



Educational Needs Assessment of Self-Employment Skills of Rural Students in Creating Small Businesses Based on Burich Model

Maryam Shafiei Servestani¹, Zahra Najafi² and Zahra Zarei^{3*}

Article history:

Submitted: 16 April 2022

Revised: 8 January 2023

Accepted: 20 October 2024

Available Onlin: 20 October
2024

How to cite this article:

Shafiei Servestani, M., Najafi, Z., and Zarei, Z. 2024. Educational Needs Assessment of Self-Employment Skills of Rural Students in Creating Small Businesses Based on Burich Model. 2024. Rural Development Strategies, 11(3): 351-363.

DOI: 10.22048/rdsj.2024.337844.2011

Abstract

Today one of the factors that is known as a basic solution in rural development is to carry out a detailed educational needs assessment, which can be the main basis for planning and implementing an employment-creating educational program. Therefore, the purpose of this study was to assess the educational needs of rural students' self-employment skills in creating small businesses based on the Burich model. The method of the present study was descriptive-survey. The statistical population of the study included all eleventh and twelfth grade students (779 people) of vocational schools located in the villages around Shiraz in the academic year 2021-2022 that 228 people of students were selected by random sampling method based on Cochran's formula. The research tool was the Shokrgozar Questionnaire (2017) based on the Burich needs assessment model which was distributed and collected among the samples after calculating its validity and reliability. Data analysis was conducted using SPSS 23 software. The research findings revealed that none of the 23 educational components required additional training overall. However, in the knowledge dimension, the components of financial and economic profit, marketing, rights and intellectual property, and experiential knowledge of production ranked as priorities with scores of 2.61, 2.53, 2.53, and 2.42, respectively. In the skill dimension, the components of practical exploration of entrepreneurial opportunities, business preparation, working with limited resources, improving production quality, marketing, planning, and the application of motivational techniques were identified as priorities with scores of 2.68, 2.47, 2.40, 2.20, 2.12, 2.07, and 2.05, respectively. In the attitude dimension, entrepreneurial attitudes, critical thinking, and risk-taking were highlighted as areas needing improvement, with scores of 2.65, 2.30, and 2.08, respectively. The results indicate that high school students need to enhance their knowledge, skills, and attitudes across these key educational components, which should be integrated into the curriculum for art students to better prepare them for entrepreneurial challenges. The results

1- Assistant Professor, Department of Educational Management and Planning, Faculty of Educational Sciences and Psychology, Shiraz University

2- PhD student in Educational Management, Faculty of Educational Sciences and Psychology, Shiraz University

3- PhD student in Educational Management, Faculty of Educational Sciences and Psychology, Shiraz University



Corresponding Author: Maryam.shafiei@gmail.com

© 2022, University of Torbat Heydarieh. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>).

of this study help policy makers and planners of the education system to consider strengthening the identified educational components in order to maximize the effectiveness of students' skills and thus accelerate the rural development process.

Keywords: Planning, skills, entrepreneurship, village, small businesses

مقاله پژوهشی

نیازسنجی آموزشی مهارت خوداشتغال‌زایی دانش‌آموزان روستایی در ایجاد کسب و کارهای

کوچک بر مبنای مدل بورپیج

مریم شفیعی سروستانی^{۱*}، زهرا نجفی برخوردار^۲ و زهرا زارعی^۳

تاریخ دریافت: ۲۷ فروردین ۱۴۰۱

تاریخ بازنگری: ۱۸ دی ۱۴۰۱

تاریخ پذیرش: ۲۹ مهر ۱۴۰۳

چکیده

یکی از عواملی که امروزه به عنوان راهکار اساسی در توسعه روستایی شناخته می‌شود، انجام نیازسنجی دقیق آموزشی است که می‌تواند بنیان اصلی برای طرح‌ریزی و اجرای یک برنامه آموزشی اشتغال‌آفرین باشد. لذا هدف این پژوهش نیازسنجی آموزشی مهارت خوداشتغال‌زایی دانش‌آموزان روستایی در ایجاد کسب و کارهای کوچک بر مبنای مدل بورپیج بود. روش تحقیق حاضر توصیفی-پیمایشی بوده است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه دانش‌آموزان پایه یازدهم و دوازدهم (۷۷۹ نفر) هنرستان‌های واقع در روستاهای اطراف شیراز در سال تحصیلی ۱۴۰۰-۱۴۰۱ بود که با روش نمونه‌گیری تصادفی و براساس فرمول کوکران تعداد ۲۲۸ نفر انتخاب گردیدند. ابزار پژوهش پرسشنامه شکرگزار (۱۳۹۶) مبتنی بر مدل نیازسنجی بورپیج بود که پس از محاسبه روایی و پایایی بین نمونه توزیع و جمع‌آوری گردید. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم افزار SPSS23 انجام شد. نتایج پژوهش نشان داد که هیچ کدام از ۲۳ مؤلفه آموزشی به آموزش بیشتر نیاز ندارند اما در بعد دانش مؤلفه‌های سود مالی و اقتصادی، بازاریابی، حقوق و مالکیت معنوی و دانش تجربی تولید به ترتیب با اولویت‌های ۲/۶۱، ۲/۵۳، ۲/۵۳ و ۲/۴۲؛ در بعد مهارت، مؤلفه‌های اکتشاف عملی فرصت‌های کارآفرینی، تهیه کسب و کار، فعالیت با منابع محدود، بهبود کیفیت تولید، بازاریابی، برنامه‌ریزی و مهارت در به کارگیری فنون انگیزشی به ترتیب با اولویت‌های ۲/۶۸، ۲/۴۷، ۲/۴۰، ۲/۲۰، ۲/۱۲، ۲/۰۷ و ۲/۰۵ و در بعد نگرش مؤلفه‌های نگرش‌های کارآفرینانه، تفکر انتقادی و ریسک‌پذیری، به ترتیب با اولویت‌های ۲/۶۵، ۲/۳۰ و ۲/۰۸ به تقویت و تلفیق درون برنامه‌های درسی هنرآموزان نیازمندند. طبق نتایج بدست آمده هنرآموزان روستایی در هر سه بعد دانش، مهارت و نگرش به تقویت مؤلفه‌های آموزشی عنوان شده نیاز داشتند. نتایج حاصل از این پژوهش سیاستگذاران و برنامه‌ریزان نظام تعلیم و تربیت را یاری می‌رساند تا به منظور اثربخشی هر چه بیشتر مهارت‌های دانش‌آموزان، تقویت مؤلفه‌های آموزشی شناسایی شده را مدنظر قرار دهند و در نتیجه فرایند توسعه‌ی روستایی را سرعت بخشند.

