

برنامه درسی آموزش کارآفرینی: هدف، محتوا، روش تدریس و شیوه ارزشیابی

1 سعید مذبحی

2 محمد شرفی

3 مینا مقدم

تاریخ دریافت: 90/10/18 تاریخ پذیرش: 91/2/10

چکیده

نیاز به ابداع و خلاقیت در تمامی حوزه‌های کسب و کار، کارآفرینی را به یک ضرورت جهانی بدل نموده، در این راستا نظام آموزش عالی کلیدی‌ترین نقش را داراست. در این تحقیق با مطالعه ادبیات مرتبط با کارآفرینی در نظام‌های آموزش عالی سعی گردیده تا به طور اساسی به این پرسش‌ها پاسخ داده شود: 1- آیا کارآفرینی قابل آموزش است؟ 2- دلایل موافقان و مخالفان آموزش کارآفرینی در هر یک از بخش‌های فوق، اعم از قابل آموزش و غیرقابل آموزش چیست؟ 3- در صورتی که کارآفرینی قابل آموزش است چه جنبه‌های یا بخش‌های از آن قابل آموزش است؟ 4- اهداف و محتوای آموزش کارآفرینی چه باید باشد؟ و روش‌ها و شیوه‌های آموزشی موردنیاز برای تحقق آموزش اثربخش کارآفرینی کدامند؟ 5- شیوه‌های ارزشیابی آموزش کارآفرینی و چالش‌های مرتبط با آن کدامند؟ همچنین در نهایت وضعیت موجود آموزش کارآفرینی در ایران مورد بررسی قرار گرفته، پیشنهادهای مبتنی یافته‌های پژوهش جهت بهبود اثربخشی و کارآیی آموزش کارآفرینی در ایران ارائه شده است.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، آموزش عالی، آموزش کارآفرینی، برنامه درسی، ایران.

1- دانشجوی دکتری مطالعات برنامه درسی دانشگاه علامه طباطبایی smazbohi@gamil.com

2- دانشجوی دکتری مدیریت آموزش عالی دانشگاه علامه طباطبایی (نویسنده مسئول) Msharafi93@gmail.com

3- کارشناسی ارشد برنامه ریزی درسی دانشگاه شاهد mm5760@gmail.com

مقدمه

«طی دهه‌های گذشته آمار بیکاری در سراسر جهان با افزایش روبرو بوده است. افراد جوان به ویژه با مشکل ورود به بازار کار مواجه شده‌اند. یکی از دلایل آن فقدان تجربه کاری این افراد است. بر طبق نظر هوسین و همکاران آموزش نمی‌تواند مانع بیکاری افراد شود و بسیاری از فارغ‌التحصیلان دانشگاهی قادر به یافتن شغل نمی‌باشند» (حسین و همکاران، 1387: 584). «به‌منظور رفع این معضل، سیاست‌گذاران پیشنهاد کردند که افراد باید به خود اشتغالی بپردازند. لذا برخی از دانشگاه‌ها به‌منظور رفع این معضل شروع به ارائه دوره‌های آموزش کارآفرینی کردند (آدجی مولا¹ و اولفان میلایو²، 2009: 82). بنابراین تأکید و توجه به کارآفرینی از آمریکا شروع و به کشورهای اروپایی، آسیا، اقیانوسیه و آفریقا گسترش یافت. رضائیان از قول تفت³ کارآفرینی را این‌گونه تعریف می‌کند «فراگرد شکار فرصت‌ها به وسیله افراد (به طور انفرادی یا در سازمان‌ها) بدون درنظر گرفتن منابع موجود در اختیار آنها» (رضائیان، 1385: 66). «تحقیقات صورت گرفته راجع به کارآفرینی بشتر به موضوعاتی از قبیل کسب و کارهای کوچک، ویژگی‌های کارآفرینان، رفتار و مهارت‌های کارآفرینانه، کارآفرینی سازمانی و مستقل پرداخته و کمتر به موضوع برنامه‌درسی کارآفرینی، اهداف، محتوا و شیوه‌های تدریس کارآفرینی پرداخته‌اند» (احمدزاده، 1385). در این تحقیق ما برآنیم تا در بخش اول با بررسی پیشینه، مفهوم کارآفرینی، بررسی دیدگاه‌ها و تعاریف مختلف در زمینه کارآفرینی شناختی جامع از کارآفرینی فراهم نماییم. در ادامه در جستجوی پاسخ به این سؤال که آیا کارآفرینی قابل آموزش است؟ سعی شده تا براساس شناخت به دست آمده از بررسی پیشینه و مفهوم کارآفرینی به این سؤال پاسخ داده شود برنامه درسی کارآفرینی باید دربردارنده چه اهداف، محتوا، شیوه‌های تدریس و ارزشیابی آموزش کارآفرینی کدامند؟ و در نهایت در بخش پایانی شیوه‌ها و فنون مورد استفاده در نظام آموزش عالی ایران برای آموزش

1. Adejimola
2. Olufunmilayo
3. Sheila Tefft

کارآفرینی مورد بررسی قرار می‌گیرد و تلاش می‌شود تا براساس دیدگاه‌ها حاصل از پاسخ به سؤال‌های اول و دوم این پژوهش چالش‌ها و زمینه‌های بهبود کیفیت آموزش کارآفرینی در ایران مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرد.

آیا کارآفرینی قابل آموزش است؟

«واژه کارآفرینی از ترجمه فرانسوی کلمه (آنتروپراندر)¹ به معنای «متعهد شدن» است که در زبان انگلیسی (انترپرنیر)² نیز گفته می‌شود. کارآفرینی در حدود دو دهه قبل به عنوان یک نیروی اقتصادی قابل بحث ظهور پیدا کرده، جهان تجربه کرده است» (کوراتکو³، 2005: 579)، آن‌گونه که یلی نیپا⁴ (2009)، استدلال می‌کند کارآفرینی از زمان کار شومپنتر (1934) به عنوان موتور محرکه توسعه و رشد اقتصادی مورد توجه قرار گرفته است. اصطلاح کارآفرین به کسی اطلاق می‌شود که متعهد می‌شود، مخاطره‌های یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل کند (کوراتکو و هودگت⁵، 2001: 45). بازرگان و جعفرزاده (1383)، کارآفرینی را فرایند ایجاد چیزی جدید و با ارزش که با صرف زمان و کوشش لازم و پذیرش ریسک‌های توأم مالی، روانی و اجتماعی و با دریافت پاداش‌های مالی و رضایت شخصی و استقلال عجین است، تعریف می‌کنند. ماسالوویا⁶ (2008)، در تحقیقی با عنوان آموزش کارآفرینی بررسی هدف‌ها و شیوه‌های تدریس به مطالعه تحقیقات صورت گرفته در زمینه کارآفرینی می‌پردازد. او در این تحقیق تعداد 108 مقاله را براساس تعاریف ارائه شده از کارآفرینی، هدف‌ها، شیوه‌های تدریس و شاخص‌های اثرگذار مورد بررسی قرار می‌دهد، نتایج تحقیق وی نشان می‌دهد که از 20 مقاله تحلیل شده در بُعد تعاریف کارآفرینی، عناصر کلیدی تعریف

1. Entreprenre

2. Entrepreneur

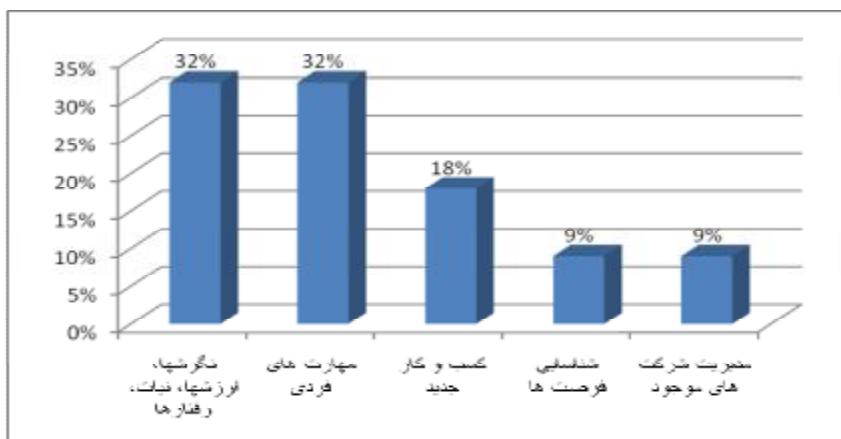
3. Kuratko

4. Ylinenpaa

5. Hodgetts

6. Mwasalwiba

کارآفرینی پنج بُعد می‌باشد که عبارتند از: 1- نگرش‌ها، ارزش‌ها، نیت و رفتارها 2- مهارت‌های فردی 3- کسب و کار جدید 4- شناسایی فرصت‌ها 5- مدیریت شرکت‌های موجود (نمودار 1).



نمودار 1. مفاهیم کلیدی تعاریف کارآفرینی در تحلیل محتوای 20 مقاله مرتبط با کارآفرینی (ماسولویا، 2008)

بیش از 50 سال است که کارآفرینی بخشی از برنامه درسی در مؤسسات آموزش عالی در آمریکای شمالی است. اولین دوره کارآفرینی در سال 1948 در دانشگاه هاروارد ارائه شد. امروزه آموزش کارآفرینی در بیشتر دانشگاه‌های ایالات متحده ارائه می‌شود و هر روز تقاضای دانشجویانی که تمایل دارند تا در دوره‌های کارآفرینی را برای برنامه‌ریزی کسب و کار، مدیریت فناوری و مالی بگذرانند، افزایش می‌یابد.

