

«مدیریت بهره وری»

سال هشتم - شماره 29 - تابستان 1393

ص ص 118 - 99

تاریخ دریافت مقاله: 92/05/09

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: 92/11/06

شناسایی و تحلیل نقش مؤلفه‌های آموزشی در توسعه آموزش کارآفرینی دانشگاهی از دیدگاه دانشجویان دانشگاه خوارزمی در سال تحصیلی 92-1391

اسد حجازی^{1*}

دکتر عبدالرحیم نوه‌ابراهیم²

دکتر محمدرضا بهرنگی³

دکتر حسن‌رضا زین‌آبادی⁴

چکیده

پژوهش حاضر به منظور بررسی نقش مؤلفه‌های آموزشی بر برنامه‌های توسعه آموزش کارآفرینی دانشگاهی از دیدگاه دانشجویان دانشگاه خوارزمی در سال تحصیلی 1391-1392 انجام شده است. روش تحقیق از نظر شیوه گردآوری اطلاعات توصیفی-پیمایشی و از نظر هدف، کاربردی است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه دانشجویان مقاطع تحصیلی (دکتری، کارشناسی ارشد و کارشناسی) بوده که 220 نفر به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای برای مطالعه انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه محقق‌ساخته می‌باشد که روایی آن با مطالعه منابع و اخذ نظرات استادان با تجربه و صاحب‌نظر در زمینه آموزش کارآفرینی به دست آمد و برای محاسبه پایایی، از آزمون آلفای کرانباخ استفاده که میزان آن $a=0/93$ ارزیابی شد. برای تحلیل داده‌ها، از روش مدل‌یابی معادلات ساختاری استفاده گردید. نتایج تحقیق نشان داد که سیاست‌های تعیین شده بر توسعه آموزش کارآفرینی در دانشگاه تأثیر دارد. و بین مؤلفه‌های آموزشی اجرای برنامه، محتوای دوره و ارزشیابی در توسعه آموزش کارآفرینی در دانشگاه رابطه‌ی مستقیم و مثبت به دست آمد. همچنین یافته‌ها بیانگر آن است که شاخص‌های برازندگی اولیه در تأیید الگوی سیاست‌گذاری و مؤلفه‌های آموزشی اثر گذار بر توسعه برنامه‌های آموزش-کارآفرینی دانشگاهی تناسب داشتن الگو را تأیید می‌کند.

واژه‌های کلیدی: توسعه، آموزش کارآفرینی، سیاست‌ها، اجرای برنامه، محتوای دوره، ارزشیابی،

کارآفرینی دانشگاهی

¹ - دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران azer1383@yahoo.com

² - دانشیار، دانشگاه خوارزمی، naveh1954@yahoo.com

³ - استاد، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران Behrangimr@yahoo.com

⁴ - استادیار، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران Hzeinabadi@yahoo.com

مقدمه

کارآفرینی¹، امروزه یکی از ارزان‌ترین ابزارهای کارآیی است. پیدایش و تقویت کارآفرینی به بسترهای مناسب از جمله بستر مساعد فرهنگی نیاز دارد. کارآفرینی از جنبه فردی مستلزم چارچوب شخصیتی خاصی است که بخشی از آن اکتسابی می‌باشد، بر این اساس نیازمند پرورش و آموزش است. از نظر کریسنر کارآفرینی با آموزش مستقیم حاصل نمی‌شود و باید به روش پرورشی کارآفرینان را تربیت کرد (کریسنر²، 1992)، اما هیچ کس منکر این مطلب نیست که استفاده از فناوریهای نو و ایجاد کسب و کار بدون آموزش و پژوهش عملاً دست‌نیافتنی است (آلدریچ و دیگران³، 2005). به زعم کورانتکو و دیگران (2005) کارآفرینی در دو دهه اخیر به عنوان قوی‌ترین نیروی اقتصادی در جهان تجربه شده است. به خاطر همین عامل حوزه آموزش کارآفرینی نیز گسترش یافته است. رشد و توسعه در برنامه‌های آموزشی و درسی که به موضوع کارآفرینی و ایجاد کسب و کارهای جدید اختصاص دارند، بسیار قابل توجه است.

در آمریکا تعداد دانشگاه‌هایی که دوره‌های کارآفرینی را آموزش می‌دادند بسیار کم بودند؛ در حالی که در سال 2005 به بیش از 2000 مورد رسیده است. همچنین در طول دهه گذشته آموزش و پرورش کارآفرینی به طور فزاینده‌ای در حوزه‌های مختلف پژوهش و آموزش افزایش یافته، به طوری که تعداد نشریات علمی در آموزش و پرورش کارآفرینی در سال 2010 بیش از 300 درصد افزایش در مقایسه با سال 2000 نشان می‌دهد (ریزا و واروم⁴، 2011).

از سوی دیگر، نقش دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها به مانند پایه‌گذاران کسب و کار در سال‌های اخیر است. فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌ها می‌توانند به عنوان کارآفرینان آینده، ایجادکنندگان نوآوری و پویایی در کسب و کارهای تازه باشند. در این خصوص، دانشگاه‌های برتر دنیا به این نتیجه رسیده‌اند که از طریق آموزش‌های رسمی دانشگاهی می‌توان کارآفرینی را در بین دانشجویان افزایش داد. در اکثر دانشگاه‌های کشورهای پیشرفته و در حال توسعه آموزش و ترویج کارآفرینی جزو مهم برنامه‌های این دانشگاهها قرار گرفته و این دانشگاه‌ها سعی نمودند با تجاری‌سازی دانش علاوه بر توسعه منابع

¹- Entrepreneurship

²- Kriesner

³- Aldrich & et al

⁴- Rizza & Varum

مالی دانشگاه، دانشجویان را نیز به سوی استفاده از دانش آموخته شده در راه کسب درآمد و سود حاصل از آن سوق دهند. در چنین فضایی کارآفرینی به مثابه عامل رشد، توسعه و نیز یکی از شاخص‌های تأثیرگذار در رصد کردن چشم‌انداز مطلوب هر جامعه‌ای یاد می‌شود؛ لذا این امر یک ضرورت است که مأموریت، اهداف و فعالیت‌های دانشگاهی در موقعیت کنونی رویکردی کارآفرینانه داشته باشد.

همان گونه که در جدول (1) نشان داده شده، در مأموریت دانشگاه‌های دنیا تغییر و تحولات عظیمی به وجود آمده است دانشگاه‌های ما از این قاعده مستثنی نیستند و بایستی جهت تأثیرگذاری بیشتر در جامعه و ایجاد ارتباط تنگاتنگ با آن الگوهای مطلوبی را اتخاذ و اعمال نمایند (اتزکویز¹، 2005).