کلمات کلیدی: برنامه‌ریزی، مهارت، کارآفرینی، روستا، کسب و کارهای کوچک

۱- استادیار گروه مدیریت و برنامه‌ریزی آموزشی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه شیراز

۲- دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه شیراز

۳- دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه شیراز

(*- نویسنده مسئول: Maryam.shafiei@gmail.com)

مقدمه

اشتغال یکی از با اهمیت‌ترین چالش‌های کشورهای در هزاره سوم است. با توجه به بحران اشتغال و کارایی در کشورهای جهان، امروزه کشورهای مختلف راهبردهای گوناگونی را برای توسعه اشتغال به کار می‌گیرند. یکی از این راهبردهای مؤثر، ایجاد و توسعه کسب و کارهای کوچک^۱ (SEs) است که در سال‌های اخیر مورد توجه دولتمردان کشورهای مختلف قرار گرفته است (نیچتر و گولدمارک^۲، ۲۰۰۹). بنا بر بررسی‌های انجام شده این گونه کسب و کارها توانایی پاسخگویی سریع به تغییرات بازار را دارند و به آسانی می‌توانند خود را با شرایط محیطی جدید (ساروسا^۳، ۲۰۰۷) هماهنگ کنند و نیازهای مشتری را برآورده سازند (جونز و مکفرسون^۴، ۲۰۰۶؛ ژانگ^۵ و همکاران، ۲۰۰۶). کسب و کارهای کوچک از جمله محرکه‌های اصلی رشد اقتصادی و ایجاد اشتغال به خصوص در کشورهای در حال توسعه می‌باشند (رسولی قهرودی و همکاران، ۱۴۰۰؛ هونجو و هارادا^۶، ۲۰۰۶) که علاوه بر ایجاد اشتغال می‌توانند در فرایند توسعه ظرفیت سازی نموده و امکان ورود به بازارهای جهانی را نیز پیدا کنند (آل ابراهیم^۷ و همکاران، ۲۰۱۰).

کسب و کارهای کوچک از بارزترین نمادهای کارآفرینی در کشورها محسوب می‌شود (گلرد و پرتوافکنان، ۱۳۹۹) به گونه‌ای که می‌توان گفت امروزه، اقتصاد کشورهای توسعه یافته بر محور کسب و کارهای کوچک استوار است (کریمی و همکاران، ۱۳۹۳). مشاغل کوچک بنگاه‌های اقتصادی خصوصی هستند که سهم بازار کمی دارند، مبتنی بر پایگاه مشتریان محلی می‌باشند

(رونیان و دروگ^۸، ۲۰۰۸). در مطالعه سازمان بین‌المللی کار (۲۰۰۵) بیش از ۵۰ تعریف در کشورهای مختلف شناسایی شد. اما همگی در تعریف کسب و کارهای با مقیاس کوچک از معیارهای قابل سنجش از قبیل: تعداد افرادی که توسط کسب و کارها به استخدام درآمده‌اند، مبلغ سرمایه‌گذاری شده، گردش مالی سالانه (فروش‌ها) و ارزش دارائی کسب و کار یا ترکیبی از این مقیاس‌ها استفاده می‌کنند (الایسی^۹ و همکاران، ۲۰۱۱). مولر و همکاران (۲۰۱۶) کسب و کارهای خرد، کوچک و متوسط را به این شکل طبقه بندی کردند: کسب و کارهای خرد تا ۹ نفر کارمند، کسب و کارهای کوچک، ۱۰ تا ۴۹ کارمند و کسب و کارهای متوسط، ۵۰ تا ۲۴۹ کارمند. کمیسیون اروپا این قبیل کسب و کارها را به صورت متفاوتی شامل: کسب و کارهای خرد تا ۹ نفر کارمند، کسب و کارهای کوچک، ۱۰ تا ۹۹ کارمند و کسب و کارهای متوسط، ۱۰۰ تا ۴۹۹ کارمند طبقه بندی کرده است (نقل در کنی^{۱۰} و همکاران، ۲۰۱۸). کسب و کارهای کوچک با توجه به اینکه به منابع مالی زیاد نیازی ندارند و انعطاف‌پذیری و سازگاری بالایی با شرایط مختلف دارند در حال حاضر جزء مهمی از انواع کسب و کارها هستند (پری^{۱۱}، ۲۰۱۲) و پژوهش‌های گسترده‌ای در این زمینه برای ارتقای کارایی آنها در حال انجام است (ساراکو و فریزدانانتالا^{۱۲}، ۲۰۱۶). یکی از زمینه‌هایی که اخیراً در ارتباط با این حوزه به آن توجه شده است، کسب و کارهای روستایی است.

امروزه کارآفرینی و توسعه کسب و کار روستایی در کشورهای در حال توسعه بسیار حائز اهمیت است (مؤمنی هلالی

- 1- Small Enterprises
- 2- Nichter & Goldmark
- 3- Sarosa
- 4- Jones & Macpherson
- 5- Zhang
- 6- Honjo & Harada
- 7- Ale Ebrahim

- 8- Runyan & Droge
- 9- Olabisi
- 10- Kenny
- 11- Parry
- 12- Sarwoko & Frisdiantara

آموزش در حوزه کارآفرینی و خوداشتغالی باید نیازسنجی آموزشی صورت گیرد و اهداف آموزشی و نیازهای مخاطبان تعیین شوند. به عبارت دیگر برای برنامه‌ریزی آموزشی اثربخش و کارآمد، لازم است که نیازسنجی در این خصوص صورت گیرد تا آموزش از جنبه‌های گوناگون مطابق نیازهای فراگیران باشد (ریویر، ۲۰۰۱ نقل در شکرگزار، ۱۳۹۶). نیازسنجی فرایند مشخص کردن آن چیزی است که باید آموخته شود؛ یعنی مشخص کردن جهت‌گیری کلی برنامه درسی و تشخیص نارسایی و کمبود در دانش و مهارت‌ها. نیازسنجی می‌تواند پایه‌ای برای طرح‌ریزی و اجرای برنامه درسی مطلوب باشد و در جهت افزایش مهارت‌ها و دانش مورد استفاده قرار گیرد (عسگری و همکاران، ۱۳۸۹). هر چه فرایند نیازسنجی به منظور شناسایی مشاغل و نیز تعیین دانش، نگرش و مهارت‌های شغلی اعتبار و دقت بیشتری داشته باشد، می‌توان به کارآمدی دانش‌آموختگان در بازار کار اطمینان بیشتری داشت (عبدلهی و سعادت‌مند، ۱۳۹۰).

