

تحلیل وضعیت آموزش کارآفرینی در آموزش عالی ایران^۱

سید مصطفی شریف^۱ - عبدالرسول جمشیدیان^۲

حمید رحیمی^{۳*} - ناهید نادری^۴

۱ و ۲. استادیار دانشگاه اصفهان

۳ و ۴. دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی دانشگاه اصفهان

(تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۰/۸/۱۵، تاریخ تصویب: ۱۳۹۰/۱/۲۷)

چکیده

هدف این مقاله تحلیل وضعیت آموزش کارآفرینی در آموزش عالی ایران است. سوال‌های تحقیق با در نظر گرفتن الگوهای برنامه‌ی درسی آموزش‌های کارآفرینی (هدف‌ها، محتوا، راهبردها و روش‌ها) تدوین و بررسی شده است. در این تحقیق از طرح پیمایشی استفاده شده و جامعه‌ی آماری این پژوهش را کارآفرینان و مدیران کارآفرین، متخصصان برنامه‌ی درسی و مدیریت آموزشی تشکیل می‌دهند. نمونه‌ی آماری پژوهش بخشی از جمعیت کارآفرینان، مدیران کارآفرین، متخصصان برنامه‌ی درسی و مدیریت آموزشی در سطح کشور هستند که با استفاده از روش نمونه‌گیری هدف‌مند، ۶۵ نفر به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. داده‌های مورد نیاز پژوهش با سه ابزار، اسناد و مدارک، پرسش‌نامه و فرمت مصاحبه‌ی نیمه سازمان‌یافته‌ی اکتشافی محقق ساخته گردآوری شد. ضریب پایایی پرسش‌نامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ ۰/۹۵ به‌دست آمد. روایی صوری و محتوایی به‌وسیله‌ی متخصصان و کارشناسان برنامه‌ریزی درسی و مدیریت آموزشی تایید شده و تجزیه و تحلیل داده‌ها در سطح استنباطی انجام شد. یافته‌ها نشان داد که مشاهده شده از مقدار بحرانی جدول در سطح خطای ۵ درصد بزرگ‌تر است. بنابراین از نظر پاسخ‌گویان هدف‌ها، محتوا، راهبردهای یاددهی و یادگیری، شیوه‌های مدیریت و نظارت و ارزش‌یابی آموزش کارآفرینی باید بیش از سطح متوسط در آموزش کارآفرینی مدنظر قرار گیرد.

واژه‌های کلیدی: آموزش کارآفرینی، الگوهای برنامه‌ی درسی کارآفرینی، هدف‌گذاری، راهبردهای یاددهی و یادگیری، آموزش عالی

۱. این مقاله برگرفته از طرح پژوهشی اجرا شده در دانشگاه اصفهان به شماره ۸۶۱۰۲۳ است.

Email: hamid_rahimi_1982@yahoo.com

* نویسنده مسؤل

مقدمه

امروزه آموزش کارآفرینی به یکی از مهم‌ترین و گسترده‌ترین فعالیت‌ها تبدیل شده است. طی دهه‌ی ۸۰، دانشگاه‌ها برحسب ویژگی گروه‌های تحت آموزش و نیازهای منطقه‌ای و ملی، برنامه‌های آموزشی متعددی را برای سازمان‌ها طراحی کردند. در اروپا، امریکا و کانادا گام‌هایی اساسی برای حمایت از فعالیت‌های کارآفرینی برداشته‌اند. این حمایت‌ها شامل راهنمایی‌های عملی، مشاوره، ارایه تسهیلات مالی و برگزاری دوره‌های ویژه درباره‌ی کارآفرینی در دانشگاه و خارج از آن است (Gibb, 2002, 233). دوره‌های آموزش کارآفرینی نه تنها جای خود را در بستر دروس دانشگاهی و رشته‌های مختلف باز کرده، بلکه در دوره‌های مختلف تحصیلی نیز به آن توجه می‌شود (Cutton, 1990, 147). اهداف آموزش کارآفرینی را می‌توان کسب دانش مربوط به کارآفرینی، تعیین و تقویت ظرفیت، استعداد و مهارت کارآفرینی، القای مخاطره‌پذیری و تقویت نگرش‌ها برای پذیرش تغییر دانست. اهداف افراد از شرکت در دوره‌ها و نیز نوع نیازهای مهارتی و علمی آن‌ها می‌تواند متفاوت باشد (احمدپور داریانی، ۱۳۸۳).

تقویت فرهنگ کارآفرینی موجب افزایش موفقیت اجتماعی و اقتصادی در مقیاس محلی، ملی و جهانی خواهد شد که لازمه‌ی این مهم، برنامه‌ریزی آموزش‌های وسیع و ترویج فرهنگ کارآفرینی بوده (احمدپورداریانی، ۱۳۷۸) و رویکردهای متفاوتی برای عملیاتی کردن آموزش کارآفرینی مورد نیاز است (Hytti & Gorman, 2004, 11). کارآفرینی فرایندی است که لازمه‌ی آن برنامه‌ریزی در نظام آموزشی و پژوهشی بوده و اجرای برنامه‌های آن از سطح خانواده، مدرسه تا دانشگاه و سازمان‌ها گسترده شده است و باعث می‌شود تا افراد با استفاده از تخصص و قدرت ابتکار و خلاقیت، فرصت‌ها و توان‌مندی‌ها، اشتغال مولد و درآمدزا ایجاد کنند (Dutta & Crossan, 2005). تغییرهای سریع محیطی، شرایط جدیدی را برای آموزش عالی ایجاد کرده است. براین‌د این شرایط، ضرورت توسعه‌ی توانمندی‌های کارآفرینی در کشور به‌منظور ایجاد کسب‌وکارهای جدید، استفاده از ظرفیت‌های بدون استفاده، توسعه‌ی ظرفیت‌های موجود و حل مشکلات

اجتماعی بوده و در پاسخ به این چالش‌ها، ماموریت جدید دانشگاه‌ها ایجاد توانمندی‌های کارآفرینی در دانش‌آموختگان دانشگاه‌هاست (یداللهی فارسی، ۱۳۸۶، ۹۳).
دانشگاه کارآفرین با بهره‌گیری از توانایی‌های موجود در دانشگاه به بهترسازی و رشد کارآفرینی می‌پردازد (رهایی، ۱۳۸۶). موضوع دانشگاه کارآفرین با سه موضوع کلیدی دنبال می‌شود:

۱- خود دانشگاه‌ها به‌عنوان یک سازمان، کارآفرین شوند؛ ۲- اعضای دانشگاه، اساتید، دانشجویان و کارکنان خودشان را به سمت کارآفرین شدن سوق بدهند؛ ۳- تعامل دانشگاه و محیط (کردنائیج و شمس، ۱۳۸۶، ۶۰).

