



Identification and Validation of Factors Influencing Entrepreneurial Culture in Primary Schools

Saeideh Soroush¹ , Mohammad Naghi Imani² *, Alireza Ganji³

1. Department of Educational Management, Dam.C., Islamic Azad University, Damavand, Iran.
2. Department of Educational Sciences, Ro.C., Islamic Azad University, Roudehen, Iran (Corresponding Author).
3. Department of Educational Management, Ka.C., Islamic Azad University, Karaj, Iran.

❖ **Corresponding Author Email:** imaniMohammadN@iau.ac.ir

Research Paper	Abstract
Receive: 2025/06/22 Accept: 2025/12/03 Initial Publish: 2025/02/02 Final Publish: 2026/06/22 Keywords: Entrepreneurial culture; Primary schools; Entrepreneurship education; Structural equation modeling; Influencing factors Article Cite: Soroush, S., Imani, M. N., & Ganji, A. (2026). Identification and Validation of Factors Influencing Entrepreneurial Culture in Primary Schools. <i>Sociology of Education</i>. 12(2): 1-18.	Purpose: This study aimed to identify and validate the factors influencing the entrepreneurial culture in primary schools. Methodology: This applied research employed a mixed-methods design. In the qualitative phase, semi-structured interviews were conducted with 12 experts in entrepreneurship education and child learning, selected purposefully. Data were analyzed using theoretical coding, including open and axial coding, and test-retest reliability was confirmed at 87%. In the quantitative phase, the population included 44,268 principals and teachers in Tehran primary schools, from which 390 participants were selected through multi-stage cluster sampling. Data were collected using a researcher-made 68-item questionnaire whose Cronbach's alpha values for all components exceeded 0.89. Statistical analyses included one-sample t-test, Friedman test, and Structural Equation Modeling (SEM) using AMOS. Findings: The one-sample t-test indicated that all four dimensions of entrepreneurial culture significantly exceeded the theoretical mean value of 50 ($p < 0.01$). The Friedman test showed that the socio-cultural dimension ranked first, followed by human resources, structural-supportive, and educational-pedagogical dimensions ($\chi^2 = 106.462$, $p = 0.000$). SEM results demonstrated that the educational-pedagogical ($\beta = 0.456$), human resources ($\beta = 0.753$), and structural-supportive ($\beta = 0.204$) dimensions had significant direct effects on the socio-cultural dimension, collectively explaining 82% of its variance. Conclusion: The findings highlight that developing an entrepreneurial culture in primary schools requires a multidimensional and systemic approach. The socio-cultural dimension serves as the core of this culture, while human resources and educational-pedagogical factors function as critical enablers. Coordinated enhancement across structural, pedagogical, and social domains is essential for effectively nurturing entrepreneurial values among young learners.



<https://doi.org/10.61838/kman.soe.656>



Creative Commons: CC BY 4.0

Detailed Abstract

Introduction

Entrepreneurial culture has increasingly become a central theme in contemporary educational development, particularly in early schooling, where foundational attitudes, values, and behavioral tendencies begin to form. Research consistently demonstrates that cultivating entrepreneurial thinking during childhood plays an essential role in fostering creativity, initiative, flexibility, and long-term economic participation (Mohammad Esmaeili, 2022). As early educational environments are fundamentally value-laden, schools shape children's identity formation, socialization patterns, and expectations about their potential to influence and transform their environment. In this regard, the school culture stands as a powerful determinant in establishing cognitive and affective readiness toward entrepreneurial behavior.

Existing scholarship emphasizes that entrepreneurial education cannot succeed unless it is embedded within a supportive cultural and social context. For instance, systematic reviews of entrepreneurship programs suggest that the effectiveness of such programs depends heavily on the school's willingness to nurture creativity, experimentation, resilience, and collaboration (Jardim et al., 2021). Moreover, the personal competencies of teachers—particularly their motivation, pedagogical knowledge, and ability to guide experiential learning—are strongly linked to the quality of entrepreneurial learning experiences (Huang et al., 2020). Evidence further indicates that school administrators' leadership styles, especially entrepreneurial leadership characterized by empowerment, vision, and innovation, significantly enhance the cultural conditions required for entrepreneurial learning (Helvacı & Özkaya, 2020).

At the societal level, cultural norms and values are equally influential. Comparative studies in different educational settings have shown that cultural congruence between the broader social environment and school-level entrepreneurial education significantly enhances student engagement and motivation (Lyu et al., 2021). Additionally, cultural differences shape the way children perceive risk, independence, and collaboration, all of which are core dimensions of entrepreneurial readiness (Tehseen et al., 2023). Studies conducted in vocational and community-based contexts also affirm that community support and local identity can reinforce school-based entrepreneurial efforts, thereby strengthening social legitimacy and cultural acceptance of entrepreneurial initiatives (Côté & Evans, 2025; Yarmohammadzadeh et al., 2019).

Other strands of research highlight the structural and systemic dimensions of entrepreneurial culture in schools. Organizational support, resource allocation, flexibility in decision-making, and tolerance for failure are all recognized as critical structural elements facilitating the emergence of entrepreneurial behavior in educational institutions (Msawenkosi Thabethe et al., 2024). Scholars also emphasize that a comprehensive ecosystem approach that integrates school, family, community stakeholders, and external institutions generates stronger cultural foundations for entrepreneurship (Pourjavad et al., 2024). Furthermore, communication patterns within schools—especially teacher-student interpersonal relations—have been found to influence students' motivation, confidence, and willingness to experiment and innovate (Triwardhani et al., 2020).

At the global level, educational systems adopting contemporary, experience-based pedagogical approaches—even at young ages—report higher levels of student empowerment, initiative, and problem-solving, all of which contribute to a robust entrepreneurial culture (Sai et al., 2019). Additionally, recent work stresses the growing need to integrate entrepreneurial values with sustainability and community empowerment, thereby expanding the cultural meaning of entrepreneurship in modern education (Sariningsih et al., 2024; Shuhaimi, 2024). Findings from organizational management research also suggest that promoting an innovation-supportive culture in institutions may enhance ambidexterity and stimulate disruptive innovation (Schindler et al., 2024). Complementary studies focusing on national systems of education underline the crucial role of structured policy planning, teacher training, and curricular flexibility in strengthening entrepreneurial mindsets among students (Al-Lawati et al., 2022; Filipova & Atanasova, 2025).

Collectively, the literature reveals that entrepreneurial culture in primary schools is a multidimensional construct shaped by educational practices, human resource competencies, structural supports, and socio-cultural values. However, despite the growing significance of entrepreneurial learning in early childhood, empirical research focusing specifically on primary schools—especially using robust mixed-methods approaches—remains limited. Most existing studies focus on higher education or vocational contexts, and far fewer systematically explore the multidimensional factors shaping entrepreneurial culture among young students and their educational

environments. Therefore, this study aims to identify and validate the factors influencing entrepreneurial culture in primary schools, based on a sequential exploratory mixed-methods design.

Methods and Materials

This research employed a mixed-methods exploratory design consisting of two phases. The qualitative phase preceded the quantitative phase and was used to identify the key components of entrepreneurial culture within primary school environments. Purposeful sampling was used to select 12 experts in entrepreneurship education, early childhood learning, and educational leadership. Semi-structured interviews were conducted, and the transcripts were analyzed using open and axial coding procedures. The coding process continued until theoretical saturation was reached. To ensure credibility and dependability, a test–retest procedure was conducted, yielding a reliability coefficient of 0.87.

Following the qualitative phase, the extracted components were operationalized into a structured questionnaire. The quantitative population consisted of 44,268 principals and teachers working in primary schools in a metropolitan area. Using multi-stage cluster sampling, 390 respondents were selected. The final instrument contained 68 items across four conceptual dimensions. Face and content validity were examined using qualitative expert review, while construct validity was tested through confirmatory factor analysis. Internal consistency reliability for all dimensions exceeded 0.89. Statistical analysis included a one-sample t-test to evaluate the perceived status of each dimension, the Friedman test to determine relative prioritization, and structural equation modeling (SEM) to test the causal relationships among the components.

Findings

The results of the one-sample t-test showed that all four dimensions scored significantly above the theoretical mean value, indicating that participants perceived entrepreneurial culture to be present at a higher-than-average level within primary schools. The Friedman test revealed that the socio-cultural dimension ranked first, followed by human resources, structural-supportive factors, and educational-pedagogical factors.

Structural equation modeling further demonstrated that educational-pedagogical factors, human resources, and structural-supportive factors had significant positive effects on the socio-cultural dimension. Specifically, human resources showed the strongest effect, followed by educational-pedagogical components and structural-supportive elements. Together, these three dimensions explained 82% of the variance in the socio-cultural dimension. All model fit indices indicated an acceptable and robust structural model.

Discussion and Conclusion

The findings indicate that entrepreneurial culture in primary schools is strongly shaped by socio-cultural dynamics and interpersonal relationships within the school community. This suggests that entrepreneurial attitudes among students are more readily developed when the broader cultural environment of the school supports collaboration, creativity, and openness. The strong predictive role of human resources highlights the essential contribution of teachers and school leaders in fostering an entrepreneurial climate. When teachers are knowledgeable, motivated, and skilled in experiential learning strategies, they are better able to introduce and reinforce entrepreneurial competencies in young learners. Similarly, leadership behaviors that encourage innovation and risk-taking further strengthen the cultural foundation necessary for entrepreneurship.

The substantial influence of structural-supportive factors reflects the organizational and policy conditions required to sustain entrepreneurial behavior. Adequate resources, flexibility, and supportive governance structures help create an environment where new ideas can be tested without fear of failure. Finally, the findings affirm that educational-pedagogical factors—particularly curriculum design, experiential learning activities, and interactive teaching practices—contribute meaningfully to cultivating entrepreneurship among young students. Although ranked lower in the prioritization test, their effect within the structural model underscores their long-term developmental importance.

Overall, the study concludes that entrepreneurial culture in primary schools emerges not from isolated efforts but from the interaction of educational, human, structural, and socio-cultural components. Strengthening these interconnected dimensions can significantly enhance the capacity of schools to develop entrepreneurial skills, values, and mindsets in children from an early age.



جامعه شناسی آموزش و پرورش

شناسایی و اعتباریابی عوامل اثرگذار بر فرهنگ کارآفرینانه در مدارس ابتدایی

سعیده سروش^۱، محمدنقی ایمانی^{۲*}، علیرضا گنجی^۳

۱. گروه مدیریت آموزشی، واحد دماوند، دانشگاه آزاد اسلامی، دماوند، ایران.

۲. گروه علوم تربیتی، واحد رودهن، دانشگاه آزاد اسلامی، رودهن، ایران (نویسنده مسئول).