مروری بر پژوهش‌های انجام شده نشان می‌دهد تاکنون نیازسنجی آموزشی با هدف آموزش مهارت خوداشتغال‌زایی دانش‌آموزان روستایی در ایجاد کسب و کارهای کوچک انجام نشده است. لیکن مرتبط‌ترین پژوهش‌هایی که در این حوزه انجام شده است به شرح زیر می‌باشد:

جدی گرگری و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان "تدوین الگوی آموزش کارآفرینی دانش‌آموزان مدارس دوره دوم متوسطه" به این نتیجه دست یافتند که از میان عوامل مؤثر بر مدل برنامه آموزش کارآفرینی، بی‌ثباتی در بازار کار در میان آسیب‌های آموزش کارآفرینی، تعامل مراکز تولیدی و صنعتی در میان اهداف مطلوب آموزش کارآفرینی، جذابیت و قابلیت دسترسی در میان محتوای مناسب آموزش کارآفرینی، توانایی حل مسئله در میان روش‌های تدریس کارآفرینی، و ارزشیابی از طرح کسب و کار در میان روش‌های ارزشیابی آموزش‌های کارآفرینی دارای بیشترین ضریب تأثیر بوده است.

و همکاران، ۱۴۰۰) و اندیشمندان توسعه روستایی، توسعه اقتصادی و معیشتی روستاها را یک نوع استراتژی می‌دانند (احمدپور و همکاران، ۱۴۰۰) زیرا با خلق فرصت‌های جدید اشتغال و درآمد، نوآوری و ایجاد رفاه، نقش مؤثری در بهبود وضع اقتصادی و معیشتی روستاها خواهد داشت (خسروی پور و همکاران، ۱۳۹۹) و سبب بالارفتن اعتماد به نفس و خوداتکایی روستاییان می‌شود (باستین^۱ و هکاران، ۲۰۱۹). بوسورت^۲ (۲۰۱۲) در مطالعه خود، ویژگی‌های کسب و کارهای روستایی را شامل ارائه خدمات به جمعیت روستایی، فروش یک محصول روستایی و قرار داشتن در منطقه روستایی می‌داند. ارزیابی اقتصادی کسب و کارهای کوچک نشان می‌دهد، این گونه مشاغل نقش مهمی در احیای جوامع محلی دارند (گریمر^۳ و همکاران، ۲۰۱۸) و توجیه اقتصادی قابل قبولی دارند، بنابر برخی از بررسی‌ها آنها می‌توانند درآمد روستائیان را تا ۳۵ درصد افزایش دهند (هاگبلید و همکاران، ۲۰۰۷). بنابراین روستاییان باید به خوبی در این زمینه آموزش ببینند تا بتوانند با ایجاد اشتغال در جامعه محلی خود سبب رشد و توسعه آن منطقه شوند.

علیرغم اهمیت ایجاد اشتغال و خوداشتغال‌زایی در کشور به خصوص در مناطق روستایی هنوز توان و انگیزه در بین فارغ التحصیلان هنرستان‌ها و مراکز دانشگاهی ایجاد نشده و بسیاری از دانش‌آموختگان در ابتدای امر در جستجوی استخدام در دستگاه‌های دولتی و شرکت‌های بزرگ صنعتی می‌باشند. به همین منظور، آموزش برنامه‌ی درسی کارآفرینی یک ضرورت بوده و از جمله راهکارهایی است که شایسته است در جهت توسعه اشتغال‌زایی در بین قشر تحصیل‌کرده در اولویت قرار گیرد (بندی، ۱۳۹۱). با این وجود باید توجه داشت که پیش از ارائه

1 - Bastian
2 - Bosworth
3 - Grimmer

توسعه در مناطق روستایی، لازم است مسئله اشتغال افراد روستایی مورد توجه قرار گیرد تا مانع مهاجرت روستاییان شود و برای تحقق این امر مهم باید به دنبال ایجاد مهارت‌های لازم برای خوداشتغالی و ایجاد کسب و کارهای کوچک در جوانان روستا بود تا پس از اتمام دوره تحصیل خود بتوانند در حوزه فنی آموزش دیده خود به خوبی نقش آفرینی کنند. از آنجایی که بهترین مکان برای کسب مهارت کارآفرینی و خوداشتغال‌زایی دوره متوسطه می‌باشد، باید توجه شود که محتوای آموزشی مطابق نیاز افراد در محیط واقعی باشد. بنابراین هدف پژوهش حاضر نیازسنجی آموزشی مهارت خوداشتغال‌زایی دانش‌آموزان روستایی در ایجاد کسب و کارهای کوچک بر مبنای مدل بورپج بوده است. با توجه به بررسی مدل‌های صورت گرفته و همچنین جامعیت نسبی مدل ارائه شده توسط کمیسیون اروپایی نسبت به سایر چارچوب‌های ارائه شده و با توجه به موضوع مورد مطالعه در این تحقیق (در زمینه کسب و کارهای کوچک)، مدل نیازسنجی آموزشی در ابعاد دانش، مهارت و انگیزش استخراج گردیده است. مدل مفهومی پژوهش در شکل ۱ آورده شده است.

مواد و روش‌ها

این تحقیق از نظر هدف کاربردی است و از لحاظ جمع‌آوری داده‌ها، توصیفی-پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه دانش‌آموزان پایه یازدهم و دوازدهم (۷۷۹ نفر) هنرستان‌های واقع در روستاهای نواحی چهارگانه اطراف شیراز در سال تحصیلی ۱۴۰۰-۱۴۰۱ بود که با روش نمونه‌گیری تصادفی و براساس فرمول کوکران تعداد ۲۲۸ انتخاب گردیدند. به منظور جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه شکرگزار (۱۳۹۶) مبتنی بر مدل نیازسنج بورپج استفاده شد. این پرسشنامه مشتمل بر ۳۶ گویه است که ۳۲ موضوع آموزشی را در ۳ متغیر اصلی (دانش، مهارت، نگرش) مورد سنجش قرار می‌دهد.

به منظور سنجش روایی و پایایی مقیاس پژوهش نیز به

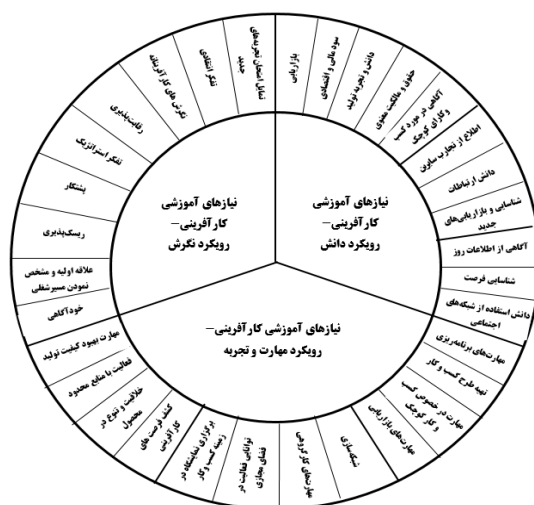
امیدی و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهش خود با عنوان "طراحی الگوی برنامه درسی آموزش کارآفرینی برای دانش‌آموزان دوره اول متوسطه" بیان کردند که طراحی برنامه درسی آموزش کارآفرینی به عنوان مقوله محوری بر مبنای شرایط علی، سیاست‌ها و اهداف محیطی، ارتباط با بازار کار و از طریق راهبردهای مشارکت‌مربیان در تولید برنامه درسی، تعامل مستمر با مراکز علمی و با در نظر گرفتن ویژگی‌های پذیرندگان به عنوان زمینه الگو محقق و منجر به تحقق پیامدهای آموزشی، پرورشی و اقتصادی می‌گردد.

