

فصلنامه علمی - پژوهشی تحقیقات مدیریت آموزشی

سال دوازدهم، شماره اول، زمستان ۱۳۹۹ (پیاپی ۴۵)

ارائه مدل آموزشی جهت ارتقای کارآفرینی

(مورد مطالعه: دانشگاه جامع علمی کاربردی شمال غربی کشور)

احمد مهرمند^۱، دکتر محمدنقی ایمانی گله پردرسی^۲

چکیده

هدف پژوهش حاضر، ارائه مدل آموزشی جهت ارتقای کارآفرینی در دانشگاه جامع علمی کاربردی بود؛ رویکرد پژوهش کیفی و به شیوه نظریه داده بنیاد انجام شده است. این پژوهش به لحاظ هدف کاربردی است. جامعه آماری شامل خبرگان، متخصصین و افراد آگاه به امر در زمینه آموزش کارآفرینانه در دانشگاه جامع علمی کاربردی شمال غربی کشور و روش نمونه‌گیری غیر تصادفی هدفمند بود. برای گردآوری داده‌ها از ابزار مصاحبه نیمه ساختاریافته استفاده شد. یافته‌های حاصل از پژوهش نشان داد که عوامل تشکیل‌دهنده آموزش کارآفرینانه (پدیده محوری)، آموزش زمینه‌ای، آموزش مهارت‌های کارآفرینانه و آموزش طرح کسبوکار است. همچنین، مؤلفه‌های پیشینه کارآفرینانه مدرسین، پیشینه کارآفرینانه دانشجویان، ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه و فرهنگ کارآفرینانه به عنوان مؤلفه‌های تأثیرگذار (شرایط علی) بر آموزش کارآفرینانه و مؤلفه‌های قصد کارآفرینانه، رفتار کارآفرینانه و ایجاد کسبوکار مستقل به عنوان مؤلفه‌های تأثیرپذیر (پیامدها) از آموزش کارآفرینانه شناسایی شدند.

واژه‌های کلیدی: آموزش کارآفرینانه، آموزش زمینه‌ای، آموزش مهارت‌های کارآفرینانه.

^۱ دانشجوی دکتری، گروه مدیریت، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران.

^۲ استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن (نویسنده مسئول).

مقدمه

کشورهای توسعه‌یافته‌ی امروزی در محیط ملاطمه و رقابتی حاضر که رقابت در حوزه‌های منابع و تأمین سرمایه بسیار شدید است، بهای زیادی به نوآوری‌های افراد لایق داده‌اند که از طریقی جز کارآفرینی حاصل نمی‌گردد (آگیر^۱ و همکاران، ۲۰۱۹). در آغاز ایجاد مفهوم کارآفرینی که برای اولین بار حدود دو قرن پیش مطرح گشت، تمرکز بر تلاش‌های سنتی بود که فرد یک ایده را به یک کسب‌وکار موفق تبدیل می‌سازد، اما پژوهشات جدید به کارآفرینی به دید یک فرآیند سیستماتیک شامل عوامل نگرشی و رفتاری نگاه می‌کند که افراد در یک فرآیند آموزشی فرا می‌گیرند (گالوا^۲ و همکاران، ۲۰۱۸).

پژوهشگران در تبیین اهمیت آموزش کارآفرینی تاکید می‌کنند که کارآفرینی علاوه بر اشتغال زایی، موجب بهبود کیفیت زندگی، بهره‌وری بهینه از منابع مالی و توسعه اقتصادی جوامع می‌شود (گورل و آتسان^۳، ۲۰۰۶). بعد از ظهور و رواج کارآفرینی در جوامع پیشرفته، موسسات و نهادهای علمی از قبیل دانشگاه‌ها با پیشنهاد به برگزاری آموزش و دوره‌های آموزشی کارآفرینی قصد به بهبود این سیستم گرفتند (گالوی و براؤن^۴، ۲۰۰۲) همچنین در سال‌های اخیر، افزایش علاقه در بهبود و فراهم کردن برنامه‌های آموزشی به تشویق و افزایش کارآفرینی مشاهده شده است. دولتها تلاش‌های قابل ملاحظه‌ای برای فراهم کردن برنامه‌های آموزشی مناسب کارآفرینی داشته‌اند به طوری که موسسات زیادی با افزایش تقاضا برای برگزاری دوره‌های مناسب برای کارآفرینی و به ویژه ایجاد کسب‌وکار جدید برگرفته از دوره‌های کاربردی آموزش کارآفرینی رویرو شده‌اند. با وجود اینکه اشتراک نظر در خصوص تعریف کارآفرینی و ابعاد آن وجود ندارد، آموزش کارآفرینانه بسیار مهم تلقی شده و کاربرد آن به شدت در حال رشد می‌باشد (مردانشاھی و آقاجانی، ۱۳۹۴).

طرح مساله

کارآفرینی از منابع مهم و پایان ناپذیر همه جوامع بشری است. منبعی که بر توان خلاقیت انسان‌ها بر می‌گردد، از یک سو ارزان و از سوی دیگر بسیار ارزشمند و پایان ناپذیر است. امروزه همگان

¹ Aguirre

² Galvao

³ Gürol & Atsan

⁴ Galloway & Brown

دریافته اند که جوامعی که بر منابع انسانی نسبت به جوامعی که به منابع زیر زمینی متکی بوده، در بلند مدت موفق تر بوده اند، منابع زیر زمینی در کشورهای جهان سوم بر خلاف مزیت های آن از جمله موانع توسعه یافتنگی بشمار آمده است، در صورتیکه عدم وجود این منابع در برخی از کشورها باعث شده است تا آن ها با استفاده از نیروی فکر، خلاقیت و ابتکار و یا در یک واژه کارآفرینی از جمله کشورهای پیشرو در جهان کنونی شوند (احمدپور داریانی و همکاران، ۱۳۹۰).