برای شناسایی اهداف، محتوا و شیوه تدریس کارآفرینی، ابتدا باید این موضوع مورد بررسی قرار گیرد که آیا کارآفرینی قابل آموزش است یا خیر؟ اگر قابل آموزش است چه بخش یا بخش‌هایی از کارآفرینی را می‌توان آموزش داد؟ بررسی ادبیات مرتبط با آموزش کارآفرینی بیانگر این است که این یک بحث قدیمی است که پاسخ آن هم بلی است و هم

خیر. در خصوص اینکه آیا کارآفرینی قابل آموزش است دیدگاه‌ها و نقطه‌نظرات متفاوتی وجود دارد برخی از محققان معتقدند که کارآفرینی قابل آموزش است مثل وسپر¹ (1993) و برخی دیگر همانند پیتر کلین². معتقدند که فقط برخی از جنبه‌های کارآفرینی قابل آموزش و یاددهی است» (کلین، 2006: 316). کوراتکو راجع به این سؤال که آیا می‌توان کارآفرینی را تدریس کرد این‌گونه پاسخ می‌دهد که این سؤال مطلق است، تدریس چه چیزی؟ و بیان می‌دارد که به نظر می‌رسد محتوای بیشتر برنامه‌های درسی کارآفرینی از دید افرادی چون شومیتز، نایت، کریزنر و شولتز مغفول مانده است» (همان: 318). پیتر کلین در خصوص همین سؤال که آیا می‌توان کارآفرینی را آموزش داد؟ این‌گونه پاسخ می‌دهد که برخی از جنبه‌های کارکردی و فرایندی کارآفرینی را می‌توان آموزش داد اما بسیاری از جنبه‌های آن قابل آموزش نیست. شولتز یکی از نظریه‌پردازان سرمایه انسانی معتقد است که توانایی کارآفرینی را به عنوان شکلی از سرمایه انسانی در نظر می‌گیرد که مشابه دیگر اشکال سرمایه انسانی این توانایی می‌تواند از طریق آموزش، تعلیم، تجربه و مراقبت‌های بهداشتی و مشابه آن افزایش یابد. همین طور استوارت میر به نقل از برون³ (1999) این عقیده را بیان می‌کند که من نمی‌توانم به دانشجویان ویژگی‌های شخصیتی ضروری برای ریسک کردن را آموزش دهم اما قادرم به آنها آموزش دهم تا ریسک‌هایشان را تجزیه و تحلیل کنند و در انتخاب‌هایشان به صورت تحلیلی عمل نمایند و از اشتباهات گذشته درس بیاموزند. جک⁴ و اندرسون⁵ (1998) معتقدند تدریس کارآفرینی یک معما است چرا که فرایند کارآفرینی واقعی هم در برگیرنده علم است و هنر. بخش علم آن شامل مدیریت، کسب و کار، مهارت‌های کارکردی است که با استفاده از رویکردهای پداگوژیکی سنتی قابل آموزش است اما بخش هنر آن که با ویژگی‌های خلاقیت

1. vesper
2. Peter G.Klein
3. Brown
4. Jack
5. Anderson

و نوآوری مرتبط است. از این طریق این رویکردها قابل آموزش نیست. شپرد¹ و داگلاس² (1996) نیز از تدریس عناصر هنر و علم حمایت کرده‌اند. آنها معتقدند که روحیه کارآفرینی نیاز مند بیدار کردن و تقویت کردن در افراد است. همچنین هنری³ و همکاران (2005)، معتقدند که علی‌رغم گسترش دوره‌ها و برنامه‌های آموزش کارآفرینی توافق کمی وجود دارد که تمامی جنبه‌های کارآفرینی قابل آموزش است و ملاحظات در خصوص علم و هنر کارآفرینی نشان دهنده توافق اندکی است که بتوان برخی از جنبه‌های کارآفرینی را تدریس کرد.

از دیگر سو چو (1998) معتقد است که آموزش کارآفرینی انگیزش، دانش و مهارت لازم را برای راه اندازی 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» (لی و پترسون، 2000). برای مثال دانشجویان در آمریکا از قبل با کارآفرینی، آشنایی کامل پیدا کرده‌اند در حالی که در ژاپن مقامات دولتی اعلام کردند که برنامه ارائه آموزش کارآفرینی برای اولین بار برای دانشجویان از ژانویه 2001 م. ارائه می‌گردد.

همین‌طور در گُره تنها تعداد کمی از دانشگاه‌ها کارآفرینی را به عنوان یک رشته مطالعاتی تدوین نموده‌اند. بسیاری از دانشگاه‌ها و دانشکده‌ها در گُره دوره‌های آموزشی مرتبط با کارآفرینی را به عنوان بخشی از الزامات تکمیل آموزش‌های عمومی به جای یک حیطه خاص، ارائه می‌دهد.

بررسی صورت گرفته بر روی 249 نفر از مالکان کسب و کار توسط کایزنر (1990) به منظور شناسایی ویژگی‌های کارآفرینان حکایت از آن دارد که ویژگی‌های کارآفرینان به ترتیب اهمیت از کم به زیاد عبارتند از انرژی، پشتکار، تلاش، جاه‌طلبی، دانش رشته‌ای، درستی و اخلاق، توانایی کار با مردم، خود کنترلی، توانایی تفویض اختیار، استقلال، خلاقیت، حمایت

1. Shepherd
2. Douglas
3. Henry

نزدیکان و خانواده، سلامتی کامل، ستیزه جویی، نوآوری، هوشیاری، سرسختی، نیاز به کنترل حوادث، ظاهری جذاب، نیاز به استقلال، نیاز به اثبات کردن خودشان، تمایل قوی به دارایی و ثروت، تمایل قوی به قدرت، عزت نفس قوی.

تحقیق پلاتنر¹ و همکاران (2009) در مورد اینکه آیا دانشجویان دانشگاه‌ها از منظر روان‌شناسی آمادگی کارآفرینی را دارند در یک مطالعه موردی در بوتسوانا بر روی 349 نفر از دانشجویان لیسانس نشان می‌دهد که تنها 8 نفر از این تعداد، خود اشتغالی را به عنوان حرفه خود در آینده برگزیده‌اند و بیشتر افراد فاقد خودانگاره مثبت بودند و اعتقاد داشتند که حرفه آنها به ارتباطاتشان با افراد شایسته، شانس و دولت بستگی دارد (مرکز کنترل بیرونی). و دانشجویان معتقدند که اگر در آینده موفق نشوند که کاری را بر عهده بگیرند دولت را مقصر می‌دانند (اسناد علی)، بنابراین پیشنهاد می‌کند که دوره‌های آموزشی دانشگاهی نه تنها باید دانشجویان را از منظر علمی و آکادمیکی بلکه از منظر روانی پرورش دهد تا آنها را قادر سازد در حیطه کارآفرینی نیز موفق باشند.

مطالعه انجام شده توسط کارلسون (1994)، بیانگر تأثیر آموزش بر کارآفرینی است. کارول نیز در مطالعه از کارآفرینان شرکتی متوجه همبستگی بین اندازه شرکت افراد و سطح آموزش آنها شد. بررسی‌های صورت گرفته توسط محققان دیگر از جمله گارنیر، 1973؛ داگلاس، 1976؛ سنگر، 1997؛ مک مولان و گیلین، 1998؛ چارنی و لیبی کیپ، 2000 نیز بیانگر تأثیر آموزش بر کارآفرینی افراد است که در جدول ذیل (جدول 1) به تفکیک ارائه شده است.

1. Plattner

جدول 1. تحقیقات انجام شده در مورد تأثیر آموزش بر کارآفرینی

| نتایج پژوهش | محقق |
|--|--------------------------------------|
| آموزش کارآفرینی منجر به افزایش آگاهی کارآفرینی، نگرش مثبت به مدرسه و یادگیری می‌شود. | کارلسون ¹ (1994) |
| همبستگی بین اندازه شرکت و سطح آموزش افراد وجود دارد. | کارول ² (1965) |
| کارآفرینان بیشتر آموزش دیده گرایش به استفاده از تکنیک‌های کنترل بیشتر دارند و این با نتایج عملکرد مثبت در کسب و کارهای کوچک و متوسط مرتبط است. | دی آمبویس ³ (1974) |
| 87% از فارغ التحصیلان کارآفرینی شروع به کسب و کار کرده‌اند. | مک مولان و گیلین ⁴ (1998) |
| شرکت‌های کوچک که فارغ التحصیلان کارآفرینی را استخدام کرده‌اند فروش بیشتر از شرکت‌هایی که افراد غیر کارآفرین را استخدام کرده‌اند، داشته‌اند. | چارنی و لیب کیپ ⁵ (2000) |
| آموزش حل مسئله خلاق با مهارت شناخت فرصت‌ها رابطه دارد و تأثیر مثبتی بر نگرش‌های مرتبط با تفکر واگرا دارد. | ادوارد لیچ ⁶ (2008) |

برنامه درسی آموزش کارآفرینی

برنامه درسی کارآفرینی از نظر ماهیت باید مبتنی بر رویکرد چندرشته‌ای⁷ باشد. این برنامه باید قواعد پیچیدگی علوم را نشان دهد و همان‌گونه که افراد دارای استعدادها، انگیزه‌ها و هویت‌های پیچیده‌اند این برنامه باید نیازهای متنوع آنها را مرتفع نماید (لوسزکیو⁸، 2008: 70). برنامه درسی کارآفرینی باید دارای پنج بُعد (ایی) باشد: محیط⁹، اقتصاد¹⁰، کارآفرینان¹¹،

1. Carlson
2. Carroll
3. D'Amboise
4. McMullan and Gillin
5. Charney and Libecap
6. Edward Leach
7. Multidisciplinary
8. Luczkiw
9. Environment
10. Economy
11. Entrepreneurs

شرکت¹ (بنگاه) و پیچیدگی². در خصوص محیط، به بررسی این موضوع می‌پردازد که محیط چگونه بر رفتار جوامع و افراد اثر می‌گذارد. در زمینه اقتصاد، منعکس کننده استراتژی‌های است برای موفقیت در این محیط مورد نیاز است. در بخش کارآفرینان، فراگیران با افراد کارآفرین جامعه خود مصاحبه می‌کنند و از این طریق ذهنیت و آمادگی کارآفرینی کسب می‌نمایند و با دشواری‌ها و فرصت‌های شروع کسب و کار در جامعه خود آشنا می‌شوند. در رابطه با شرکت یا بنگاه؛ فراگیران از طریق تحلیل محیط، اقتصاد و کارآفرینان چارچوبی برای طراحی یک واحد بنگاه فراهم می‌کنند و بخش پنجم یعنی پیچیدگی نشان دهنده پیچیدگی عمل کارآفرینی و تأثیر متغیرهای مختلف بر کارآفرینی است (همان: 94).

