

Investigating Factors and Providing Effective Strategies in Developing Student Business Marketplaces in Zahedan Secondary Schools

Hamid Shahkaram¹, Mahdi Bagheri^{2*}, Kolsoom Nami³

1. Ph.D. Candidate, Department of Educational Sciences, Bandar Abbas Branch, Islamic Azad University, Bandar Abbas, Iran.
2. Associate Prof., Department of Management, Bandar Abbas Branch, Islamic Azad University, Bandar Abbas, Iran.
3. Assistant Prof., Department of Educational Sciences, Bandar Abbas Branch, Islamic Azad University, Bandar Abbas, Iran.

OPEN ACCESS

Article type: Research Article

***Correspondence:** Mahdi Bagheri
Mbagheri.sbu@gmail.com

Received: October 27, 2024

Accepted: February 27, 2025

Published: Winter 2025

Citation: Shahkaram, H., Bagheri, M., Nami, K. (2025). Investigating Factors and Providing Effective Strategies in Developing Student Business Marketplaces in Zahedan Secondary Schools. *Journal of Management and Sustainable Development Studies*, 4(4), 217-245.

Publisher's Note: MSDS stays neutral with regard to jurisdictional claims in published material and institutional affiliations.



Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: The purpose of this research was to investigate effective factors and strategies and present a model for developing student business markets with an entrepreneurial approach in Zahedan's second-year secondary schools. This research was developmental in terms of purpose and mixed (qualitative and quantitative) in terms of data type with an exploratory approach, and the participant population included entrepreneurship experts from 1402-1403. The statistical population included all teachers and principals of second-year secondary schools, 854 people, and the statistical sample of this research was 24 people using purposive sampling and the principle of theoretical saturation. According to the basic theory of the research, causal factors, environmental conditions, and contextual characteristics, each category was examined separately. The most important identified indicators of the entrepreneurial attitude of school officials and decision-makers; are student motivation; teaching-learning process; measuring school quality; continuous monitoring of business markets; student participation; providing and allocating financial resources; training in entrepreneurial skills; providing empowerment courses; Support for education; encouragement of parents; formulation of specialized rules; entrepreneurial school climate; attractive business design; school structure and infrastructure; sociocultural; economic-financial; educational-technological; political-legal; improving the level of entrepreneurship; creating new value; increasing the ability of students' experience and ultimately improving the level of employment in the future of work were identified.

Keywords: Entrepreneurship, Business, Student Markets.

DOI: [10.71572/msds.2025.1188515](https://doi.org/10.71572/msds.2025.1188515)

Extended Abstract

Introduction

In Iran, discussions such as quick-return projects, small and medium businesses, home businesses and other job packages are going on in line with this strategy, but despite all the efforts in this field, the nature of such businesses is still not clear (Abdollahi, 2016 #6571). In the meantime, talking about the development of business markets by innovative and creative students has been able to attract the opinion of many, including the government, banks, developers and investors in the field of entrepreneurship. Sistan and Baluchistan province with a population of about 57,000 unemployed people is ranked 16th in the country in terms of unemployment rate. Also, the province's low economic participation rate (28.5 percent), which shows the low participation of people, is the lowest economic participation rate among the provinces of the country. One of the most important reasons for the low rate of economic participation in this province can be attributed to extensive informal activities and underground trade (statistics of the Vice-Chancellor of Entrepreneurship and Employment Development, 2015). On the other hand, the business environment report in 2015 showed that Sistan and Baluchistan province had the worst business environment with a score between 5.9 and 6.1. Based on this, the officials of this province should provide the ground for the development of entrepreneurship, especially from the school days for the students in this province (Statistics of the Vice-Chancellor of Entrepreneurship and Employment Development, 2015). Therefore, according to what has been said, the provincial authorities can provide the opportunity to start a student business market by creating a suitable environment in schools. Therefore, the current research was conducted with the aim of investigating effective factors and strategies for the development of student business markets and providing a model for the development of these markets in Zahedan secondary schools. Considering the importance of business markets with an entrepreneurial approach in schools, an important question arises in this context, what factors are involved in the development and improvement of the strategies of these markets?

Theoretical framework

A bazaar that provides the simple and daily needs of local residents, including food, clothing, and other goods, and is usually fed from a central market. These bazaars are different from the big bazaar in aspects such as not having a roof, having a residential-commercial mix, not having a khan, and a guild gathering. The market is known as one of the most important concepts in the field of economy and business. In fact, the market refers to a place where goods and services are traded between sellers and buyers. A student bazaar is organized in order to familiarize students with social interactions and cooperation and familiar with business and profit and loss, as well as to create interest in business among students. Establishing a connection between the school and the employment market, introducing students to the various stages of the industry from the production of a product to marketing and selling it, helping students learn skills, transforming theoretical concepts into professional and practical skills, and developing students' creativity are among the most important goals. The functions of holding an entrepreneurial bazaar. The main approach of holding bazaars is to familiarize students with the concept of turning science into wealth. By holding this bazaar, a platform is provided for students to directly sell their works, products and handicrafts and generate income using the theoretical and practical concepts they learn in class (Najariyan Kakhaki et al., 2021).

In general, the educational system from primary school to university is the most important factor of development, especially human development and the training of specialized human resources. What should be noted in this context is that education and their quality should be in harmony with the real needs of the society. Although education is a spiritual matter, its results and effects can also be used in line with the material goals of economic growth and development, and because it overshadows the growth and development of the entire society, all specializations, whether humanities, experimental or mathematical sciences, in order to advance Goals, become relevant (Guerrero, Urbano & Gajon, 2020). In societies where educational and research centers are dynamic and alive and have two-way communication with the society, the phenomenon of growth and development is serious in them and there is movement, innovation and innovation. Of course, the real position of education is determined when its role in all-round development such as cultural, social and political development is also considered. It is in this situation that one can expect a clear vision and hope for the future. It is worth considering that entrepreneurial schools also accelerate and facilitate the international transfer of technology and knowledge. The institution of education, as one of the leading institutions in society, is expected to play an important role in the development process, and this importance is not manifested except in making schools entrepreneurial (Guerrero et al., 2020).

Methodology

This research is developmental in terms of purpose and mixed data type (qualitative and quantitative) with an exploratory approach. In the qualitative part, the content analysis method was used, and in the quantitative part, the survey method was used. The population of participants in the qualitative phase of the research included entrepreneurship experts and those aware of current entrepreneurship issues among students of second-cycle secondary schools in Zahedan in 1402-1403, which was 24 people using the purposive sampling method and the theoretical saturation principle. In the quantitative phase, the statistical population included all teachers and principals of second-cycle secondary schools in Zahedan in the academic year 1402-1403, totaling 854 people. Data collection was carried out in the qualitative phase using semi-structured interviews, and in the quantitative phase using a researcher-made questionnaire in the form of 36 questions. Data analysis was also carried out in the qualitative stage using content analysis in MAXQDA software and in the quantitative stage using descriptive and inferential statistics (factor analysis) using SPSS and Amos software. The present study was conducted in the quantitative stage using a descriptive-survey method. In this stage, to fit the developed model, a questionnaire based on factors was created among the students of the second-cycle secondary schools in Zahedan, and then the developed model was examined in the field for fitting. Also, in the quantitative stage, hypotheses were proposed to evaluate the significance of the dimensions of the model with the aim of examining the development of student business markets with an entrepreneurial approach among the students of the second-cycle secondary schools in Zahedan. Paired t-test was used to test the hypotheses. SPSS 26 and Amos software were used to perform data analysis.

Discussion and Results

Entrepreneurship and entrepreneurs play a key role in the development and progress of student business markets. It should be noted that student entrepreneurs do not only create new job opportunities; they also engage in creative destruction with the necessary structure of thinking,

mobility and culture to build a lofty building of prosperity and progress from the ruins of the ancient ruins. The results of this study showed that the consequences and results of improving the development of student business markets with an entrepreneurial approach among students of secondary schools in Zahedan included improving the level of entrepreneurship, creating new value, educating and nurturing creative and innovative students, increasing the ability and experience of students, and improving the level of employment in the future. The results of the present study in a qualitative part showed that the main category is the development of student business markets with an entrepreneurial approach, which all factors and effects move towards describing.

Conclusion

The results showed that the development of student business markets with an entrepreneurial approach as the main phenomenon is directly affected by causal conditions and strategies and leads to outcomes such as strengthening entrepreneurship, creating new value, creative education, empowerment and experience, and employment and productivity. Also, the results showed that the main phenomenon of developing student business markets with an entrepreneurial approach leads to and is the origin of student entrepreneurship in schools. The causal causes themselves consist of 6 main categories: 1- Entrepreneurial attitude of school officials and decision-makers, 2- Student motivation, 3- Needs assessment and targeted development, 4- Teaching-learning process, 5- School quality assessment, 6- Continuous monitoring of business markets. Also, the results showed that the environmental conditions affecting the development of student business markets with an entrepreneurial approach include sociocultural, economic-financial, educational-technological and political-legal conditions. In addition, the conditions that directly affect the development of entrepreneurial student business markets are factors that are related to these conditions and cause their continuation or non-continuity. The results of the qualitative research showed that the contextual characteristics that affect the development of entrepreneurial student business markets include an entrepreneurial atmosphere, a science-oriented school, an attractive business design, and school structure and infrastructure.

Contribution of authors

All authors have participated in this research in equal proportion.

Ethical approval

Written informed consent was obtained from the individuals for their anonymized information to be published in this article.

Conflict of interest

No conflicts of interest are declared by the authors.

مطالعات مدیریت و توسعه پایدار

سال چهارم، شماره چهارم، زمستان ۱۴۰۳ - صفحه ۲۴۵-۲۱۷

Homepage: <https://sanad.iau.ir/journal/msds> - eISSN: 2783-4395

بررسی عوامل و ارائه راهبردهای مؤثر در توسعه بازارچه‌های کسب‌وکار دانش‌آموزی در مدارس متوسطه زاهدان

حمید شاهکرم^۱، مهدی باقری^{۲*}، کلثوم نامی^۳

۱. دانشجوی دکتری، گروه علوم تربیتی، واحد بندرعباس، دانشگاه آزاد اسلامی، بندرعباس، ایران.
۲. دانشیار، گروه مدیریت، واحد بندرعباس، دانشگاه آزاد اسلامی، بندرعباس، ایران.
۳. استادیار، گروه علوم تربیتی، واحد بندرعباس، دانشگاه آزاد اسلامی، بندرعباس، ایران.

چکیده: هدف از انجام این پژوهش، بررسی عوامل و راهبردهای مؤثر و ارائه مدلی جهت توسعه بازارچه‌های کسب‌وکار دانش‌آموزی با رویکرد کارآفرینانه در مدارس متوسطه دوره دوم زاهدان بوده است. این پژوهش از نظر هدف، توسعه‌ای و از نظر نوع داده، آمیخته (کیفی و کمی) با رویکرد اکتشافی بوده که جامعه مشارکت‌کنندگان شامل خبرگان کارآفرینی در سال ۱۴۰۳-۱۴۰۲ بودند. جامعه آماری شامل کلیه معلمان و مدیران مدارس متوسطه دوره دوم تعداد ۸۵۴ نفر بود و نمونه آماری این پژوهش با روش نمونه‌گیری هدفمند و اصل اشباع نظری به تعداد ۲۴ نفر بود. طبق نظریه پایه تحقیق موجبات علی، شرایط محیطی و ویژگی‌های زمینه‌ای، مقوله‌های هرکدام به طور جداگانه مورد بررسی قرار گرفت. مهم‌ترین شاخص‌های شناسایی شده نگرش کارآفرینانه مسئولان و تصمیم‌گیرندگان مدرسه؛ انگیزش دانش‌آموزان؛ فرایند یاددهی-یادگیری؛ سنجش کیفیت مدرسه؛ پایش مستمر بازارچه‌های کسب و کار؛ مشارکت دانش‌آموزان؛ تأمین و تخصیص منابع مالی؛ آموزش مهارت‌های کارآفرینی؛ ارائه دوره‌های توانمندسازی؛ حمایت آموزش و پرورش؛ تشویق والدین؛ تدوین قوانین تخصصی؛ جو کار آفرینانه مدرسه؛ طراحی کسب و کار جذاب؛ ساختار و زیرساخت‌های مدرسه؛ اجتماعی-فرهنگی؛ اقتصادی مالی؛ آموزشی فن‌آوری؛ سیاسی قانونی؛ ارتقای سطح کارآفرینی؛ خلق ارزش جدید؛ افزایش توانمندی تجربه دانش‌آموزان و در نهایت بهبود سطح اشتغال در آینده کاری شناسایی شد.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، کسب و کار، بازارچه‌های دانش‌آموزی.

DOI: [10.71572/msds.2025.1188515](https://doi.org/10.71572/msds.2025.1188515)

دسترسی آزاد

نوع مقاله: مقاله پژوهشی

نویسنده مسئول: مهدی باقری
Mbagheri.sbu@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۸/۰۶

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۰۹

تاریخ انتشار: زمستان ۱۴۰۳

استناد: شاهکرم، حمید، باقری، مهدی، نامی، کلثوم. (۱۴۰۳). بررسی عوامل و ارائه راهبردهای مؤثر در توسعه بازارچه‌های کسب‌وکار دانش‌آموزی در مدارس متوسطه زاهدان. فصلنامه مطالعات مدیریت و توسعه پایدار، ۲(۱)، ۲۱۷-۲۴۵.