وود و مک لینی^۱ (۲۰۱۰) معتقدند که در طی چند مرحله می‌توان فرصت‌های کارآفرینی را ایجاد کرد. این مراحل عبارتند از ۱- مفهوم‌سازی ایده، ۲- عینی‌سازی ایده و ۳- حمایت قانونی از ایده. برای هر دانشگاه این سوال پیش می‌آید که چگونه خود را نسبت به یک راهبرد کارآفرین متعهد کند؟ جواب این سوال در انعکاس هویت، هنجارها و ساختارهای دانشگاه است. بدین معنی که دانشگاه باید راهبرد خود را با توجه به چگونگی فعالیت‌های کارآفرینانه و در ارتباط با محیط تعریف کند (Entre news, 2004). خطر برای یک کارآفرین تفاسیر و مفاهیم فراوانی دارد و آن ممکن است مفهوم مالی، شغلی، خانوادگی، اجتماعی و یا روانی داشته باشد (Kuratko & Hornsby, 2004, 35-43).

در کشور عزیزمان ایران با داشتن جمعیت مستعد و منابع طبیعی فراوان، تولید ملی در سطحی کمی بوده و جمعیت تحصیل کرده از اشتغال مولد چندانی برخوردار نیست؛ بر همین اساس اولویت ایجاد کار در دستور کار نهادها و سازمان‌ها قرار گرفته است. از آن‌جا که بسیاری از شرکت‌ها به علت نرخ بهره‌وری اندک، نبود تقاضا و غیره در آستانه‌ی تعطیلی قرار گرفته‌اند و موقعیت رقابتی کشور در بازارهای جهانی نیز بسیار ضعیف است، رویکرد توسعه‌ی کارآفرینی امری ضروری به نظر می‌رسد. ضعف دستگاه‌های سیاست‌گذاری در شناخت امر کارآفرینی، نبود تجارب قبلی در کشور برای توسعه‌ی

1. Wood & Mckinley

کارآفرینی و حمایت و پشتیبانی از کارآفرینان، یک مانع اصلی و اولیه محسوب می‌شود. وضعیت موجود آموزش کارآفرینی، به‌ویژه در سطح آموزش عالی کشور، از یک الگوی منسجم برخوردار نبوده و دچار پراکندگی و سردرگمی است. با توجه به اهمیت و نقش کارآفرینی و با توجه به مشکلات جامعه، ترویج و اشاعه‌ی کارآفرینی، بسترسازی برای فرهنگ حامی کارآفرینی و تربیت کارآفرینان برای تمامی جوامع به‌ویژه جوامع در حال توسعه مثل کشورمان ضرورت دارد که این امر، یکی از وظایف و چشم‌اندازهای آموزش عالی است. از این‌رو این پژوهش به بررسی وضعیت آموزش کارآفرینی در ابعاد (هدف‌گذاری، محتوا، راهبردهای یاددهی و یادگیری، شیوه‌های مدیریتی و نظارتی و ارزش‌یابی) در آموزش عالی ایران می‌پردازد و درصدد است ببیند آیا وضعیت توجه به آموزش کارآفرینی در آموزش عالی ایران بالاتر از حد متوسط است یا خیر؟

مروری بر ادبیات و پیشینه‌ی تحقیق

برخی دانشگاه‌ها و دانشکده‌های مالزی اواسط دهه‌ی ۱۹۹۰ کارآفرینی را به‌عنوان یکی از موضوع‌های مهم درسی در نظر گرفته‌اند. تحقیق‌های انجام شده در این دانشگاه‌ها نشان می‌دهد که ۳۶/۷ درصد از دانشجویان علاقه‌مند به فراگیری چگونگی آغاز کسب‌وکار و یا مدیریت مؤسسه‌های کوچک هستند. افزون بر این ۴۴/۴ درصد از کل افراد مورد تحقیق اعتقاد دارند که استعدادهای کارآفرینانه در همه‌ی افراد وجود دارد. بنابراین با آموزش رسمی به افراد می‌توان آن‌ها را کارآفرین کرد (Yu & Chan, 2007, 63). مارتین^۱ در تحقیقی، سه نوع کارآفرین را براساس نقش آن‌ها در دانشگاه شناسایی کرد:

۱. کارآفرین دانشگاهی، کسی است که با فعالیت‌های کارآفرینانه درگیر می‌شود، اما به آن فقط به‌عنوان یک موضوع فرعی در کارها و فعالیت‌های دانشگاهی می‌نگرد.
۲. کسی که تمام وقت در کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز بوده و لازم است که به مسایل مهم علمی نیز توجه کند.

1. Martin

۳. کارآفرین دانشگاهی کسی است که دارای شایستگی و صلاحیت‌های علمی کسب و کار بوده، در شرایط مخاطره‌آمیز عمل کرده و علم را به‌عنوان کسب و کار در نظر می‌گیرد (Martin, 2001, 9-34).

پژوهشی با عنوان آموزش کارآفرینان و متخصصان کارهای کوچک در آفریقای جنوبی انجام شد. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که تاکید بیش‌تر ایجادکنندگان کسب و کارهای کوچک بر روی آموزش مدیریت است تا آموزش کارآفرینانه. هم‌چنین دخالت آموزش بیش‌تر متوجه انگیزش شخصی و مهارت‌های کارآفرینانه است (Nie man, 2001, 445). هریسون^۱ طی تحقیقی با عنوان پردازش الگویی برای آموزش و توسعه‌ی کارآفرینی به این نتیجه رسید که یادگیری درون‌گروهی و بین‌گروهی، یادگیری درون‌سازمانی و برون‌سازمانی، ایجاد سازمان یادگیرنده و تعریف مجدد چارچوب تغییرات سازمانی نقش مهمی در کارآفرینی سازمانی دارد (Harrison, 2002, 83). تحقیقی توسط ابراهیم^۲ با عنوان آموزش کارآفرینی در کانادا با یک دیدگاه و ارزیابی انتقادی انجام شد. این تحقیق تلاش‌های آموزش و پرورش کارآفرینی در کانادا را ارزیابی کرده و چالش‌هایی که در این راه وجود دارد را شناسایی می‌کند (Ibrahim, 2002, 421). تحقیق دیگری با عنوان بررسی و ارزیابی وضعیت موجود آموزش کارآفرینی بر کارآفرینی دانشجویان در آرژانتین انجام شد. نتیجه‌ی این تحقیق نشان می‌دهد که دانشجویان دوره‌هایی را به ترتیب اولویت، برای آموزش کارآفرینی پیشنهاد کردند که عبارتند از: مقدمه‌ای برای کارآفرینی و کسب و کار، خلاقیت و نوآوری، کارآفرینی اجتماعی، امور مالی و سرمایه‌گذاری، تدوین طرح کسب و کار و مدیریت واحدهای شغلی (Postigo, 2002). تحقیقی توسط مت‌لی^۳ با عنوان بررسی آموزش و پرورش کارآفرینی در چین انجام شد. در این تحقیق، ۱۰ الگو در قالب (نظریه‌ها و کاربردهای اقتصادی-اجتماعی گرا، اقتصادهای مدیریتی، رفتار سازمانی، مدیریت مالی و بازاریابی، نظام اطلاعات و

