


# Content analysis of successful global experiences and policies in order to identify and support top entrepreneurs

**Hossein Bakhtiari**


Assistant Professor, Department of Industrial Management, Imam Sadiq University, Tehran, Iran (Corresponding author).

[h.bakhtiari@isu.ac.ir](mailto:h.bakhtiari@isu.ac.ir)

 0000-0000-0000-0000**Mohammad Ali Ansari Cheshme**

Continuous Master's student of Islamic Studies and Industrial Management, Imam Sadiq University, Tehran, Iran.

[m.aliansari@isu.ac.ir](mailto:m.aliansari@isu.ac.ir)

 0000-0000-0000-0000**Abstract**

The development of entrepreneurship in any society will be accompanied by the improvement of the quality of the economic and social status of that society. Entrepreneurs are the engine of movement and economic growth of a society, who move and develop the society in a competitive environment and imbalance conditions. The purpose of this article is to identify the key factors affecting the selection of the best entrepreneur based on comparative studies and the investigation of national and international events related to this issue. Research methodology is content analysis. By analyzing the content of 23 national and international events to select the best entrepreneurs from more than 20 countries, some of these events have been welcomed by more than 60 countries; The 7-step process includes determining the conditions for entering the event, designing the way to count the data of entrepreneurs, identifying criteria for entrepreneurs, designing the evaluation model for top entrepreneurs, determining the composition of the jury, evaluating the applicant entrepreneurs based on the designed model, and the way to support the entrepreneurs. The best was compiled. In the following, the key components of each of these stages were also calculated. The results show that there are 89 components in the whole process. Based on these results, decision-making institutions in the field of entrepreneurship can follow the process of growth and excellence of entrepreneurs, as well as the evaluation and selection of the best entrepreneur.

**Keywords:** Entrepreneurship, top entrepreneur, top entrepreneur international events, content analysis.

**JEL Classification:** H10, M16

## تحلیل محتوای تجارب و سیاست‌های موفق جهانی در راستای شناسایی و حمایت از کارآفرینان برتر

حسین بختیاری

استادیار، گروه مدیریت صنعتی، دانشگاه امام صادق علیه‌السلام، تهران، ایران (نویسنده مسئول).  
h.bakhtiari@isu.ac.ir

0000-0000-0000-0000

محمدعلی انصاری چشمه

دانشجوی کارشناسی ارشد پیوسته معارف اسلامی و مدیریت صنعتی، دانشگاه امام صادق علیه‌السلام،  
تهران، ایران.

m.aliansari@isu.ac.ir

0000-0000-0000-0000

### چکیده

توسعه کارآفرینی در هر جامعه با ارتقا کیفیت وضعیت اقتصادی و اجتماعی آن جامعه همراه خواهد بود. کارآفرینان موتور حرکت و رشد اقتصادی یک جامعه هستند که در یک محیط رقابتی و شرایط عدم تعادل، جامعه را به حرکت درمی‌آورند و توسعه می‌بخشند. هدف از این مقاله شناسایی مؤلفه‌های کلیدی مؤثر بر انتخاب کارآفرین برتر مبتنی بر مطالعات تطبیقی و بررسی رویدادهای ملی و بین‌المللی مرتبط با این موضوع می‌باشد. روش‌شناسی تحقیق، تحلیل محتوا می‌باشد. با تحلیل محتوای ۲۳ رویداد ملی و بین‌المللی انتخاب کارآفرین برتر از بیش از ۲۰ کشور که برخی از این رویدادها مورد استقبال بیش از ۶۰ کشور قرار گرفته است؛ فرایند ۷ مرحله‌ای شامل تعیین شرایط ورود به رویداد، طراحی نحوه احصا داده‌های کارآفرینان، معیارهای شناسایی کارآفرینان، طراحی مدل ارزیابی کارآفرینان برتر، تعیین ترکیب هیئت داوران، ارزیابی کارآفرینان متقاضی بر اساس مدل طراحی شده و نحوه حمایت در نظر گرفته شده از کارآفرینان برتر تدوین گردید. در ادامه مؤلفه‌های کلیدی هر کدام از این مراحل نیز احصاء گردید. نتایج حاصله حاکی از وجود ۸۹ مؤلفه در کل فرایند می‌باشد. نهادهای تصمیم‌گیر در حوزه کارآفرینی می‌توانند مبتنی بر این نتایج فرایند رشد و تعالی کارآفرینان و همچنین ارزیابی و انتخاب کارآفرین برتر را دنبال نمایند.

**کلیدواژه‌ها:** کارآفرینی، کارآفرین برتر، رویدادهای بین‌المللی کارآفرین برتر، تحلیل محتوا.

طبقه‌بندی JEL: H10, M16

شاپای الکترونیک: ۶۵۶۸-۲۵۸۸ / پژوهشکده تحقیقات راهبردی / فصلنامه علمی پژوهشی راهبرد اقتصادی

doi 10.22034/es.2024.452497.1753



مسئولیت مقاله از نظر محتوای علمی و نظرهای مطرح‌شده در متن آن، به عهده نویسندگان و یا نویسنده مسئول مقاله می‌باشد و مورد تأیید / عدم تأیید صاحب امتیاز نشر به راهبرد اقتصادی نمی‌باشد.

## مقدمه و بیان مسئله

در زمان کنونی که با افزایش جمعیت، جوامع به سرعت در حال رشد و گسترش و پیشرفت هستند، کارآفرینی در یک تعامل چندسویه، علاوه بر ایجاد اشتغال در مفهوم ایجاد تحول از مسیر بهبود فرایندها و نوآوری‌ها و هم به‌عنوان عامل کلیدی در توسعه و رشد اقتصادی کشورها، مورد نیاز است (فلاح حقیقی، ۱۳۹۶). در دنیای امروز از مهم‌ترین مسئله‌ها و چالش‌های هر کشوری، مسئله اشتغال و کارآفرینی است (Crişan & et al., 2021). احیا کردن فکر کارآفرینی در همه اجزای حاکمیت به‌ویژه در بخش‌های علمی، امروری ضروری و حیاتی محسوب می‌شود (Breznitz & Zhang, 2019). مردم و جامعه نمی‌توانند به‌صورت مستقیم از منافع تحقیقات دانشگاهی بهره‌مند شوند مگر اینکه راهکارهایی ایجاد شود که نتایج این پژوهش‌ها و تحقیقات به‌دست شرکت‌ها، کارخانه‌های بخش عمومی، یعنی عاملان اقتصادی و متخصصان حوزه سرمایه‌گذاری برسد (Bagnoli & et al., 2020)؛ البته باید توجه داشت که نتایج این پژوهش‌ها علاوه بر موارد ذکر شده در حاکمیت و دستگاه‌های اجرایی مرتبط با حوزه‌های اقتصادی و کارآفرینی نیز می‌تواند به‌کار گرفته شود. کمپوس و همکاران اشاره می‌کند که حمایت دولت می‌تواند به شرکت‌ها کمک کند تا کارآفرینی بیشتری داشته باشند و سطح بین‌المللی شدن خود را در بازار افزایش دهند (Campos & et al., 2021).