لوسزکیو (2008) برنامه درسی کارآفرینی ارائه می‌دهد که چارچوب یادگیری در آن شامل سه حیطه است: یادگیری درباره کارآفرینی، یادگیری برای کارآفرینی و یادگیری از طریق کارآفرینی. این برنامه یادگیری مبتنی بر محیط جامعه است که مهارت‌های کارآفرینی را تقویت می‌نماید و قابلیت اجرا در سطح مدارس و دانشگاه را دارد و مبنای یادگیری در این برنامه انجام دادن است و شالوده این برنامه جامعه است. بدین معنی که کارآفرینی از طریق خلق فرصت و شبکه سازی با کارآفرینان و افراد حرفه‌ای در جامعه صورت می‌گیرد. فلسفه برنامه این است که کارآفرینی حاصل درونی فرد است نه ایده‌های کسب و کار و ایجاد شخصیت کارآفرین نیازمند رویکرد فردی است و این مهم است که افراد ماهیت فعالیت کارآفرینی خودشان را از طریق نوآوری، خود اشتغالی و یا مالکیت کسب و کارهای کوچک کشف نمایند بنابراین برنامه درسی کارآفرینی باید توجه به ویژگی‌های شخصیتی افراد و ویژگی‌های فرهنگی اجتماعی جامعه تدوین شود. همچنین شبکه‌ها نقش مهمی در زندگی کارآفرینان دارند. کارآفرینان جدید نیازمند کمک دیگر افراد مشابه می‌باشد شبکه‌ها کمک می‌کنند تا از موفقیت شرکت یا فعالیت شان اطمینان حاصل کنند. در ذیل مهم‌ترین ویژگی‌های برنامه درسی

-
1. Enterprise
 2. Entreprenplexity

کارآفرینی شامل ابعاد هدف، محتوا، روش تدریس و شیوه ارزشیابی به تفکیک مورد بررسی قرار می‌گیرد:

الف - اهداف

هدف از فعالتهای کارآفرینی و پرورش کارآفرینان چیست؟ آیا هدف آن افزایش آگاهی کارآفرینی است که در آینده باید بهره دهد؟ آیا ایجاد شغل است یا برای تأثیرگذاری بر رفتار و احساس خود کارآمدی و اعتماد به نفس طراحی می‌شود؟ طراحان برنامه‌های درسی معتقدند باید هدف‌های برنامه را به طور خاص مشخص نمایند و همچنین معیارهای سنجش و قضاوت در مورد آنها را تعیین نمایند. اریکلا (2000) معتقد است هدف کارآفرینی، آموزش دانشجویان برای خلاقیت بیشتر، نوآوری بیشتر و سودمندی بیشتر است. گارتنر و وسپر (1994) استدلال می‌کنند که ورود به یک کسب و کار به طور اساسی با مدیریت آن متفاوت است. آموزش کارآفرینی باید ماهیت مبهم ورود به کسب و کار را روشن کند (سکستون¹، آپتون²، 1987؛ ون کلوز³، 1990). هدف اساسی هر برنامه آموزش کارآفرینی باید ارتقاء شناخت فرصت‌ها باشد، دانشجویان باید درباره توانمندی‌های حرفه‌ای خود به عنوان کارآفرین یاد بگیرند (کنت⁴، 1990). دوره‌های کارآفرینی باید کنشی و عملی⁵ باشد و محیطی را ایجاد کند که دانشجویان در آن از طریق تجربه فراگیرند (رابیر، 1990). ایویز (2011) به نقل از کروگر (2007) بیان می‌کند که پشت هر اقدام کارآفرینی نیت کارآفرینی وجود دارد، پشت نیت کارآفرینی نگرش‌های شناخته شده کارآفرینی وجود دارد، پشت نگرش‌های کارآفرینی ساختار عمیق شناختی وجود دارد و پشت ساختار شناختی عمیق، عقاید عمیق وجود دارد، بنابراین ما نیازمند درک بهتر عقاید، انگیزه‌ها، نگرش‌ها و ساختارهای شناختی هستیم که

-
1. Sexton
 2. Upton
 3. Van Clouse
 4. Kent
 5. hands-on

محرك شروع كسب و كارهاى كارآفرينى مى‌باشند و اينكه بدانيم چگونه مى‌توان از طريق آموزش، بر عقايد افراد تأثير گذاشت؟

گاروان و اسنيد شش برنامه آموزشى را در پنج كشور اروپايى بررسى كردند و مهم‌ترين اهداف نقل شده از آنها را به شرح زير ارائه دادند (كلتى¹ و همكاران، 2009):

- تعيين، شناخت و تحريك جريان كارآفرينانه، استعدادها و مهارت‌ها؛
- خنثى كردن انحراف خطر ساز تحليل‌هاى تكنيكي؛
- ايجاد همدملى و حمايت از همه جوانب منحصر به فرد كارآفرينى؛
- ايجاد نگرش براى تحول.

بررسى صورت گرفته توسط يدالهى و ميرعرب رضى (1388) با عنوان بررسى ارايه برنامه درسى آموزش كارآفرينى در رشته علوم تربيتى، بيانگر اين است كه مهم‌ترين اهداف آموزش كارآفرينى از منظر صاحب‌نظران به ترتيب اولويت عبارت است از: آشنايى دانشجويان با مهارت‌هاى كسب و كار، آشنايى دانشجويان با تدوين طرح كسب و كار و آشنايى با نقش‌هاى كارآفرينان.

مقيمى و داريانى (1388)، مهم‌ترين اهداف آموزش رشته كارآفرينى را به شرح ذيل بر مى‌شمرند:

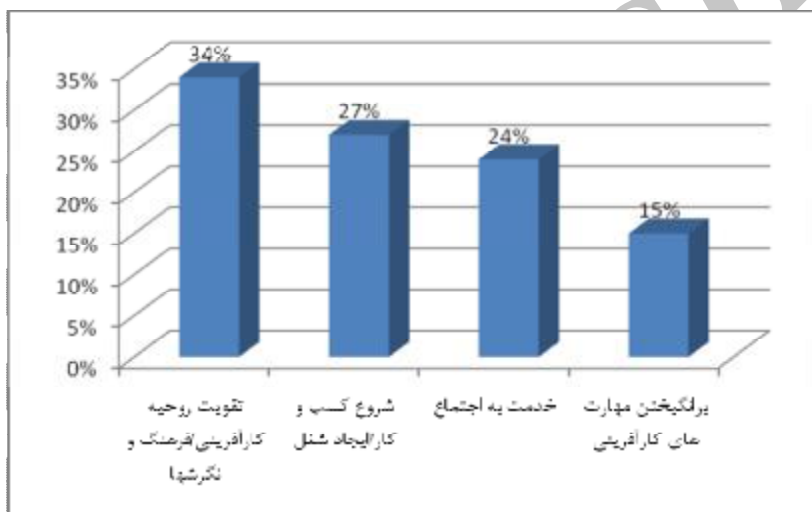
- كسب دانش مربوط به كارآفرينى؛
- كسب مهارت در استفاده از فنون تحليل فرصت‌هاى اقتصادى و تركيب برنامه‌هاى عملياتى؛
- شناسايى و تحريك استعدادها و مهارت‌هاى كارآفرينانه؛
- القاي مخاطره پذيرى با استفاده از فنون تحليلى؛
- ايجاد همدملى و حمايت براى جنبه‌هاى منحصر به فرد كارآفرينى؛

1. Colette

- تشویق و ترغیب کسب و کارهای جدید و سایر کسب و کارهای مخاطره‌آمیز کار آفرینان؛

- سوق دادن نگرش‌ها به سمت تغییر.

مطالعه ماسالویا (2008)، براساس تحلیل محتوای 20 مقاله مرتبط با اهداف کارآفرینی نشان می‌دهد که مهم‌ترین اهداف کارآفرینی به ترتیب اهمیت عبارت است از: تقویت روحیه کارآفرینی، شروع کسب و کار، خدمت به اجتماع و برانگیختن مهارت‌های کارآفرینی.



نمودار 2. مهم‌ترین اهداف آموزش کارآفرینی (ماسالویا، 2008)

بنابراین هدف آموزش کارآفرینی باید آماده کردن فرد برای ورود به دنیای واقعی کارآفرینی باشد.

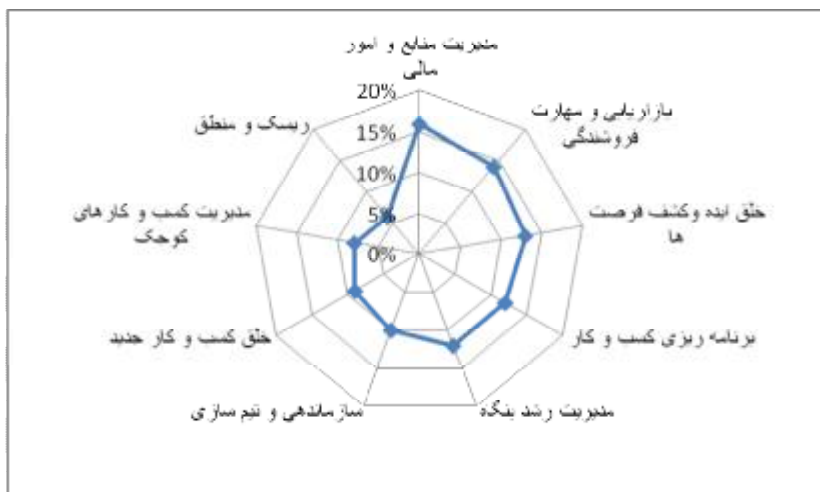
ب- محتوای آموزش کارآفرینی

برای اینکه افراد سهم خودشان را در اقتصاد و جامعه به عنوان کل درک کنند در وهله اول آنها نیاز دارند تا درباره کارآفرینی و همین‌طور درباره خودشان یاد بگیرند و این اولین گام برای

کشف است. لوسزکیو (2008) محتوای و مراحل آموزش کارآفرینی را به دو گام تقسیم می‌کند: گام اول: خصوصیت‌های کارآفرینی و مهارت‌های پروژه شامل مدیریت پروژه، کارآفرینی درونی، نوآوری، بازاریابی و ارتباطات. گام دوم: مهارت‌های کسب و کار و کارآفرینی شامل رهبری، شبکه سازی، برنامه ریزی اقتصادی و برنامه ریزی استراتژیک بنگاه. بررسی صورت گرفته توسط سولومون (2008)، در بین 279 نفر از دانشجویان دانشگاه‌های و کالج‌های آمریکا در سال تحصیلی 2004 - 2005 م. مبنی بر اینکه چه دروسی در دانشگاه بیشتر ارائه می‌شود، نشان می‌دهد 53 درصد افراد درس کارآفرینی، 36 درصد مدیریت کسب و کارهای کوچک و 30 درصد خلق کسب و کار جدید را انتخاب کرده‌اند.