2-Harrison

3- Ibrahim

4- Matlay

فناوری‌های اطلاعات، حسابداری، تحلیل مالی و مدیریت خطر مالی) در مدارس بازرگانی چین ارایه شده است (Matlay, 2003, 495). با فرایند آموزش کارآفرینی می‌توان افراد را با توانمندی خود برای بازشناسی فرصت‌های تجاری به صورت داشتن اعتماد به نفس و عزت نفس و نیز داشتن و مهارت آن‌ها برای اقدام آشنا کرد (Jones & English, 2004, 416). سگال و همکاران^۱ با انجام پژوهش بر روی ۱۱۴ نفر از دانشجویان دانشگاه فلوریدا دریافتند که خطرپذیری و دیدگاه علمی و همین‌طور جذابیت شغلی هر سه به‌طور معناداری باعث کارآفرینی می‌شوند (Segal, 2005). گالوی^۲ در تحقیقی روی ۵۱۹ نفر از دانشجویان چهار دانشگاه اسکاتلند دریافت که آموزش کارآفرینی بر افزایش مهارت‌های دانشجویان در خلاقیت توانایی کار گروهی و اعتماد به نفس و هم‌چنین مهارت‌های ارتباطی و مدیریت اثرگذار بوده است (Galloway, 2005, 7-17). مت لی در تحقیقی با عنوان اثرگذاری آموزش کارآفرینی روی برون‌دادهای کارآفرینانه نشان داد که نیازهای فارغ‌التحصیلان برای آموزش کارآفرینی با برون‌دادهای واقعی بر حسب مهارت‌های کارآفرینانه، دانش و نگرش کارآفرینانه هماهنگی ندارد. این ناهماهنگی ناشی از انتظارات کارآفرینان از نیازهای آموزش واقعی و آینده است (Matlay, 2008, 382). چنگ^۳ در تحقیقی روی اثربخشی آموزش کارآفرینی در مالزی به این نتیجه رسید که این آموزش هماهنگ‌کننده‌ی انتظارات دانشجویان با کسب مهارت آن‌ها نیست و میزان سطح درک مفهوم کارآفرینی هنوز بین افراد پایین است (Cheng, 2009). مهارت‌های کارآفرینانه با پروژه‌های توسعه‌ی زندگی واقعی و عملی یاد گرفته می‌شود و چرخه‌ی یادگیری کارآفرینانه، صلاحیت‌های کارآفرینی را تقویت کرده و از آن حمایت می‌کند (Taatila, 2010, 48-61). هی وارد^۴، از دانشگاه آکسفورد در سال ۱۹۹۷ تحقیق جامعی را بر روی دانشجویان رشته بازرگانی که در درس‌های کارآفرینی دانشگاه اسکاتلند حضور

1- Segal & et al

2- Galloway

3- Cheng

4 - hay ward

داشتند انجام داد. وی دریافت دوره‌های کارآفرینی نه تنها دانش و مهارتی که دانشجویان آن را مفید می‌دانند ارائه می‌دهد، بلکه موجب آگاهی بیش‌تر ایشان نسبت به مسائلی که در آن آگاهی نداشته‌اند نیز می‌شود و آن‌ها را به سمت جست‌وجوی اطلاعات بیش‌تر در این زمینه رهنمون می‌کند (نقل از زالی ۱۳۸۵).

مدهوشی به بررسی موانع کارآفرینی در دانشگاه‌های مازندران پرداخت و به این نتیجه رسید که موانع داخلی بیش‌ترین اثر منفی را در ایجاد کارآفرینی سازمانی در دانشگاه مازندران داشته‌اند. موانع محیطی در این زمینه کمترین نقش بازدارنده را در دانشگاه مازندران داشته‌اند. از بین موانع داخلی، تصمیم‌های نامناسب مدیران عالی در انتصاب و انتخاب مدیران زیردست و از بین موانع میانجی، متغیر فرهنگی - اجتماعی و از بین موانع محیطی نیز نبود رقابت، بیش‌ترین اثر منفی را بر کارآفرینی دانشگاه داشته‌اند (مدهوشی، ۱۳۸۲). در مطالعه‌ی کرد نایج که به‌صورت تطبیقی انجام شده است، محققان با استفاده از مبانی نظری طراحی ساختار سازمانی و نیز بررسی ساختار مراکز موفق کارآفرینی جهان و در نظر گرفتن شرایط بومی و منطقه‌ای کشور، الگویی را برای ساختار سازمانی مراکز و آموزشگاه‌های کارآفرینی ایران ارائه کرده‌اند. در این ساختار واحدهای آموزشی، پژوهشی، ترویجی و امور اداری و پشتیبانی زیر نظر مدیر آموزشگاه و با منظور کردن یک شورای مشورتی فعالیت می‌کنند. اعضای هیات مدیره نیز بر این مرکز نظارت دارند و کارها را هماهنگ می‌کند (کرد نایج، ۱۳۸۳). پژوهشی با عنوان بررسی قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه اصفهان توسط بدری انجام شد. نتایج پژوهش نشان داد بین قابلیت کارآفرینی در زمینه‌ی استقلال‌طلبی، کنترل درونی، انگیزه‌ی پیشرفت و خلاقیت رابطه‌ی معناداری وجود دارد و نمره‌های دانشجویان بالاتر از حد میانگین بوده، اما در زمینه‌ی خطرپذیری رابطه معنادار نبوده و نمره‌های مربوط به آن در حد میانگین بوده است (بدری، ۱۳۸۵). امیری در تحقیقی با عنوان نگرش‌های کارآفرینانه‌ی دانشجویان و موانع آن دریافت که بین نگرش کارآفرینانه‌ی دانشجویان و عوامل درون دانشگاهی (شیوه‌های مدیریت، ویژگی‌های مدرسان، ویژگی‌های نظام اداری، محتوای درسی، امکانات و عملکرد پرسنل) رابطه‌ی مثبت و معناداری وجود دارد. یافته‌ها نشان داد عملکرد کارکنان،

