

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۸۸/۰۳/۲۴
تاریخ بررسی مقاله: ۱۳۸۸/۰۶/۰۶
تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۸۸/۰۸/۲۶

مجله علوم تربیتی دانشگاه شهید چمران اهواز
بهار ۱۳۸۹، دوره‌ی ششم، سال ۱۷-۲
شماره‌ی ۱، صص: ۱۵۰-۱۲۹

ضرورت سنجی آموزش و توسعه‌ی علمی مهارت‌های کارآفرینی در دانشجویان کارشناسی ارشد رشته‌ی مدیریت آموزشی و آرایه الگوی آموزشی مناسب

احمد ایزدی یزدان آبادی*

معصومه فدایی شهاب**

چکیده

هدف اصلی این مقاله بررسی ضرورت آموزش و توسعه‌ی مهارت‌های کارآفرینی برای دانشجویان رشته‌ی مدیریت آموزشی و آرایه‌ی الگوی آموزشی مناسب با اتکا به نظر خبرگی متخصصان می‌باشد. برای این منظور پرسشنامه‌ی تهیه و پس از تعیین روایی صوری و محتوایی و اطمینان از پایایی آن، داده‌ها از نمونه‌های مورد مطالعه ۹۵ نفر (شامل ۶۳ نفر دانشجو و ۳۲ نفر عضو هیأت علمی) که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌بندی انتخاب شدند، جمع‌آوری شد. این داده‌ها با توجه به سؤال‌های تحقیق و با استفاده از روش‌های آمار توصیفی (میانگین، درصد و فراوانی) و آمار استنباطی (چون آزمون T) تک نمونه‌ی مستقل مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتیجه‌ی بدست آمده نشان داد که آگاهی دانشجویان از مبانی و مفاهیم کلیدی و مهارت‌های کارآفرینی در سطح پایین می‌باشد. بر همین مبنا، اعضای هیأت علمی بر ضرورت آموزش کارآفرینی تأکید داشتند. الگوی آموزشی مناسب برحسب مؤلفه‌ی هدف‌های آموزش کارآفرینی، طول دوره و شکل نظام، محتوای درسی، شیوه‌های آموزش با استفاده از نظر اعضای هیأت علمی اعتباریابی شد. در نهایت بر اساس یافته‌های تحقیق، برنامه‌ی درسی کارآفرینی برای دانشجویان رشته‌ی مدیریت آموزشی پیشنهاد شد.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی، برنامه‌ی درسی، آموزش کارآفرینی، الگو.

a hizadya@yahoo.com

M_fadaeishahab@yahoo.com

* استادیار دانشگاه شاهد (نویسنده مسئول)

** کارشناس ارشد مدیریت آموزشی

مقدمه

در دنیای امروز که رشد علم و فن‌آوری کشورها را با چالش‌های جدیدی رو برو کرده است، وجود افراد کارآفرین می‌تواند جامعه را در گذر موفقیت‌آمیز از این چالش‌ها یاری نماید. کارآفرینی می‌تواند از راه کشف فرصت‌ها به رونق اقتصادی، نوآوری و تغییر در محیط و شیوه‌ی زندگی و فراهم کردن فرصت‌های اشتغال به توسعه جامعه کمک نماید. ژوزف شومپیتر (۱۹۳۴) معتقد است کارآفرین نیروی محرکه‌ی اصلی در توسعه‌ی اقتصادی است. و نقش کارآفرینی عبارت است از «نوآوری یا ایجاد ترکیب‌های تازه از مواد». کارآفرینی از سوی روان‌شناسان و جامعه‌شناسان با درک نقش کارآفرینان در اقتصاد و به منظور شناسایی ویژگی‌ها و الگوهای رفتاری آنها با بررسی و تحقیق در خصوص آنان مورد توجه قرار گرفته است. در حالی که روان‌شناسان بیش‌تر به تبیین ویژگی‌های رفتاری کارآفرینان توجه کرده‌اند. جامعه‌شناسان کارآفرینی را به عنوان یک پدیده‌ی اجتماعی در نظر گرفته، و رابطه‌ی متقابل بین کارآفرینان و سایر قسمت‌ها و گروه‌های جامعه را مورد بررسی قرار داده‌اند. اندیشمندان مدیریت نیز به تشریح مدیریت کارآفرینی و ایجاد جو و محیط کارآفرینانه در سازمان پرداخته‌اند (کوراتکو، به نقل از احمدی، ۱۳۷۸). عبارت دیگر «کارآفرینی نتیجه‌ی یک فرآیند منضبط و نظام‌مند بکارگیری خلاقیت و نوآوری پیرامون نیازها و فرصت‌های موجود در محیط بازار است.» (زیمرر و اسکابورگ، به نقل از آلدریچ و مارتینز، ۲۰۰۱، ص ۱۰).

اگرچه نگرش عامیانه بر آن است که کارآفرینان پرورش نمی‌یابند، بلکه کارآفرین به دنیا می‌آیند؛ اما شواهد بسیاری وجود دارد که این دیدگاه را تأیید نمی‌نماید، و آموزش کارآفرینی را ضروری می‌داند (تیمونز، ۱۹۹۴، هی وارد، ۱۹۹۷، نقل از میرعرب، ۱۳۸۶). امروزه صاحب نظران دریافته‌اند که سرمایه‌ی اصلی دانشگاه‌های آینده از فارغ التحصیلان کارآفرین موفق تأمین خواهد شد؛ لذا باید از هم اکنون برای آن برنامه‌ریزی نمود. به همین دلیل در بسیاری از کشورها مانند ایالات متحده آمریکا، استرالیا، هند و انگلستان بطور برجسته‌ی بر آموزش کارآفرینی تأکید می‌شود به گونه‌ی که گزارش‌های دولتی و مستقل به طور مکرر بر آموزش بیش‌تر کارآفرینی در همه‌ی سطوح و رشته‌های دانشگاهی- بویژه علوم طبیعی و مهندسی- توصیه می‌کنند (لوی، ۱۹۹۹).

البته این برداشت نیز در بین برخی از افراد وجود دارد که به آموزش کارآفرینی نیازی نیست؛ زیرا کارآفرینان بطور تجربی یاد می‌گیرند. اما مطالعه‌ها نشان داده است برای افزایش شناخت و توسعه‌ی علمی مهارت‌های کارآفرینی دانشجویان آموزش آنان ضروری است (تیمونز، ۱۹۹۹). وسپر (۱۹۸۲) با انجام پژوهشی نتیجه گرفته است که احتمال شکست کارآفرینانی که تجربه دارند، اما تحصیلات ندارند، زیاد است. برعکس، کارآفرینانی که هم تجربه دارند و هم آموزش دیده‌اند، به طور کامل موفق‌اند (وسپر، ۱۹۹۲، نقل از میرعرب).

پیشینه‌ی تحقیق

برخی نیز معتقدند که دانشجویان تمایلی به آموزش کارآفرینی ندارند. «دانشجویان نمی‌خواهند آغازگر کسب و کاری باشند، بلکه به دنبال یافتن مسیرهای شغلی از پیش تعیین شده هستند.» (لوی، ۱۹۹۹، به نقل در زالی و رضوی، ۱۳۸۳، ص ۵۶). در این خصوص نیز برخی شواهد پژوهشی مبین این است که افراد جوان به کارآفرینی تمایل بسیاری دارند؛ و ارزش آن را در صورت ایجاد دوره‌ها و درس‌های آموزش کارآفرینی، بیش‌تر درک خواهند کرد (اندرسون، ۱۹۹۵؛ لوی، ۱۹۹۹؛ مؤسسه‌ی گالوپ، ۱۹۹۴؛ آنونیموس، ۱۹۹۸). شناساندن اهمیت این دوره‌ها، ارایه‌ی مناسب و همراه با خلاقیت و نوآوری و پرهیز از به کارگیری روش‌های سنتی آموزش، به جذابیت این دوره‌ها می‌افزاید. البته در این خصوص بیش‌تر آموزش دانشجویان کارشناسی ارشد مورد تأکید است. از حدود ۵۵ درصد برنامه‌های آموزش کارآفرینی در هر دو سطح کارشناسی و کارشناسی ارشد، ۳۰ درصد برنامه‌ها برای دوره‌های کارشناسی ارشد، و تنها ۱۵ درصد برای دوره‌های کارشناسی بوده است (گرتتر، ۲۰۰۰).