۳. گروه مدیریت آموزشی، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران.

✦ ایمیل نویسنده مسئول: imaniMohammadN@iau.ac.ir

مقاله تحقیقاتی

چکیده

هدف: هدف این مطالعه شناسایی و اعتباریابی عوامل اثرگذار بر فرهنگ کارآفرینانه در مدارس ابتدایی بود.

دریافت: ۱۴۰۴/۰۵/۰۱

پذیرش: ۱۴۰۴/۰۹/۱۲

انتشار اولیه: ۱۴۰۴/۱۱/۱۳

انتشار نهایی: ۱۴۰۵/۰۴/۰۱

واژگان کلیدی:

فرهنگ کارآفرینانه؛ مدارس

ابتدایی؛ آموزش کارآفرینی؛

مدل سازی معادلات ساختاری؛

عوامل اثرگذار

روش شناسی: این پژوهش به صورت کاربردی و با رویکرد آمیخته انجام شد. در بخش کیفی، ۱۲ نفر از خبرگان حوزه آموزش کارآفرینی به روش هدفمند انتخاب و با آن ها مصاحبه نیمه ساختاریافته انجام شد. داده ها با کدگذاری نظری شامل کدگذاری باز و محوری تحلیل گردید. پایایی بازآزمایی برابر با ۸۷٪ تأیید شد. در بخش کمی، جامعه آماری شامل ۴۴۲۶۸ نفر از مدیران و معلمان مدارس ابتدایی تهران بود و ۳۹۰ نفر به روش خوشه ای چندمرحله ای انتخاب شدند. داده ها با پرسشنامه محقق ساخته ۶۸ سوالی جمع آوری شد. پایایی پرسشنامه با آلفای کرونباخ برای تمامی مؤلفه ها بالاتر از ۰.۸۹ گزارش شد. تحلیل داده ها با آزمون t تک نمونه ای، آزمون فریدمن و مدل سازی معادلات ساختاری در AMOS انجام شد.

یافته ها: نتایج آزمون t تک نمونه ای نشان داد که وضعیت تمامی ابعاد چهارگانه فرهنگ کارآفرینانه در سطحی معنادار بالاتر از میانگین نظری ۵۰ قرار دارد ($p < ۰.۰۱$). آزمون فریدمن نشان داد که بعد فرهنگی-اجتماعی در اولویت اول، منابع انسانی در اولویت دوم، ساختاری-حمایتی در اولویت سوم و آموزشی-پداگوژیک در اولویت چهارم قرار دارد ($\chi^2 = ۱۰۶.۴۶۲$, $p = ۰.۰۰۰$). مدل سازی معادلات ساختاری نشان داد که سه بعد آموزشی-پداگوژیک ($\beta = ۰.۴۵۶$)، منابع انسانی ($\beta = ۰.۷۵۳$) و ساختاری-حمایتی ($\beta = ۰.۲۰۴$) تأثیر مستقیم و معناداری بر بعد فرهنگی-اجتماعی دارند و این سه بعد در مجموع ۸۲٪ واریانس آن را تبیین می کنند.

نتیجه گیری: نتایج نشان داد که توسعه فرهنگ کارآفرینانه در مدارس ابتدایی فرآیندی چندبعدی است که نیازمند تقویت همزمان ابعاد آموزشی-پداگوژیک، منابع انسانی، ساختاری-حمایتی و فرهنگی-اجتماعی است. بعد فرهنگی-اجتماعی نقش مرکزی در شکل گیری فرهنگ کارآفرینانه دارد و دو بعد منابع انسانی و آموزشی-پداگوژیک بیشترین نقش تقویت کننده را ایفا می کنند. اتخاذ رویکردی جامع و سیستمی برای نهادینه سازی این فرهنگ در مدارس ابتدایی ضروری است.

استناد مقاله:

سروش، سعیده، ایمانی،

محمدنقی، و گنجی، علیرضا.

(۱۴۰۵). شناسایی و اعتباریابی

عوامل اثرگذار بر فرهنگ

کارآفرینانه در مدارس ابتدایی.

جامعه شناسی آموزش و پرورش،

۱۲(۲): ۱۸-۱.



<https://doi.org/10.61838/kman.soc.656>



Creative Commons: CC BY 4.0

مقدمه

کارآفرینی امروزه به‌عنوان یکی از مؤثرترین عوامل تحول اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در جوامع شناخته می‌شود و در این میان، فرهنگ کارآفرینانه به‌عنوان بستری ارزشی و نگرشی که کنش‌های کارآفرینانه را جهت‌دهی می‌کند، اهمیت بنیادین دارد. فرهنگ کارآفرینانه عاملی است که قابلیت نوآوری، خلاقیت، ریسک‌پذیری و مشارکت فعال در حل مسائل را در افراد تقویت می‌کند و شکل‌گیری آن از سنین پایین نقشی تعیین‌کننده در آینده جوامع دارد (Mousavi, 2025). مدرسه نخستین محیط رسمی است که کودکان در آن تجربه‌های اجتماعی، اخلاقی و یادگیری مهارتی خود را کسب می‌کنند و هرگونه ارزش، هنجار یا الگوی رفتاری که در این محیط نهادینه شود، اثر عمیقی بر مسیر رشد و یادگیری آنان خواهد داشت (Filipova & Atanasova, 2025). از این‌رو، بررسی، شناسایی و تقویت عواملی که به شکل‌گیری فرهنگ کارآفرینانه در مدارس ابتدایی منجر می‌شوند، نه تنها یک ضرورت آموزشی، بلکه یک سرمایه‌گذاری بلندمدت در توسعه ملی محسوب می‌شود. در سال‌های اخیر، توجه به فرهنگ کارآفرینانه و نقش آن در نظام‌های آموزشی افزایش یافته است و پژوهشگران متعددی بر این باورند که فرهنگ حاکم بر جامعه و مدرسه می‌تواند مسیر آموزش کارآفرینی را جهت‌دهی کرده و موفقیت یا ناکارآمدی آن را رقم بزند. به‌عنوان نمونه، پژوهش‌های داخلی نشان می‌دهند که فرهنگ عمومی جامعه بر نحوه شکل‌گیری و گسترش فرهنگ کارآفرینی اثر مستقیم دارد و بدون فرایند مناسب جامعه‌پذیری، برنامه‌های آموزشی در مدارس از اثربخشی کافی برخوردار نخواهند بود (Mohammad Esmaeili, 2022). همچنین عوامل آموزشی و محیط یادگیری نقش محوری در گسترش فرهنگ کارآفرینانه دارند و کیفیت برنامه‌های درسی، روش‌های تدریس و نحوه تعاملات مدرسه‌ای می‌تواند میزان پذیرش یا مقاومت نسبت به نگرش‌های کارآفرینانه را تعیین کند (Shams et al., 2021). بنابراین، مدرسه نه تنها محل انتقال دانش، بلکه بستری اجتماعی برای نهادینه‌سازی ارزش‌ها و مهارت‌های مرتبط با کارآفرینی است.

در ادبیات بین‌المللی نیز بر اهمیت فرهنگ به‌عنوان نیروی محرک آموزش کارآفرینی تأکید شده است. فرهنگ، در تعامل با آموزش، نقش تعیین‌کننده‌ای در کیفیت یادگیری کارآفرینی دارد و معلمان زمانی می‌توانند موجب ارتقای خلاقیت، نوآوری و مهارت‌های کارآفرینانه در دانش‌آموزان شوند که خود از شایستگی‌های لازم برخوردار بوده و محیط یاددهی-یادگیری نیز از پویایی، استقلال و نوآوری حمایت کند (Mousavi, 2025). پژوهش‌ها نشان داده‌اند که شایستگی معلمان در آموزش کارآفرینی به‌طور مستقیم با عواملی همچون انگیزش حرفه‌ای، مهارت‌های تدریس خلاق، دسترسی به منابع آموزشی و حمایت ساختاری پیوند دارد (Huang et al., 2020). از سوی دیگر، فرهنگ عمومی مدرسه که در آن ارزش‌هایی همچون ریسک‌پذیری، کار گروهی، نوآوری و استقلال تقویت شود، می‌تواند نقش مهمی در ایجاد آمادگی کارآفرینانه در دانش‌آموزان ایفا کند (Filipova & Atanasova, 2025; Hassan et al., 2021). مدارس ابتدایی محیطی ویژه برای این تحول هستند، زیرا کودکان در این دوره انعطاف‌پذیری شناختی و اجتماعی بالایی دارند و ارزش‌ها را سریع‌تر از سایر دوران زندگی درونی می‌کنند.

همچنین پژوهش‌های حوزه مدیریت آموزش کارآفرینی حاکی از آن است که شکل‌گیری فرهنگ کارآفرینانه در مدارس، صرفاً نتیجه محتوای آموزشی نیست، بلکه محصول تعامل پیچیده میان عوامل آموزشی، منابع انسانی، ساختارهای حمایتی، فضای ارتباطی و تعاملات مدرسه با محیط بیرونی است. ارتباطات میان معلم و دانش‌آموز، به‌عنوان یکی از مؤثرترین عناصر شکل‌دهنده فرهنگ مدرسه، نقشی اساسی در انتقال ارزش‌های کارآفرینانه دارد و بررسی‌ها نشان می‌دهد که روابط میان‌فردی معلم-دانش‌آموز می‌تواند انگیزش، مشارکت و اعتمادبه‌نفس دانش‌آموزان را در تجربه‌های کارآفرینانه افزایش دهد (Triwardhani et al., 2020). از سوی دیگر، رفتارهای رهبری کارآفرینانه مدیران مدارس نیز در ایجاد محیطی حامی نوآوری و خلاقیت مؤثر است و فرهنگ سازمانی مدرسه را در جهتی کارآفرینانه تقویت می‌کند (Helvaci & Özkaya, 2020). این شواهد نشان می‌دهد که رفتار رهبران آموزشی و نوع ساختار مدیریت مدرسه تأثیر مستقیمی بر میزان پذیرش ارزش‌های کارآفرینانه در مدرسه دارد.