یادداشت ناشر: MSDS درخصوص ادعاهای قضایی در مطالب منتشر شده و وابستگی‌های سازمانی بی‌طرف می‌ماند.



© 2025 by the authors.
Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

مقدمه

سالیان متمادی است که اهمیت کارآفرینی در رشد و توسعه اقتصادی کشورهای مختلف جهان و ضرورت پرداختن به آن در نظام آموزش و پرورش به صورت یک واقعیت اجتناب‌ناپذیر مورد تأیید و تأکید قرار می‌گیرد؛ زیرا در جهانی که شکل

تغییرات آن از مقیاس زمان قرن به ثانیه تبدیل شده است، مهم‌ترین اصل برای سازمان‌ها، بقاء و توسعه است. امروزه که کار و فعالیت شکل تازه‌ای به خود گرفته و به سوی خود کارفرمایی و خوداشتغالی در حرکت است. در نتیجه، کارآفرینی و کارآفرینان در روند توسعه و پیشرفت اقتصادی جوامع مختلف نقش کلیدی ایفا می‌کنند (Majidi et al., 2012). مدرسه به عنوان جامعه‌ای کوچک که ارتباط اعضای آن با یکدیگر فضای اجتماعی مشخصی را به وجود می‌آورد، باید بتواند در بروز خصایصی چون خلاقیت، خودباوری، آینده‌نگری، ریسک‌پذیری و تمایل به کامیابی (روحیه کارآفرینی) در دانش‌آموزان مؤثر باشد (Clark et al., 2021). ایجاد جو و فضایی مناسب و مطلوب که زمینه بروز این ویژگی‌ها را فراهم آورد، یکی از وظیفه‌ها و رسالت‌های مسئولان آموزش و پرورش است (Mirzaeian Kalvari & Sharifi, 2016). از آنجا که سازمان آموزش و پرورش نقش کلیدی در تربیت و پرورش افراد جامعه دارد، لازم است مدارس به گونه‌ای سازمان‌دهی شوند که علاوه بر کارآمد بودن در عرصه تولید و اشاعه دانش، شرایط و بستر مناسبی را برای خلق و پرورش افکار و ایده‌های جدید در اختیار دانش‌آموزان و کارکنان خود از جمله مدیران و معلمان فراهم نمایند و در نهایت روحیه کارآفرینانه‌ای در سازمان ایجاد کنند و بتوانند با کشف و بهره‌گیری از ایده‌های ناب برای مدرسه ثروت آفرینی نمایند (Gholam Ghasemi et al., 2021).

مدل کسب‌وکار مبتنی بر ارزش آفرینی و درآمدزایی، این قابلیت را به مدارس خواهد داد تا علاوه بر ایفای نقش خود، یعنی تولید و انتقال دانش، بتوانند شرایط و بستر مناسبی را نیز برای افراد در جهت داشتن نگرش مثبت و خلاق نسبت به تغییرات و همچنین شرایط مناسبی را برای خلق ایده و تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه و به ثمر رساندن ایده‌ها فراهم نمایند. همین امر عاملی جهت خلاقیت و نوآوری می‌شود که باعث حرکت به سمت ارزش آفرینی و خلق ثروت در مدارس می‌گردد که در نهایت موجب رشد و توسعه کشور می‌شود (Williamson, 2021). با توجه به نوسان درآمد سرانه نفتی، کاهش سرمایه‌گذاری، بهره‌وری پایین و گرایش به تعدیل نیروی انسانی در سازمان‌های دولتی و وابسته به دولت، با وجود خیل عظیم تازه‌واردان به عرصه کسب‌وکار، که اکثراً فارغ‌التحصیل مدارس و دانشگاه هستند، و نبود فرصت‌های شغلی مناسب برای آن‌ها اقتصاد ایران را دچار مشکلات عدیده‌ای کرده است (Babaei, 2016). با وجود همه مشکلات، کشور ما در مسیر برداشتن گام‌هایی به سمت توسعه و پیشرفت است و کارآفرینی می‌تواند به تسریع این روند کمک کند (Maleki et al., 2016). جوزف شومپیتر^۱، از اقتصاددانان مطرح اواخر قرن نوزدهم، کارآفرینی را شامل نوآوری‌ها و فن‌آوری‌های امتحان نشده می‌داند. او تخریب خلاق را مطرح کرد که بوسیله آن محصولات فرایندها، ایده‌ها و کسب و کارها با موارد بهتر جایگزین می‌شوند. به عقیده وی، کار آفرینان نیروهای محرک در پس تخریب فعال هستند. پیتر دراگر^۲، از نظریه پردازان مدیریت در قرن بیستم، کار آفرینی را به حداکثر رساندن فرصت‌ها می‌داند که کارآفرینان این فرصت‌ها را شناسایی کرده و بر این اساس اقدام می‌کنند (Boldureanu et al., 2020). در ایران نیز مباحثی از قبیل طرح‌های زودبازده، کسب‌وکارهای متوسط و کوچک، کسب‌وکارهای خانگی و بسته‌های شغلی دیگر متناسب با این

¹ Joseph Alois Schumpeter

² Peter Drucker

استراتژی در جریان است. اما با همه تلاش‌ها در این زمینه، ماهیت این گونه کسب‌وکارها هنوز واضح و شفاف نیست (Mehrabani et al., 2016). در این میان، صحبت از توسعه بازارچه‌های کسب‌وکار توسط دانش‌آموزان نوآور و خلاق توانسته نظر بسیاری از جمله دولت، بانک‌ها، توسعه‌دهندگان و سرمایه‌گذاران حیطه کارآفرینی را به خود جلب نماید. استان سیستان و بلوچستان با جمعیت حدود ۵۷۰۰۰ نفر بیکار در رتبه ۱۶ کشور از لحاظ نرخ بیکاری قرار گرفته است. همچنین نرخ مشارکت اقتصادی پایین استان (۲۸/۵ درصد) که نشان از مشارکت اندک افراد دارد، پایین‌ترین نرخ مشارکت اقتصادی در بین استان‌های کشور را دارد. طبق آمار معاونت توسعه کارآفرینی و اشتغال (۱۳۹۵)، یکی از مهم‌ترین دلایل پایین بودن نرخ مشارکت اقتصادی در این استان را می‌توان ناشی از فعالیت‌های گسترده غیررسمی و تجارت زیرزمینی دانست. از سوی دیگر، گزارش فضای کسب‌وکار در سال ۱۳۹۵ نشان داد، استان سیستان و بلوچستان با نمره‌ای بین ۵/۹ تا ۶/۱، بدترین وضعیت محیط کسب‌وکار را داشته است. بر این اساس، مسئولان این استان باید زمینه را برای توسعه کارآفرینی به ویژه از همان دوران مدرسه برای دانش‌آموزان در این استان فراهم سازند. بنابراین، با توجه به آنچه گفته شد، مسئولان استان می‌توانند از طریق ایجاد فضای مناسب در مدارس زمینه راه‌اندازی بازار کسب‌وکار دانش‌آموزی را فراهم نمایند. از این رو، پژوهش حاضر با هدف بررسی عوامل و راهبردهای مؤثر برای توسعه بازارچه‌های کسب‌وکار دانش‌آموزی و ارائه مدلی جهت توسعه این بازارچه‌ها در مدارس مقاطع متوسطه زاهدان انجام شده است. با توجه به اهمیت بازارچه‌های کسب و کار با رویکرد کارآفرینانه در مدارس، سوالی مهم در این زمینه شکل می‌گیرد عبارت است از این که چه عواملی در توسعه و بهبود راهبردهای این بازارچه‌ها دخیل هستند؟

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

بازارچه‌های کسب و کار دانش‌آموزی

بازارچه نیازهای ساده و روزانه ساکنان محل را اعم از خوراک و پوشاک و دیگر کالاها فراهم می‌آورد و معمولاً از یک بازار مرکزی تغذیه می‌شود. این بازارها از جهاتی مانند مُسَقَف نبودن، داشتن ترکیب مسکونی - تجاری، نداشتن خان و تجمع صنفی با بازار بزرگ فرق دارند. بازار به عنوان یکی از مهم‌ترین مفاهیم در عرصه اقتصاد و تجارت شناخته می‌شود. در واقع، بازار به مکانی اطلاق می‌شود که در آن معاملات کالاها و خدمات بین فروشندگان و خریداران انجام می‌شود. بازارچه دانش‌آموزی به منظور آشنایی دانش‌آموزان به تعاملات و همکاری اجتماعی و آشنایی با کسب‌وکار و سود و زیان و همچنین ایجاد علاقه در دانش‌آموزان به کسب‌وکار برپا می‌شود. ایجاد ارتباط بین مدرسه و بازار اشتغال، آشنایی دانش‌آموزان با مراحل مختلف صنعت از تولید یک محصول تا بازاریابی و فروش آن، کمک به مهارت‌آموزی و حرفه‌آموزی دانش‌آموزان، تبدیل مفاهیم نظری به مهارت‌های حرفه‌ای و عملی و رشد و پرورش خلاقیت دانش‌آموزان از مهم‌ترین اهداف و کارکردهای برگزاری از بازارچه کارآفرینی است. رویکرد اصلی برگزاری بازارچه‌ها، آشنا کردن دانش‌آموزان با مفهوم تبدیل علم به ثروت است. با برگزاری این بازارچه بستری مهیا می‌شود تا دانش‌آموزان آثار،

محصولات و دست سازه‌های خود را به صورت مستقیم در معرض فروش قرار دهند و به نوعی با استفاده از مفاهیم نظری و عملی که در کلاس می‌آموزند، درآمدزایی کنند (Najarian Kakhki et al., 2023).

کارآفرینی در مدارس

سرمایه‌گذاری در آموزش برای توسعه پایدار، سرمایه‌گذاری برای آینده و اقدامی نجات‌بخش است؛ به‌ویژه در مورد کشورهای کمتر توسعه‌یافته و کشورهایی که در شرایط پس از جنگ به سر می‌برند (Pourshahabi et al., 2019). به طور کلی نظام آموزشی از دبستان تا دانشگاه مهم‌ترین عامل توسعه به ویژه توسعه انسانی و تربیت نیروی انسانی متخصص است. آنچه در این زمینه باید مورد توجه واقع شود، این نکته است که آموزش‌ها و کیفیت آن‌ها باید با نیازهای واقعی جامعه تناسب و هماهنگی داشته باشد. گرچه آموزش امری معنوی است، ولی نتایج و آثار آن می‌تواند در راستای اهداف مادی رشد و توسعه اقتصادی نیز به کار رود و چون رشد و توسعه کل جامعه را تحت‌الشعاع قرار می‌دهد، همه تخصص‌ها اعم از علوم انسانی، تجربی یا ریاضی در جهت پیشبرد اهداف موضوعیت پیدا می‌کنند (Guerrero et al., 2020). در جوامعی که مراکز آموزشی و پژوهشی، پویا و زنده هستند و با جامعه ارتباط دوسویه دارند، پدیده رشد و توسعه در آن‌ها جدی است و حرکت، نوآوری و ابداع وجود دارد. البته جایگاه واقعی آموزش و پرورش زمانی مشخص می‌شود که نقش آن در امر توسعه همه جانبه همچون توسعه فرهنگی، اجتماعی و سیاسی نیز مورد توجه قرار گیرد. در این شرایط است که می‌توان انتظار چشم‌اندازی روشن داشت و به آینده امیدوار بود. نکته قابل تأمل این است که مدارس کارآفرین، انتقال بین‌المللی فناوری و دانش را نیز تسریع و تسهیل می‌کند. از نهاد آموزش و پرورش به عنوان یکی از نهادهای پیشرو در جامعه انتظار می‌رود که نقش مهمی را در فرایند توسعه عهده‌دار شوند و این مهم تجلی نمی‌یابد مگر در کارآفرین کردن مدارس (Guerrero et al., 2020).