فرد کارآفرین اگر چه هدفش ترقی و پیشرفت است، همواره آماده پذیرش خطر و شکست است. برخی از بر جسته ترین خصوصیات فرد کارآفرین از نظر ماریسون عبارتند از تعهد و عزم راسخ، قدرت رهبری، فرصت طلب بودن، تحمل خطر، ابهام و عدم قطعیت داشتن، خلاقیت و اعتماد به نفس و تمایل به سرآمد بودن (احمدپور داریانی و همکاران، ۱۳۹۰). وسپر^۱ کارآفرینان را افرادی می داند که رقابت را افزایش می دهند، شرکت های موجود را به چالش می کشانند، به دنبال فرصت های مناسبی هستند تا در محیط بازار نیازهای برآورده نشده را برآورده کند، فناوری ها را منتقل سازند عقاید جدیدی را خلق و آنها را اجرا کنند، سرمایه گذاری را ترغیب می کنند و همراه با آن به دنبال مشاغل جدید هستند. به اعتقاد رابرتسون (۲۰۰۸) یک دانشگاه کارآفرین با تعدادی از عوامل کلیدی به شرح زیر توصیف می شود: رهبری قوی که ظرفیتهای کارآفرینی را برای همه دانشجویان و کارکنان در سرتاسر محیط دانشگاهی اش توسعه می بخشد، رابطه قوی با ذینفعان خارجی که ارزش افزوده ایجاد می کنند، سبک های تفکر به شیوه های ترجیحی افراد در استفاده از توانایی های فردی اشاره می کند. شناخت سبک های تفکر به افراد کمکمی کند تا آنها فکر خود را به منظور سازگاری با سبک های تفکر مختلف تعديل کنند و در عین حال در ارتباطات خود موفق شوند. از طرفی، تحقیقات دیگر نشان می دهد که برای ارتقا سطح آموزش، اساتید و دانشجویان باید اهداف اجزای دوره و کل برنامه را بدانند. استارک پیشنهاد می کند که دانشجویان و اساتید به عنوان شرکای در آموزش با همیگر کار کنند. او می افزاید، به هر حال، «شرکا» همیشه در کیفیت، کمیت و شیوه تدریس یا تناسب محل تدریس توافق ندارند. دانشجویان بیشتر روش های تدریسی را که همراه با تجسس و چالش باشد، می پذیرند. بدون مأнос کردن دانشجویان با پژوهش در زندگی و فعالیتهای روزمره فraigیری، پرورش استعدادهای خلاق آنها در تولید علم و مشارکت در توسعه کشور ناممکن خواهد بود. پس از توجه روزافزون به نقش آموزش کارآفرینی در توسعه اقتصادی کشورها از طریق ایجاد شغل و کسبوکارهای جدید، سیاست گذاران در سطح کلان، سیستمی جامع برای حمایت از این

¹ Vesper

۲۱۶ □ فصلنامه علمی- پژوهشی تحقیقات مدیریت آموزشی - سال دوازدهم، شماره دوم، زمستان ۱۳۹۹

عامل مهم ایجاد کرده اند. این سیستم ترکیبی و جامع شامل موسساتی از قبیل مراکز نوآوری، مراکز رشد، مراکز انتقال تکنولوژی، پارک های علم و فناوری می باشد که قسمتی از فعالیت آنها اجرای دوره های آموزشی کارآفرینی است (هنری^۱ و همکاران، ۲۰۱۷). از سوی دیگر مدیران شرکت های بزرگ به نیاز به آموزش کارآفرینی در سازمان ها که از دانشگاه ها نشات می گیرد تاکید نموده و از این رو بسیاری از مطالعات به بررسی متغیرهای مربوط به آموزش کارآفرینانه پرداخت اند مانند تعیین اثرات آموزش کارآفرینی بر تصمیم به راه اندازی کسب و کار مخاطره آمیز جدید، شناسایی ارتباط بین آموزش کارآفرینانه و موفقیت سازمان، بررسی ارتباط بین آموزش کارآفرینی و توسعه اقتصادی و بررسی ادراکات یا اعتقادات افراد بر نقش آموزش های کارآفرینی بر بهبود نگرش کارآفرینانه (کروز^۲ و همکاران، ۲۰۰۹، آمالیاواتی^۳ و همکاران، ۲۰۱۹، هارمس^۴، ۲۰۱۵). موضوعی که کمتر به آن پرداخته شده در حالی که اهمیت زیادی داشته و برای توسعه پژوهشات آتی آموزش کارآفرینانه بسیار مهم می باشد، ارائه مدلی جامع برای شناسایی و تبیین عوامل اثرگذار، اثرباز و همچنین بسترها، راهبردها و موانع آموزش کارآفرینانه در دانشگاه ها است.

از سال ۱۳۷۹ با ابلاغ طرح «کاراد» (کارآفرینی در دانشگاه ها) از سوی وزارت علوم، پژوهشات و فناوری، اهمیت جدی به آموزش کارآفرینانه در دانشگاه های کشور داده شده است. ارائه کارآفرینی به عنوان رشته دانشگاهی، اضافه نمودن واحد های کارآفرینی در رشته های آموزش عالی و ایجاد مراکز کارآفرینی در پارک های علم و فناوری همگی گواه بر ضرورت توجه و سرمایه گذاری در آموزش کارآفرینانه است (رضایی زاده و محزون، ۱۳۹۶). بنابراین می توان نتیجه گرفت که مراکز آموزش عالی در حال حاضر با تمرکز بیشتر بر آموزش کارآفرینی مسئولیت تولید دانش و تأمین کننده نیاز نیروی انسانی متخصص کارآفرین را بر عهده دارند و پژوهشاتی از قبیل مطالعه های حاضر که عوامل تأثیرگذار و اثربازی به همراه بسترها و موانع را تبیین می سازند نقش کلیدی در ارتقای وضعیت کارآفرینی ایفا می کنند. از این رو، تحقیق حاضر در بی پاسخگویی به این سوال است که چه مدل آموزشی می توان جهت ارتقای آموزش کارآفرینانه در دانشگاه جامع علمی- کاربردی شمال غرب کشور ارائه داد؟

¹ Henry

² Cruz

³ Amaliawati

⁴ Harms

مبانی نظری موضوع

در آغاز ایجاد مفهوم کارآفرینی که برای اولین بار حدود دو قرن پیش مطرح گشت، تمرکز بر تلاش‌های سنتی بود که فرد یک ایده را به یک کسب‌وکار موفق تبدیل می‌سازد، اما پژوهش‌های جدید به کارآفرینی به دید یک فرآیند سیستماتیک شامل عوامل نگرشی و رفتاری نگاه می‌کند که افراد در یک فرآیند آموزشی فرا می‌گیرند(گالوا و همکاران، ۲۰۱۸). کارآفرینی یک نوع کنش انسانی است که در عرصه کار و فعالیت اقتصادی متبلور می‌شود. با وجود این، اقتصاددانان به این امر اذعان دارند که کارآفرینی پدیده‌ای فرا اقتصادی است. کارآفرینی فرایند ابتکار و نوآوری و ایجاد کسب و کارهای جدید در شرایط مخاطره آمیز از طریق کشف فرصت‌ها و بهره‌گیری از منابع است. کارآفرینی تبدیل ایده نو به محصول با خدمات است که از نتایج آن می‌توان به افزایش بهره‌وری، کارآیی و اثربخشی سازمانی اشاره کرد(احمدپور پورداریانی، ۱۳۹۷: ۳). از سال ۱۳۷۹ با ابلاغ طرح «کاراد» (کارآفرینی در دانشگاه‌ها) از سوی وزارت علوم، پژوهش و فناوری، اهمیت جدی به آموزش کارآفرینانه در دانشگاه‌های کشور داده شده است. ارائه کارآفرینی به عنوان رشته دانشگاهی، اضافه نمودن واحدهای کارآفرینی در رشته‌های آموزش عالی و ایجاد مراکز کارآفرینی در پارک‌های علم و فناوری همگی گواه بر ضرورت توجه و سرمایه‌گذاری در آموزش کارآفرینانه است(رضایی زاده و محزون، ۱۳۹۶). از سوی دیگر، بر اساس برنامه توسعه ۱۴۰۴، باید ۵۰ درصد از تولید آتی ناخالص داخلی کشور نه از منابع نفتی بلکه از محل فعالیت‌های کارآفرینانه باشد که دلیل تدوین و تصویب لایحه ایجاد سازمان نظام کارآفرینی از سوی دولت به شمار می‌رود؛ به آموزش کارآفرینی مکرراً در این لایحه اشاره شده است:

- اهداف کلی: تعمیق و گسترش آموزش‌های عمومی و تخصصی همراه با تقویت اخلاق و آزاداندیشی و روحیه خلاقیت.
- الزامات اجرایی: ایجاد تحول در نظام آموزشی و پژوهشی کشور.
- راهبردهای کلان: اصلاح ساختار نظام تربیتی، آموزشی و پژوهشی کشور به منظور تربیت و توانمندسازی سرمایه انسانی با تاکید بر پرورش انسان‌های باتقنوا، کارآفرین، خودباعر و خلاق، نوآور و توانا در تولید علم و فناوری متناسب با ارزش‌ها و نیازهای جامعه.