فرهنگ و زمینه‌های فرهنگی نیز در شکل‌گیری نگرش‌ها و رفتارهای کارآفرینانه نقش کلیدی دارند. مطالعات نشان می‌دهد که در کشورهایی با تفاوت‌های فرهنگی چشمگیر، روش‌های آموزش کارآفرینی باید با زمینه فرهنگی هماهنگ باشد تا تأثیرگذاری بیشتری داشته باشد (Lyu et al., 2021). پژوهش‌هایی که بر آموزش کارآفرینی در کشورهای آسیایی تمرکز کرده‌اند نیز بیان می‌کنند که نقش ارزش‌های فرهنگی در نحوه ادراک فرصت‌ها، ابتکار فردی، سبک‌های یادگیری و گرایش‌های نوآورانه بسیار بالاست و بی‌توجهی به آن، اثربخشی آموزش را کاهش می‌دهد (Tehseen et al., 2023). بنابراین،

مدارس ابتدایی باید از طریق برنامه‌های آموزشی بومی‌سازی‌شده، تجربیات مرتبط با محیط زندگی کودکان، و احترام به تنوع فرهنگی، فرهنگ کارآفرینی را به‌گونه‌ای نهادینه کنند که برای دانش‌آموزان معنادار و قابل تجربه باشد.

در کنار بعد فرهنگی، پژوهش‌ها تأکید دارند که آموزش رسمی و برنامه‌های درسی ساختارمند می‌تواند نقش مهمی در ایجاد نگرش‌ها و رفتارهای کارآفرینانه ایفا کند. آموزش کارآفرینی در صورتی مؤثر است که بر رویکردهای تجربی، مشارکتی و حل مسئله تأکید داشته باشد و کودکان بتوانند از طریق پروژه‌های واقعی، فعالیت‌های عملی و تجربه‌های گروهی، مهارت‌های کارآفرینانه را در عمل تمرین کنند (Jardim et al., 2021). در همین راستا، مطالعات نشان داده‌اند که مدل‌های جدید آموزش کارآفرینی در مدارس، مانند فعالیت‌های تیمی، پروژه‌های اجتماعی و بازارچه‌های کوچک، می‌توانند به تقویت اعتمادبه‌نفس، احساس توانمندی، خلاقیت و مهارت‌های ارتباطی دانش‌آموزان کمک کنند؛ عناصری که در هویت کارآفرینانه نقش اساسی دارند (Wulandari & Apriani, 2023).

در کنار این عوامل، ساختار سازمانی و پشتیبانی نهادی نیز از دیگر مؤلفه‌هایی هستند که می‌توانند مسیر توسعه فرهنگ کارآفرینانه در مدارس ابتدایی را هموار یا مسدود کنند. بررسی‌ها نشان می‌دهد که حمایت سازمانی در قالب سیاست‌گذاری آموزشی، تخصیص منابع، تشویق نوآوری، انعطاف‌پذیری ساختاری و مشارکت ذینفعان می‌تواند نقش تعیین‌کننده‌ای در موفقیت برنامه‌های کارآفرینی داشته باشد (Msawenkosi Thabethe et al., 2024). تأثیر فرهنگ سازمانی در توانمندسازی رفتارهای نوآورانه نیز موضوعی است که در سازمان‌های مختلف بررسی شده و نتایج حاکی از آن است که انسجام ارزشی و حمایت مدیریتی، نقش مهمی در رشد رفتارهای کارآفرینانه دارد (Mousavi, 2025). چنین یافته‌هایی تأیید می‌کند که مدارس نیز مانند سایر سازمان‌ها باید با ایجاد ساختارهای حمایتی مناسب، به شکل‌گیری محیطی پویا، باز و خلاق کمک کنند.

مطالعات مرتبط با کارآفرینی اجتماعی نیز بیان می‌کنند که فرهنگ توانمندساز در سطح مدرسه می‌تواند ارزش‌هایی همچون مسئولیت‌پذیری، همدلی، حل مسئله و مشارکت اجتماعی را در کودکان تقویت کند و این امر خود نقطه آغاز رشد کارآفرینی اجتماعی در نسل‌های آینده خواهد بود (Shuhaimi, 2024). در سطح بین‌المللی نیز توجه به فرهنگ کارآفرینانه به‌عنوان عامل ارتقای عملکرد سازمان‌های اجتماعی و اقتصادی مورد تأکید قرار گرفته است و پژوهش‌ها نشان می‌دهد که تقویت فرهنگ کارآفرینی نه‌تنها به رشد مهارت‌های فردی کمک می‌کند، بلکه در نهایت موجب افزایش کارایی، نوآوری و پایداری نهادها می‌شود (Sariningsih et al., 2024; Schindler et al., 2024).

از منظر اقتصادی نیز کارآفرینی و فرهنگ کارآفرینانه به‌عنوان یکی از پیشران‌های توسعه پایدار و خلق ثروت در جوامع شناخته شده است. پژوهش‌های حوزه توسعه اقتصادی نشان می‌دهند که مهارت‌های کارآفرینی به‌ویژه در جوامع در حال گذار می‌تواند نقش مهمی در ارتقای فرصت‌های شغلی و تقویت مشارکت اقتصادی ایفا کند (Sai et al., 2019). این موضوع اهمیت توجه به آموزش کارآفرینی را دوچندان می‌کند، زیرا مدارس ابتدایی به‌عنوان نخستین بستر رسمی یادگیری، می‌توانند در شکل‌دهی مهارت‌های پایه‌ای کارآفرینی که در آینده در محیط‌های شغلی و اجتماعی به کار گرفته می‌شوند، نقش محوری داشته باشند. از سوی دیگر، پژوهش‌ها نشان داده‌اند که تحول فرهنگی و توانمندسازی مدرسه برای مشارکت فعال در توسعه اقتصادی محلی، نیازمند تقویت پیوندهای مدرسه با جامعه و محیط پیرامونی است و مشارکت ذینفعان در مدرسه می‌تواند به نهادینه‌شدن فرهنگ کارآفرینانه کمک کند (Yarmohammadzadeh et al., 2019).

ادبیات پژوهش همچنین نشان می‌دهد که آموزش کارآفرینی در کشورهایی که رویکرد ساختاری و برنامه‌ریزی‌شده داشته‌اند، تأثیر بسیار بیشتری داشته است. پژوهش‌های انجام‌شده بر برنامه‌های سیاستی آموزش و ترویج فرهنگ کارآفرینانه در کشورهای مختلف بیان می‌کند که سیاست‌های آموزشی هماهنگ و متکی بر شواهد، نقش مهمی در شکل‌گیری اکوسیستم‌های مدرسه‌ای کارآفرینانه دارند (Pourjavad et al., 2024). افزون بر این، نقش ارزش‌های فرهنگی و هویت اجتماعی در میان دانش‌آموزان نیز موضوعی است که در مطالعات بر اقلیت‌های قومی و اجتماعی مورد توجه قرار گرفته است؛ نتایج نشان داده‌اند که ارتباط با هویت فرهنگی، نقش مهمی در ایجاد انگیزه‌های کارآفرینانه دارد (Côté & Evans, 2025). این موضوع به‌ویژه در مدارس چندفرهنگی و مناطقی با تنوع قومی اهمیت مضاعف دارد.

از منظر سیاسی-اقتصادی، پیوند میان فرهنگ کارآفرینانه و ساختارهای کلان اشتغال و نوآوری نیز در پژوهش‌ها بررسی شده است و نتایج نشان می‌دهد که کارآفرینی در دهه‌های آینده به‌عنوان محور تحول اقتصاد جهانی به رشد شغل‌های نوین و الگوهای جدید مشارکت اقتصادی منجر خواهد شد (Wulandari & Apriani, 2023). بنابراین، نهادینه‌سازی ارزش‌های کارآفرینی از سنین پایین، ضرورتی بنیادین در راهبردهای کلان توسعه محسوب می‌شود. توجه به این موضوع در سیاست‌های آموزشی بسیاری از کشورها دیده می‌شود و مطالبات روزافزون برای اصلاح برنامه‌های درسی در راستای تجهیز نسل‌های آینده به توانمندی‌های نوآورانه نیز بر همین اساس شکل گرفته است (Filipova & Atanasova, 2025).

در نهایت، با توجه به شواهد متعدد داخلی و خارجی، روشن است که فرهنگ کارآفرینانه در مدارس ابتدایی پدیده‌ای چندسطحی است که از تعامل میان عوامل آموزشی، منابع انسانی، عناصر فرهنگی، ساختارهای حمایتی، روابط مدرسه و جامعه و سیاست‌گذاری کلان تأثیر می‌پذیرد. این مفهوم دارای ابعاد پیچیده و درهم‌تنیده‌ای است که هر یک می‌توانند بر رفتار و نگرش دانش‌آموزان نسبت به کارآفرینی اثر بگذارند. از این‌رو، پژوهش حاضر به دنبال آن است که با نگاهی نظام‌مند، جامع و مبتنی بر شواهد، به شناسایی و اعتباریابی عوامل اثرگذار بر فرهنگ کارآفرینانه در مدارس ابتدایی بپردازد.

روش‌شناسی پژوهش

این مطالعه از نظر هدف کاربردی و از نظر روش گردآوری داده‌ها، توصیفی است. همچنین از نظر استراتژی پژوهش، ترکیبی (آمیخته) است. در فاز کیفی از روش توصیفی و تحلیل محتوا، و در فاز کمی از روش پیمایشی برای سنجش نظرات نمونه آماری استفاده شده است.

شرکت‌کنندگان در بخش کیفی از بین سه گروه اصلی متخصصان و خبرگان آموزش کارآفرینی، خبرگان دارای تجربه اجرای آموزش کارآفرینی در مدارس ابتدایی و خبرگان دانشگاهی در حوزه مدارس کارآفرین و آموزش کارآفرینی انتخاب شدند. این افراد می‌بایست واجد شرایط خاصی می‌بودند که مهمترین آنها شامل سابقه کاری مرتبط بود به طوری که برای خبرگان دانشگاهی داشتن سابقه کاری بالای ده سال و برای خبرگان با تجربه اجرایی دارا بودن سابقه کاری بین ده تا پانزده سال ضروری بود. از نظر تحصیلات نیز تمامی مشارکت‌کنندگان می‌بایست دارای مدرک دکتری تخصصی در یکی از رشته‌های مرتبط از جمله کارآفرینی، مدیریت آموزشی، علوم تربیتی یا روانشناسی تربیتی می‌بودند. از نظر زمینه فعالیت، مشارکت‌کنندگان می‌بایست در حوزه‌های مرتبطی همچون تدریس، مدیریت مدرسه، برنامه‌ریزی درسی یا اجرای پروژه‌های کارآفرینی در مدارس تجربه عملی داشت باشند. علاوه بر این، دسترسی‌پذیر بودن و تمایل و توانایی برای مشارکت در مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته کیفی از دیگر معیارهای کلیدی انتخاب بوده است.

در این بخش حجم نمونه بر اساس معیار «اشباع نظری»^۱ از طریق نمونه‌گیری هدفمند، به تعداد ۱۲ نفر مشخص شد. مشخصات مصاحبه‌شوندگان در جدول زیر آمده است.