با توجه به اهمیت موضوع، در بیش‌تر کشورهای جهان، دانشگاه‌ها بر حسب ویژگی گروه‌های تحت آموزش و نیازهای محلی، منطقه‌ی و ملی برنامه‌های آموزشی متعددی برای سازمان‌های خصوصی و عمومی و دانشجویان خود طراحی نموده‌اند. به عنوان مثال در آمریکا آموزش کارآفرینی هم در درون دوره‌های دانشگاهی و هم توسط مؤسسه‌های خاص مورد توجه بسیاری قرار گرفته است (گیب، ۱۹۹۰، به نقل در احمدپور، ص ۱۷۶). در این کشور، تعداد دانشکده‌هایی که دوره‌های کارآفرینی را در برنامه‌های آموزشی خود گنجانده بودند از اواخر دهه‌ی ۱۹۶۰ تا سال ۱۹۷۷ به بیش از ۱۳۰ دانشکده رسیده بود؛ و در سال ۱۹۸۰ تعداد

آنها به ۱۶۳ دانشکده افزایش یافت (وسپر، ۱۹۹۲، نقل از میرعرب، ۱۳۸۶).
در انگلستان برای هر رشته دانشگاهی، چهار واحد درسی کارآفرینی منظور شده است. در رشته‌های علوم تربیتی و روان‌شناسی نیز به همین ترتیب آموزش کارآفرینی جریان دارد (هنری و همکاران، ۲۰۰۵، به نقل از میرعرب، ۱۳۸۶). در این چهار واحد درسی، مرحله‌های قانونی ایجاد شغل جدید، بالا بردن توانایی دانشجویان در شناخت اینکه چطور و با چه ابزاری به خلق یک کسب و کار جدید اقدام کنند و . . . پرداخته می‌شود (استیونس، ۲۰۰۵، به نقل از میرعرب، ۱۳۸۶).

در کشور آلمان به منظور تسهیل یادگیری کارآفرینی و خوداشتغالی در دانشگاه‌ها، دولت فدرال با همکاری بانک توازن آلمان اقدام به ایجاد کرسی‌های دانشگاهی برای این منظور نموده است. هدف از این کار، تأمین دسترسی عمومی به رشته‌های کارآفرینی و آشناسازی دانشجویان تمام رشته‌ها با این موضوع‌ها و پرورش آنها به عنوان کارآفرینان و شروع خوداشتغالی در زندگی آینده آنان است. در مجموع ۴۲ دانشگاه و مدرسه عالی فنی در کشور آلمان بحث کارآفرینی و مدیریت نوآوری را مطرح می‌کنند.

آموزش کارآفرینی در ژاپن نیز از جمله کارهای دیرین دانشگاهی است، که در رشته‌های متفاوت این دانشگاه‌ها جریان دارد؛ و این دوره‌ها در ۱ یا ۲ ترم و با طول مدت ۱۲-۹۵ ساعت ارائه می‌شوند (احمدی، ۱۳۸۲).

کانادا و برخی کشورهای آسیایی (همچون فیلیپین و هند و مالزی) نیز جهت حمایت از فعالیت‌های کارآفرینی در رشته‌های دانشگاهی خود گام‌های اساسی برداشته‌اند (گیب، ۱۹۹۰، به نقل از احمدپور، ص ۱۷۶). به طور کلی، تعداد دانشکده‌هایی که دوره‌های کارآفرینی را در برنامه‌های آموزش خود گنجانده‌اند، از اواخر دهه ۱۹۶۰ تا ۲۰۰۴ در جهان بطور مرتب افزایش یافته است. در سال ۱۹۷۰ شانزده دانشکده بازرگانی و در سال ۲۰۰۰، هزار و پانصد دانشگاه و دانشکده، دوره‌های کارآفرینی را ارائه کرده‌اند (هنری و همکاران، ۲۰۰۵، به نقل از میرعرب، ۱۳۸۶).

حال باید دید کشورها، مؤسسه‌ها و دانشگاه‌ها از راه آموزش کارآفرینی چه اهدافی را دنبال می‌کنند؟^۱ (تونین، ۲۰۰۱) هدف کلی آموزش کارآفرینی را فراهم کردن مهارت‌های لازم

برای توسعه‌ی افراد و کارآفرینان کوچک، تقویت و بهبود توانایی آنها برای شروع و اداره‌ی موفقیت‌آمیز کسب و کار می‌داند. توانایی خلق چیزی، عملکرد بالاتر در تولید، قبول خطر، شناخت فرصت‌ها از جمله مهم‌ترین مهارت‌های کارآفرینی می‌باشد (وارن و نیمن، ۲۰۰۵، ص ۵). هیسریچ و پیترز (۱۹۹۵) هدف‌های زیر را برای آموزش کارآفرینی بیان نموده‌اند:

۱- فراهم نمودن درکی وسیع در زمینه‌ی کارآفرینی. ۲- آشنا نمودن افراد با ابزارهای مهم و مهارت‌های لازم برای خلق ورود یک کسب و کار موفق. ۳- تحریک فعالیت‌های واقعی کارآفرینان در مرحله‌ی شروع کسب و کار جدید.

در ایران نیز با توجه به روند افزایش جمعیت و تقاضا برای ورود به دانشگاه‌ها و مؤسسه‌های آموزش عالی و مشکل اقتصادی دولت از سوی دیگر، مسأله‌ی کارآفرینی اهمیت ویژه‌ی یافته است. علاوه بر این امروز، اشتغال دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها یکی از مشکل‌های اصلی آموزش عالی در کشور می‌باشد. در ایران خوداشتغالی - بویژه در میان دانش‌آموختگان دانشگاهی - هنوز شایع نشده است و متأسفانه بیش‌تر فارغ‌التحصیلان در وهله‌ی اول در دستگاه‌های دولتی و پس از آن در شرکت‌های بزرگ در جستجوی استخدام هستند. یکی از دلایل‌هایی که در کشور ما با اندکی افزایش نسبی، در تعداد فارغ‌التحصیلان دانشگاهی خیلی زود با پدیده‌ی بیکاری آنان رو برو شده‌ایم همین مطلب است؛ و این برخلاف درصد کم دانش‌آموختگان در کل جمعیت کشور نسبت به بسیاری از کشورهای غربی و حتی کشورهای هم‌تراز است. یکی از عملی‌ترین راه‌ها و ارزان‌ترین آنها این است که در محتوای درسی دوره‌های دانشگاهی درس‌هایی در مورد برنامه‌ریزی کسب و کار کوچک گنجانده و آموزش داده شود (مصلح شیرازی، ۱۳۸۲، ص ۱۴ و ۱۵).