● اقدامات کوتاه مدت: انجام حمایت‌های مادی و معنوی از فعالان در حوزه آموزش و فرهنگ‌سازی کارآفرینی.

آموزش کارآفرینانه به مجموعه فعالیت‌های اطلاق می‌شود که برای افزایش تعداد افرادی که اقدام به راهاندازی کسبوکار مستقل نمایند، برگزار می‌گردد. همچنین ایجاد اعتماد به نفس در افراد برای فعالیت به صورت مستقل از دیگر شاخصه‌های این نوع آموزش‌ها بیان شده است (جونز^۱ و همکاران، ۲۰۱۸). به نظر هاپ^۲ (۲۰۱۶) برنامه‌های آموزشی در حیطه کارآفرینی در دو سطح مطرح می‌شود:

الف) در سطح فرد، این آموزش‌ها قوی‌ترین محرك برای شروع فعالیت صاحبان کسبوکارهای کوچک مستقل است، بدین معنی که افراد تشویق به راه اندازی کسبوکارهای مستقل در اندازه کوچک می‌شوند.

ب) در سطح سازمان، این آموزش‌ها به تعلیم و تربیت مدیرانی اختصاص می‌یابد که به دنبال توسعه مهارت‌های تشخیص و بهره برداری از فرصت‌ها هستند.

در حالی که یکی از اهداف اساسی آموزش کارآفرینی نه، یادگیری فنون به اجرا گذاشتن دانش است (دیف^۳ و همکاران، ۲۰۱۸). آموزش سنتی افرادی را پرورش می‌دهد که فقط می‌توانند شکاف‌های شغلی تعریف شده را پرکنند درحالی که آموزش کارآفرینانه حرکتی عظیم در راستای تولید کارآفرینان در دانشگاه‌ها است که یکی از اهداف اتصال دانشگاه با صنعت و فن آوری است. کارآفرینان باید فرصت شناس باشند در حالی که نظام آموزشی دانشگاه مبتنی بر یادگیری نیست، آموزش مبتنی بر تعلیم است و این خود عاملی برای عدم پرورش افراد کارآفرین است (پورآتشی، ۱۳۹۷).

مدیران سازمان‌های موفق به آموزش کارآفرینانه به عنوان یک رویکرد مفید و کاربردی برای مطالعه اقتصاد و کسبوکار می‌نگرند و برای تأمین مالی برنامه‌های کارآفرینی تلاش زیادی می‌کنند. مثال‌های این سرمایه‌گذاری‌ها را می‌توان در شرکت‌های موفق مانند گوگل و آی‌بی ام مشاهده نمود که سرمایه‌های هنگفتی در این زمینه انجام می‌دهند (زابلینا^۴ و همکاران، ۲۰۱۹).

با توجه به مطالب گفته شده در زمینه کارآفرینی، به نظر می‌رسد، جای ارتقای سطح کارآفرینی در سازمان‌های آموزشی مانند دانشگاه‌ها و خصوصاً دانشگاه جامع علمی و کاربردی که هدف اصلی آنها

¹ Jones

² Hoppe

³ Dif

⁴ Zabelina

ارتقای سطح رفاه و زندگی در جامعه است، خالی می‌باشد. ارتقای کارآفرینی در دانشگاه‌ها با چالش-هایی نظیر غفلت از جایگاه فرهنگ کارآفرینی دانشگاه، عدم توجه به برنامه ریزی دقیق منابع انسانی، عدم توجه به سند چشم انداز بیست ساله در زمینه تعالی نوآوری در دانشگاه‌ها، خروج نیروهای کیفی از دانشگاه، عدم توجه به اصل توسعه دانش و... مواجه است، از این‌رو پرداختن به مقوله کارآفرینی و ارتقاء آن ضروری به نظر می‌رسد. از طرفی نیز به نظر می‌رسد با توجه به مولفه‌هایی کارآفرینی که با خود به همراه دارد و پیامدهایی که باید در دانشگاه، قابل لمس باشند، دانشگاه جامع علمی کاربردی از این رویکرد سود نمی‌برد. در این راستا، پژوهش حاضر قصد دارد با مرور ادبیات سوابق پژوهشی و همچنین استفاده از نظر خبرگان و افراد آگاه به امر، به این سوال اساسی پاسخ دهد که چه مدلی آموزشی می‌توان جهت ارتقای کارآفرینی دانشگاه جامع علمی کاربردی شمال غربی کشور ارائه کرد؟

پیشینه پژوهش

بررسی پیشینه ادبیات نظری آموزش کارآفرینانه مشخص می‌سازد که اکثر دانشگاه‌ها کارآفرینی را تمرکز بر فرایند راه اندازی کسب‌وکار (مرحله بعد تصمیم‌گیری) لحاظ نموده و مراحل پیشین را مورد غفلت قرار داده‌اند. این در حالی است که آموزش‌هایی که فرد کارآفرین می‌بیند در تصمیم‌گیری وی نقش مهمی ایفا می‌کند. در مرحله تصمیم‌گیری کارآفرین بررسی می‌کند که چه عوامل و عناصری باعث می‌شود تا از میان گزینه‌های شغلی مختلف راه اندازی یک کسب‌وکار را انتخاب نماید(صیف و همکاران، ۱۳۹۳).