لازمه توسعه کارآفرینی در کشور توجه به ویژگی‌های کارآفرینان برتر و ترسیم مسیر و تدوین فرایندی برای شناسایی کارآفرینان برتر است که این مهم می‌تواند خود زمینه رشد کارآفرینان بالقوه را نیز محقق نماید. امروزه کشورهای توسعه‌یافته جهان به سمت حمایت از کارآفرینان می‌روند و تلاش می‌کنند تا با همراهی آن‌ها بتوانند مشکلات مختلف را حل کنند چراکه کارآفرین ویژگی‌های مثبت زیادی دارد که به‌شدت در رشد و توسعه اقتصاد جامعه مؤثر و کارگشاست. یکی از مسائل اساسی دستگاه‌های مرتبط با حوزه کارآفرینی چیرستی فرایند ارزیابی کارآفرینان برتر و مؤلفه‌های مؤثر در شناسایی و حمایت از کارآفرینان برتر است. برای تحلیل و پاسخگویی به این مسئله مبتنی بر رویکرد مطالعه تطبیقی و با روش تحلیل محتوا رویدادهای متعدد بین‌المللی واکاوی و الگوی جامعی تدوین گردید که می‌تواند برای دستگاه‌های مذکور مورد استفاده قرار گیرد. با بررسی ۲۳ رویداد ملی و بین‌المللی از کشورهای مختلف و تحلیل محتوای مستندات این رویدادها مؤلفه‌های مؤثر بر شناسایی و حمایت از

کارآفرینان برتر احصا گردید. نتایج حاصل حاکی از وجود فرایند ۷ مرحله‌ای در ارزیابی کارآفرینان می‌باشد. این فرایند از ۷ جزء اصلی تشکیل شده است که عبارت‌اند از: حداقل شرایط کارآفرینی برای ورود به چرخه ارزیابی، نحوه گردآوری داده‌های کارآفرینان، مؤلفه‌های ارزیابی کارآفرینان، طراحی مدل و نحوه ارزش‌گذاری مؤلفه‌ها، مشخص کردن ترکیب داوران، انجام فرایند ارزیابی و تعیین و ارائه انواع تسهیلات. هرکدام از این اجزای ۷ گانه دارای مؤلفه‌هایی می‌باشند که در بخش تجزیه و تحلیل یافته‌های پژوهش به آن پرداخته خواهد شد. در این مقاله ابتدا مبانی نظری و ادبیات پژوهش بررسی شده است. در ادبیات پژوهش به تعریف کارآفرینی و کارآفرین، ویژگی‌های کارآفرین و کارآفرین موفق پرداخته شده است. در ادامه پیشینه پژوهش بررسی شده و روش تحقیق و یافته‌های آن ارائه شده است.

## ۱. مبانی نظری

### ۱-۱. کارآفرینی

در مورد واژه کارآفرینی تعاریف متعددی در پژوهش‌ها و تحقیقات علمی بیان شده است. در دو دهه اخیر، مفاهیم نظری نوین در مطالعه کارآفرینی و فرایندهای آن و ایجاد کسب‌وکار مورد توجه قرار گرفته‌اند (An & et al., 2020). پس از بررسی مطالعات انجام‌شده مشخص گردید هر تعریف کارآفرینی مبتنی بر طراحی در زمینه‌های مختلف بر جنبه‌های منحصربه‌فردی تأکید دارد (دائی‌چیان و دیگران، ۱۴۰۲). کارآفرینی را به‌مثابه خلق یک فرایند جدید تعریف می‌کنند. برای اجرایی شدن این فرایند نیز زمان و تلاش کافی باید اختصاص پیدا کند و علاوه بر آن ریسک اجتماعی، روحی و منابع مالی باید پذیرفته شود. نتیجه این فرایند می‌تواند باعث ایجاد رضایت شخصی از استقلال و پاداش‌های مالی باشد. در نگاه کلی کارآفرینی، راه‌حلی مناسب جهت حرکت در مسیر توسعه محسوب می‌شود (Imanipour & et al., 2020). بحث اکوسیستم کارآفرینی توسط جیمز مور (۱۹۹۰) توسعه پیدا کرد. ایشان مطرح کرد که کسب‌وکارها در یک فضای تعاملی، تکاملی و روابط متقابل ایجاد شده و شرکت‌ها با مشتریان، سرمایه‌گذاران و تأمین‌کنندگان تعامل دارند (Ghadiri Masoum & et al., 2020). نقش‌آفرینان در اکوسیستم کارآفرینی شامل کارآفرینان، مراکز رشد، مشتریان، تأمین‌کنندگان، سرمایه‌گذاران خطرپذیر، سرمایه‌گذاران فرشته، مراکز تحقیقاتی، دانشگاه‌ها و دولت‌ها هستند (Davari & et al., 2023). پژوهش‌های انجام شده حاکی از این است که اکوسیستم‌های کارآفرینی

که سرمایه‌گذاران در آن تجربه شکست کسب‌وکار را مثبت ارزیابی کرده‌اند، برای فعالیت مجدد و بهره‌ور در حوزه کارآفرینی شرایط مطلوبی را فراهم می‌کنند (Guerrero & Espinoza, 2021). از این رو یکی از موارد کلیدی فضای در حوزه کارآفرینی، نحوه تعامل و زیست اجزا در اکوسیستم کارآفرینی می‌باشد. کارآفرینی با ایجاد فرصت‌های شغلی و تولید ثروت و بهبود شرایط اقتصادی، محرک اساسی برای ارتقای سطح توسعه جامعه است (قیاسی‌فرد؛ محبی و نبی میبیدی، ۱۴۰۲). توسعه کارآفرینی به‌عنوان یکی از پُربارترین راهکارها برای توسعه اقتصادی و فرهنگی اجتماعی به‌شمار می‌رود (Hosseininia & Fallahi 2017). آموزش کارآفرینی می‌تواند به بهبود توانایی فرد برای نوآوری، ایجاد کسب‌وکار و ایجاد شغل کمک کند (Prastyaningtyas & et al., 2023). کارآفرینی فرایند انجام کاری جدید و متفاوت به‌منظور خلق ثروت برای فرد و ارزش افزوده به جامعه است (Kao, 1993). کارآفرینی را می‌توان به‌عنوان شناسایی و بهره‌برداری سازمان‌یافته از فرصت‌های جدید برای خلق و جذب ارزش تعریف کرد (Bryant, 2015).

## ۱-۲. کارآفرین

کارآفرینان از پیچیدگی‌های این دوران برای شناسایی فرصت‌ها و هدایت گروه به سمت موفقیت استفاده می‌کنند، وظایفی که نمی‌توان از مردم عادی انتظار داشت؛ البته همیشه موانع و محدودیت‌های زیادی بر سر راه توسعه کارآفرینی وجود دارد (قیاسی‌فرد و دیگران، ۱۴۰۲). واژه Entrepreneur به‌معنای کارآفرین در حدود سال ۱۴۷۵ میلادی از واژه فرانسوی Entreprenre به‌معنای متعهدشدن و مسئولیت‌پذیری گرفته شده و برای اولین بار توسط استوارت میل در سال ۱۸۴۸ وارد دایره لغات انگلیسی شد. واژه‌نامه وبستر کارآفرین را این‌گونه تعریف می‌کند: کارآفرین کسی است که متعهد می‌شود مخاطره‌های یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و پذیرش نماید (احمدپورداریانی، ۱۳۷۹). رودریگز در پژوهشی اشاره می‌کند که در حوزه تجاری، کارآفرین با تعریف ساده، شخصی است که یک کسب‌وکار جدید را راه اندازی می‌کند (Rodriguez, 2011). کارآفرین کسی است که فرصت را درک می‌کند، منابع مورد نیاز را سازمان‌دهی می‌کند، ابتکار عمل می‌کند و خطر شکست را می‌پذیرد (Sayed, 2014). کارآفرین به کسی گفته می‌شود که توانایی و تمایل به ایجاد، اداره و موفقیت در یک سرمایه‌گذاری استارت‌آپ همراه با ریسک مستحق آن برای کسب سود را دارد (Syamini, 2023). کارآفرین شخصی است که در مواجهه با ریسک و عدم

قطعیت به منظور دستیابی به سود و رشد با شناسایی فرصت‌ها و جمع‌آوری منابع لازم برای سرمایه‌گذاری بر روی آن‌ها، کسب‌وکار جدیدی ایجاد می‌کند. کارآفرینان معمولاً با چیزی بیشتر از یک ایده، اغلب ساده، شروع می‌کنند و سپس منابع لازم را برای تبدیل ایده به یک تجارت پایدار جمع‌آوری می‌کنند (Diah Jurini, 2013). فرهنگ لغت وبستر تعریف کارآفرین را به‌عنوان کسی که مخاطرات یک تجارت یا شرکت را سازمان‌دهی، مدیریت و بر عهده می‌گیرد، ارائه می‌دهد (Saremi & Naghshbandi, 2013). کارآفرینان باید در حل مشکلاتی که هنوز توسط محصولات و فناوری موجود حل نشده‌اند، نقش ایفا کنند (Tripathi & et al., 2022).