ویژگی‌های نظام اداری و شیوه‌های مدیریت مهم‌ترین موانع نگرش کارآفرینانه هستند (امیری، ۱۳۸۶). فکور تحقیقی با عنوان دانشگاه کارآفرینی؛ مفهوم، زمینه‌های پیدایش و نحوه‌ی دستیابی انجام داد. این تحقیق نشان داد که تحولات اجتماعی، اقتصادی محیطی و نیز تحولات درونی دانشگاه‌ها در دهه‌های اخیر در پیدایش دانشگاه کارآفرین اثرگذار بوده‌اند و دانشگاه کارآفرین به مفهوم داشتن کنش کارآفرینانه در راهبردها، ساختارها و عملکردهای دانشگاه بوده و در عمل منجر به ایجاد ظرفیت‌های داخلی در آن برای انتقال فناوری و اثرگذاری در توسعه‌ی اقتصادی محلی و ملی و از طرف دیگر باعث افزایش درآمدهای دانشگاه می‌شود و در مسیر تبدیل دانشگاه‌ها به دانشگاه کارآفرین لازم است آن‌ها ابعاد ساختاری، مدیریتی، فرهنگی خود را متحول کرده و با گسترش زیرساخت‌های مورد نیاز، زمینه را برای ایفای کارکردهای جدیدتر فراهم کنند (فکور، ۱۳۸۷).

فرضیه‌های تحقیق

۱. وضعیت هدف‌گذاری در برنامه‌ی درسی آموزش کارآفرینی بالاتر از حد متوسط است.
۲. وضعیت توجه به محتوا در برنامه‌ی درسی آموزش کارآفرینی بالاتر از حد متوسط است.
۳. وضعیت توجه به راهبردهای یادگیری در برنامه‌ی درسی آموزش کارآفرینی بالاتر از حد متوسط است.
۴. وضعیت توجه به شیوه‌ی مدیریت در برنامه‌ی درسی آموزش کارآفرینی بالاتر از حد متوسط است.
۵. وضعیت توجه به شیوه‌ی نظارت در برنامه‌ی درسی آموزش کارآفرینی بالاتر از حد متوسط است.
۶. وضعیت توجه به فرایند ارزش‌یابی در برنامه‌ی درسی آموزش کارآفرینی بالاتر از حد متوسط است.

روش‌شناسی

با در نظر گرفتن هدف این پژوهش که بررسی آموزش کارآفرینی در آموزش عالی ایران است این تحقیق از نوع توصیفی پیمایشی بوده و جامعه‌ی آماری این پژوهش کارآفرینان و مدیران کارآفرین در کشورمان ایران، متخصصان برنامه‌ی درسی و مدیریت آموزشی تشکیل می‌دهند. نمونه‌ی آماری پژوهش، بخشی از جمعیت کارآفرینان و مدیران کارآفرین و متخصصان برنامه‌ی درسی و مدیریت آموزشی در سطح کشور هستند. در انتخاب نمونه از روش نمونه‌گیری هدف‌مند استفاده شد که با استفاده از فرمول، تعداد ۶۵ نفر به‌عنوان نمونه انتخاب شدند.

داده‌های مورد نیاز پژوهش با استفاده از سه ابزار، اسناد و مدارک، پرسش‌نامه و فرمت مصاحبه‌ی نیمه سازمان یافته‌ی اکتشافی محقق ساخته گردآوری شدند. پرسش‌نامه محقق ساخته آموزش کارآفرینی در قالب ۹۵ سوال بسته پاسخ بر حسب طیف پنج درجه‌ای لیکرت بود. در این تحقیق برای مشخص کردن پایایی پرسش‌نامه‌ها از ضریب آلفای کراباخ استفاده شده است. پرسش‌نامه‌ی آموزش کارآفرینی دارای ۱۲۰ سوال بود که بعد از مشخص شدن ناهم‌سانی کافی بین بعضی سوال‌ها و انجام اصلاح‌های لازم، پرسش‌نامه‌ی اصلی برای اجرا و توزیع در بین نمونه‌ی آماری آماده شد. ضریب پایایی پرسش‌نامه‌ی آموزش کارآفرینی ۹۵ درصد برآورد شد که در سطح آلفای ۱ درصد معنادار بوده و نشان‌دهنده‌ی پایایی بالای ابزار اندازه‌گیری است. برای سنجش روایی پرسش‌نامه‌ها از روایی محتوایی و صوری استفاده شد. به‌منظور تعیین روایی صوری و محتوایی این تحقیق، پرسش‌نامه در اختیار متخصصان و کارشناسان قرار گرفت و بعد از دریافت اظهارنظرهای آن‌ها اصلاح‌های ضروری در پرسش‌نامه‌ها انجام شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار آماری SPSS16 استفاده شده است. پس از جمع‌آوری اطلاعات، تجزیه و تحلیل اطلاعات در سطح استنباطی انجام شد.

یافته‌ها

در این قسمت به بررسی یافته‌های تحقیق براساس سوال‌های پژوهش در جداول شماره ۱ تا ۷ پرداخته شده است.

۱. وضعیت توجه به فرایند هدف گذاری در برنامه‌ی درسی آموزش کارآفرینی بالاتر از حد متوسط است.

جدول ۱. مقایسه‌ی میانگین نمره‌ی برنامه‌ی درسی آموزش کارآفرینی با میانگین فرضی ۴

متغیر	میانگین	انحراف معیار	خطای معیار	t
هدف گذاری برنامه‌ی درسی	۴/۵۵	۰/۳۲۴	۰/۰۴۰	۱۳/۷۰

براساس یافته‌های جدول شماره (۱) t مشاهده شده از مقدار بحرانی جدول در سطح خطای ۵ درصد بزرگ تر است. بنابراین از نظر پاسخ گویان، فرایند هدف گذاری ها بیش از سطح متوسط در آموزش کارآفرینی باید مدنظر قرار گیرد.