بررسی پیشینه تحقیق نشان می‌دهد که اهمیت موضوع آموزش کارآفرینانه بیش از پیش مطرح است و باید به این موضوع بیشتر پرداخت، به طور نمونه در دانشگاه‌ها نیاز به واحدهای به خصوص کارآفرین تاکید شده است. همچنین به آموزش مهارت‌های شخصی، مدیریتی و فنی در این نوع از آموزش اشاره شده است. پژوهش‌ها تاکید کرده‌اند که موفقیت آموزش کارآفرینانه نیازهای جامعه را در بسیاری حوزه‌ها از قبیل اشتغال زایی برطرف می‌کند و دانشجویان را با محیط کسب و کار آشنا ساخته و استعدادها و مهارت‌های کارآفرینانه را پرورش می‌دهد. همچنین، پژوهش‌ها اهمیت بررسی عوامل اثرگذار و اثربخش را تاکید کرده‌اند از قبیل محرک‌های فرهنگی، تجربه پیشین فرد مدرسان، مشخصه‌های مدرسان و فراغیران و رفتار کارآفرینانه، قابلیت تفکر دانشجو و ساختار سازمانی دانشگاه. فواید آموزش کارآفرینانه در بسیاری از پژوهش‌ها آمده است از قبیل کشف و خلق فرصت‌های فناورانه توسط دانشجویان، رشد کسب و کارهای مستقل، ایجاد پارک‌های علم و فناوری، بهبود فرهنگ

کارآفرینانه و رویکرد کارآفرینانه دانشجویان. برخی تحقیقات نیز به اهمیت شیوه‌های آموزش کارآفرینی از قبیل شیوه‌های سنتی و مدرن اشاره نموده‌اند. برخی پژوهش‌ها مدیران و مسوولان نظام آموزشی را خطاب قرار داده و نقش آن‌ها را در بهبود آموزش کارآفرینانه برجسته نموده‌اند. قصد، نگرش، ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه و گرایش کارآفرینانه دانشجویان هم از سوی پژوهشگران مهم شمرده شده و مدل‌هایی در این زمینه ارائه شده‌اند. با وجود فقدان پژوهش‌هایی مشابه با عنوان پژوهش حاضر، در طی سال‌های اخیر پژوهش‌های مرتبطی با آموزش کارآفرینی صورت پذیرفته است. در میان آن‌ها جانسون^۱ و همکاران(۲۰۱۸)، زابلینا و همکاران(۲۰۱۹)، اوریلی^۲ و همکاران(۲۰۱۹)، آگیر و همکاران(۲۰۱۹) و پریمند^۳ و همکاران(۲۰۱۶) نتایج مفیدی برای پژوهش حاضر داشته‌اند. همچنین آنچه از پیشینه و ادبیات پژوهش در خصوص آموزش کارآفرینانه استنباط می‌شود تعریف واحد و منحصر بفردی ارائه نشده است و نتیجه ابعاد و مؤلفه‌های در نظر گرفته شده نیز به مثابه تغییرات زمان و محیط متفاوت بوده است. اما آنچه در تمامی پژوهش‌ها نام برده شده مشترک به نظر می‌رسد تکیه پژوهشگران بر آموزش کارآفرینانه و تاثیر آن بر ارتقای مهارت‌های کارآفرینانه دانشجویان است. در نهایت بر اساس مرور مبانی نظری، مؤلفه‌های مدل آموزشی جهت ارتقای کارآفرینی و عوامل اثرگذار و اثربخش از آن مورد شناسایی قرار گرفت. در زیر، این مؤلفه‌ها و عوامل بر اساس مستندات پژوهشی قابل مشاهده می‌باشند:

آموزش کارآفرینانه: آموزش کارآفرینانه به مجموعه فعالیت‌هایی گفته می‌شود که با هدف پرورش نگرش و طرز فکر کارآفرینانه از یک سو و مهارت‌های کارآفرینانه از سوی دیگر انجام می‌گیرد و به افراد کمک می‌کند تا ایده‌های جدید خلق نموده و با استفاده از شیوه‌های نوآورانه آنها را به کسب و کارهای جدید مستقل تبدیل سازند(یوکویاما و بیرچلی^۴؛ ادیاگبونیا^۵. ۲۰۱۳). ابعاد تشکیل‌دهنده آموزش کارآفرینانه در این پژوهش شامل آموزش زمینه‌ای، آموزش مهارت‌های کارآفرینانه و آموزش طرح کسب و کار است که در ادامه هر یک از این ابعاد تعریف می‌شود:

آموزش زمینه‌ای: به مجموعه فعالیت‌های آموزشی گفته می‌شود که هدف آنها ایجاد زمینه و تقویت روحیه و نگرش کارآفرینانه در افراد است. این آموزش‌ها می‌توانند از طریق مشارکت دادن

¹ Johnson

² O'Reilly

³ Premand

⁴ Yokoyama & Birchley

⁵ Ediagbonya

دانشجویان در صنعت، تقویت رابطه آنها با کارآفرینان و صاحبان ایده‌های کسبوکار و تشویق آنها به عملی سازی ایده‌های نو و خلاقانه اجرا گردد.

آموزش مهارت‌های کارآفرینانه: به مجموعه فعالیت‌های آموزشی گفته می‌شود که هدف آنها ارتقای مهارت‌های خلق ایده‌های جدید کسبوکار در دانشجویان است تا با یادگیری مراحل ایجاد یک کسبوکار جدید و فنون مدیریتی کسبوکارها، میزان احتمال موفقیت آنها در اقدامات کارآفرینانه بیشتر شود.

آموزش طرح کسبوکار: به مجموعه فعالیت‌های آموزشی گفته می‌شود که هدف آنها افزایش سطح آگاهی دانشجویان از سندی است درباره کارهایی که در کسبوکار آتی شان انجام خواهند داد و این که چگونه آن‌ها را انجام می‌دهند. در آموزش طرح کسبوکار اطلاعات جامعی راجع به این موارد به دانشجویان داده می‌شود: خلاصه اجرایی، شرح کسبوکار، استراتژی‌های بازار، تحلیل رقبا، برنامه طراحی و توسعه کسبوکار، عوامل اقتصادی-مالی و برنامه مدیریتی و عملیاتی. همچنین به آنها آموزش داده می‌شود که چگونه یک طرح کسبوکار را عملی سازند(پریمند و همکاران، ۲۰۱۶).
عوامل اثرگذار: در این پژوهش شرایط اثرگذار عبارتند از: پیشینه کارآفرینانه مدرسین و دانشجویان، ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه و فرهنگ کارآفرینانه که در ادامه هر یک از این عوامل تعریف می‌شود:

پیشینه کارآفرینانه مدرسین: به مجموعه فعالیت‌های کارآفرینانه مدرسین آموزش‌های کارآفرینانه اخلاق می‌شود که میزان تجربه آنها در زمینه ایجاد و مدیریت کسبوکارهای مستقل را تعیین می‌کند. پیشینه کارآفرینانه مدرسین بستگی دارد به فعالیت پیشین و فعلی آن‌ها در کسبوکارهای مستقل از دانشگاه، تعادل بین وظایف دانشگاهی و کسبوکار و شبکه اجتماعی وسیع در صنعت و محیط کسبوکار.

پیشینه کارآفرینانه دانشجویان: به مجموعه فعالیت‌های کارآفرینانه دانشجویان دوره‌های آموزشی کارآفرینی گفته می‌شود که میزان تجربه آنها در زمینه ایجاد و مدیریت کسبوکارهای مستقل را تعیین می‌کند. پیشینه کارآفرینانه دانشجویان بستگی دارد به فعالیت پیشین و فعلی آن‌ها در کسبوکارهای مستقل از دانشگاه، تعادل بین وظایف دانشگاهی و کسبوکار و شبکه اجتماعی آن‌ها در صنعت و محیط کسبوکار(رائه^۱، ۲۰۰۵).