جدول 1. توسعه مأموریت‌های دانشگاه

پیامد	آموزش	پژوهش	کارآفرینانه
	حفظ و انتشار دانش	اولین تحول دانشگاهی	دومین تحول دانشگاهی
	مأموریت‌های جدید باعث تنش می‌گردد	دو نوع مأموریت: آموزش و پژوهش	مأموریت سوم: توسعه اقتصادی و اجتماعی؛ مأموریت‌های قبلی نیز ادامه می‌یابد.
	حفظ دانش و توسعه آن پرورش متخصص	حل مسایل و مشکلات جامعه؛ توسعه فناوری	سرمایه کردن دانش، ایجاد ثروت و رفاه؛ ایجاد شغل؛ پیشرفت جامعه

از زمان پیدایش و شکل‌گیری دانشگاه‌ها، مأموریت و وظیفه اصلی آنان آموزش، حفظ و انتقال دانش بوده است. اما با رشد و پیشرفت جامعه و افزایش تقاضا برای ورود به دانشگاه و در نتیجه افزایش میزان فارغ‌التحصیلان، مأموریت دانشگاه از آموزش و تربیت نیروی متخصص فراتر رفت. به طوری که از دانشگاه به خاطر افزایش تعداد فارغ‌التحصیل یا حتی تعداد دانشگاه‌ها نسبت به قبل از این انتظار و توقع به وجود آمد که نقش و مأموریت خود را تغییر داده و با پژوهش در جامعه، برای مشکلات و مسایل آن راه حل مناسب ارائه دهد. در این زمان است که می‌توان به اولین تحولات دانشگاهی پی برد، علاوه بر حفظ و توسعه دانش که در مأموریت قبلی نیز وجود داشت؛ دانشگاه‌ها با

¹ - Etzkowitz

رویکردی پژوهش‌محور در جامعه فعالیت کردند که در نتیجه آن فناوری جهت رفع نیازهای جامعه تولید و توسعه یافت.

با وجود این، در دههٔ اخیر به خاطر جهانی شدن و به تبع آن رقابتی شدن فعالیت‌های دانشگاه‌ها و قوی‌تر شدن نقش دانشگاه‌های خصوصی و کم‌رنگ شدن حمایت‌های مالی دولت‌ها از دانشگاه‌ها به خاطر تمرکز زدایی، دانشگاه‌ها به سمتی در حرکتند که بتوانند از نظر اقتصادی نیز فعال‌های خود را توجیه کرده یا خودشان بتوانند به عنوان بنگاه‌های اقتصادی عمل نمایند. در همین خصوص، نقش نظام آموزشی، بویژه آموزش عالی در تربیت دانش‌آموختگانی که علاوه بر داشتن علم در یک حوزه تخصصی، اعتماد به نفس، قدرت ابتکار، خلاقیت و خطرپذیری داشته باشند و با استفاده از امکانات، فرصت‌ها و توانمندی‌ها اشتغال مولد و درآمدزا ایجاد کنند، بر کسی پوشیده نیست (جهانگیری، 1384). بنابراین، با توجه به اینکه هم انگیزش پیشرفت و هم کارآفرینی قابل آموزش دادن و یادگیری‌اند (ایمانی، 1384) بایستی برای پرورش آن از سطوح ابتدایی آموزش و پرورش اقدام کرد و در سطح آموزش عالی به گونه‌ای تخصصی به آن پرداخت (کوثری و نوروززاده، 1388).

آموزش کارآفرینی روندی است که از دهه 1960 میلادی با فعالیت‌های مک‌کله‌لند و آموزش بازرگانان هندی آغاز شد و از اوایل دهه 1980 میلادی بود که به آن توجه بسیار جدی صورت گرفت، بعد از آن دانشگاه‌ها با ایجاد دوره‌ها و حتی رشته‌های کارآفرینی اقدام به تربیت علاقه‌مندان و دانشجویان در مقاطع مختلف دانشگاهی (کاردانی، کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری) و پیش‌دانشگاهی (دبیرستان، راهنمایی، ابتدایی و حتی پیش از دبستان) نیز کرده‌اند و امروزه آموزش کارآفرینی به یکی از مهم‌ترین و گسترده‌ترین فعالیت‌های مؤسسات آموزشی تبدیل شده است (احمد-پورداری، 95:1389).

به زعم روپکه (1998) دانشگاه یکی از پایدارترین نهادها است، این نهاد هم اکنون باید از عهده یک آزمون جدید و پیچیده بر آید. این آزمون جدید و پیچیده که نقش و کارکرد دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی را به طور قابل توجهی تغییر داده است عبارت است از: شرایط جدید کسب‌وکارها در سطح منطقه‌ای، ملی، و بین‌المللی (روپکه¹، 1998:3).

¹ - Ropke

گارتنر¹ (1994) نیز در زمینه آموزش کارآفرینی معتقد است که آموزش این مقوله با آموزش دیگر مقوله‌ها مثل اشتغال تفاوت دارد. آغاز یک فعالیت اقتصادی با موضوع مدیریت آن کاملاً متفاوت است. آموزش کارآفرینانه باید به ماهیت یک فرصت شغلی اشاره کند. دستیابی به این منظور، درگرو ارایه‌ی دروسی است که مهارت‌های دانش‌آموزان و دانشجویان را در زمینه‌ی برقراری ارتباط، مدیریت، تولید فرآورده‌های جدید و داشتن فکر خلاق و دسترسی به فن‌آوری نوآورانه تقویت کند (مکمولن و لنگ²، 1994). دیگر زمینه‌های کاری و تحقیق که برای آموزش کارآفرینی اهمیت دارند عبارتند از: آگاهی از تعداد مشاغلی که کارآفرین می‌تواند انتخاب کند، ویژگی‌هایی که شخصیت کارآفرینان را تعریف می‌کند، توانایی رویارویی صحیح با ابهامات و بالاخره موانعی که در هر یک از مراحل اجرای کارهای پرخطر وجود دارد. (هیلز³، 1998).

همچنین سالمن و دیگران (1991) در نتایج مطالعات خود ابزارهایی که در آموزش کارآفرینی به کار می‌روند را شامل موارد زیر می‌دانند: طرح‌های کسب‌وکار، شروع به کار دانشجویان در فعالیتهای اقتصادی، مشاوره با کارآفرینان شاغل، مصاحبه با کارآفرینان و بررسی‌های محیطی، قرار گرفتن در محیط‌های واقعی، استفاده از فیلم‌های آموزشی و سفرهای مربوط.