ایران از شروع برنامه‌ی سوم توسعه در سال ۱۳۸۰ به مبحث کارآفرینی با طرح کاراد وزارت علوم، به صورت دانشگاهی روی آورده است. کارآفرینی در رشته‌های فنی و مهندسی در ایران، کم و بیش مورد توجه قرار گرفته است و در این زمینه آموزش داده می‌شود. ولی در رشته‌های علوم انسانی - که رشته‌ی مورد نظر این تحقیق نیز جزء آنها می‌باشد - این مسأله توسط نظام آموزشی و پژوهشی کشور کم‌تر مورد توجه قرار گرفته است. البته دانشگاه تهران و بعضی از دانشگاه‌های کشور (مانند دانشگاه شهید چمران اهواز) با در نظر گرفتن ۲ واحد درسی اختیاری، به آموزش کارآفرینی توجه نموده‌اند.

متأسفانه در ایران بین برنامه‌های آموزشی دانشگاه‌ها و آگاهی‌ها و توانایی‌های کارآفرینی تناسبی وجود ندارد. عزیزی (۱۳۸۲) در پی تحقیقی دریافت که بین برنامه‌های تحصیلی و آموزشی ارائه شده از سوی دانشکده‌های دانشگاه شهید بهشتی و میزان کارآفرینی در دانشجویان کارشناسی و کارشناسی ارشد سال آخر از نظر آنان، رابطه‌ی معنی‌داری وجود ندارد. «برنامه‌های آموزشی و درسی در کلیه رشته‌ها و فرایندهای اجرایی آنها بایستی به گونه‌ی طراحی شوند که مهارت‌های لازم را در دو محور مهارت‌های فردی و تخصصی به دانشجویان ارائه کنند؛ و در درون این برنامه‌ها انجام فعالیت‌های کارآفرینی در دانشگاه‌ها و به خصوص آموزش کارآفرینی جای داده شود.» (آراسته، ۱۳۸۲، ص ۲۲).

هدف تحقیق

با توجه به اینکه در رشته‌ی مدیریت آموزشی -مانند بسیاری از رشته‌های علوم انسانی دیگر- این موضوع نادیده گرفته شده است و موضوع کارآفرینی و ایجاد کسب و کار، بر خلاف اهمیت آن در ایجاد و پرورش ایده، کم‌تر مورد توجه قرار گرفته است. لذا در این پژوهش در مورد اول لزوم آموزش کارآفرینی، و دوم الگوی آموزش کارآفرینی مناسب در محورهای هدف، شکل نظام و طول دوره، محتوای درسی و روش‌های تدریس در رشته‌ی مدیریت آموزشی بررسی خواهد شد.

طبق روال گذشته، برای تدوین برنامه‌های درسی، فقط به نظر یک یا چند نفر از صاحب‌نظران مربوطه اکتفا می‌شود، و کم‌تر به امر نیازسنجی آموزشی مبادرت می‌شود. در این پژوهش، این نقص به طور نسبی برطرف شده و برای تعیین نیازهای آموزشی فراگیران رشته‌ی مدیریت آموزشی در مرحله‌ی اول میزان آگاهی آنها از مفهوم و مهارت‌های کارآفرینی بررسی شده و کمبود آنها در این زمینه مشخص شده است؛ و در مرحله‌ی دوم بر اساس نظر صاحب‌نظران این رشته (اعضای هیأت علمی دانشگاه) ضرورت، هدف، برنامه و محتوای مناسب برای درس کارآفرینی تعیین شده است. از آنجا که نقش دانشگاه‌ها در آماده سازی دانش آموختگان کارآفرین انکارناپذیر است، بنابراین هدف پژوهشگران در این تحقیق پیدا کردن پاسخ این سؤال است «آیا توسعه‌ی مهارت‌های کارآفرینی برای دانشجویان رشته‌ی

مدیریت آموزشی در مقطع کارشناسی ارشد ضرورت دارد؟ و در صورت ضرورت مشخصه‌ها و محتوای آن چیست؟ در همین راستا برای سؤال‌های فرعی زیر نیز پاسخ مناسبی پیدا خواهد شد:

۱- آیا دانشجویان رشته‌ی مدیریت آموزشی از مبانی و مفاهیم کلیدی و مهارت‌های کارآفرینی آگاهی دارند؟

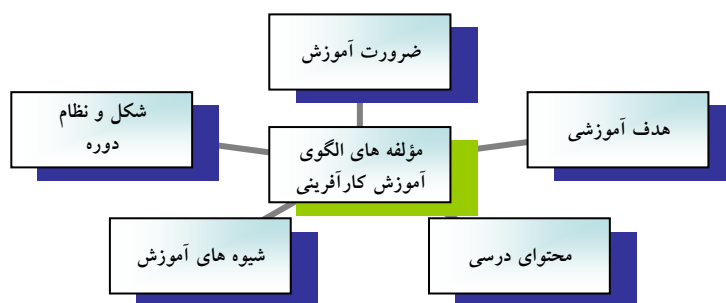
۲- آیا از دیدگاه اعضای هیأت علمی، دانشجویان رشته‌ی مدیریت آموزشی به آموزش کارآفرینی نیاز دارند؟

۳- هدف آموزش کارآفرینی از دیدگاه اعضای هیأت علمی در رشته‌ی مدیریت آموزشی چیست؟

۴- شکل و نظام برنامه‌ی آموزشی دوره‌ی کارآفرینی از دیدگاه اعضای هیأت علمی چگونه است؟

۵- محتوای درسی مناسب برای آموزش کارآفرینی از دیدگاه اعضای هیأت علمی و دانشجویان کدام است؟

۶- مناسب‌ترین روش‌های آموزش کارآفرینی از دیدگاه اعضای هیأت علمی کدامند؟
با توجه به آنچه که اشاره شد در الگوی آموزشی در نظر گرفته شده برای رشته‌ی مدیریت آموزشی، پنج مؤلفه‌ی (۱- ضرورت آموزش کارآفرینی، ۲- هدف آموزش کارآفرینی، ۳- محتوای درسی، ۴- شیوه‌ی آموزش، ۵- شکل و نظام دوره) مورد ارزیابی قرار گرفته است (شکل ۱).



شکل ۱. مؤلفه‌های اصلی الگوی آموزش کارآفرینی

روش‌شناسی

روش تحقیق

این تحقیق از نظر هدف در زمره پژوهش‌های کاربردی است. زیرا نتیجه‌ی آن در تدوین برنامه‌ی درسی کارآفرینی برای رشته‌ی مدیریت آموزشی در مقطع کارشناسی ارشد قابل کاربرد است. و از نظر روش گردآوری داده‌ها، با توجه به اینکه به دنبال ارزیابی و قضاوت در مورد وضعیت موجود می‌باشد، و وضعیت موجود را توصیف می‌کند، تحقیق توصیفی از نوع پیمایشی است.

جامعه‌ی آماری و روش نمونه‌گیری

تمام دانشجویان و استادان رشته‌ی مدیریت آموزشی استان همدان جامعه آماری این پژوهش را تشکیل می‌دهند. این دانشجویان و استادان به تعداد ۱۱۰ نفر در دانشگاه بوعلی و پیام نور مشغول به تحصیل و یا خدمت می‌باشند. از این تعداد با استفاده از روش برآورد حجم نمونه در جامعه‌ی محدود کوکران با واریانس $0/25$ ، حاشیه‌ی خطا $0/04$ و در سطح اطمینان $0/95$ ($t=1/96$) نمونه‌ی به حجم ۹۳ نفر محاسبه شد. اعضای این نمونه از طریق روش نمونه‌گیری طبقه‌ی انتخاب شدند. در نهایت پرسشنامه در بین ۳۲ نفر استاد و ۶۳ نفر دانشجوی به صورت تصادفی توزیع شد. (با توجه به اینکه تعداد جامعه‌ی آماری در گروه اعضای هیأت علمی ۳۵ نفر و در گروه دانشجویان ۷۵ نفر بود، حجم نمونه‌های انتخاب شده با ارقام متناظر در جدول مورگان نیز تطابق دارد.) در نهایت ۹۰ نفر از آنها یعنی ۹۵ درصد از اعضای نمونه پرسشنامه‌ها را پاسخ دادند.