¹ Rae

ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه: به مشخصات و ویژگی‌های فردی گفته می‌شود که اکثر کارآفرینان از خود نشان می‌دهند. در این پژوهش، این ویژگی‌ها شامل نیاز به موفقیت، کنترل درونی، استقلال طلبی، نوآوری، تحمل ابهام، ریسک پذیری و پیش فعالی می‌باشند^{(استربیک^۱ و همکاران، ۲۰۱۰).}

فرهنگ کارآفرینانه: به مجموعه عقاید، باورها، هنجارها و باید و نبایدهایی گفته می‌شود که از ایجاد فعالیت‌های کارآفرینانه و تقویت وضعیت کارآفرینی در یک سازمان یا نهاد حمایت می‌کند. وجود و تقویت این نوع از فرهنگ در یک نهاد باعث افزایش انگیزه‌ی اعضا به انجام فعالیت‌های کارآفرینانه می‌شود^{(یلدیز^۲، ۲۰۱۴).}

عوامل اثربخش: در این پژوهش عوامل اثربخش یا پیامدها عبارتند از قصد کارآفرینانه، رفتار کارآفرینانه و ایجاد کسبوکار مستقل که در ادامه تعریف شده‌اند.

قصد کارآفرینانه: به معنی وجود نیت و طرح جدی برای انجام اقدامات کارآفرینی و همچنین تلاش برای رفع مشکلات کارآفرینی است. قصد کارآفرینانه به هدف شغلی کارآفرینانه و مصمم بودن برای ایجاد یک کسبوکار مستقل می‌انجامد^{(انگل^۳ و همکاران، ۲۰۱۰).}

رفتار کارآفرینانه: به رفتارهایی گفته می‌شود که افراد کارآفرین از خود بروز می‌دهند که اغلب از خلاقیت و ابتکار آنها نشات گرفته و باعث نوآوری و پیشگامی می‌گردد^{(کوراتکو^۴ و همکاران، ۲۰۰۵).}

ایجاد کسبوکار مستقل: به مجموعه اقداماتی گفته می‌شود که افراد کارآفرین برای پیاده سازی طرح‌های کارآفرینانه خود انجام می‌دهند که شامل راه اندازی یک کسبوکار و یا شرکت مستقل است.

روش پژوهش

در این طرح پژوهشگر ابتدا از لحاظ کیفی موضوع پژوهش را با شرکت‌کنندگان محدود بررسی و سپس بر مبنای یافته‌های کیفی نسبت به ساخت ابزار مورد نظر اقدام نمود. با توجه به مطالب فوق و از آنجاکه در این پژوهش هدف اصلی طراحی مدلی آموزشی جهت ارتقای کارآفرینی دانشگاه جامع

¹ Oosterbeek

² Yildiz

³ Engle

⁴ Kuratko

علمی کاربردی شمالغرب کشور است و به منظور بررسی عمیق و شناخت بیشتر موضوع در زمینه ابعاد، مؤلفه ها و شاخص های ارتقای کارآفرینی، ابتدا به مطالعه ادبیات و پیشینه مرتبط با موضوع بررسی پرداخته شد، سپس از مصاحبه و روش تحلیل محتوا به متابه تکنیکی پژوهشی برای درک بیشتر و شناسایی شاخص ها و مؤلفه های مدل آموزشی جهت ارتقای کارآفرینی دانشگاه جامع علمی کاربردی پرداخته شد. جامعه آماری بخش کیفی پژوهش شامل خبرگان، متخصصین و افراد آگاه در زمینه مدل آموزشی جهت ارتقای کارآفرینی دانشگاه جامع علمی کاربردی شمال غربی کشور بود. ویژگی های خبرگان پژوهش که به تأیید اساتید راهنمای و مشاور رسیده بود، افرادی بودند که از نظر آگاهی و اطلاعات در زمینه ارتقای کارآفرینی برجسته بوده و این که بتوانند با ارائه اطلاعات دقیق نمادی از جامعه باشند. برای تعیین نمونه های این پژوهش و تعیین این گروه از خبرگان از روش نمونه گیری غیر تصادفی هدفمند^۱ استفاده شد. در صورتی که هدف از مصاحبه، اکتشاف و توصیف عقاید و نگرش های مصاحبه شوندگان باشد، در این صورت با توجه به زمان و منابع قابل دسترس می توان از تعداد ۱۰-۲۵ نمونه برای انجام مصاحبه استفاده نمود که در این پژوهش تعداد ۲۰ نفر به عنوان مصاحبه شونده با توجه به اصل اشباع در نظر گرفته شد. مشخصات مصاحبه شوندگان در جدول (۱)، ارائه شده است.

جدول (۱) آمار جمعیت شناختی مصاحبه شوندگان

متغیر	طبقه	فراوانی	متغیر	طبقه	فراوانی	متغیر	طبقه	فراوانی	متغیر	
سن	پایین تر از ۳۹ سال	۱	فوق لیسانس	۴	تحصیلات	۴	مدیران ارشد دانشگاه		محل خدمت	
	۴۰ تا ۴۵ سال	۹		۱۶		۶	معاونین آموزشی و پژوهشی دانشگاه			
	۴۶ تا ۵۰ سال	۵	دکتری تخصصی	۷			اساتید مطلع در حوزه مورد مطالعه	جنسیت		
	بالای ۵۰ سال	۵	زن	۱۳		۱۰				
سابقه کار	زیر ۱۰ سال	۵	مرد							
	۱۱ تا ۲۰ سال	۹								
	بالای ۲۰ سال	۶								

برای جمع آوری اطلاعات ابتدا برای انجام مصاحبه های اکتشافی به صورت هدفمند تعدادی از خبرگان دانشگاهی انتخاب شده و پس از اعمال هماهنگی های لازم در محل کار آنها حضور یافته و با آنها مصاحبه شد. همچنین از روش کدگذاری باز، کدگذاری محوری استفاده شده است. در این

¹ Goal oriented

□ ۲۲۴ فصلنامه علمی- پژوهشی تحقیقات مدیریت آموزشی - سال دوازدهم، شماره دوم، زمستان ۱۳۹۹

پژوهش از مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته استفاده شد. در مصاحبه‌های انفرادی با مصاحبه‌شوندگان، برای بررسی مقدماتی پنج سؤال مصاحبه استفاده شد که این سؤال‌ها بر گرفته از موضوع، مدل و اهداف پژوهش بود که در جدول زیر به آن اشاره شده است. علاوه بر سؤال‌های زیر پژوهشگر سؤال‌های فرعی دیگری نیز در کنار هر سؤال برای درک تجارب شرکت‌کنندگان در حین مصاحبه مطرح کرد.