### ۱-۳. ویژگی‌های کارآفرین

در این بخش دو ویژگی مشترک برای کارآفرینان خلاقیت و نگاه به فرصت است (Jurini, 2013) در پژوهشی کارآفرین را با ویژگی‌هایی که در چهار دسته به شرح ذیل تقسیم شده است، معرفی شده است:

#### ۱-۳-۱. رهبری

- ۱- داشتن دید، دوراندیشی و خلاقیت؛
- ۲- مطالعه اطلاعات و تفکر بادقت قبل از تصمیم‌گیری؛
- ۳- جرئت فکر کردن، ریسک کردن و تصمیم‌گیری در کسب‌وکار؛
- ۴- رابطه خوب با همه ذی‌نفعان؛ و
- ۵- پذیرفتن اشتباهات خود و اصلاح آن‌ها.

#### ۱-۳-۲. شخصیت

- ۱- مؤدب، متواضع و با احترام به دیگران؛
- ۲- خوش‌اخلاق و صمیمی؛
- ۳- پوشیدن لباس مناسب؛
- ۴- باهوش، ظریف و صریح؛ و
- ۵- سالم.

#### ۱-۳-۳. مهارت‌های مدیریتی

- ۱- متمرکز روی تحت‌تأثیر قراردادن مشتریان برای خریدهای تکراری و ارجاع؛
- ۲- آگاه و به‌روز؛

۳- پایبند به کار؛

۴- مهارت‌های مذاکره برای رسیدن به اهداف؛ و

۵- همگامی با فناوری به سرعت در حال تغییر.

### ۱-۳-۴. اخلاق

۱- به فکر منافع عمومی بودن نه منافع فردی؛

۲- اداره باانصاف همه زیردستان؛

۳- حفظ استانداردهای تولید و کیفیت محصول مطابق با هدف خود؛ و

۴- عدم ارائه اطلاعات نادرست به مردم (Wattanakomol & Silpcharu, 2023).

در پژوهشی دیگر نیز کارآفرین را با ویژگی‌های زیر معرفی کردند:

۱- ویژگی شخصی که با شاخص‌های سن، تحصیلات، تجربه مرتبط با کارآفرینی

توضیح داده می‌شود؛

۲- ویژگی روان‌شناختی که با شاخص‌های سخت‌کوشی، اعتمادبه‌نفس، نظم و

انضباط، جرئت ریسک‌کردن، تحمل عدم اطمینان، نوآوری، متکی‌به‌خود و

مسئولیت‌پذیری سنجیده می‌شود؛

۳- شایستگی کارآفرینی که با شاخص‌های شایستگی مدیریتی، شایستگی مفهومی،

شایستگی اجتماعی، صلاحیت تصمیم‌گیری و شایستگی زمان‌بندی توصیف

می‌شود (Utomo; Cahyaningrum & Kaujan, 2020).

یک کارآفرین سرآمد ملی، شخصیت‌ساز شرکت خویش است (Pan, 2017). در

مطالعه‌ای که درباره تیپ شخصیتی و ویژگی کارآفرین موفق در مالزی رخ داد،

مشاهده شد که بین تیپ شخصیتی وظیفه‌شناسی با کارآفرینان موفق همبستگی

معناداری وجود دارد. همچنین در این مقاله خودمختاری فردی را نیز یکی از

ویژگی‌های کارآفرین موفق معرفی کرده و توصیه به آموزش آن در مدارس و

دانشگاه‌ها نموده است (Setia & Surabaya, 2018). همچنین در خصوص

ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان مایر و همکاران افزایش تجربه زندگی کارآفرینان

مسن که منجر به افزایش احتیاط و شناخت از ضرورت تجهیز مالی مورد نیاز شده را

یکی از عوامل موفقیت و کاهش شکست کارآفرینان قلمداد کرده‌اند. همچنین

بررسی‌هایی که از ۱۰۲ شرکت کارآفرین ورشکسته اتریشی انجام شده است نشان

می‌دهد که ارتباط قابل توجهی بین مدرک دانشگاهی یک کارآفرین و میزان عدم

موفقیت آن وجود ندارد (Mayr & et al., 2021). در پژوهشی دیگر به عوامل فردی و

اجتماعی موفقیت در کارآفرینی زنان پرداخته شد. منظور از عوامل فردی، ریسک‌پذیری، عمل‌گرایی، کنترل درونی، توفیق‌طلبی، سلاست فکری، تحمل ابهام، رؤیاپردازی و چالش‌طلبی است و منظور از عوامل اجتماعی، سرمایه اجتماعی و شبکه فردی و اجتماعی فرد و جامعه‌پذیری است. نتایج پژوهش حاضر حاکی از وجود رابطه مثبت و معنادار بین ویژگی‌های فردی و ویژگی‌های اجتماعی و ابعاد آن با کارآفرینی است. همچنین در مجموع، میانگین عوامل فردی و شخصی و همچنین عوامل اجتماعی کارآفرینان بین زنان کارآفرین در سطح خوب و بالا قرار دارد (پاک‌خصال و سفیری، ۱۳۹۸). بررسی منابع مختلف نشان می‌دهد مجموعه‌ای از متغیرها وجود دارند که می‌توانند تأثیرگذار باشد؛ اما در اکثر این پژوهش‌ها بر روی چند مجموعه از ویژگی‌ها متمرکز شده‌اند. از جمله این عوامل می‌توان به ویژگی‌های شخصیتی و روانی کارآفرینان، مهارت‌های مدیریتی و آموزش کارآفرینان و محیط خارجی اشاره کرد (خدادوستی و دیگران، ۱۴۰۲).

## ۲. پیشینه پژوهش

شهیدی و حسینی‌خواه در مقاله‌ای با عنوان «شناسایی و بررسی الگوهای آموزش کارآفرینی در آموزش عالی و ارائه الگوی بومی برای ایران» با استفاده از روش تحلیل مضمون مدل‌های استاندارد خارجی آموزش کارآفرینی و همچنین اسناد مراکز کارآفرینی دانشگاه‌های تهران را بررسی نموده و اقدام به کدگذاری باز مضامین نموده است. یافته‌های این پژوهش حاکی از این است که مؤلفه‌ها در سه دسته مضمون‌های قابلیت محور، شخصیت‌محور و درس‌محور قرار گرفته و مبنای طراحی الگوی بومی آموزش کارآفرینی می‌باشند (شهیدی و دیگران، ۱۳۹۹). نوری و همکاران در یک پژوهش کیفی با عنوان «شناسایی الگوی بومی دانشگاه نسل چهارم کارآفرینی دانشگاه آزاد و بررسی ویژگی‌های روان‌سنجی آن» با استفاده از مرور ادبیات و مطالعه تجارب جهانی، به شناسایی مؤلفه‌های سازنده الگوی بومی دانشگاه نسل چهارم کارآفرینی پرداخته‌اند. در این پژوهش تجزیه و تحلیل داده‌ها از طریق روش تحلیل مضمون از متون کتابخانه‌ای نظرهای صاحب‌نظران و خبرگان انجام شده است. نتایج این پژوهش حاکی از این است که مدل تعریف شده ذیل چهار مؤلفه اساسی در حیطه‌های مدیریتی، فرهنگ کارآفرین، راهبردهای کارآفرینی و تفکر کارآفرین تعریف شده است (نوری و دیگران، ۱۴۰۰).

بهمنی و همکاران در پژوهش دیگری با عنوان «مطالعه تطبیقی آموزش

کارآفرینی مقطع ابتدایی در کشورهای منتخب و ارائه الگو برای ایران» به بررسی هدف، محتوا و روش تدریس کارآفرینی در مقطع ابتدایی در کشورها منتخب پرداخته است که از طریق روش تطبیقی با استفاده از الگوی برداری انجام شده است. نمونه مورد مطالعه شامل کشورهای با نرخ بالای آموزش کارآفرینی و دارای گزارش‌های مدون و در دسترس در حوزه آموزش‌های کارآفرینی بودند (Bahmani & al., 2020).