جدول ۱. آمار جمعیت شناختی مصاحبه‌شوندگان

گروه	سابقه کاری	زمینه فعالیت	تحصیلات
خبرگان دانشگاهی در حوزه یادگیری کودکان و آموزش کارآفرینی	بالای ده سال	تدریس، مدیریت مدرسه یا فعالیت در حوزه برنامه‌ریزی درسی + تجربه در «اجرای پروژه‌های کارآفرینی در مدارس»	دکتری تخصصی (کارآفرینی، مدیریت آموزشی، علوم تربیتی)
خبرگان با تجربه در اجرای آموزش کارآفرینی در مدارس ابتدایی	بین ده تا ۱۵ سال	تجربه در «اجرای پروژه‌های کارآفرینی در مدارس»	دکتری تخصصی (کارآفرینی، مدیریت، روانشناسی تربیتی)

¹ Theoretical saturation

در این بخش، از مصاحبه نیمه ساختاریافته به عنوان ابزار اصلی گردآوری داده‌ها استفاده شد. برای محاسبه پایایی باز آزمون استفاده شد. بدین منظور چند مصاحبه به عنوان نمونه انتخاب می‌شود هر کدام از آن‌ها در یک فاصله زمانی کوتاه و مشخص دو بار کدگذاری می‌شود. سپس کدهای مشخص شده در دو فاصله زمانی برای هر کدام از مصاحبه‌ها با هم مقایسه می‌شوند. روش بازآزمایی برای ارزیابی ثبات کدگذاری پژوهشگر به کار می‌رود. در هر کدام از مصاحبه‌ها، کدهایی که در دو فاصله زمانی باهم مشابه هستند با عنوان توافق و کدهای غیر مشابه به عنوان عدم توافق مشخص می‌شوند.

نتایج بررسی پایایی باز آزمون برابر ۸۷ درصد است. با توجه به اینکه این میزان پایایی بیشتر از ۶۰ درصد است، قابلیت اعتماد کدگذاری مورد تایید است و می‌توان ادعا کرد که میزان پایایی تحلیل مصاحبه کنونی مناسب است. جهت بررسی روایی بخش کیفی، از راهبردهای کرسول (۲۰۰۳) استفاده شد. کرسول (۲۰۰۳) برای تضمین روایی در پژوهش کیفی، رعایت حداقل دو راهبرد از جمله درگیری طولانی با محیط پژوهش، مثلث‌سازی، کنترل بیرونی، روشنگری درباره سوگیری‌ها و دریافت بازخورد از شرکت‌کنندگان را ضروری می‌داند. این راهبردها به پژوهشگر کمک می‌کنند تا اعتبار و صحت یافته‌های خود را افزایش دهد. برای تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی از کدگذاری نظری (شامل کدگذاری باز و محوری) برای استخراج مفاهیم و تشکیل مقوله‌ها استفاده شد.

در بخش کمی جامعه آماری شامل کلیه مدیران و معلمان مدارس ابتدایی شهر تهران با تعداد ۴۴۲۶۸ نفر که در سال ۱۴۰۳-۱۴۰۴ اشتغال دارند، بوده است. حجم نمونه با فرمول کوکران ۳۸۱ نفر تعیین شد، اما برای پوشش بهتر متغیرهای جنسیت، منطقه جغرافیایی و پایه تحصیلی، این تعداد به ۳۹۰ نفر افزایش یافت. نمونه‌گیری به روش خوشه‌ای چندمرحله‌ای انجام شد. در جداول زیر ابتدا جدول جزئیات جامعه آماری و سپس جدول جزئیات نمونه‌گیری گزارش شده است.

جدول ۲. توزیع فراوانی افراد در جامعه آماری

مدارس	تعداد مدارس	تعداد کلاس	پایه تحصیلی				
			اول	دوم	سوم	چهارم	پنجم
پسرانه	۲۰۳۷	۲۲۴۳۵	۳۷۴۸	۳۹۱۲	۴۰۲۵	۳۹۱۲	۳۴۵۵
دخترانه	۱۹۴۹	۲۱۰۳۱	۳۴۷۳	۳۶۶۱	۳۷۹۸	۳۶۷۲	۳۲۳۳
مختلط	۱۸۰	۸۰۲	۲۶۵	۱۱۲	۱۱۹	۱۲۰	۹۸
جمع	۴۱۶۶	۴۴۲۶۸	۷۴۸۶	۷۶۸۵	۷۹۴۲	۷۷۰۴	۶۷۸۶

جدول ۳. توزیع فراوانی افراد نمونه

مناطق	تعداد مدارس	تعداد کلاس	سهم هر مدرسه	تعداد افراد	سهم نمونه
منطقه ۲ در شمال تهران	۱۳	۷۸	۶	۷۸	۰/۲۰
منطقه ۱۱ در مرکز تهران	۱۳	۷۸	۶	۷۸	۰/۲۰
منطقه ۱۶ در جنوب تهران	۱۳	۷۸	۶	۷۸	۰/۲۰
منطقه ۸ در شرق تهران	۱۳	۷۸	۶	۷۸	۰/۲۰
منطقه ۲۲ در غرب تهران	۱۳	۷۸	۶	۷۸	۰/۲۰
جمع	۶۵	۳۹۰	۳۰	۳۹۰	۰/۱۰۰

با توجه به روش نمونه‌گیری، از پنج منطقه تهران ۷۸ نفر (از ۱۳ مدرسه و ۷۸ کلاس) انتخاب شد که سهم هر منطقه ۰.۲۰ از کل نمونه ۳۹۰ نفری را تشکیل داد.

در این بخش، جهت گردآوری داده‌ها از پرسشنامه‌ای محقق‌ساخته متشکل از ۶۸ گویه استفاده شد. این گویه‌ها به‌طور مستقیم از شاخص‌های برآمده از مرحله کیفی پژوهش استخراج گردید و ابعاد و مؤلفه‌های شناسایی‌شده برای فرهنگ کارآفرینانه در مدارس ابتدایی را (که در جدول ۳-۱ ارائه شده است) می‌سنجد. هدف اصلی این پرسشنامه، سنجش میزان موافقت خبرگان با ابعاد و مؤلفه‌های احصا شده بوده است. پاسخ‌دهندگان نظرات خود را بر روی یک مقیاس لیکرت پنج‌گزینه‌ای (از «خیلی کم» تا «بسیار زیاد») اعلام نموده‌اند که به هر گزینه امتیازی از ۱ تا ۵ تعلق گرفته است.

جدول ۴. ابعاد و سوالات پرسشنامه

متغیرهای پژوهش	سوالات پرسشنامه
بعد آموزشی-پداگوژیک	۱-۶ ادغام کارآفرینی در برنامه درسی
	۷-۱۰ یادگیری تجربی و فرآیندمحور
	۱۱-۱۴ بکارگیری فناوری در آموزش
	۱۵-۲۰ محیط یادگیری انعطاف‌پذیر
بعد منابع انسانی	۲۱-۲۶ آموزش معلمان (توانمندسازی مربیان)
	۲۷-۳۳ رهبری کارآفرینانه (مدیریت مدرسه)
	۳۴-۴۰ فرهنگ کارآفرینی فراگیر (در سطح مدرسه)
بعد فرهنگی-اجتماعی	۴۱-۴۷ انطباق با فرهنگ محلی (بومی‌سازی)
	۴۸-۵۴ مشارکت ذینفعان خارجی (والدین، کارآفرینان، نهادها)
بعد ساختاری-حمایتی	۵۵-۶۱ اکوسیستم حمایتی (قوانین، منابع مالی، فضای فیزیکی)
	۶۲-۶۸ ارزیابی فرآیندمحور (شاخص‌های کیفی رشد کارآفرینی)

برای محاسبه پایایی در قسمت کمی تحقیق از آلفای کرونباخ استفاده شده است.

جدول ۵. آلفای کرونباخ

مؤلفه‌ها	تعداد سوال	بازه سوالات	آلفای کرونباخ
ادغام کارآفرینی در برنامه درسی	۶	۱-۶	۰/۹۴۸
یادگیری تجربی و فرآیندمحور	۴	۷-۱۰	۰/۹۱۷
بکارگیری فناوری در آموزش	۴	۱۱-۱۴	۰/۸۹۸
محیط یادگیری انعطاف‌پذیر	۷	۱۵-۲۰	۰/۹۵۳
آموزش معلمان (توانمندسازی مربیان)	۶	۲۱-۲۶	۰/۹۴۶
رهبری کارآفرینانه (مدیریت مدرسه)	۷	۲۷-۳۳	۰/۹۴۶
فرهنگ کارآفرینی فراگیر (در سطح مدرسه)	۷	۳۴-۴۰	۰/۹۴۴
انطباق با فرهنگ محلی (بومی‌سازی)	۷	۴۱-۴۷	۰/۹۳۷
مشارکت ذینفعان خارجی (والدین، کارآفرینان، نهادها)	۷	۴۸-۵۴	۰/۹۲۱
اکوسیستم حمایتی (قوانین، منابع مالی، فضای فیزیکی)	۷	۵۵-۶۱	۰/۹۳۷
ارزیابی فرآیندمحور (شاخص‌های کیفی رشد کارآفرینی)	۷	۶۲-۶۸	۰/۹۴۸

بر اساس جدول فوق، مقدار آلفای کرونباخ برای تمامی متغیرها بالای ۰/۷ است. لذا می‌توان گفت که پرسشنامه مورد استفاده از پایایی قابل قبولی برخوردار است.

در بخش کمی، داده‌ها با آمار توصیفی، آزمون تی تک‌نمونه‌ای، آزمون فریدمن و مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) با استفاده از نرم‌افزار AMOS تحلیل شدند.

یافته‌های پژوهش

بر اساس فرآیند کدگذاری نظری (شامل کدگذاری باز و محوری) که بر روی مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته با ۱۲ نفر از خبرگان حوزه آموزش کارآفرینی و یادگیری کودکان انجام شد، عوامل اثرگذار بر فرهنگ کارآفرینانه در مدارس ابتدایی در چهار بُعد اصلی شناسایی گردید. در مرحله کدگذاری باز، مفاهیم اولیه از داده‌های مصاحبه استخراج شد. در مرحله کدگذاری محوری، این مفاهیم در قالب مقوله‌های محوری دسته‌بندی شدند.