جدول(۲) سؤال‌های مصاحبه باخبرگان

ردیف	سؤال
۱	از دیدگاه شما عوامل تشکیل‌دهنده آموزش کارآفرینانه در دانشگاه جامع علمی کاربردی کدام‌اند؟
۲	از دیدگاه جنبالی عوامل اثرگذار بر آموزش کارآفرینانه در دانشگاه جامع علمی کاربردی چیست؟
۳	از دیدگاه جنبالی آموزش کارآفرینانه در دانشگاه جامع علمی کاربردی چه پیامدهایی به دنبال دارد؟
۴	به نظر شما تسهیل‌کننده‌ها پیاده‌سازی آموزش کارآفرینانه در دانشگاه جامع علمی کاربردی شامل چه مواردی است؟
۵	به نظر شما موانع پیاده‌سازی آموزش کارآفرینانه در دانشگاه جامع علمی کاربردی شامل چه مواردی است؟
۶	به نظر شما با چه سازوکارهای اجرایی می‌توان آموزش کارآفرینانه در دانشگاه جامع علمی کاربردی را پیاده‌سازی کرد؟

در حین مصاحبه به جمع‌آوری نظرات در مورد شاخص‌های مناسب برای مدل آموزشی جهت ارتقای کارآفرینی به آن پرداخته شد و عوامل اصلی و فرعی مورد نظر بررسی و نهایی شد. شایان ذکر است که مدت زمان انجام مصاحبه بین ۹۰ تا ۳۰ دقیقه بود. برای حصول اطمینان از روایی ابزار و به منظور اطمینان خاطر از دقیق بودن یافته‌ها از دیدگاه پژوهشگر، از نظرات ارزشمند اساتید و متخصصان دانشگاهی که در این حوزه خبره و مطلع بودند استفاده شد. هم‌چنین به طور همزمان از مشارکت‌کنندگان در تحلیل و تفسیر داده‌ها کمک گرفته شد. در ادامه برای محاسبه پایایی بازآزمون از میان مصاحبه‌های انجام گرفته چند مصاحبه به عنوان نمونه انتخاب شده و هر کدام از آن‌ها در یک فاصله زمانی کوتاه و مشخص دوباره کدگذاری شد. سپس کُدهای مشخص شده در دو فاصله زمانی برای هر کدام از مصاحبه‌ها با هم مقایسه شدند. در این پژوهش ضریب پایایی بین کدگذاری‌های انجام‌شده ۸۱ درصد به دست آمد که بیانگر قابل قبول بودن آن است. در ادامه محقق به همراه این همکار پژوهش، تعداد سه مصاحبه را کدگذاری کرده و درصد توافق درون موضوعی که به عنوان شاخص پایایی تحلیل به کار می‌رود با استفاده از فرمول زیر محاسبه شده است:

$$\times 100 = \frac{\text{درصد توافق درونی}}{\text{کل تعداد کدها}} \times 100$$

در این فرمول تعداد توافقات اشاره به تعداد کدهای مشترک و یکسان بین محقق و کدگذار همکار اشاره دارد. تعداد کل کدها نیز مجموع کدهای استخراجی بین محقق و کدگذار همکار می‌باشد. به این ترتیب پایابی حاصل از دو کدگذار با توجه به محاسبات زیر ۸۳ درصد به دست آمد:

$$2(82) = \frac{\text{درصد توافق درونی}}{198} \times 100 = 83$$

یافته‌ها

در جدول زیر، شاخص‌های مرکزی و پراکندگی مربوط به عوامل اثرگذار، تشکیل‌دهنده و عوامل اثربازی نمایش داده شده است. لازم به ذکر است، نتایج نشان می‌دهد که فرض نرمال بودن قابل قبول است از آنجایی که مقادیر چولگی و کشیدگی در بازه‌ی بین ۱ و ۱- قرار دارند.

جدول (۳) مشخصه‌های آماری عوامل اثرگذار، تشکیل‌دهنده و عوامل اثربازی

متغیرها	ابعاد	میانگین	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی
آموزش کارآفرینانه	آموزش زمینه‌ای	۳,۶۷	۰,۷۱	-۰,۲۳	۰,۱۳
	آموزش مهارت‌های کارآفرینانه	۳,۹۸	۰,۶۷	۰,۱۰	۰,۵۱
	آموزش طرح کسب و کار	۴,۱	۰,۸۸	۰,۴۸	۰,۶۳
شرایط علی	پیشینه کارآفرینانه مدرسین	۳,۹۷	۰,۸۰	-۰,۰۹	۰,۲۲
	پیشینه کارآفرینانه دانشجویان	۳,۶۶	۰,۷۱	۰,۱۴	۰,۲۸
	ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه	۳,۵۲	۰,۷۵	۰,۲۶	۰,۰۷
	فرهنگ کارآفرینانه	۴,۰۱	۰,۸۹	۰,۰۵	۰,۴۷
پیامدها	قصد کارآفرینانه	۴,۲۶	۰,۷۰	-۰,۷۲	۰,۰۱
	رفتار کارآفرینانه	۳,۷۸	۰,۷۰	-۰,۲۲	۰,۵۶
	ایجاد کسب و کار مستقل	۳,۲۶	۰,۸۷	-۰,۶۲	۰,۷۷

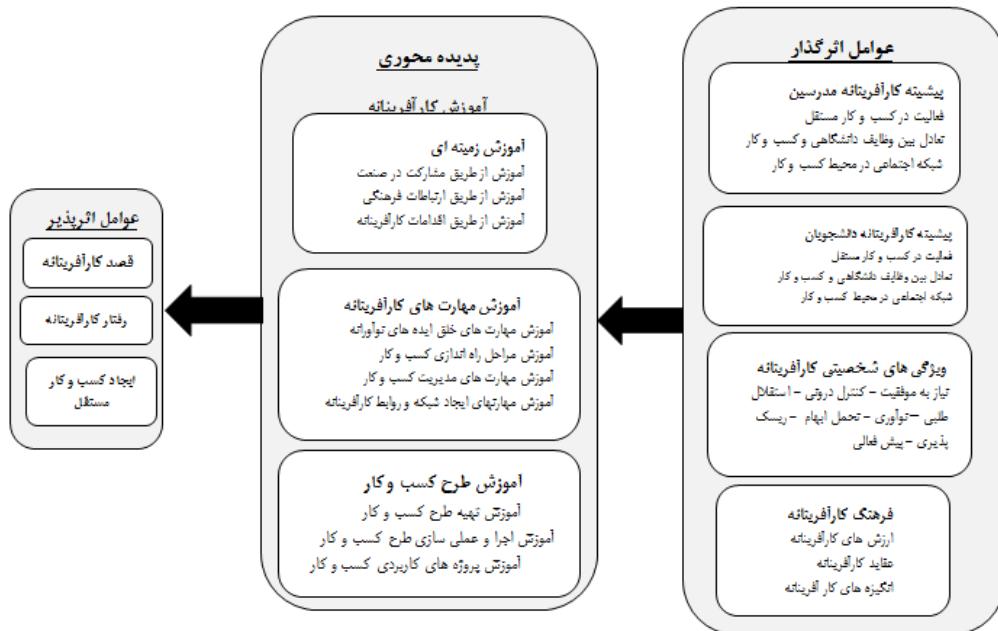
بر اساس ادبیات، پیشینه و نظریه‌های موجود این مولفه‌ها در جدول (۴)، نام‌گذاری شده‌اند.