برای اندازه‌گیری متغیرهای این تحقیق، از دو پرسشنامه‌ی محقق ساخته استفاده شده است. پرسشنامه‌ی اول پرسشنامه‌ی دانشجویان است؛ که شامل ۷۰ سؤال و برای سنجش میزان آگاهی و نیاز دانشجویان از مبانی و مهارت‌های کارآفرینی تنظیم شده است. پرسشنامه‌ی دوم، پرسشنامه‌ی اعضای هیأت علمی است که آن هم دارای ۷۰ سؤال می‌باشد؛ و برای تعیین الگوی آموزشی مطلوب تهیه شده است. این پرسشنامه‌ها بر اساس بررسی وضعیت موجود و با توجه به جدیدترین اطلاعات و یافته‌های نظری پیرامون کارآفرینی و آموزش کارآفرینی به

صورت سؤال‌های بسته پاسخ و چند گزینه‌یی طراحی شده است. جهت تعیین روایی محتوایی و صوری ابزار اندازه‌گیری از دیدگاه اعضای هیأت علمی و صاحب نظران استفاده شده است. میزان پایایی پرسشنامه‌ی این تحقیق به وسیله‌ی نرم افزار SPSS و از روش آلفای کرونباخ محاسبه شد. میزان پایایی پرسشنامه‌ی شماره ۱ (پرسشنامه‌ی دانشجویان) برابر ۰/۷۳ و میزان پایایی پرسشنامه‌ی شماره ۲ (پرسشنامه‌ی اعضای هیأت علمی) برابر ۰/۸۶۰ به دست آمده است.

برای تبیین و تحلیل داده‌ها و پاسخ سؤال‌های تحقیق، ابتدا از طریق آمار توصیفی به استخراج فراوانی و درصد فراوانی و محاسبه‌ی میانگین و انحراف معیار پرداخته شد؛ و سپس تفاوت بین برخی متغیرهای پژوهش و معنادار بودن آنها با استفاده از آزمون t تک نمونه‌یی یک متغیره تعیین شد. فرض محقق این بوده است: میانگین محاسبه شده بیش‌تر، یا مساوی ۳/۵ می‌باشد. $H_1: \mu \geq 3/5$ سطح قضاوت معناداری و تفاوت در این پژوهش همه به صورت $(p < /5)$ می‌باشد. کلیه کارهای آماری به کمک نرم افزار آماری SPSS انجام شد.

یافته‌های تحقیق

بر اساس اطلاعات به دست آمده از مجموع کل ۶۰ نفر پاسخگو از بین دانشجویان، ۳۱/۷ درصد زن، ۶۸/۳ درصد مرد بوده‌اند؛ که از این تعداد ۶۷/۷ درصد دارای مدرک کارشناسی، ۵۱/۷ درصد مدرک کارشناسی ارشد و ۱/۷ درصد مدرک دکتری داشته‌اند. از این تعداد ۵۳/۳ درصد دوره‌ی کارآفرینی را گذرانده، و ۶۷/۷ درصد این دوره را نگذرانده‌اند. و بر اساس اطلاعات به دست آمده از مجموع کل ۳۰ نفر پاسخگو از بین اعضای هیأت علمی، ۵۶/۷ درصد زن و ۴۳/۳ درصد مرد بوده‌اند؛ که از این تعداد ۷۶/۷ درصد دارای مدرک کارشناسی ارشد، و ۲۳/۳ درصد مدرک دکتری داشته‌اند. در اینجا به تفکیک، هر یک از سؤال‌های پژوهش مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد:

آیا دانشجویان رشته‌ی مدیریت آموزشی از مبانی و مفاهیم کلیدی و مهارت‌های دوره‌ی کارآفرینی آگاهی دارند؟

همان طور که در جدول شماره ۱ مشخص است، میانگین دانشجویان از مبانی و مهارت‌های کارآفرینی ۲/۵۵ می‌باشد؛ که مقداری کم‌تر از متوسط است. با توجه به این که

جدول ۱. آزمون معنی‌داری میزان آگاهی دانشجویان از مبانی و مهارت‌های کارآفرینی

ملاک تست = ۳/۵			انحراف معیار	میانگین	مؤلفه
سطح معنی‌داری	درجه‌ی آزادی	آماره‌ی آزمون t			
۰/۰۰۱	۵۹	۱/۳۱	۰/۷۹	۲/۵۵	آگاهی از مبانی و مهارت‌های کارآفرینی

مقدار آماره‌ی آزمون t (۰/۰۵ و ۵۹) t کم‌تر از t بحرانی (۱/۹۶) می‌باشد. در نتیجه با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت میانگین آگاهی دانشجویان از مبانی و مهارت‌های کارآفرینی کم‌تر از ۳/۵ است؛ یعنی در حد زیاد یا خیلی زیاد نیست.

آیا از دیدگاه اعضای هیأت علمی، دانشجویان رشته‌ی مدیریت آموزشی به آموزش کارآفرینی نیاز دارند؟

همان‌طور که در جدول شماره‌ی ۲ مشاهده می‌شود، با میانگین ۳/۷۷ بیش‌تر از حد متوسط بر آموزش کارآفرینی تأکید داشته‌اند. با توجه به این که مقدار آماره‌ی آزمون t ۳/۳۹۵ در سطح معنی‌داری ۰/۰۵ و درجه‌ی آزادی ۲۹ بزرگ‌تر از t بحرانی یعنی ۲/۴۵ است. در نتیجه با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت میانگین نیاز به آموزش کارآفرینی بیش‌تر از ۳/۵ است، یعنی در حد زیاد و خیلی زیاد، آموزش کارآفرینی ضرورت دارد.

جدول ۲. آزمون معنی‌داری میزان ضرورت آموزش کارآفرینی از دیدگاه اعضای هیأت علمی

ملاک تست = ۳/۵			انحراف معیار	میانگین	مؤلفه
سطح معنی‌داری	درجه‌ی آزادی	آماره‌ی آزمون t			
۰/۰۰۲	۲۹	۳/۳۹۵	۰/۴۳	۳/۷۷	ضرورت آموزش کارآفرینی

هدف آموزش کارآفرینی از دیدگاه اعضای هیأت علمی در رشته‌ی مدیریت آموزشی

چیست؟

جدول ۳. آزمون معنی‌داری میانگین هدف آموزش کارآفرینی از دیدگاه اعضای هیأت علمی

ملاک تست = ۳/۵			انحراف معیار	میانگین	مؤلفه
سطح معنی‌داری	درجه‌ی آزادی	آماره‌ی آزمون t			
۰/۰۰۲	۲۹	۳/۳۹۵	۰/۲۵۴	۳/۹۳	اهداف آموزش کارآفرینی

همان‌طور که در جدول شماره‌ی ۳ مشاهده می‌شود، اعضای هیأت علمی با میانگین ۳/۹۳ هدف‌های تعیین شده برای آموزش کارآفرینی را تا حد زیادی تأیید کرده‌اند. با توجه به این که مقدار آماره‌ی آزمون ۳/۳۹۵ در سطح معنی‌داری ۰/۰۵ و درجه‌ی آزادی ۲۹ بزرگ‌تر از t بحرانی یعنی ۲/۰۵۴ می‌باشد. در نتیجه با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت میانگین هدف‌های آموزش کارآفرینی از دیدگاه اعضای هیأت علمی بیش‌تر از ۳/۵ است. یعنی هدف‌های بیان شده برای آموزش کارآفرینی، در حد زیاد و خیلی زیاد، مورد تأیید اعضای هیأت علمی می‌باشد. شکل و نظام برنامه‌ی آموزشی دوره‌ی کارآفرینی از دیدگاه اعضای هیأت علمی در رشته‌ی مدیریت آموزشی چگونه می‌باشد؟

یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که رایه درس کارآفرینی به عنوان یک دوره‌ی مجزای تحصیلی با ۹۳/۳٪ در سطح خیلی زیاد و زیاد، مورد توافق اعضای هیأت علمی می‌باشد. همچنین ۸۳/۳٪ از استادان با رایه‌ی درس کارآفرینی به عنوان چند واحد درس در کنار درس‌های دیگر در سطح خیلی زیاد و زیاد، توافق دارند. در ضمن اعضای هیأت علمی با رایه‌ی هر یک از مفاهیم کارآفرینی به عنوان بخشی از سر فصل درس‌ها با ۷۶/۷٪ در سطح خیلی زیاد و زیاد، توافق دارند. همچنین اعضای هیأت علمی با رایه‌ی درس کارآفرینی به طول مدت ۳۴ ساعت، به صورت دو واحد با ۵۶/۷٪ در سطح خیلی زیاد و زیاد، توافق دارند. آنچه که از این یافته‌ها بر می‌آید، این است که از نظر اعضای هیأت علمی رایه‌ی درس کارآفرینی مهم است نه شکل آن.

محتوای درسی مناسب برای آموزش کارآفرینی از دیدگاه دانشجویان و استادان در رشته‌ی مدیریت آموزشی کدام است؟

همان‌طور که در جدول شماره‌ی ۴ مشاهده می‌شود، دانشجویان با میانگین ۳/۲۷ و

جدول ۴. آزمون معنی‌داری میانگین محتوای درسی مناسب از دیدگاه دو گروه

تفاوت میانگین بین دو گروه			ملاک تست = ۳/۵			انحراف معیار	میانگین	طبقه
			سطح معنی‌داری	درجه‌ی آزادی	آماره‌ی آزمون t			
سطح معنی‌داری	درجه آزادی	آماره آزمون t	۰/۰۱۷	۵۹	۲/۴۶۴	۰/۷۳۳	۳/۲۷	دانشجویان
۰/۰۰۱	۸۸	۵/۴۶۱	۰/۰۰۱	۲۹	۳/۹۵۸	./۰۰۰.	۴/۰۰	اعضای هیأت علمی

اعضای هیأت علمی با میانگین ۴/۰۰ محتوای درسی پیشنهادی برای درس کارآفرینی را تأیید کرده‌اند؛ و با توجه به این که مقدار آماره‌ی آزمون در هر دو گروه در سطح معنی‌داری ۰/۰۵ بزرگ‌تر از t بحرانی یعنی ۱/۹۶ می‌باشد. بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت میانگین محتوای درسی پیشنهادی برای درس کارآفرینی در هر دو گروه مساوی یا بیش‌تر از ۳/۵ است. یعنی محتوای پیشنهاد شده برای درس کارآفرینی در حد زیاد و خیلی زیاد، مورد تأیید آنها می‌باشد. اما بین نظر دو گروه اختلاف وجود دارد. زیرا با مقایسه‌ی میانگین‌های آنها مقدار آماره‌ی آزمون ۵/۴۶۱ به دست آمد؛ که در سطح معنی‌داری ۰/۰۵ و درجه‌ی آزادی ۸۸ بزرگ‌تر از t بحرانی، یعنی ۱/۹۶ می‌باشد. بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت که بین نظر اعضای هیأت علمی و دانشجویان در مورد محتوای درس کارآفرینی تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

مناسب‌ترین روش‌های آموزش کارآفرینی از دیدگاه اعضای هیأت علمی در رشته‌ی مدیریت آموزشی کدامند؟

جدول ۵. آزمون معنی‌داری میانگین روش‌های آموزش کارآفرینی از دیدگاه اعضای هیأت علمی

ملاک تست = ۳/۵			انحراف معیار	میانگین	شرح
سطح معنی‌داری	درجه‌ی آزادی	آماره‌ی آزمون t			
۰/۰۰۸	۲۹	۲/۸۴۱	۰/۴۵۰	۳/۷۳	روش‌های آموزش کارآفرینی

همان طور که در جدول شماره‌ی ۵ مشاهده می‌شود، اعضای هیأت علمی با میانگین ۳/۷۳ روش‌های پیشنهادی برای آموزش کارآفرینی را تأیید کرده‌اند. با توجه به این که مقدار آماره‌ی آزمون ۲/۸۴۱ در سطح معنی‌داری ۰/۰۵ بزرگ‌تر از t بحرانی جدول، یعنی ۱/۹۶ می‌باشد، در نتیجه با احتمال ۹۵٪ می‌توان گفت که روش‌های پیشنهادی مورد تأیید اعضای هیأت علمی می‌باشد. اگرچه بصورت کلی و سرجمع روش‌های مطرح شده مورد تأیید هستند، اما همان گونه که در جدول شماره‌ی ۶ مشاهده می‌شود، این موضوع در مورد همه‌ی روش‌ها یکسان نمی‌باشد.

جدول ۶. اولویت‌بندی روش‌های آموزش کارآفرینی

اولویت‌بندی	مؤلفه‌ها	میانگین رتبه‌یی
اول	کارگاه آموزشی	۹/۴۲
دوم	روش حل مسأله	۹/۱۸
سوم	مورد پژوهی	۸/۶۵
چهارم	روش شبیه سازی	۸/۶۲
پنجم	روش پروژه‌های کارآفرینی	۸/۴۸
ششم	آموزش ترکیبی	۸/۴۸
هفتم	روش آموزش گروهی	۷/۸۳
هشتم	روش کاربردی و علمی	۷/۷۰
نهم	روش ایفای نقش	۷/۵۵
دهم	مباحثه‌ی گروهی	۶/۸۳
یازدهم	گردش‌های علمی	۶/۷۳
دوازدهم	کلاس آموزشی	۶/۴۷
سیزدهم	نوشتن طرح کسب و کار جدید	۶/۴۷
چهاردهم	روش سخنرانی	۲/۵۸

در جدول شماره‌ی ۶ روش‌های آموزش کارآفرینی از دیدگاه اعضای هیأت علمی بر حسب میانگین رتبه اولویت بندی شده‌اند. همان طور که مشاهده می‌شود، روش کارگاه آموزشی با میانگین رتبه‌ی ۹/۴۲ در الویت اول، و روش سخنرانی با میانگین رتبه‌ی ۲/۵۸ در الویت چهاردهم قرار دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

این تحقیق با هدف بررسی ضرورت آموزش و توسعه‌ی کارآفرینی در دانشجویان رشته‌ی مدیریت آموزشی پایه‌ریزی و اجرا شد. مهم‌ترین نتیجه‌های تحقیق عبارتند از:

۱. میزان آگاهی دانشجویان از مبانی و مفاهیم کلیدی و مهارت‌های کارآفرینی پایین است. هزار جریبی (۱۳۸۲) نیز با انجام تحقیقی پیرامون توسعه‌ی کارآفرینی در دانش‌آموختگان دانشگاه شیراز به این نتیجه رسید، که میزان آگاهی دانشجویان رشته‌های علوم انسانی از مؤلفه‌های کارآفرینی به طور کلی پایین می‌باشد. عزیزی (۱۳۸۲) در مورد دانشجویان سال آخر کارشناسی، کارشناسی ارشد دانشگاه شهید بهشتی و میرعرب (۱۳۸۶) در مورد دانشجویان سال آخر کارشناسی رشته‌های علوم تربیتی و روان‌شناسی دانشگاه تهران نیز به نتیجه‌ی مشابهی دست یافته‌اند. هانلان و کورمان (۱۹۹۷) نیز در پژوهشی به این نتیجه رسیدند که میزان آگاهی دانشجویان رشته‌های علوم انسانی درباره‌ی ویژگی‌های کارآفرینانه در سطح پایینی قرار دارد (به نقل از جعفرزاده، ۱۳۸۴، ص ۱۰۴). بنابراین با شناخت وضعیت موجود دانش، آگاهی و مهارت دانشجویان رشته کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی باید به چاره‌اندیشی پرداخت، و زمینه‌های لازم برای آموزش و توسعه‌ی آگاهی و مهارت‌های کارآفرینی را در این دانشجویان فراهم آورد.