عبدالله‌زاده و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان "شناسایی و اولویت‌بندی سرفصل‌ها و محتوای دوره‌های آموزش کارآفرینی بر اساس کارکردهای کسب‌وکار" به این نتیجه رسیدند که آموزش کارآفرینی با آموزش مقوله‌های دیگری نظیر اشتغال، تفاوت دارد؛ چراکه آموزش چگونگی ایجاد یک کسب و کار جدید و همچنین پیشبرد و ادامه آن با فعالیت‌های مدیریتی کسب و کار مرتبط است. طبق این پژوهش ابعاد مدیریت منابع انسانی، مدیریت اطلاعات و فناوری، مدیریت بازاریابی، مدیریت امور عملیاتی، مدیریت ریسک، مدیریت راهبردی و مدیریت مالی به ترتیب در اولویت‌های اول تا هفتم قرار دارند.

لاکزکیو^۱ (۲۰۰۸) در پژوهش خود با عنوان "آموزش کارآفرینی در عصر هرج و مرج، پیچیدگی و تغییرات مخرب" بیان کرد که نیازهای آموزشی در حوزه کارآفرینی به دودسته خصوصیات کارآفرینی و مهارت‌های پروژه (مدیریت پروژه، نوآوری، خلاقیت و بازاریابی، ارتباطات و مهارت‌های کسب و کار) و کارآفرینی (رهبری، شبکه‌سازی، حسابداری، برنامه‌ریزی راهبردی و تدوین طرح کسب و کار) تقسیم بندی می‌شود. به طور کلی براساس آنچه بیان شد، به منظور دستیابی به

مورد تأیید قرار گرفت و نتایج آن در جدول ۱ قابل مشاهده می‌باشد.

ترتیب از روش تحلیل گویه (ضریب همبستگی بین گویه‌ها با نمره کل) و آلفای کرونباخ استفاده شده است که پس از محاسبه



شکل ۱- مدل نیازسنجی آموزش دانش‌آموزان در سه بعد دانش، مهارت و نگرش در زمینه کسب و کارهای کوچک (با اقتباس از مدل نیازسنجی آموزشی کمیون اروپا)

جدول ۱- روایی و پایایی مقیاس

موضوع	زیر مقیاس	طیف ضرائب همبستگی	سطح معناداری	پایایی
اهمیت	دانش	۰/۶۳	۰/۰۱	۰/۸۶
	مهارت	۰/۵۹	۰/۰۱	۰/۸۹
	نگرش	۰/۷۲	۰/۰۱	۰/۸۱
	کل	۰/۶۵	۰/۰۱	۰/۹۴
توانایی	دانش	۰/۶۲	۰/۰۱	۰/۸۹
	مهارت	۰/۶۱	۰/۰۱	۰/۹۲
	نگرش	۰/۷۹	۰/۰۱	۰/۸۷
	کل	۰/۶۸	۰/۰۱	۰/۹۶

است (وینترتون^۲، ۲۰۱۷). لذا، مدل نیازسنجی بوریچ شامل صورتی از شایستگی‌هایی است که با استفاده از مقیاس لیکرت، وضعیت کنونی و وضعیت مطلوب افراد در زمینه هر شایستگی را می‌سنجد (آقای^۳ و همکاران، ۲۰۱۲).

این مدل بر پایه اختلاف نمره بین میزان اهمیت موضوع آموزشی و توانمندی فرد در آن زمینه، بنا نهاده شده

به منظور تعیین نیازهای آموزشی هنرآموزان از دید خود آنان، از مدل نیازسنجی بوریچ استفاده شد. برابر مدل نیازسنجی بوریچ، یک نیاز به عنوان فاصله بین سطح کنونی شایستگی‌های فرد در یک زمینه و سطح مطلوب (ایده‌ال) فرد در زمینه آن شایستگی‌ها توصیف می‌شود (آلتشولد و ویتکین^۱، ۲۰۰۰). همچنین شایستگی، مجموعه‌ای از دانش، مهارت‌ها و نگرش‌ها است که برای عملکرد پایدار و مؤثر در یک حرفه، شغل، نقش، یا موقعیت ضروری

2 - Winterton
3 - Agahi

1 - Altschuld & Witkin

بودند (جدول ۲). همچنین براساس پایه تحصیلی می‌توان گفت که ۱۶۰ نفر (۶۲ درصد) از پاسخ‌دهندگان دانش‌آموزان پایه یازدهم و ۹۸ نفر (۳۸ درصد) دانش‌آموزان پایه دوازدهم بودند (جدول ۳). براین اساس می‌توان گفت اکثریت پاسخ‌دهندگان پسر (۴۵ درصد) و دانش‌آموزان پایه یازدهم (۶۲ درصد) بوده‌اند.

جدول ۲- بررسی حجم نمونه به تفکیک جنسیت

جنسیت	فراوانی	درصد
پسر	۱۱۶	۴۵
دختر	۱۴۲	۵۵
کل	۲۵۸	۱۰۰

جدول ۳- بررسی حجم نمونه به تفکیک پایه تحصیلی

پایه	فراوانی	درصد
یازدهم	۱۶۰	۶۲
دوازدهم	۹۸	۳۸
کل	۲۵۸	۱۰۰

شناسایی و اولویت بندی نیازهای آموزشی هنرآموزان

هنرستانی با استفاده از مدل بوریش

با توجه به چهارچوب مفهومی تحقیق که در سه بعد دانش، مهارت و نگرش می‌باشد و همچنین اولویت‌های ابراز شده توسط هنرآموزان به تفکیک ابعاد تحقیق، اولویت‌های آموزشی به شرح زیر می‌باشد.

یافته‌های حاصل از مدل بوریش نشان داد که نمره اولویت هیچ کدام از ۳۲ مؤلفه آموزشی بالاتر از ۴ نبوده است. لیکن در بعد دانش نمره اولویت ۴ مؤلفه آموزشی بالاتر از ۲ بوده و نیازمند بحث و تقویت و تلفیق درون برنامه‌های درسی هنرآموزان می‌باشد. در جدول ۴ زیر مؤلفه‌های مرتبط با بعد دانش به ترتیب اولویت ذکر گردیده است.