بارتون کلارک⁴ (2004) در نتایج مطالعات خود بیان می‌کند که دانشگاه‌های پویا در هزاره جدید دانشگاه‌هایی هستند که کارآفرین باشند و بتوانند ارزش‌های تخصصی و مدیریتی را تلفیق کنند. در عصر ما آموزش معطوف به کارآفرینی در دانشگاه‌های کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه رو به افزایش است. این برنامه‌ها عمدتاً با هدف ایجاد تجربه‌های علمی و تربیت نیروهایی با ویژگی‌های کارآفرینی طراحی شده‌اند و معمولاً این برنامه‌ها به دانشجویان در تولید ایده‌های نوین و برنامه‌ریزی به منظور علمی ساختن این ایده‌ها کمک می‌کنند. در این برنامه‌ها از روش‌های مختلف آموزشی به منظور ارتقای مهارت‌های دانشجویان برای ورود به بازارکار و تأسیس شرکت‌های تجاری استفاده می‌شود (میرعرب، 1388).

1- Gartner

2- McMullan & Long

3- Hills

4- Klark

هیسریچ و پیترز (2003)، به منظور طراحی محتوا و برنامه آموزش کارآفرینی، رهیافت پودمانی را پیشنهاد می‌دهند. آنها می‌گویند که رهیافت فوق باید به نحوی طراحی گردد که بتواند به ترکیب کاملی از اهداف برنامه‌های آموزش کارآفرینی و مهارت‌های موردنیاز جهت کارآفرینی دست یابد. هیسریچ و پیترز به منظور دستیابی به اهداف آموزش کارآفرینی و با در نظر گرفتن دو اصل بسیار مهم آن یعنی تصمیم‌گیری کارآفرینانه و فرایند کارآفرینی، مهارت‌ها و توانایی‌های موردنظر جهت کارآفرین شدن را در سه طبقه گروه بندی کرده‌اند:

1. توانایی‌های شخصی کارآفرینان، شامل انگیزه قوی، ریسک‌پذیری، استقلال‌طلبی، تغییرپذیری، نوآوری و آینده‌نگری، تلاشگری و سخت‌کوشی و مرکز کنترل درونی.
2. مهارت‌های فنی، شامل ارتباط کتبی و شفاهی، مدیریت کسب و کار، کار تیمی، مهارت بین فردی، گوش دادن، توانایی سازماندهی، توانایی تشکیل شبکه‌های مورد نیاز، نظارت بر محیط پیرامون، سبک‌های مدیریتی و مربی‌گری
3. مهارت‌های مورد نیاز جهت مدیریت کسب و کار، شامل: برنامه‌ریزی و هدف‌گذاری، تصمیم‌گیری، مذاکره، بازاریابی، مالی، مدیریت، حسابداری، روابط انسانی در شرکت و سازمان، راه‌اندازی و مدیریت شرکت جهت رشد و توسعه. در رهیافت پودمانی هیسریچ و پیترز، اهداف و مهارت‌های ذکر شده اساس و پایه برنامه آموزش کارآفرینی را تشکیل می‌دهند.

یکی دیگر از محتواهای آموزشی برای آموزش کارآفرینی در سطح دانشگاه از سوی گیب (2002) ارائه شده است. از دیدگاه گیب، با توجه به اینکه آموزش کارآفرینی رهیافتی جدید در نظام آموزش دانشگاهی است، بنابراین یک برنامه جامع آموزش کارآفرینی باید تمام نیازهای آموزشی را برآورده کند. به منظور طراحی محتوای آموزش کارآفرینی بایستی نیازهای آموزش کارآفرینی در هر یک از رشته‌های دانشگاهی را از طریق مطالعه محیط پیرامون و بررسی کسب و کارهای راه‌اندازی شده در زمینه موردنظر شناسایی کرد. لذا دستیابی به هر یک از موارد فوق نیازمند محتوای آموزشی خاص خود است.

با توجه به مراتب فوق، انتخاب روش آموزش بستگی به اهداف آموزش، عمق مطالب درسی و میزان در دسترس بودن مواد درسی و همچنین رفتار ورودی و فرهنگ فراگیران دارد. برای مثال ممکن است فراگیر عادت داشته باشد که آموزش‌دهنده در

مطالب ارایه شده تخصص و تسلط کامل داشته باشد. در حالی که در رویکرد فراگیرمحور نیاز به تخصص و تسلط کمتری است. امروزه مواد درسی فراوانی در زمینه توسعه کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای کوچک وجود دارد. در استفاده از آنها باید به ویژگی‌های محلی، فرهنگ، محیط کسب و کار و اقتصاد توجه شود. همچنین محتوای در نظر گرفته شده باید به شکلی باشد که کلیه مراحل فرایند کارآفرینی و مهارت‌های مورد نیاز هر مرحله را در بر گیرد.

از سوی دیگر، هنری¹ (2005) معتقد است، به منظور سنجش اثربخشی و موفقیت برنامه‌های آموزش کارآفرینی، این برنامه‌ها باید در طی مراحل زمانی مختلف (اعم از دوره آموزش و پس از آن) ارزیابی شوند.

جدول 2. مدل ارزیابی آموزش کارآفرینی

متغیرهای مورد ارزیابی	دوره ارزیابی
ثابت نام فراگیران، تعداد، تنوع دوره، علاقه مندی به کارآفرینی و میزان آگاهی	سنجش در زمان حال و موفقیت فعلی
علاقه‌مندی به راه‌اندازی کسب و کار، دانش کسب‌شده و برداشت و تصور از خود در زمینه یادگیری و توانایی	سنجش قبل و بعد از دوره/برنامه
تعداد و نوع کسب و کارها، مستحکم نمودن جای پا در بازار، موفقیت‌های کارآفرینی کسب شده و موفقیت‌های کارآفرینی جستجو شده	0-5 سال بعد از دوره/برنامه
ماندگاری و شهرت شرکت‌های جدید و راه‌اندازی شده و تغییر در شهرت و سطح نوآوری شرکت‌های راه‌اندازی شده	6-10 سال بعد از دوره/برنامه
سهم در رشد اقتصاد و توسعه جامعه، عملکرد شرکت، رضایت از مسیر شغلی و خودشکوفایی شخص و موفقیت‌های روانی	10 سال به بالا بعد از دوره/برنامه

بنابراین می‌توان گفت، مؤلفه‌های آموزش کارآفرینی برنامه‌ای جامع و گسترده است که توسعه آموزش کارآفرینی در دانشگاه را افزایش می‌دهد و به امر تغییر و تحولات و نوآوری نظام یافته ی یاری می‌رساند.