در ایران تا آغاز برنامه سوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، به کارآفرینی توجهی نشده بود. اما در این برنامه به علت وجود بیکاری گسترده به ویژه در میان جوانان کارآفرینی مورد توجه قرار گرفته است. از طرف دیگر، استقرار مدارس کارآفرین و فرهنگ‌سازی آن در کشور، خود با مسائل و مشکلات خاصی مواجه است. این مشکلات و موانع عبارت‌اند از:

۱- **موانع آموزشی و پژوهشی:** از موانع مدارس کارآفرین در ایران، وجود زیرساخت غلط و سنتی آموزش و پژوهش است. این زیرساخت‌ها را می‌توان شامل برنامه درسی، برنامه‌های پژوهشی و تحقیقاتی دانست. امروزه بیشتر درس‌های مدارس به شیوه نظری ارائه می‌شود و تلاش جدی برای کاربردی کردن آن‌ها نشده است. بیشتر دانش‌آموزان یک رشته مطالب درسی را حفظ کرده و امتحان می‌دهند و سرانجام موفق به گرفتن مدرک می‌شوند. به علت کاربردی نبودن درس‌های دوران مدرسه، به ویژه در رشته‌های فنی، دانش‌آموختگان آمادگی برای کار ندارند. در این رهگذر دو راهبرد را می‌توان مورد استفاده قرار داد: الف) تغییر برنامه‌های پژوهشی: برای ایجاد مدارس کارآفرین، باید تحقیقات و پژوهش‌ها، مبنای برنامه‌های مدارس قرار گیرد (Rezaei et al., 2019). ب) تغییر برنامه‌های درسی: یکی از مهم‌ترین

عناصر نظام آموزش و پرورش، برنامه‌های درسی است که نقشی تعیین کننده در تحقق اهداف و رسالت‌های آموزش و پرورش از نظر کمی و کیفی دارد. از این رو توجه به برنامه درسی شغل محور با رویکردی کار آفرینانه بجای موضوع محوری محض، ضرورتی اساسی می‌باشد. برنامه‌ریزان و مسئولین آموزشی و پرورشی لازم است در این زمینه تمهیدات واقع‌بینانه‌ای متناسب با شرایط موجود اتخاذ کنند؛ چراکه با توجه به استعدادها و ظرفیت‌های مختلفی که در کشور وجود دارد، می‌توان فرایند تولید علم را در خود مدارس آغاز کرد و زمینه‌های کاربردی کردن آن را در آینده به وجود آورد.

۲- موانع فرهنگی و اجتماعی: از دیگر مشکلات در زمینه اشتغال، نهادینه نشدن فرهنگ کارآفرینی در سطوح گوناگون جامعه است. در فرایند ایجاد تحول در مدارس، فرهنگ سازمانی، می‌تواند هم به عنوان مانع و هم تسهیل کننده مطرح باشد. برای جلب مشارکت معلمان و همچنین ایجاد اثربخشی در فعالیت‌های کارآفرینی مدارس، باید فرهنگ کارآفرینی بین معلمان ترویج شود؛ به طوری که هر معلم خودش مروج فرهنگ و نگرش کارآفرینی باشد؛ چرا که فرهنگ می‌تواند عامل سوق دهنده و یا جلو برنده ابتکارها، خلاقیت‌ها و یادگیری سازمانی باشد (Rezaei et al., 2019).

۳- موانع اقتصادی و مالی: مشکلات مالی در اکثر کشورهای جهان سوم باعث شد که مدارس، محلی برای گرفتن مدرک و گذراندن دوران حساسی از عمر انسان‌ها تلقی شود و حتی معلمان، محققان، پژوهشگران به جای دغدغه تولید علم و پژوهش، درگیر مشکلات مالی زندگی باشند. همچنین، تخصیص کم بودجه به امر پژوهش و تحقیق می‌تواند به نارسایی و مشکلات در این زمینه شدت بخشد. در این راستا اگر رابطه دوسویه‌ای بین آموزش کارآفرینی و بهبود سطح اشتغال و اقتصادی جامعه قائل باشیم، خواهیم توانست این مانع را از بین ببریم. بنابراین، لازم است مسئولین و مدیران آموزش و پرورش با تخصیص بودجه مناسب به مدارس این امر را رونق بخشند (Davari et al., 2014).

۴- موانع سازمانی و مدیریتی: وجود یک ساختار سازمانی متمایل به بوروکراتیک، تمرکز بیش از حد، عدم استقلال مالی مدارس، نبود ساختار منعطف، تغییرات پی در پی مدیریتی، وجود قوانین و مقررات دست و پاگیر همگی باعث شده ساختار سازمانی و مدیریتی نظام آموزش و پرورش به دور از کارآفرینی باشد. تربیت مدیران و مسئولین خلاق در این زمینه از طریق برنامه‌های تربیت معلم و ضمن خدمت راهکاری ضروری و اساسی می‌باشد.

۵- نبود ارتباط بین آموزش و پرورش و بخش‌های مختلف جامعه: مشکل دیگر، نبود ارتباط میان مدارس و مراکز تولیدی و صنعتی است. در این زمینه لازم است دانش‌آموزان را از همان سنین دبستان با مراکز صنعتی و تجاری و شرایط کاری جامعه آشنا نمود.

۶- عدم گسترش تکنولوژی و فناوری اطلاعات و ارتباطات: فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات در طی زمان کوتاهی به یکی از اجزای اساسی جامعه مدرن تبدیل شده است. اینک بسیاری از کشورها به موازات خواندن، نوشتن و حساب کردن، درک فناوری اطلاعات و ارتباطات و تسلط بر مهارت‌ها و مفاهیم پایه فناوری اطلاعات و ارتباطات را به عنوان بخشی از هسته مرکزی آموزش و پرورش مورد توجه قرار داده‌اند. این تکنولوژی با قدرت بالا در پردازش، ذخیره و انتقال

داده‌ها و اطلاعات توانسته است ماهیت روش‌های یادگیری و اطلاع‌رسانی را تغییر دهد و امکانات مناسبی را برای ارائه خدمات آموزشی بدون محدودیت زمانی و مکانی فراهم آورد. آموزش و پرورش برای تطبیق با شرایط جدید نیاز به تجدید ساختار و تجدید نظر در چشم‌انداز و خط‌مشی‌های خود دارد و بدون استفاده مناسب از تکنولوژی اطلاعاتی و ارتباطی، چنین تجدید ساختاری امکان‌پذیر نیست و ضرورت دارد در کشور به زودی بستر لازم برای اجرا و توسعه فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات در مؤسسات آموزشی فراهم گردد (Davari et al., 2014).

پیشینه پژوهش

آراستی و همکاران (۱۳۹۵) بیان کردند آموزش کارآفرینی با روش داستان‌سرایی در زمینه کارآفرینی موجب تقویت نگرش کارآفرینانه دانش‌آموزان و همچنین تقویت ابعاد آن شامل خلاقیت، میل به موفقیت، کنترل درونی و عزت نفس شده است. همچنین، داشتن خانواده فعال در کسب‌وکار بر رابطه آموزش کارآفرینی به روش داستان‌سرایی در زمینه کارآفرینی و نگرش کارآفرینانه دانش‌آموزان مقطع ابتدایی تأثیر داشته است (Arasti et al., 2017).

نجاریان کاخکی و همکاران (۱۴۰۱) از شرایط علی؛ کیفیت آموزشی در مدارس، تأمین نیروی انسانی ماهر کارآفرین، تأمین منابع مالی، سیاست‌های کلان نظام آموزش و پرورش در ایجاد و توسعه مدارس کسب‌وکار و از مقولات شرایط زمینه‌ای آموزش به نیروی انسانی ماهر و موانع موجود در کسب‌وکار کارآفرین اشاره کرده‌اند (Najarian Kakhki et al., 2023).

خرسندی پیشکناری و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی به بررسی طراحی الگوی توسعه کسب‌وکارهای دانش بنیان در شرایط تحریم با رویکرد کارآفرینانه پرداخته و مقولات را در قالب شرایط علی، پدیده اصلی، استراتژی‌ها، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر و پیامدها، دسته‌بندی کردند (Khorsandi et al., 2022).

زیودار و سالاری (۱۴۰۰) در پژوهشی به بررسی مفهومی گرایش کارآفرینانه در محیط کسب‌وکار پرداختند. نتایج نشان داد در عصر حاضر، کارآفرینی در سطح سازمانی و گرایش کارآفرینانه در سطح فردی می‌تواند به عنوان مزیت رقابتی عصر جدید تلقی شود (Zivodar & Salari, 2022).

سالون و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهشی به بررسی شکل‌گیری مهارت‌های کارآفرینی در دانش‌آموزان در دنیای در حال تغییر پرداختند. نتایج نشان داد مهارت‌های کارآفرینی دانش‌آموزان به این بستگی دارد که آیا آن‌ها کارآفرینی را به عنوان یک جایگزین شغلی می‌بینند یا خیر (Salun et al., 2021).

بائومن و لوسی (۲۰۲۱) در تحقیق خود بیان کردند با توجه به تغییر محیط کارآفرینی، مربیان باید دائماً فرآیند آموزشی، رویه‌ها و برنامه درسی را تنظیم کنند تا بهترین نتایج را برای کارآفرینان آینده تضمین نمایند (Bauman & Lucy, 2021).

فوردوی و همکاران (۲۰۲۱) در تحقیق خود بیان کردند که بین ویژگی‌های روان‌شناختی و رفتاری و مقاصد کارآفرینی دانش‌آموز مورد بررسی، ارتباط مستقیم، مثبت و معناداری وجود دارد که توسط آموزش کارآفرینی کسب‌شده از طریق برنامه درسی مدرسه تعدیل می‌شود (Furdui et al., 2021).

روش پژوهش

این پژوهش از نظر هدف، توسعه‌ای و از نظر نوع داده آمیخته (کیفی و کمی) با رویکرد اکتشافی است. در بخش کیفی از روش تحلیل مضمون و در بخش کمی از روش پیمایش استفاده شد. جامعه مشارکت‌کنندگان در مرحله کیفی پژوهش شامل خبرگان کارآفرینی و آگاه به مسائل روز کارآفرینی در بین دانش‌آموزان مدارس متوسطه دوره دوم در سطح زاهدان در سال ۱۴۰۳-۱۴۰۲ بودند که با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند و اصل اشباع نظری تعداد ۲۴ نفر بود. در مرحله کمی جامعه آماری شامل کلیه معلمان و مدیران مدارس متوسطه دوره دوم در سطح زاهدان در سال تحصیلی ۱۴۰۳-۱۴۰۲ به تعداد ۸۵۴ نفر بود. گردآوری داده‌ها در مرحله کیفی با استفاده از مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته و در بخش کمی با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته در قالب ۳۶ سؤال انجام شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز در مرحله کیفی با استفاده از تحلیل مضمون در نرم‌افزار MAXQDA و در بخش کمی با استفاده از آمار توصیفی و استنباطی (تحلیل عاملی) به وسیله نرم‌افزارهای SPSS و Amos انجام شد. تحقیق حاضر در بخش کمی به روش توصیفی-پیمایشی انجام شد. در این مرحله، برای برازش مدل تدوین شدن، پرسشنامه‌ای مبتنی بر عوامل در بین دانش‌آموزان مدارس متوسطه دوره دوم زاهدان، ساخته شد و سپس به صورت میدانی، مدل تدوین شده جهت برازش مورد بررسی قرار گرفت. همچنین در بخش کمی، فرضیه‌هایی برای ارزیابی معنی‌داری ابعاد مدل با هدف بررسی وضعیت توسعه بازارچه‌های کسب و کار دانش‌آموزی با رویکرد کارآفرینانه در بین دانش‌آموزان مدارس متوسطه دوره دوم زاهدان مطرح شد. از آزمون t زوجی برای آزمون فرضیات استفاده شد. برای انجام عملیات تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS 26 و Amos استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

بخش کیفی (مصاحبه): در جدول شماره ۱ آمار توصیفی شرکت‌کنندگان در مصاحبه ذکر شده است.

جدول ۱. توزیع آمار توصیفی شرکت‌کنندگان در مصاحبه (Source: By author)

متغیر	فراوانی	درصد فراوانی
جنسیت		
مرد	۱۹	۷۶
زن	۵	۲۴
سن		
۴۵ سال و کمتر	۳	٪ ۱۲/۵۰
۴۵ تا ۵۵ سال	۶	٪ ۲۵
۵۵ تا ۶۰ سال	۱۲	۵۰
بیشتر از ۶۰ سال	۳	٪ ۱۲/۵۰

لیسانس	۴	٪ ۱۶/۷۰	تحصیلات
فوق لیسانس	۹	٪ ۳۷/۵۰	
دکتری	۱۱	٪ ۴۵/۸۰	
روسای سازمان	۷	٪ ۲۹/۲۰	سمت سازمانی
مدیر و معاونت مدرسه	۷	٪ ۲۹/۲۰	
اساتید دانشگاه	۱۰	٪ ۴۱/۶۰	
تعداد کل نفرات			۲۴ نفر

جدول ۲. کدهای شناسایی شده از مصاحبه‌ها (Source: By author)