۲. وضعیت توجه به محتوا در برنامه‌ی درسی آموزش کارآفرینی بالاتر از حد متوسط است.

جدول ۲. مقایسه‌ی میانگین نمره‌ی محتوای برنامه‌ی درسی آموزش کارآفرینی با میانگین فرضی ۴

متغیر	میانگین	انحراف معیار	خطای معیار	t
محتوای برنامه‌ی درسی	۴/۴۶	۰/۴۰۱	۰/۰۴۹	۹/۲۷

براساس یافته‌های جدول شماره (۲) t مشاهده شده از مقدار بحرانی جدول در سطح خطای ۵ درصد بزرگ تر است. بنابراین محتوای برنامه‌ی درسی بیش از سطح متوسط در آموزش کارآفرینی باید مدنظر قرار گیرد.

۳. وضعیت توجه به راهبردهای یادگیری در برنامه‌ی درسی آموزش کارآفرینی بالاتر از حد متوسط است.

جدول ۳. مقایسه‌ی میانگین نمره‌ی راهبردهای یاددهی و یادگیری آموزش کارآفرینی

متغیر	میانگین	انحراف معیار	خطای معیار	t
راهبردهای یاددهی و یادگیری	۴/۴۶	۰/۳۸۵	۰/۰۴۷	۹/۸۱

بر اساس یافته‌های جدول شماره (۳) t مشاهده شده از مقدار بحرانی جدول در سطح خطای ۵ درصد بزرگ‌تر است. بنابراین میزان توجه به راهبردهای یاددهی و یادگیری بیش از سطح متوسط در آموزش کارآفرینی باید مدنظر قرار گیرد.

۴. وضعیت توجه به شیوه‌ی مدیریت در برنامه‌ی درسی آموزش کارآفرینی بالاتر از حد متوسط است.

جدول ۴. مقایسه‌ی میانگین نمره‌ی شیوه‌های مدیریت و رهبری آموزش کارآفرینی

متغیر	میانگین	انحراف معیار	خطای معیار	t
شیوه‌های مدیریت و رهبری	۴/۴۳	۰/۳۷۸	۰/۰۴۷	۹/۱۴

بر اساس یافته‌های جدول شماره (۴) t مشاهده شده از مقدار بحرانی جدول در سطح خطای ۵ درصد بزرگ‌تر است. بنابراین انتخاب نوع شیوه‌های مدیریتی و رهبری در آموزش کارآفرینی بیش از سطح متوسط باید مدنظر قرار گیرد.

۵. وضعیت توجه به شیوه‌ی نظارت در برنامه‌ی درسی آموزش کارآفرینی بالاتر از حد متوسط است.

جدول ۵. مقایسه‌ی میانگین نمره‌ی شیوه‌های نظارت آموزش کارآفرینی

متغیر	میانگین	انحراف معیار	خطای معیار	t
شیوه‌های نظارت	۴/۳۹	۰/۴۲۲	۰/۰۵۲	۷/۴۹

بر اساس یافته‌های جدول شماره (۵) t مشاهده شده از مقدار بحرانی جدول در سطح خطای ۵ درصد بزرگ‌تر است. بنابراین در انتخاب شیوه‌های نظارت در آموزش کارآفرینی بیش از سطح متوسط باید مدنظر قرار گیرد.

۶. وضعیت توجه به فرایند ارزش‌یابی در برنامه‌ی درسی آموزش کارآفرینی بالاتر از حد متوسط است.

جدول ۶. مقایسه‌ی میانگین نمره‌ی شیوه‌های ارزش‌یابی آموزش کارآفرینی

متغیر	میانگین	انحراف معیار	خطای معیار	t
شیوه‌های ارزش‌یابی	۴/۵۸	۰/۳۲۸	۰/۰۴۰	۱۴/۲۱

براساس یافته‌های جدول شماره (۶) t مشاهده شده از مقدار بحرانی جدول در سطح خطای ۵ درصد بزرگ‌تر است. بنابراین شیوه‌های ارزش‌یابی بیش از سطح متوسط در آموزش کارآفرینی باید مد نظر قرار گیرد.

جدول ۷. مقایسه‌ی میانگین نمره‌ی شاخص‌های پژوهش

شاخص‌ها	میانگین	انحراف معیار
هدف‌های برنامه درسی	۴/۵۵	۰/۳۲۴
محتوی برنامه درسی	۴/۴۶	۰/۴۰۱
راهبردهای یاددهی- یادگیری	۴/۴۶	۰/۳۸۵
سبک‌های مدیریت و رهبری	۴/۴۳	۰/۳۷۸
سبک‌های نظارت	۴/۳۹	۰/۴۲۲
شیوه‌های ارزش‌یابی	۴/۵۸	۰/۳۲۸

$$t^2 = ۴۴۰/۹۰ \quad F = ۸۲/۶۷ \quad sig = /۰۰۱$$

براساس یافته‌های جدول شماره (۷) F مشاهده شده در سطح $P \leq /۰۵$ معنی‌دار است. بنابراین بین شاخص‌های پژوهش تفاوت وجود دارد و همه‌ی شاخص‌ها دارای میانگین بالاتر از حد متوسط هستند.

بحث و نتیجه

۱. وضعیت هدف‌گذاری در برنامه‌ی درسی آموزش کارآفرینی بالاتر از حد متوسط است.

براساس یافته‌های جدول شماره (۱) t مشاهده شده از مقدار بحرانی جدول در سطح خطای ۵ درصد بزرگ‌تر است. بنابراین از نظر پاسخ‌گویان، فرایند هدف‌گذاری‌ها بیش از سطح متوسط در آموزش کارآفرینی باید مد نظر قرار گیرد.