در بعد مهارت، ۷ موضوع آموزشی، نیاز به تقویت و تلفیق بیشتری نسبت به سایر مؤلفه‌ها دارند. این مؤلفه‌ها عبارتند از: (۱) اکتشاف عملی فرصت‌های کارآفرینی (۲) تهیه کسب و کار (۳) فعالیت با منابع محدود (۴) مهارت بهبود کیفیت تولید (۵)

است (بوریش، ۱۹۸۰). براین اساس هنرآموزان در مورد هر یک از سؤالات پرسشنامه، با استفاده از طیف لیکرت مشخص نمودند که هر یک از موضوعات آموزشی مورد سنجش تا چه حد برای آنان اهمیت دارد. عدد ۱ نشانه‌ی عدم اهمیت و عدد ۵ نشانه‌ی اهمیت بسیار زیاد موضوع آموزشی می‌باشد. سپس میزان مهارت خود را نیز با استفاده از طیف لیکرت مشخص نمودند؛ عدد ۱ نشانه عدم مهارت و عدد ۵ نشانه‌ی مهارت زیاد می‌باشد. بدین ترتیب برای هر موضوع آموزشی ۲ امتیاز محاسبه گردید که یکی گویای میزان اهمیت موضوع آموزشی و دیگری گویای میزان مهارت هنرآموزان بود. با استفاده از فرمول بوریش، اولویت هر ۳۲ موضوع آموزشی از دید هنرآموزان مشخص شده و مرتب گردید.

فرمول مدل بوریش به صورت زیر (فرمول ۱) می‌باشد:

$$MWDS = WDS \quad (1)$$

$$MWDS = \text{نمره اولویت}$$

$$WDS = (I - C) * mI$$

اهمیت هر یک از ۳۲ موضوع آموزشی از دید هنرآموزان

$I =$ مهارت زنان در رابطه با هر یک از ۳۲ موضوع آموزش

$C =$ میانگین اهمیت هر یک از ۳۲ موضوع آموزشی

$mI =$ در این مدل، موضوعات آموزشی که نمره‌ی اولویت آن‌ها بالای ۴ باشد بیشترین نیاز به آموزش را دارا می‌باشند. موضوعاتی که نمره‌ی اولویت آن‌ها بالای ۳ و ۲ باشد جزء نیازهای آموزشی نبوده اما نیاز به تقویت دارند. موضوعاتی که نمره‌ی اولویت آن‌ها زیر ۲ باشد نیاز به آموزش ندارند.

نتایج

بررسی آمار توصیفی

یافته‌ها نشان می‌دهد که از بین ۲۵۸ پاسخ‌دهنده در این مطالعه، ۱۴۲ نفر (۵۵ درصد) دختر و ۱۱۶ نفر (۴۵ درصد) پسر

1 - Borich

2 - MWDS: Mean Weighted Discrepancy Score

مهارت‌های بازاریابی (۶) مهارت‌های برنامه‌ریزی (۷) مهارت در به کارگیری فنون انگیزشی.

در بعد نگرش، نمره ۳ موضوع آموزشی بالاتر از ۲ بود که

نگرش‌های کارآفرینانه، تفکر انتقادی و ریسک پذیری

جدول ۴- شناسایی اولویت بندی موضوعات آموزشی در بعد دانش هنرآموزان از دیدگاه هنرآموزان

بعد	موضوعات آموزشی	میانگین اهمیت	میانگین مهارت	نمره اولویت
دانش	سود مالی و اقتصادی	۳/۹۶	۳/۳۰	۲/۶۱
	بازاریابی	۴/۳۰	۳/۷۱	۲/۵۳
	حقوق و مالکیت معنوی	۳/۹۶	۳/۳۲	۲/۵۳
	دانش تجربی تولید	۴/۱۸	۳/۶۰	۲/۴۲

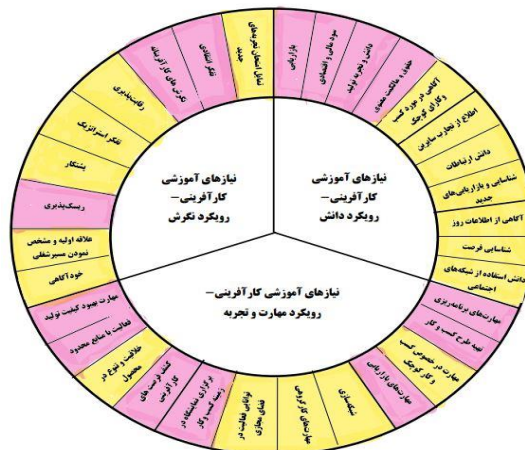
جدول ۵- شناسایی اولویت بندی موضوعات آموزشی در بعد مهارت نیازمند بحث، تلفیق و تقویت درون برنامه‌های درسی هنرآموزان از دیدگاه هنرآموزان

بعد	موضوعات آموزشی	میانگین اهمیت	میانگین مهارت	نمره اولویت
مهارت	اکتشاف عملی فرصت‌های کارآفرینی	۴/۲۶	۳/۶۳	۲/۶۸
	تهیه کسب و کار	۴/۱۲	۳/۵۲	۲/۴۷
	فعالیت با منابع محدود	۴/۲۸	۳/۷۲	۲/۴۰
	مهارت بهبود کیفیت تولید	۴/۳۳	۳/۸۲	۲/۲۰
	مهارت‌های بازاریابی	۴/۱۵	۳/۶۴	۲/۱۲
	مهارت‌های برنامه‌ریزی	۴/۳۲	۳/۸۴	۲/۰۷
مهارت در به کارگیری فنون انگیزشی	۴/۱۹	۳/۷۰	۲/۰۵	

جدول ۶- شناسایی اولویت بندی موضوعات آموزشی در بعد نگرش نیازمند بحث، تلفیق و تقویت درون برنامه‌های درسی هنرآموزان از دیدگاه هنرآموزان

بعد	موضوعات آموزشی	میانگین اهمیت	میانگین مهارت	نمره اولویت
نگرش	نگرش‌های کارآفرینانه	۴/۰۸	۳/۴۳	۲/۶۵
	تفکر انتقادی	۴/۲۶	۳/۷۲	۲/۳۰
	ریسک پذیری	۴/۲۶	۳/۷۷	۲/۰۸

موضوعات آموزشی با نمره اولویت پایین و بدون نیاز به آموزش موضوعات آموزشی نیازمند بحث، تلفیق و تقویت درون برنامه‌های درسی هنرآموزان



شکل ۲- مدل نیازسنجی آموزش دانش‌آموزان در سه بعد دانش، مهارت و نگرش در زمینه کسب و کارهای کوچک و اولویت‌های ابراز شده توسط هنرآموزان

جدول ۷- شناسایی و اولویت‌بندی موضوعات آموزشی در ابعاد دانش، مهارت و نگرش با نمره اولویت پایین و بدون نیاز به آموزش از دیدگاه هنرآموزان