عزیزی (1388) در نتایج پژوهش خود در زمینه طراحی الگوی آموزش کارآفرینی به هفت مؤلفه اصلی اشاره داشته‌اند که عبارتند از: 1- ویژگی‌های نهادی دانشگاه 2- حوزه قلمرو آموزش 3- نیازسنجی آموزشی 4- محتوای دوره 5- ارزشیابی 6- اجرای برنامه آموزشی 7- فعالیت‌های گسترش. در این الگو ویژگی‌های نهادی

¹ - Henry

دانشگاه و حوزه قلمرو آموزشی به صورت غیر مستقیم بر آموزش کارآفرینی تأثیر می‌گذارند و در سایر مؤلفه‌ها تأثیرشان به صورت مستقیم می‌باشند. از بین این مؤلفه‌ها، مؤلفه محتوای دوره آموزشی از اولویت و اهمیت بالاتر و بیشتری برخوردار است.

الوانی و دیگران (1390) نیز در تحقیقی پیرامون خط مشی گذاری و شناسایی نهادهای خط مشی گذار در توسعه کارآفرینی بیان می‌کنند خط‌مشی‌گذاری از عناصر مهم در توسعه کارآفرینی می‌باشد که بایستی به طور ویژه مورد توجه قرار گیرد.

نتایج مطالعات شرفی و دیگران (1391) نشان می‌دهد، بین آموزش و کارآفرینی رابطه تنگاتنگی وجود دارد و در صورتی که همراه با یک مجموعه ملاحظات و توجهات باشد، این تأثیر دو چندان می‌شود و زمینه رشد بیش از پیش تفکر و رفتار کارآفرینی و خلاقیت را در افراد به دنبال خواهد داشت، لذا به این منظور باید در طراحی و اجرای دوره‌های آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌های ایران مواردی از جمله ابعاد محتوا، هدف، روش تدریس و شیوه ارزشیابی مدنظر قرار گیرد.

از سوی دیگر، سوچو (1998) معتقد است که آموزش کارآفرینی انگیزش، دانش و مهارت لازم را برای راه‌اندازی کسب و کار موفق توسط دانشجویان فراهم می‌نماید. با این حال میزان و چگونگی آموزش کارآفرینی از کشوری به کشور دیگر بر مبنای زمینه‌های فرهنگی آن متفاوت است. همین‌طور چک و اندرسون (1998) معتقدند تدریس کارآفرینی یک معما است چرا که کارآفرینی واقعی هم دربرگیرنده علم است و هم هنر. بخش علم آن شامل مدیریت، کسب و کار و مهارت‌های کارکردی است که با استفاده از رویکردهای پداگوژی سنتی قابل آموزش است، اما بخش هنر آن که با ویژگی‌هایی از جمله خلاقیت و نوآوری مرتبط است، از طریق این رویکردها قابل آموزش نیستند. آنها معتقدند روحیه کارآفرینی نیازمند بیدار کردن و تقویت کردن در افراد است.

این دانشمندان دریافته‌اند که یادگیری در زمینه انتقال تجربیات و در مقایسه با مطالعه کتب درسی، هم فراگیرتر است و هم کاربردهای متنوعی دارد. در دهه‌های پیشین روش‌های آموزش نسبت به آنچه امروزه در دانشگاه‌ها استفاده می‌شود، محدودتر بودند و تعداد روش‌های آموزش بسیار کم بودند. امروزه با پیشرفت‌های فناوری جدید روش‌های آموزش نیز بسیار متنوع گشته‌اند.

در صد سال گذشته، آموزش عالی در کشور ایران از ابعاد مختلف بویژه از نظر کمی پیشرفت‌های چشمگیری داشته است و در این خصوص نباید تردید کرد. اما پیشرفت بیشتر در آموزش عالی عمومی بوده و آموزش عالی فنی و حرفه‌ای برای کشور با جمعیت کثیرجوان نظیر ایران، نسبتاً ناکافی بوده است. به طوری که نزدیک به نیمی از بیکاران جامعه را فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی تشکیل می‌دهند (آراسته، 1382). همچنین بنابر نتایج تحقیقات داخلی؛ پایین بودن میزان سرمایه گذاری و عدم توجه به ابعاد مختلف توسعه آموزش کارآفرینی (سازمان تحقیقات و آموزش کشاورزی، 1381)، تمرکز بر آموختن دانش نظری به جای دانش علمی - کاربردی، عدم توجه به پرورش خلاقیت و توان ابتکاری یادگیرندگان، عدم تناسب محتوای برنامه‌های درسی با شرایط و نیازهای بازار کار (حاجی میررحیمی و همکاران، 1388)، عدم جدیت در آموزش دروس عملی و ناکارآمدی دانش آموختگان نظام آموزش عالی کشور در عرصه کار (حسینی و همکاران، 1388) از معضلات عمده نظام آموزش عالی کشورمان می‌باشد. همین‌طور نتایج مطالعات و بررسی‌های دیده‌بان جهانی کارآفرینی (GEM)¹ بر روی شاخص‌های کسب و کار کشورمان در بعد آموزش کارآفرینی در مقایسه با سایر کشورهای عضو، حاکی از نامطلوب شدن این شاخص در توسعه کارآفرینی دارد. مقیمی و دیگران (1390) نیز در نتایج مطالعات، سیاست‌های خرد و کلان مؤثر بر توسعه کارآفرینی را در موقعیت پیش‌برنده نمی‌دانند.

این در حالی است که در عصر حاضر، سرعت تغییر و تحولات به گونه‌ای است که از آن به عنوان شگفتی‌های سرعت و تحولات نام می‌برند. در این دوره اهمیت کار یدی، اشتغال و حتی زندگی به شیوه عصر سنتی و صنعتی کاسته شده است و به جای آن نیروی انسانی کیفی که توان خلاقیت و نوآوری با به کارگیری فکر و اندیشه را دارد، اهمیت پیدا کرده است. از نظر حجازی (1392) در چنین فضایی که فکر و اندیشه ارزش است، جوامعی می‌توانند توسعه یابند که از منبع انسانی که منشأ فکر و ایده و حیاتی‌ترین عنصر ارزش‌آفرینی است، حداکثر بهره‌وری را داشته باشند.

