری ایجاد شدند. برای تولید کدهای تفسیری، چندین کد توصیفی در ذیل چتر یک کد تفسیری جمع شده و آن را تشکیل داده‌اند. این محورها عبارتند از:
- ویژگی‌های روانی
- قابلیت‌ها و استعدادها
- تجربه‌ها و یادگیری
- عوامل اقتصادی خرد و کلان
- شرایط فرهنگی
- شرایط فکری و فلسفی
- قوانین و مقررات

با توجه به مفاهیم بدست آمده از مرحله قبل، در مرحله کدگذاری انتخابی، با انجام بارها مطالعه و بررسی مجدد و فرآیند رفت و برگشت بین مفاهیم و مقولات، با در نظر گرفتن مطالعات مختص

معرف ابعاد آموزش کارآفرینی و ۱۶ کد محوری که معرف مولفه- های ابعاد بود. همچنین تعداد ۷۸ کد باز مشخص شد که پس از ادغام به ۶۰ کد باز کاهش یافت. شرح چگونگی شکل گیری ابعاد، مولفه- ها و شاخص‌ها در جدول ۳ نشان داده شده‌است.

به هر مقوله، نتایج مطالعات اصلی و اساسی مربوط به آن مقوله در کنار هم قرار گرفته و با بررسی نقش عوامل و اثر آن بر الگوی آموزش کارآفرینی، ارتباط بین مقولات و استراتژی‌ها شناسایی و تحلیل شده‌است. در نهایت، حاصل کار تعداد ۵ کد اصلی بود که

جدول ۴. ابعاد، مولفه‌ها و شاخص‌های حاصل از کدگذاری انتخابی

کدهای انتخابی	کدهای محوری	کد باز
		مهارت‌های پرهیز از شکست یا تحمل آن
ویژگی‌های روانی		مهارت‌های ذهنی مثل (خودتنظیمی، خودکارآمدی، عزت نفس و ...)
		قابلیت‌های شخصیتی مثل انگیزه پیشرفت و توفیق طلبی
		خلاقیت و پویایی
	قابلیت‌ها و استعدادها	پذیرش و مدیریت ریسک
		استعداد ذاتی و روحیه کارآفرینی
ویژگی‌های فردی		توانایی مدیریت و رهبری
		دیدگاه تعاملی و کار تیمی
		یافتن موقعیت‌هایی که دیگران متوجه آن نشده‌اند (فرصت شناسی)
		داشتن سرمشق
	تجربه‌ها و یادگیری	تجربه کاری و شغل قبلی
		داشتن دوستان کارآفرین
		حل مسئله و انعطاف‌پذیری
		شبکه ارتباطی وسیع
		میزان دارایی و پس انداز
	خرد	توجه به خوداشتغالی
		اهمیت کسب و کارهای کوچک
		دستوری نبودن اقتصاد
عوامل اقتصادی		نرخ تورم و نرخ بهره مناسب
	کلان	سیستم مالیاتی مناسب
		نرخ بیکاری
		نرخ سرمایه گذاری‌ها
		نظام ارزشی رقابت‌پذیر
	شرایط فرهنگی	وجود ارزش‌های اخلاقی و فرهنگی کارآفرینی
		عقاید مذهبی اقتصادی
		وجدان کاری
	شرایط فکری و فلسفی	روابط و سرمایه اجتماعی
عوامل اجتماعی		اعتماد و انسجام اجتماعی
	قوانین و مقررات	قوانین و مقررات مالی شفاف و حامی
		قوانین مالکیت معنوی
		توجه به کارآفرینی در همه بخش‌ها از جمله کشاورزی، ورزش، ...
	روابط و شبکه‌های اجتماعی	شبکه‌های اجتماعی توسعه کارآفرینی
		حرکت اجتماعی و پویایی جامعه

کدهای انتخابی	کدهای محوری	کد باز
	فرهنگ سازمان	جو سازمانی
	ساختارها	سبک رهبری سازمان
	مدیریت	مهم بودن بهره‌وری سازمان و افراد
	هدفگذاری	قوانین و مقررات سازمان
		زیرساخت قوی برای ارتباط با صنعت و بازار
		نامناسب بودن نظام استخدام و ارتقا
		وجود سیاست‌های بلندمدت کلان و ملی
		مدیریت استراتژیک
		تفویض اختیار
		نتیجه‌گرایی و عمل‌گرایی
		اهداف مبتنی بر نیازسنجی
		اهداف بلند مدت و نوآورانه
		تلفیق در اهداف
		آزادی عمل یاددهنده و فراگیر
		به روز رسانی محتوا
		کاربرد و فعال بودن محتوا
		فرصت‌های فضای مجازی برای محتوا
		وجود کتاب کار
		روش‌های نوین یاددهی - یادگیری
		رویکرد کار محور و فعالیت محور
		استفاده از رویکردهای فعال (مشارکتی و گروهی و ...)
		تلفیق در روش‌ها
		روش‌های نوین ارزشیابی
		ارزشیابی از حیثه عاطفی و مهارتی
		خودارزیابی
		هدف ارزیابی تنها اختصاص نمره نباشد
		دادن بازخورد