طیب‌نیا و همکاران در پژوهشی با عنوان «واکاوی برنامه درسی کارآفرینی در مدارس با مطالعه تطبیقی مدارس ۹ کشور اروپایی» به مطالعه تطبیقی برنامه درسی کارآفرینی در مدارس پیش‌تاز در حوزه کارآفرینی در حوزه اتحادیه اروپا به‌منظور توسعه چهارچوب برنامه درسی ایران پرداخته است. در این پژوهش به مطالعه و مقایسه عناصر برنامه درسی کارآفرینی در مدارس ۹ کشور لهستان، فنلاند، رومانی، بریتانیا، بلژیک، دانمارک، ایتالیا، پرتغال، اسلواکی و نروژ به‌منظور توسعه چهارچوب برنامه درسی کارآفرینی پرداخته است. گردآوری اطلاعات به‌صورت کتابخانه‌ای و از داده‌ها سازمان TES صورت گرفته است. نتایج پژوهش در قالب اهداف آموزش کارآفرینی، نحوه انجام فعالیت‌های کارآفرینی، زمانبندی آموزش کارآفرینی در قالب برنامه‌های کلاسی و درسی و نحوه ارزیابی و سنجش فعالیت‌های کارآفرینی در مدارس ارائه شده است.

آقای کوی و همکاران در پژوهشی با عنوان «چگونه به یک کارآفرین عالی تبدیل شویم: اثر تعدیل‌گر ریسک‌پذیری بر هوشیاری نسبت به ایده‌های تجاری و قابلیت‌های کارآفرینی» با اذعان به فشارهای محیط‌های پویای اقتصادی، اشاره می‌کند که یک کارآفرین باید قابلیت‌هایی مانند خودمختاری، نوآوری، ریسک‌پذیری و فعال بودن را برای زنده ماندن در رقابت توسعه دهد (Cui & et al., 2016).

منیرالحسین و همکاران در پژوهشی که در سال ۲۰۲۱ با عنوان «ارزیابی موفقیت کارآفرینان: ارجاع ویژه به زنان کارآفرین در بنگلادش» انجام داده‌اند، اشاره دارد که تغییر اساسی در اقتصاد کشورهای در حال توسعه رخ داده است و فرصت‌های جدیدی را برای زنان فراهم می‌کند. این پژوهش به دنبال شناسایی عوامل محرک، وضعیت موفقیت کارآفرینی، راهبردهای کسب و کار زنان کارآفرین و چشم‌انداز آنها است. منیرالحسین و همکاران ابتدا فهرستی از ۲۵۰ زن کارآفرین از حدود ۵۰۰۰ زن صاحب مشاغل کوچک را با در نظر گرفتن سن، تحصیلات و سطح درآمد تهیه کرده و ۵۰ نفر از زنان کارآفرین منتخب بین آنها را به‌صورت هدفمند برای مصاحبه

عمیق انتخاب کرده‌اند. نتایج این پژوهش حاکی از این است که دستاوردها، استقلال، اینگزه‌های اقتصادی و رضایت شغلی از عوامل کلیدی تبدیل شدن به زنان کارآفرین برتر است (Monirul Hossain & et al., 2021).

سایتسنگ و همکاران در مقاله‌ای با عنوان «توسعه کارآفرینان عالی در شرکت‌های کوچک و متوسط در لائوس و کامبوج» با انجام مصاحبه‌های عمیق به توصیه‌هایی با هدف ارتقای مهارت‌های کارآفرینی مؤثر و همچنین پیشنهاد برخی ملاحظات جایگزین برای سیاست‌گذاران برای ارتقای ظرفیت کارآفرینان عالی اشاره می‌کند. به همین منظور این پژوهش به دولت‌ها پیشنهاد می‌دهد تا با حمایت از زیرساخت‌های اساسی مانند برق، آب و بهبود فضای جاده‌ها و کاهش نرخ مالیات در جهت پشتیبانی از کارآفرینان عالی اقدام کند (Southiseng & et al., 2008).

پژوهشی در سال ۲۰۰۳ با عنوان «نظرسنجی از مورخان کسب‌وکار در مورد بزرگ‌ترین کارآفرینان آمریکا» توسط مک کرومیک و فولسن انجام شد. هدف این مقاله ایجاد رتبه‌بندی از بزرگ‌ترین کارآفرینان و تاجران تاریخ آمریکا بر اساس نظرسنجی از پنجاه‌وهشت استاد تاریخ و مدیریت است. نتایج این نظرسنجی هنری فورد را در صدر فهرست قرار داد و پس از آن بیل گیتس، جان . دی راکفلر، اندرو کارنگی و توماس ادیسون قرار گرفتند (McCormick & Folsom, 2003).

هرنادی و ابود در مقاله‌ای با عنوان «ویژگی‌های کارآفرینان موفق» به بررسی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان موفق پرداختند. کارآفرینان موفق به کسانی گفته می‌شود که کسب‌وکاری را راه‌اندازی کرده‌اند، جایی که قبلاً هیچ‌یک از آن‌ها وجود نداشته و حداقل به مدت پنج سال با حداقل هشت کارمند تأسیس شده‌اند. در این پژوهش پنج آزمون که به نظر می‌رسید با نیاز به یک آزمون عینی و معتبر در قالبی ساده با سهولت اجرا و تفسیر مناسب باشد، شناسایی شدند. برنامه ارزیابی از این آزمون‌های تعیین شده و مصاحبه‌های ساختاریافته استفاده کرد. این آزمون‌ها به شصت نفر داده شد که به‌طور مساوی از نظر نژاد به سیاه‌پوست‌ها و سفیدپوستان تقسیم شدند که همه آن‌ها به جز چهار نفر مرد بودند. در نتایج پژوهش دریافتند که تفاوت‌های نژادی برای کارآفرینان موفق مشهود نیست و (در مقایسه با مردان به‌طور کلی) کارآفرینان موفق از نظر نیاز به موفقیت، استقلال و اثربخشی رهبری نمره بالاتری کسب می‌کنند و در مقیاس‌هایی که نیاز به حمایت را نشان می‌دهند پایین هستند (Hornaday & Aboud, 2008). همان‌گونه که در موارد مذکور در بخش پیشینه پژوهش مشخص است و با توجه به جستجوهای انجام شده در پایگاه

های اطلاعاتی نمایه‌سازی مقالات داخلی و بین‌المللی مشخص گردید، پژوهش‌های انجام شده عمدتاً ناظر به موضوعاتی همچون دانشگاه نسل چهارم (دانشگاه کارآفرین)، آموزش‌های کارآفرینی، برنامه درسی مرتبط با حوزه کارآفرینی می‌باشد. در برخی از این پژوهش‌ها نیز رویکرد مطالعات تطبیقی وجود داشته است ولی در راستای شناسایی کارآفرینان برتر مبتنی بر مطالعات تطبیقی پژوهشی یافت نشد که حاکی از جنبه نوآوری پژوهش حاضر می‌باشد.

### ۳. روش پژوهش

در این مقاله ابتدا با مرور ادبیات و نظرسنجی از ۵ نفر از خبرگان ۲۳ رویداد ملی و بین‌المللی شناسایی و حمایت از کارآفرین برتر تعیین گردید. در ادامه با استفاده از روش تحلیل محتوا، داده‌های استخراج شده حاصل از بررسی فرایند و مراحل انجام شده در رویدادهای مختلف از طراحی ساختار و مدل رویداد تا ارائه تسهیلات و حمایت به کارآفرینان برتر، در قالب ۶ گام جهت طراحی و بومی‌سازی مدل حمایت از کارآفرینان برتر مدلسازی گردید. سپس مدل به تأیید خبرگان رسید و یک گام به ۶ گام قبل اضافه گردید.