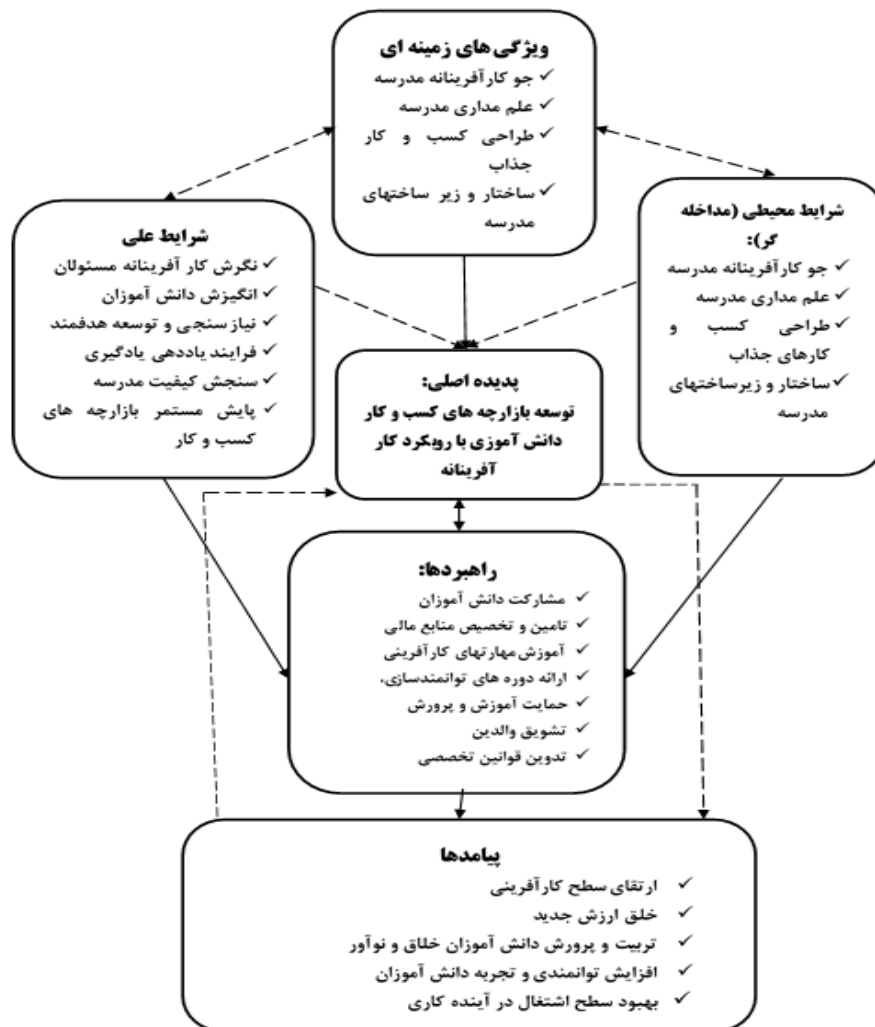
کد گذاری محوری	مقوله‌های کلی	مقوله‌های فرعی
موجبات علی	(۱) نگرش کارآفرینانه مسئولان و تصمیم‌گیرندگان مدرسه	(۱-۱) دانش، معلومات و مهارت‌های ذهنی شناختی (۲-۱) تقویت نگرش‌های شخصیتی سروانی (۳-۱) نگرش‌های مهارتی و عملکردی (۱-۲) نظام انگیزشی مدون (۲-۲) ابزار ایجاد انگیزه در دانش‌آموزان (۱-۳) نیاز سنجی (۲-۳) توسعه هدفمند (۱-۴) آموزش دهنده (۲-۴) یادگیری
	(۲) انگیزش دانش‌آموزان	(۱-۵) برنامه‌های آموزشی (۲-۵) سنجش تحقیق (۳-۵) خدمات مدرسه (۴-۵) سنجش معلم
	(۳) نیاز سنجی و توسعه هدفمند	(۱-۶) حفظ آرامش بازارچه (۲-۶) رضایت بازدید کنندگان (۳-۶) میزان خلاقیت و نوآوری (۱-۷) سهیم شدن در اطلاعات (۲-۷) تصمیم‌گیری مشترک (۳-۷) خودمدیریتی
	(۴) فرایندهای یاددهی - یادگیری	(۱-۸) تأمین منابع مالی (۲-۸) مدیریت تخصیص منابع مالی (۱-۹) هوشیاری کارآفرینانه (۲-۹) برنامه ریزی آموزشی مبتنی بر کارآفرینی (۳-۹) آگاهی کارآفرینانه
	(۵) سنجش کیفیت مدرسه	(۱-۱۰) آموزش راهکارهای مدیریتی برای دانش‌آموزان، شفاف‌سازی، توسعه ۲۵ توانمند سازی ارتباطی (۲-۱۰) توانمند سازی انگیزشی (۳-۱۰) توانمند سازی شناختی و فراشناختی
	(۶) پیش‌مستمر بازارچه‌های کسب و کار	(۱-۱۱) پیوند آموزش و اشتغال (۲-۱۱) حمایت مالی آموزش و پرورش (۳-۱۱) بستر سازی اجتماعی و فرهنگی
	(۷) مشارکت دانش‌آموزان	
	(۸) تأمین و تخصیص منابع مالی	
	(۹) آموزش مهارت کارآفرینی	
	(۱۰) ارائه توانمند سازی	
راهبردها		

مقوله‌های فرعی	مقوله‌های کلی	کد گذاری محوری
(۱-۱۲) والدین	(۱۲) تشویق والدین	
(۱-۱۳) قوانین خاص کارآفرینی	(۱۳) تدوین قوانین تخصصی	
(۱-۱۴) فضای سازنده و آزاد		
(۲-۱۴) ارامش مدرسه		
(۳-۱۴) دوری از مسائل جانبی	(۱۴) جو کارآفرینانه مدرسه	
(۴-۱۴) پویایی مدرسه		
(۵-۱۴) ایجاد شرایط رقابتی		
(۶-۱۴) خلاقیت، نوآوری و کار آفرینی		
(۱-۱۵) اولویت علمی	(۱۵) علم مداری مدرسه	ویژگی‌های زمینه‌ای
(۲-۱۵) کارآفرین محوری		
(۱-۱۶) مدل ذهنی کارآفرین	(۱۶) طراحی کسب و کار جذاب	
(۲-۱۶) نیازمندی مشتریان		
(۱-۱۷) ساختار منعطف و بروز	(۱۷) ساختار و زیر ساخت‌های مدرسه	
(۲-۱۷) بلوغ نهادینه مدرسه		
(۳-۱۷) زیر ساخت کسب و کار		
(۱-۱۸) خانواده	(۱۸) اجتماعی فرهنگی	
(۲-۱۸) اجتماع		
(۳-۱۸) فرهنگ حاکم		
(۱-۱۹) درآمدها	(۱۹) اقتصادی مالی	شرایط محیطی
(۲-۱۹) هزینه‌ها		
(۳-۱۹) اعتبارات		
(۱-۲۰) آموزش	(۲۰) آموزشی فناوری	
(۲-۲۰) فناوری		
(۱-۲۱) سیاست و راهبردها	(۲۱) سیاسی قانونی	
(۲-۲۱) قوانین و مقررات		
(۱-۲۲) آموزش و توسعه کار آفرینی	(۲۲) ارتقای سطح کارآفرینی	
(۲-۲۲) نوآوری محصول و خدمات		
(۳-۲۲) ریسک پذیری		
(۱-۲۳) تازگی	(۲۳) خلق ارزش جدید	
(۲-۲۳) کارایی		
(۳-۲۳) جایگاه اجتماعی		
(۴-۲۳) سهولت استفاده و دسترسی		
(۱-۲۴) جهت‌گیری خلاقیت و نوآوری	(۲۴) تربیت و پرورش دانش آموزان خلاق و نوآور	پیامدها
(۲-۲۴) تربیت کارآفرین		
(۱-۲۵) توانمندی مکانیکی	(۲۵) افزایش توانمندی تجربه دانش آموزان	
(۲-۲۵) توانمندی انگیزشی		
(۳-۲۵) توانمندی شناختی		
(۱-۲۶) امنیت شغلی	(۲۶) بهبود سطح اشتغال در آینده کاری	
(۲-۲۶) تجربه شغلی		

کد گذاری محوری	مقوله‌های کلی	مقوله‌های فرعی
		(۳-۲۶) رضایت شغلی

با انجام مصاحبه‌ها و تحلیل کیفی آن‌ها و کدگذاری‌های صورت گرفته چارچوب مفهومی تحقیق در توسعه بازارچه‌های کسب‌وکار دانش‌آموزی با رویکرد کارآفرینانه، به شرح زیر به دست آمد:

عوامل فرآیندی- تعاملی شامل نگرش کارآفرینانه مسئولان و تصمیم‌گیرندگان مدرسه؛ انگیزش دانش‌آموزان؛ نیاز سنجی و توسعه هدفمند؛ فرایندهای یاددهی - یادگیری؛ سنجش کیفیت مدرسه؛ پایش مستمر بازارچه‌های کسب و کار؛ مشارکت دانش‌آموزان؛ تأمین و تخصیص منابع مالی؛ آموزش مهارت کارآفرینی؛ ارائه توانمندسازی؛ حمایت آموزش و پرورش؛ تشویق والدین و تدوین قوانین تخصصی، هستند. مقوله‌های شرایطی که در واقع همان درون‌داد الگو شامل جو کارآفرینانه مدرسه؛ علم‌مداری مدرسه؛ طراحی کسب و کار جذاب؛ ساختار و زیرساخت‌های مدرسه؛ اجتماعی فرهنگی؛ اقتصادی مالی؛ آموزشی فناوری و سیاسی قانونی بودند. در نهایت، بُعد پیامدی که همان برون‌داد الگو محسوب می‌شوند در قالب ارتقای سطح کارآفرینی؛ خلق ارزش جدید؛ تربیت و پرورش دانش‌آموزان خلاق و نوآور؛ افزایش توانمندی تجربه دانش‌آموزان و بهبود سطح اشتغال در آینده کاری طرح شدند.



نمودار ۱. مدل مفهومی نهایی پژوهش در قالب پارادایم کدگذاری (Source: By author)

بخش کمی پژوهش

شرکت‌کنندگان به گویه مربوط به موجبات علی، ویژگی‌های زمینه‌ای، شرایط محیطی، راهبردها و پیامدهای ارائه شده در قالب طیف لیکرت ۵ درجه‌ای از کاملاً مخالفم (۱) تا کاملاً موافقم (۵) پاسخ دادند. نتایج پرسشنامه‌های شرکت‌کنندگان به گویه مربوط به موجبات علی نشان می‌دهد بهترین وضعیت برای مؤلفه نگرش کارآفرینانه مسئولان و تصمیم‌گیرندگان مدرسه (۳/۱۷) و ضعیف‌ترین ارزیابی از آن مؤلفه نیازسنجی و توسعه هدفمند (۱/۹۱) بوده است.

جدول ۳. شاخص‌های آماری توصیفی در ارتباط با موجبات (شرایط) علی (Source: By author)

میانگین	انحراف معیار	گویه‌ها	مؤلفه
۳٫۲۳	۱٫۶۴	نگرش کار آفرینانه مسئولان تقویت نگرش‌های شخصیتی و روانی دانش آموزان کارآفرین باعث توسعه و تصمیم گیرندگان مدرسه گسترش بازارچه‌های کسب و کار می‌شود.	نگرش کارآفرینانه مسئولین
۳٫۶۵	۱٫۵۲	نگرش کارآفرینانه مسئولان و مدیران مدرسه موتور محرک خلاقیت و نوآوری در دانش آموزان با هدف گسترش و تقویت بازارچه‌های کسب و کار می‌گردد.	
۳٫۰۲	۱٫۴۰	نگرش کار آفرینانه مسئولان تقویت نگرش‌های شخصیتی و روانی دانش آموزان کارآفرین باعث توسعه و تصمیم گیرندگان مدرسه گسترش بازارچه‌های کسب و کار می‌شود.	
۲٫۸۴	۱۳۷	نگرش‌های مهارتی و عملکردی دانش آموزان کارآفرین می‌تواند باعث توسعه بازارچه‌های کسب و کار شود.	
۳٫۱۷		میانگین کل:	
۲	۱٫۱۲	اعطای پاداش مالی به دانش آموزان خلاق و نوآور باعث توسعه کارآفرینی در جهت ایجاد بازارچه‌های کسب و کار آنان می‌شود	انگیزش دانش آموزان
۰٫۹۹	۷٫۴۱	ایجاد انگیزه از طریق مشارکت دانش آموزان کارآفرین باعث توسعه بازارچه‌های کسب و کار می‌شود.	
۲٫۴۹		میانگین کل:	
۱٫۸۸	۱٫۱۵	دقت و توجه به نیازهای دانش آموزان کارآفرین نقش مهمی در توسعه بازارچه‌های کسب و کار می‌شود.	نیاز سنجی و توسعه هدفمند
۱٫۹۰	۱٫۰۴	شبکه‌های اجتماعی می‌تواند باعث هدفدار بودن توسعه کار آفرینی دانش آموزان می‌تواند در توسعه بازارچه‌های کسب و کار دانش آموزشی و کارآفرینی آنان ایفا نماید.	
۱٫۹۵	۱٫۰۹	ایجاد رشته‌های مرتبط با کار آفرینی و منطبق با نیازهای جامعه باعث توسعه و گسترش بازارچه‌های کسب و کار دانش آموزی می‌شود.	
۱٫۹۱		میانگین کل:	
۲٫۰۲	۱٫۰۴۰	استفاده از روشهای تدریس کار آفرینی و مهارت در آن با توجه به الگوهای جدید یاددهی می‌تواند باعث توسعه بازارچه‌های کسب و کار شود.	فرایند یاددهی یادگیری تغییرات سریع و
۳٫۷۴	۱٫۳۰۵	مفید در محتوای دروس کارآفرینی و استفاده از شیوه‌های نوین یادگیری می‌تواند دانش آموزان کارآفرین را در جهت گسترش بازارچه‌های کسب و کار هدایت نماید.	
۲٫۸۸		میانگین کل:	
۲٫۱۶	۱٫۱۵	فعالیت‌هایی نظیر گردشهای علمی فیلم‌های آموزشی بازدیدهای کارگاهی و کارخانه‌ای می‌تواند دانش آموزان کارآفرین را در توسعه سریع بازارچه‌های کسب و کار یاری رساند	سنجش کیفیت مدرسه
۲٫۰۲	۱٫۱۳	برگزاری مسابقات کارآفرینی با هدف تست و آزمودن دانش آموزان کارآفرینی می‌تواند باعث توسعه روز افزون بازارچه‌های کسب و کار گردد.	
۲٫۵۱	۱٫۱۹	ایجاد نظم و بسط فضاهای شورایی ورزشی و جذاب در مدرسه باعث حرکت و رشد سریع بازارچه‌های کسب و کار دانش آموزان کارآفرین می‌شود.	
۱٫۷۱	۱٫۰۱	مشخص بودن وظایف و شناسایی توانمندی‌های دانش آموزان کارآفرین می‌تواند باعث توسعه بازارچه‌های کسب و کار شود.	
۲٫۲۲		میانگین کل:	
۲٫۴۰	۱٫۲۸	نظارت مسئولان مدرسه بر عملکرد دانش آموزان کار آفرین می‌تواند توسعه بازارچه‌های کسب و کار را به دنبال داشته باشد.	پایش مستمر بازارچه