مطالعه تیمونز¹ و استونسون² (1985) بر روی 60 نفر از کارآفرینان موفق در مورد اینکه چه مهارت‌ها، مفاهیم و نگرش‌های مهم هستند که کارآفرینان باید فراگیرند، نشان می‌دهد که 72 درصد از پاسخگویان اذعان کرده‌اند اخلاق می‌تواند و باید به عنوان بخشی از برنامه درسی، تدریس شود. رفتار اخلاقی، هسته اصلی موفقیت طولانی مدت در کسب و کار است. همچنین در مورد اینکه آیا کارآفرینی قابل آموزش است به روشنی اذعان کرده‌اند که کارآفرینی به عنوان یک تجربه یادگیری دائمی است و برخی می‌توانند در مدارس فراگیرند و برخی نمی‌توانند اما در مورد این امر که بایستی تجربه را با آموزش رسمی ترکیب کرد، توافق داشته‌اند. مطالعه ماسالویا (2008)، براساس تحلیل محتوای 20 مقاله مرتبط با کارآفرینی نشان می‌دهد که مهم‌ترین موضوعاتی که در برنامه‌های درسی آموزش کارآفرینی تدریس می‌شود 9 موضوع می‌باشد که به ترتیب عبارتند از: مدیریت منابع و امور مالی، بازاریابی و مهارت فروشندگی، خلق ایده و کشف فرصت‌ها، برنامه‌ریزی کسب و کار، مدیریت رشد بنگاه، سازماندهی و تیم‌سازی، خلق کسب و کار جدید، مدیریت کسب و کارهای کوچک و ریسک و منطق (نمودار 3).

1. Timmons
2. Stevenson



نمودار 3. مهم‌ترین موضوعات آموزش کارآفرینی (ماسالویا، 2008)

در اجرای آموزش کارآفرینی این نکته حایز اهمیت است که بایستی دوره آموزشی حاوی ویژگی‌های خاصی باشد. سازمان‌های مختلف شامل بنیاد ملی تدریس کارآفرینی¹، بنیاد کافمن² و کنسرسیوم آموزش کارآفرینی³ برنامه‌های آموزشی برای آموزش اثربخش کارآفرینی ارائه داده‌اند. این مؤسسات معتقدند دوره‌های کسب و کار پایه با فصلی بخشی کمی از محتوا برنامه درسی تحت عنوان کارآفرینی برای القا کردن روحیه کارآفرینی در دانشجویان کافی نیست، دوره‌های آموزشی می‌بایست دربردارنده ویژگی‌هایی از قبیل انگیزه، علاقه و الهام بخشی به افراد جوان باشد (رابیر⁴، 1990).

1. National Foundation for Teaching Entrepreneurship
2. Kauffman Foundation
3. Consortium for Entrepreneurship Education
4. Rabbior

کیی¹ (2003)، معتقد است تجارب یادگیری هر یک از کارآفرینان متفاوت است محتوای یادگیری را می‌توان به پنج بُعد خلاصه کرد:

- یادگیری درباره خود: درک ضعف‌ها و قوت‌های شخصی، نیازهای فردی و خانوادگی، حیطه‌های توسعه فردی، علایق و انگیزه‌های فردی؛

- یادگیری درباره کسب و کار: درک ضعف‌های و قوت‌های کسب و کار، فرصت‌ها و تهدیدها، نیازهای درونی کسب و کار، الزامات رشد، مدیریت کارکنان و رهبری آینده؛

- یادگیری درباره محیط و شبکه‌های کارآفرینی: یادگیری چگونگی مدیریت ارتباطات مشتریان بالقوه و موجود، عرضه‌کنندگان و رقبا. گسترش و توسعه ارتباطات با آژانس‌های حمایتی و خدمات پشتیبانی؛

- یادگیری درباره مدیریت کسب و کار: یادگیری درباره چگونگی راه‌اندازی و کنترل مؤثر کسب و کار؛

- یادگیری درباره ماهیت مدیریت ارتباطات: درک منابع درونی و بیرونی ارتباطات؛

محیط‌های کسب و کار دنیای مدرن از فعالیت‌های یادگیری انتظار دارند تا بر توسعه مهارت‌های فردی از قبیل خودمدیریتی، مهارت‌های شنیداری، تشویق به کوشش و تلاش، مقابله با شکست‌ها، مهارت‌های تحلیل انتقادی، مهارت‌های حل مسئله، تفکر سیستمی، برنامه ریزی و سازماندهی، مهارت‌های تصمیم‌گیری، مهارت‌ها مدیریت تغییر، ابهام، صبر و تحمل، مقابله با ناامیدی، همکاری با افراد مختلف با پیشینه فرهنگی متفاوت، کار گروهی و مهارت‌های ارائه تمرکز نمایند (گلف، 2004؛ شوتیک²، 1997؛ استیفنسون³، 1997؛ وایتلی⁴، 1999؛ ویلد⁵، 2004).

1. Cope
2. Shotick
3. Stephenson
4. Wheatley
5. Wilde

مهم‌ترین موضوع در خصوص آموزش کارآفرینی این است که یادگیری و آموزش باید مبتنی بر توسعه مهارت‌ها برای اقتصاد جدید باشد. به عبارت دیگر تفکر درباره آینده. مهارت‌های مدیریتی که بسیار مورد تقاضا است و آموزش‌های کارآفرینی باید به آن بپردازند عبارتند از:

- توانایی مشارکت در توسعه راهبردی سازمان؛
- توانایی نگاه به مسایل مدیریت با دیدگاه وسیع شامل ظرفیت دیدن مسایل با توجه به زمینه آنها و ارتباط دادن با عوامل تأثیر گذار درونی و بیرونی؛
- مهارت‌های بین فردی، کارگروهی، مدیریت پروژه، مذاکره، شبکه‌سازی و دیگر مهارت‌های اساسی اجتماعی؛
- مهارت‌های یادگیری فردی به ویژه توانایی یادگیری از دیگران، کمک به دیگران و استفاده از تجارب آنها؛
- توانایی تحلیل مدیریت انتقادی در سطح راهبردی (گلف، 2004).

شیوه‌های تدریس آموزش کارآفرینی

در حالی که محققان مختلف (رابیر، 1990؛ اریکیلا، 2000؛ سولومون، دوفی و تراپیشی، 2002؛ ان بی ای، 1995) عقاید متفاوتی در مورد اینکه چگونه باید برنامه‌های کارآفرینی تدریس شود، داشته‌اند و چگونگی ارائه و هدف‌های آموزشی نیز در تعدادی از مطالعات مدنظر قرار گرفته است (کلات، 1988؛ سولومون و فرنالد، 1991؛ گارتنر و وسپر، 1994؛ هینیس، 1996؛ سولومون، دوفی و تراپیشی، 2002؛ گیب، 2002؛ می راه و کوری، 2006). همچنین تدریس مبتنی بر سبک‌های یادگیری نیز توسط محققان دیگر مورد مطالعه قرار گرفته است (دون، 1984؛ کریکول و همکاران 2010).

مطالعه یدالهی و میر عرب رضی (1388)، نشان می‌دهد که بهترین روش‌های آموزش کارآفرینی به ترتیب اولویت عبارتند از: روش‌های کاربردی و عملی، کارگاه آموزشی، روش آموزشی سمینار، روش آموزشی مصاحبه و ملاقات با کارآفرینان و روش آموزشی سخنرانی. بررسی مقایسه‌ای رویکردهای یادگیری در مدارس و دانشگاه‌های کسب و کار با رویکردهای کارآفرینی در دنیای واقعی نیز بیانگر این است که آنچه در مدارس کسب و کار به دانشجویان آموزش داده می‌شود با رویکردهای کارآفرینی در دنیای واقعی تا حدود زیادی متفاوت است. درک این تفاوت‌ها به مدرسان امر کارآفرینی، کمک می‌کند تا روش‌های تدریس نوینی که ارتباط نزدیک‌تری با رویکردهای کارآفرینی در دنیای واقعی دارد، طراحی نمایند. زهینگ و لیو¹ (2009)، به نقل از گیب (1987)، استدلال می‌کنند که رویکرد مدارس کسب و کار، بیشتر متمرکز بر گذشته است در حالی که رویکرد کارآفرینی در دنیای واقعی مبتنی بر موقعیت کنونی و با حداقل زمان برای تجزیه و تحلیل انتقادی است. در مدارس کسب و کار یادگیرنده براساس نظر کارشناسان و منابع مختلف به تصمیم‌گیری می‌پردازد در حالی که تصمیم‌گیری در دنیای واقعی مبتنی بر دانش و اطلاعات خود کارآفرین صورت می‌پذیرد (جدول 2). مطالعه امیری و همکاران (1388) با عنوان محدودیت‌های راه‌اندازی کسب و کارهای نوظهور، به بررسی موانع و محدودیت‌های پیش روی کارآفرینان نوظهور می‌پردازد و مهم‌ترین محدودیت‌های راه‌اندازی کسب و کارهای نوظهور را به ترتیب محدودیت‌های نگرشی و فرهنگی، محدودیت‌های آموزشی، محدودیت‌های حمایتی و زیربنایی، محدودیت‌های بازار و محیط کار، محدودیت‌های قانونی و اداری و محدودیت‌های شخصی افراد می‌دانند. در بخش محدودیت‌های آموزشی، مهم‌ترین محدودیت‌های آموزش‌ها را به این ترتیب برمی‌شمارند: به کارگیری شیوه‌های سنتی آموزش در مدارس و دانشگاه‌ها، فقدان آموزش‌های راه‌اندازی و مدیریت کسب و کار، نبود تناسب آموزش‌ها با نیازهای آموزشی متقاضیان دوره‌های آموزش کارآفرینی و نامناسب بودن آموزش‌های موجود در زمینه کارآفرینی بنابراین

1. Zheng & Liu

گیب برای آموزش کارآفرینی، روش‌های تدریسی را پیشنهاد می‌کند که بیشتر مبتنی بر تجربه فعال است، از قبیل شیوه‌ای که دانشجویان را برای غلبه بر شکست‌ها تشویق می‌کند و استقلال بیشتری را ایجاد می‌کند تا از منابع اطلاعات استفاده کنند که ارتباط بیشتری با مسئله دارد.