جدول ۶. نتایج کدگذاری

کدگذاری انتخابی	کدگذاری محوری	کدگذاری باز
عوامل پداگوژیک	برنامه درسی کارآفرینانه	تلفیق کارآفرینی با دروس
		قصه‌گویی درباره کارآفرینان موفق با زبان کودکانه
		تمرینات حل مسئله در قالب بازی‌های گروهی
		برنامه‌های درسی تلفیقی
		پروژه‌های ساده مانند باغچه مدرسه یا بازارچه خیریه
	یادگیری تجربی و فرآیندمحور	تطبیق دروس برای شامل شدن کاربردهای واقعی مهارت‌های کارآفرینی (مانند کار تیمی، نوآوری و سواد مالی)
		یادگیری دانش‌آموزمحور
		یادگیری کارآفرینانه
		یادگیری مبتنی بر چالش‌های واقعی
		یادگیری تجربه محور
عوامل آموزشی-	بکارگیری فناوری در آموزش	ادغام ابزارهای دیجیتال مناسب سن در تدریس مفاهیم کارآفرینی
		استفاده از پلتفرم‌های آنلاین شبیه‌ساز (مانند بازی‌های مدیریتی ساده) ب
		استفاده از ویدئوهای تعاملی و واقعیت افزوده
		تهیه و استفاده از محتوای چندرسانه‌ای تولیدشده توسط خود دانش‌آموزان
		ایجاد فضاهای اختصاصی و انعطاف‌پذیر (مانند گوشه‌های کارآفرینی در کتابخانه یا حیاط مدرسه)
	محیط یادگیری انعطاف‌پذیر	به کارگیری روش‌های چندحسی (بصری، حرکتی، شنیداری)
		قابلیت تغییر چیدمان و آرایش فیزیکی کلاس‌ها (مانند میزهای مدولار و صندلی‌های متحرک)
		تأمین و در دسترس بودن منابع و مواد اولیه ساده
		طراحی فضاهای یادگیری که امکان خطا کردن و آزمایش ایده‌های جدید
		ایجاد اتاق ایده‌پردازی یا دیوار نوآوری در مدرسه
عوامل مربوط به منابع انسانی	آموزش معلمان	استفاده از رنگ‌آمیزی، نورپردازی و عناصر طبیعی در فضای فیزیکی مدرسه
		برگزاری دوره‌های مستمر و برنامه‌ریزی‌شده توسعه حرفه‌ای برای معلمان
		شرکت در کارگاه‌های آموزشی عملی
		آموزش مستقیم و کاربردی روش‌های تدریس کارآفرینی (مانند روش موردکاوی، بازی‌های نقش‌آفرینی و تفکر طراحی)
		تهیه و ارائه راهنماها و بسته‌های آموزشی حمایتی
	رهبری کارآفرینانه	تشکیل گروه‌های هم‌آموزی بین معلمان
		استفاده از مربیگری و بازخورد مشاهده‌ای توسط معلمان
		ایجاد و گسترش شبکه‌های حمایتی با والدین، نهادهای محلی و کسب‌وکارها
		وجود انعطاف‌پذیری در رویه‌ها و ریسک‌پذیری حساب‌شده در مدیریت مدرسه
		الگو بودن مدیر و معاونان مدرسه
فرهنگ کارآفرینی فراگیر	تدوین یک چشم‌انداز و مأموریت	
	تخصیص و مدیریت منابع مالی و انسانی	
	ایجاد فضای روانی امن	
	قدردانی و تشویق نوآوری‌ها و تلاش‌های کارآفرینانه	
ایجاد فرهنگ عدالت‌محور		فرهنگ کارآفرینی فراگیر

کدگذاری انتخابی	کدگذاری محوری	کدگذاری باز
عوامل اجتماعی	فرهنگی - انطباق با فرهنگ محلی	تبدیل مدرسه به محیطی فناوری‌محور
		تبدیل مدرسه به محیطی پویا و نوآور
		تقویت فرهنگ مشارکت و همکاری بین تمام اعضای مدرسه
		ایجاد فضای پذیرش شکست
		نهادینه کردن قدردانی از تلاش و خلاقیت
		ارتباط مستمر و مثبت با جامعه محلی و والدین
		تطبیق برنامه‌ها با ارزش‌ها، باورها و آداب و رسوم فرهنگی جامعه محلی
		در نظر گرفتن تفاوت‌های فرهنگی بین مناطق مختلف (از جمله قومیت‌ها، زبان‌ها و سبک زندگی)
		استفاده از نمادها، داستان‌ها و شخصیت‌های محلی آشنا برای دانش‌آموزان
		توجه به نیازها و فرصت‌های اقتصادی-اجتماعی خاص منطقه‌ای
عوامل حمایتی	مشارکت ذینفعان خارجی	جلب مشارکت رهبران و بزرگان محلی
		محتوای آموزشی (کتاب‌ها، منابع) بازتاب‌دهنده بافت فرهنگی
		اجرای جشنواره‌ها یا نمایشگاه‌های کارآفرینی با تم و محتوای منطبق با فرهنگ و صنایع دستی یا محصولات خاص منطقه
		درگیر کردن فعال والدین در برنامه‌های کارآفرینی مدرسه
		دعوت از کارآفرینان موفق محلی
		ایجاد شبکه‌ای منسجم از حامیان
		استفاده از امکانات و فضای فیزیکی کسب‌وکارهای محلی (مانند بازدید از یک واحد تولیدی کوچک)
		برگزاری دوره‌ها یا کارگاه‌های مشترک با مشارکت نهادهای تخصصی (مانند اتاق بازرگانی یا انجمن‌های صنفی)
		تهیه و تدوین «تفاهم‌نامه همکاری» رسمی با نهادهای حامی
		ایجاد یک «شورای مشورتی» در مدرسه
عوامل ساختاری -	اکوسیستم حمایتی	گنجاندن صریح پرورش روحیه کارآفرینانه در چشم‌انداز
		تأمین منابع مالی پایدار و اختصاصی (بودجه) برای پشتیبانی از پروژه‌ها
		ایجاد و تجهیز فضاهای فیزیکی
		شبکه‌سازی و تشکیل اتحادیه‌ای بین مدارس
		تدوین قوانین و مقررات داخلی مدرسه
		دسترسی به مشاوران و مربیان متخصص (از داخل یا خارج مدرسه)
		ایجاد سیستم انگیزشی و تشویقی (مانند گرنت‌های کوچک یا جوایز) برای ایده‌ها
		تاکید بر رشد مهارت‌های نرم (مانند خلاقیت، کار تیمی و حل مسئله)
		ارائه بازخورد سازنده، مستمر و توصیفی به دانش‌آموزان
		استفاده از پورتفولیو (کارنمای دانش‌آموزی) برای مستندسازی فرآیند یادگیری
ارزیابی فرآیندمحور	ارزیابی فرآیندمحور	ترغیب دانش‌آموزان به خودارزیابی و بازتاب
		ارزیابی ترکیبی (توسط معلم، همتایان و خود دانش‌آموز)
		معیارهای شفاف ارزیابی

توصیف جمعیت‌شناختی پاسخگویان این مطالعه که بر اساس داده‌های ۳۹۰ نفر تهیه شده است، نشان می‌دهد که توزیع جنسیت در نمونه تقریباً متعادل بوده به طوری که ۵۲/۱ درصد (۲۰۳ نفر) از پاسخگویان را مردان و ۴۷/۹ درصد (۱۸۷ نفر) را زنان تشکیل می‌دهند. از نظر سابقه فعالیت حرفه‌ای، بیشترین گروه پاسخگویان با ۳۲/۱ درصد (۱۲۵ نفر) متعلق به معلمان با بیش از ۱۵ سال سابقه کاری است و پس از آن به ترتیب گروه‌های ۱۱ تا ۱۵ سال سابقه با ۲۷/۹ درصد (۱۰۹ نفر)، ۶ تا ۱۰ سال سابقه با ۲۵/۱ درصد (۹۸ نفر) و کمترین گروه با ۱۴/۹ درصد (۵۸ نفر) مربوط به افرادی با ۵ سال یا کمتر سابقه

فعالیت می‌باشند که حاکی از حضور غالب معلمان باتجربه در نمونه تحقیق است. در بخش مدرک تحصیلی، اکثریت پاسخگویان دارای مدرک کارشناسی (۵۳/۳ درصد معادل ۲۰۸ نفر) بوده و پس از آن مدرک کارشناسی ارشد با ۴۰/۵ درصد (۱۵۸ نفر) قرار دارد و تنها ۶/۲ درصد (۲۴ نفر) از معلمان دارای مدرک دکتری و بالاتر هستند که نشان می‌دهد بیش از ۹۳ درصد جامعه نمونه دارای مدارک کارشناسی و کارشناسی ارشد می‌باشند.

در این بخش برای سنجش وضعیت موجود متغیرهای تحقیق، از آزمون تی تک نمونه‌ای استفاده شده است. بدین منظور ابتدا نمره‌های هر متغیر استاندارد گردیده و به صورت درصد درآمده و سپس نمره ۵۰ به عنوان میانگین نظری در نظر گرفته شده است، میانگین متغیر نیز از نمره استاندارد شده بدست آمده است.

جدول ۷. آزمون T تک نمونه‌ای متغیرها

Test Value = ۵۰					مؤلفه ها
میزان آزمون t	درجه آزادی	سطح معناداری	میانگین	اختلاف میانگین	
۸/۷۵۷	۳۸۹	۰/۰۰۰	۶۱/۸۷	۱۱/۸۷	آموزشی-پداگوژیک
۱۰/۹۷۱	۳۸۹	۰/۰۰۰	۶۴/۳۸	۱۴/۳۸	منابع انسانی
۱۱/۸۶۵	۳۸۹	۰/۰۰۰	۶۶/۹۶	۱۶/۹۶	فرهنگی-اجتماعی
۱۰/۲۱۲	۳۸۹	۰/۰۰۰	۶۲/۸۳	۱۲/۸۳	ساختاری-حمایتی

بر اساس نتیجه آزمون آماری تی تک نمونه‌ای همه متغیرها در سطح مطلوبی قرار دارند و میانگین آنها به طور معناداری بالاتر از میانگین نظری (۵۰) است. این نتایج در سطح اطمینان ۹۹٪ معنی دار هستند ($p < ۰.۰۱$).