لذا با توجه به شرایط اقتصادی و اجتماعی کشورمان با توجه به جوان بودن جمعیت، موضوع ایجاد اشتغال و کارآفرینی و توسعه آموزش کارآفرینی از اهمیت دو

¹ - از سال 1997، با همکاری مراکز معتبر دانشگاهی در برخی کشورها، مدل "جی.ای.ام" (Global Entrepreneurship Monitor) برای ارتباط بین کارآفرینی و رشد اقتصادی طراحی شده و در سال 1999 این الگو در ده کشور جهان مشتق بر: آمریکا، انگلیس، فرانسه، ایتالیا، ژاپن، کانادا، فنلاند و دانمارک بررسی شد و درسالهای بعد کشورهای دیگر از جمله آرژانتین، هند، ایران و ... هم به آنها پیوستند.

چندانی برخوردار شده است و حتی این موضوع در سیاست‌های کلان، سند چشم‌انداز بیست ساله نظام، برنامه‌های پنجساله توسعه، نقشه جامع علمی کشور و سایر اسناد فرادستی مورد توجه و تأکید است. و در دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی کشورمان، در قالب دوره‌ها و واحد درسی در مراکز وابسته اجرا می‌گردد. با وجود این تا حدودی مشخص نیست آیا فراگیران این آموزش‌ها نگرش لازم در مورد اهمیت آنها و توسعه این درس را در دوره‌های تحصیلی درک کرده‌اند یا نه؟ و دانش و محتوی لازم را در این خصوص چه می‌دانند. بنابراین ارزیابی دیدگاه دانشجویان در خصوص شناسایی نقش سیاست‌ها و مؤلفه‌های آموزشی موردنیاز برای توسعه برنامه‌های آموزش کارآفرینی دانشگاهی ضرورت پیدا می‌کند. سؤال اصلی این پژوهش این است که، از دیدگاه دانشجویان سیاست‌ها و مؤلفه‌های اجرای برنامه، محتوای برنامه و ارزشیابی چگونه و به چه شکل بر توسعه برنامه‌های آموزش کارآفرینی تأثیر می‌گذارند؟ سئوالات فرعی پژوهش عبارت است از:

- 1- از دیدگاه دانشجویان نقش سیاست‌ها بر توسعه برنامه‌های آموزش کارآفرینی در دانشگاه چگونه است؟
- 2- از دیدگاه دانشجویان نقش اجرای برنامه‌ها بر توسعه برنامه‌های آموزش کارآفرینی در دانشگاه چگونه است؟
- 3- از دیدگاه دانشجویان نقش محتوای برنامه بر توسعه برنامه‌های آموزش کارآفرینی در دانشگاه چگونه است؟
- 4- از دیدگاه دانشجویان نقش ارزشیابی بر توسعه برنامه‌های آموزش کارآفرینی چگونه است؟

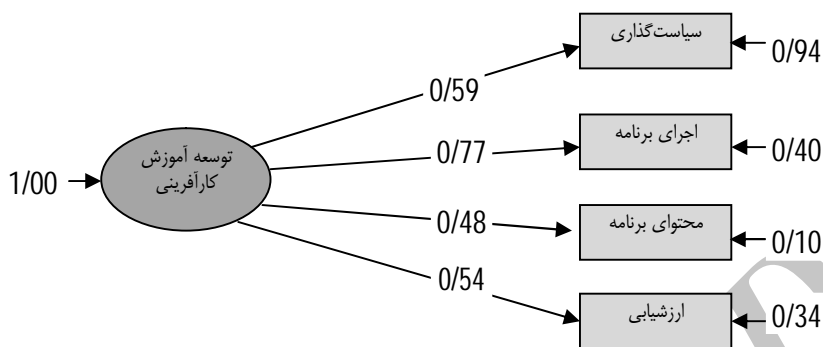
ابزار و روش

پژوهش حاضر توصیفی - پیمایشی از نوع همبستگی و از جهت هدف کاربردی است. جامعه آماری پژوهش شامل دانشجویان دانشگاه خوارزمی بوده که 220 نفر با روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای انتخاب و مورد آزمون قرار گرفتند. برای تجزیه و تحلیل داده‌های تحقیق و آزمون فرضیات، از روش آماری استنباطی بهره‌گیری شد. در این پژوهش بررسی راهکارهای توسعه برنامه‌های آموزش کارآفرینی از دیدگاه

دانشجویان با استفاده از گویه‌های متعددی در قالب چهار مؤلفه سیاست‌ها، برنامه‌های اجرا، محتوا و ارزشیابی آموزش کارآفرینی مورد مطالعه و بررسی قرار گرفته است. با توجه به اهداف پژوهش از پرسشنامه محقق‌ساخته به عنوان ابزار گردآوری اطلاعات استفاده شد. سیاست‌ها و مؤلفه‌های آموزشی از مطالعات مختلف در زمینه کارآفرینی از جمله ایمانی (1388)، هنری و همکاران (2003)، هیسریچ و همکاران (2005)، مک‌کله‌لند (1985)، وسپر (1994)، عزیزی (1388)، احمدپورداریانی (1389)، خسروپور و همکاران (1386) حاجی میررحیمی و همکاران (1389) و سرفصل واحد درسی موجود دانشگاه‌ها که با عنوان کارآفرینی تدریس می‌شود، استخراج شده است. به منظور تعیین قابلیت اعتماد پرسش‌ها، مقدار آلفای 93٪ محاسبه شد که نشان‌دهنده پایایی مطلوب ابزار تحقیق می‌باشد. تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش حاضر در دو سطح آمار توصیفی و آمار استنباطی با استفاده از نرم‌افزار spss و lisrel انجام شده است. در این پژوهش برای تجزیه و تحلیل سؤالات از روش مدل‌یابی معادلات ساختاری بهره‌گیری به عمل آمد.

یافته‌ها

از دیدگاه دانشجویان، سیاستها و مؤلفه‌های اجرای برنامه، محتوای دوره و ارزشیابی چگونه و به چه شکل بر توسعه برنامه‌های آموزش کارآفرینی تأثیر می‌گذارد؟ بررسی اعتبار الگوی پیشنهادی با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی؛ در این بخش به بررسی یافته‌های پژوهش بر اساس سؤال‌های آتا 4 پرداخته شده است. نخست الگوهای مرتبط با هریک از ابعاد سیاست‌ها و مؤلفه‌های آموزشی اثر گذار بر توسعه آموزش کارآفرینی در دانشگاه از نظر شاخص‌های برازندگی، آزمون شده و در نهایت الگوی نهایی شاخص‌های سیاست‌گذاری و آموزشی اثر گذار بر آن با الگوی معادله‌های ساختاری، تحلیل و آزمون شده است. شاخص‌های برازندگی اولیه در تأیید الگوی سیاست‌گذاری و مؤلفه‌های آموزشی اثر گذار بر توسعه برنامه‌های آموزش کارآفرینی تناسب داشتن الگو را می‌رساند. به طوری که $GFI=0/98$, $RMSEA=0/0104$ و $AGFI=0/92$ بود. جداول (2) تا (4) مؤید ضرایب استاندارد، مقدار آماره t و ضریب تشخیص در الگوی مرتبط با سیاستها و مؤلفه‌های آموزشی است.