میانگین	انحراف معیار	گویه‌ها	مؤلفه
۱٫۹۵	۱٫۱۷	اندازه‌گیری رضایت بازدیدکنندگان از بازارچه‌های کسب و کار دانش آموزی می‌تواند در جهت توسعه این گونه کسب و کارها مفید واقع شود.	
۲٫۳۰	۱٫۱۴	ایجاد کمیته‌های مشورتی و تصمیم‌گیری دانش آموزان با مسئولان مدرسه می‌تواند در استمرار توسعه بازارچه‌های کسب و کار نقش تعیین‌کننده‌ای داشته باشد.	
۲٫۲۱		میانگین کل:	
۲٫۴۸		میانگین کلی مقوله:	

شرکت کنندگان به گویه مربوط به ویژگی‌های زمینه‌ای ارائه شده در قالب طیف لیکرت ۵ درجه‌ای از کاملاً مخالفم (۱) تا کاملاً موافقم (۵) پاسخ دادند که بهترین وضعیت برای مؤلفه ساختار و زیرساخت‌های مدرسه (۲٫۷۰) و ضعیف‌ترین ارزیابی از آن مؤلفه جو کارآفرینانه مدرسه (۱٫۷۶) بود.

جدول ۴. شاخص‌های آماری توصیفی در ارتباط با ویژگی‌های زمینه‌ای (Source: By author)

میانگین	انحراف معیار	گویه‌ها	مؤلفه
۱٫۵۲	۱٫۰۱	ایجاد فضای گفتگو همکاری جستجوگری و پرسشگری باعث ایجاد یک محیط سالم و توأم با آرامش در تقویت کارآفرینی دانش آموزان و حرکت به سمت توسعه بازارچه‌های کسب و کار دانش آموزی می‌گردد.	
۱٫۸۱	۰٫۵/۱	مصونیت و دوری دانش آموزان کارآفرین از سیاستهای تفرقه و اختلاف و تحولات سیاسی باعث ایجاد جوی کارآفرینانه در آنان می‌شود.	جو کارآفرینانه مدرسه
۲٫۰۷	۱٫۲۴	پویایی و تحرک و فعالیت مستمر مسئولان مدرسه در خدمات رسانی مستمر و مثبت به دانش آموزان کارآفرین می‌تواند تحولات زیادی در عرصه کسب و کارهای مدرسه‌ای ایجاد کند.	
۱٫۶۶	۱٫۲۱	ایجاد فضای رقابتی سالم شفاف و بدون تنش باعث گزینش و انتخاب دانش آموزان کار آفرین و تقویت مهارت‌های آنان خواهد شد.	
۱٫۷۶		میانگین کل	
۱٫۸۸	۰٫۵/۱	اولویت دادن به کار آفرینی به عنوان یک علم از سوی مدرسه و نهادینه کردن آن، بستری مناسب برای کسب و کار دانش آموزان کار آفرین ایجاد می‌کند.	
۱٫۹۰	۱٫۲۶	اهمیت دادن به کار آفرین محوری از طریق تحقیق و توسعه ریشه‌ای می‌تواند باعث تولید علم توسط مدرسه شده و دانش آموزان کار آفرین را در شناخت نقاط قوت و ضعف و از بین بردن موانع یاری می‌رساند.	علم مداری مدرسه
۱٫۸۹		میانگین کل:	
۲٫۴۳	۱٫۲۶	نوآوری در کسب و کار به وسیله خلق ایده و الگوی جدید و قابلیت ارائه بازارچه کسب و کار در فضای مجازی می‌تواند باعث جذابیت کسب و کار و توسعه آن شود.	طراحی کسب و کار جذاب
۲٫۶۸	۱٫۲۱	محصولات متنوع و مورد نیاز مشتریان و نیز در دسترس بودن تأمین کنندگان باعث ایجاد کسب و کاری جذاب توسط دانش آموزان کارآفرین می‌شود.	
۲٫۵۵		میانگین کل:	

مؤلفه	گویه ها	انحراف معیار	میانگین
	انعطاف پذیری ساختار آموزشی مدرسه باعث ایجاد ساختار بازارچه کسب و کار پویا و منعطف شده و دانش آموزان کارآفرین را در پیشبرد اهداف بازارچه‌های کسب و کار یاری می‌رساند.	۱،۲۴	۲،۳۶
ساختار و زیر ساخت‌های مدرسه	هویت یابی مدرسه و پاسخگویی نظام مند کسب و کار دانش آموزی می‌تواند باعث توسعه بازارچه‌های کسب و کار دانش آموزی شود.	۱،۲۷	۲،۸۸
	تیم هدایت و رهبری کسب و کار و دانش آموزان کارآفرین و عملکرد بهینه مسئولان مدرسه می‌تواند باعث ایجاد فضای مطلوب برای برپایی بازارچه کسب و کار در مدارس شود.	۱،۲۱	۲،۹۶
میانگین کل:			
۲،۷۰			
میانگین کلی مقوله:			
۲،۲۲			

نتایج شرکت کنندگان به گویه مربوط به شرایط محیطی نشان می‌دهد بهترین وضعیت برای مؤلفه سیاسی قانونی (۲/۳۰) و ضعیف‌ترین ارزیابی از آن مؤلفه آموزشی فناوری (۱/۸۷) به دست آمده است.

جدول ۵. شاخص‌های آماری توصیفی در ارتباط با شرایط محیطی (Source: By author)

مؤلفه	گویه ها	انحراف معیار	میانگین
	ایجاد ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی در مدرسه و دانش آموزان کارآفرین با توسعه بازارچه کسب و کار رابطه مستقیمی دارد.	۱،۵۲	۲،۰۳
اجتماعی فرهنگی	اعتماد در جمع باعث هماهنگی و درست پیش رفتن کارها می‌شود	۱۶۷	۲،۵۲
	استفاده حداکثری و بهینه از ظرفیت‌های جامعه پیرامون دانش آموزان باعث رونق بازارچه‌های کسب و کار می‌شود.	۱،۱۳	۱،۹۹
	رفتارهای مبتنی بر الگوی فرهنگی حاکم بر جامعه می‌تواند باعث کارآفرینی کسب و کار دانش آموزان گردد.	۱،۲۷	۲،۱۷
میانگین کل:			
۲،۱۷			
اقتصادی مالی	پیش بینی شرایط اقتصادی کشور دستیابی به اهداف توسعه‌ای بازارچه‌های کسب و کار ممکن می‌سازد.	۱،۴۶	۲،۱۲
	پیش بین هزینه‌ها کنترل هزینه‌ها استفاده از منابع هدر رفته	۱،۱۳	۱۹۹
	تسهیل اعتبارات اختصاصی تسهیل شرایط مالی کسب و کار سرمایه گذاری مشترکه	۱،۱۳	۲،۰۳
میانگین کل:			
۲،۰۴			
آموزش فناوری	توسعه دانش کار آفرینی و انتقال آن شناخت ایده‌ها توسعه مهارت‌های آموزشی	۱،۰۳	۱،۷۵
	آموزش فناوری روز دنیا، توسعه و انتقال فناوری	۱،۱۳	۲
	ایجاد و توسعه بانک‌های دانشی می‌تواند توسعه کسب و کار مبتنی بر کار آفرینی را به دنبال داشته باشد.	۱،۰۴	۱،۸۸
میانگین کل:			
۱،۸۷			
سیاسی قانونی	آزادی تجاری سیاست ثبات در مدارس رژیم قانونی شفاف سیاست دولت، راهبرد آموزش و پرورش	۱،۱۴	۲،۲۰
	درک بالا از قوانین مالکیت معنوی تغییر قوانین و مقررات	۱،۱۹	۲،۵۵
	قوانین و مقررات سازمان آموزش و پرورش در راستای توسعه کسب و کارهای دانش آموزان در مدارس بایستی بطور مرتب مورد اصلاح و بازنگری قرار گیرند.	۱،۰۸	۲،۴۸

۱/۹۹	۱,۰۳	تسهیل قوانین درون مدرسه‌ای می‌تواند توسعه بازارچه‌های کسب و کار دانش آموزی را به همراه داشته باشد.
میانگین کل:		
۷,۳۰		
میانگین کلی مقوله:		
۲,۰۹		

نتایج پرسشنامه شرکت کنندگان به گویه مربوط به راهبردها نشان می‌دهد بهترین وضعیت برای مؤلفه آموزش مهارت‌های کارآفرینی (۳,۰۶) و ضعیف‌ترین ارزیابی از آن مؤلفه ارائه دوره‌های توانمندسازی (۲,۰۱) بوده است.

جدول ۶. شاخص‌های آماری توصیفی در ارتباط با راهبردها (Source: By author)

مؤلفه	گویه‌ها	انحراف معیار	میانگین
مشارکت دانش آموزان	مسئولیت پذیری دانش آموزان و ترغیب به مسئولیت داشتن از سوی مسئولان مدرسه از راهبردهای مؤثر در توسعه بازارچه‌های کسب و کار می‌باشد.	۱,۳۲	۱/۸۸
	تصمیم‌گیری مشورتی و اهمیت به فعالیت شوراهای تصمیم‌گیری دانش آموزان می‌تواند در توسعه و گسترش بازارچه‌های کسب و کار دانش آموزی در مدارس مفید باشد.	۱,۱۳	۲,۲۶
	ایجاد فرهنگ وظیفه‌مسنولیت و دموکراسی باعث ایجاد احساس جرات تصمیم‌گیری و توانایی اداره کردن سایر افراد در دانش آموزان و توسعه کسب و کارشان می‌شود.	۱,۲۶	۲۵۸
	میانگین کل:		
	۲,۲۴		
مالی	سهم بودجه و اعتبارات آموزش و پرورش از تولید ناخالص داخلی می‌تواند تقویت بازارچه‌های کسب و کار دانش آموزی را به دنبال داشته باشد.	۱,۱۹	۲,۵۵
	انجام سرمایه‌گذاری‌های جدید آموزش و پرورش در زمینه تجهیزات آموزشی مدارس نقش مهمی در توسعه کسب و کارهای دانش آموزی ایفا می‌کند.	۱,۵۱	۳/۳۳
	آشنایی دانش آموزان کارآفرین با استراتژی‌های مالی اعتبارات می‌تواند راه را برای کار آفرینی و توسعه کسب و کار هموار نماید.	۱,۲۷	۲,۲۱
	میزان منابع مالی تخصیص داده شده به مدارس در امر کارآفرینی از قبیل کمک‌های بلاعوض اولیا و خیرین می‌تواند باعث توسعه بازارچه‌های کسب و کار دانش آموزی شود.	۱,۶۲	۲/۹۷
	میانگین کل:		
۲,۷۶			
آموزش مهارت‌های کار آفرینی	هوشیاری و استفاده آگاهانه از فرصت‌ها و تغییرات و آموزش آن به دانش آموزان کار آفرین می‌تواند تجربه و سیاست کسب و کار آنان را تقویت کرده و منجر به رونق کسب و کار دانش آموزی گردد.	۱,۲۵	۲,۹۶
	طراحی و اجرای برنامه ریزی آموزشی باعث افزایش مهارت‌های یادگیری دانش آموزان کارآفرین شده و موفقیت در کسب و کار را به دنبال خواهد داشت.	۱,۳۲	۳/۳۴
	داشتن تفکر خلاق در کسب و کار باعث تقویت توانایی حل مشکلات و تبدیل آن‌ها به مسیر پیشرفت دانش آموزان کار آفرین می‌شود.	۱,۲۸	۲/۸۹
	میانگین کل:		
	۳,۰۶		
ارائه دوره‌های توانمندسازی	آموزش دوره‌های توانمندسازی از طریق ایجاد بصیرت و دانش در دانش آموزان کارآفرین نقش مهمی در توسعه بازارچه‌های کسب و کار دانش آموزی دارد.	۱,۱۸	۱/۸۸
	آموزش توانمندسازی باعث بهبود روابط انسانی الگوسازی خود مدیریتی و تعهد به کسب و کار در دانش آموزان کارآفرین می‌شود.	۱,۵۱	۲,۲۶