۲. از نظراعضای هیأت علمی به عنوان خبرگان، صاحب‌نظران و آگاهان نسبت به رشته‌ی مدیریت آموزشی، آموزش کارآفرینی به دانشجویان این رشته ضرورت دارد.

نتیجه‌ی این تحقیق، با تحقیق میرعرب (۱۳۸۶) که بر روی دانشجویان سال آخر کارشناسی رشته‌های علوم تربیتی و روان‌شناسی دانشگاه تهران انجام گرفت، همسو می‌باشد. نتیجه‌ی تحقیق‌های مختلف بیانگر این حقیقت است که آموزش کارآفرینی یک ضرورت انکارناپذیر در توسعه‌ی کارآفرینی است. هانلان و کورمان (۱۹۹۷) در پژوهشی پیرامون تأثیر برنامه‌های آموزشی بر ویژگی‌های کارآفرینانه، به این نتیجه رسیدند که برنامه‌های آموزشی، در پرورش کارآفرینان و راه اندازی شرکت‌های جدید تأثیر به‌سزایی داشته است (به نقل از جعفرزاده، ۱۳۸۴، ص ۱۰۴). بر خلاف ضرورت آموزش کارآفرینی، متأسفانه برنامه‌های آموزشی کنونی دانشگاهی در کشورمان در راستای تربیت کارآفرین قرار ندارد. عزیزی (۱۳۸۲)

در تحقیقی بر روی دانشجویان دانشگاه شهید بهشتی به این نتیجه رسید که بین برنامه‌های تحصیلی و آموزشی ارایه شده از سوی دانشکده‌های دانشگاه شهید بهشتی، و میزان کارآفرینی در دانشجویان از نظر آنان، رابطه‌ی معنی‌داری وجود ندارد. بدری، لیاقتدار، عابدی و جعفری (۱۳۸۴) در پژوهشی پیرامون قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه اصفهان، به این نتیجه رسیدند که آموزش‌های دانشگاهی کنونی کشور در پرورش ویژگی‌های کارآفرینی در دانشجویان مؤثر نبوده است.

۳. یافته‌های پژوهش نشان داد که اعضای هیأت علمی با هدف‌های تعیین شده برای برنامه آموزش کارآفرینی در رشته‌ی مدیریت آموزشی تا حد زیادی توافق داشتند. از نظر آنان، کسب دانش، افزایش توانایی مخاطره‌پذیری، نقش آموزش کارآفرینی در توسعه‌ی اقتصادی و کارآفرین شدن دانشجویان، توانایی دانشجویان در تدوین طرح کسب و کار، و آشنایی دانشجویان با مهارت‌های کسب و کار عمومی، از جمله هدف‌هایی هستند که باید توسط دوره‌های آموزش کارآفرینی پیگیری شوند. کاراوان و اکیفید (۱۹۹۴) ضمن بررسی برنامه‌های آموزش کارآفرینی در پنج کشور اروپایی به این نتیجه رسیدند که اهداف مشترک این برنامه‌ها شامل برانگیختن قابلیت کارآفرینی، استعدادها و مهارت‌ها، از بین بردن تعصبات و مخالفت‌ها برای ریسک کردن، توسعه هم‌مدلی و حمایت از همه‌ی جنبه‌های منحصر به فرد کارآفرینی، نگرش‌های ابداعی به سمت تغییر بود (نقل از هنری و همکاران، ۲۰۰۵، ص ۹۸-۱۱۱).

۴. یافته‌های پژوهش بیانگر آن است که اعضای هیأت علمی با ارایه‌ی درس کارآفرینی به عنوان چند واحد درسی در کنار درس‌های دیگر به عنوان اولویت اول توافق داشتند. و ظرفیت زمانی مناسب برای آموزش کارآفرینی را ۳۴ ساعت به صورت دو واحد درسی ترجیح می‌دهند. به هر حال شکل و ظرفیت زمانی مناسب برای آموزش کارآفرینی یکی از اولویت‌های دوره‌های آموزشی می‌باشد، که باید با توجه به هدف‌ها، محتوا و فعالیت‌های یادگیری موردنظر تعیین شود.

۵. از تحلیل یافته‌های مربوط به محتوای درسی مناسب برای آموزش کارآفرینی این نتیجه به دست آمد که میانگین مؤلفه‌های محتوای درسی پیشنهادی برای آموزش کارآفرینی، مورد تأیید اعضای هیأت علمی و دانشجویان می‌باشد.

ضمن اینکه مشخص شد اختلاف معناداری در مورد محتوای درس کارآفرینی بین دو گروه وجود دارد. این مؤلفه‌ها به ترتیب اولویت بر اساس تشخیص اعضای نمونه، عبارتند از: مهارت‌های حل مسأله، خلاقیت، مهارت‌های ارتباطی، نوآوری، نیاز به استقلال، توصیف منابع مورد نیاز کسب و کار، شناخت فرصت‌ها، امکان سنجی اقتصادی، مهارت‌های ویژه کارآفرینی، توفیق طلبی، مرکز مدیریت درونی، انگیزش پیشرفت، توصیف فرصت‌های کسب و کار، هوشیاری کارآفرینانه، تمایل به مخاطره‌پذیری، انتخاب منابع سرمایه‌گذاری، امکان سنجی مالی، ایده‌ی کسب و کار، جمع‌آوری هزینه‌ها، امکان سنجی فنی، امکان سنجی استقلال کسب و کار، جمع‌آوری نیازهای مالی کسب و کار.

مؤلفه‌هایی که با عنوان محتوای درسی کارآفرینی در این تحقیق مدنظر قرار گرفته است، در تحقیق‌های مشابهی مانند تحقیق میرعرب (۱۳۸۶) با جامعه‌ی آماری دانشجویان سال آخر کارشناسی رشته‌های علوم تربیتی و روان‌شناسی دانشگاه تهران که در سال تحصیلی ۸۵-۸۶ انجام گرفته، همسو می‌باشد.

بلاک و استامپ (۱۹۹۲) با انجام پژوهشی ارایه‌ی آموزش کارآفرینی در رشته‌های مختلف را یکی از راهبردهای حل مشکلات آموزشی و پژوهشی در رشته‌های دانشگاهی می‌دانند. و محتوای آموزش کارآفرینی را ارایه‌ی مطالبی در زمینه‌ی مهارت‌های خلاقیت و نوآوری، خطرپذیری و ارایه‌ی منابع کسب ایده می‌دانند. کاراوان و اکیفید (۱۹۹۴) در بررسی برنامه‌های کارآفرینی پنج کشور اروپایی متوجه شدند که محتوای برنامه‌های آموزش کارآفرینی در این کشورها شامل: تمرکز برنامه‌ها بر روی تولید ایده، برنامه‌ریزی شغلی برای شناسایی تولیدات، تفحص در بازار و شکل بخشی شغل بود (هنری و همکاران، ۲۰۰۵، ص ۹۸-۱۱۱). بر اساس تحقیق‌های انجام گرفته در آمریکا ۱۲۶ دانشکده، برنامه‌های آموزش خود را بر مبنای سه موضوع تقسیم‌بندی نموده‌اند:

۱- کارآفرینی به عنوان آغاز فعالیت کسب و کار. ۲- اداره کسب و کارهای کوچک.