$$\chi^2 = 6/77 ; df=2 ; p = 0/033 ; RMSEA = 0/104$$

شکل 1. نتایج مدل عاملی به‌دست‌آمده از مدل‌یابی معادلات ساختاری

شکل 1. نتایج مدل عاملی به‌دست‌آمده از مدل‌یابی معادلات ساختاری را نشان می‌دهد. بر اساس نتایج مدل‌یابی معادلات ساختاری و محاسبه ضرایب برآوردی استاندارد و آماره t جدول (3) استخراج می‌شود.

جدول (3) ضرایب استاندارد و مقدار آماره t در الگوی توسعه برنامه‌های آموزش کارآفرینی در فاصله اطمینان 95%

وضعیت شاخص مولفه	شاخص	مقدار برآورد	مقدار استاندارد	آماره t	نتیجه
توسعه برنامه‌های آموزش کارآفرینی	سیاست‌گذاری	.59	.52	7,62	تأیید شد
	اجرای برنامه	.77	.77	12,24	تأیید شد
	محتوای برنامه	.48	.84	13,46	تأیید شد
	ارزشیابی آموزش	.54	.68	10,45	تأیید شد

همان گونه که نتایج جدول 3 نشان می‌دهد، مقدار آماره t به‌دست‌آمده برای تمام شاخص‌های مربوط به مؤلفه‌ها از مقدار سطح زیر منحنی معادل آلفای 0/5 یعنی مقدار 1/96 بیشتر است. لذا روابط بین تمام مؤلفه‌ها با توسعه برنامه‌های آموزش کارآفرینی در دانشگاه تأیید می‌شود.

جدول (4):

مقدار استاندارد، ضریب تشخیص و اولویت اثر در الگوی توسعه برنامه‌های آموزش کارآفرینی

اولویت اثر	ضریب تشخیص	مقدار استاندارد	شاخص	وضعیت شاخص مؤلفه
چهارم	.27	.52	سیاست‌ها	توسعه برنامه‌های آموزش کارآفرینی در دانشگاه
اول	.59	.77	اجرای برنامه	
دوم	.70	.84	محتوای برنامه	
سوم	.46	.68	ارزشیابی	

نتایج به‌دست‌آمده از جدول 4 نشان می‌دهد، مقدار ضریب تشخیص برای هر کدام از شاخص‌های محاسبه شده است که بر اساس آن شاخص محتوای برنامه آموزش با ضریب تشخیص $.70$ ، مهم‌ترین شاخص اثرگذار بر مؤلفه برنامه‌های توسعه آموزش کارآفرینی در دانشگاه شناسایی می‌شود. همچنین شاخص‌های اجرای برنامه، ارزشیابی و سیاست‌های آموزش کارآفرینی هر کدام به ترتیب با ضریب تشخیص $.46$ ، $.59$ و $.27$ ، در اولویت‌های بعدی قرار گرفته است.

جدول 5- برازش مدل

نتیجه	مقدار در مدل	دامنه مورد قبول	الگوی مفهومی شاخصهای تناسب
مورد قبول است	6/77	معنادار باشد (بزرگتر از میزان جدول)	χ^2
مورد قبول است	0/98	برابر یا بزرگتر از 0/9	GFI
مورد قبول است	0/92	برابر یا بزرگتر از 0/9	AGFI
مورد قبول است	0/98	صفر تا یک	IFI
مورد قبول است	0/031	نزدیک به صفر (کوچکتر از 0/5)	RMR
مورد قبول است	0/0104	نزدیک به صفر (کوچکتر از 0/1)	RMSEA
مورد قبول است	0/98	بزرگتر از 0/9	NFI

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده از جدول 5، مقایسه مقادیر به‌دست‌آمده برای شاخص‌های برازش از جمله شاخص AGFI، GFI، RMR، RMSEA در دامنه مورد قبول قرار گرفته که حاکی از برازش مناسب مدل است.

بحث و نتیجه‌گیری

در این پژوهش چهار محور اصلی در زمینه توسعه آموزش کارآفرینی دانشگاهی مورد بررسی قرار گرفت؛ در پاسخ به سؤال اول مبنی بر نقش مؤلفه سیاستگذاری بر توسعه آموزش کارآفرینی دانشگاهی نتایج تحقیق نشان داد این مؤلفه با توسعه آموزش کارآفرینی دانشگاهی رابطه دارد. نتایج این پژوهش با نتایج تحقیقات مقیمی و دیگران (1390) همخوانی دارد که بیان می‌کنند، یکی از اصول استقرار و توسعه کارآفرینی کشور توجه به سیاست‌های خرد و کلان است، و این سیاست‌ها را در کشورمان نیازمند بهبود می‌دانند. بر اساس این روند، یک تحلیل کامل از بخش آموزش، مستلزم درک جریان سیاست‌گذاری آموزشی، به معنای این که "چگونه" و "چه" موقع توسعه آموزشی انجام شود، خواهد بود. از آنجا که فرایند سیاستگذاری یک عنصر مهم در برنامه ریزی آموزشی است، تبیین مفاهیم سیاست و سیاستگذاری ضرورت دارد.

در پاسخ به سؤال دوم مبنی بر نقش مؤلفه اجرای برنامه بر توسعه آموزش کارآفرینی نتایج حاکی از آن بود که این مؤلفه با توسعه آموزش کارآفرینی دانشگاهی رابطه دارد این نتیجه با نتایج به دست آمده از پژوهش عزیزی (1388) مطابقت می‌کند. ایشان در نتایج مطالعات خود در زمینه طراحی الگوی آموزش کارآفرینی مؤلفه اجرای برنامه را حایز اهمیت دانسته است. بنابراین در میزان تحقق کمی و کیفی یک برنامه، توجه به شیوه اجرای آن برنامه حایز اهمیت است و هر گونه خلل و کوتاهی در اجرا می‌تواند یک برنامه خوب را هم ناکارآمد و غیر مؤثر جلوه دهد.