پژوهش حاضر به‌لحاظ ماهیت پژوهش در دسته پژوهش‌های اکتشافی و از حیث هدف، کاربردی می‌باشد (رحمتی و دیگران، ۱۴۰۱). جامعه آماری این پژوهش رویدادهای منتخب کارآفرینان برتر در سطح جهانی می‌باشد. نمونه مطالعات تطبیقی به‌صورت هدفمند شامل رویدادهای شناسایی و حمایت از کارآفرینان برتر منتخب در سطح بین‌المللی و همچنین رویدادهای ملی کارآفرینان برتر که در کشورهای پیشرو در حوزه کارآفرینی و دارای گزارش و داده‌های مدون و در دسترس در این حوزه بوده است. در ابتدا فهرست کلیدواژه‌های مرتبط با موضوع به زبان فارسی و انگلیسی احصا و سپس در منابع جستجو انجام شده و داده‌های اولیه جمع‌آوری شدند. پس از آن با بررسی داده‌های جمع‌آوری شده بازنگری و تدقیق در ادبیات موضوعی و کلیدواژگان انجام شده و جهت غنی پژوهش جستجو مجدد انجام شد. بعد از آن بر اساس روش تحلیل محتوا دسته‌بندی و اصلاح داده‌های جمع‌آوری شده به‌منظور تهیه خروجی نهایی انجام شد.

**جدول (۱): فهرست كليدواژگان جستجو شده در پژوهش حاضر**

كليدواژه فارسی	كليدواژه انگليسی
کارآفرين برتر	Top entrepreneur
کارآفرين نمونه	Exemplary entrepreneur
کارآفرين ممتاز	Distinguished entrepreneur
کارآفرين برتر ملي	Top national entrepreneur
رویداد کارآفرين برتر	Top entrepreneur event
رویداد کارآفرين ممتاز	Distinguished entrepreneur event
رویداد کارآفريني استانی	Provincial entrepreneurship event
رویداد کارآفرين ملي	National entrepreneur event
جشنواره رهبران کارآفرين	Festival of Entrepreneurial Leaders
رویداد کار آفريني	Entrepreneurship event
رویداد نخبه کارآفرين	Elite entrepreneur event
رویداد تاجر کارآفرين	Business entrepreneur event
شناسایی کارآفرينان	Identification of entrepreneurs
تسهيلات برای کارآفرينان	Facilities for entrepreneurs
استارت‌آپ موفق	Successful startup
تسهيلات کارآفرين موفق	Successful entrepreneur facility
شناسایی کارآفرين موفق	Identifying the successful entrepreneur

روش مورد استفاده در اين مقاله روش تحليل محتوا است. تحليل محتوا روشی تحقيقي است که امکان تجزيه و تحليل داده‌های کیفی جمع‌آوری شده در پژوهش را به صورت نظام‌مند و قابل اعتماد فراهم می‌کند تا بتوان از آنها در رابطه با پژوهش تعميم داد (Haggarty, 1996). تحليل محتوا در تحقيقات و پژوهش‌های کیفی و کمتی کاربرد دارد (White & Marsh, 2006). کیفیت مطالعات تحليل محتوا به تعاریف واضح سازه‌های مطالعه بستگی دارد (Holdford, 2008). تحليل محتوا در تحقيقات اجتماعی روزبه‌روز اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. علت آن نیز امکانی است که برای تحليل منظم اطلاعات و اظهار نظرهای عمیق‌تر و پیچیده‌تر مثل گزارش مصاحبه‌های نیمه‌رهنمودی عرضه می‌کند. تحليل محتوا مستلزم بررسی نظام‌دار

اشکال ارتباطی با الگوهای مستند به صورت عینی است. از سایر روش‌های کیفی عینی تر است. این فن باید در بافت و زمینه اندیشه پژوهشی که به خوبی و روشنی توسعه یافته باشد، اجرا گردد و فرضیه‌های معین و طرح پژوهشی واقعی را در برداشته باشد. مقوله‌های پاسخ باید به روشنی تعریف، و روشی برای کمی ساختن رفتار، توسعه داده شود. تحلیل محتوا ذاتاً یک فن مشاهده‌ای است؛ اما واحدهای آن یک چیز نوشتاری، دیداری، یا یک سابقه گفتاری است نه رفتار مشارکت کننده. به گونه کلی هر شکلی از ارتباط از طریق مطالب نوشته شده (متون، کتاب‌های درسی، داستان‌هایی بلند، روزنامه‌ها) می‌تواند به عنوان مواد اولیه تحلیل محتوا باشد. معمولاً روش‌های متفاوت تحلیل محتوا دارای دو رویکرد اصلی می‌باشند. رویکرد کمی و رویکرد کیفی. در رویکرد کمی تعداد زیادی اطلاعات مختصر تحلیل می‌شود. واحد اطلاعاتی پایه در این رویکرد بسامد ظهور برخی از خصوصیات محتوای متن است. در رویکرد کیفی که حالت تشدیددی دارند و تعداد کمی اطلاعات مرکب و مفصل تحلیل می‌شود، واحد اطلاعاتی پایه، ظهور یا غیبت یک خصیصه است. هر چند این تمایز کمی و کیفی اعتباری کلی دارد و کاملاً صریح نیستند و روش‌های متعددی وجود دارد که از هر دوی آن‌ها استفاده می‌کند (کامپنهود و کیوی، ۱۳۸۴).

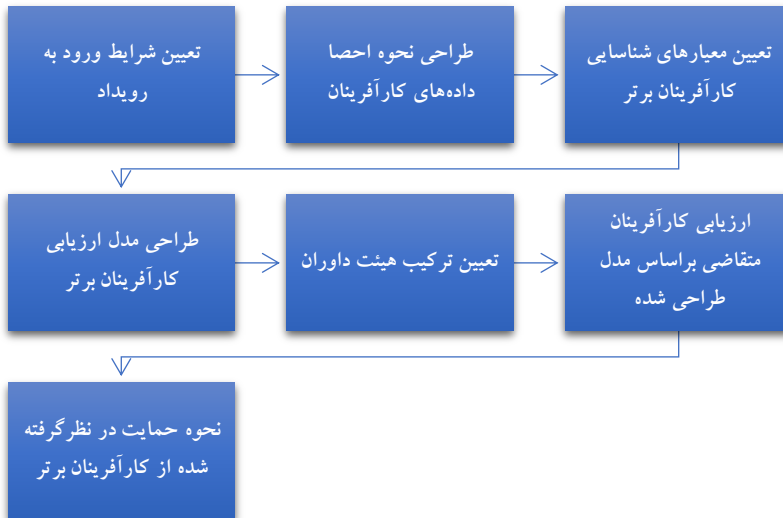
تحلیل محتوای مناسب دارای سه ویژگی عمده است:

- ۱- باید عینی باشد. هر گام آن باید از طریق روش‌ها یا قواعد روشنی هدایت شود. باید درباره قواعدی که از طریق آن اطلاعات کسب، مقوله‌بندی و کمی می‌شود، تصمیم بگیرید. باید هرگونه نفوذ ذهنی تحلیل‌گر را حذف کنید.
- ۲- باید نظام‌دار باشد. اطلاعات را بر پایه هر قاعده‌ای که توسعه داده‌اید به مقوله‌ها اختصاص دهید و سپس هرگونه و هر قدر اطلاعات را که ممکن است وجود داشته باشد (له یا علیه) در تحلیل بگنجانید.
- ۳- باید کلیت داشته باشد. یعنی یافته‌ها باید با زمینه نظری، تجربی یا عملی منطبق باشد.

#### ۴. یافته‌های پژوهش

در این بخش یافته‌های پژوهش حاصل از تحلیل محتوای ۲۳ رویداد ملی و بین‌المللی شناسایی و حمایت از کارآفرینان برتر ارائه می‌گردد. با رویکرد مطالعه تطبیقی و بررسی رویدادهای مذکور فرایند شناسایی و حمایت از کارآفرینان برتر ملی و بین‌المللی به شکل زیر می‌باشد که در ادامه هر کدام از مراحل این فرایند

توضیح داده خواهد شد و برای مرحله اول رویدادهای مربوطه نیز ارائه گردیده است؛ اما در سایر جداول از ذکر نام رویدادها به علت جلوگیری از تفصیل بیش از حد خودداری نموده و به صرف ذکر شاخصها اکتفا شده است.



