

بررسی نقش و جایگاه آموزش کارآفرینی در سازمان‌ها

جمشید عدالتیان^۱، سعید عبدی بوسجین^۲، علی عبدی جمایران^۳، سمیه صابونی زیارانی^۴

^۱عضو هیئت‌علمی دانشگاه آزاد اسلامی - واحد تهران مرکز

^۲دانشجوی دکتری کارآفرینی دانشگاه آزاد تهران مرکز، saeid3375@gmail.com

^۳دانشجوی دکتری کارآفرینی دانشگاه آزاد قزوین و مدرس دانشگاه، a.abdi6769@ut.ac.ir

^۴کارشناسی ارشد روانشناسی مشاوره، S.sabouni95@yahoo.com

چکیده

نیاز به فراتر اندیشیدن در کارکنان سازمان‌ها از جمله مؤسسات کوچک و کسب‌وکارها یک نیاز روزافزون است. در واقع بهبود روزافزون کارکنان، آنان را به یک ضرورت جهانی بدل نموده، در این راستا آموزش کارآفرینی بعد از آموزش در دانشگاه‌ها، در سازمان‌ها نیز کلیدی‌ترین نقش را دارند. روش تحقیق در این پژوهش به صورت مطالعه کتابخانه‌ای و مروری می‌باشد. در این تحقیق با مطالعه ادبیات مرتبط با آموزش کارآفرینی از جمله زمینه‌های آموزش و آموزش کارآفرینی در سازمان‌ها و نظام‌های آموزش عالی، نقش آموزش کارآفرینی در انواع مدل‌های دانشگاه‌های کارآفرین و همچنین مهارت مدرسان کارآفرینی و برنامه آموزشی کارآفرینی سعی گردیده تا به طور اساسی بررسی شود که در آموزش کارآفرینی چه جنبه یا بخش‌هایی وجود دارد؟ اهداف آن چیست؟ و نیز پیشنهاد‌های مبتنی یافته‌های پژوهش در آموزش کارآفرینی در ایران ارائه شده است.

کلمات کلیدی: آموزش، آموزش کارآفرینی در سازمان، نظام‌های آموزش عالی، دانشگاه کارآفرین، مهارت مدرسان، برنامه آموزشی کارآفرینی

مقدمه

برخی عقیده دارند که بازارهای آینده از آن شرکت‌هایی است که به ریسک‌پذیری کارآفرینانه بهاء می‌دهند و برای گسترش سرمایه‌های فکری خود در حد کلان سرمایه‌گذاری می‌کنند، در بالندگی فردی پرتلاش‌اند و در خط‌مشی‌گذاری، شرایط محیطی را مدنظر قرار می‌دهند. بر همین اساس، توسعه کارآفرینی از جنبه‌های گوناگون مدنظر قرار گرفته است که آموزش یکی از جنبه‌های مهم آن و در راستای گسترش آن است. با توجه به مطالعات مختلفی که صورت گرفته، تأیید شده است که ویژگی‌های کارآفرینانه اغلب اکتسابی است و نه ارثی. از این رو، در حال حاضر آموزش کارآفرینی به یکی از مهم‌ترین و گسترده‌ترین فعالیت تبدیل شده است. لذا فعالیت‌های آموزشی هر کشور را می‌توان سرمایه‌گذاری یک نسل برای نسل دیگر دانست. هدف اصلی این سرمایه‌گذاری، توسعه انسانی است. به عبارت دیگر هدف فعالیت‌های آموزشی رشد آگاهی و توانائی‌های بالقوه انسان است. علاوه بر آن، به طور کلی، آموزش وسیله‌ای برای شناسایی مسائل اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی جامعه و پی بردن به راه‌حل‌های مناسب برای آن‌هاست.

عوامل ضروری آموزش کارکنان عبارت است از: ۱. شتاب فزاینده علوم بشری در تمام زمینه‌ها، ۲. پیشرفت روزافزون فن‌آوری، ۳. پیچیدگی سازمان به دلیل ماشینی شدن، ۴. تغییر شغل یا جابجایی شغلی، ۵. روابط انسانی و مشکلات انسانی، ۶. ارتقاء

و ترفیع کارکنان، ۷. اصلاح عملکرد شغلی، ۸. نیازهای تخصصی حرفه‌ای نیروی انسانی، ۹. کارکنان جدید الاستخدام، ۱۰. بهره‌وری (بزاز جزایری ۱۳۷۹، ۷۵).

آموزش

آموزش و بهسازی نیروی انسانی باعث بینش و بصیرت عمیق‌تر، دانش، معرفت بالاتر، توانایی و مهارت بیشتر کارکنان در سازمان برای اجرای وظایف مسئولیت‌های شغلی می‌شود، در نتیجه موجب نیل به هدف‌های سازمانی با کارایی و اثربخشی بیشتر می‌گردد. امروزه کمتر سازمانی قادر است بدون آموزش کارکنان خود بهبود و توسعه یابد. بدین ترتیب رشد و توسعه نیروی انسانی پایانی ندارد. به فرموده پیامبر گرامی اسلام (ص): زگهواره تاگور دانش بجوی، مصداق پیدا می‌نماید.

هرگونه فعالیت یا تدبیر از پیش طرح‌ریزی شده‌ای که هدف آن ایجاد یادگیری در یادگیرندگان است (سیف ۱۳۷۴). آموزش تجربه‌ای است مبتنی بر یادگیری و به منظور ایجاد تغییرات نسبتاً پایدار در فرد، تا او را قادر به انجام کار و بهبود بخشی از توانایی‌ها، تغییر مهارت‌ها، دانش، نگرش و رفتار اجتماعی نما؛ بنابراین آموزش به مفهوم تغییر دانش، نگرش و تعامل با همکاران است. آموزش مستلزم استفاده از برنامه‌های پیش‌بینی شده‌ای است که شایستگی‌های موجود در کارکنان را تقویت و موجب کسب دانش، مهارت و توانایی‌های تازه در فرد می‌گردد، به گونه‌ای که بهبود عملکرد شغلی را تسهیل می‌نماید (سیدجوادی ۱۳۸۱).

کوشش در جهت بهبود عملکرد شاغل در ارتباط با انجام کار و مسائل مربوط به کلیه مساعی و کوشش‌هایی است که در جهت ارتقای سطح دانش و آگاهی، مهارت‌های فنی، حرفه‌ای و شغلی و همچنین ایجاد رفتار مطلوب در کارکنان یک سازمان به عمل می‌آید و آنان را آماده انجام وظایف و مسئولیت‌های شغلی خود می‌نماید (س. ابطحی ۱۳۸۳).

استیفن پی رایبیز (استیون ۱۳۸۵) معتقد است که آموزش به مفهوم تغییر دانش و نگرش افراد در جهت همکاری با همکاران است. آموزش کوششی است در جهت تغییر دانش و بینش افراد برای کسب آگاهی‌های جدید و تغییرات عادات و رفتارها یا تغییر جهت فکری و تغییر در سرنوشت انسان است، و بالاخره آموزش تجربه‌ای است مبتنی بر یادگیری که به منظور ایجاد تغییرات نسبتاً پایدار در فرد انجام و او را قادر به انجام کار، بهبود توانایی‌ها و به‌روآوری مهارت‌ها، دانش و نگرش و عملکرد می‌کند (ابطحی و عباسی ۱۳۸۶).