۲۲۶ □ فصلنامه علمی- پژوهشی تحقیقات مدیریت آموزشی - سال دوازدهم، شماره دوم، زمستان ۱۳۹۹

جدول (۴) مؤلفه‌های شناسایی شده بر اساس ادبیات، پیشینه و نظریه‌های موجود

تعداد گویه	مؤلفه	بعد
۷	آموزش زمینه‌ای	پدیده محوری
۸	آموزش مهارت‌های کارآفرینانه	
۷	آموزش طرح کسب و کار	
۷	پیشینه کارآفرینانه مدرسین	عوامل اثرگذار
۷	پیشینه کارآفرینانه دانشجویان	
۱۹	ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه	
۵	فرهنگ کارآفرینانه	
۶	قصد کارآفرینانه	عوامل اثربذیر
۶	رفتار کارآفرینانه	
۵	ایجاد کسب و کار مستقل	

بر اساس عوامل شناسایی شده فوق مفهومی نهایی پژوهش به قرار زیر است:



شکل (۱) مدل مفهومی پژوهش مبتنی بر مبانی نظری و پیشینه پژوهش

جمع بندی و نتیجه گیری

بطورکلی دنیای امروز پر از پیچیدگی‌هایی است که نظام آموزش عالی را در زمینه رشد و تعالی با مشکلات عدیدهای روبرو ساخته است و مدیران در کلیه سطوح را بعنوان برنامه‌ریزان، سازمان-دهندهان و رهبران حوزه‌های مختلف با چالش‌های فراوان روبرو کرده است. در این شرایط ارائه مدل آموزشی جهت ارتقای کارآفرینی می‌تواند راهگشا باشد، در همین راستا، پژوهش حاضر نیز درصد، ارائه مدل مدل آموزشی جهت ارتقای کارآفرینی دانشگاه جامع علمی کاربردی شمال غربی کشور بود تا بتواند پاسخگوی نیازهای آتی باشد.

نتایج نشان داد که از میان شاخص‌های (گویه) موجود، سه مؤلفه اصلی قابل شناسایی است. بر این اساس، مؤلفه‌های آموزش زمینه‌ای، آموزش مهارت‌های کارآفرینانه و آموزش طرح کسبوکار برای تبیین متغیر آموزش کارآفرینانه شناسایی شدند. در ارتباط با این یافته پژوهش، برخی پژوهشگران به نتایجی همسو دست یافتند. برای نمونه، آگیر و همکاران (۲۰۱۹) در تبیین آموزش‌های کارآفرینی به نقش مهارت‌های کارآفرینانه که از طریق تعامل میان دانشگاه و بنگاه‌های کارآفرین حاصل می‌گردند؛ اشاره نموده‌اند. همچنین آن‌ها آموزش زمینه‌ای با استفاده از متخصص تدریس کارآفرینی را مهم دانسته‌اند. اوریلی و همکاران (۲۰۱۹) در شناسایی قابلیت‌های پویای دانشگاه کارآفرین، به آموزش مهارت‌های کارآفرینانه از قبیل مهارت‌های ایجاد کسبوکار اشاره نموده و این امر را در انتقال دانش کارآفرینی به دانشجویان ضروری دانسته‌اند.

در ادامه یافته‌ها در خصوص در شناسایی مؤلفه‌های اثرگذار بر آموزش کارآفرینانه نشان داد که از میان شاخص‌های (گویه) موجود، چهار مؤلفه اصلی قابل شناسایی است. بر این اساس، با توجه به ادبیات نظری مؤلفه‌های اثرگذار بر آموزش کارآفرینانه شامل پیشینه کارآفرینانه مدرسین، پیشینه کارآفرینانه دانشجویان، ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه و فرهنگ کارآفرینانه شناسایی شدند. در این خصوص، برخی یافته‌های حاصل از پژوهش‌های انجام‌شده با یافته پژوهش حاضر همخوانی دارد، از آن جمله می‌توان به تحقیق سازمان همکاری اقتصادی و توسعه (OECD) (۲۰۱۷) اشاره کرد که در بررسی مؤلفه‌های تاثیرگذار بر توسعه آموزش کارآفرینی به نقش دانشگاه، دولت و سازمان‌های مربوطه در توسعه فرهنگ کارآفرینی اشاره می‌کنند. در این پژوهش انگیزه نیز از عوامل شخصیتی کارآفرینی موثر ذکر شده است.

همچنین در شناسایی مؤلفه‌های تاثیر پذیر از آموزش کارآفرینانه در دانشگاه جامع علمی کاربردی، نتیجه شد که از میان شاخصهای (گویه) موجود، سه مؤلفه اصلی قابل شناسایی است. بر این اساس، مؤلفه‌های تاثیر پذیر از آموزش کارآفرینانه در دانشگاه جامع علمی کاربردی شامل قصد

۲۲۸ □ فصلنامه علمی- پژوهشی تحقیقات مدیریت آموزشی - سال دوازدهم، شماره دوم، زمستان ۱۳۹۹

کارآفرینانه، رفتار کارآفرینانه و ایجاد کسبوکار مستقل بودند. همسو با این یافته، انگل و همکاران(۲۰۱۰) قصد کارآفرینانه را مخصوص آموزش کارآفرینی می‌داند که باعث رشد نیت انجام اقدامات کارآفرینی و همچنین تلاش برای رفع مشکلات کارآفرینی می‌شود و به افزایش اشتغال کارآفرینانه و مصمم بودن برای ایجاد یک کسبوکار مستقل می‌انجامد. همچنین، جانسون و همکاران(۲۰۱۸) بیان می‌کنند که قصد و رفتار کارآفرینانه در حد زیادی وابسته به آموزش است و ویژگی‌های شخصیتی نیز در قصد کارآفرینانه تاثیر دارند و با تقویت ویژگی‌های شخصیتی مؤثر بر قصد کارآفرینانه می‌توان روحیه کارآفرینی را در جامعه توسعه داد و حرکت کارآفرینان اقتصادی را در مسیر فعالیت‌های کارآفرینانه تسهیل نمود. کوراتکو و همکاران(۲۰۰۵) نتیجه گرفته‌اند که بعد از آموزش کارآفرینی یک رفتار کارآفرینانه در افراد کارآفرین ایجاد می‌شود که همراه با خلاقیت و ابتکار آنها باعث نوآوری و پیشگامی می‌گردد.

پیشنهادها

در نهایت با توجه به یافته‌های بدست آمده پیشنهادات زیر ارایه می‌گردد:

- دانشگاه با صنعت مشارکت بیشتری داشته باشد.
- دفتر ارتباط با صنعت در دانشگاه فعال تر اقدام کند.
- در تدریس دوره‌های آموزشی، ارزش‌های ایجاد کسبوکار مستقل تاکید شود.
- آموزش کارآفرینی در دانشگاه از طریق اقدامات کارآفرینانه صورت پذیرد.
- آموزش مهارت‌های خلق ایده‌های نوآورانه به دانشجویان بیشتر شود.
- دانش و مهارت‌های مدیریت کسبوکار از منابع به روز آموزشی دنیا به دانشجویان آموزش داده شود.
- دانش و مهارت‌های ایجاد شبکه و روابط کارآفرینانه از منابع به روز آموزشی دنیا به دانشجویان آموزش داده شود.
- آموزش‌های به روز در خصوص مسایل حقوقی ایجاد کسبوکار جدید به دانشجویان داده شود.
- آموزش‌های به روز در خصوص تأمین منابع مالی برای راه اندازی کسبوکار جدید و مستقل به دانشجویان داده شود.
- آموزش‌های موردی در خصوص تشخیص و ارزیابی فرصت‌های موجود به دانشجویان داده شود.