نمره اولویت	میانگین مهارت	میانگین اهمیت	موضوعات آموزشی	بعد	
۱/۸۹	۴/۰۱	۴/۳۸	اطلاع از تجارب سایرین	دانش	
۱/۸۹	۳/۷۶	۴/۲۱	شناسایی بازارهای جدید		
۱/۸۲	۳/۸۱	۴/۲۴	دانش ارتباطات		
۱/۷۰	۳/۸۴	۴/۲۷	آگاهی از اطلاعات روز		
۱/۶۸	۳/۵۰	۳/۹۳	آگاهی در خصوص کسب و کار کوچک		
۱/۶۵	۳/۷۳	۴/۱۳	شناسایی فرصت		
۱/۲۳	۳/۹۵	۴/۲۴	دانش استفاده از شبکه‌های اجتماعی		
۱/۶۶	۳/۷۶	۴/۱۶	مهارت‌های کارگروهی		
۱/۶۱	۳/۶۳	۴/۰۳	شبکه‌سازی		
۱/۴۲	۳/۷۱	۴/۰۶	مهارت در زمینه کسب و کار کوچک		مهارت
۰/۹۱	۳/۹۳	۴/۱۵	خلاقیت و تنوع در محصول		
۰/۷۴	۳/۹۳	۴/۱۱	توانایی فعالیت در فضای مجاری		
۱/۹۲	۳/۸۳	۴/۲۸	خودآگاهی		
۱/۷۰	۳/۸۶	۴/۲۶	پشتکار		
۱/۴۹	۳/۹۱	۴/۲۶	علاقه اولیه و مشخص نمودن مسیر شغلی	نگرش	
۱/۲۷	۳/۷۹	۴/۱۰	تفکر استراتژیک		
۰/۷۸	۳/۹۲	۴/۱۱	رقابت پذیری		
۰/۳۷	۴/۰۶	۴/۱۵	تمایل امتحان تجربه‌های جدید		

آماده‌سازی شود (امرو و اوکک^۱، ۲۰۱۲)؛ در این بین آنچه می‌تواند هدایت را تسهیل کند و مسیر را هموار سازد؛ بررسی و شناخت نیازهای آموزشی (نیازسنجی) است که معمولاً اولین گام در برنامه‌ریزی آموزشی و نخستین عامل و تضمین اثربخشی برنامه‌های آموزش و بهسازی نیروهای ماهر و متخصص است (خندقی و همکاران، ۱۳۹۱). از این رو هدف کلی این پژوهش شناسایی و اولویت‌بندی نیازهای آموزشی مهارت خوداشتغال‌زایی دانش‌آموزان روستایی در ایجاد کسب و کارهای کوچک با استفاده از مدل بورپیج بود. یافته‌های حاصل از اولویت‌بندی آموزشی مخاطبان از دید خودشان با استفاده از مدل بورپیج نشان داد که نمره اولویت هیچ کدام از ۳۲ مؤلفه آموزشی بالاتر از ۴ نمی‌باشد. این موضوع بدین معناست که هنرآموزان مؤلفه‌های بیان شده را پیش‌تر به طور موفقیت‌آمیزی درک کرده‌اند و به آموزش بیشتر نیازی ندارند. در واقع این نتیجه می‌تواند صحت‌های

همچنین بر طبق یافته‌های پژوهش قابل مشاهده در جدول ۵، نمره اولویت ۱۸ مؤلفه آموزشی کمتر از ۲ بوده که نشان می‌دهد این شایستگی‌ها نیازی به آموزش ندارند. از این تعداد ۷ مؤلفه آموزشی در بعد دانش، ۵ موضوع آموزشی در بعد مهارت، و ۶ مؤلفه آموزشی در بعد نگرش قرار دارند. اولویت‌های ابراز شده توسط هنرآموزان در مدل نیازسنجی آموزش دانش‌آموزان در سه بعد دانش، مهارت و نگرش در زمینه کسب و کارهای کوچک در شکل ۲ نشان داده شده است.

بحث و نتیجه‌گیری

آموزش‌های فنی و حرفه‌ای و کاردانش به عنوان یک جزء اجتناب‌ناپذیر از سرمایه‌های فکری، اگر به درستی هدایت شود، می‌تواند در تقویت دانش، مهارت و نگرش و همچنین انطباق با محیط نقش مؤثری ایفا نماید و در مقابل با تغییرات محیطی

(۱۳۹۶): اسوادرز^۱ (۲۰۰۹): لاکزکیو (۲۰۰۸) همراستا می‌باشند در این تحقیقات موضوعات عنوان شده مورد تأکید و تأیید قرار گرفته‌اند. در حقیقت مدیریت یک کسب و کار، همیشه نیازمند برنامه‌ریزی است و در کسب و کارهای کوچک، اثرات منفی و ثمرات مثبت مهارت برنامه‌ریزی به سرعت قابل مشاهده است. از آنجایی که هنرآموزان هنرستان نیاز به شناسایی فرصت‌های جدید، کشف و تحلیل نیازهای مشتریان و سازماندهی منابع و انواع سرمایه‌ها جهت بقای کسب و کار خود دارند، این موضوع نیاز به تقویت بیشتر دارد. به علاوه با توجه به محدودیت منابع در مناطق محروم از جمله منطقه مورد مطالعه تحقیق از جمله امکانات مالی و زیرساختی لازم است تا افراد بتوانند با استفاده از منابع محدود و حداقلی، کسب و کار خود را راه اندازی کنند و آن را توسعه دهند.

در بعد نگرش، نگرش‌های کارآفرینانه، تفکر انتقادی و ریسک‌پذیری جزء مواردی هستند که به علت اهمیتی که دانش‌آموزان برای آن قائل بودند نیاز به تقویت و تلفیق در برنامه‌های درسی فنی و حرفه‌ای و کاردانش را دارند. نتایج این بعد نیز با تحقیقات شکرگزار (۱۳۹۶): اسوادرز (۲۰۰۹) و لاکزکیو (۲۰۰۸) همراستا می‌باشد. موضوعات بیان شده در تحقیقات ذکر شده نیز به عنوان اهداف آموزش‌های کارآفرینی برشمرده شدند و نتایج تحقیق حاضر را تأیید می‌کنند.

به طور کلی فکر کارآفرینانه بدون ریسک‌پذیری شغلی معنا پیدا نمی‌کند و فرایند کارآفرینی توسط کسانی تحقق پیدا می‌کند که گرایش به کامیابی، سخت‌کوشی، پافشاری، خطرپذیری و توانایی دورنماسازی از ویژگی‌های روحی و روانی آن‌ها باشد. از این رو پرورش و رشد این مؤلفه‌ها در شکوفایی استعدادها هنرآموزان در جهت کاربست مهارت‌های لازم به منظور ایجاد کسب و کار ضرورتی انکارناپذیر است.