جدول 2. مقایسه رویکردهای یادگیری در مدارس و دانشکده‌های کسب و کار با رویکردهای

کارآفرینی در دنیای واقعی (زینگ و لیو، 2009 برگرفته از گیب، 1987)

| | |
|--|---|
| تمرکز یادگیری دانشکده‌ها/دانشگاه‌های کسب و کار | نیازهای یادگیری کارآفرینان |
| تجزیه و تحلیل مقداری زیادی از داده‌ها با استفاده از رویکرد | «احساس جرئت» تصمیم‌گیری با اطلاعات محدود |
| ارزیابی انتقادی | |
| گردآوری اطلاعات از منابع معتبر و کارشناسان | گردآوری اطلاعات از منابع مختلف و ارزیابی آن به شیوه‌های متفاوت |
| مطالعه اطلاعات برای دستیابی به اعتماد | تائید اطلاعات بر مبنای قضاوت فردی درباره افراد |
| ارزیابی ظرفیت بر مبنای نوشته‌ها یا ارزیابی شفاهی | ارزیابی از طریق دریافت بازخورد مستقیم از منابع مختلف شامل افراد و وقایع |
| یادگیری در کلاس درس | یادگیری همزمان و از طریق انجام دادن |

جدول 3. مقایسه شیوه‌های یادگیری مدل نظری و مدل کارآفرینی (گیب، 1993)

| | |
|---|---|
| مدل نظری (دیتاکتیک) | مدل کارآفرینی |
| تدریس انحصاری به وسیله معلم | یادگیری دوجانبه |
| فراگیران منفعل و شنونده | یادگیری از طریق انجام دادن |
| یادگیری به وسیله خواندن | یادگیری از طریق تبادلات بین فردی، بحث و گفتگو |
| یادگیری از طریق ارائه بازخورد از سوی معلم | یادگیری از طریق بازخورد ارائه شده از جانب افراد مختلف |
| یادگیری در یک محیط مشخص و سازماندهی شده | یادگیری در محیط غیر رسمی و منعطف |
| یادگیری از طریق یادداشت برداشتن | یادگیری از طریق حل مسائل |
| یادگیری از طریق شبکه معلمان | یادگیری از طریق کشف هدایت شده |

کیرو¹ (2003)، اذعان می‌کند که آموزش فقط بر حمایت از توسعه دانش و تفکر، تمرکز دارد در حالی که آموزش کارآفرینی، انسان را از منظر تصمیماتی که می‌گیرد به عنوان یک کل در نظر می‌گیرد (شامل احساسات، عواطف، ارزش‌ها و علایق) بنابراین تربیت کارآفرین نه تنها نیازمند دانش بلکه شیوه‌های نوین تفکر، نوع جدیدی از مهارت‌ها و مدل‌های جدیدی از رفتار می‌باشد. همچنین معتقد است که آموزش کارآفرینی باید به رفتار کارآفرینی² منجر شود بنابراین تغییر تمرکز و نوع نگاه از آموزش کارآفرینی به رفتار کارآفرینی تأثیر به‌سزایی در نوع رویکردها و شیوه‌های تدریس کارآفرینی به دنبال خواهد داشت. تدریس متمرکز بر انتقال دانش که در آن دانشجویان یا فراگیران منفعل و دریافت‌کننده دانش به رفتار کارآفرینی منجر نخواهد شد اگر شما می‌خواهید دانشجویان را به نشان دادن رفتار کارآفرینی قادر سازید، این کافی نیست که به آنها درباره کارآفرینی تدریس کنید یا اینکه توضیح دهید که چگونه طرح کسب و کار بنویسند، آنها باید ایده‌های برتر را کسب کنند و همچنین دارای ظرفیت‌های لازم و حمایت‌های کافی برای تعقیب و پیگیری تبدیل آن به عمل، باشند. به عبارتی دیگر برای نشان دادن رفتار کارآفرینی دانشجویان، ضروری است تا عناصر توسعه فردی را با آموزش دانشگاهی ترکیب کنید (بلینکر و همکاران، 2008) بنابراین رویکردهای پداگوژیکی باید به دنبال یافتن بهترین شیوه‌ها جهت ارائه محتوای از سوی معلمان باشند به گونه‌ای که فراگیران قادر به جذب آن باشند. لذا شیوه‌های سنتی آموزش در حقیقت از آموزش مهارت و نگرش‌های مورد نیاز کارآفرینی جلوگیری می‌کند. بروکهاوس³ (1993)، استدلال می‌کند که آموزش باید بر متغیرهای اساسی از قبیل گشودگی فکری، ایدئولوژی کسب و کار، پردازش اطلاعات و عملکرد کلی، تأثیر داشته باشد.

بلینکر و همکاران (2008)، اذعان می‌کنند که نظام آموزشی در سطح دانشگاه‌ها در حال حاضر قادر به توسعه انگیزش، شایستگی‌ها و مهارت‌های مرتبط با کارآفرینی و نوآوری نیست.

-
1. Kyro
 2. Entrepreneurial behavior
 3. Brockhaus

و آموزش کارآفرینی نیازمند روش‌های یادگیری، فرایندهای پداگوژیکی و اشکالی از آموزش است که به آن تسلط ندارند و این تغییرات تحول همزمان آموزشی، پداگوژیکی و زمینه دانشگاهی را شامل می‌شود. از سوی جنینگز¹ و هاوولی² (1996)، ادعا می‌کنند که بسیاری از آموزش‌های کارآفرینی واقعاً با نیازهای کارآفرینان مرتبط نیستند بنابراین روش تدریس در آموزش کارآفرینی باید روش‌هایی به غیر از روش‌های سنتی را دربرگیرد. برای مثال دیویس³ گیب (1991) معتقدند که روش‌های آموزش سنتی که بیشتر بر تئوری و رویکرد آموزشی تمرکز دارند بنابراین این شیوه‌ها و روش‌ها برای آموزش کارآفرینی مناسب نیستند. دوره‌های کارآفرینی باید دانشجویان را تشویق کند تا به روش‌های متفاوت به مسئله نگاه کنند به جای اینکه پافشاری کنند که تنها یک راه درست برای مسئله وجود دارد به عبارتی دیگر به جای اینکه همانند دیگران قالبی فکر کنند با استفاده از تفکر خلاق شیوه‌های مختلف حل مسائل را بررسی نمایند بنابراین کارآفرینان باید به طور مداوم از دیدی متفاوت به دنیا بنگرند و دوره‌های کارآفرینی باید تفکر خلاق و مهارت‌های حل مسئله را در فراگیران پرورش دهد. مدرسان دوره‌های کارآفرینی باید خود نیز کارآفرین باشند. آنها باید اجازه بدهند تا برنامه درسی متناسب با نیازهای هر کلاس تنظیم شود. همچنین باید به آنها این آزادی داده شود تا شیوه‌های مختلف تدریس را بررسی و اثربخشی هر روش را تعیین نمایند (رابیر، 1990). در تلاش برای ارزیابی رویکردهای مختلف تدریس کارآفرینی، مک مولان و بوبرگ⁴ (1991) روش تدریس موردی را با روش پروژه در یک مطالعه بر روی دانشجویان رشته‌های ام‌بی‌ای و دانش‌آموختگان دانشگاه کالگری⁴ مقایسه کرده‌اند. آنها متوجه شدند که دانشجویان احساس کردند که روش موردی در ایجاد مهارت‌های تحلیلی و توانایی ترکیب اطلاعات مؤثرند. همچنین دوره‌های آموزشی مبتنی بر روش پروژه برای توسعه، تقویت دانش و درک حیطه‌های

1. Jennings

2. Hawley

3. Davies

4. University of Calgary

موضوعی از قبیل توانایی ارزشیابی، مناسب می‌باشند و احساس کردند که روش پروژه برای تدریس کارآفرینی مؤثرتر است. بررسی صورت گرفته توسط سولومون (2008)، مبنی بر اینکه از میان مهم‌ترین روش‌های تدریس (مطالعه موردی، طرح‌های کسب و کار، سخنرانی مالکان کسب و کار، بحث و گفتگو، شبیه‌سازی کامپیوتری، پروژه‌های تحقیقاتی، مطالعات امکان‌پذیری، کارآموزی، بازدید از سایت و تمرین کلاسی) چه روش‌هایی بیشتر در دانشگاه‌های آمریکا رایج است؟ از بین 279 دانشجو، 44 درصد ایجاد طرح کسب و کار، 43 درصد بحث و گفتگوی کلاسی، و 28 درصد دعوت از کارآفرینان را به عنوان رایج‌ترین روش‌های آموزش کارآفرینی در سال تحصیلی 2004 - 2005 م. نام برده‌اند. همچنین در مورد اینکه چه مجلاتی را در کلاس و در طول دوره استفاده می‌کنند؟ 35 درصد مجله کارآفرین و 30 درصد وال استریت جورنال را به عنوان رایج‌ترین مجلات مورد استفاده در کلاس و مجلات مدیریت کسب و کارهای کوچک، کارآفرینی نظریه‌ها و کاربردها بیشترین درصد را به خود اختصاص داده‌اند. پوتر (2008)، مهم‌ترین انواع روش‌های تدریس کارآفرینی را به همراه فعالیت‌های اصلی و چالش‌های هر روش به شرح ذیل شرح داده است.