- تهیه طرح کسبوکار به عنوان یک دوره‌ی مجزا به دانشجویان آموزش داده شود.
- دانشجویان آموزش داده شوند که چگونه طرح کسبوکار را اجرا و عملی سازی نمایند.
- آموزش‌هایی در خصوص تهیه‌ی خلاصه اجرایی از یک کسبوکار داده شود.
- آموزش‌هایی در خصوص راهکارهای ارائه یک محصول یا خدمت جدید داده شود.
- آموزش‌هایی در خصوص تحلیل و ارزیابی بازار و عناصر آن داده شود.
- آموزش‌هایی در خصوص استراتژی‌های بازاریابی داده شود.
- آموزش‌هایی در خصوص تحلیل و ارزیابی مالی یک کسبوکار داده شود.

منابع

- پورآتشی، مهتاب. (۱۳۹۷). دانشگاه کارآفرین از مفهوم تا عمل. تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.
- احمد پور داریانی ، محمود و کاظم نصیری ، محمد (۱۳۹۰)، تئوری های کارآفرینی. انتشارات آگاه
- احمد پورداریانی، محمود و مقیمی، محمد. (۱۳۹۷). مبانی کارآفرینی. تهران: انتشارات نگاه دانش، چاپ نوزدهم.
- رضایی زاده، مرتضی و محزون حقیقی، پریسا. (۱۳۹۶). شناسایی موانع بازخورد مدرسان کارآفرینی (موردمطالعه: دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران)، نشریه: توسعه کارآفرینی، شماره: بهار ۱۳۹۶، دوره ۱۰، شماره ۱، صص ۱۸۱-۱۶۱.
- صیف، محمدحسن؛ ثابت مهارلویی، عباس؛ رستگار، احمد و احمدآبادی، خدیجه. (۱۳۹۳). عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینی دانشگاهی در بین دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی شیراز. مجله توسعه آموزش در علوم پزشکی، شماره ۷، دوره ۱۵، صص ۷۱-۸۵.
- مردانشاهی، محمدمهری و آفاجانی حسنعلی. (۱۳۹۴). نقش آموزش کارآفرینی بر افزایش خلاقیت دانشجویان، نشریه: نوآوری و ارزش آفرینی، شماره: پاییز و زمستان ۱۳۹۴، دوره ۴، شماره ۸، صص ۴۱-۳۳.
- Aguirre, M. C. D., Lagunas, E. A., Rodríguez, S. V. M., & Campbell, A. C. (2019). Entrepreneurship as a Boost of Economic Growth in Mexico and Chile. In *Regional Integration in Latin America: Dynamics of the Pacific Alliance* (pp. 167-176). Emerald Publishing Limited.
- Amaliawati, S., Martono, T., & Indrawati, C. D. S. (2019). The Influence of Entrepreneurship Education on The Business Performance Through Entrepreneurial Intention. *International Journal of Educational Research Review*, 4(2), 162-171.
- Cruz, N. M., Rodriguez Escudero, A. I., Hernangomez Barahona, J., & Saboia Leitao, F. (2009). The effect of entrepreneurship education programmes on satisfaction with innovation behaviour and performance. *Journal of European Industrial Training*, 33(3), 198-214.
- Dif, A., Bourane, S., & Benziane, A. (2018). The role of the startup competition and entrepreneurial ecosystem in the integration of entrepreneurship education within the algerian universities. International Conference on Applied Human Factors and Ergonomics (pp. 140-149).
- Ediagbonya, K. (2013). The roles of entrepreneurship education in ensuring economic empowerment and development. *Journal of business administration and education*, 4(1).
- Engle, R. L., Dimitriadi, N., Gavidia, J. V., Schlaegel, C., Delanoe, S., Alvarado, I., ... & Wolff, B. (2010). Entrepreneurial intent: A twelve-country evaluation of Ajzen's model of planned behavior. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 16(1), 35-57.
- Galloway, L. and Brown, W. (2002), "Entrepreneurship education at university: a driver in the creation of high growth firms", *Education þ Training*, Vol. 44 No. 8/9, pp. 398-405.

- Galvão, A., Ferreira, J. J., & Marques, C. (2018). Entrepreneurship education and training as facilitators of regional development: A systematic literature review. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 25(1), 17-40.
- Gürol, Y., & Atsan, N. (2006). Entrepreneurial characteristics amongst university students: Some insights for entrepreneurship education and training in Turkey. *Education+Training*, 48(1), 25-38.
- Harms, R. (2015). Self-regulated learning, team learning and project performance in entrepreneurship education: Learning in a lean startup environment. *Technological forecasting and social change*, 100, 21-28.
- Henry, C., Hill, F., & Leitch, C. (2017). *Entrepreneurship Education and Training: The Issue of Effectiveness: The Issue of Effectiveness*. Routledge.
- Hoppe, M. (2016). Policy and entrepreneurship education. *Small Business Economics*, 46(1), 13-29.
- Johnson, S. L., Madole, J. W., & Freeman, M. A. (2018). Mania risk and entrepreneurship: Overlapping personality traits. *Academy of Management Perspectives*, 32(2), 207-227.
- Jones, P., Maas, G., Dobson, S., Newbery, R., Agyapong, D., & Matlay, H. (2018). Entrepreneurship in Africa, part 2: entrepreneurial education and eco-systems. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 25(4), 550-553.
- Kuratko, D. F. (2005). The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges. *Entrepreneurship theory and practice*, 29(5), 577-597.
- Oosterbeek, H., Van Praag, M., & Ijsselstein, A. (2010). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation. *European economic review*, 54(3), 442-454.
- O'Reilly, N. M., Robbins, P., & Scanlan, J. (2019). Dynamic capabilities and the entrepreneurial university: a perspective on the knowledge transfer capabilities of universities. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 31(3), 243-263.
- Premand, P., Brodmann, S., Almeida, R., Grun, R., & Barouni, M. (2016). Entrepreneurship education and entry into self-employment among university graduates. *World Development*, 77, 311-327.
- Rae, D. (2005), Entrepreneurial learning: a narrative-based conceptual model. *Journal of Small Business and Enterprise Development* 12 (3):323-335.
- Vesper, K.H., (1982) "Research on Education for Entrepreneurship" in Kent, C.A. et al. (Eds), *Encyclopaedia of Entrepreneurship*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ.
- Yildiz, M. L. (2014). The effects of organizational culture on corporate entrepreneurship. *International journal of business and social science*, 5(5).
- Yokoyama, K., & Birchley, S. L. (2019). Entrepreneurship in the Japanese Context. In *Transnational Entrepreneurship in South East Asia* (pp. 17-39). Springer, Singapore.
 - Zabelina, E., Deyneka, O., & Tsiring, D. (2019). Entrepreneurial attitudes in the structure of students' economic minds. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.

۲۳۲ □ فصلنامه علمی- پژوهشی تحقیقات مدیریت آموزشی - سال دوازدهم، شماره دوم، زمستان ۱۳۹۹