دانش حرفه‌ای

ترکیبی از تجربیات، ارزش‌ها، اطلاعات و نگرش‌ها است. دانش از اطلاعات و اطلاعات از داده‌ها سرچشمه می‌گیرد. دانش به‌عنوان مزیت رقابتی در جوامع فرا سرمایه‌ای باوری پذیرفته شده است (سروش ۱۳۸۷).

آموزش کارآفرینی

کارآفرینی به‌عنوان عامل اصلی خلق کسب‌وکار جدید توسط افراد یا تیم‌های کوچک محسوب می‌شود و فرایندی هدفمند و خلاق برای سودآوری از طریق ایجاد یک شرکت یا واحدهای فناوری مستقل و رقابت شرکت‌های فعلی به شمار می‌آید؛ بنابراین، کارآفرین فردی است که منابع لازم برای شروع یا رشد کسب‌وکاری را بسیج می‌کند و تلاش او به ایجاد یا اداره یک واحد اقتصادی منجر می‌شود (فرشاد، و غیره ۱۳۸۷).

آموزش کارآفرینی برای اولین بار با ارائه دروسی در دانشگاه هاروارد آغاز شد، ولی واقعیت این است که آموزش کارآفرینی به‌عنوان عامل تعیین‌کننده در دانشکده‌های کسب‌وکار از سال‌های ابتدایی دهه ۷۰ در قرن بیستم آغاز شده است (علیمیری ۱۳۸۷). در آن دوران شرایطی که ناکارآمدی نظام اداری و اقتصادی به شکل اخراج وسیع کارکنان از شرکت‌های بزرگ و چندملیتی بر همگان آشکار شده بود، مفهوم کارآفرینی و توسعه آموزش‌های مربوط به آن مورد توجه جدی قرار گرفت (سعیدی مهرآباد و مهدی ۱۳۸۷). امروزه، آموزش کارآفرینی به یکی از مهم‌ترین و گسترده‌ترین فعالیت‌های دانشگاه‌ها تبدیل شده است و کمتر دانشگاهی را می‌توان یافت که دوره‌ای را در حوزه آموزش کارآفرینی نداشته باشد.

هدف اولیه از آموزش و توسعه کارآفرینی همانا تربیت افراد متکی به نفس و آگاه به فرصت‌ها و به‌طور کلی، افرادی است که تمایل بیشتری به راه‌اندازی کسب‌وکارهای مستقل دارند (Cotton 1991).

آموزش کارآفرینی که بر پایه توسعه علائق و مهارت‌های چندگانه جوانان متمرکز شده است با هدف کاهش خطرهای مرتبط با کارآفرینی و راهنمایی سرمایه‌گذاری موفق در طی مراحل اولیه تا رسیدن به مرحله بلوغ ارائه می‌شود. همچنین، آموزش‌های کارآفرینی به منظور برقراری ارتباطات و تلقین مهارت‌ها و ارزش‌های موردنیاز برای تشخیص فرصت کسب‌وکار، سازمان‌دهی و شروع به سرمایه‌گذاری در کسب‌وکار جدید طراحی شده است (Brown 2000) [۱۲].

علاوه بر این، آموزش کارآفرینی می‌تواند یکی از مؤثرترین شیوه‌ها برای تسهیل انتقال جمعیت دانش‌آموختگان به بازار کار باشد. مطالعات در اروپا در این باره نشان داده است که چنین آموزش‌هایی توانسته است افراد را مسئولیت‌پذیرتر بار آورد و آن‌ها را به کارآفرین یا متفکران حوزه کارآفرینی تبدیل کند و به‌طور موفقیت‌آمیزی آن‌ها را در چالش‌های کسب‌وکار موفق و خطرپذیر کند در نتیجه، نرخ بیکاری و شکست کسب‌وکارها کمتر شده است (Urbano, Aponte and Toledano 2008).

بررسی‌های انجام‌شده در ایالات متحده، اروپا و کشورهای جنوب شرقی آسیا نیز نشان می‌دهد که اگر آموزش‌های کارآفرینی در کنار سایر اقدامات ترغیب‌کننده و تسهیل‌کننده قرار گیرند، اثربخشی بسیاری خواهند داشت (شهرکی پور ۱۳۸۴). برخی از مطالعات نشان داده‌اند که افراد شرکت‌کننده در دوره‌های آموزش کارآفرینی نسبت به افرادی که در دیگر دوره‌های شغلی شرکت کرده‌اند، کسب‌وکارهای بیشتری را راه‌اندازی کرده‌اند (Rasmussen and Sorheim 2006).

به‌طورکلی، مرور مطالعات انجام‌شده در زمینه آموزش کارآفرینی و برنامه‌های کارآفرینی شواهدی را ارائه می‌دهند که این برنامه‌ها کارآفرینان را برای شروع یک کسب‌وکار جدید تشویق می‌کنند. در صورت ارائه آموزش‌های کارآفرینی، شاخص‌ها و گرایش‌های کارآفرینان جامعه ارتقا می‌یابد و این آموزش‌ها می‌تواند به ایجاد شرایط یا محیط مناسب کارآفرینی در کشور کمک کند. در برنامه پژوهشی GEM در سال ۲۰۰۸، درباره آموزش کارآفرینی به‌عنوان یک موضوع ویژه پژوهشی مطالعه شد. در مدل مفهومی GEM آموزش کارآفرینی به‌عنوان یکی از عوامل محیط کارآفرینانه در نظر گرفته شده است که این عامل بر سطح گرایش‌ها، فعالیت‌ها و اشتیاق کارآفرینانه اثر می‌گذارد و این امر خود بر توسعه کسب‌وکارهای جدید در اقتصاد تأثیرگذار است (زالی، و غیره ۱۳۸۹). همچنین، تأثیر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی نیز در برنامه ارزیابی GEM موردتوجه بوده است. (آراستی و بنادکی بهار ۱۳۹۲) با فرضیات خود به نتایج ذیل دست پیدا کرده‌اند. در این پژوهش اثر آموزش کارآفرینی که در یک دوره ۷۲ ساعته برای دانشجویان مقطع کارشناسی دانشگاه‌های گلپایگان برگزار شده است، بر قصد کارآفرینی سنجیده شده است و بر اساس مطالعه مبانی نظری و پیشینه تحقیق فرضیات زیر ارائه می‌شوند: آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی، نگرش به رفتار کارآفرینی، هنجارهای ذهنی و درک کنترل رفتاری مؤثر است.

دیدگاه‌ها و نقطه نظرات پیرامون فرهنگ سازمانی تعاریف بسیار متعددی از فرهنگ سازمانی شده است؛ اما در اینجا سعی می‌شود به برخی از تعریف‌های رایج پرداخته شود. برخی از دانشمندان و صاحب‌نظران بر روی ارزش‌های فرهنگ سازمانی تأکید کرده‌اند. فرهنگ سازمانی نمایانگر ادراک مشترک اعضای سازمانی است که رفتار آن‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد. در هر سازمان، ارزش‌ها، نمادها، مراسم و اسطوره‌هایی وجود دارند که دائماً در طول زمان تغییر می‌کنند. این ارزش‌های مشترک معین می‌کنند که کارمندان چگونه جهان خود را درک کرده و به آن پاسخ می‌دهند (Robbins 2005).