جدول 4. مهم‌ترین انواع روش‌های تدریس کارآفرینی (پوتر، 2008)

| نوع روش | فعالیت‌های مهم | چالش‌ها |
|---------------|--|--|
| سخنرانی کلاسی | سخنرانی راجع به موضوعاتی از قبیل تحلیل بازار، خلق واحد جدید، تولید محصولات جدید، مدیریت پروژه، سرمایه‌گذاری، تدوین استراتژی و غیره | سخنرانی کلاسی نیازمند تلفیق با رویکردهای تجربی برای یادگیری است و تئوری باید با عمل، همراه شود و سخنران باید مسائل واقعی مرتبط با کارآفرینی را طراحی نماید. |
| طرح کسب و کار | تهیه برنامه‌های کسب و کار به شکل فردی یا تیمی. رقابت و ارائه جایزه به بهترین طرح‌های کسب و کار. | طرح‌های کسب و کار طراحی شده باید واقع بینانه باشد. روش‌هایی برای آزمون طرح‌های کسب و کار بازار مورد نیاز است. تدریس همچنین باید مبتنی بر به کارگیری طرح‌های کسب و کار در دنیای واقعی باشد. |

| | | |
|---|---|--|
| مطالعات موردی | ارائه و بحث و گفتگو درباره تجارب یک شرکت/کارآفرین شامل مراحل ایجاد کسب و کار، سازگاری و شکست. | منابعی مهمی برای تدوین مورد مورد نیاز است. مطالعات موردی باید بر مسائل بالقوه‌ای که کارآفرینان در دنیای واقعی با آن مواجه خواهند بود، تمرکز نمایند. |
| دعوت از کارآفرینان به عنوان سخنران میهمان | دعوت از کارآفرینان برای ارائه تجارشان به شکل سخنرانی و بحث و گفتگو چه در کلاس درس چه در محل شرکت. | مؤسسات آموزش عالی باید شیوه‌های جذب کارآفرینان را جهت تدریس برنامه‌ها شناسایی نمایند همچنین باید از کارآفرینان در فرایند تدریس به ویژه در شیوه یادگیری از تجارشان حمایت نمایند. |
| شروع کسب و کار توسط دانشجویان | دانشجویان شروع به کسب و کار واقعی یا مجازی به شکل فردی یا تیمی می‌نمایند. | برای شروع و ایجاد کسب و کار سرمایه و تکنولوژی مورد نیاز خواهد بود. همچنین قوانین و مقرراتی باید برای دادن پاداش به شروع‌های موفق تدوین شود. |
| بازی‌های کسب و کار | شبیه‌سازی کامپیوتری یا دیگر بازی‌های کسب و کار. | پیش‌بینی‌های لازم برای توسعه یا خرید تکنولوژی مورد نیاز باید صورت گیرد. تلاش برای هماهنگی بازی‌ها با روش‌های تدریس باید صورت گیرد، همچنین معلمان نیازمند آموزش جهت طراحی چارچوب یادگیری از طریق بازی می‌باشند. |
| تیم‌ها و شبکه‌های دانشجویان کارآفرین | شبکه‌ها و گروه‌های دانشجویان راجع به موضوعات کارآفرینین بحث و گفتگو می‌کنند، تیم‌های کارآفرینی ایجاد می‌کنند و از این طریق اعتماد به نفس خود را افزایش می‌دهند. | حمایت‌های لازم جهت ایجاد شبکه‌های موفق نیاز است، فعالیت‌های لازم برای تحریک شبکه‌ها باید شناسایی شود، شبکه‌ها باید گسترش یابند تا کارآفرینان با تجربه، سرمایه‌گذاران و مشاوران و... را دربرگیرند. |
| کارورزی در شرکت‌های کوچک | مأموریت کوتاه مدت به شرکت‌های کوچک برای کمک به پروژه‌های تدوین استراتژی از قبیل بازار یا توسعه تکنولوژی | شرکت‌های مناسب برای کارورزی با کیفیت خوب باید شناسایی شوند و دانشگاه در طی دوره کارورزی باید از دانشجو حمایت کنند. |

مهم ترین انواع روش های تدریس کارآفرینی (ادامه)

| نوع روش | فعالیت های مهم | چالش ها |
|--|---|--|
| مطالعات امکان سنجی | بررسی امکان پذیری ایده های کسب و کار با تحلیل محیطی، تحقیقات بازار، تجزیه و تحلیل رقبا و غیره. | ارزیابی مطالعات امکان پذیری و مقایسه آن با موقعیت و محیط واقعی مشکل است. |
| آموزش ارتباطات | ارائه تکنیک های ارتباطات میان فردی | مهارت های ارتباطی مورد نیاز در موقعیت واقعی و تحت فشار بایستی تدوین گردد. |
| مشاره برای کسب کارهای کوچک | مشارکت دانشجویان در مشاوره پروژه های شرکت های جدید و کوچک همراه با حمایت استادان دانشگاه. | ضروری است تا شرکت ها و فرصت های مناسب مشاوره، شناسایی شود اگرچه معمولاً اعضاء هیئت علمی در این طرح ها و پروژه های مشارکت دارند اما باید روش هایی برای مشارکت دانشجویان در این طرح ها شناسایی شود. |
| حمایت از دانشجویانی که دوره های را پیگیری می کنند. | سرمایه اولیه، ارزیابی، تکوین، مشاوره و غیره. | سرمایه کافی باید برای حمایت از افراد مد نظر قرار گیرد، تصمیمات لازم راجع به مدت و میزان حمایت باید گرفته شود، تعیین اینکه چه کسی در خارج از نظام آموزش عالی و به چه صورت باید حمایت لازم را بر عهده بگیرد. |
| گسترش آموزش کارآفرینی در دانشگاه | اشاعه آموزش کارآفرینی به خارج دانشکده کارآفرینی، کسب و کار و در سایر دانشکده ها. | پیدا کردن موضوعات و نکاتی که قابل انتقال و اشاعه برای سایر گروه های آموزشی باشد، از طریق دوره های میان رشته ای. |
| درجه های خاص کارآفرینی | درجه های لیسانس و فوق لیسانس معروف ترین مقاطع در کارآفرینی می باشند. | ایجاد درجه های خاص کارآفرینی با ظرافت و دقت علمی، دشوار است. |
| برنامه های آموزشی از راه دور | استفاده از رسانه های الکترونیک شامل برنامه های مبتنی بر وب و گروه های بحث و گفتگوی الکترونیک. | جریان یادگیری دانشجویان باید بررسی شود و از انزوای آنها جلوگیری نماید. |
| مشارکت بیرونی | ایجاد مراکز کارآفرینی با حمایت مالی مؤسسات دولتی و کسب و کار همچنین ایجاد هیئت های مشورتی بیرونی. | ضروری است که ضمن حفظ استقلال دانشگاهی به ملاحظات دیگر ذی نفعان نیز توجه شود. |

دروه های آموزشی طراحی دوره های آموزشی ویژه مدرسان راه های برای توسعه دیدگاه های مدرسان به ویژه ویژه مدرسان کارآفرینی برای درک رفتار و محیط های آنهایی که تجربه کارآفرینی را ندارند، راجع به کارآفرینانه و توسعه رویکردهای تدریس. دنیای کارآفرینی مورد نیاز است تا توانایی های تدریس خود را مطابق با نیازهای کارآفرینان گذشته و کنونی توسعه بخشند.

ارزشیابی آموزش کارآفرینی

«یکی از موضوعاتی که امروزه از جانب بسیاری از ذی‌نفعان آموزش کارآفرینی مورد توجه قرار گرفته است، چگونگی ارزشیابی تأثیر آموزش های کارآفرینی است. دانشمندان، دانشجویان، سیاست‌گذاران، مؤسسات خیرخواهانه همه و همه به دنبال این هستند تا دریابند در صورتی که آموزش کارآفرینی واجد ارزش می باشد پول و تلاش بیشتری صرف سرمایه‌گذاری در این عرصه نمایند» (ماتلی، 2005؛ چارنی و لیکپ، 2000). همچنین از جمله مواردی که باعث شده از گذشته همچنان بحث بر قابل آموزش بودن کارآفرینی ادامه داشته باشد، فقدان شاخص‌های مشخص برای سنجش تأثیر آموزش کارآفرینی بوده است. یکی از چالش‌های ارزشیابی تأثیر آموزش کارآفرینی انتخاب شاخص‌هایی است که مقبولیت عمومی داشته باشد؛ به عبارت دیگر آن گونه که هنری و همکاران بیان می‌کنند؛ ذی‌نفعان آموزش کارآفرینی افراد با دیدگاه‌ها، علایق و توانمندی‌هایی متفاوت هستند و هر یک بر مبنای دیدگاه‌های خود به کارآفرینی نگاه می‌کنند، به عنوان مثال در حالی که در بین محققان بحث بر سر اینکه آیا ویژگی‌های کارآفرینی قابل آموزش است یا افراد با این ویژگی‌ها زاده می‌شوند همچنان ادامه دارد، سیاست‌گذاران از آموزش کارآفرینی به این دلیل حمایت می‌کنند که معتقدند زمینه ایجاد شغل و کسب و کار جدید را فراهم می‌نماید. کارفرمایان معتقدند که به کارگیری دانش آموختگان دوره‌های کارآفرینی زمینه ایجاد نوآوری در انجام کسب و کار، کشف محصولات، خدمات رقابتی و بهبود بازاریابی را به دنبال دارد. همین‌طور دانشجویان تمایل دارند که نمرات مناسب در امتحانات کسب نمایند، ارائه دوره‌ها رضایت بخش باشد و

به آرزوهای شغلی و مالی خود نایل آیند بنابراین وجود چنین دیدگاه‌ها و عقاید متفاوت باعث شده که ارزشیابی تأثیر آموزش کارآفرینی با چالش‌های زیادی همراه باشد (هنری¹ و همکاران، 2005: 103). همچنین براساس هر یک از اهداف کارآفرینی که قبلاً بیان شد شیوه ارزشیابی تأثیر آموزش کارآفرینی نیز متفاوت خواهد بود؛ به عنوان مثال اگر هدف، ایجاد کسب و کار جدید باشد زمانی آموزش کارآفرینی دارای بازده مثبت خواهد بود که دانش‌آموختگان دوره‌های کارآفرینی موفق به ایجاد کسب و کار جدید شده باشند. بر این اساس ماسالوییا (2008) به بررسی 17 مقاله مرتبط با ارزشیابی تأثیر آموزش کارآفرینی پرداخته، شیوه‌های ارزشیابی آموزش کارآفرینی را بر حسب بالاترین رتبه گروه بندی کرده است (نمودار 4). ویژگی‌های بیشتر تحقیقات انجام گرفته در خصوص ارزشیابی آموزش کارآفرینی بر یک برنامه خاص و نتایج فوری آن تمرکز و تأکید داشته‌اند.