از جمله هدف‌هایی که باید در آموزش کارآفرینی به آن توجه کرد عبارتند از:

ایجاد و ارتقای قابلیت آینده‌نگری؛ تامین و تضمین حس توفیق‌طلبی؛ ایجاد و تقویت عزم و اراده؛ ایجاد و ارتقای روح تلاش‌گری و سخت‌کوشی؛ ایجاد و ارتقای ظرفیت پذیرش پیروزی و شکست؛ ایجاد و ارتقای قابلیت به پایان رساندن کارها؛ ایجاد و ارتقای

ظرفیت پرداختن به ایده‌های خلاق و شخصی؛ ارتقای ظرفیت تصمیم‌گیری؛ ایجاد و ارتقای ظرفیت انجام کارها بدون نیاز به کمک دیگران؛ ایجاد و ارتقای ظرفیت پذیرش پیامدهای تحصیلی و شغلی؛ فرصت پرداختن به فعالیت‌های نو؛ ایجاد و تقویت قابلیت شناسایی ایده‌های ناب کسب و کار؛ ایجاد و ارتقای ظرفیت ایجاد تغییر؛ ایجاد و ارتقای توان غلبه بر ترس از شکست و ناکامی؛ ایجاد و ارتقای قابلیت برنامه‌ریزی و سازمان‌دهی واحدهای کسب و کار؛ ایجاد و ارتقای قابلیت کنترل و نظارت انجام کارها؛ ایجاد و ارتقای روحیه‌ی مسؤلیت‌پذیری در حل مشکل‌ها با تلاش شخصی؛ ایجاد و ارتقای توان تبدیل استعداد به توانایی و ارتقای ظرفیت ترسیم چشم‌انداز آینده، ترغیب به مهارت‌آموزی.

۲. وضعیت توجه به محتوا در برنامه‌ی درسی آموزش کارآفرینی بالاتر از حد متوسط است.

براساس یافته‌های جدول شماره (۲) مشاهده شده از مقدار بحرانی جدول در سطح خطای ۵ درصد بزرگ‌تر است. بنابراین محتوای برنامه‌ی درسی بیش از سطح متوسط در آموزش کارآفرینی باید مد نظر قرار گیرد. نتایج این تحقیق با نتایج تحقیق یو و چان (۲۰۰۷)، پوستیگو (۲۰۰۲)، مت لی (۲۰۰۳) و امیری (۱۳۸۶) مطابقت دارد. یو و چان (۲۰۰۷) اعتقاد داشتند که کارآفرینی یکی از موضوع‌های مهم درسی است. پوستیگو (۲۰۰۲) بر این باور بود که مقدمه‌ای برای کارآفرینی و کسب و کار، خلاقیت و نوآوری، کارآفرینی اجتماعی، امور مالی و سرمایه‌گذاری، تدوین طرح کسب و کار و مدیریت واحدهای شغلی از مهم‌ترین مواردی هستند که باید در محتوای آموزش کارآفرینی به آن توجه کرد. مت لی (۲۰۰۳) معتقد بود نظریه‌ها و کاربردهای اقتصادی-اجتماعی گرا، اقتصادهای مدیریتی، رفتار سازمانی، مدیریت مالی و بازاریابی، نظام‌های اطلاعاتی، حسابداری، تحلیل مالی و مدیریت خطر مالی از مهم‌ترین موضوع‌ها و سرفصل‌های آموزش کارآفرینی است. از جمله مواردی که باید در محتوای آموزش کارآفرینی مد نظر قرار گیرد عبارتند از:

فرایند مساله‌یابی؛ فرایند جست‌وجوی راه‌حل‌های نو و ناب؛ آشناسازی با شرط‌ها و شرایط حوزه‌ی کسب و کار؛ آگاه‌سازی از فرصت‌های حوزه‌ی کسب و کار؛ آگاهی بخشی

نسبت به تهدیدهای حوزه‌ی کسب و کار؛ فرایند کاوش‌گری؛ آموزش از راه فعالیت‌های فوق برنامه؛ آموزش از راه درس‌های تخصصی؛ آموزش از راه کارآموزی؛ از راه تجربه‌های کارآفرینان؛ تلفیق آموزش نظری و عملی؛ فرایند تبدیل ایده‌ها به طرح‌های عملیاتی؛ استخراج ایده‌های ناب کسب و کار از آموزش و پژوهش و پردازش ایده‌های مناسب کسب و کار.

۳. وضعیت توجه به راهبردهای یادگیری در برنامه‌ی درسی آموزش کارآفرینی بالاتر از حد متوسط است.

براساس یافته‌های جدول شماره (۳) t مشاهده شده در سطح خطای ۵ درصد بزرگ‌تر است. بنابراین میزان توجه به راهبردهای یاددهی و یادگیری بیش از سطح متوسط در آموزش کارآفرینی باید مدنظر قرار گیرد. نتایج این تحقیق با نتایج تحقیق یو و چان (۲۰۰۷) هم‌سویی و مطابقت دارد. وی اعتقاد داشت که آموزش رسمی یکی از مهم‌ترین راهبردهای یاددهی و یادگیری آموزش کارآفرینی است. از جمله مهم‌ترین راهبردهای یاددهی و یادگیری که باید در آموزش کارآفرینی به آن توجه شود عبارتند از: کارآفرینی از راه آموزش فردی؛ از راه کارآموزی در محیط‌های کسب و کار؛ تعریف و انجام پروژه‌های فردی؛ اقدام پژوهی، مطالعه‌ی موردی؛ برقراری ارتباط با کارآفرینان و سازمان‌های کارآفرینان؛ مواجهه با تهدیدها و بحران‌ها؛ تبدیل ایده‌ها به طرح‌های عملیاتی؛ به بحث گذاشتن طرح‌های عملیاتی مهم و ناب؛ عملیاتی کردن نقشه‌های طراحی شده؛ کسب مهارت در تحلیل فرصت‌ها؛ تسلط بر مفهوم‌های بنیادین علمی؛ تسلط بر روش‌های تحقیق و توسعه‌ی علمی آموزشی و پژوهشی و تسلط بر مهارت‌های علمی، آموزشی و پژوهشی.

۴. وضعیت توجه به شیوه‌ی مدیریت در برنامه‌ی درسی آموزش کارآفرینی بالاتر از حد متوسط است.

براساس یافته‌های جدول شماره (۴) t مشاهده شده از مقدار بحرانی جدول در سطح خطای ۵ درصد بزرگ‌تر است. بنابراین در انتخاب نوع شیوه‌های مدیریتی و رهبری در آموزش کارآفرینی بیش از سطح متوسط باید توجه کرد. نتایج این تحقیق با نتایج تحقیق