هسته‌ی اصلی فرهنگ سازمانی را ارزش‌هایی تشکیل می‌دهند که اعضای سازمان همگی با هم در آن مشترک هستند و بر اساس این ارزش‌ها، رفتارهای درون‌سازمانی شکل می‌گیرند. فرهنگ مجموعه‌ای از ارزش‌های کلیدی است که توسط اعضای سازمان به‌طور گسترده پذیرفته شده است (Tsui, et al. 2006).

برخی دیگر بر روی بخش‌های نامحسوس و نانوشته در سازمان متمرکز شده‌اند؛ لذا فرهنگ را همان چیزی می‌دانند که به‌عنوان یک پدیده درست، به اعضای تازه وارد آموزش داده می‌شود و نشان‌دهنده بخش نانوشته و نامحسوس سازمان است (هادیزاده مقدم و حسینی ۱۳۸۳).

امروزه، دانشگاه‌های پیشرفته دنیا درصدد تغییر نظام آموزشی و آموزش مهارت‌های تبادلی دانش به نسل بعدی دانشجویان و تغییر فرایند تحقیق هستند و با در نظر گرفتن ماهیت کاربردی توسعه به دنبال ایده‌های جدیدند. همچنین، آنان نوآوری‌های

مرتبط با تبادل دانش را مطالعه و آن‌ها را مستند می‌کنند و نحوه تفکر، سیاست‌گذاری و عمل درباره تبادل دانش و کارآفرینی در دانشگاه، صنعت و دولت را تغییر می‌دهند. توسعه مهارت‌های انسانی از طریق برنامه‌های توانمندسازی به گونه‌ای که دانش‌آموختگان قادر باشند در یک محیط ارتباطی بین صنعت و دانشگاه به‌طور نوآورانه‌ای فعالیت آن‌ها از اصلی‌ترین هدف این دانشگاه‌هاست (Torabi and Goodarzi 2009).

امروزه، نوآوری در سازمان‌ها به سه صورت مختلف طبقه‌بندی می‌شود:

الف. نوآوری اداری و فنی^۱: تمایز بین نوآوری‌های اداری و فنی بر ساختار اجتماعی استوار است. نوآوری اداری با تغییر در ساختار سازمانی و فرایندهای اداری سروکار دارد، به صورتی که نوآوری سازمان اداری ارتباط نزدیکی با فعالیت‌های اداری سازمان و ارتباط غیرمستقیمی با فعالیت‌های کاری سازمان دارد. نوآوری فنی با تغییر در محصول، خدمات و فناوری فرایند تولید ارتباط دارد؛ این نوع نوآوری سازمانی مستقیماً با فعالیت‌های کاری یک سازمان سروکار و با تغییرات در محصولات و فرایندها ارتباط دارد (Damanpour 1991).

در پژوهش حاضر از این طبقه‌بندی برای بررسی نوآوری سازمانی استفاده شده است. نوآوری اداری با روابط بین افراد و چگونگی انجام یافتن وظایف کاری و اهداف سازمان سروکار دارد و شامل نقش‌ها، قوانین، رویه‌ها و ساختارهایی است که با ارتباط بین افراد و محیط وجود دارد. نوآوری فنی با تغییر در محصول، خدمات و فناوری فرایند تولید سروکار دارد و این نوآوری مستقیماً به شکل تغییرات در تولید و فرایندهای سازمانی صورت می‌گیرد.

ب. نوآوری محصول و فرایند^۲: سازمان عموماً از این دو نوع نوآوری برای ایجاد مزیت رقابتی استفاده می‌کند. نوآوری محصول به «تولید محصولات تازه یا پاسخ به یک مصرف‌کننده خارجی یا نیاز بازار» اطلاق می‌شود و نوآوری‌های فرایندی در واقع عناصر جدیدی هستند که در تولیدات یا فعالیت‌های خدماتی سازمانی به کار می‌روند (Damanpour and Gopalakrishnan 2001).

ج. نوآوری بنیادی و توسعه‌ای^۳: نوآوری بنیادی به تغییر نگرش مدیران و تقویت منابع دانش ۱۲ فنی سازمان و نوآوری توسعه‌ای بر پیچیدگی ساختار و عدم تمرکز تأکید دارد. هنگامی که سازمان‌ها محصولات تازه‌ای را تولید می‌کنند و فرایندهای مدیریتی را بهبود می‌بخشند، آن‌ها به انگیزه و استعداد سرمایه انسانی برای خلق ایده‌های تازه، توسعه رویکردهای نوآوری و ایجاد فرصت‌های تازه نیاز دارند (Scarborough 2003).

(Chang and Lee 2008) در بررسی رابطه قابلیت تجمعی دانش و نوآوری سازمانی نشان دادند که بین قابلیت تجمعی دانش و نوآوری اداری ارتباط معناداری وجود دارد و در ضمن فرهنگ سازمانی و محیط خارجی این رابطه را تحت تأثیر قرار می‌دهد. هانگ و چانگ (Huang and Chung 2007) در بررسی رابطه بین سرمایه فکری و عملکرد سازمانی مشخص کردند که سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه‌ای در این سازمان‌ها بالاتر از حد متوسط و سرمایه انسانی پایین‌تر از حد متوسط است. از طرفی، نتایج تحلیل مسیر نشان داد که از میان سه جزء سرمایه فکری، سرمایه انسانی تأثیر بیشتری بر سایر اجزا و نیز عملکرد سازمانی داشته است.

والکر (Walker 2007) در ارزیابی تأثیر انواع نوآوری بر ویژگی‌های سازمانی مشخص کرد که مشخصات و ویژگی‌های این سازمان‌ها برای ایجاد نوآوری اداری و فنی مناسب نیست و برای تحقق نوآوری سازمانی باید آن‌ها با تغییرات شدید محیطی سازگاری بیشتری داشته باشند و نقش مدیریت سازمان در ایجاد چنین محیط انعطاف‌پذیری بسیار اهمیت دارد.

اکانر و همکاران (Connor 2007) در ارزیابی قابلیت نوآوری سازمانی دریافتند که سرمایه انسانی در این سازمان‌ها با دانش و نگرش مناسب و نیز با گذراندن دوره‌های آموزش تخصصی، سرمایه ساختاری با استقرار استراتژی پویا و طراحی ساختار

¹ Administrative and Technical

² Product and Process

³ Radical and Incremental

سازمانی منعطف، سرمایه رابطه‌ای با ایجاد روابط مطلوب با مشتریان و ذینفعان داخلی و خارجی در ایجاد زمینه ظهور نوآوری سازمانی نقش مهمی دارند.

مقاله مستخرج از رساله دکتری تخصصی مدیریت آموزشی دانشگاه اصفهان اشاره می‌کند: برای موفقیت در دنیایی پیچیده و با رقابت روزافزون فقط برخورداربودن از دارایی‌های دانشی کافی نیست، بلکه شناسایی این دارایی‌ها نیز امری لازم است و مهم‌ترین و اثربخش‌ترین کار این است که سازمان‌های آموزشی بتوانند علاوه بر شناسایی این دارایی‌ها، آن‌ها را به خوبی مدیریت کنند. برای مدیریت این دارایی‌ها لازم است سازمان‌های آموزشی از وضعیت کنونی آن‌ها مطلع شوند و برای رفع نقایص و کمبودهای آنان اقدامات لازم را به عمل آورند. از طرفی، با پیچیدگی رقابت، نوآوری یکی از مزیت‌های اصلی برای حیات سازمان‌های آموزشی محسوب می‌شود. همه سازمان‌های آموزشی برای بقای خود به ایده‌های نو و بدیع نیاز دارند. نوآوری می‌تواند به‌عنوان تغییر سازمانی برای پاسخ به محیط خارجی یا نفوذ بر آن در نظر گرفته شود. لیکن باید دانست که دانش به‌عنوان مهم‌ترین عامل تولید و عامل تعیین‌کننده در نوآوری به شمار می‌رود، زیرا با انباشت دائمی دانش اداری و فنی در طول زمان و با استفاده از فناوری ارتباطات، دانش به‌سرعت در سرتاسر جهان قابل‌دسترس شده است (بهرامی، و غیره ۱۳۹۰).