نمودار 4. مهم‌ترین شیوه‌های ارزشیابی تأثیر آموزش کارآفرینی (ماسالوییا، 2008)

1. Henry

آموزش کارآفرینی در ایران

تحقیق انجام شده به وسیله فدایی و همکاران، نشان می‌دهد که در گستره جهانی شدن، آموزش سبک تفکر و فرهنگ کارآفرینی، گسترش مراکز تحقیق و توسعه کارآفرینی (آراندی)، برگزاری کارگاه‌های آموزش کارآفرینی، سمینارهای کارآفرینی با موضوعیت جهانی شدن، تربیت نیروهایی با تفکر کارآفرینی، همسویی و پویایی سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های آموزشی و پژوهشی دانشگاه‌ها با ادبیات کارآفرینی می‌تواند راهکاری ارزشمند و پربار برای ارتقاء و توسعه همه جانبه دانشگاه‌ها و در نهایت موجب توسعه پایدار و رونق اقتصادی شود. همچنین امروزه ساختار کسب و کار با گذشته متفاوت است به طوری که در این موقعیت شرکت‌ها، سازمان‌ها و یا کشورهای موفق هستند که قادر به رقابت با دیگران باشند. لازمه موفقیت در این رقابت نیز بهره‌گیری از دانش و اطلاعات است. به طوری که دیگر مثل گذشته دارایی‌های مشهود، مواد اولیه و زمین، منابع مهم و اساسی به شمار نمی‌روند. امروزه ثروتمندترین مردم، افراد دانش‌مدار و کارآفرین می‌باشند که پیشه آنها، کارآفرینی است (رضائیان، 1380) بنابراین ایران نیز همچون سایر کشورها با طراحی دوره‌ها و آموزش‌های کارآفرینی و ایجاد تفکر خلاق و کارآفرین، رونق اقتصادی و توسعه پایدار را به عنوان اهداف خود در راستای جهانی شدن مدنظر قرار داده است و با طراحی دانشکده کارآفرینی در دانشگاه تهران فعالیت‌های مرتبط با آموزش کارآفرینی را به طور رسمی منظم‌تر و منسجم‌تر پیگیری می‌نماید اما آنچه که در جریان آموزش کارآفرینی مهم است نحوه آموزش (روش تدریس)، محتوا و فعالیت‌های یادگیری، آمادگی و استعداد دانشجویان در راه اندازی و برنامه‌ریزی کسب و کار، مدرس یا افرادی که کارآفرینی را تدریس می‌کنند، حمایت‌های دولتی و صنایع از کارآفرینان همه و همه از مسایل اساسی است که بی‌توجهی به هر کدام از آنها کیفیت و اثربخشی آموزش‌های کارآفرینی را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد.

نتیجه‌گیری

همان‌گونه که مطرح شد محققان مختلف عقاید و نظرات متفاوتی در مورد اینکه آیا کارآفرینی قابل آموزش است یا خیر؟ دارند. دشواری پداگوژیکی آموزش کارآفرینی ریشه در پیچیدگی و موقعیت‌های متنوع شناسایی فرصت‌هاست و علاوه بر این محدودیت‌ها و منابع مالی، اجتماعی، عدم اطمینان، میزان ریسک و تکنولوژی‌های هر موقعیت نیز متفاوت است (هیگرتی¹، 2006: 325) بنابراین ارائه یک شیوه یا یک برنامه درسی خاص آموزش کارآفرینی که قابلیت کاربرد برای تمامی موقعیت‌ها را داشته باشد، مقدور نمی‌باشد. علی‌رغم این امر دانشگاه‌ها و کشورها روز به روز توجه و اهمیت بیشتری به موضوع کارآفرینی و آموزش آن می‌دهد و هر ساله دوره‌های زیادی را طراحی و اجرا می‌نمایند بنابراین آنچه که مشخص و مسلم است در صورتی که رابطه‌ای بین این دو یعنی آموزش و کارآفرینی وجود نداشت کشورهای مختلف سرمایه‌گذاری‌های کلان در این عرصه نمی‌کردند بنابراین شاید مقدار و اندازه این تأثیرات از منظر افراد و محققان مختلف متفاوت باشد ولی نشان می‌دهد که 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 این موارد در هر یک از بخش‌ها مدنظر قرار گیرد که در اینجا به تفکیک هر یک از ابعاد محتوا، هدف، روش تدریس و شیوه ارزشیابی اشاره می‌شود.

1. Hegarty

پیشنهادهای مبتنی بر یافته‌های تحقیق

الف: اهداف آموزش کارآفرینی

- 1- برنامه‌های آموزش کارآفرینی باید براساس نیازهای آموزشی افراد و مبتنی بر مدل‌های بومی باشد. این برنامه باید تلفیقی از تجربه، مهارت، دانش و توانایی را برای دانشجو به ارمغان آورد؛
- 2- ضروری است برنامه‌های آموزش کارآفرینی مبتنی بر رویکرد میان رشته‌ای تدوین گردد و از نگاه تک درسی و یا ارائه فصلی تحت عنوان کارآفرینی به رویکرد مبتنی بر دوره یا رشته تغییر داده شود؛
- 3- اهداف آموزش کارآفرینی برای دست اندرکاران، مدرسان و فراگیران واضح و شفاف باشد و از بیان اهداف کلی و غیر قابل دسیابی پرهیز گردد؛
- 4- آموزش کارآفرینی باید ماهیت مبهم ورود به کسب و کار را روشن کند و هدف اساسی هر برنامه آموزش کارآفرینی باید ارتقاء شناخت فرصت‌ها در دانشجویان باشد و دانشجویان باید درباره توانمندی‌های حرفه‌ای خود به عنوان کارآفرین یاد بگیرند؛
- 5- آموزش کارآفرینی باید با حمایت و پشتیبانی از نیروهای کارآفرین همراه باشد تا افراد با پشت گرمی و فراغت بیشتری فعالیت‌های کارآفرینانه را پیگیری نمایند.

ب: محتوای آموزش کارآفرینی

- 1- محتوای آموزش کارآفرینی باید به گونه‌ای طراحی گردد که شناخت افراد را از مسائل اطراف خود بالا برد و قدرت تحلیل مسایل را به گونه‌ای متفاوت با دیگران به دانشجویان رشته‌های کارآفرینی عطا کند. همچنین قدرت تحلیل ریسک و شناخت فرصت‌ها را در آنها بیش از پیش گسترش دهد.

2- محتوای آموزشی باید به معرفی فرصت‌های سرمایه‌گذاری در کشور، نیازهای بازار، مشتریان، کارفرمایان و بخش‌های مختلف اقتصادی و خدماتی پردازند و جرقه لازم را برای خلق ایده و تبدیل آن به ارزش در دانشجویان یا کارآفرینان آتی شعله ور نماید.

ج: روش تدریس آموزش کارآفرینی

1- همان‌گونه که محققان مختلف از طریق مطالعات و تحقیقات خود نشان داده‌اند، روش‌های سنتی آموزش (روش‌های منفعل)، شیوه مناسبی برای تقویت روحیه کارآفرینی و آموزش محتوای کارآفرین نیست بنابراین توجه ویژه به شیوه‌های جدید (روش‌های فعال) از قبیل روش‌های پروژه، شیوه‌های تجربی و عملی و حل مسئله در تدریس کارآفرینی از ملاحظات اساسی است که باید مدنظر قرار گیرد؛

2- افرادی که دوره‌های کارآفرینی را تدریس می‌کنند خود باید کارآفرین باشند، زیرا که به دریا رفته می‌داند مصیبت‌های دریا را. کارآفرینان به دلیل اینکه خود دستی بر آتش داشته‌اند بهتر از هر کس دیگری قادرند چگونگی شناسایی، شکار و مدیریت فرصت‌ها را به سایرین انتقال دهند و زمینه شکوفایی استعدادها و فرصت‌های پیش روی هر یک از افراد را فراهم سازند. این امر به ویژه در عصر فناوری اطلاعات و ارتباطات که ماهیت و تنوع فرصت‌ها و محدودیت‌ها به نوبه خود از پیچیدگی و چالش‌های متفاوتی برخوردار است از اولویت و اهمیت بیشتری نیز برخوردار است.

د: شیوه ارزشیابی آموزش کارآفرینی

1- زمانی که اهداف دوره‌های آموزش کارآفرینی با نگاهی دقیق و موشکافانه تعریف گردند زمینه ارزشیابی دوره‌ها مبتنی بر اهداف، سهل‌تر خواهد بود بنابراین ضروری است برای بررسی میزان دستیابی به هر دسته یا گروه از اهداف، معیارها و شاخص‌های لازم شناسایی و تعریف گردند.

- 2- در ارزشیابی‌های آموزشی علاوه بر روش‌های نظری مانند کسب نمرات و گذراندن دروس کارآفرینی تلاش شود بیشتر از شیوه‌های عملی و پروژه از قبیل نوشتن طرح‌های کسب و کار متناسب با نیاز کشور همراه با امکان سنجی عملی طرح‌ها استفاده شود.
- 3- به منظور اطمینان از اثربخشی دوره‌های آموزشی، میزان شروع کسب و کار جدید و یا راه اندازی کسب و کار توسط فارغ‌التحصیلان دوره‌های آموزش کارآفرینی می‌تواند به عنوان معیاری برای ارزیابی اثربخشی آموزش‌ها مدنظر قرار گیرد.

منابع فارسی

- احمدی، محمد. (1383). نیازسنجی آموزش کارآفرینی دانشجویان رشته مهندسی برق دانشکده فنی دانشگاه تهران. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی دانشگاه تهران.
- امیری، مجتبی و همکاران. (1388). محدودیت‌های راه اندازی کسب و کارهای نوظهور. فصلنامه توسعه کارآفرینی. سال اول شماره سوم، صص 81-102.
- احمد زاده، نسرین. (1384). بررسی میزان توجه برنامه درسی دوره کارشناسی رشته علوم تربیتی به پرورش مهارت‌های کارآفرینی از دیدگاه فارغ‌التحصیلان دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی دانشگاه شهید بهشتی. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی دانشگاه شهید بهشتی.
- بازرگان، عباس و جعفر زاده، مرتضی. (1383). تحلیل عوامل مؤثر بر کارآفرینی دانش‌آموختگان دانشگاه تهران. فصلنامه فرهنگ مدیریت. سال دوم، شماره هفتم، صص 254-205.
- رضائیان، علی. (1380). مبانی سازمان و مدیریت. چاپ دوم، تهران: سمت.
- فدایی، غلامرضا و همکاران. (1387). بررسی عوامل فرهنگی، آموزشی - پژوهشی، فنی - راهبردی و سیاستی دخیل در کارآفرینی آموزش عالی در گستره جهانی. ماهنامه مهندسی فرهنگی. شماره 15 و 16 فروردین و اردیبهشت 87.