۳- اداره‌ی کسب و کارهای کوچک و بزرگ (مارشال، ۲۰۰۳).

وارن و گیدیون (۲۰۰۵) با انجام پژوهش‌هایی در زمینه‌ی آموزش کارآفرینی یک برنامه‌ی آموزشی ارایه کردند که مهارت‌های کارآفرینی، مهارت‌های کسب و کار، چگونگی ایجاد کسب و کارهای کوچک و شناخت منابع کسب ایده، محتوای این برنامه را تشکیل می‌داد.

حاجی یخچالی (۱۳۸۱) پژوهشی با هدف بررسی و الویت‌بندی مواد و مهارت‌های اصلی (که باید برای توسعه‌ی کارآفرینی در بین دانشجویان، در برنامه‌های آموزشی دانشگاه‌ها گنجانده شود) در دانشگاه شیراز انجام داد، و به این نتیجه رسید که مهم‌ترین اولویت‌های آموزشی برای توسعه‌ی کارآفرینی در بین دانشجویان عبارتند از: انجام پروژه‌های شغلی و کارآفرینی در طول تحصیل، آشنایی با تدوین طرح شغلی، آشنایی با مشاغل مربوط به رشته‌ی تحصیلی، توانایی کار با رایانه تا حد رفع نیازهای شغلی، آشنایی با قوانین کسب و کار، کارورزی، نحوه‌ی تأسیس و ثبت شرکت، آشنایی کامل با زبان خارجی (انگلیسی)، خلاقیت و نوآوری و کارگروهی.

۶. در اولویت‌بندی روش‌های مناسب برای آموزش کارآفرینی، اعضای هیأت علمی روش کارگاه آموزشی را مناسب‌ترین روش برای آموزش کارآفرینی انتخاب نمودند؛ و کم‌ترین امتیاز را برای روش سخنرانی در نظر گرفتند. این روش‌ها از نظر اعضای هیأت علمی رشته‌ی مدیریت آموزشی به ترتیب اولویت عبارتند از: کارگاه آموزشی، روش حل مسئله، مورد پژوهی، شبیه‌سازی، پروژه‌های کارآفرینی، آموزش ترکیبی، آموزش گروهی، روش کاربردی و علمی، ایفای نقش، مباحثه‌ی گروهی، گردش علمی، کلاس آموزشی، نوشتن طرح کسب و کار جدید و سخنرانی.

این نتیجه با تحقیق میرعرب (۱۳۸۶) که در گذشته اشاره شد، همسو می‌باشد. شواهد تحقیقاتی بر ناکارآمدی روش‌های سنتی تدریس (نظیر سخنرانی) در برنامه‌های آموزش کارآفرینی تأکید دارند، و بیش‌تر شیوه‌های نوین تدریس را -که مبتنی بر یادگیری فعال و تعامل بین استاد و دانشجو هستند- مورد توجه قرار می‌دهند (هیلز، ۱۹۹۸، گیب و کاتن، ۱۹۹۸). زیرا رویکرد سنتی، نقش محوری فراگیر را در فرایند یادگیری نادیده می‌گیرد، و از پیشرفت نگرش و مهارت‌های کارآفرینی مورد نیاز جلوگیری می‌کند. از طرف دیگر استفاده از سخنرانی باعث عدم شرکت دانشجویان در مباحث درسی و در نتیجه انفعال آنها می‌شود. اما در شیوه‌های نوین، فراگیر نقش فعالی را در یادگیری ایفا می‌کند؛ و مربی هم به عنوان حمایت‌کننده و تسهیل‌کننده عمل می‌کند.

از روش‌های آموزشی که یادگیری فعال را تشویق می‌کند، می‌توان به روش‌های آموزش دیداری، مورد کاوی، یادگیری مشارکتی، مباحثه‌ها، نمایشنامه‌ها، ایفای نقش و شبیه‌سازی

اشاره کرد.

سایر روش‌های تدریس مطلوب عبارتند از: برگزاری گردش علمی، دعوت از کارآفرینان به عنوان سخنران میهمان و نوشتن طرح کسب و کار. به عنوان نمونه برگزاری جلسه‌هایی برای مصاحبه با کارآفرینان موفق، فضایی را فراهم می‌کند که در آن تجربه‌های آموزشی فراگیران افزایش می‌یابد. همچنین نوشتن طرح کسب و کار یکی از روش‌های اثربخش است اهمیت این روش بدان جهت است که همانند یک برون‌داد عمل می‌کند، که به مربیان در ارزشیابی فراگیران کمک می‌کند.

در کل می‌توان نتیجه گرفت که هرگز خود را با یک روش، محدود و منحصر نسازیم، و از ترکیبی از روش‌های پیشنهاد شده - با در نظر گرفتن هدف هر بخش از محتوا - استفاده نماییم (نساج، ۱۳۸۴، ص ۳).

اندرسون (۱۹۹۸) با انجام پژوهشی پیرامون روش‌های آموزش کارآفرینی بیان کرده است که انتقال مفاهیم آموزشی می‌تواند از طریق برگزاری کلاس، کارگاه آموزشی، ایراد سخنرانی، اجرای نمایشگاه، برنامه‌های انفرادی، روش‌های کاربردی و عملی، پژوهش‌های گروهی، مطالعه‌ی موردی بومی و مطالعه‌ی موردی خارجی باشد. دانشگاه میامی در اوهایو در سال (۲۰۰۳)، برای تدریس کارآفرینی، به روش‌های تجربی (مانند: مطالعه‌ی موردی طرح کسب و کار، برنامه‌های مشاوره‌ی کسب و کار، کارآفرینی در تدریس، مصاحبه‌ی دانشجویان با کارآفرینان و دعوت از کارآفرینان) تمرکز داشت (شاین، ۲۰۰۱).

موسوی بازرگانی (۱۳۷۸) در پژوهشی مهم‌ترین روش‌های آموزش کارآفرینی را به این ترتیب تشخیص می‌دهد: معرفی کتاب، سخنرانی، دعوت از سخنران، تهیه‌ی طرح توجیهی، کارورزی، مشاوره، کار با کارآفرین، کارگاه آموزشی، کارگاه آموزش از راه دور، شبیه‌سازی رایانه‌ی، ایفای نقش، مطالعه‌ی موردی بومی و مطالعه‌ی موردی خارجی.

به طور مشابهی پوستیگو (۲۰۰۲) با انجام تحقیقی در آرژانتین در دانشگاه سن‌آندرسن، روش‌های زیر را برای تدریس و آموزش کارآفرینی پیشنهاد می‌نماید: خواندن کتاب، سخنرانی، بحث و گفتگو، تماشای فیلم درباره‌ی کارآفرینان، کار عملی، نوشتن طرح کسب و کار (پوستیگو، ۲۰۰۲، به نقل از موسوی بازرگانی، ۱۳۷۸).

در اینجا ذکر این نکته ضروری به نظر می‌رسد که نتیجه‌ی این تحقیق به جامعه‌ی آماری مورد مطالعه محدود می‌باشد؛ لذا در زمینه‌ی تعمیم نتیجه بایستی احتیاط نمود. بهتر است برای تهیه‌ی سرفصل درس کارآفرینی برای رشته‌ی مدیریت آموزشی با استفاده از روش دلفی، از کلیه‌ی متخصصان این رشته در تمام دانشگاه‌های کشور نظرخواهی شود. لذا تعمیم‌پذیری این تحقیق برای کل کشور مورد تردید است. از این رو به سایر محققان پیش نهاد می‌شود تا با در نظر گرفتن این محدودیت، پژوهش‌های گسترده‌تری را در این زمینه برنامه‌ریزی و اجرا نمایند.