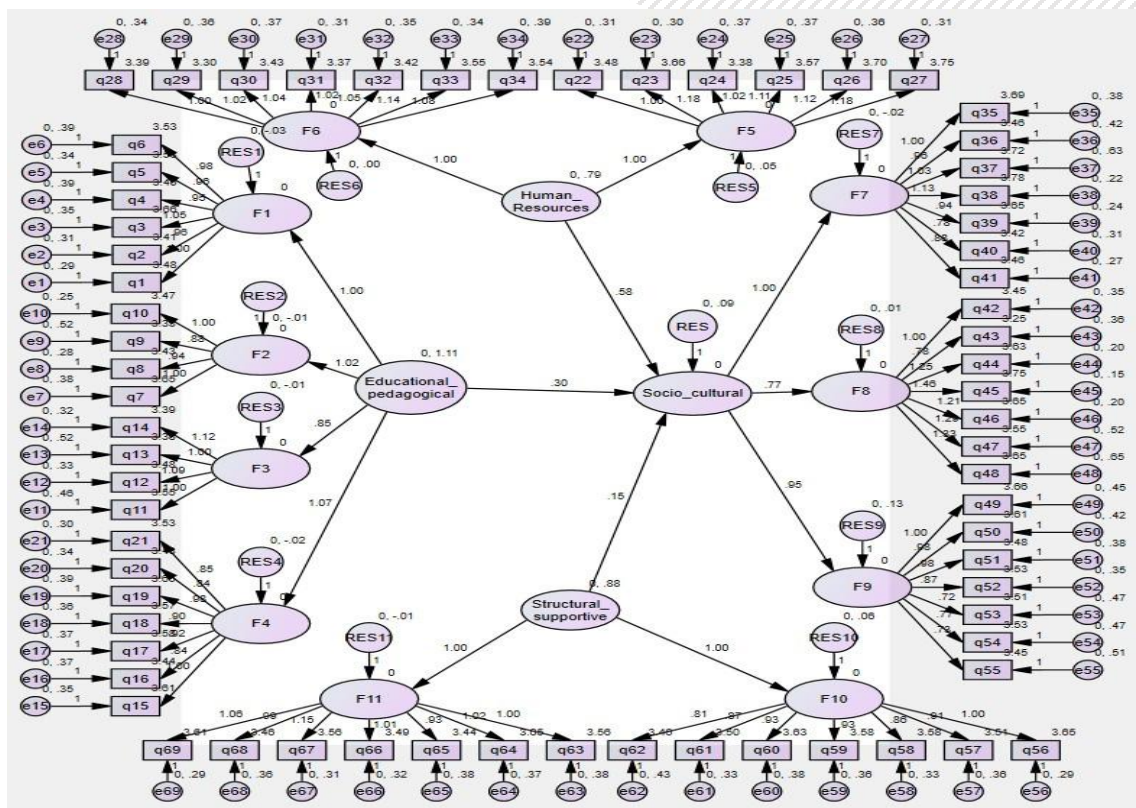
جهت اولویت بندی هر یک از متغیرها از آزمون فریدمن استفاده شده است:

جدول ۸. رتبه بندی عوامل اثرگذار بر فرهنگ کارآفرینانه در مدارس ابتدایی

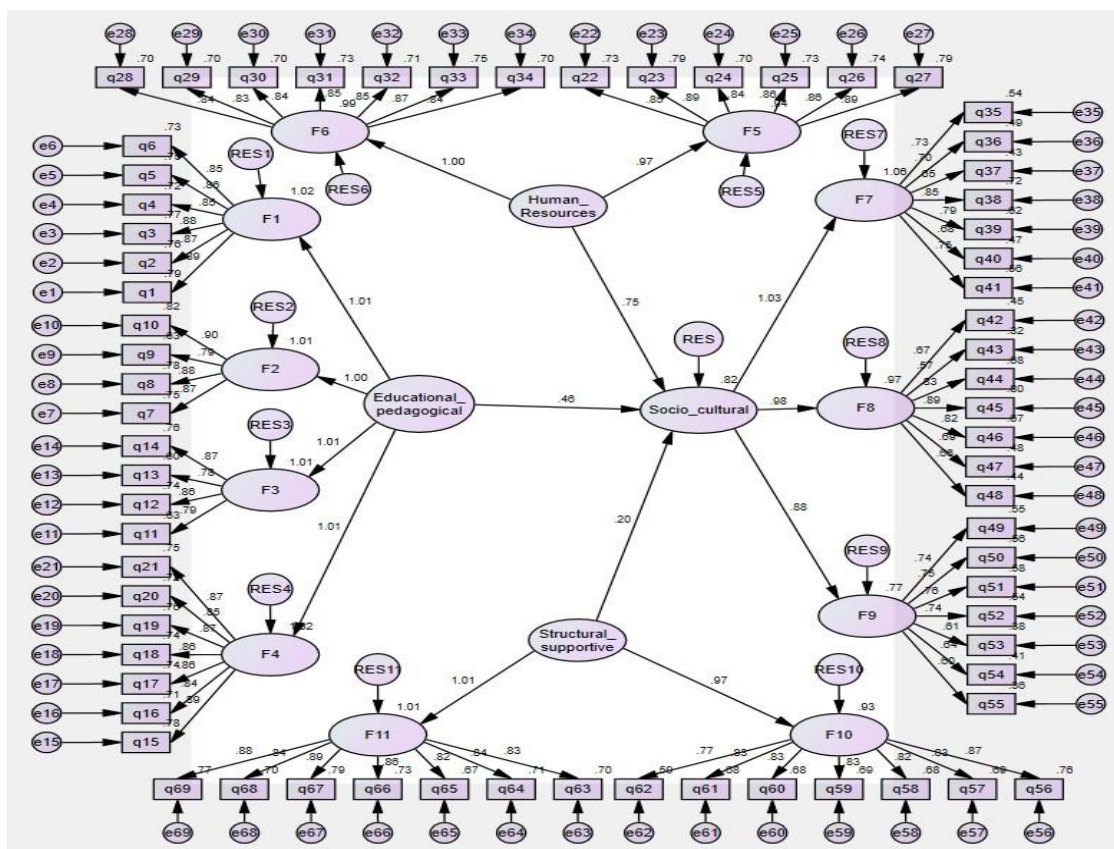
متغیر	میانگین	انحراف استاندارد	رتبه میانگین
آموزشی-پداگوژیک	۶۱/۸۷	۲۶/۷۷۹	۲/۰۹
منابع انسانی	۶۴/۳۸	۲۵/۸۸۵	۲/۶۰
فرهنگی-اجتماعی	۶۶/۹۶	۲۸/۲۳۱	۲/۹۹
ساختاری-حمایتی	۶۲/۸۳	۲۴/۸۲۲	۲/۳۱
df= ۱۰۶/۴۶۲ Chi-Square Sig = ۳ = ۰/۰۰۰			

در رتبه بندی بدست آمده از طریق آزمون فریدمن، متغیر فرهنگی-اجتماعی با میانگین رتبه ۲/۹۹ دارای بالاترین میانگین رتبه می‌باشد، و در اولویت اول قرار می‌گیرد، متغیر منابع انسانی با میانگین رتبه ۲/۶۰ در رده دوم اولویت قرار می‌گیرد، متغیر ساختاری-حمایتی با میانگین رتبه ۲/۳۱ در رده سوم اولویت قرار می‌گیرد، و متغیر آموزشی-پداگوژیک با میانگین رتبه ۲/۰۹ در رده چهارم اولویت قرار می‌گیرد. با توجه به مقدار کای اسکوئر ($\text{Chi-square} = ۱۰۶/۴۶۲$) بدست آمده از آزمون فریدمن و همچنین سطح معناداری حاصل از آن ($\text{Sig} = ۰/۰۰۰$) که کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد می‌توان گفت که این اولویت بندی بالحاظ آماری قابل قبول است.

در این قسمت به بررسی برازش مدل کلی پژوهش در نرم افزار AMOS مجموع اثراتی که متغیرهای آموزشی-پداگوژیک، منابع انسانی و ساختاری-حمایتی بر متغیر فرهنگی-اجتماعی دارد را در قالب یک مدل ساختاری ترسیم و برازش و نتایج آن تبیین شده است. برای دستیابی به این مدل ابتدا همه متغیرها در مدل وارد و در ادامه مسیرهای اثرگذاری و سپس براساس آماره‌های مربوطه برازش مدل مورد بررسی قرار گرفته است:



شکل ۱. مدل اندازه‌گیری عوامل اثرگذار بر فرهنگ کارآفرینانه در مدارس ابتدایی در حالت غیراستاندارد



شکل ۲. مدل اندازه‌گیری عوامل اثرگذار بر فرهنگ کارآفرینانه در مدارس ابتدایی در حالت استاندارد

شاخص‌های برازش مدل فوق در جدول زیر گزارش شده است:

جدول ۹. شاخص‌های نیکویی برازش عوامل اثرگذار بر فرهنگ کارآفرینانه در مدارس ابتدایی

IFI	CFI	NFI	RMSEA	CMIN/DF	Probability level	DF	Chi-square
۰/۹۱۴	۰/۹۱۳	۰/۹۰۷	۰/۰۸۷	۳/۹۱۶	۰/۰۰۰	۲۲۶۳	۸۸۶۰/۹۱۵

همان طور که مشاهده می‌شود مقدار χ^2 دو (Chi-square = ۸۸۶۰/۹۱۵) که با توجه به سطح معناداری آن ($P\text{-value} = ۰/۰۰۰$) که کمتر از ۰/۰۵ است، قابل قبول است. همچنین حاصل تقسیم مقدار χ^2 دو بر درجه آزادی برابر با ۳/۹۱۶ است، که کمتر از نمره ۵ که نقطه برش قابل قبولی است قرار دارد و از این نظر این آماره قابل قبول است. مقدار RMSEA نیز برابر با ۰/۰۸۷، که کمتر از ۰/۱۰ است لذا قابل قبول است. مقدار $NFI = ۰/۹۰۷$ ، $CFI = ۰/۹۱۳$ و $IFI = ۰/۹۱۴$ قابل قبول است و از عدد ۰/۹۰ که معیار قابل قبولی است بیشتر است. در کل می‌توان گفت که شاخص‌های برازش حاکی از آن است که مدل بدست آمده دارای برازش مناسبی است.

در ادامه ضریب مسیر (ضریب رگرسیونی) که نشان‌دهنده میزان اثرگذاری عوامل اثرگذار بر فرهنگ کارآفرینانه در مدارس ابتدایی است و همراه با آزمون معناداری در جدول زیر گزارش شده است.