در پاسخ به سؤال سوم پژوهش در زمینه محتوای برنامه، نتایج پژوهش نشان می‌دهد؛ این مؤلفه با توسعه آموزش کارآفرینی دانشگاهی رابطه دارد. افزون بر این یافته‌ها حاکی از آن است که مهم‌ترین شاخص اثر گذار در میان سایر شاخص‌های مورد بررسی بر برنامه‌های توسعه آموزش کارآفرینی در دانشگاه توجه به محتوا برنامه‌ها می‌باشد. همچنین این یافته‌ها با یافته‌های عزیزی (1388)، حسینی و همکاران (1388) و حاجی میررحیمی (1388) مطابقت می‌کند. در نتایج مطالعات حسینی و همکاران

(1388) و حاجی میررحیمی (1388) نیز هر کدام بر نقش و تأثیرگذاری محتوای آموزش کارآفرینی بر توسعه آموزش کارآفرینی دانشگاهی توجه شده است. لذا محتوای آموزش کارآفرینی بایستی به گونه‌ای طراحی شود که شناخت افراد را از مسایل اطراف خود بالا ببرد و قدرت تحلیل مسایل را به گونه‌ای متفاوت با دیگران به دانشجویان کارآفرینی عطا کند.

در پاسخ به سؤال چهارم پژوهش در خصوص نقش ارزشیابی برنامه‌ها بر توسعه برنامه‌های آموزش کارآفرینی، می‌توان نتیجه گرفت این شاخص‌ها نیز در مجموع از ضریب تشخیص قابل قبولی برای توسعه برنامه‌های آموزش کارآفرینی برخوردار است. نتایج این یافته‌ها با نتایج مطالعات شرفی و دیگران (1391) مطابقت دارد که بیان می‌کنند: ضروری است برای بررسی میزان دستیابی به هر دسته یا گروه از اهداف آموزش کارآفرینی معیارها و شاخص‌های لازم برای ارزشیابی شناسایی و تعریف گردند. بنابراین، به منظور اطمینان از اثربخشی دوره‌های آموزش کارآفرینی، میزان شروع کسب و کار جدید یا راه‌اندازی کسب و کار توسط فارغ‌التحصیلان دوره‌های آموزش کارآفرینی می‌تواند به عنوان معیاری برای ارزیابی اثربخشی آموزش‌ها مورد توجه قرار گیرد.

برنامه‌های توسعه آموزش کارآفرینی از عوامل و مؤلفه‌های متعددی از جمله سیاست‌گذاری و مؤلفه‌های آموزشی شامل: اجرای برنامه، محتوای دوره و ارزشیابی تأثیر می‌پذیرد و این عوامل و مؤلفه‌ها می‌توانند پیامدهای مثبت برای توسعه برنامه‌های آموزش کارآفرینی در دانشگاه بوجود آورند. لذا بایستی سیاست‌گذاران برنامه‌های آموزش کارآفرینی دانشگاهی برای ایجاد و پرورش کارآفرینی و دیدگاه‌های کارآفرینانه سیاست‌ها و خط مشی‌هایی اتخاذ کنند که دانشجویان قابلیت‌های کارآفرینانه خود را بروز دهند. همچنین تحقیقات پیرامون موضوع و عوامل و متغیرهایی که توسعه برنامه‌های کارآفرینی دانشگاهی و بروز قابلیت‌های کارآفرینانه دانشجویان را افزایش می‌دهد، متمرکز شود. همچنین جهت تعمیم و توسعه برنامه‌های توسعه آموزش- کارآفرینی به مؤلفه‌هایی از جمله موارد فوق توجه ویژه شود.

پیشنهادها

در این بخش به ارائه راهکارهایی جهت حل مشکلات و آسیب‌های سیاست‌گذاری توسعه برنامه‌های آموزش کارآفرینی پرداخته می‌شود. این راهکارها و پیشنهادها

برخاسته از مطالعات مبانی نظری و اخذ نظرات ذینفعان این دسته از آموزشها (از طریق پرسشنامه) است. این مقاله افزون بر این که شکاف نظری سیاست گذاری و توسعه برنامه‌های آموزش کارآفرینی را پر می‌کند، می‌تواند کاربردهایی برای نظام آموزش عالی داشته باشد.

نخست اینکه نتایج این پژوهش نقش و اهمیت توجه و ارتقاء سیاست گذرای و مولفه‌های آموزشی را برای مدیران به عنوان یکی از مؤثرترین عناصر در توسعه برنامه‌های آموزش کارآفرینی برجسته می‌کند.

دوم اینکه این پژوهش به مدیران نظام آموزش عالی و سازمان‌های خط مشی گذار در زمینه کارآفرینی نشان می‌دهد برای موفقیت در کارآفرینی، باید با نگاه نظام مند و سیستمی از کلیه فرایندهای توجه به منابع انسانی و ارتقای برنامه‌های آموزشی آنان پشتیبانی کنند.

و آخر اینکه با توجه به یافته‌های این تحقیق ضرورت دارد، برنامه‌های آموزشی مقاطع تحصیلی مختلف با هدف پرورش مهارت‌های کارآفرینی دانشجویان در زمینه برنامه‌ی اجراء، محتوای دوره و ارزشیابی مورد بازنگری قرار گیرد. به رغم اهمیت نتایج به دست آمده، جامعه آماری استفاده شده در این پژوهش تنها یکی از دانشگاه‌های متولی در زمینه آموزش کارآفرینی است. پیشنهاد می‌شود، در سایر دانشگاه‌ها تحقیق در زمینه برنامه‌های آموزش کارآفرینی انجام شود. جمع‌آوری داده‌ها توسط پرسشنامه انجام شده است، از این رو پیشنهاد می‌شود از روش‌های دیگری مانند مشاهده، مصاحبه و تحلیل محتوا در کنار روش پرسشنامه استفاده شود.