با توجه به اینکه نتایج پژوهش نشان داد که بین اجزای سرمایه فکری (انسانی، ساختاری و رابطه‌ای) با نوآوری سازمانی (اداری و فنی) در دانشگاه‌های دولتی استان اصفهان رابطه چندگانه معنادار وجود دارد، پیشنهاد می‌شود که مدیران آموزش عالی با فراهم کردن شرایط همکاری حرف‌های بین اعضای هیئت‌علمی، طراحی دوره‌های آموزشی بر مبنای یادگیری موضوعات به‌روز، همکاری مطلوب بین دانشگاه و سایر سازمان‌های دولتی و غیردولتی، امکانات جدید آموزشی، تغییر ساختار سازمانی دانشگاه، اصلاح شیوه‌های گزینش استادان و پذیرش اظهارنظرها و انتقادات در دانشگاه‌ها، در ظهور نوآوری سازمانی نقش مؤثری ایفا می‌کنند (بهرامی، و غیره ۱۳۹۰).

ایجاد تغییرات سازمانی می‌تواند اثرات مفید و یا مخربی بر روی سطح مشارکت کارکنان پس از ایجاد تغییر جدید به وجود آورده و لذا مدیریت مشارکت افراد در زمان تغییر و آموزش آن‌ها به‌عنوان عامل کلیدی می‌باشد، بنابراین می‌توان کارکنان، میزان توانایی آن‌ها برای انطباق‌پذیری و ایجاد تغییرات و نوآوری‌های موفق سازمانی نیز افزایش یابد (Farnham, Horton and White 2003). در خصوص برنامه‌های آموزش کارآفرینی نیز می‌توان بیان داشت که با توجه به گسترش برنامه‌های آموزش کارآفرینی، هنوز توجه چندانی به ارزیابی اثربخشی کلی برنامه و بازنگری در محتوا و روش‌های آموزش نشده است. این در حالی است که ارزیابی اثربخشی آموزش کارآفرینی را نمی‌توان فقط به ارزیابی دانش قابل حصول در کلاس محدود کرد، بلکه باید در میزان تحریک سرمایه‌گذاری راه‌اندازی شرکت‌های موفق، توانایی افزایش یافته کارآفرینان یا تأثیرگذاری بر قصد کارآفرینی به کار گرفت (Graevenitza, Harhoffa and Weberb 2010).

نقش آموزش کارآفرینی در انواع مدل‌های دانشگاه کارآفرین

در ادبیات دانشگاه کارآفرین مدل‌های مختلفی وجود دارد که مبتنی بر مأموریت‌ها، نوع آموزش، پژوهش و فعالیت‌های کارآفرینانه است. به‌طور کلی، مدل مفهومی دانشگاه کارآفرین وابسته به عوامل محیطی و درونی در ایجاد و توسعه دانشگاه کارآفرین است. عوامل محیطی به عوامل غیررسمی و رسمی و عوامل درونی به امکانات و منابع گفته می‌شود. این مدل عناصر و اجزای زیر را شامل می‌شود. عوامل رسمی: سازمان کارآفرین و ساختار دولت، حمایت از کارآفرین و آموزش افراد. عوامل غیررسمی: دیدگاه دانشگاهیان در خصوص کارآفرینی، روش‌های کارآفرینی و نظام پاداش. منابع: سرمایه مالی، کالبدی، نیروی انسانی و تجاری. امکانات: شبکه‌ها و ارتباطات، ارزش و اعتبار (Guerrero and Urbano 2012) از دیگر مدل‌های نظری که کلارک ۱۹۹۸ به آن اشاره کرده است توجه به عوامل محیطی و درونی است که دارای اجزای زیر است. عوامل محیطی که شامل دو بخش رسمی و غیررسمی است. بخش رسمی شامل رهبری قدرتمند، محیط گسترش یافته و منابع مالی متنوع. در بخش غیررسمی نیز به عواملی

چون محقق بانگیزه، عامل حیاتی، فرهنگ و کارآفرینی یکپارچه اشاره نمود. در جدول زیر به طور خلاصه به برخی از مدل‌های نظری دانشگاه کارآفرینی در دو بعد محیطی و درونی اشاره شده (Guerrero and Urbano, 2012) است.

مدل‌های نظری دانشگاه کارآفرین		
عامل محیطی		
نظریه پردازان	غیررسمی	رسمی
(Sporn 2001)	فرهنگ‌سازی	اهداف و مأموریت، ساختار، مدیریت، رهبری، ارتباطات
(Etzkowitz 2004)	نوسازی	وابستگی به دولت و صنعت، سرمایه دانش
(Hazelkorn 2007)	فرهنگ‌سازی	کاربرد، پیوستگی، ساختار، مشوق‌ها و پشتیبانی
عامل درونی		
نظریه پردازان	منابع	امکانات
(Hazelkorn 2007)	مأموریت	شبکه‌ها، محلی کردن و جایگاه
(Bramwell and Wolfe 2008)	مالی، کالبدی، تجاری و انسانی	اعتبار، جایگاه، شبکه‌ها، محلی کردن

محتوای آموزش کارآفرینی: کارآفرینان نیازمند مهارت‌های متفاوتی هستند تا بتوانند در ارتقای ابتکارات ایجاد کسب‌وکار سازمانی به موفقیت برسند. آن‌ها باید آینده سازمان و تغییراتی را که احتمالاً در توانایی‌های بنگاه برای توجیه و تأیید ایجاد کسب‌وکار سازمانی رخ می‌دهند، پیش‌بینی کنند. این توانایی نیازمند درک راهبرد، بازارها و دیگر توانمندی‌های بنگاه است. کارآفرینان باید درک کنند که چگونه ابتکارات مرتبط با کسب‌وکار می‌توانند بر واحدهای مختلف سازمانی به شکلی کاملاً متفاوت تأثیر بگذارند و چگونه حول این موضوعات کار کنند. (Zahra 2006)

دانشگاه باید به شیوه کارآفرینانه عمل نماید، مراکز رشد تجاری و پارک‌های فناوری و دیگر مراکز این چنین را ساماندهی کند و در این سازمان‌ها دخیل کند و از این طریق در راه‌اندازی کسب‌وکار کمک نماید (Schulte 2004).

آموزش کارآفرینی لازمه توسعه کارآفرینی است (میرزا محمدی، پور طهماسبی و تاجور ۱۳۸۷).

آموزش کارآفرینی به دنبال آماده‌سازی افراد برای درک موقعیت‌های کارآفرینی و استفاده از فرصت‌ها و پتانسیل‌های موجود برای ایجاد کارآفرینی یا تفکر کارآفرینی است (کنجوری، مهدی زاده و سعیدی پور ۱۳۹۲).