مؤلفه	گویه ها	انحراف معیار	میانگین
	ایجاد حسین مؤثر بودن، شایستگی و کفایت در شغل و کسب و کار باعث آزادی عمل دانش آموزان در تعیین فعالیت‌های خلاق برای کسب و کار و توسعه بازارچه‌های کسب و کار می‌گردد.	۱/۱۲	۱/۹۱
میانگین کل:			
	دعوت از دانش آموزان کارآفرین در همایش‌های آموزش و پرورش در حیطه کار آفرینی باعث دادن طرح و ایده به دانش آموزان و بهره‌گیری از آن در جهت توسعه بازارچه‌های کسب و کار دانش آموزی می‌شود.	۱/۴۸	۲/۹۶
حمایت آموزش و پرورش	حمایت مالی آموزش و پرورش از طریق اختصاص وام‌های کم بهره به مدارس و دانش آموزان کار آفرین راه را در توسعه بازارچه‌های کار آفرینی هموار می‌کند.	۱/۴۹	۳/۱۷
	مدیران و مسئولان آموزش و پرورش از طریق تشریح کلاسهای آگاه سازی خانواده‌ها می‌توانند فرزندان کارآفرین این گونه خانواده‌ها را حمایت کرده و بستر مشارکت کردن آنها را در کسب و کار مدرسه فراهم آورند.	۱/۲۷	۲/۷۵
	نارسیایی قوانین و مقررات در حمایت و پشتیبانی از آموزش و پرورش می‌تواند معضلی بر سر راه کار آفرینی دانش آموزان و ایجاد بازارچه‌های کسب و کار شود.	۱/۶۲	۲/۹۷
میانگین کل:			
تشویق والدین	ایجاد انگیزه در دانش آموزان به وسیله والدین می‌تواند باعث توسعه کسب و کار کار آفرینی در مدارس شود.	۱/۱۳	۲/۴۳
	حمایت مالی والدین از دانش آموزان کارآفرین بستری امن را برای ادامه فعالیت‌های آنان در مدرسه فراهم می‌آورد.	۱/۱۱	۲/۶۳
میانگین کل:			
تدوین قوانین تخصصی	تدوین قوانین مخصوص دانش آموزان کارآفرین گام مهمی در توسعه کسب و کارهای دانش آموزی می‌باشد.	۱/۳۹	۲/۱۸
	توسعه بازارچه‌های کسب و کار دانش آموزی نیازمند همکاری نزدیک دولت و آموزش و پرورش در تدوین سیاست‌ها، خط مشی‌ها و قوانین خاص برای این گونه فعالیت‌ها است.	۱/۷۰	۲/۶۸
	ارائه راهکارهای اجرایی برای شناسایی، پرورش و شکوفایی دانش آموزان کارآفرین نیازمند بکارگیری قوانین عاری از بوروکراسی در حیطه کارآفرینی و شروع کسب و کارها می‌باشد.	۱/۱۹	۲/۳۲
میانگین کل:			
میانگین کلی مقوله:			

شرکت کنندگان به گویه مربوط به پیامدها ارائه شده در قالب طیف لیکرت ۵ درجه‌ای از کاملاً مخالفم (۱) تا کاملاً موافقم (۵) پاسخ دادند که بهترین وضعیت برای مؤلفه بهبود سطح اشتغال و بهره‌وری (۳/۸۰) و ضعیف‌ترین ارزیابی از آن مؤلفه خلق ارزش جدید (۲/۷۰) بود.

جدول ۷. شاخص‌های آماری توصیفی در ارتباط با پیامدها (Source: By author)

مؤلفه	گویه‌ها	انحراف معیار	میانگین
ارتقای سطح کارآفرینی	ارتقای سطح همکاری‌های کارآفرینانه با سازمان‌های دیگر در توسعه بازارچه‌های کسب و کار تأثیرگذار است.	۱/۴۳	۳/۰۳

مؤلفه	گویه‌ها	انحراف معیار	میانگین
	خودباوری و اعتماد به نفس می‌تواند باعث سطح ارتقای کارآفرینی دانش آموزان و توسعه بازارچه‌های کسب و کار گردد.	۱/۲۳	۲/۸۵
	استفاده از فرصت‌های بکر بازار و تمایل دانش آموزان به ریسک می‌تواند سطح کارآفرینی دانش آموزان را افزایش داده و توسعه کسب و کار را به دنبال داشته باشد.	۱/۱۸	۲/۵۷
	آینده نگری میل به نتیجه گرفتن و قدرت درک بالای دانش آموزان در افزایش سطح کارآفرینی آن‌ها تاثیرگذار است.	۱/۰۸	۲/۴۳
	میانگین کل:		
	کپی برداری از دیگر کسب و کارها و همپوشانی با فناوری روز در موفقیت کسب و کارهای دانش آموزان کارآفرین تاثیر گذار است.	۱/۱۷	۲/۷۳
	اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار می‌تواند تغییرات سریع و رشد شتابان کسب و کارها را به دنبال داشته باشد.	۱/۱۷	۲/۴۹
	بازارچه‌های کسب و کار باعث ایجاد کسب و کار و دستاورد جدید در قالب فناوری نوآورانه و ارائه خدمت یا محصول جدید می‌گردد.	۱/۲۵	۲/۰۸
خلق ارزش جدید	کسب و کارهای کارآفرین باعث خلق یک ارزش جدید در راستای ثروت آفرینی می‌شوند	۱/۲۶	۲/۱۱
	بازارچه‌های کسب و کار دانش آموزی با رویکرد کارآفرینانه می‌تواند نقطه آغازین رشد و رفاه اجتماعی باشد.	۱/۳۳	۳/۴۹
	دانش آموزان کارآفرین و خلاق به سوی ایجاد ارزش افزوده و راه اندازی و توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه سوق داده می‌شوند و ارزش جدیدی مبتنی بر کارآفرینی ایجاد می‌کنند.	۱/۳۹	۳/۳۳
	میانگین کل:		
	شناخت فرایندهای خلاقیت و پذیرفتن ایده‌های جدید و تاب باعث تقویت مهارت‌های کارآفرینی دانش آموزان می‌شود.	۱/۳۹	۳/۲۸
تربیت و پرورش دانش آموزان خلاق و نوآور	برنامه ریزی منظم و هدایت فعالیتهای کارآفرینانه باعث شکوفا کردن دانش آموزان کارآفرین می‌شود.	۱/۳۶	۳/۲۱
	توجه به رغبت و تمایل دانش آموزان زمینه سازی فرایند تربیت دانش آموزان کارآفرین و توسعه کسب و کار را به دنبال خواهد داشت.	۱/۲۵	۳/۱۱
	میانگین کل:		
	قدرتمند کردن دانش آموزان کارآفرین از طریق پذیرش نتایج انجام کاره ریسک پذیری و توان تصمیم گیری قاطع و سریع می‌توان سبب ساز توسعه بازارچه‌های کسب و کار دانش آموزی شود.	۱/۲۶	۲/۷۲
افزایش توانمندی و تجربه دانش آموزان	افزایش انگیزه دانش آموزان احساس خودکارآمدی احساس نیاز به توفیق و پیشرفت و هدانگرا بودن ضمن بالا بردن تجربه آنان می‌تواند در کسب و کار نیز به کمک آنان بیاید.	۱/۳۱	۳/۸۵
	احساس مؤثر بودن در وظایف محوله و کنترل وقایع پیش بینی نشده در کسب و کار می‌تواند باعث رشد و توسعه بازارچه‌های کسب و کار در دانش آموزان گردد.	۱/۱۶	۲/۷۳
	توانمندی‌ها و پتانسیل دانش آموزان کارآفرین می‌تواند باعث توسعه بازارچه‌های کسب و کار در مدارس شود.	۱/۱۱	۲/۷۱
	میانگین کل:		
بهبود سطح اشتغال و بهره‌وری	توسعه بازارچه‌های کسب و کار می‌تواند باعث سازماندهی شغل آینده دانش آموزان کارآفرین تصمیم گیری بهینه شغلی برای کارآفرینان در آینده و در نهایت یافتن شغل مناسب شود.	۱/۴۳	۳/۹۲

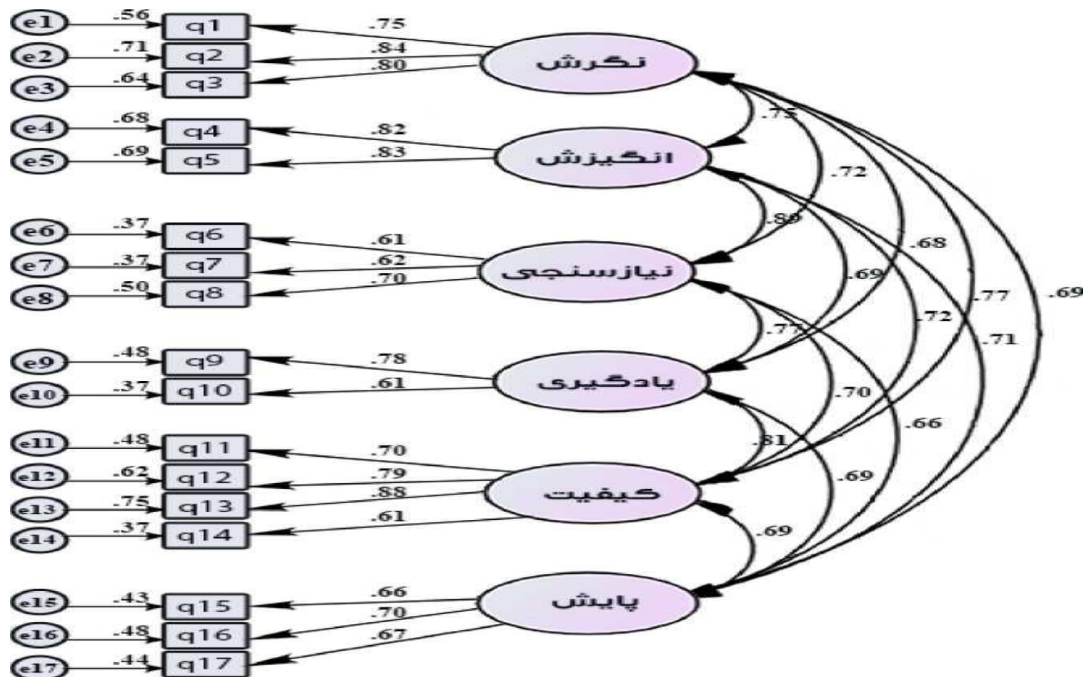
مؤلفه	گویه‌ها	انحراف معیار	میانگین
	کار آفرینی دانش آموزان و توسعه کسب و کار توانایی آنان را در تجربه آموزی و مدیریت شغلی افزایش داده و باعث جلوگیری از اتلاف انرژی، وقت و هزینه و نیز کاهش خطا و اشتباهات شغلی در آینده کاری آنان می‌شود.	۱,۱۶	۳,۷۳
	تجربه بازارچه‌های کسب و کار دانش آموزی باعث ایجاد احساس شغف و لذت از کار افزایش عملکرد شغلی و تعهد به شغل می‌شود.	۱,۳۱	۳,۸۵
	ارتقای سطح اشتغال و بهره‌وری در جامعه از طریق بازارچه‌های کسب و کار با رویکرد کارآفرینی امکان‌پذیر است.	۱,۲۸	۳,۷۲
	میانگین کل:		۳,۸۰
	میانگین کلی مقوله:		۳,۰۸

به عنوان یک گام پیشین برای مدل‌سازی معادلات ساختاری) تحلیل عاملی تائیدی برای ایجاد اعتبار سازه عوامل انجام شد بر مبنای یافته‌های بخش کیفی پژوهش در تحلیل عاملی تائیدی با استفاده از نرم افزار آموس گویه‌های پرسشنامه مدل توسعه بازارچه‌های کسب و کار دانش آموزی با رویکرد کار آفرینانه به تفکیک ۲۶ عامل اصلی استفاده شد. جدول زیر نتایج تحلیل عاملی تائیدی و برخی از مهمترین معیارهای برازش تحلیل عاملی تائیدی برای هر کدام از عوامل و مقایسه آن‌ها با ملاک‌های تعیین شده را نشان می‌دهد و بر مبنای نتایج حاصل از بارهای عاملی می‌توان گفت تحلیل عاملی مورد تأیید است. نتایج جدول زیر حاکی از آن است که تمامی شاخص‌ها در حد بسیار مطلوب گزارش شده‌اند و مدل با داده‌ها برازش بسیار خوبی دارد و این بیانگر همسو بودن گویه‌ها یا سازه نظری است.