الگوی آموزشی پیشنهادی

الگوی آموزشی که در اینجا ارائه می‌شود، برگرفته از نتیجه‌ی تحقیق و حاصل ارزیابی اعضای هیأت علمی رشته‌ی مدیریت آموزشی از الگوی پیشنهادی می‌باشد.

عنوان درس: کارآفرینی

نوع درس: نظری- عملی تعداد واحد: ۲ واحد (۳۴ ساعت)

هدف آموزشی:

کسب دانش، افزایش توانایی مخاطره‌پذیری، نقش آموزش کارآفرینی در توسعه‌ی اقتصادی و کارآفرین شدن دانشجویان، توانایی دانشجویان در تدوین طرح کسب و کار، و آشنایی دانشجویان با مهارت‌های کسب و کار عمومی.

محتوای درسی:

در برنامه‌ی آموزشی مدنظر، محتوای درسی کارآفرینی در سه سطح باید ارائه شود:

سطح ۱- مهارت‌های اساسی و مفاهیم کارآفرینی.

سطح ۲- بررسی و ارزیابی ایده کار.

سطح ۳- آماده شدن برای کسب و کار.

این محتوای درسی به صورت جزئی‌تر عبارت است از: مهارت‌های حل مسأله، خلاقیت، مهارت‌های ارتباطی، نوآوری، نیاز به استقلال، توصیف منابع مورد نیاز کسب و کار، شناخت فرصت‌ها، امکان سنجی اقتصادی، مهارت‌های ویژه کارآفرینی، توفیق‌طلبی، مرکز مدیریت درونی، انگیزش پیشرفت، توصیف فرصت‌های کسب و کار، هوشیاری کارآفرینانه، تمایل به

مخاطره‌پذیری، انتخاب منابع سرمایه‌گذاری، امکان‌سنجی مالی، ایده‌ی کسب و کار، جمع‌آوری هزینه‌ها، امکان‌سنجی فنی، امکان‌سنجی استقلال کسب و کار، جمع‌آوری نیازهای مالی کسب و کار.

روش‌های تدریس

روش‌های مناسب برای آموزش کارآفرینی در برنامه‌ی آموزشی به ترتیب اولویت عبارتند از: کارگاه آموزشی، روش حل مسأله، مورد پژوهی، شبیه‌سازی، برنامه‌های کارآفرینی، آموزش ترکیبی، آموزش گروهی، روش کاربردی و علمی، ایفای نقش، مباحثه‌ی گروهی، گردش علمی، کلاس آموزشی، نوشتن طرح کسب و کار جدید، سخنرانی. پس از اجرای برنامه‌های آموزشی، لازم است ارزیابی دقیقی از عملکرد برنامه به عمل آید، تا نقاط ضعف و قوت آن برای انجام اصلاحات لازم مشخص شود.

منابع

فارسی

- احمدپورداریانی، محمود (۱۳۷۸). *کارآفرینی (تعاریف، نظریات، الگوها)*. تهران: پردیس.
- احمدی، محمد (۱۳۸۳). *نیازسنجی آموزشی کارآفرینی رشته برق مقطع کارشناسی*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم تربیتی دانشگاه تهران.
- آراسته، حمیدرضا (۱۳۸۲). *کارآفرینی و آموزش عالی: اصول و موانع*. فصلنامه سیاست علمی و پژوهشی رهیافت، تهران، شماره ۲۹.
- زالی، محمدرضا و سیدمصطفی، رضوی (۱۳۸۳). *بررسی تحلیلی آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها*. پژوهشنامه‌ی علوم انسانی و اجتماعی، تهران، سال چهارم، شماره ۱۶.

- جویس، بورس و مارس، ویل و لیلی، کالهن. (۱۳۸۰). *الگوهای تدریس ۲۰۰۰*. ترجمه محمدرضا بهرنگی، تهران: کمال تربیت.
- حیدری عبدی، احمد (۱۳۸۳). *کارآفرینی، دایرةالمعارف آموزش عالی*، جلد دوم، بنیاد دانشنامه بزرگ فارسی وزارت علوم، تحقیقات و فن آوری، تهران.
- عزیزی، محمد (۱۳۸۲). «بررسی و مقایسه زمینه‌های بروز و پرورش کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه شهید بهشتی» پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی.
- گرامی نژاد، ابولقاسم (۱۳۸۴). *کارآفرین*. تهران: اتحاد.
- مصلح شیرازی، علی نقی (۱۳۸۲). *کتاب کاری، ایده پردازی کارآفرینی و چگونگی تدوین طرح تجاری - صنعتی*. تهران: سایه هور.
- موسوی بازرگانی، سیدجلال (۱۳۷۸). *تعیین ضوابط طراحی برنامه‌های آموزش و پرورش کارآفرینان در ایران بر اساس مطالعه تطبیقی*. پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مهندسی صنایع سازمان مدیریت صنعتی.
- نساج، سعیده (۱۳۸۴). *بررسی اثربخشی برنامه درسی کارآفرینی*. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی.
- نساج، سعیده (۱۳۸۷). *نگاهی نو به آموزش‌های کارآفرینی*. سایت کارآفرینان موفق.

لاتین

- Aldrich, Howard. E, Martinez, Martha, Argelia. (2001). May are called, but reward chosen: an Evolutionary: An Evolutionary perspective for the study of entrepreneurship. *Theory and practice*, 25 (4), 41-61.
- Anderson, A. R. & Kirkwood, Jack, S. L. (1998). "Teaching Entrepreneurship: A Mentoring Experience", Belgium, Paper Presented at the 18th Babson Entrepreneurship Research Conference.
- Anonymous (1998). The Ambitious Millennial Generation. *British public opinion*. 21 (10): 1.
- Casson, M. (1999). "Entrepreneurship and Business Culture", Studies in the Economics of Trust, Edward Elgar, Aldershot., 1.

- Gibb, A. A. (1998). "The Enterprise Culture and Education. Understanding Enterprise Education and its Links with Small Business Entrepreneurships and Wider Educational Goals", **International Small Business Management Journal**, 11, 3.
- Cotton, J. (1990). "Enterprise *Education Experience, A Manal For School-Based In-Service Training*", CASDEC, 147.
- Grtener, William B. (2000). *University Entrepreneurship programs*. <http://www.marshall.usc.edu>.
- Hills, G. E. (1988). "Variations in University Entrepreneurship Education: An Empirical Study of an Evolving Field", *Journal of Business Venturing*, 3, 109-22.
- Hisrich, R. D. & Peters. M. P. (1995). *Entrepreneurship: Starting Developing and Managing a New Enterprise*. New York, Irwin.
- Levie, J. (1999). *Entrepreneurship: myth and reality*. <http://www.entrepreneur.strath.ac.uk/research/Leviespa.pdf>
- Levie J. Hay & Reynolds P. (1999). "*Global Entrepreneurship manitor*" London: partners & co.
- Marshall online (2003). *Courses offered in Entrepreneurunship*. <http://www.marshall.usc.edu>.
- Zell, S. & Iuvie, R. H. (2008). "*Michigan Entrepreneurship Education network (MEEN)*". 1-39.
- Sexton, D. L. & Upton, N. B. (1991). "Evaluation of an Innovative Approach to Teaching Entrepreneurship" *Journal of Small Business Management*, 25, 1, 35-43.
- Shein, E. H. (2001). "On Dialogue, Culture and Organizational Learning", *Organizational Dynamics*, 22.
- Timmons J. A. (1994). "*New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st century*" Burr Ridge, Irwin.