بر محتوای مناسب آموزشی کتب کارگاه نوآوری و کارآفرینی هنرآموزان هنرستانی گذاشته و تدریس کارآمد آن را در قلمرو پژوهش را تأیید نماید. شایان ذکر است یافته‌های این بخش با پژوهش خندقی و همکاران (۱۳۹۱) همراستا است. این پژوهشگران نیز نمره ۳۱ شایستگی حرفه‌ای را از دیدگاه هنرآموزان کمتر از ۲ ذکر نموده‌اند.

از سوی دیگر تجزیه و تحلیل یافته‌ها حاکی از آن بود که در بعد دانش، گرچه مؤلفه‌های سود مالی و اقتصادی، بازاریابی، حقوق و مالکیت معنوی و دانش تجربی تولید، به آموزش بیشتر نیازی ندارند، اما باید درون برنامه‌های درسی هنرآموزان هنرستان مورد بحث، تقویت و تلفیق قرار گیرند.

در تبیین این یافته می‌توان بیان داشت که کسب و کار یک فعالیت اقتصادی است و اهداف آن عمدتاً ماهیتی اقتصادی دارند. هیچ کسب و کاری بدون کسب سود کافی، نمی‌تواند برای مدت طولانی دوام بیاورد. از این رو یک کسب و کار نه تنها برای وجود خود بلکه برای توسعه نیز به سود نیاز دارد. در این مسیر بازاریابی، حقوق و مالکیت معنوی و دانش تجربی تولید در راه اندازی کسب و کار، معرفی محصول و کسب مزیت رقابتی از مؤلفه‌های بنیادی محسوب می‌شود که از دیدگاه هنرآموزان هنرستانی نیز اولویت بالایی دارند که باید مورد تقویت قرار گیرند. یافته‌های این بخش از پژوهش با پژوهش‌های عبدالله‌زاده و همکاران (۱۳۹۱): شکرگزار (۱۳۹۶): یداللهی فارسی و میرعرب‌رضی (۱۳۸۸) و لاکزکیو (۲۰۰۸) همراستا می‌باشد.

در بعد مهارت، مؤلفه‌های برنامه‌ریزی، بازاریابی، تهیه کسب و کار، به کارگیری فنون انگیزشی، اکتشاف عملی فرصت‌های کارآفرینی، بهبود کیفیت تولید، فعالیت با منابع محدود نیاز به تقویت بیشتری در مقایسه با سایر موارد دارند. این نتایج با پژوهش‌های چون عبدالله‌زاده و همکاران (۱۳۹۱): شکرگزار

پذیری، نگرش‌های کارآفرینانه (عزت نفس، پشتکار، میل به موفقیت، خلاقیت و نوآوری)
 در پایان لازم است به محدودیت‌های پژوهش از جمله استفاده از پرسشنامه به عنوان تنها منبع گردآوری داده‌ها و محدودیت‌های ناشی از آن و انجام نیازسنجی آموزشی به صورت کلی و نه براساس زمینه و رشته تخصصی هر هنرآموز اشاره داشت که این امر می‌تواند میزان دقت، صحت و تعمیم یافته‌های به دست آمده را با محدودیت مواجه سازد.

شهرستان آبادان. اقتصاد فضا و توسعه روستایی، ۹ (۱۳۴)، ۲۳۸-۲۱۷.

<http://dorl.net/dor/20.1001.1.23222131.1399.9.34.11.0>

خندقی، م.ا.، جامه بزرگ، م. و یرضوانی، م.س. (۱۳۹۱). نیازسنجی شایستگی‌های حرفه‌ای هنرآموزان هنرستان‌های فنی و حرفه‌ای بر مبنای مدل بوریچ و مدل تحلیل کوآدرانت. نشریه مطالعات برنامه ریزی آموزشی، ۱ (۲)، ۲۲۴-۱۸۹.

رسولی قهرودی، م.، سیدی، ا. و آذر، ع. (۱۴۰۰). تأثیر عوامل سطح شرکتی و سطح نیروی کار بر عملکرد کسب و کارهای کوچک ایران، نشریه کاوش‌های مدیریت بازرگانی، ۱۳ (۲۵)، ۱-۵۰.

<https://doi.org/10.22034/bar.2021.9894.2601>

شکرگزار، ا. (۱۳۹۶). نیازسنجی آموزشی درزمینه کارآفرینی زنان به منظور راه اندازی کسب و کارهای خانگی (مطالعه موردی: شهرستان زاهدان). پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه سیستان و بلوچستان.

در راستای نتایج این پژوهش و برای دستیابی به وضعیت مطلوب، یعنی ایجاد و تقویت مهارت خوداشتغال‌زایی در هنرآموزان هنرستانی، جهت راه اندازی کسب و کار کوچک اقدامات و پیشنهادات زیر می‌تواند راه گشا باشد:
 - بهره گیری هر چه بیشتر از شبکه‌های اجتماعی پرکاربرد و متداول جهت ارتقاء و تقویت حرفه‌ای هنرآموزان
 - برگزاری گارگاه‌های مهارت آموزی متناسب با نیازهای شناسایی شده مهارتی از جمله: مهارت‌های بازاریابی، مدیریتی و غیره

- برگزاری برنامه‌ها و سمینارهای انگیزشی با هدف رفع نیازهای انگیزشی شناسایی شده از جمله: تفکر انتقادی، ریسک

منابع

احمدپور، ا.، شهرکی، م. و حسین زاده، ف. (۱۴۰۰). تحلیلی بر تمایل زنان روستایی به توسعه کسب و کارهای کشاورزی محور در استان مازندران. کارآفرینی در کشاورزی، ۸ (۲)، ۶۳-۸۰.

<https://doi.org/10.22069/jead.2021.19522.1532>

امیدی، ج.، هاشمی، س.ا.، قلتاش، ع. و ماشینی، ع.ا. (۱۳۹۷). طراحی الگوی برنامه درسی آموزش کارآفرینی برای دانش‌آموزان دوره اول متوسطه. فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی، ۱۲ (۲)، ۲۵-۳۹.

بندی، ش. (۱۳۹۱). بررسی تأثیر آموزش مهارت‌های کارآفرینی بر نگرش دانشجویان نسبت به بازار کار و خودپندارنده شغلی (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه). پژوهشگر (مدیریت)، ۹ (ویژه نامه)، ۱۹-۲۹.

جدی گرگری، ج.، محب زادگان، ی. و عزیز، م. (۱۴۰۰). تدوین الگوی آموزش کارآفرینی دانش‌آموزان مدارس دوره دوم متوسطه، نشریه مدیریت مدرسه، ۹ (۱)، ۲۳۱-۲۶۱.