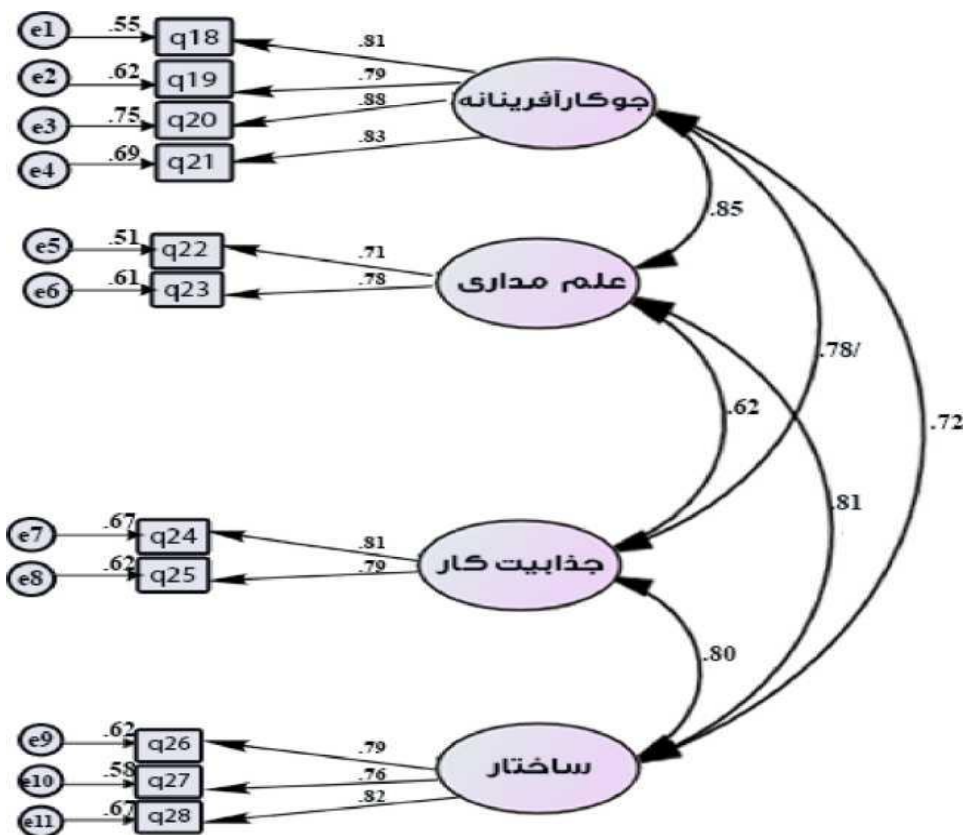
جدول ۸. شاخص‌های برازش تحلیل عامل تأییدی پرسشنامه توسعه بازارچه‌های کسب و کار دانش آموزی با رویکرد کارآفرینانه

(Source: By author)

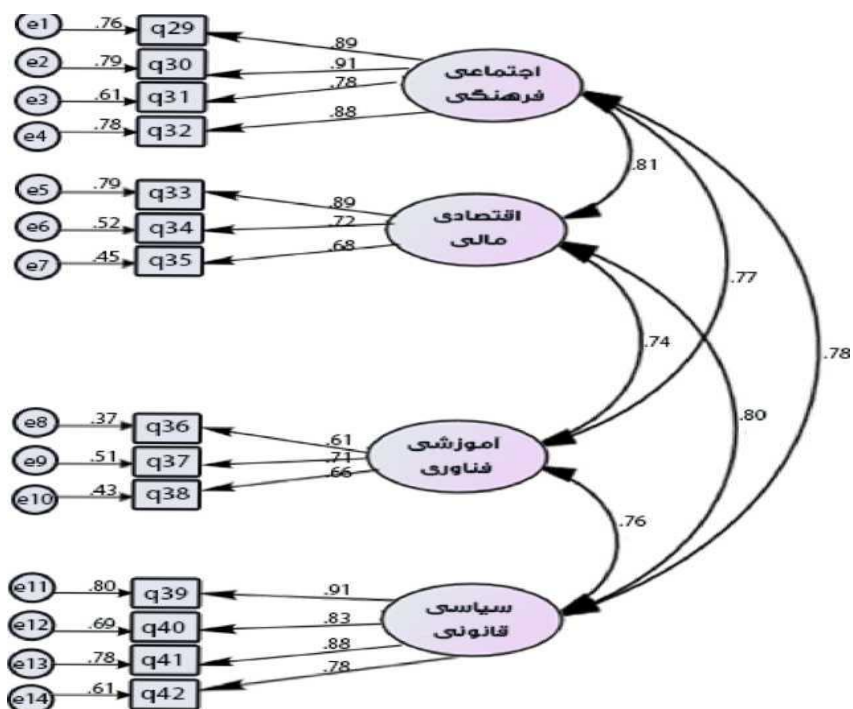
شاخص نیکویی برازش (GFI)	شاخص برازش تطبیقی (CFI)	شاخص نرم شده برازش (NF)	ریشه خطای میانگین مجذورات (RMSEA)	نسبت خی دو به درجه آزادی (۲)	آماره خی دو (۲) و معناداری آن (p<۰,۰۰۱)	عامل‌های مرتبه اول
بزرگ‌تر یا مساوی ۰,۹۵	بزرگ‌تر یا مساوی ۰,۹۵	بزرگ‌تر یا مساوی ۰,۹۵	کوچک‌تر یا مساوی ۰,۰۸	نسبت بین کمتر از	مقادیر معنادار و غیر معنادار ۱۲	معیار
۰,۹۹	۰,۹۶	۰,۹۸	۰,۰۵۵	۲۰۰۷ درجه آزادی	۱,۸۴۳ P-Value=۰/۰۰۱	شرایط علی
۰,۹۹	۱	۰,۹۹	۰,۰۸	۱,۱۰۰ درجه آزادی.	۵,۲۷۲	توسعه بازارچه
۰,۹۵	۰,۹۸	۰,۹۷	۰,۰۵	۲,۶۲۵ درجه آزادی ۱۲	۳۱,۵۱ P-Value=۰/۰۰۱	ویژگی‌های زمینه‌ای
۱	۰,۹۹	۰,۹۷	۰,۰۴	۳,۰۲۹ درجه آزادی ۱۵	۴۵/۴۴ P-Value=۰/۰۰۱	شرایط محیطی
۰,۹۷	۱	۰,۹۵	۰,۰۷	۱,۷۲۶ درجه آزادی ۴۲	۷۲,۵۰ P-Value=۰/۰۰۱	راهبردها
۰,۹۶	۰,۹۹	۰,۹۶	۰,۰۸	۲,۲۲۰ درجه آزادی ۲۰	۴۴,۴۰ P-Value=۰/۰۰۱	پیامدها



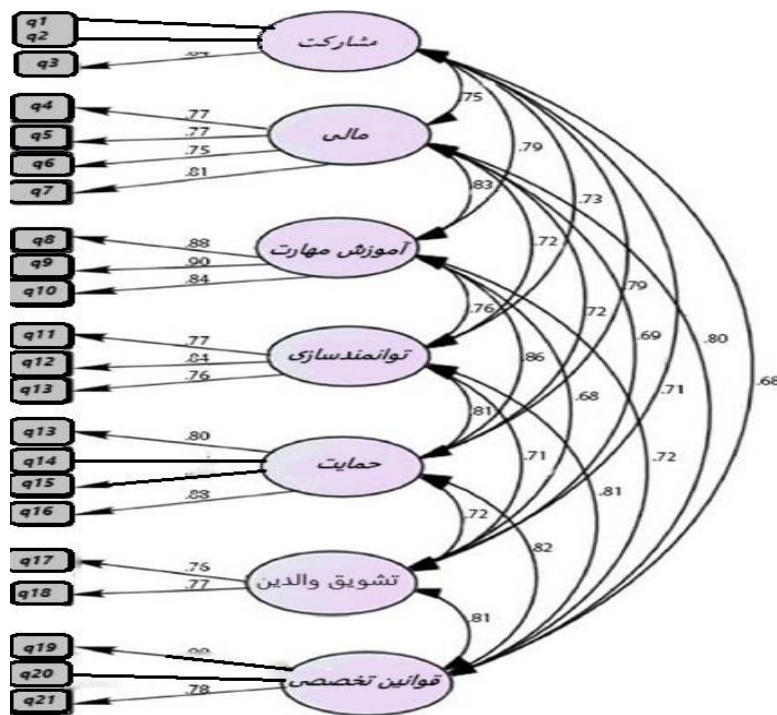
نمودار ۲. نمودار تحلیل عاملی برای موجبات علی خروجی نرم افزار اسمارت پی.ال.اس (Source: By author)



نمودار ۳. نمودار تحلیل عاملی برای ویژگی‌های زمینه‌ای خروجی نرم افزار اسمارت پی.ال.اس (Source: By author)



نمودار ۴. نمودار تحلیل عاملی برای شرایط محیطی خروجی نرم افزار اسمارت پی.ال.اس (Source: By author)



نمودار ۵. نمودار تحلیل برای راهبردها خروجی نرم افزار اسمارت پی.ال.اس (Source: By author)

برای سنجش اینکه آیا ویژگی‌های زمینه‌ای که بطور مستقیم بر راهبردها اثر دارند، دارای تأثیر غیر مستقیم بر شرایط علی بر طبق مدل مفروض هستند یا خیر؟ روابط غیر مستقیم مورد سنجش قرار گرفت. به این صورت که ابتدا رابطه مستقیم وارد معادله شده و مورد آزمون قرار گرفت که در ستون رابطه مستقیم بدون میانجی در جدول شماره ۹ قابل مشاهده است. سپس، رابطه مستقیم همراه میانجی و نیز رابطه غیر مستقیم مورد سنجش قرار گرفت. نتایج نشان داد ویژگی‌های زمینه‌ای دارای اثر معنادار مستقیم و مثبت (۰/۶۹۲) بدون حضور میانجی بر راهبردها است. ویژگی‌های زمینه‌ای دارای اثر معنادار مستقیم و مثبت بدون میانجی (۰/۵۲) بر شرایط علی است و نیز دارای تأثیر مستقیم و مثبت (۰/۴۱) معنادار با میانجی بر موجبات علی و دارای اثر غیر مستقیم و معنادار بر شرایط علی از طریق راهبردها است (۰/۱۸) بنابراین دارای اثر غیر مستقیم جزئی بر شرایط علی است که البته اثر مستقیم آن به تنهایی و یا متغیر میانجی قوی‌تر یا بزرگتر از اثر غیر مستقیم آن بر موجبات علی به تنهایی است. همچنین، شرایط محیطی بدون حضور میانجی بر راهبردها (۰/۲۲۲) بدون حضور میانجی معنادار نبود. تأثیر شرایط محیطی بر شرایط علی چه با حضور متغیر میانجی یعنی راهبردها (۰/۰۵B) و چه بدون حضور متغیر میانجی (۰/۰۶) معنادار نبود اما دارای اثر غیر مستقیم مثبت و معنادار به تنهایی بر موجبات علی بود (۰/۰۶) که البته اثر ضعیفی است.

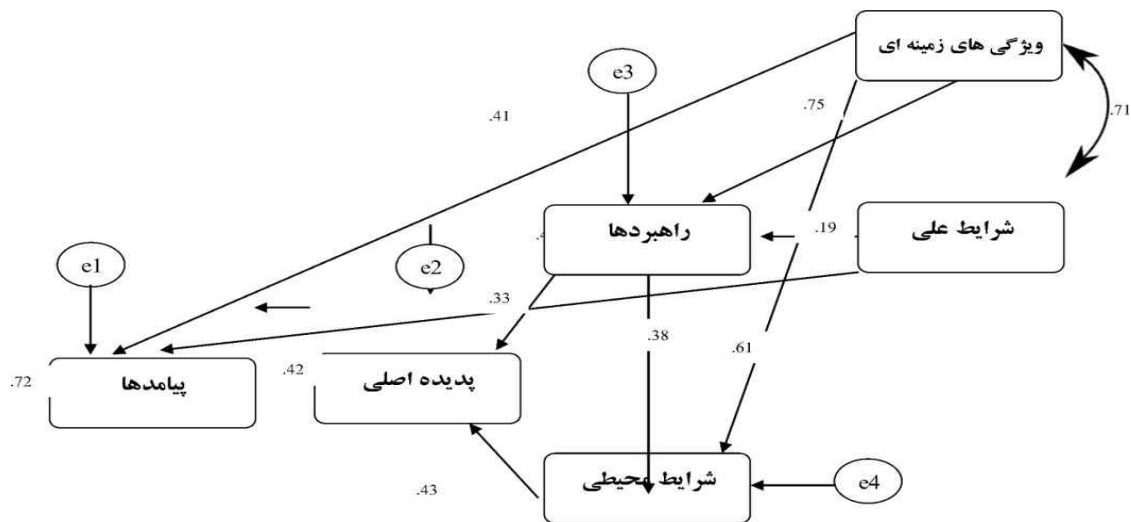
جدول ۹. ضرایب و معناداری اثرات ویژگی‌های زمینه‌ای راهبردها و شرایط محیطی راهبردها - شرایط علی (Source: By author)

متغیر پیش بین میانجی	متغیر رابطه مستقیم بدون میانجی	رابطه مستقیم	رابطه غیر مستقیم	نوع اثر	مقدار اثر
ویژگی‌های زمینه‌ای راهبردها	۱۰/۶۹۲۰۰/۰۰۰	—	—	مستقیم	معنادار
ویژگی‌های زمینه‌ای راهبردها شرایط علی	۵۰/۰۰۰۱۰/۵۲	۵۰/۰۰۱۰/۴۱	۰/۰۰۰۱۰/۱۸	غیر مستقیم	جزئی
شرایط محیطی راهبردها	۰/۲۳۵۰/۲۲۲	—	—	مستقیم	عدم معناداری
شرایط محیطی راهبردها شرایط علی	۰/۲۳۵۱۰/۰۷	۰/۰۰۱۰/۰۵	—	غیر مستقیم غیر مستقیم	معنادار و ضعیف

همچنین، جهت سنجش تأثیر مستقیم راهبردها بر شرایط علی و تأثیر غیرمستقیم بر پدیده‌ها اصلی توسعه بازارچه‌های کسب‌وکار در جدول ۱۰ مورد آزمون قرار گرفت. نتایج نشان داد راهبردها دارای اثر معنادار مستقیم و مثبت (۰/۹۰۱) بدون حضور میانجی، بر شرایط علی است. راهبردها دارای اثر معنادار مستقیم و مثبت بدون میانجی (۰/۳۴) بر پدیده اصلی است و نیز دارای تأثیر معنادار مستقیم و مثبت با میانجی (۰/۲۳۲B) بر پدیده اصلی و دارای اثر غیرمستقیم و معنادار بر پدیده اصلی از طریق شرایط علی است (۰/۲۳۲). همچنین، شرایط علی دارای اثر معنادار مستقیم و معنادار بدون میانجی (۰/۱۴۷B) بر پدیده اصلی توسعه بازارچه‌های کسب و کار دانش آموزشی با رویکرد کار آفرینانه بود شرایط علی بر پیامدها دارای اثر مستقیم معنادار (۰/۰۲۳) بدون حضور میانجی پدیده اصلی نبود. همچنین، دارای تأثیر مستقیم و مثبت (۰/۶۲) معنادار بر پیامدها با حضور متغیر میانجی پدیده اصلی نبوده و تنها دارای اثر غیر مستقیم و معنادار بر پیامدها از طریق پدیده اصلی است (۰/۱۴۷).