جدول ۱۰. اثرگذاری متغیرهای فرهنگ کارآفرینانه در مدارس ابتدایی در حالت استاندارد

متغیر درونزا	متغیرهای برونزا	ضریب رگرسیونی	S.E.	C.R.	P	Squared Multiple Correlations
متغیر	متغیر آموزشی-پداگوژیک	۰/۴۵۶	۰/۰۲۲	۱۳/۳۳۲	۰/۰۰۰	۰/۸۲
فرهنگی-	متغیر منابع انسانی	۰/۷۵۳	۰/۰۳۸	۱۵/۳۳۰	۰/۰۰۰	
اجتماعی	متغیر ساختاری-حمایتی	۰/۲۰۴	۰/۰۲۱	۷/۰۴۴	۰/۰۰۰	

مقدار تأثیر مستقیم متغیر آموزشی-پداگوژیک بر متغیر فرهنگی-اجتماعی برابر با ۰/۴۵۶ است که نشان می‌دهد به ازای یک واحد انحراف استاندارد تغییر در متغیر آموزشی-پداگوژیک، تقریباً ۰/۴۶ واحد انحراف استاندارد در همان جهت در متغیر فرهنگی-اجتماعی ایجاد می‌شود. مقدار تأثیر مستقیم متغیر منابع انسانی بر متغیر فرهنگی-اجتماعی برابر با ۰/۷۵۳ است که نشان می‌دهد به ازای یک واحد انحراف استاندارد تغییر در متغیر منابع انسانی، تقریباً ۰/۷۵ واحد انحراف استاندارد در همان جهت در متغیر فرهنگی-اجتماعی ایجاد می‌شود. مقدار تأثیر مستقیم متغیر ساختاری-حمایتی بر متغیر فرهنگی-اجتماعی برابر با ۰/۲۰۴ است که نشان می‌دهد به ازای یک واحد انحراف استاندارد تغییر در متغیر ساختاری-حمایتی، تقریباً ۰/۲۰ واحد انحراف استاندارد در همان جهت در متغیر فرهنگی-اجتماعی ایجاد می‌شود. در نهایت نیز مقدار مجذور اتا ۰/۸۲ است که حاکی از آن است که مجموع سه متغیر آموزشی-پداگوژیک، متغیر منابع انسانی و متغیر ساختاری-حمایتی با هم توانسته‌اند به میزان ۰/۸۲ متغیر فرهنگی-اجتماعی را در مدل تبیین نمایند. با توجه به مقدار تبیین بالای مدل و همچنین برازش مناسب آن می‌توان گفت که نتایج بدست آمده قابل قبول و تعمیم به جامعه آماری را دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های این پژوهش نشان داد که فرهنگ کارآفرینانه در مدارس ابتدایی پدیده‌ای چندبعدی است که از تعامل میان ابعاد آموزشی-پداگوژیک، منابع انسانی، ساختاری-حمایتی و فرهنگی-اجتماعی تأثیر می‌پذیرد. بر اساس نتایج بدست‌آمده از مدل معادلات ساختاری، سه بعد آموزشی-پداگوژیک، منابع انسانی و ساختاری-حمایتی توانستند بخش قابل توجهی از واریانس بعد فرهنگی-اجتماعی را تبیین کنند و این امر نشان می‌دهد که فرهنگ کارآفرینانه در مدارس، بیش از هر چیز محصول محیط اجتماعی، ارزش‌های مشترک و روابط میان‌فردی در مدرسه است. این نتایج همسو با این دیدگاه است که

فرهنگ سازمانی و به‌ویژه فرهنگ آموزشی، هسته مرکزی شکل‌گیری نگرش‌ها و رفتارهای کارآفرینانه است (Mohammad Esmaeili, 2022). در واقع، زمانی که فضای مدرسه مشوق نوآوری، همکاری، پذیرش شکست و خلاقیت باشد، رفتارهای کارآفرینانه در میان دانش‌آموزان تسهیل می‌شود.

نتیجه کسب بالاترین رتبه برای بعد فرهنگی-اجتماعی نشان می‌دهد که نگرش‌های مشترک، تعاملات اجتماعی و ارتباط مدرسه با جامعه به‌عنوان قوی‌ترین پیشران نهادینه‌سازی فرهنگ کارآفرینانه عمل می‌کند. این موضوع با نتایج پژوهش‌هایی که فرهنگ مدرسه را بنیان اصلی رفتارهای نوآورانه معرفی کرده‌اند همخوان است. به‌عنوان نمونه، مطالعه‌ای نشان می‌دهد که همسویی ارزش‌های فرهنگی با شیوه‌های آموزش کارآفرینی نقش حیاتی در پذیرش این آموزش ایفا می‌کند (Lyu et al., 2021). همچنین پژوهش‌های مرتبط با تعاملات میان‌فردی معلم-دانش‌آموز بیان کرده‌اند که کیفیت ارتباطات آموزشی می‌تواند به‌طور مستقیم بر رشد نگرش‌های کارآفرینانه تأثیر بگذارد (Triwardhani et al., 2020). در همین راستا، یافته‌های این مطالعه تأیید می‌کند که اگر مدارس بتوانند فرهنگ مشارکت، احترام، اعتماد و همکاری را نهادینه کنند، زمینه‌های لازم برای بروز رفتارهای کارآفرینانه فراهم خواهد شد.

بعد منابع انسانی نیز در رتبه دوم اهمیت قرار گرفت و این موضوع با نتایج گسترده‌ای در ادبیات پژوهش همسو است. نقش معلمان و مدیران در شکل‌دهی فرهنگ کارآفرینانه غیرقابل انکار است. پژوهش‌ها نشان داده‌اند که شایستگی‌های معلمان، شامل توانایی هدایت فعالیت‌های تجربی، آموزش مبتنی بر مسئله، ایجاد انگیزه و حمایت از دانش‌آموزان، پیوند مستقیمی با کیفیت آموزش کارآفرینی دارد (Huang et al., 2020). از سوی دیگر، رفتارهای رهبری کارآفرینانه مدیران مدارس، از طریق ایجاد فضای امن روانی، تشویق نوآوری، تخصیص منابع کافی و حمایت از تلاش‌های جدید، نقش مؤثری در ایجاد فرهنگ نوآورانه دارد (Helvaci & Özkaya, 2020). نتایج پژوهش حاضر نیز نشان داد که توانمندسازی معلمان و وجود رهبری کارآفرینانه در مدرسه می‌تواند تقویت‌کننده بعد فرهنگی-اجتماعی باشد. این یافته با نتایج مطالعات دیگر هم‌راستا است که بیان کرده‌اند آموزش کارآفرینی هنگامی موفق خواهد بود که بازیگران کلیدی مدرسه، یعنی معلمان و مدیران، خود حامل ارزش‌ها و نگرش‌های کارآفرینانه باشند (Hassan et al., 2021; Tudor et al., 2020).

یافته‌ها همچنین نشان داد که ساختارهای حمایتی، مانند وجود اکوسیستم حمایتی، قوانین داخلی مدرسه، تخصیص منابع مالی مناسب، ارتباط با نهادهای بیرونی و مدل‌های ارزیابی فرایندمحور، به‌طور معنی‌داری بر تقویت فرهنگ کارآفرینانه اثر می‌گذارند. این نتایج با پژوهش‌هایی همخوان است که تأکید می‌کنند ساختارهای سازمانی و حمایت نهادی نقش کلیدی در پایداری رفتارهای نوآورانه دارند (Msawenkosi Thabethe et al., 2024). پژوهش‌های مربوط به سازمان‌های کارآفرین نیز نشان داده‌اند که ساختارهای منعطف و حمایت‌کننده می‌تواند توان نوآوری و مشارکت را افزایش دهد (Pourjavad et al., 2024; Schindler et al., 2024). در زمینه مدرسه نیز، این یافته نشان می‌دهد که بدون وجود پشتیبانی ساختاری پایدار، برنامه‌های آموزش کارآفرینی، هرچند طراحی‌شده و هدفمند باشند، نمی‌توانند نتایج مطلوبی ایجاد کنند.

بعد آموزشی-پداگوژیک که شامل برنامه درسی کارآفرینانه، یادگیری تجربی، بهره‌گیری از فناوری و محیط یادگیری انعطاف‌پذیر است، اگرچه در رتبه چهارم قرار گرفت، اما نقش آن همچنان اساسی است. نتایج نشان داد که این بعد با ضریب اثر قابل توجهی بر فرهنگ کارآفرینانه اثر می‌گذارد و این موضوع با ادبیات پژوهشی بین‌المللی به‌ویژه درباره نقش برنامه‌های درسی کارآفرینانه همسو است. پژوهش‌های مرور نظام‌مند نشان داده‌اند که برنامه‌های آموزش کارآفرینی هنگامی بیشترین تأثیر را دارند که مبتنی بر فعالیت‌های عملی، پروژه‌های واقعی و تجربه‌های یادگیری مشارکتی باشند (Jardim et al., 2021). همچنین یادگیری مبتنی بر تجربه و مسئله، که یکی از ارکان رویکردهای نوین آموزشی است، می‌تواند باعث افزایش تفکر خلاق و توانایی حل مسئله در کودکان شود؛ مهارت‌هایی که هسته مرکزی رفتارهای کارآفرینانه هستند (Sai et al., 2019). بهره‌گیری از فناوری نیز می‌تواند فرصت‌های یادگیری متنوعی ایجاد کند و کودکان را در معرض فعالیت‌های خلاقانه قرار دهد؛ این یافته‌ها در پژوهش‌های جدید درباره نقش محیط دیجیتال در ترویج فرهنگ کارآفرینی نیز تأیید شده‌اند (Wulandari & Apriani, 2023).

پیوند میان آموزش کارآفرینی و فرهنگ کارآفرینانه نیز در ادبیات به‌طور گسترده مطرح شده است. برخی پژوهش‌ها بیان کرده‌اند که فرهنگ کارآفرینانه می‌تواند نقش واسطه‌ای میان آموزش و قصد کارآفرینانه ایفا کند؛ به این معنا که حتی برنامه‌های آموزشی قوی نیز بدون وجود فرهنگ حمایتی نمی‌توانند اثر کافی داشته باشند (Al-Lawati et al., 2022). این موضوع با یافته پژوهش حاضر همخوان است که نشان داد تأثیر ابعاد آموزشی، انسانی و ساختاری،

همگی بر بعد فرهنگی-اجتماعی متمرکز است و گویا فرهنگ مدرسه بستری است که اثرگذاری سایر عوامل را تعیین می‌کند. اهمیت این نقش واسطه‌ای در مطالعات جدیدی که تأکید کرده‌اند فرهنگ کارآفرینانه ریشه بسیاری از رفتارهای نوآورانه است نیز دیده می‌شود (Tehseen et al., 2023).

همچنین یافته‌های پژوهش نشان داد که ارتباط مدرسه با جامعه و مشارکت ذینفعان خارجی یکی از عوامل تقویت‌کننده فرهنگ کارآفرینانه است. این موضوع با پژوهش‌هایی همسو است که بیان کرده‌اند مدل‌های توسعه محلی و توانمندسازی اجتماعی می‌توانند از طریق تقویت پیوندهای مدرسه با محیط، به رشد نگرش‌های کارآفرینانه کمک کنند (Côté & Evans, 2025; Shuhaimi, 2024). جلب حمایت والدین، نهادهای محلی و کارآفرینان منطقه می‌تواند موجب افزایش فرصت‌های یادگیری واقعی برای کودکان شود و آنان را با مسائل واقعی جامعه آشنا کند. این یافته با مطالعاتی که نشان داده‌اند فرهنگ کارآفرینانه حاصل تعامل مدرسه با جامعه است نیز همخوان است (Sariningsih et al., 2024).

