

بررسی اثربخشی برنامه درسی کارآفرینی شاخه کاردانش آموزش متوسطه
Evaluation of the Efficiency of Curriculum Entrepreneurship
in Kar-danesh Branch of Secondary Schools

Mahbobe Arefi, Ph.D.

E-mail: Arefi6@gmail.com.

Korush Fathi Vajargah, Ph.D.

Saeedeh Nassaj, M.A.

Abstract: The purpose of this research was evaluate the efficiency of the curriculum entrepreneurship in secondary school among the Thranian kar-danesh students and entrepreneurship teachers. One of the important goals in entrepreneurship education in schools is to persuade the students to work and participate in economic activities. This research involved 49 teachers and 403 students in 6 courses by using stratified sampling.

In this study, we use a questionnaire that included 44 questions, 35 of them were to measure two elements of the content (information and skills). The rest of the questions (8 questions) were to measure the adaptation of teaching and evaluating with suggestive methods. The results of statistics analysis (T-test one sample -test and ANOVA test) showed that the program was successful in creating and increasing entrepreneurship information and skills.

Keywords: curriculum, entrepreneur ship

دکتر محبوبه عارفی: استادیار دانشگاه شهید بهشتی

دکتر کوروش فتحی واجارگاه: دانشیار دانشگاه شهید بهشتی

سعیده نساج: کارشناس ارشد واحد آموزش سازمان همیاری
اشغال فارغ التحصیلان جهاد دانشگاهی

چکیده: در این پژوهش به بررسی اثربخشی برنامه درسی کارآفرینی از بعد دستیابی به اهداف و تعیین مطابقت روش‌های تدریس و ارزشیابی به کار گرفته شده با روش‌های پیشنهاد شده پرداخته شده است. اثربخشی دوره‌های مذکور با استفاده از نظرسنجی و از طریق پرسشنامه ۴۴ سؤالی محقق ساخته مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. جامعه مورد بررسی شامل ۹۰ نفر از هنرآموزان (معلمان) درس کارآفرینی شاخه کاردانش می‌باشد که از میان این تعداد طبق جدول مورگان ۷۳ نفر با استفاده از شیوه تصادفی ساده به عنوان نمونه انتخاب شدند و همچنین از تعداد ۱۳۵۹۵ نفر هنرجوی (دانش‌آموز) سال سوم شاخه کاردانش در ۶ رشته (هنر، کامپیوتر، عمران، خیاطی، امور اداری و الکترونیک) طبق جدول مورگان و با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای تعداد ۴۱۸ نفر به عنوان نمونه انتخاب شده‌اند. اما در نهایت تعداد ۴۹ پرسشنامه به‌دست آمده از جامعه هنرآموزان و ۴۰۳ پرسشنامه به‌دست آمده از جامعه هنرجویان با استفاده از نرم‌افزار SPSS با آزمون‌های t تک نمونه‌ای، t مستقل و آزمون ANOVA مورد تحلیل قرار گرفتند. نتایج بدست آمده از بررسی نظرات هنرآموزان و هنرجویان حاکی از آن است که این برنامه درسی از بعد دستیابی به اهداف (افزایش اطلاعات و مهارت‌های کارآفرینی در هنرجویان) اثربخش عمل کرده است. همچنین اظهارات هنرآموزان در مورد روش‌های تدریس مورد استفاده نشان دهنده مطابقت این روش‌ها با روش‌های پیشنهاد شده می‌باشد، در حالیکه اظهارات هنرجویان نشان دهنده آن است که میانگین روش‌های تدریس مورد استفاده در کلاس کمتر از حداقل میانگینی است که برای آن در نظر گرفته شده است. هنرآموزان و هنرجویان در مورد روش‌های ارزشیابی نیز اعلام کرده‌اند که روش ارزشیابی با روش پیشنهاد شده مطابقت دارد.