نتیجه‌گیری

هدف تحقیق حاضر، ارائه الگوی آموزش کارآفرینی مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای تهران است. در این پژوهش روش داده بنیاد با رویکرد تحلیل مضمون استفاده شده و در مجموع تعداد ۷۸ کد باز با ۲۷۲ ارجاع برای الگوی آموزش کارآفرینی مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای شناسایی شد که در کدگذاری ثانویه به ۵ بُعد، ۱۶ مولفه و ۶۰ شاخص برای آموزش کارآفرینی منتهی گردید. بر این اساس ابعاد الگوی آموزش کارآفرینی عبارتند از:

- ویژگی‌های فردی
- عوامل اجتماعی
- عوامل اقتصادی
- عوامل سازمانی

عوامل آموزشی

مهمترین یافته‌های پژوهش پس از مرور دقیق ادبیات و پیشینه داخلی و خارجی و انجام مصاحبه با خبرگان و صاحب‌نظران حوزه‌های مرتبط با آموزش کارآفرینی، تدوین مدلی مشتمل بر ابعاد، شاخص‌ها و مولفه‌های آموزش کارآفرینی است. با توجه به یافته‌های حاصل از پژوهش و مقایسه با پژوهش‌های انجام شده که در پیشینه پژوهش ذکر شده‌است یافته‌های پژوهش به صورت زیر تبیین است. بُعد اول عوامل فردی است که بیان‌کننده ویژگی‌های روانی چون مهارت‌های پرهیز یا تحمل شکست، مهارت‌های ذهنی از جمله خودتنظیمی، خودکارآمدی، عزت نفس و برخی قابلیت‌های شخصیتی مثل انگیزه پیشرفت است. همچنین در این طیف قابلیت‌ها و استعداد‌های فردی از جمله پویایی و خلاقیت، پذیرش و مدیریت

شامل شاخص‌های مدیریت استراتژیک، تفویض اختیار و نتیجه‌گرایی و عمل‌گرایی مدیریت سازمان است که به عنوان شاخص‌های بُعد سازمانی آموزش کارآفرینی مطرح است و با تحقیقات و یافته‌های Taucan et al., (۲۰)، امیری و همکاران (۲۱) و محبوب‌خواه و بیگزاد (۳۴) و پورشریعت و همکاران، (۱۳۹۵) که بر متغیرهایی چون تدوین نقشه‌راه سازمان، فرهنگ سازمانی، سبک رهبری، قوانین و مقررات کارآفرینی در سازمان، عدالت سازمانی، تامین مالی در سازمان، نظام مدیریت سازمان تاکید دارند. بُعد پنجم عوامل آموزشی است که بیان‌کننده چهار مولفه است. مولفه اول هدفگذاری است که شامل شاخص‌های اهداف مبتنی بر نیازسنجی، اهداف بلندمدت و نوآورانه، تلفیق اهداف و آزادی عمل یادگیرنده و داده‌هنده است. مولفه دوم شامل به‌روزرسانی محتوا، کاربردی بودن و فعال بودن محتوا، محتوای مبتنی بر فضای مجازی و وجود کتاب کار، مولفه سوم راهبردهای یاددهی یادگیری است که شامل روش‌های نوین یاددهی - یادگیری، رویکرد فعالیت محور و کار محور، استفاده از رویکردهای مشارکتی و گروهی و تلفیق روش‌ها و مولفه ارزشیابی شامل روش‌های نوین ارزشیابی، ارزشیابی از حیطه مهارتی و عاطفی، ترویج خودارزیابی و دادن بازخورد. محدود نکردن هدف از ارزشیابی به ارتقا و دادن نمره. مجموعه این شاخص‌ها با تحقیقات نادری (۱۸)، شرفی و همکاران (۱۵) Graevenitz et al., (۱۳) Zhang, (۳۱) EU Youth report, (۱۲) و سایر تحقیقات مرتبط با حوزه آموزش کارآفرینی هماهنگی دارد که بر برنامه آموزشی و اجزای آن از قبیل هدفگذاری، محتوای آموزشی، راهبردهای یاددهی- یادگیری و ارزشیابی آموزشی تاکید دارند.