برای اینکه دوره‌های آموزش کارآفرینی با موفقیت همراه باشد، باید نکاتی چند مورد توجه و اهتمام قرار گیرد که عبارت‌اند از: ترکیب شرکت‌کنندگان در کلاس‌های آموزش کارآفرینی متنوع باشد.

کلاس‌ها دربردارنده بازخورد مستمر و حتی از قبل پیش‌بینی نشده باشد.

افزون بر راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید بر انواع ابتکارات و خلاقیت‌های کارآفرینانه هم تأکید نماید.

جهت هر یک از بحث‌ها و مسائل کلاس، راه‌حل و جواب مشخص و معینی ذکر گردد.

امکان تغییر و اصلاح برنامه‌های آموزشی توسط معلم و یا استاد به‌آسانی میسر و مقدور باشد.

از سبک‌ها و روش‌های گوناگون تدریس استفاده گردد تا باعث ایجاد هیجان و جذابیت شود.

معلمان و یا استادانی که کارآفرینی را تدریس می‌کنند، خودشان کارآفرین باشند (Zeiders 2003).

اهداف آموزش کارآفرینی: هدف از فعالیت‌های کارآفرینی و پرورش کارآفرینان چیست؟

(Erkkilä 2000) معتقد است هدف کارآفرینی، آموزش برای خلاقیت، نوآوری و سودمندی بیشتر است (مذبوحی ۱۳۹۱).

گاروان و اوسنید اهداف برنامه‌های آموزشی کارآفرینی را در قالب موارد زیر بیان می‌کنند:

شناسایی و آماده‌سازی کارآفرینان بالقوه برای شروع یا توسعه دانش و فناوری در کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز؛

توانمندسازی مخاطبان برای تنظیم برنامه‌های کسب‌وکار؛

تمرکز بر موضوعاتی که برای اجرای پروژه‌های کارآفرینانه همچون تحقیق بازار و تحلیل رقبای، تأمین مالی کسب‌وکار و موضوعات مالیاتی و قانونی، حیاتی هستند؛

بهبود و توسعه رفتارهای مستقلانه، ریسک‌پذیری و تقبل مسئولیت‌ها؛ توانمندسازی مخاطبان به گونه‌ای که در پایان دوره آموزشی بتوانند اقدام به تأسیس کسب‌وکار مخاطره‌آمیز دانش‌محور یا فناوری سطح بالا کنند (Garvan and Ocinneide 1994).

روش‌های تدریس کارآفرینی: نتایج اکثر مطالعات تجربی و زمینه‌یابی نشان داده‌اند که با استفاده از آموزش کارآفرینی می‌توان کارآفرینی را تعلیم داد و یا حداقل ترغیب نمود. سؤال خوبی که در اینجا می‌توان در زمینه آموزش کارآفرینی مطرح ساخت این است که چه چیز باید آموزش داده شود و چگونه؟ (Kuratko 2003)

از دیدگاه هاینس (۱۹۹۶) آموزش کارآفرینی شامل روش‌های سنتی و غیر سنتی می‌باشد و بایستی از هر دوی آن‌ها به‌صورت یکپارچه و تلفیقی استفاده نمود. وی این روش‌ها را به شرح زیر توصیف می‌کند.

روش‌های سنتی: بر جنبه‌های نظری کارآفرینی تأکید دارند و شامل شیوه‌هایی نظیر سخنرانی، تحقیقات کتابخانه‌ای، آموزش برنامه‌ای و مانند آن می‌باشد

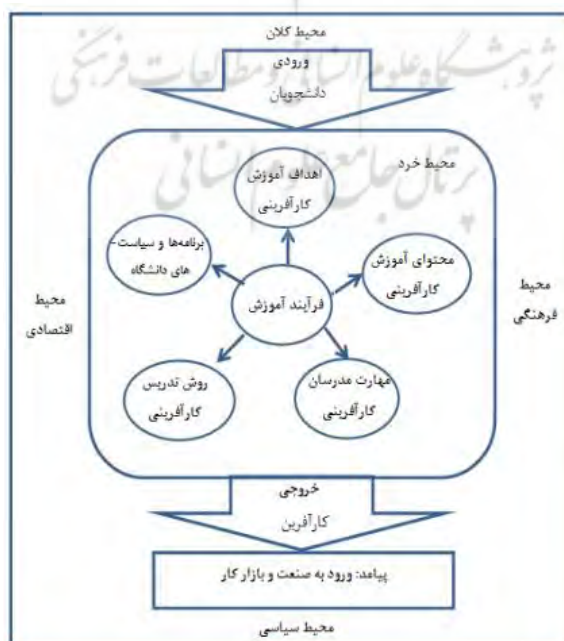
روش‌های غیر سنتی: شامل مطالعات موردی، پروژه‌های عملی، کارآموزی، یادگیری تجربی، بازدید از شرکت‌های کارآفرینانه، کار تیمی و طوفان اندیشه می‌باشد (Hayns 1996).

مهارت مدرسان کارآفرینی

(Hills 1988) از طریق نظرخواهی از آموزشگران مختلف دریافت که اکثر آن‌ها عقیده دارند که بایستی کسانی در دوره‌ها، دروس کارآفرینی را تدریس کنند که خود تجربه کار کارآفرینانه و یا حداقل سابقه کار کردن با کارآفرینان را داشته باشند. محققان متعدد اظهار داشته‌اند که یکی از چالش‌های آموزش کارآفرینی در سطح آموزش عالی، کمبود مدرس توانمند است (نبیونی، آقاجانی و الله‌وردی زاده ۱۳۸۸).

مدل مفهومی پژوهش

مدل مفهومی مقاله این‌جانب در آموزش کارآفرینی سازمانی برگرفته از مدل مفهومی (اجاقی، و غیره زمستان ۱۳۹۵)



سطح خرد

بازنگری و تجدیدنظر در محتوای دروس کارآفرینی توسط وزارت علوم، تحقیقات و فناوری به منظور همسان‌سازی دروس با

نیازهای شغلی

- گزینش و جذب مدرسین متخصص در حوزه آموزش کارآفرینی
- فراهم آوردن امکانات و تجهیزات آموزشی مناسب
- استفاده و به‌کارگیری شیوه‌های خلاقانه و نوین تدریس توسط اساتید و مربیان کارآفرینی
- آماده ساختن جهت ورود به بازار کسب‌وکار و زندگی شغلی آینده

نظام آموزش و تحقیق سازمانی: باید گفت خلاقیت تا حد زیادی اکتسابی بوده و رشد این استعداد نیز مانند سایر استعدادهای بشری به شرایط و زمینه‌های خاصی نیاز دارد (آقایی فیشانی ۱۳۷۷). از این رو کارآفرینی درون‌سازمانی نیز یک هنر و فضیلت ذاتی نیست و می‌توان آن را از طریق آموزش مناسب توسعه داد. پرورش و آموزش کارکنان در زمینه کارآفرینی می‌تواند باعث پیشرفت خارق‌العاده‌ای در سازمان شود. این آموزش‌ها نه تنها باعث افزایش درآمد، از طریق نوآوری سازمانی می‌شود بلکه افزایش و بهبود نگرش کارکنان را نیز به دنبال خواهد داشت. از این رو مدیران باید زمینه لازم برای این آزمایش‌ها را درون سازمان فراهم کنند (Pinchot 2000).