واژگان کلیدی: برنامه درسی، کارآفرینی

مقدمه

شاخه تحصیلی کاردانش در راستای سیاست لزوم ارتباط و هماهنگی آموزش و پرورش و نیازهای بازار کار، تأسیس شده است. در واقع، یکی از مهمترین مولفه نظام جدید آموزش متوسطه، ایجاد شاخه کاردانش است که با هدف اشاعه مهارت‌آموزی تشکیل شده و جهت‌گیری عمده آن آماده کردن بخش قابل توجهی از جوانان، برای اشتغال مفید است که بعد از ارائه آموزش‌های مهارتی برای ورود فارغ التحصیلان به بازار کار و اشتغال مولد متناسب با مقتضیات جغرافیایی، اقتصادی و فرهنگی، روحیه کارآفرینی را در آنان پرورش دهد.

آموزش کارآفرینی در کشور ما پدیده نسبتاً جدیدی است که هنوز در سطح ملی به طور سیستماتیک به آن پرداخته نشده است کارآفرینی در نظام آموزشی ایران برای اولین بار از طریق گنجاندن درس کارآفرینی در نظام جدید آموزش متوسطه شاخه کار و دانش مطرح گردیده است. یکی از اهداف مهم درس کارآفرینی، ایجاد انگیزه کافی در دانش‌آموزان برای کار و دانش و مشارکت جدی در فعالیتهای سالم اقتصادی است که لازمه آن چگونگی به کار بستن تخصص از یک طرف و از طرف دیگر به کارگیری مهارت‌های لازم برای راه اندازی یک بنگاه اقتصادی و انجام اثربخش وظایف در محیط‌های کاری می‌باشد (آیت الهی، ۱۳۸۰).

گسترش فرهنگ کارآفرینی و افزایش تعداد افراد کارآفرین، نیازمند توجه اساسی به امر آموزش، توانمندسازی و ارتقاء مهارت‌های کسب و کار می‌باشد. به همین منظور بخش عمده‌ای از تلاش‌های دولتی در توسعه کارآفرینی متوجه زمینه‌سازی فرهنگی است که در آن با استفاده از نظام آموزش‌های رسمی، رسانه‌های جمعی و سایر ابزارهای علمی و فرهنگی روح کارآفرینی در کالبد جامعه دمیده می‌شود. حمایت‌های دولتی از شکل‌گیری زمینه‌های آموزشی مورد نیاز برای توسعه کارآفرینی به صورت‌های گوناگون، از جمله تعیین و اجرای دروس آموزش کارآفرینی در دوره‌های آموزش متوسطه و دانشگاهی، انتشار کتب و مقالات و ترویج پژوهش‌های علمی در سطح کشور صورت می‌گیرد (هزار جریبی، ۸۴).

در همین راستا آموزش و پرورش به عنوان بزرگترین سازمان متولی تربیت نسل آینده و نیروی انسانی بازار کار کشور با داشتن ویژگی‌های نظیر: پوشش تحصیلی وسیع و مناسب، حضور دانش‌آموزان در مدارس به مدت طولانی جهت آموزش، در اختیار داشتن نسل آینده در شرایط سنی مناسب برای یادگیری اصول و مفاهیم و تربیت نیروی انسانی تا قبل از ورود به بازار کار، نقش حیاتی در کاهش نرخ بیکاری فارغ التحصیلان مقاطع مختلف دارد در واقع آموزش و پرورش با ارائه آموزش‌های لازم در زمان مناسب علاوه بر انتقال اطلاعات و مفاهیم کارآفرینی به دانش‌آموزان، زمینه رشد بسیاری از خصوصیات و مهارت‌های لازم کارآفرینی را در آنها فراهم می‌کند.

علاوه بر مرحله پی بردن به کارآفرینی به عنوان «ایده‌ای خوب» در جهت تحقق توانائی‌های بالقوه کارآفرینان باید برنامه‌ها و آموزش‌های لازم تدارک دیده شود تا افراد آگاهی‌ها و مهارت‌های لازم را برای راه‌اندازی فعالیت کسب نمایند.

امروزه آموزش کارآفرینی به یکی از مهمترین و گسترده‌ترین فعالیت‌های دانشگاهی تبدیل شده است. در اکثر دانشگاه‌های دنیا دوره‌های کارآفرینی به صورت واحدهای درسی ارائه می‌شود و در بعضی دانشگاه‌ها، رشته کارآفرینی نیز تأسیس شده است (احمدپور، ۷۹).