منابع:

- آراسته، حمید (1382)، کارآفرینی و آموزش عالی: اصول و موانع. مجله رهیافت، شماره 29، (13-5).
- احمد پوردریانی، محمود (1389)، دایره المعارف کارآفرینی، تهران: بنیاد دانشنامه‌نگاری ایران، مؤسسه کار و تأمین اجتماعی.
- الوانی، سید مهدی و دیگران (1390)، ختمش‌گذاری در نظام آموزش کارآفرینی در ایران، ماهنامه کار و جامعه، شماره 140، (4-29).
- ایمانی، محمدتقی (1388)، آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها (چهارچوبی برای برنامه ریزی، اجراء و ارزیابی برنامه‌های کارآفرینی)، فصلنامه تحقیقات مدیریت آموزشی، شماره اول، ص 27-49.
- حاجی‌میررحیمی، سیدداود و مخبر، عبدالله (1388)، آموزش کارآفرینی و توسعه آن در نظام آموزش عالی علمی-کاربردی کشاورزی، فصلنامه علمی و پژوهشی مدیریت آموزش جهاد کشاورزی، شماره 9، (71-84).
- حجازی، اسد (1391)، بررسی رابطه ویژگی‌های گرایش کارآفرینانه با کارآفرینی، فصلنامه علمی-پژوهشی رهپویه هنر، دوره سوم، شماره 22.
- جهانگیری، علی (1384)، طراحی و تبیین الگوی کارآفرینی در سازمانهای دولتی، رساله دکتری، تهران: دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن.
- خسروی پور، بهرام و همکاران (1386)، شناسایی و تحلیل مؤلفه‌های آموزشی مؤثر بر توانمندی کارآفرینانه دانشجویان مراکز آموزش عالی علمی-کاربردی کشاورزی، مجله علوم کشاورزی، ویژه اقتصاد و توسعه، شماره 2-38، ص 207-217.
- دیده‌بان جهانی کارآفرینی ایران (1387-1388)، ارزیابی فعالیتهای کارآفرینانه در ایران بر اساس جی.ای.ام، نتایج برنامه 2008 و 2009، تهران: دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران.
- سند قانون برنامه پنجساله پنجم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران (1394-1390).
- شرفی، محمد، مقدم مینا (1391)، برنامه درس آموزش کارآفرینی: هدف، محتوا، روش تدریس و شیوه ارزشیابی، فصلنامه ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، سال اول شماره 4.
- عزیزی، محمد (1388)، بررسی وضعیت آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌های دولتی شهر تهران و ارایه الگوی آموزش کارآفرینی، رساله دکتری در مدیریت آموزش عالی، تهران: دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه شهید بهشتی.

- کوثری، مریم و نوروززاده، رضا (1388)، تبیین ویژگی‌های عناصر چهارگانه برنامه درسی مقطع کارشناسی با تأکید بر پرورش مهارت‌های کارآفرینی، فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، شماره 54، ص 1-18.
- کوراتکو، داند اف و هاجتس، ریچاردام (1383)، نگرشی معاصر بر کارآفرینی، ترجمه: عامل‌محرابی، ابراهیم، مشهد: انتشارات دانشگاه فردوسی.
- مقیمی، سیدمحمد و دیگران (1390)، ارزیابی پیش‌برندگی سیاست‌های کلان و خرد توسعه کارآفرینی کشور، فصلنامه مدیریت بازرگانی، دوره 3، شماره 8.
- مؤسسه آموزش عالی علمی-کاربردی شهید زمانپور (1381)، آموزش‌های عالی علمی-کاربردی در وزارت جهاد کشاورزی، اهداف، ضرورت‌ها، برنامه‌ها و گزارش از فعالیت تحقیقات و آموزش کشاورزی.
- میرعرب، رضا (1388)، بررسی رایج آموزش برنامه درسی آموزش کارآفرینی در رشته علوم-تربیتی، فصلنامه توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره 3.
- هیستریج، رابرت‌دی، پیترز، پی‌مایکل (2003)، کارآفرینی، ترجمه فیض‌بخش و تقی‌یاری، تهران: مؤسسه علمی انتشارات دانشگاه صنعتی شریف.

- Aldrich, H., T. P. Jones and D. Mcevoy (2005), "Ethnic Advantage and Minority Business Development", in Ward, R., Jenkins, R. (Eds), *Ethnic Business*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Cho, B. (1998), Study of the effective entrepreneurship education method and its process. *Business Education Research*, 2(1):27-47.
- Clark, B. R. (2004), "The Entrepreneurship University Demand and Response: Theory and Practice"; *Tertiary Education Management*, Vol. 22, Spring.
- Etzkowitz, H. (2005), The Evolution of the Entrepreneurship University. *Int. J. Technology and Globalisation*, 1 (1), 64-77.
- Gartner, W. & Vesper, K. (1994), Experiments in entrepreneurship education: Success and failures. *Journal of Business Venturing*. 9(3), 179-181.
- Gibb, A. (2002), In pursuit of a new 'enterprise' and 'entrepreneurship' paradigm for learning creative destruction, new values, new ways of

- doing things and new combination of knowledge. *International Journal of Management Reviews*. 4(3),233-269.
- Hejazi, Asad (2013), *Entrepreneurship Education in Higher Education: Trends and Challenges*, The first international conference on: Skill Training & Employment (ICSTE), Tehran-Iran.
 - Henry, C. and et al (2003), "Entrepreneurship education and training: can entrepreneurship be taught? Part I" *Education Training* Vol. 47 No.2, pp.98-111
 - Henry, C. and et al (2005), "Entrepreneurship education and training: can entrepreneurship be taught? Part II", *Education Training*, Vol. 47 No. 3, pp. 158-169.
 - Hills, G.E (1988), *Variations in university entrepreneurship education: An empirical study of an evolving field*. *Journal of Business Venturing*,3, 109-122.
 - Hisrich, Robert B. Michael p. peters(2002), *Entrepreneurship*, Tata McGraw Hill publishing company limited.
 - Jack, S.L. and Anderson A.R. (1998), *Entrepreneurship Education within the Condition of Entreprenology*, *Proceedings of the enterprise and learning conference*,Aberdeen,1998.
 - Kriesner, W. F. (1998), "Small Business Course Content, Training and Other Critical Factors in the Success of Small Business Training Courses"; Montreal, Canada, Paper Presented to the 30th Annual World Conference of the International Council for Small Business, No. June.
 - Kuratko, D.F. (2005), *the emergence of entrepreneurship education: Development trends and challenges*. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), 577-598.
 - McMullan, W.E. & Long, W.A. (1994), *Entrepreneurship Education in The nineties*. *Journal of Business Venturing*. 2, 261- 275.
 - Rizza, C. & Varum,. C (2011), *Directions in Entrepreneurship Education in Europe*, XX Journadas de la Asociacion de Economia de la Education.
 - Ropke,. J (1998), *The Entrepreneurship University: Innovation, Academic Knowledge Cretion and Regional Development in a*

globalization Economy Department of Economics, Philipps, Universitat Marbury, Germany.

- Solomon, G. & Fernald Jr., L. (1991), Trends in small business management and entrepreneurship education in the United States. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15, 25-39.
- Statistical Year – book of Iran (2006), Statistical Council Secretariat, Statistical Center of Iran: Tehran (in Persian).
- Vesper, k (1993), *Entrepreneurship education*, losangeles, entrepreneurial studies center, UCLA, A.N 4

Archive of SID