جدول ۱۰. ضرایب و معناداری اثرات راهبردها شرایط علی پدیده اصلی و شرایط علی - پدیده اصلی - پیامدها (Source: By author)

متغیرها	رابطه مستقیم بدون میانجی	رابطه مستقیم با میانجی	رابطه غیر مستقیم	نوع اثر
راهبردها شرایط علی	۱۱/۲۳۲۰/۹۰۱	—	—	مستقیم
راهبردها شرایط علی اصلی پیامدها	۰/۰۷۶ (۰/۷۶)	۰/۸۴۱۲/۳۴	۰/۰۰۱۲/۲۳۲	غیر مستقیم
پدیده اصلی راهبردها	۰/۶۷۷۶/۷۶	—	—	مستقیم
شرایط علی پدیده اصلی	۱۰/۷۲۰۵۰/۰۰۰	—	—	مستقیم
شرایط علی پدیده اصلی پیامدها	۰/۰۲۳ (۰/۶۰۰)	۰/۹۲۰۰/۶۲	۰/۰۰۱۰/۱۴۷	غیر مستقیم
پدیده اصلی پیامدها	۰/۴۳۱۰/۵۰۲	—	—	مستقیم



نمودار ۶. مدل نهایی روابط متغیرهای مکنون (Source: By author)

بحث و نتیجه گیری

کارآفرینی و کارآفرینان نقش کلیدی در روند توسعه و پیشرفت بازارچه‌های کسب و کار دانش آموزی ایفا می‌کنند. باید توجه داشت که دانش آموزان کارآفرین تنها به ایجاد فرصت‌های شغلی جدید نمی‌پردازند؛ بلکه با ساختار تفکر تحرک و فرهنگ لازم دست به تخریب خلاق می‌زنند تا از دل ویرانه‌های کهن بنای رفیع آبادانی و پیشرفت را برافرازند. نتایج این پژوهش نشان داد که پیامدها و نتایج بهبود توسعه بازارچه‌های کسب‌وکار دانش آموزی با رویکرد کارآفرینانه در بین دانش‌آموزان مدارس متوسطه دوره دوم زاهدان شامل ارتقای سطح کارآفرینی، خلق ارزش جدید، تربیت و پرورش دانش‌آموزان خلاق و نوآور، افزایش توانمندی و تجربه دانش‌آموزان و بهبود سطح اشتغال در آینده کاری بوده است. نتایج تحقیق حاضر در بخشی کیفی نشان داد که اصلی‌ترین مقوله، توسعه بازارچه‌های کسب و کار دانش آموزی با رویکرد کارآفرینانه است که همه عوامل و تأثیرات در جهت توصیف آن حرکت می‌کنند. نتایج نشان داد توسعه بازارچه‌های کسب و کار دانش آموزی با رویکرد کارآفرینانه به عنوان پدیده اصلی به طور مستقیم از شرایط علی و راهبردها اثر می‌پذیرد و به پیامدهایی نظیر تقویت کارآفرینی خلق ارزش جدید تربیت خلاق توانمندی و تجربه و اشتغال و بهره‌وری منجر می‌شود که این موضوع با تحقیقات نجاریان کاخکی و همکاران (۱۴۰۱)، سالون و همکاران (۲۰۲۱)، زیوداری و سالاری (۱۴۰۰)، خرسندی پیشکناری و همکاران (۱۴۰۱)، هم‌خوانی دارد. همچنین، نتایج نشان داد پدیده اصلی توسعه بازارچه‌های کسب و کار دانش آموزی با رویکرد کارآفرینانه منجر می‌شوند و منشاء کارآفرینی دانش‌آموزان در مدارس هستند. موجبات علی خود از ۶ مقوله اصلی: ۱- نگرش کارآفرینانه مسئولان و تصمیم‌گیرندگان مدرسه، ۲- انگیزش دانش‌آموزان، ۳- نیاز سنجی و توسعه هدفمند، ۴- فرایند یاددهی یادگیری، ۵- سنجش کیفیت مدرسه، ۶- پایش مستمر بازارچه‌های کسب و کار تشکیل یافته است. نتایج به دست آمده در این بخش با نتایج مطالعات زیودار و سالاری (۱۴۰۰) و خرسندی پیشکناری و همکاران (۱۴۰۱) هم‌سو و هم‌جهت می‌باشد. همچنین، نتایج نشان داد شرایط

محیطی مؤثر بر توسعه بازارچه‌های کسب‌وکار دانش‌آموزی با رویکرد کارآفرینانه شامل شرایط اجتماعی- فرهنگی، اقتصادی- مالی، آموزشی- فناوری و سیاسی- قانونی است. علاوه بر این، شرایطی که به طور مستقیم بر توسعه بازارچه‌های کسب و کار دانش‌آموزی کارآفرینانه تأثیر گذارند، عواملی وجود دارند که در ارتباط با این شرایط بوده و تداوم یا عدم تداوم آن را موجب می‌شوند. نتایج تحقیق حاصل از بخش کیفی نشان داد ویژگی‌های زمینه‌ای مؤثر بر توسعه بازارچه‌های کسب‌وکار دانش‌آموزی با رویکرد کارآفرینانه شامل جو کارآفرینانه، مدرسه علم‌مداری مدرسه طراحی کسب و کار جذاب ساختار و زیرساخت‌های مدرسه می‌باشد. نتایج تحقیق حاضر نشان داد راهبردهای بهبود توسعه بازارچه‌های کسب‌وکار دانش‌آموزی با رویکرد کارآفرینانه در بین دانش‌آموزان مدارس، شامل مشارکت دانش‌آموزان، تأمین و تخصیص منابع مالی، آموزش مهارت‌های کارآفرینی، ارائه دوره‌های توانمندسازی، حمایت آموزش و پرورش، تشویق والدین و تدوین قوانین تخصصی می‌باشد.

مشارکت نویسندگان

تمام نویسندگان به نسبت سهم برابر در این پژوهش مشارکت داشته‌اند.

تأیید اخلاقی

رضایت کتبی آگاهانه از افراد برای انتشار اطلاعات ناشناس آنها در این مقاله اخذ شده است.

تعارض منافع

هیچ‌گونه تعارض منافع توسط نویسندگان بیان نشده است.

References

- Arasti, Z., Ghoddosi, S., & Bagheri, A. (2017). The effect of entrepreneurship education by storytelling on entrepreneurial attitude of primary school students. *Journal of Entrepreneurship Development*, 9(4), 593-612. <https://doi.org/10.22059/jed.2017.61547> [In Persian]
- Babaei, H. (2016). Entrepreneurship Status in the Iranian Press. *Social Development & Welfare Planning*, 7, 185-223. <https://doi.org/10.22054/qjsd.2016.7889> [In Persian]
- Bauman, A., & Lucy, C. (2021). Enhancing entrepreneurial education: Developing competencies for success. *The International Journal of Management Education*, 19(1), 100293. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2019.03.005>
- Boldureanu, G., Ionescu, A. M., Bercu, A.-M., Bedrule-Grigoruță, M. V., & Boldureanu, D. (2020). Entrepreneurship education through successful entrepreneurial models in higher education institutions. *Sustainability*, 12(3), 1267. <https://doi.org/10.3390/su12031267>
- Clark, D. N., Reboud, S., Toutain, O., Ballereau, V., & Mazzarol, T. (2021). Entrepreneurial education: an entrepreneurial ecosystem approach. *Journal of Management & Organization*, 27(4), 694-714. <https://doi.org/10.1017/jmo.2020.26>
- Davari, A., Jafari, E., & Madadi, R. (2014). *Evaluation of indicators of ease of starting a business in order to develop entrepreneurship in Iran* National conference to improve the business environment. [In Persian]

- Furdui, A., Lupu-Dima, L., & Edelhauser, E. (2021). Implications of entrepreneurial intentions of Romanian secondary education students, over the Romanian business market development. *Processes*, 9(4), 665. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/pr9040665>
- Gholam Ghasemi, M., Alirezanzjad, M., & Khodabandeh, P. (2021). the role of knowledge management in business, The 5th International Conference on Global Studies in Computer, Electrical, and Mechanical Engineering, Tehran. [In Persian]
- Guerrero, M., Urbano, D., & Gajón, E. (2020). Entrepreneurial university ecosystems and graduates' career patterns: do entrepreneurship education programmes and university business incubators matter? *Journal of Management Development*, 39(5), 753-775.
- Khorsandi, P. S., Mehrabi, J., & Davari, A. L. I. (2022). Designing a Knowledge-Based Business Development Model in the Condition of Sanctions with Entrepreneurial Approach: A metesynthesis Study. [In Persian]
- Majidi, D., Yasbolaghi, S. B., & Alimohammadi, M. (2012). Impact of entrepreneurship training on entrepreneurial attitude and spirit of the students of the faculty of educational science and psychology of Kharazmi University. [In Persian]
- Maleki, R., Yelaghchehghikhor, H., & Ahmadvand, M. (2016). An Investigation into the Features of Social Entrepreneurship in Governmental Organizations: A Case Study of the Organization for Nomadic Peoples Affairs, Kohgiluyeh & Boyer-Ahmad Province. *Social Development & Welfare Planning*, 6(25), 41-62. <https://doi.org/https://doi.org/10.22054/qjdsd.2016.3852> [In Persian]
- Mehrabani, F., Abdollahi, F., & Basirat, M. (2016). Considering the effects of doing business on economic growth for Iran, MENA and OECD countries by GMM method. *Quarterly Journal of The Macro and Strategic Policies*, 4(13), 65-96. https://doi.org/https://www.jmsp.ir/article_12953_f0730bb6fcb6641d214302c3d6b9668d.pdf [In Persian]
- Mirzaeian Kalvari, Y., & Sharifi, M. (2016). The Study and Comparison of Entrepreneurship Factors among Senior Students of High School in Delfan. *Journal of Management and Planning In Educational System*, 9(2), 131-158. https://doi.org/https://mpes.sbu.ac.ir/article_98430_3ce994deafa7336e294ac95b6a4e09c4.pdf [In Persian]
- Najarian Kakhki, M., Amirkhani, A. H., Ashrafi, M., & Saeedi, P. (2023). Designing a student business school model for developing entrepreneurship in high school. *Political sociology of Iran*, 5(12), 1655-1667. <https://doi.org/https://doi.org/10.30510/psi.2022.296173.2026> [In Persian]
- Pourshahabi, V., Pourkiani, M., Zayande Roodi, M., & Sheikhi, A. (2019). Prioritization of Higher Education Groups for Realization Sustainable Development in Sistan and Baluchestan Province. *Journals of Environmental Education and Sustainable Development*, 8(1), 49-72. <https://doi.org/10.30473/ee.2019.6325> [In Persian]
- Rezaei, G., Kavyanei, E., Eslampanah, M., & Layei, S. (2019). design and validation of feasibility model for the development of business schools. *School Management Journal*, 8(1), 136-159. [In Persian]
- Salun, M., Zaslavska, K., Vaníčková, R., & Šindelková, K. (2021). Formation of entrepreneurial skills in students in a changing world. SHS Web of Conferences,
- Williamson, B. (2021). Making markets through digital platforms: Pearson, edu-business, and the (e) valuation of higher education. *Critical Studies in Education*, 62(1), 50-66. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/17508487.2020.1737556>
- Zivodar, M., & Salari, J. (2022). *A conceptual study of entrepreneurial orientation in the business environment* The Second International Conference on Challenges and New Solutions in Industrial Engineering, Management and Accounting, Damaghan, Iran. [In Persian]