تحقیقات پیش‌گفته که همسو با نتایج تحقیق حاضر بودند، از آن جهت با تحقیق حاضر تفاوت دارند که هرکدام جنبه‌هایی از آموزش کارآفرینی را بررسی کرده و تحقیق واحدی تحت عنوان پژوهش حاضر انجام نشده‌است و تحقیقات پیش‌گفته هر کدام متغیر یا متغیرهای جداگانه‌ای و ابعاد متفاوتی از آموزش کارآفرینی را مورد بررسی قرار داده‌اند و پیشینه‌ای در زمینه شناسایی مولفه‌ها و شاخص‌های آموزش کارآفرینی به صورت جامع یافته‌نشده. از این رو تحقیق حاضر با توجه به اهمیت موضوع الگوی آموزش کارآفرینی و با عنایت به فقدان انجام مطالعات دانشگاهی در این خصوص انجام پذیرفته‌است.

بنا بر این می‌توان نتیجه‌گیری کرد که بر اساس یافته‌های پژوهش، مدل ارائه شده می‌تواند در برنامه ریزی و ارزیابی آموزش کارآفرینی و رفع مشکلات و موانع احتمالی موجود و ارتقای بازدهی و کیفیت آن از جامعیت کافی برخوردار باشد. در این پژوهش سعی شده‌است که با نگاهی جامع ابعاد، مولفه‌ها و شاخص‌های آموزش کارآفرینی شناسایی و تبیین شده و در قالب مدلی مفهومی پیشنهاد شود به نحوی که برای علاقه‌مندان و پژوهشگران این حوزه مورد بهره‌برداری و استفاده قرار گیرد.

ریسک، روحیه و استعداد ذاتی کارآفرینی، توان مدیریت و رهبری نیز قرار می‌گیرند. از طرفی شاخص‌هایی چون تعامل و کار تیمی، فرصت‌شناسی، وجود سرمشق، داشتن دوستان کارآفرین، انعطاف‌پذیری و حل مسئله از این جمله‌اند. این نتایج با تحقیقات شیرا و همکاران (۳) در مورد خلاقیت و پویایی و خودرهبری، مدیریت ریسک، تاجیک اسماعیلی و همکاران (۲۳)، نیلچیان و همکاران (۲۶)، Zhang (۳۱) و Brandstatter (۳۲) و Morris et al., (۱۴) در خصوص کانون کنترل، رویاپردازی، سلاست فکری، ریسک‌پذیری متعادل، توفیق طلبی، چالش طلبی و تحمل ابهام به عنوان متغیرها و شاخص‌های فردی آموزش کارآفرینی، هماهنگی و همسویی دارد.

بُعد دوم عوامل اقتصادی است که بیان‌کننده عوامل اقتصادی در سطح خرد و کلان است. از جمله شاخص‌های مولفه خرد می‌توان به میزان دارایی و پس‌انداز فردی، اهمیت خود اشتغالی و اهمیت کسب و کارهای کوچک در افراد اشاره کرد. همچنین در سطح کلان می‌توان به شاخص‌هایی چون نرخ تورم و بهره بانکی، نرخ بیکاری، نرخ سرمایه‌گذاری در صنایع مختلف و دستوری نبودن اقتصاد اشاره کرد که در مجموع این نتایج با تحقیقات زبیری (۳۳) و El Nemar (۲۷) که بر متغیرهای حوزه اقتصادی چون نرخ تورم و نرخ بهره مناسب، ساختار و پویایی صنعت از جمله اندازه بازار، رشد بازار، ساختار بازار و صنعت، چهارچوب قانون و مقررات از جمله سیستم مالیاتی، سیستم حقوقی، حقوق مالکیت معنوی، قوانین و مقرراتی مثل کنترل قیمت‌ها، سیاست‌های حمایتی نظیر یارانه، مشوق‌های مالیاتی و غیره تاکید دارند.