شکل (۱): فرایند شناسایی و حمایت از کارآفرینان برتر ملی بر اساس مطالعه تطبیقی انجام شده

#### ۴-۱. تعیین شرایط ورود به رویداد

در جدول زیر حداقل شرایط لازم جهت ورود به رویداد و قرارگرفتن در فرایند شناسایی ذکر شده است. جدول زیر تجمیع شروط مختلف رویدادهای احصا شده است که بعضی از موارد آن در چندین رویداد تکرار شده‌اند. همچنین لازم به ذکر است ۲ رویکرد کلی در هنگام ثبت اطلاعات برای کارآفرین در رویدادها وجود داشت. رویکرد اول ثبت نام کارآفرین‌های مختلف و معرفی کارآفرین برتر و رویکرد دوم دسته‌بندی بر اساس صنایع (به‌عنوان نمونه کارآفرین برتر در صنعت لوازم خانگی و...)، نوع کسب‌وکار (خانوداگی، خرده فروشی و...)، نوع کارآفرین (کارآفرین فناور، کارآفرین خلاق، کارآفرین جوان و...). در جدول زیر ۲۴ شرط ورود به رویداد انتخاب کارآفرین برتر و نمونه رویدادهای مرتبط ارائه گردیده است. برخی از این شرایط در بیش از ۸ رویداد ملی و بین‌المللی جاری می‌باشد.

**جدول (۲): حداقل شرایط لازم برای حضور در رقابت انتخاب کارآفرین برتر و رویدادهای مرتبط**

نمونه رویداد	شرایط شرکت در رویداد	ردیف
Malta's Best Entrepreneur of the Year Award (۱۸-۴۰ سال)	محدودیت سن	۱
MALAYSIA TOP ENTREPRENUER		
Global Student Entrepreneur Awards (GSEA)		
Young Small Business Champion Entrepreneur		
Young Entrepreneur Summit & Awards 2018		
JCI Mauritius Creative Young Entrepreneur (CYE)		
Creative Young Entrepreneur(cye)		
ENTREPRENEUR AWARDS RBC CANADIAN WOMEN	حداقل فعالیت شرکت	۲
EY Entrepreneur Of The year (حداقل دو سال)		
GREAT BRITISH ENTREPRENEUR AWARDS (GBEA) (حداقل دو سال)		
Global Student Entrepreneur Awards (GSEA)		
SEBA 2023 Theme: Unity Celebrating Entrepreneurs (حداقل دو سال)		
Young Small Business Champion Entrepreneur		
Young Entrepreneur Summit & Awards 2018		
EGYPT'S ENTREPRENEUR AWARDS	حداقل زمان مسئولیت در زمان ثبت درخواست	۳
Creative Young Entrepreneur(cye)		
growing Business Awards 2023		
EY Entrepreneur Of The year (دو سال)	تعداد نیروی کار	۴
JCI Mauritius Creative Young Entrepreneur (CYE)		
GREAT BRITISH ENTREPRENEUR AWARDS (GBEA) (۲-۲۵۰ نفر)		
Young Small Business Champion Entrepreneur	حداقل و حداکثر گردش مالی	۵
Entrepreneur Awards 2023 – Western Province		
GREAT BRITISH ENTREPRENEUR AWARDS (GBEA) (از ۱۰۰ هزار تا ۵۰ میلیون پوند)		
MALAYSIA TOP ENTREPRENUER		
SEBA 2023 Theme: Unity Celebrating Entrepreneurs (حداقل ۵۰۰ هزار ریونگیت)		
Entrepreneurial initiative award 2023	مکان شرکت	۶
Young Entrepreneur Summit & Awards 2018		
GREAT BRITISH ENTREPRENEUR AWARDS (GBEA) (انگلستان)		

ردیف	شرایط شرکت در رویداد	نمونه رویداد
		Barclays Entrepreneur awards (انگلستان)
		Entrepreneurial initiative award 2023
		Young Entrepreneur of the Year
		SEBA 2023 Theme: Unity Celebrating Entrepreneurs (مالزی)
		Young Entrepreneur Summit & Awards 2018
		growing Business Awards 2023
		Entrepreneur Awards 2023 – Western Province
		ENTREPRENEUR AWARDS RBC CANADIAN WOMEN
		Entrepreneurial initiative award 2023
۷	ارائه طرح کسب و کار	Creative Young Entrepreneur(cye)
۸	عدم دخالت در برگزاری (افراد مربوط به برگزاری رویداد)	JCI Mauritius Creative Young Entrepreneur (CYE)
۹	محدودیت مالکیت (خصوصی / دولتی)	امین‌الضرب (خصوصی)
۱۰	الزام بیان آدرس تجاری	Barclays Entrepreneur awards (انگلستان)
۱۱	حداقل فروش یا سرمایه‌گذاری	Global Student Entrepreneur Awards (GSEA) Young Entrepreneur Summit & Awards 2018
۱۲	تعهد به عضویت در مجمع و انجام فعالیت در صورت برگزیدگی	Malta's Best Entrepreneur of the Year Awards (عضویت در JCI Malta)
۱۳	اثرگذاری و بهبود فضای صنعت	Golden Entrepreneur Awards
۱۴	حضور در بازارهای بین‌المللی	Golden Entrepreneur Awards
۱۵	نرخ رشد و برنامه بلندمدت	EY Entrepreneur Of The year Golden Entrepreneur Awards JCI Mauritius Creative Young Entrepreneur (CYE)
۱۶	توجه به استانداردهای اخلاقی و تجاری کسب و کار	Golden Entrepreneur Awards
۱۷	حضور در یک دسته (صنعت خاص) برای جوایز	EGYPT'S ENTREPRENEUR AWARDS
۱۸	حضور فینالیست‌های قبلی	EGYPT'S ENTREPRENEUR AWARDS
۱۹	تأثیر فوق‌العاده اقدامات	EGYPT'S ENTREPRENEUR AWARDS

ردیف	شرایط شرکت در رویداد	نمونه رویداد
	تجاری آن‌ها	
۲۰	دارا بودن ثبت تجاری معتبر	JCI Mauritius Creative Young Entrepreneur (CYE)
		EGYPT'S ENTREPRENEUR AWARDS
		Entrepreneur Awards 2023 – Western Province
۲۱	فعالیت اقتصادی مستمر	امین‌الضرب

#### ۲-۴. تعیین شرایط ورود به رویداد

در این جدول نحوه جمع‌آوری داده‌های کارآفرینان مبتنی بر تحلیل رویدادها ارائه شده است. جمع‌آوری داده ۵ جزء اصلی دارد که در جدول زیر قابل رویت است.

#### جدول (۳): نحوه احصا داده‌های کارآفرینان

ردیف	نحوه ثبت نام
۱	فرایند مصاحبه به‌عنوان مرحله ثانویه ثبت نام
۲	پاسخ دادن به سؤالات کسب‌وکار
۳	فایل انگیزشی شامل (انگیزه شرکت در مسابقه، تأثیر جایزه بر عملکرد)
۴	ارائه دستاوردهای کسب‌وکار
۵	ارائه طرح کسب‌وکار (فعالیت، تاریخچه، دانش از بازار و رقبا و...)