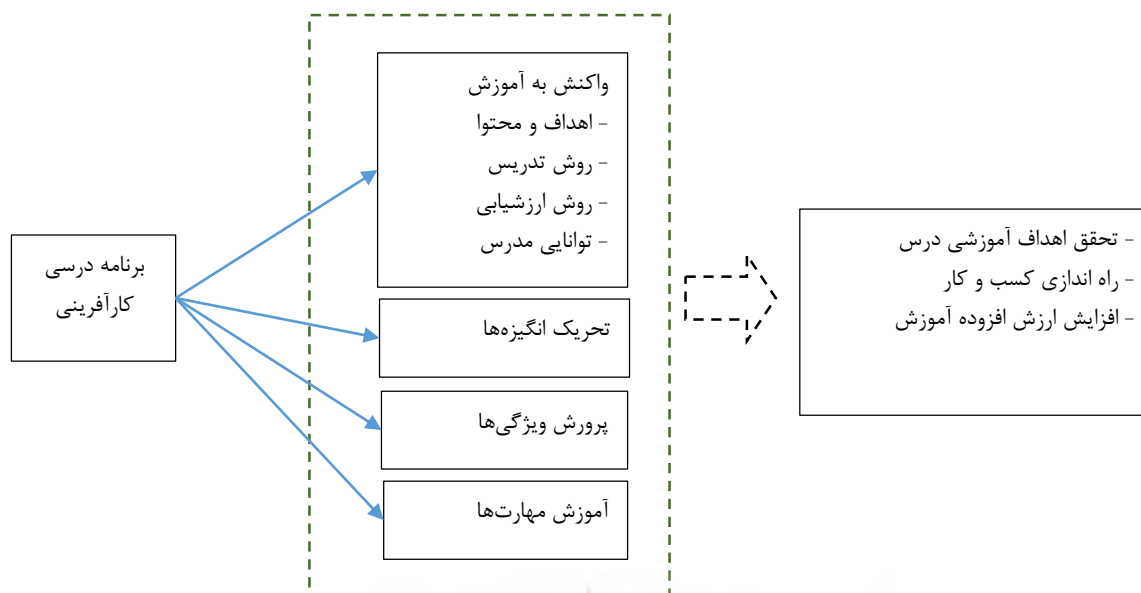
چرایی فعالیت و برنامه آموزشی کارآفرینی

پرداختن به فعالیت‌های آموزشی در هر کشوری نوعی سرمایه‌گذاری بوده که هدف اصلی آن توسعه انسانی است (Kaufman and Herman 1996). به عبارتی هدف هر یک از فعالیت‌های آموزشی رشد آگاهی و توانایی‌های بالقوه انسان بوده و پیشرفت و توسعه جوامع، سازمان‌ها و مؤسسات نیز در گرو ارتقای سطح دانش، مهارت، رفتار و بینش انسانی است (Arend 2007). این امر اهمیت فعالیت‌های آموزشی را دوچندان می‌سازد. برخی معتقدند که آموزش نمی‌تواند مانع بیکاری افراد شود، حتی فارغ‌التحصیلان دانشگاهی نیز علی‌رغم این که آموزش‌های زیادی دیده‌اند، اما قادر به یافتن شغلی مناسب نمی‌باشند (حسینی ۱۳۸۷).

یکی از اهداف ارائه برنامه درسی کارآفرینی تحریک انگیزه است. شناخت از توانایی‌های خود و آگاهی دادن در این زمینه و برانگیختن آن‌ها از اصلی‌ترین وظایف آموزش کارآفرینی، تحریک انگیزه‌هایی از قبیل میل به کسب ثروت، توفیق طلبی، استقلال طلبی، تمایل به ساختن چیزهای نو و قبول نداشتن شیوه‌های موجود موجب می‌شود که در مسیر کارآفرین شدن قرار گیرند. یکی دیگر از اهداف ارائه درس کارآفرینی به پرورش ویژگی‌های کارآفرینانه است. برخی در محیط‌هایی پرورش می‌یابند که زمینه برای تحریک انگیزه‌ها و پرورش آن‌ها فراهم است و لذا در صورتی که این افراد کسب‌وکاری را شروع کنند، اغلب با موفقیت همراه خواهند بود؛ اما بیشتر در چنین محیط‌هایی آموزشی قرار ندارند و لذا ایجاد انگیزه و پرورش ویژگی‌های کارآفرینی که از طریق درس کارآفرینی برای آن‌ها ضرورت دارد. این ویژگی‌ها شامل مواردی چون آموزش تفکر خلاق، بالا بردن ریسک‌پذیری، تحمل ابهام، دادن اعتماد به نفس، فرصت‌شناسی و دادن اطلاعات آموزشی درباره خصوصیات شخصی از طریق کنترل درونی است. آموزش مهارت‌های کارآفرینی سومین هدف ارائه درس کارآفرینی بوده و بر این اساس سعی می‌کنند مهارت‌های اساسی همچون مسائل مالی، شناخت بازار، اصول مدیریت، بیمه، قوانین کار و امور اجتماعی، توانایی مدیریت توسعه و رشد شرکت و یافتن بازارهای جدید را از طریق این درس آموزش دهند. ایجاد علاقه نسبت به درس کارآفرینی چهارمین هدف ارائه واحد درسی کارآفرینی بوده و بر این اساس سعی دارند تا نسبت به درس کارآفرینی علاقه‌مند ساخته تا از آن لذت برند (صمدی میار کلائی، و غیره تابستان ۱۳۹۲).

با توجه به چارچوب نظری مطرح‌شده و همچنین تحقیقات انجام‌گرفته پیرامون موضوع، در این مقاله از مدل مفهومی زیر برای ارزیابی اثربخشی برنامه درسی کارآفرینی دانشگاه آزاد اسلامی استفاده شده است.

مدل مفهومی ارائه‌شده توسط (مرادی پردنجانی و جعفری بهار و تابستان ۱۳۹۲)



بحث و نتیجه‌گیری

تحقیق حاضر تبیین و ارزیابی آموزش کارآفرینی و ابعاد آن در سازمان‌ها و به معنی ساده‌تر یعنی مؤسسات و شرکت‌های کوچک و متوسط که سه متغیر تحریک انگیزه‌ها، پرورش ویژگی‌ها و آموزش مهارت‌ها می‌باشد. مدل‌های مفهومی در این تحقیق بازبینی شده و در یک قالب یک کلیت یکپارچه نشان داده شده است. این امر به مدیران کمک خواهد کرد تا بهبود در فرآیندهای آموزشی کارآفرینی در متغیرهای سه‌گانه مورد مطالعه را به صورت مشخص پیگیری نمایند.

این دوره‌ها می‌تواند منجر به تربیت افرادی با اعتماد به نفس بالا، فرصت شناس و به طور کلی افرادی که تمایل قوی و بیشتری برای کارآفرینی درون سازمانی و کسب و کارهای مستقل دارند باشد. در حقیقت هدف اصلی از توسعه کارآفرینی همانا تربیت نمودن افرادی است که انگیزه‌ای قوی به فعالیت‌های کارآفرینانه‌ی درون سازمانی داشته باشند. مدیران محترم توجه داشته باشند که آموزش کارآفرینی به کارکنان باید به بهترین نحو که مطابق با استانداردهای بین‌المللی و در عین حال مطابق با شرایط بومی باشد، انجام شود. از آنجایی که فرصت‌ها در حال گذار هستند، آموزش کارآفرینی می‌تواند زمینه‌های توسعه‌ی فردی و سازمانی را برای افراد مختلف فراهم نماید. از آنجایی که کارآفرینان تصمیمات مهم اقتصادی را اتخاذ می‌کنند، آموزش مهارت‌های کارآفرینی بسیار مهم است و تصمیمات کارآفرینان در عرصه‌های اقتصادی نه تنها کارآفرینان بلکه سازمان و حتی خانواده آن‌ها را نیز تحت تأثیر قرار خواهد داد. در صورتی که مهارت‌های کارآفرینی آموزش داده نشود، سازمان و کارکنان متحمل هزینه‌های سنگین و بسیاری خواهد شد که و با آموزش مهارت‌های کارآفرینی، میزان شکست کارکنان به حداقل خواهد رسید.