مدهوشی (۱۳۸۲) و امیری (۱۳۸۶) هم‌سوئی دارد. مدهوشی، تصمیم‌های نامناسب مدیران عالی در انتصاب و انتخاب مدیران زیردست را مهم‌ترین مانع کارآفرینی دانشگاه دانسته است. امیری دریافت که بین نگرش کارآفرینانه‌ی دانشجویان و عوامل درون دانشگاهی (شیوه‌های مدیریت، ویژگی‌های مدرسان، ویژگی‌های نظام اداری، محتوای درسی، امکانات و عملکرد پرسنل) رابطه‌ی مثبت و معنادار وجود دارد و عملکرد کارکنان، ویژگی‌های نظام اداری و شیوه‌های مدیریت مهم‌ترین موانع نگرش کارآفرینانه هستند. از جمله شیوه‌های مدیریتی که باید در آموزش کارآفرینی به آن توجه کرد عبارتند از: فراهم کردن فرصت استفاده‌ی بهینه از منابع موجود و منابع جدید؛ فراهم کردن فرصت استفاده از تجارب علمی، تخصصی و حرفه‌ای؛ اجرای هماهنگ برنامه با هدف‌ها، محتوا، راهبردها و برنامه‌های تدوین شده؛ فراهم کردن فرصت رهبری مشارکتی در طراحی و اجرای برنامه‌ی درسی؛ هدایت و راهبری استفاده‌ی بهینه از فرصت‌های موجود و مطلوب؛ هدایت و راهبری فرصت تقویت روحیه‌ی مسؤولیت‌پذیری فردی؛ هدایت و راهبری فرصت اجرای برنامه‌ریزی دقیق؛ هدایت و راهبری فرصت استقلال‌طلبی؛ هدایت و راهبری فرصت شناسایی ایده‌های ناب کسب‌وکار؛ هدایت و راهبری فرصت بهبود عملکرد؛ هدایت و راهبری فرصت تقویت نگرش برای پذیرش تغییر؛ فراهم کردن فرصت تامین منافع فردی-اجتماعی-سازمانی و فراهم کردن فرصت انگیزه‌ی پیشرفت در افراد.

۵. وضعیت توجه به شیوه‌ی نظارت در برنامه‌ی درسی آموزش کارآفرینی بالاتر از حد متوسط است.

براساس یافته‌های جدول شماره (۵) t مشاهده شده از مقدار بحرانی جدول در سطح خطای ۵ درصد بزرگ‌تر است. بنابراین در انتخاب شیوه‌های نظارت در آموزش کارآفرینی بیش از سطح متوسط باید مد نظر قرار گیرد. از جمله شیوه‌های نظارتی که باید در آموزش کارآفرینی به آن توجه کرد عبارتند از:

فراهم کردن فرصت نظارت بر اجرای درست برنامه‌ی درسی؛ فراهم کردن فرصت اطمینان از موفقیت راهبردهای استفاده شده؛ فراهم کردن فرصت توجه به میزان پیشرفت‌ها براساس طرح‌های از قبل تعیین شده؛ فراهم کردن فرصت عیب‌یابی کسب‌وکار، ایفای

نقش مناسب حوزه‌های کسب و کار؛ فراهم کردن فرصت مقایسه‌ی عیب‌های مختلف در فرایندها و شیوه‌ها؛ فراهم کردن فرصت اصلاح فرایندها و شیوه‌ها؛ فراهم کردن فرصت ارایه راه‌حل برای رفع عیب‌ها؛ فراهم کردن فرصت مقایسه‌ی راه‌حل‌های مختلف رفع عیب‌ها؛ فراهم کردن فرصت گزینش راه‌حل مناسب؛ فراهم کردن فرصت اجرای راه‌حل مقتضی و فراهم کردن فرصت کنترل طرح بر مبنای راهبردهای تعیین شده.

۶. وضعیت توجه به فرایند ارزش‌یابی در برنامه‌ی درسی آموزش کارآفرینی بالاتر از حد متوسط است.

براساس یافته‌های جدول شماره (۶) t مشاهده شده از مقدار بحرانی جدول بزرگ‌تر است. بنابراین شیوه‌های ارزش‌یابی بیش از سطح متوسط در آموزش کارآفرینی باید مدنظر قرار گیرد. از جمله روش‌های ارزش‌یابی که باید در آموزش کارآفرینی به آن توجه کرد عبارتند از: فراهم کردن فرصت طراحی یک نظام اثربخش برای ارزش‌یابی فعالیت‌ها؛ فراهم کردن فرصت ارزش‌یابی جنبه‌های قوت و ضعف فعالیت‌ها؛ فراهم کردن فرصت ارزش‌یابی نتایج برنامه در سطح فردی؛ فراهم کردن فرصت ارزش‌یابی میزان تغییر نگرش؛ فراهم کردن فرصت ارزش‌یابی روحیه‌ی نیاز به پیشرفت فردی؛ فراهم کردن فرصت ارزش‌یابی میزان مطلوبیت نتیجه‌های فردی و سازمانی؛ فراهم کردن فرصت ارزش‌یابی نتایج برنامه در سطح سازمانی؛ فراهم کردن فرصت ارزش‌یابی میزان تلاش افراد در راستای تحقق هدف‌های سازمانی؛ فراهم کردن فرصت ارزش‌یابی نتیجه‌های برنامه در سطح اجتماعی؛ فراهم کردن فرصت ارزش‌یابی روحیه‌ی افراد در تسلیم نشدن در برابر شکست‌ها و فراهم کردن فرصت ارزش‌یابی میزان مطلوبیت نتیجه‌های اجتماعی.

پیشنهادها

۱. لازم است در برنامه‌های آموزشی مراکز کارآفرینی دانشگاه‌ها تجدید نظر شود، رویکرد بین رشته‌ای در الگوی آموزش کارآفرینی دانشگاه‌ها اتخاذ یا رویکرد دوره‌ای در آموزش به جای رویکرد تک درسی به کار گرفته شود و در ساختار دانشکده‌های دانشگاه تغییر انجام شود.

۲. دانشکده‌های کارآفرینی با هدف یگانه کردن دفتر ارتباط با صنعت دانشگاه‌ها، معاونت پژوهشی و مرکز کارآفرینی دانشگاه‌ها تاسیس شود و رشته‌های خاص بین رشته‌ای کارآفرینی مانند مدیریت کارآفرینی و آموزش کارآفرینی یا دوره‌های خاص آموزش کارآفرینی در رشته‌های نزدیک به این حیطه در هر گروه آموزشی ایجاد شود یا دوره‌های خاص آموزش کارآفرینی ویژه دانشجویان رشته‌های اقتصاد، مدیریت، روان‌شناسی و علوم تربیتی و غیره راه‌اندازی شود.
۳. قرار دادن درس آموزش کارآفرینی در دروس عمومی یا اصلی دانشگاه‌ها.
۴. آموزش اساتید علاقه‌مند هر گروه در زمینه کارآفرینی به صورت کارگاه آموزشی یا تشکیل مجمع اساتید کارآفرین در دانشگاه‌ها و هم‌چنین برقراری ارتباط مستمر دانشگاه‌ها با کارآفرینان در هر زمینه‌ی خاص.