#### ۳-۴. تعیین معیارهای شناسایی کارآفرینان برتر

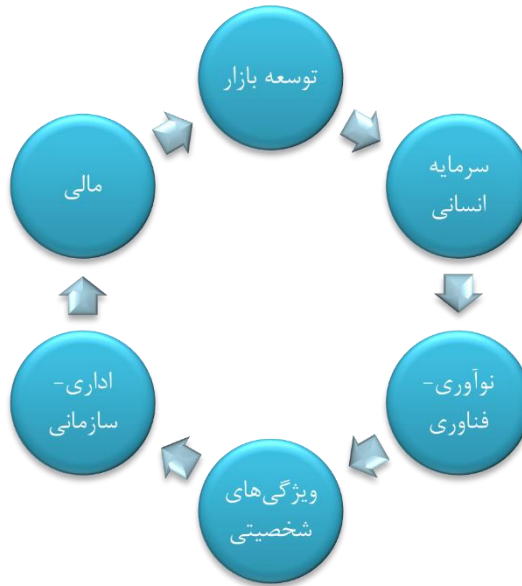
به‌طور کلی در رویدادهای مورد بررسی قرار گرفته ۲ مدل اصلی سنجش و ارزیابی کارآفرینان وجود دارد:

#### ۱-۳-۴. سنجش بر اساس داستان تجاری کارآفرینان

جوایز کارآفرین بزرگ بریتانیا همه در مورد داستان کارآفرین است. برندگان بر اساس اندازه شرکت، گردش مالی یا اعتبار آنها مورد قضاوت قرار نمی‌گیرند بلکه داستان تجاری کارآفرینان و سفر تجاری آن‌ها ارزیابی و قضاوت می‌شود. در برخی دیگر از رویدادها مانند امین‌الضرب نیز از این روش برای شناسایی و حمایت از کارآفرینان جوان و یا صاحبان برتر کسب‌وکارهای نوپا استفاده می‌شود.

### ۴-۳-۲. سنجش بر اساس معیارهای ارزیابی طراحی شده: (مرج شود و دسته‌بندی بر اساس نوع معیار)

شاخص‌ها و معیارهای ارزیابی در قالب ۶ دسته اداری - سازمانی، مالی، ویژگی‌های شخصیتی، توسعه بازار، سرمایه انسانی و نوآوری - فناوری تقسیم‌بندی شده و به شرح جدول ذیل می‌باشد.



منبع: (نتایج تحقیق)

#### شکل (۲): انواع معیارهای ارزیابی کارآفرینان بر تو

#### جدول (۴): معیارهای ارزیابی کارآفرینان بر تو

معیار ارزیابی	نوع معیار	ردیف
افزایش سهم بازار و ورود به بازارهای جدید	توسعه بازار	۱
رهبری صنعت		۲
تأثیرگذاری بر دیگر کسب‌وکارها		۳
سهم بازار		۴
دستاوردهای کسب‌وکار		۵
ظرفیت رشد		۶

ردیف	نوع معیار	معیار ارزیابی
۷		ایده مدل کسب و کار
۸		ثبت برند محصول در کشور هدف
۹		در اختیار داشتن دفتر فروش و نمایندگی در کشور هدف
۱۰		حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی
۱۱		رشد فروش و توسعه بازار (ارزش به ریال / دلار)
۱۲		میزان رشد صادرات سالیانه شرکت (ارزش به دلار)
۱۳		صادرات کالا با برندهای معتبر و تحت لیسانس
۱۴	نوآوری -	میزان نوآوری در کسب و کار
۱۵	فناوری	تشریح انواع نوآوری در فعالیت (تولید جدید، بازاریابی جدید و...)
۱۶	سرمایه انسانی	تعداد سرمایه انسانی فعال در شرکت
۱۷		سرمایه‌گذاری بر روی جذب، حفظ و توسعه استعدادها
۱۸		تعداد کارمندان
۱۹		تشریح توجه به حوزه آموزش و تربیت نیروی انسانی
۲۰		میزان رشد اشتغال شرکت
۲۱	اداری سازمانی	سابقه فعالیت شرکت
۲۲		اقدامات پایدار زیست محیطی، اجتماعی و حکمرانی در برنامه‌های اجرایی
۲۳		مدیریت دانش
۲۴		چشم‌انداز راهبردی
۲۵		سابقه عضویت بنیان‌گذار شرکت در تشکلهای (تعداد)
۲۶		هوش تجاری
۲۷		برخورداری شرکت از تارنمای چند زبانه (آدرس تارنما)
۲۸		تشریح فعالیت شرکت در حوزه مسئولیت اجتماعی (عناوین)
۲۹		رتبه در مرکز رتبه‌بندی اتاق ایران
۳۰		ایجاد فرهنگ نوآوری در سازمان
۳۱	ویژگی‌های شخصیتی	روحیه کارآفرینی
۳۲		عملکرد متقاضی در مصاحبه
۳۳		قدرت پذیرش ریسک هوشمندانه برای تغییر و تکامل

معیار ارزیابی	نوع معیار	ردیف
تفکر راهبردی		۳۴
سود رشد سالانه	مالی	۳۵
ارزش خالص		۳۶
عملکرد مالی مثبت حسابرسی شده		۳۷
ثبات مالی		۳۸

#### ۴-۴. طراحی مدل ارزیابی کارآفرینان برتر

پس از احصا شاخص‌های ارزیابی می‌بایست ربط و نسبت شاخص‌ها و همچنین روابط علی - معلولی بین آن‌ها در قالب یک مدل جامع تدوین شود. این مدل در حقیقت شاخص‌های ارزیابی، سطح‌بندی شاخص‌ها و ربط و نسبت بین شاخص‌ها را تبیین می‌کند.

#### ۴-۵. تعیین ترکیب هیئت داوران

ترکیب هیئت داوران در رویدادهای مختلف متفاوت است؛ اما افراد یا گروه‌های زیر در رویدادهای مختلف تکرار شده است:

- ۱- پژوهشگر حوزه کارآفرینی؛
- ۲- اقتصاددانان منتخب؛
- ۳- پیشکسوت حوزه کارآفرینی؛
- ۴- روزنامه‌نگار و سردبیر سرشناس اقتصادی رسانه‌ها؛
- ۵- چهره سرشناس کسب و کار به نمایندگی از حوزه‌های تخصصی که کارآفرین برتر در آن شناسایی می‌شود؛ و
- ۶- برگزیدگان دوره قبل رویداد.

#### ۴-۶. ارزیابی کارآفرینان متقاضی بر اساس مدل طراحی شده

در این مرحله وضعیت هر کارآفرین در مدل تدوین یافته بررسی شده و سنجش و ارزیابی کارآفرینان عملیاتی می‌گردد. ارزیابی در رویدادهای بررسی شده شامل ۴ بخش به شرح ذیل است:

### جدول (۵): نحوه ارزیابی کارآفرینان

ردیف	نحوه ارزیابی
۱	ارزیابی بر اساس اطلاعات اولیه دریافتی از متقاضیان
۲	ارزیابی بر اساس مصاحبه انجام شده با متقاضیان
۳	تدوین دستورالعمل کتبی و ارزیابی هریک از ورودی‌ها بر اساس دو مؤلفه تجربه داوران و درک ایشان از نحوه عملکرد سازمان‌ها و متقاضیان با توجه به شرایط اقتصادی و شرایط ویژه صنعت
۴	ارزیابی ترکیبی اطلاعات اولیه و مصاحبه

### ۷-۴. نحوه حمایت در نظر گرفته شده از کارآفرینان برتر

در این مرحله پس از ارزیابی کارآفرینان مبتنی بر مدل تدوین یافته و انتخاب کارآفرینان برتر، جهت حمایت از کارآفرینان برتر و ترغیب و تشویق سایر کارآفرینان برای رشد و توسعه فردی و سازمانی و همچنین رشد و ارتقا فرهنگ کارآفرینی در جامعه تسهیلات حمایتی ذیل در رویدادهای مختلف پیشنهاد شده است.