پیشنهاد تحقیق برای مدیران آموزشی سازمان‌ها و مؤسسات آموزش عالی

۱. با توجه به یافته‌های محققان مختلف در تحقیقات مرتبط با آموزش کارآفرینی، باید توجه بیشتری به روش‌های نوین آموزشی و ابزارهای نوین اشاره کرد.
۲. مدیران و افراد مسئول در فرآیند آموزش باید با سازمان‌ها و دانشگاه‌های پیشرو کارآفرینی و آموزش آن و علی‌الخصوص اساتید مجرب استفاده کنند.
۳. مدیران باید به ابعاد تشکیل‌دهنده متغیرها (تحریک انگیزه‌ها، پرورش ویژگی‌ها و آموزش مهارت‌ها)، توجه داشته باشند؛ و این ابعاد و مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده آن با توجه به ضریب اهمیت آن در دوره‌ها لحاظ و آموزش‌های برای گسترش و بهبود آن در نظر گیرند.

پیشنهادهای مبتنی بر یافته‌های تحقیق

۱. آموزش کارآفرینی در سازمان‌ها باید ماهیت ورود به کسب‌وکار را روشن کند و هدف اساسی هر برنامه آموزش کارآفرینی باید ارتقاء شناخت فرصت‌ها باشد و درباره توانمندی‌های حرف‌های خود به عنوان کارآفرینان سازمانی یاد بگیرند؛
۲. آموزش کارآفرینی باید با حمایت و پشتیبانی از نیروهای کارآفرین سازمانی همراه باشد تا افراد با پشت‌گرمی و فراغت بیشتری فعالیت‌های کارآفرینانه را در سازمان پیگیری نمایند.

منابع

1. Arend, Richard J. "Abandoning Entrepreneurship: Children and Victims First." In *STRATEGIC ORGANIZATION Vol 5(4)*, 409° 422. Las Vegas, USA: University of Nevada, 2007.
2. Bramwell, A, and D A Wolfe. "Universities and regional economic development: the entrepreneurial University of Waterloo." *Research Policy*, 37 (8), 2008: 1175° 1187.
3. Brown, C. "Entrepreneurial education teaching guide." *CELCEE Kaufman center for entrepreneurial leadership clearinghouse on entrepreneurship education*, 2000: 7.
4. Chang, S C, and M S Lee. "The Linkage between Knowledge Accumulation Capability and Organizational Innovation." *Journal of Knowledge Management*, Vol. 12, No. 1, 2008: 3-20.
5. Cotton, J. *Enterprise education experience, a manual for school-based inservice training*. Casdec: Publisher MCB UP Ltd, 1991.
6. Damanpour, F. "Organizational Innovation: A Meta-analysis of Effects of Determinants and Moderators." *Academy of Management Journal*, Vol. 34, No. 3, 1991: 555° 90.
7. Damanpour, F, and S Gopalakrishnan. "The Dynamics of the Adoption of Product and Process Innovations in Organizations." *Journal of Management Study*, Vol. 38, No. 1, 2001: 45° 65.
8. Erkkilä, K. *Entrepreneurial education: mapping the debates*. in the United States, Kingdom and Finland: Routledge, 2000.
9. Etzkowitz, H. "The Evolution of the Entrepreneurial University." *International Journal of Technology and Globalization*, 1(1), 2004: 64-77.
10. Farnham, D, S Horton, and G White. "Organizational change and staff participation and involvement." *The International Journal of Public Sector Management*; 16(6), 2003: 434-45.
11. Garvan, T, and B Ocinneide. "Entrepreneurship Education and Training Programmes: A Review and Valuation." *Journal of European Industrial Training*, 18(11), 1994: 13-21.
12. Graevenitza, G, D Harhoffa, and R Weberb. "The effects of entrepreneurship education." *Journal of Economic Behavior & Organization*, Vol. 76, 2010: 90-112.
13. Guerrero, M, and D Urbano. "The development of an entrepreneurial university." *Journal of Technology Transfer* 37(1), 2012: 43° 74.
14. Hayns, R. *Industrializing Knowledge: University Industry Linkages*. japan and the United States; London: MIT Press, 1996.
15. Hazelkorn, E. "The impact of league tables and ranking on higher education decision making." *Higher Education Management and Policy*, 19(2), 2007: 87° 110.
16. Hills, G. E. "Variations in university entrepreneurship education: an empirical study in evolving fields." *Journal of Bussiness Venturing*. No.3: 22-109, 1988.
17. Huang, C F, and S L Chung. "Study on the Relationship between Intellectual Capital and Business Performance in the Engineering Consulting Industry: A Path Analysis." *Journal of Engineering and Management*, Vol. 13, No. 4, 2007.
18. Kaufman, Roger, and Jerry Herman. "Strategic Planning in the Educational System (Reflection, Restructuring, Reprocessing)." *Prentice Hall.*, 1996.
19. Kuratko, D. "Entrepreneurship Education: Emerging trends and challenges for the 21st century." *Coleman Foundation White Paper Series*, 2003.