منابع

۱. احمدپور داریانی، محمود. (۱۳۸۳). تجارب کارآفرینی در کشورهای منتخب، تهران: انتشارات امیرکبیر.
۲. احمدپور داریانی، محمود. (۱۳۷۸). کارآفرینی ضرورت توسعه، ماهنامه تدبیر، ۸۴، ۹۵.
۳. امیری، علی نقی. (۱۳۸۶). نگرش‌های کارآفرینانه دانشجویان و موانع آن، فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی، ۴۹، ۴۵-۶۷.
۴. بدری احسان. (۱۳۸۵). بررسی قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه اصفهان، مجله پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی، ۱۲(۲)، ۷۳-۹۰.
۵. رحیمی فیل آبادی، فرج ا. (۱۳۸۳). بررسی رابطه ساختار سازمانی با کارآفرینی سازمانی در مجتمع اقتصادی کوثر. کارشناسی ارشد دانشگاه شهید بهشتی دانشکده مدیریت و حسابداری، گروه مدیریت دولتی.
۶. رحیمی، الهام. (۱۳۸۲). بررسی مدل‌ها و استراتژی‌های کارآفرینی سازمانی و ارائه الگوی مناسب جهت سازمان‌های داخلی. پایان نامه کارشناسی ارشد (چاپ نشده)، دانشگاه علم و صنعت ایران، دانشکده صنایع.
۷. رهایی، زهرا. (۱۳۸۶). نقش دانشگاه در ایجاد و تعادل بین ظرفیت‌ها و فرصت‌های کارآفرینی، مجموعه مقالات نخستین همایش اشتغال و آموزش عالی، تهران: انتشارات سازمان جهاد دانشگاهی واحد، ۳۹۴-۳۹۵.
۸. زالی، محمدرضا. (۱۳۸۵). اوهام یا واقعیت‌های کارآفرینی: آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها، مرکز پژوهش‌های کاربردی دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران.
۹. فکور، بهمن (۱۳۸۷). دانشگاه کارآفرینی؛ مجله رشد فناوری، ۵، ۳۵-۴۲.
۱۰. کرد نایج، اسدالله و شمس، شهاب الدین. (۱۳۸۶). نقش آموزش عالی در توسعه کارآفرینی و ایجاد اشتغال در کشور، مجموعه مقالات اولین همایش اشتغال و آموزش عالی، تهران: انتشارات سازمان جهاد دانشگاهی واحد تربیت مدرس، ۵۵.
۱۱. -کردنایج، اسدا... (۱۳۸۳). طراحی ساختار سازمانی مراکز و آموزشگاه‌های

- کارآفرینی در کشور، فصلنامه مدرس علوم انسانی، ۴۳، ۱۲-۵۵.
۱۲. مدهوشی، مهرداد(۱۳۸۲). موانع کارآفرینی در دانشگاه مازندران، مجله پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، ۹، ۲۱۳-۱۵۷.
۱۳. یداللهی فارسی، جهانگیر.(۱۳۸۶). نقش جدید دانشگاهها: توسعه قابلیت‌های کارآفرینی، مجموعه مقالات اولین همایش اشتغال و آموزش عالی، تهران: انتشارات سازمان جهاد دانشگاهی واحد تربیت مدرس، ۱۱.
14. Cheng, Ming Yu. (2009). the effectiveness of entrepreneurship education in Malaysia, the *Journal of Education + Training*, 7, 51, 555- 556.
15. Cotton, J. (1990). Enterprise Education experience, *manual for school-Based. Service training*, CASDES Vol. homberz.
16. Dutta, D, & M .Crossan.(2005): *The Nature of Entrepreneurial opportunities understanding the process using the 4I organizational learning framework*; Baylor university, Entrepreneurship: theory and practice.
17. Entre News, (2004). *Think piece- creating the entrepreneurial university of the 21st century?* -Innovation and small Business Network, Issues
18. Galloway,L.(2005). *Enterprise skills for the economy*. Education & training. 47(1).7-17.
19. Gibb. A, (2002). In pursuit of a new enterprise and entrepreneurship paradigm for learning creative deconstruction, new, values new ways of doing things and new combinations of knowledge. *International Journal of Management Reviews*, 4(3): 233 -269.
20. Harrison, Richard .(2002). Process model for entrepreneurship education and development, *International Journal of Entrepreneurial* 5,3 , 83 – 109.
21. Hytti, U, O’Gorman, C. (2004) what is Enterprise Education? An Analysis of the objective and Methods of Enterprise Education programmers in four European countries, *Education and Training*. 46(1) pp. 11- 23.
22. Ibrahim, A. B. (2002). Entrepreneurship education and training in Canada assessment, *Journal education and training*, 44, 8-9, 421-443
23. Jones,C & English, J.(2004). A contemporary approach to entrepreneurship education. *Journal education training*.46 (8/9).416-423.
24. Kuratko ,D. Hornsby. J. (2004). Developing an Entrepreneurial resection, *strategic management journal*, 21(13), 35-43.

25. Martin, B.R. and H. Etzkowiz. (2001). the origin and evolution of the university species; *Journal for Science and Technology Studies*, 13.9-34.
26. Matlay, Harry.(2008). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial outcomes, *Journal of Small Business and Enterprise*, 2, 15, 382-396.
27. Matlay, Harry. (2003). entrepreneurship education in China, *journal of education and training*, 45, 8-9, 495-505.
28. Nie man, Gideon.(2001). training entrepreneurs, *Journal education and training*, 43, 8-9. 445- 450.
29. Postigo, S. (2002). Entrepreneurship Education in Argentina. *The Case of Sanders University. Paper Presented for the InteratIALIZINGIN Entrepreneurship Education and training Conference* in Ent 2002 Malasya, July 8-10.
30. Segal, G & et al. (2005). The motivation to become and entrepreneurial behavior & research. 11(1), 42-57.
31. Slater, S. F. and Narver, J. C. (1998). Customer- led and market oriented, *strategic management journal*, 19(10).
32. Taatila, Vesa P) .2010). Learning entrepreneurship in higher education, *the journal of education+ training*, 52(1), 48-61.
33. Wood, S, McKinley, W. (2010). The production of entrepreneurial opportunity: a constructivist perspective.
34. Yu, M.C. Chan, S.(2007). *Entrepreneurship Education in Malaysia* (Www. MMu.edu)