بُعد سوم عوامل اجتماعی است که بیان‌کننده مولفه‌های: شرایط فرهنگی، نظام ارزشی رقابت‌پذیر، ارزش‌های اخلاقی و فرهنگی کارآفرینانه و عقاید مذهبی- اقتصادی؛ مولفه شرایط فکری و فلسفی با شاخص‌هایی چون وجدان کاری، روابط و سرمایه اجتماعی و اعتماد و انسجام اجتماعی و مولفه قوانین و مقررات یا شاخص‌هایی چون شفافیت در قوانین و قوانین حامی کارآفرینی و وجود قوانین مالکیت فکری و معنوی است. همچنین مولفه روابط و شبکه‌های اجتماعی با شاخص‌های توجه چند بُعدی به کارآفرینی در همه حوزه‌ها، وجود شبکه‌های اجتماعی برای توسعه کارآفرینی و پویایی اجتماعی است که این نتایج با تحقیقات Halvarsson et al., (۴)، سعیدی‌کیا، (۲۵) رحمانیان و زارعی، (۲۴) و خوشمرام و همکاران، (۲۸) که بر متغیرهای حوزه اجتماعی چون سرمایه اجتماعی، مدل‌های اجتماعی کارآفرینی، فرهنگ احترام به کارآفرین، سرمایه اجتماعی، هنجارهای ذهنی، حمایت خانوادگی و تأثیرات نهادهای محلی تاکید دارند.

بُعد چهارم عوامل سازمانی است که بیان‌کننده فرهنگ سازمانی با سه شاخص جوسازمانی، سبک رهبری و مهم‌بودن بهره‌وری افراد و سازمان، مولفه ساختارهای سازمانی با شاخص‌های قوانین و مقررات سازمان، زیرساخت ارتباطی صنعت و بازار، مناسب بودن نظام استخدام و ارتقا و وجود سیاست‌های بلندمدت و کلان ملی است. همچنین مولفه سوم از بعد عوامل سازمانی، مدیریت است که خود

8. Sayad S, Wahhabi A, Wahhabi B, Sayadi M, Roshani D, Amani M. 1396. A Study of Entrepreneurial Spirit of Students of Kurdistan and Kermanshah Universities of Medical Sciences in 2015. *Journal of Medical Education Development*, 10. (6): 59-67.
9. Mir Mohammad Rezaei, Z., and Gholipour, M. 2016. Assessing entrepreneurial spirit and its effective factors among young people who have learned entrepreneurship skills in comparison with untrained trainees of the General Directorate of Technical and Vocational Education of Zanjan. *Journal of Sociological Studies of Youth*, 6. (21): 157-186.
10. Zamanian, A., Chavoshian, M. And Motamedi, M. .1395. Evaluating the content of training courses held in permanent technical and vocational education centers of South Khorasan in 1994. *Monthly information network of scientific conferences*, 2. (12): 15-36.
11. Qanati, S., Kordanaj, A. And Yazdani, H. 2010. A Survey of Entrepreneurial Organizational Culture in the University of Tehran. *Journal of Entrepreneurship Culture Development*, 3. (10): 115 to 133.
12. EU Youth report., 2015. Ways to succeed with entrepreneurship education, Best Practice Guide (BPG) available At; https://ec.europa.eu/assets/eac/youth/library/reports/youth-report-2015_en.pdf. (retrieved 2019. December 8)
13. Graevenitz, G. G., Harhoff, D. Weber, R. 2010. The effects of entrepreneurship education. *Journal of Economic Behavior and Organization*, (76):112-190.
14. Morris, M., Webb, J. Fu, J. and Singhal, S. 2013. A competency-based perspective on entrepreneurship education: Conceptual and empirical insights. *Journal of Small Business Management*, (51): 352-36.

References

1. Nowiński, W., and Haddoud, M. 2019. The role of inspiring role models in enhancing entrepreneurial intention. *Journal of Business Research*, (96): 183-193
2. Wardana, L. W., Narmaditya B. S. Wibowo, A. Mahendra, A. Martha, W. Nyuherno, A. Harwida, G and Rohman, A. N. 2020. The impact of entrepreneurship education and students' entrepreneurial mindset: the mediating role of attitude and self-efficacy. *Heliyon*, (6):1-7. 2021. e04922. journal homepage: www.cell.com/heliyon (retrieved 2020. Aug 20)
3. Shira, N., Nikolaevc, B. N. and Wincent, J. 2019. Entrepreneurship and well-being: The role of psychological autonomy, competence, and relatedness. *Journal of Business Venturing*, <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2018.05.002>. (retrived 2020. April 17)
4. Halvarssona, D., Korpib, M. Wennbergc K. 2018. Entrepreneurship and income inequality. *Journal of Economic Behavior & Organization*, (145):275-293.
5. Sepah Panah, M., Farshadin, M. Imani Harsini, A. And appearance, h. 1394. Assessing the employment status of the graduates of the technical and professional organization in the industrial sector after completing the training course. *Journal of Skills Training*, 4 (13): 135-151.
6. Hosseinkhah, A., Salimi, J. And Rastegar, A. 2007. Can entrepreneurship be taught? *Monthly Labor and Society*, (89-90): 42-50.
7. Movahedi, R., Heidari, Kh and Saadi, H. 2016. Location of Entrepreneurship Curriculum in the Faculty of Agriculture, Bu Ali Sina, Razi and Kurdistan Universities. *Journal of Agricultural Education Management Research*, (36): 64-77.