مطابق با نتایج پژوهش حاضر، مؤلفه‌های یادگیری تجربی و محیط یادگیری انعطاف‌پذیر نیز نقش قابل توجهی بر شکل‌گیری رفتارهای نوآورانه دارند. این موضوع با پژوهش‌هایی همسو است که تأکید کرده‌اند محیط یادگیری فعال و خلاق می‌تواند بیشترین تأثیر را بر رشد مهارت‌های کارآفرینانه داشته باشد (Filipova & Atanasova, 2025). انعطاف‌پذیری محیط آموزشی، امکان تجربه شکست، تشویق ایده‌پردازی و مشارکت در فعالیت‌های گروهی ازجمله عواملی هستند که می‌توانند زمینه‌ساز رشد شخصیت کارآفرینانه در کودکان شوند.

به‌طور کلی، یافته‌های این مطالعه با مجموعه گسترده‌ای از تحقیقات داخلی و خارجی همخوان است و نشان می‌دهد که فرهنگ کارآفرینانه در مدارس ابتدایی پدیده‌ای ساختاری، تعاملی و چندلایه است که بدون اصلاح هم‌زمان در ابعاد آموزشی، انسانی، ساختاری و فرهنگی نمی‌توان آن را تقویت کرد. تمامی شواهد پژوهش حاضر تأیید می‌کند که فرهنگ کارآفرینانه نه محصول یک عنصر منفرد، بلکه نتیجه تعاملات پیچیده میان مدرسه، معلم، دانش‌آموز، جامعه و سیاست‌گذاری آموزشی است.

این پژوهش به دلیل تمرکز بر مدارس ابتدایی مناطق منتخب شهری، ممکن است محدودیت‌هایی در تعمیم نتایج به سایر استان‌ها یا مناطق روستایی داشته باشد. داده‌ها بر اساس ابزار پرسشنامه و خوداظهاری جمع‌آوری شده‌اند و احتمال سوگیری پاسخ‌دهندگان وجود دارد. روش کیفی با ۱۲ مصاحبه‌گر نیز، گرچه به اشباع نظری رسیده است، اما ممکن است تمامی دیدگاه‌های موجود در حوزه آموزش کارآفرینی را پوشش نداده باشد. همچنین متغیرهای بیرونی مانند سیاست‌های کلان آموزشی، ویژگی‌های اقتصادی-اجتماعی مناطق و ساختارهای فرهنگی محلی مورد سنجش مستقیم قرار نگرفته‌اند.

پیشنهاد می‌شود که پژوهش‌های آتی این موضوع را در سطح ملی و با نمونه‌های بزرگ‌تر بررسی کنند تا قابلیت تعمیم افزایش یابد. همچنین تحلیل طولی برای بررسی تغییرات فرهنگ کارآفرینانه در طول سال‌های تحصیلی می‌تواند ارزشمند باشد. مقایسه مدارس دولتی و غیردولتی، یا مدارس مناطق شهری و روستایی، نیز می‌تواند به درک عمیق‌تری از عوامل تأثیرگذار کمک کند. افزون بر این، پیشنهاد می‌شود نقش سیاست‌های کلان وزارت آموزش و پرورش و نحوه اجرای برنامه‌های آموزشی در سطوح مختلف بررسی شود.

برای ارتقای فرهنگ کارآفرینانه در مدارس ابتدایی، لازم است برنامه‌های توسعه حرفه‌ای معلمان طراحی و اجرا شود، مدیران مدارس برای رهبری کارآفرینانه توانمند شوند، و ساختارهای حمایتی پایدار شامل بودجه، فضای فیزیکی و ابزارهای آموزشی فراهم گردد. ایجاد همکاری میان مدرسه و جامعه، مشارکت والدین، دعوت از کارآفرینان محلی و اجرای پروژه‌های واقعی در مدرسه می‌تواند به تقویت فرهنگ کارآفرینانه کمک کند. همچنین بازنگری در برنامه‌های درسی و تطبیق آن‌ها با روش‌های یادگیری تجربی و مسئله‌محور ضروری است.

موازين اخلاقی

در این پژوهش ملاحظات اخلاقی رعایت شد.

تشکر و قدردانی

از تمام افرادی که امکان انجام پژوهش حاضر را فراهم کردند، تقدیر و تشکر می‌شود.

مشارکت نویسندگان

نویسندگان این مطالعه با هم مشارکت فعال داشتند.

تعارض منافع

بین نویسندگان پژوهش حاضر هیچ تضاد منافی وجود نداشت.

Reference

- Al-Lawati, E. H., Abdul Kohar, U. H., & Shahrin Suleiman, E. (2022). Entrepreneurial culture in educational institutions: A scoping review. *Cogent Business & Management*, 9(1), 1997237. <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1997237>
- Côté, R., & Evans, M. (2025). Unpacking Indigenous Social Mobility: Entrepreneurs, Social Networks, and Connections to Culture. *Business & Society*, 64(1), 45-86. <https://doi.org/10.1177/00076503231219691>
- Filipova, M., & Atanasova, A. (2025). Forming Entrepreneurial Culture Through Education. *Strategies for Policy in Science and Education-Strategii Na Obrazovatelna I Nauchnata Politika*, 33(3), 297-311. <https://doi.org/10.53656/str2025-3-2-for>
- Hassan, Z., Lashari, M. K., & Basit, A. (2021). Cultivating entrepreneurial culture among students in Malaysia. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 9(1), 119-135. <https://doi.org/10.15678/EBER.2021.090108>
- Helvacı, M. A., & Özkaya, Y. (2020). Relationship between entrepreneurial leadership behaviors of school administrators and organizational Culture. *European Journal of Education Studies*. <https://www.ca-c.org/index.php/cac/article/view/248>
- Huang, Y., An, L., Liu, L., Zhuo, Z., & Wang, P. (2020). Exploring factors link to teachers' competencies in entrepreneurship education. *Frontiers in psychology*, 11, 563381. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.563381>
- Jardim, J., Bártolo, A., & Pinho, A. (2021). Towards a global entrepreneurial culture: A systematic review of the effectiveness of entrepreneurship education programs. *Education Sciences*, 11(8), 398. <https://doi.org/10.3390/educsci11080398>
- Lyu, J., Shepherd, D. M., & Lee, K. (2021). Teaching entrepreneurship in China: culture matters. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 27(5), 1285-1310. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-09-2020-0653>
- Mohammad Esmaili, E. (2022). The Role of Culture in Teaching and Promoting Entrepreneurship. National Conference on Management and Entrepreneurship in the School of Martyr Haj Qasem Soleimani (Focusing on Deprivation Alleviation in the Jazmour Region),
- Mousavi, S. M. (2025). Pathology of the Denison model of organizational culture in entrepreneurial tourism organizations. *Journal of Education and Entrepreneurship Management*, 4(7), 101–120. https://eme.razi.ac.ir/article_3779.html
- Msawenkosi Thabethe, M., Kosa Chebo, A., & Dhlwayo, S. (2024). The influence of entrepreneurial culture, management support and work discretion on innovation: examining the conditional role of organizational tolerance and positional-level. *Cogent Business & Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2315692>
- Pourjavad, E., Kabaran Zad Ghadim, M. R., & Adalatian Shahryari, J. (2024). Designing an entrepreneurial marketing model for supplying goods in the tourism industry in Khorasan Razavi province. *Entrepreneurship Studies and Sustainable Agricultural Development*, 11(3), 147-168.
- Sai, X., Kenayathulla, H. B., & Siraj, S. (2019). A model for youth entrepreneurship skills of the community-based leadership training for the urban youth in China. *MOJEM: Malaysian Online Journal of Educational Management*, 7(3), 80-98. <https://doi.org/10.22452/mojem.vol7no3.5>
- Sariningsih, Y., Purwanti, Y., Almujaib, S., Dinahayati, E., & Erik, E. (2024). The Model of Business Management and Entrepreneurial Culture in Achieving Economic Empowerment and Its Implications for the Performance of KUBE in West Java Indonesia. *CEMJP*, 32(1), 21-39. <http://repository.unpas.ac.id/69080/>
- Schindler, J., Kallmuenzer, A., & Valeri, M. (2024). Entrepreneurial culture and disruptive innovation in established firms-how to handle ambidexterity. *Business Process Management Journal*, 30(2), 366-387. <https://doi.org/10.1108/BPMJ-02-2023-0117>
- Shams, B., Shams, C., & Soleimani Andro, A. (2021). Identifying Factors Influencing the Promotion of Entrepreneurial Culture Among Students. *Educational Planning and Academic Progress*, 2(2), 16-26. <https://esjournal.ir/fa/paper.php?pid=35>
- Shuhaimi, M. S. Z. (2024). The Social Entrepreneurship and Empowerment Culture Among Youth in Elderly Care. *Majcafe*, 32(1), 307-331. <https://doi.org/10.60016/majcafe.v32.12>
- Tehseen, S., Ping Deng, P., Wu, B., & Gao, Y. (2023). Culture values and entrepreneurial innovativeness: A comparative study of Malaysian ethnic entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, 61(6), 2622-2655. <https://doi.org/10.1080/00472778.2021.1934848>

- Triwardhani, I. J., Trigartanti, W., & Putra, R. P. (2020). Study of communication ethnography for entrepreneurship culture in the interpersonal relations of teachers and students. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 36(1), 109-123. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2020-3601-07>
- Tudor, L. S., Langa, C., Bulgaru, I., & Lazăr, A. N. (2020). Study on the development of entrepreneurial culture in the university environment. 2020 12th International Conference on Electronics, Computers and Artificial Intelligence (ECAI),
- Wulandari, O. A. D., & Apriani, D. (2023). Sustainable Institutional Entrepreneurial Culture and Innovation For Economic Growth. *APTISI Transactions on Management*, 7(3), 221-230. <https://doi.org/10.33050/atm.v7i3.2127>
- Yarmohammadzadeh, P., Mahdiyoun, R., & Gholi Pour, S. (2019). Identifying Factors Affecting the Enhancement of Entrepreneurial Culture in Technical and Vocational Schools: A Mixed-Methods Approach. *A New Approach in Educational Management*, 10(2 (Continuous 38)), 35-55. <https://sid.ir/paper/168808/fa>