### جدول (۶): تسهیلات ارائه شده به کارآفرینان برتر

ردیف	تسهیلات
۱	شبکه‌سازی
۲	یادگیری و الهام گرفتن توضیحات: (منظور الگوبرداری و آشنایی کارآفرینان با رقبا و فعالان صنعت مشابه حاضر در رویداد و یادگیری و ایده‌گرفتن از آن‌ها است)
۳	اعتمادسازی و کسب اعتبار
۴	تندیس و لوح یادبود معتبر در جوامع کارآفرینی کشور
۵	ارتباط‌گیری با دیگر کسب‌وکارها
۶	جوایز نقدی
۷	مشاوره تخصصی از مشاوران کسب‌وکار
۸	بهره‌مندی از بازخورد کارآفرینان برتر
۹	اعطای امتیاز برای عضویت در اتاق بازرگانی
۱۰	جوایز غیرنقدی توضیحات: (ثبت‌نام در رویدادهای جهانی، work shop های مرتبط و...)
۱۱	بهبود موقعیت برند و دیده شدن جهانی



ارائه انواع تسهیلات، برخوردار است. علاوه بر آنکه کل فرایند می‌تواند نقشه راه حمایت از کارآفرینان برتر باشد هر کدام از مراحل فرایند می‌تواند جداگانه مورد استفاده سازمان‌ها و نهادهای اجرایی ذی‌ربط قرار گیرد. برای تحقیقات آتی پیشنهاد می‌گردد با استفاده از روش‌های تصمیم‌گیری چند شاخصه مؤلفه‌ها و عوامل اصلی اولویت‌بندی گردند. همچنین مدل طراحی شده در این پژوهش می‌تواند به صورت سامانه الکترونیکی در سازمان‌های ذی‌ربط از جمله بنیاد ملی نخبگان و وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی مورد بهره‌برداری قرار گیرد. به عبارت دیگر مؤلفه‌ها و عوامل اصلی مندرج در بخش یافته‌های پژوهش تبدیل به برنامه کاربردی نرم‌افزاری شده و به صورت برخط مورد بهره‌برداری قرار گیرد.

### فهرست منابع

خدادوستی، میثم؛ محمدی‌فر، یوسف و نادری، نادر (۱۴۰۲). مفهوم‌پردازی مدل موفقیت کارآفرینان هیبرید در ایران. *فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی*، ۱۶(۵).

دائی‌چیان، یسری؛ حجازی، سیدرضا؛ فرجی، علی و یداللهی فارسی، جهانگیر (۱۴۰۲). ارائه چهارچوب کارآفرینی مبتنی بر طراحی در آموزش مهندسی.

*فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی*، ۱۷(۲)، ۱۰۶-۱۳۰.

رحمتی، مریم؛ الوندی، علی و حسینی، سیدعماد (۱۴۰۱). ارائه مدل توسعه کارآفرینی ورزشی در باشگاه‌های حرفه‌ای لیگ برتر فوتبال: یک رویکرد آمیخته.

*فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی*، ۱۵(۲)، ۲۰۳-۲۲۱.

قیاسی‌فرد، نصراله؛ محبی، حسین و نبی‌مبیدی، مرتضی (۱۴۰۲). تحلیل موانع توسعه کارآفرینی در مناطق محروم با استفاده از روش دلفی و فرایند تحلیل

شبکه‌ای. *فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی*، ۱۶(۱)، ۶۱-۷۶.

An, Wenwen; Rüling, Charles-Clemens; Zheng, Xin & Zhang, Jianqi (2020). Configurations of effectuation, causation, and bricolage: implications for firm growth paths. In *Small Bus Econ*, 54(3), 843–864. DOI: 10.1007/s11187-019-00155-8

Bryant, Peter T. (2015). *Entrepreneurship and Organizations: Elsevier*.

Davari, Ali; Akbari, Morteza; Vajihe Baghersad & Rezvani, Azadeh (2023). *Entrepreneurial ecosystem and competitiveness in different regions: a fuzzy set qualitative comparative approach*. Available online at <https://www.researchgate.net/profile/ali-davari>

- 5/publication/367090195\_entrepreneurial\_ecosystem\_and\_competitiveness\_in\_different\_regions\_a\_fuzzy\_set\_qualitative\_comparative\_approach.
- Diah Jurini, Mohamad (2013). *A Study of the Driving Forces Behind the Boom in Small Business Entrepreneurship in Malaysia in the 21st Century*. Available online at <https://www.semanticscholar.org/paper/A-Study-of-the-Driving-Forces-Behind-the-Boom-in-in-Jurini/c26a91b7b87de898d304ce06a822f1852ca5fb8c>.
- Rodriguez, Emily, M. (2011). *Angel Financing: Matching Start-Up Firms with Angel Investors*. Available online at [https://www.researchgate.net/publication/254572375\\_Angel\\_Financing\\_Matching\\_Start-Up\\_Firms\\_with\\_Angel\\_Investors](https://www.researchgate.net/publication/254572375_Angel_Financing_Matching_Start-Up_Firms_with_Angel_Investors).
- Ghadiri, Masoum, M.; Motiee Langroodi, Seyed Hasan; Mohammad Reza, Zali & Gholami, Ali (2020). Identifying and analyzing the roles and elements of an entrepreneurship ecosystem with a documentary approach. In *Human Geography Research* 52 (3), 1083–1102. DOI: 10.22059/jhgr.2019.260342.1007726
- Guerrero, Maribel & Espinoza, Jorge (2021). Does entrepreneurship ecosystem influence business re-entries after failure? In *Int Entrep Manag*, 17(1), 211–227. DOI: 10.1007/s11365-020-00694-7
- Haggarty, Linda (1996). What is content analysis? In *Medical Teacher*, 18(2), 99–101. DOI: 10.3109/01421599609034141
- Holdford, David (2008). Content analysis methods for conducting research in social and administrative pharmacy. In *Research in social & administrative pharmacy: RSAP*, 4(2), 173–181. DOI: 10.1016/j.sapharm.2007.03.003
- Hosseininia, Gholamhossein & Fallahi, Hadi (2017). Factors Affecting the Development of Rural Entrepreneurship: A Case Study on the Rural Areas of Manoojan County. In *Journal of Rural Research*, 8(1), 22–37. Available online at [https://jrur.ut.ac.ir/article\\_62136\\_en.html](https://jrur.ut.ac.ir/article_62136_en.html).
- Imanipour, Narges; Mohammadkazemi, Reza; Arasti, Zahra & Moradi, Masoud (2020). Poverty and entrepreneurship: a systematic review of poverty-related issues discussed in entrepreneurship literature. In *World Review of Entrepreneurship Management and Sustainable Development*, 16(2), Article 10027688. DOI: 10.1504/WREMSD.2020.10027688
- Kao, Raymond W.Y. (1993). Defining Entrepreneurship: Past, Present and? In *Creat Innov Manage*, 2(1), 69–70. DOI: 10.1111/J.1467-8691.1993.TB00073.X
- Mayr, Stefan; Mitter, Christine; Kücher, Alexander & Duller, Christine (2021). Entrepreneur characteristics and differences in reasons for business failure: evidence from bankrupt Austrian SMEs. In *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 33(5), 539–558. DOI: 10.1080/08276331.2020.1786647
- Prastyaningtyas, Efa Wahyu; Sutrisno, Sutrisno; Soeprajitno, Edy Djoko; Ausat, Abu Muna Almaududi & Suherlan, Suherlan (2023). Analysing the Role of Mentors in Entrepreneurship Education: Effective Support

- and Assistance. In *joe*, 5(4), 14571–14577. DOI: 10.31004/joe.v5i4.2511
- Saremi, H. & Naghshbandi, Nader (2013). Role of Entrepreneurship in Enterprises' Improvement. Available online at <https://www.semanticscholar.org/paper/Role-of-Entrepreneurship-in-Enterprises'-Saremi-Naghshbandi/c4bc4f9bebf0278235411602169050f3b174e9d9>.
- Sayed, Shagufta (2014). Research Study on 'Entrepreneurship and Innovation-The Need of the Hour' (An Excerpt from Doctoral Research). In *IOSRJBM*, 16(11), 53–61. DOI: 10.9790/487X-161135361
- Syamini, S. (2023). *ORGANIZATION OF GARMENT UNIT: Royal Book Publishing*.
- Tripathi, Mano Ashish; Tripathi, Ravindra; Sharma, Navneet; Singhal, Surabhi; Jindal, Muskan & Aarif, Mohd (2022). brief study on entrepreneurship and its classification. In *ijhs*. DOI: 10.53730/ijhs.v6ns2.6907.
- White, Marilyn Domas & Marsh, Emily E. (2006). Content Analysis: A Flexible Methodology. In *lib*, 55(1), 22–45. DOI: 10.1353/lib.2006.0053