- of structural factors and university entrepreneurship in military universities. *Journal of Marine Science Education*, Winter 95. (7): 31-44.
23. Tajik Ismaili, A., Zadeh Kalam, Z. And Tajik Ismaili, s. 1396. Study of entrepreneurial skills in retirees (comparison of men and women in Tehran). *Media Studies*, (1): 83 -98.
24. Rahmanian, Kushkaki, M., and Zarei, Y. 1397. Analysis of individual and social structures affecting the development of rural entrepreneurship with emphasis on the camphorous agricultural sector of Marvdasht city. *Journal of Rural Research*, 2. (9): 292-308.
25. Saeedi Kia, M., 2009. *Principles and Foundations of Entrepreneurship*, 13th Edition, Tehran: Kia Publications.
26. Nilchian, M., and Kasaei, M. 2012. Strategy for developing the entrepreneurial profile of higher education graduates, *Strategic Management Studies*, (11): 34-51.
27. El Nemar, S., Ghazzawi, K. El Danaoui, S. Tout, S. and Dennaoui, H. 2016. Entrepreneurship Barriers and Entrepreneurial Inclination in Lebanon. *Management*, 6(1):21-28.
28. Khoshramram, M., Zarafshani, K. Mirkzadeh, A. and Ali Beigi, A. 1396. Designing and explaining a model for identifying entrepreneurial opportunities in the agricultural sector of Kermanshah province. *Quarterly Journal of Rural Research*, 8. (3): 391-402.
29. Kor A., 1399. Design and validation of indigenous entrepreneurship model in technical and vocational training centers. Ph.D. Thesis. Islamic Azad University of Tehran. Center unit. Tehran.
30. King, N., and Horrocks, C. 2010. *Interviews and qualitative research*, Thousand oaks, CA, US: SAGE publications.
31. Zhang. K., 2014. KAB The general director of the national promotion office,
15. Sharafi, M., Moghaddam, M. And Mazboohi, s. 2012. Entrepreneurship Education Curriculum: Purpose, Content, Teaching Method and Evaluation Method. *Journal of Innovation and Creativity in the Humanities*, 1. (3): 97-130.
16. Munawari Fard, F., Movahed Mohammadi, H. and Rezvanfar, A. 2012. Analysis of the effect of curriculum components on students' entrepreneurial spirit. National Conference on Entrepreneurship and Management of Knowledge-Based Businesses, November 14, 1991, Mazandaran University. Babolsar, Iran.
17. Vafaie, W., 2012. Identifying effective teaching methods to nurture start-up entrepreneurs in entrepreneurship education. *Work and Society*, (150): 46-55.
18. Naderi Nabi, N., 2013. Investigating the role of main activities and academic support in entrepreneurship of Iranian public universities and presenting the model of entrepreneurial university, PhD thesis, Faculty of Educational Sciences and Psychology. Isfahan: University of Isfahan.
19. Kummitha, H. R., and Kummitha, R. R. 2021 Sustainable entrepreneurship training: A study of motivational factors. *The International Journal of Management Education. The International Journal of Management Education*, (19): 1-28.
20. Taucean, I., Mihai, S. Ana, G and Tion, M. 2018. Roadmap to Entrepreneurial University – Case study .SIM 2017/ 14th International Symposium in Management, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, (238): 582 – 589.
21. Amiri Largani, M., Kheirandish, M. Experts, AS and Esco. 1397. Analysis of Organizational Entrepreneurship Barriers in University: A Case Study of Gonbad Kavous University. *New Applied Studies in Management and Economics*, 1. (2): 7-22.
22. Pourshariat, A., Mahjoub, H. And Mustafaei, M. 2016. Investigating the status

Zhang Kun words of welcome EB / OL.
http://chuangye.ciol.com/content/2012-04/16/content_6068212.html
(retrieved 2019. August 11)

32. Brandstatter, H., 2010. Personality aspects of entrepreneurship: A look at five meta-analyzes. *Journal of Personality and Individual Differences*, (51): 222-230.

33. Zubairi, H., 1396. Political risk, institutions and entrepreneurship. *Quantitative Economics Quarterly*, 14. (1): 173-206.

34. Mahboobkhah, Y., and Beigzadeh, Y. 1396. Presenting a structural model of entrepreneurial personality traits in nurses based on managers' power sources and the mediating role of perception of organizational justice. *Quarterly Journal of Nursing Management*, 6. (6): 17-28.