20. Connor, A. tt ... "Evuuuüü ng an Ausrraaa PubcccPocccy rr ganooooos Innovooon Cppcetty." *European Journal of Innovation Management*, Vol. 10, No. 4, 2007: 532-558.
21. Pinchot, G. *Fostering Intrapreneurial Idea*. 2000. <http://www.pinchot.com>.
22. Rasmussen, A, and R Sorheim. "Action-based entrepreneurship education." *Technovation* Vol. 26, No. 2, 2006: 185-194.
23. Robbins, S.P. *Management, eighth edition*. India: entice Hall, 2005.
24. Scarbrough, H. "Knowledge Management, HRM and the Innovation Process." *Int J Manpow*, Vol. 24, No. 5, 2003: 501° 16.
25. Schulte, P. "The Entrepreneurial University: A Strategy for Institutional Development." *Higher Education in Europe*, 29(2), 2004: 187-191.
26. Sporn, B. "Building Adaptive Universities: Emerging Organizational Forms Based on Experiences of European and US Universities." *Tertiary Education and Management*, 7(2), 2001: 121-134.
27. Torabi, M, and M Goodarzi. "The Holding Knowledge & Innovation Based Companies, Transformation in Medical Sciences & Economic Growth." *Hakim Research Journal*, Vol. 12, No. 3, 2009: 10- 17(in Persian).
28. Tsui, A S, Z Zhang, H Wang, K R Xin, and J B Wu. "Unpacking the relationship between CEO leadership behavior and organizational culture." *The Leadership Quarterly*, 2006: 17, 113-117.
29. Urbano, D, M Aponte, and N Toledano. "Doctoral education in entrepreneurship: A European case study." *Journal of Small Business and Enterprise Development* Vol. 15, No. 2, 2008: 336-347.
30. Walker, R M. "An Empirical Evaluation of Innovation Types and Organizational and Environmental Characteristics: Towards a Configuration Framework." *Journal of Public Administration Research and Theory*, Vol. 18, 2007: 591° 615.
31. Zahra, S H. *Chmpioning Corporate Venturing*. Michael Hitt and Duane Ireland, Entrepreneurship, Victoria: Blackwell Publishing, 2006.
32. Zeiders, M D. *Why Entrepreneurship Training? Did You Know the Following U.S. 2001*. Economic Statistics United States: Small Business Administration, Office of Advocacy, 2003.
۳۳. ابطحی، سیدحسین، و سعید عباسی. *توانمندسازی کارکنان*. تهران: موسسه تحقیقات و آموزش مدیریت، ۱۳۸۶.
۳۴. اجاقی، صبا، بیژن رضایی، نادر نادری، و حبیب جعفری. "ارائه‌ی الگوی مفهومی مؤلفه‌های خرد و کلان نظام آموزش کارآفرینی." *نشریه‌ی کارآفرینی در کشاورزی، جلد سوم، شماره چهارم، زمستان ۱۳۹۵*.
۳۵. استیون، رایینز. *مبانی رفتار سازمانی*. (مترجم) علی پارسایان، سیدمحمد اعرابی: دفتر پژوهشهای فرهنگی، ۱۳۸۵.
۳۶. آراستی، زهرا، و سعید بنادکی. "ارزیابی برنامه‌های آموزش کارآفرینی در آموزش عالی." *فصلنامه آموزش مهندسی ایران، سال پانزدهم، شماره ۵۷، بهار ۱۳۹۲: ۷۵-۸۹*.
۳۷. آقای فیشانی، تیمور. *خلاقیت و نوآوری در انسانها وسازمان ها*. تهران: انتشارات ترمه. چاپ اول، ۱۳۷۷.
۳۸. بهرامی، سوسن، سعید رحایی پور، تقی آقا حسینی، حسنعلی بختیاری نصرآبادی، و یارمحمدیان محمدحسین. "تحلیل روابط چندگانه سرمایه فکری و نوآوری سامانی در آموزش عالی." *فصلنامه‌ی پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، شماره ۶۱ این مقاله مستخرج از رساله دکتری تخصصی مدیریت آموزشی دانشگاه اصفهان می‌باشد. (۱۳۹۰): ۲۷-۵۰*.
۳۹. حسینی، و همکاران. "آموزش کارآفرینی در هزاره جدید؛ زیرساختی برای اشتغال دانش آموختگان آموزش عالی." *فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی. سال ۱۴، شماره ۴، ۱۳۸۷: ۱۳۸-۱۱۹*.
۴۰. زالی، محمدرضا، سید مصطفی رضوی، جهانگیر یداللهی فارسی، و اسدالله کرد نایج. *ارزیابی وضعیت کارآفرینی در ایران*. تهران: موسسه کار و تامین اجتماعی، ۱۳۸۹.
۴۱. سعیدی مهرآباد، محمد، و محمد مهدی مهدی. "تأثیر آموزش کارآفرینی بر توسعه رفتارهای کارآفرینی (مطالعه موردی: آموزش‌های کارآفرینی وزارت کار و امور اجتماعی." *فصلنامه توسعه کارآفرینی، ۱۳۸۷: سال اول*.
۴۲. سید حسین ابطحی. *آموزش و بهسازی سرمایه‌های انسانی (جلد اول)*. تهران: موسسه فرهنگی کتاب لانیز، انتشارات پوینده، ۱۳۸۳.

۴۳. سید رضا سیدجوادین. مدیریت منابع انسانی و امور کارکنان. تهران: نشر دانش، ۱۳۸۱.
۴۴. سیداحمد بزاز جزایری. آموزش کارکنان. تهران: انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی، جلد اول، ۱۳۷۹.
۴۵. شهرکی پور، بنیسی. "جایگاه کارآفرینی در دانشگاه‌ها،" مجموعه مقالات دومین همایش اشتغال و نظام آموزش عالی کشور، تهران، ۱۳۸۴.
۴۶. صمدی میارکلائی، حمزه، حسنعلی آقاجانی، حسن خدابخشی، و حسین صمدی میارکلائی. "تبیین و ارزیابی اثربخشی دوره‌های آموزشی کارآفرینی طرح‌های زود بازده بر کارآفرینان استان مازندران." (پژوهشگر) فصلنامه مدیریت، سال دهم، شماره ۳۰، تابستان ۱۳۹۲: ۷۳-۹۰.
۴۷. علی اکبر سیف. روان‌شناسی پرورشی. تهران: انتشارات آگاه، ۱۳۷۴.
۴۸. علیرضا سروش. "نقش توسعه دانش در فرایندگردش دانش." دو ماهنامه توسعه انسانی پلیس، سال پنجم، شماره ۱۷، ۱۳۸۷: ۳۰.
۴۹. علمیری، مصطفی. "آموزش کارآفرینی: پیدایش، توسعه، گرایش‌ها و چالش‌ها." فصلنامه توسعه کارآفرینی، ۱۳۸۷: س، آل اول.
۵۰. فرشاد، سیامک، محمد فتحیان، بابک ابراهیمی، و سروش نالچیگر. "مراکز رشد مجازی ابزاری در راستای توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌ها." فصلنامه آموزش مهندسی ایران، ۱۳۸۷: سال دهم.
۵۱. کنجوری، زکیه، حسین مهدی زاده، و بهمن سعیدی پور. "شناسایی راهبردها و راه کارهای آموزشی موثر در آموزش مهارت‌های کسب و کار به دانشجویان رشته‌های اقتصاد، مدیریت و مهندسی." ۱۳۹۲.
۵۲. مذبحی، سعید و همکاران. "برنامه درسی کارآفرینی: هدف، محتوا، روش تدریس و روش ارزشیابی." فصلنامه ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی. سال اول، شماره ۳، ۱۳۹۱: ۱۳۰-۹۷.
۵۳. مرادی پردنجانی، حجت‌الله، و پریوش جعفری. "ارزیابی اثربخشی برنامه درسی کارآفرینی دانشگاه آزاد اسلامی." دوفصلنامه مطالعات برنامه درسی آموزش عالی سال ۴، شماره ۷، بهار و تابستان ۱۳۹۲: ۱۶۱-۱۳۹.
۵۴. میرزا محمدی، م.، س پور طهماسبی، و آ تاجور. "موانع و راهکارهای کارآفرینی در نظام آموزش عالی ایران." کار و جامعه، ۱۳۸۷: ۴۷-۳۴.
۵۵. نبیونی، ا. م آقاجانی، و س الله‌وردی زاده. "بررسی تجربی پنج کشور موفق در زمینه توسعه آموزش کارآفرینی برای فارغ التحصیلان دانشگاهی." کار و جامعه، ۱۵ (۱۰۸)، ۱۳۸۸: ۹۱-۸۱.
۵۶. هادیزاده مقدم، اکرم، و ابوالحسن حسینی. "بررسی رابطه‌ی فرهنگ سازمانی مولد و نوآوری در سازمان اقتصادی کوثر." پیام مدیریت، شماره نهم و دهم، ۱۳۸۳: ۷۷-۹۵.