یدالهی فارسی، جهانگیر و میرعرب رضی، رضا. (1388). بررسی ارایه برنامه درسی آموزش کارآفرینی در رشته علوم تربیتی. فصلنامه توسعه کارآفرینی. سال اول، شماره 3، صص 61-80. مقیمی، سید محمد و داریانی، محمود. (1387). آموزش کارآفرینی در کسب و کارهای کوچک و متوسط ایران: نیازها و راهکارها. فصلنامه توسعه کارآفرینی. سال اول، شماره 1، صص 205-243.

منابع لاتین

- Adejimola AS, Olufunmilayo TO (2009). Spinning off an entrepreneurship culture among Nigerian university students: prospects and challenges. *Afr. J. Bus. Manage.* 3: 80-88.
- Blenker, per and et al. (2008) "A framework for developing entrepreneurship education in a university context" *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, Vol. 5, No. 1, 2008.
- Brockhaus, R. (1993), "Entrepreneurship education: A research agenda", in F. Hoy and T. G. Monroy and J. Reichert (eds.), *The Art & Science of Entrepreneurship Education*, Monroy Educational Systems, Berea, CA.
- Brown, C. (1999). *Teaching New Dogs New Tricks: The Rise of Entrepreneurship Education in Graduate Schools of Business*. CELCEE Digest, <http://www.celcee.edu/products/digest/99Dig-2.html>, 1999.
- Carlson, S. (1994) *Entrepreneurship education for the multiple cognitive developmental levels of third graders: Differential impacts of three experience-based programs (Doctoral Dissertation)*, University of California, Los Angeles.
- Carroll, J. (1965), *The Filipino Manufacturing Entrepreneur*. New York, NY: Cornell University.
- Charney, A. and Libecap, G. (2000). "The impact of entrepreneurship education: an evaluation of the Berger Entrepreneurship Program at the University of Arizona, 1985-1999", May report to The Kauffman Centre for Entrepreneurial Leadership, Kansas City, MO.
- Charney, A. & Libecap, G.D. (2000). *Impact of entrepreneurship education. Insights: A Kauffman Research Series* (Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership).
- Cho, B. (1998). *Study of the effective entrepreneurship education method and its process*. *Business Education Research*, 2(1):27-47.
- Colette, H and et al. (2005). Entrepreneurship education and training: can entrepreneurship be taught? part II, *journal of education training*, Vol. 47, NO. 3.
- D'Amboise, G. (1974). *Personal characteristics, organizational practices and managerial effectiveness: a comparative study of French- and English speaking*

- Chief executives in Quebec (Doctoral dissertation, University of California, Los Angeles, 1974).*
- Davies, L.G. and Gibb, A.A. (1991), "Recent research in entrepreneurship", Proceedings of the 3rd International EIASM Workshop, Gower, London.
- Dunn, R. (1984). Learning style: State of the science. *Theory into Practice*. 23 (1),10-19.
- Edward Leach,C (2008). "An Investigation of Training in Creative Problem Solving and its Relationship to Affective and Effective Idea Generation of Entrepreneurial Learners" A dissertation submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy in Computing Technology in Education, Graduate School of Computer and Information Sciences Nova Southeastern University.
- Erkkila, K. (2000). *Entrepreneurial education Mapping the debates in the United States, the United Kingdom and Finland*. New York, NY: Garland Publishing.
- Gibb, A.A.(1987) Education for enterprise: training for small business initiation-some contrasts. *Journal of small business and entrepreneurship*.
- 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.
- Gibb, A.A., (1993), the enterprise culture and education. Understanding enterprise education and its links with small business, entrepreneurship and wider educational goals, *International Small Business Journal*, vol.11, n°3, p.11-37.
- Gartner, W. & Vesper, K. (1994). Experiments in entrepreneurship education: Success and failures. *Journal of Business Venturing*. 9(3), 179-181.
- Golff, L.(2004). A New Paradigm for Business Education. *Management Decision*, Vol. 42, 3/4. pp. 499-507.
- Hegarty, C.(2006). *It's not an exact science: teaching entrepreneurship in Northern Ireland*. Education þ Training .Vol. 48 No. 5, pp. 322-335.
- Henry, C. and et al (2005a). "Entrepreneurship education and training: can entrepreneurship be taught? Part I" Education þ Training Vol. 47 No. 2,pp. 98-111.
- Henry, C. and et al (2005b), "Entrepreneurship education and training: can entrepreneurship be taught? Part II", Education þ Training, Vol. 47 No. 3, pp. 158-169.
- Hussain, J, Scott JM, Hannon P .(2008). *The new generation: characteristics and motivations of BME graduate entrepreneurs*. Education Training (50): 582-596.
- Hynes,B.(1996). Entrepreneurship education and training – introducing entrepreneurship into non-business disciplines. *Journal of European Industrial Training*. 20(8), 10-17.
- Ives, Anthony.(2011). Entrepreneurship education as a new model for leadership education. *Journal Of Leadership Studies*, Volume 5, Number 2, : 85-88
- Jack, S.L. and Anderson A.R. (1998). *Entrepreneurship Education within the Condition of Entreprenology*, Proceedings of the enterprise and learning conference, Aberdeen,1998.
- Jennings, P.L. and Hawley, D. (1996), "Designing effective training programmes", *Proceedings of the 19th Institute of Small Business Affairs – Small Firms' National Conference*, Birmingham, pp. 1301-26.

- Kent, Calvin A.(1990). *Entrepreneurship Education: Current Developments, Future Directions*. New York: Quorum Books, 1990.
- Kickul, J., Gundry, L.K., Barbosa, S.D. and Simms, S. (2010) ‘*One style does not fit all: the role of cognitive style in entrepreneurship education*’, *Int. J. Entrepreneurship and Small Business*, Vol. 9, No. 1, pp.36–57.
- Kiesner, W. (1990). Post-secondary entrepreneurship education for the practicing venture initiator. In Calvin A, Kent (Ed.), *Entrepreneurship Education Current Developments, Future directions*. Westport, CT: Quorum Books.
- Klatt, L. (1988). A study of small business/entrepreneurial education in colleges and universities. *The Journal of Private Enterprise*, 4, 103-108.
- Klein, Peter G. (2006). *Can Entrepreneurship Be Taught?* IEEE Explorer.
- Krueger, N. F. (2007). *What lies beneath? The experiential essence of entrepreneurial thinking*. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(1), 123–138
- Kuratko, D.F. (2005). The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), 577–598.
- Kuratko, D.F. and Hodgetts, R.M. (2001). *Entrepreneurship: A Contemporary Approach*, 5th edn, Orlando, FL:Harcourt.
- Kyro, P. (2003) *Entrepreneurship pedagogy-the current state and some future expectations*, Internationalizing entrepreneurship education and training conference, Grenoble.
- Lee ,S .M. & Peterson, S.(2000). Culture,entrepreneurial orientation, and global competitiveness. *Journal of World Business*, 35:401–416.
- Luczkiw, Eugene.(2008).*Entrepreneurship Education in an Age of Chaos, Complexityand Disrupti ve Change*. OECD Education & skills.No.18.pp.65-93
- Matley, H. (2005a), “Entrepreneurship education in the United Kingdom business schools: conceptual, contextual and policy considerations”, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 12 No. 4, pp. 627-43.
- Matley, H. (2005b), “*Researching entrepreneurship and education, Part 1: What is entrepreneurship and does it matter?*”, *EducationTraining*, Vol. 48 Nos 8/9, pp. 665-77.
- Mwasalwiba, E.S.(2008). Entrepreneurship education: a review of its objectives, teaching methods, and impact indicators. *Education + Training* Vol. 52 No. 1,pp. 20-47
- Myrah, K. & Currie, R. (2006). Examining Undergraduate Entrepreneurship Education, *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 19(3), 233-254.
- NBEA.(1995). *National standards for business education – What America’s students should know and be able to do in business*. Reston, VA: National Business Education Association.
- Plattner, Ilse E and et al. (2009) “Are university students psychologically ready for entrepreneurship? A Botswana study” *African Journal of Business Management* Vol.3 (7), pp. 305-310.
- Potter, Jonathan.(2008). *Entrepreneurship and Higher Education: Future Policy Directions*. OECD Education & skills.No.18.pp.313-335.

- Rabbior, Gary.(1990) “*Elements of a Successful Entrepreneurship/Economics /Education Program*” Entrepreneurship Education: Current Developments, Future Directions.Ed. Calvin A. Kent. New York: Quorum Books, 1990.
- Shotick, J. A. (1997). The Impact of Children’s Theatre on the Comprehension of Fundamental Economic Concepts. *Journal of Entrepreneurship education*, 1, 1, 41-50.
- Stephenson, H. B. (1997). Examining the Efficacy of Offering Service Learning for Credit with SIFE and SBI: an Exploratory Study. – *Journal of Entrepreneurship Education*, 1, 1, 1-13.
- Solomon, G., Duffy, S. & Tarabishy, A. (2002). The state of entrepreneurship education in the United States: a national survey and analysis. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 1(1), 65-86.
- 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.
- Sexton, Donald L.; Upton, Nancy Bowman .(1987) .“Evaluation of an Innovative Approach to Teaching Entrepreneurship”. *Journal of Small Business Management*; 25,(1), 35-43
- Solomon,G.(2008). *Entrepreneurship education in the united states*. OECD Education & skills.No.18.pp.95-118
- Timmons, J. & Stevenson, H. (1985). Entrepreneurship education in the 1980s: What entrepreneurs say. In John J. Kao and Howard H. Stevenson (Eds.),*Entrepreneurship What It Is and How to Teach It*. Boston, MA: Harvard College
- Van Clouse, G. H. (1990), “A controlled experiment relating entrepreneurial education to student’s start-up decisions”, *Journal of Small Business Management*, Vol. 28, No. 2, Blackwell, pp. 45-53.
- Vesper,k (1993). *Entrepreneurship education, losangeles,entrepreneurial studies center, ucl A.N 4*
- Wheatley, M. J. (1999). *Leadership and the New Science: Discovering Order in Chaotic World*, 2nd Ed. Berrett-Koehler Publishers, Inc.
- Wilde, K.(2004). *Competence for Complexity*. Renx XVIII 2004. Conference Proceedings CD, www.lok.cbs.dk and www.eiasm.org.
- Ylinenpää, H .(2009). ‘*Entrepreneurship and Innovation Systems: Towards a Development of the ERIS/IRIS Concept*’, *European Planning Studies*, 17(8) 1153 - 1170.
- Zheng, X and Liu,E. (2009). *Can entrepreneurship be taught? The approach to teaching entrepreneurship*, IEEE Explorer.