خسروی پور، ب.، طهماسبی، م. و عامری، م. (۱۳۹۹). شناسایی عوامل زمینه‌ای اثرگذار بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی در

- assessment of fish farmers in Dalaho Township in Kermanshah province. *International Journal of Agriculture: Research and Review*, 2(Special issue), 991-997. [In Persian].
- Ale Ebrahim, N., Ahmed, S., & Taha, Z. (2010). Virtual R&D teams and SMEs growth: A comparative study between Iranian and Malaysian SMEs. *African Journal of Business Management*, 4(11), 2368-2379. <https://ssrn.com/abstract=1688934>
- Altschuld, J. W., Witkin, B. R. (2000). From Needs Assessment to Action: Transforming Needs Into Solution Strategies. United Kingdom: SAGE Publications.
- Bastian, B. L., Metcalfe, B. D., & Zali, M. R. (2019). Gender inequality: entrepreneurship development in the MENA region. *Sustainability*, 11(22), 64-72. doi.org/10.3390/su11226472
- Borich, G. D. (1980). A needs assessment model for conducting follow-up studies. *Journal of teacher education*, 31(3), 39-42. doi.org/10.1177/002248718003100310
- Bosworth, G. (2012). Characterising rural businesses—Tales from the paperman. *Journal of Rural Studies*, 28(4), 499-506. doi.org/10.1016/j.jrurstud.2012.07.002
- Grimmer, L., Grimmer, M., & Mortimer, G. (2018). The more things change the more they stay the same: A replicated study of small retail firm resources. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 44, 54-63. doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.05.012
- Transforming the Rural Nonfarm Economy: Opportunities and Threats in the Developing World. (2007). United States: Johns Hopkins University Press.
- Honjo, Y., & Harada, N. (2006). SME policy, financial structure and firm growth: evidence from Japan. *Small Business Economics*, 27(4-5), 289-300. doi.org/10.1007/s11187-005-6703-0
- عبدالله زاده، غ.، شریف زاده، ا.، عربیون، ا. و طلایی، م. (۱۳۹۱). شناسایی و اولویت‌بندی سرفصل‌ها و محتوای دوره‌های آموزش کارآفرینی بر اساس کارکردهای کسب‌وکار. نامه آموزش عالی، ۵ (۱۸)، ۸۹-۱۱۳.
- عبداللهی، ش. و سعادت‌مند، ز. (۱۳۹۰). بررسی تناسب آموزش های فنی و حرفه ای با عناصر برنامه درسی. فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد گرمسار، ۵ (۳)، ۸۱-۱۰۰.
- عسگری، ه.، خیرمند، م.، یارمحمدیان، م.، روحانی، م.، انصاری پور، ص. (۱۳۸۹). نیازسنجی آموزشی به‌روزان شاغل در خانه های بهداشت شبکه های بهداشت و درمان استان اصفهان. مجله ایرانی آموزش در علوم پزشکی، ۱۰ (۵)، ۶۶۸-۶۷۴.
- کریمی، آ.، بانکی پور، ب. و احمدپور داریانی، م. (۱۳۹۳). تحلیل سازوکارهای توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط (مورد مطالعه: کسب و کارهای کوچک و متوسط قزوین). فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۷ (۲)، ۳۰۵-۳۲۶. <https://doi.org/10.22059/jed.2014.52063>
- گلد، پ. و پرتوافکنان، م. (۱۳۹۹). نقش دولت در حمایت از کسب و کارهای کوچک و متوسط. دانش سرمایه گذاری، ۹ (۳۵)، ۲۷۷-۲۸۸.
- مؤمنی هلالی، ه.، عباسی، ع. و صدیقی، ح. (۱۴۰۰). توسعه کسب و کارهای روستایی در پرتو زیست‌بوم کارآفرینی. کارآفرینی در کشاورزی، ۸ (۱)، ۱۷-۳۰. <https://doi.org/10.22069/JEAD.2021.19363.15>
- یداللهی فارسی، ج. و میرعرب رضی، ر. (۱۳۸۸). بررسی ارایه‌ی برنامه‌ی درسی آموزش کارآفرینی در رشته‌ی علوم تربیتی. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۲ (۱)، ۶۱-۸۰.
- Agahi, H., Alibayagi, A., Ghasemi, J., & Ghambarali, R. (2012). Training needs

- research? *Journal of Retailing*, 84(1), 77-94. doi.org/10.1016/j.jretai.2008.01.003
- Sarosa, S. (2007). *The Information Technology Adoption Process within Indonesian Small and Medium Enterprises*. PhD dissertation, Faculty of Information Technology, University of Technology Sydney, Australia.
- Sarwoko, E., & Frisdiantara, C. (2016). Growth determinants of small medium enterprises (SMEs). *Universal Journal of Management*, 4(1), 36-41. doi.org/10.18510/hssr.2020.8441
- Swaders, R. T. (2009). *Educational needs of the entrepreneur: unique or a predictable pattern?* (Master's thesis, University of Twente).
- Umoru, T. A., & Okeke, A. U. (2012). The Challenges of Technical and Vocational Education in Mitigating Climate Change Induced Catastrophes in Nigeria. *African Journal of Teacher Education*, 2(1):1-9. doi.org/10.21083/ajote.v2i1.1932
- Winterton, J. (2017). *Competence-based vocational and professional education* (p. 1). M. Mulder (Ed.). Dordrecht, the Netherlands: Springer.
- Zhang, M., Macpherson, A., & Jones, O. (2006). Conceptualizing the learning process in SMEs: improving innovation through external orientation. *International Small Business Journal*, 24(3), 299-323. doi.org/10.1177/0266242606063434
- Jones, O., & Macpherson, A. (2006). Inter-organizational learning and strategic renewal in SMEs: extending the 4I framework. *Long Range Planning*, 39(2), 155-175. doi.org/10.1016/j.lrp.2005.02.012
- Kenny, M., O'Malley, S., Kinahan, S., Costantino, L., Vernarelli, C., Petrovska Mitevaska, B., ... & Moschou, M. (2018). *Rural Micro and Craft Enterprise Entrepreneurs: Sustaining Rural Europe A MICRO Project Composite Report*.
- Luczkiw, E. (2008), "Entrepreneurship Education in an Age of Chaos, Complexity and Disruptive Change", in Jonathan Potter (ed.), *Entrepreneurship and Higher Education*, OECD Publishing, Paris.
- Nichter, S., & Goldmark, L. (2009). Small firm growth in developing countries. *World development*, 37(9), 1453-1464. doi.org/10.1016/j.worlddev.2009.01.013
- Olabisi, S. Y., Olagbemi, A. A., & Atere, A. A. (2011). Factors affecting small-scale business performance in informal economy in Lagos state-Nigeria: A gendered based analysis. Lagos: Lagos State University.
- Parry, S. (2012). Going green: the evolution of micro-business environmental practices. *Business Ethics: A European Review*, 21(2), 220-237. doi.org/10.1108/dlo.2012.08126eaa.011
- Runyan, R. C., & Droge, C. (2008). A categorization of small retailer research streams: what does it portend for future