در این دانشگاه‌ها از اندیشه‌سازی و خلاقیت گرفته تا مدیریت بنگاه‌های کوچک تمام مراحل که از زمان ایجاد جرقه یک ایده در ذهن فرد تا تولید یک محصول یا خدمت جدید طی می‌شود را تسهیل، تسریع و اثربخش می‌کنند تا اینکه بتوانند هر چه سریعتر دانش فنی و تکنولوژی را به واسطه کارآفرین به ثروت و رفاه اجتماعی تبدیل کنند. در این مسیر آنچه کارآفرین نیاز دارد به او آموزش می‌دهند و از او حمایت‌های ویژه به عمل می‌آید. این حمایت‌ها شامل ارائه راهنمایی‌های عملی، مشاوره، ارائه تسهیلات مالی و برگزاری دوره‌های ویژه در خصوص کارآفرینی در درون دانشگاه‌ها و یا خارج از دانشگاه‌ها می‌باشد (سعیدی کیا، ۸۲).

امروزه دوره‌های آموزشی کارآفرینی نه تنها جای خود را در بستر دروس دانشگاهی و در رشته‌های مختلف باز نموده، بلکه در دوره‌های مختلف تحصیلی از ابتدایی تا دبیرستان نیز مورد توجه قرار گرفته است. هدف اولیه از توسعه کارآفرینی همانا تربیت نمودن افرادی متکی به نفس و آگاه به فرصت‌ها و

به طور کلی افرادی است که تمایل بیشتری به راه‌اندازی کسب و کارهای مستقل دارند (احمد پور داریانی، ۱۳۷۹).

بررسی تاریخی نشان می‌دهد تا ۱۹۹۰ چهار دسته اصلی از دوره‌های آموزشی کارآفرینی شکل گرفته‌اند: دسته اول برنامه‌هایی هستند که هدف از آنها افزایش آگاهی، درک و بینش تمامی افراد اقشار اجتماعی نسبت به کارآفرینی می‌باشد. اینگونه برنامه‌ها در مقاطع تحصیلی ابتدایی، راهنمایی و متوسطه و آموزش عالی مورد تدریس قرار می‌گیرند، تا انگیزه و تمایل دانش‌آموزان و دانشجویان برای کارآفرین شدن افزایش یابد.

دسته دوم شامل برنامه‌های آموزشی می‌باشد که «توسعه تأسیس شرکت‌ها» را پوشش می‌دهد. این برنامه‌ها به اقتضای شرایط خاص هر کشور طراحی شده‌اند.

دسته سوم دوره‌ها، جهت «رشد و بقای کارآفرینان و شرکت‌های کوچک» طراحی شده است، مخاطبان این دسته، شرکت‌های کوچک موجود می‌باشند.

دسته چهارم برنامه «توسعه آموزش کارآفرینی» می‌باشد که شامل شیوه‌های جدید آموزش و تعیین نقش‌های نوین دانشجو و استاد در فرآیند آموزش کارآفرینی می‌باشد. هدف دیگر این برنامه‌ها آموزش و گسترش کمی اساتید جدید از میان صنعتگران و دست‌اندرکاران فعالیت‌های اقتصادی برای آموزش کارآفرینی است (اکبری، ۱۳۷۶).

از سوی دیگر در این دهه، کارآفرینی درون سازمانی نیز به شدت مورد توجه قرار گرفت. اولین مرکزی که در دنیا دوره آموزش ویژه کارآفرینی درون سازمانی را برگزار کرده «مؤسسه توسعه کارآفرینی در هند است (Edi)¹ .

از جمله اهداف کلان این دوره در مؤسسه مذکور می‌توان به موارد ذیل اشاره نمود:

- آگاه نمودن شرکت کنندگان با استعدادها و نهفته کارآفرینی و هدایت آنها به سوی نوآوری
- توسعه و ایجاد جو کارآفرینی درون سازمانی

¹ Entrepreneurship Development of India

- ایجاد اطمینان در شرکت‌کنندگان دوره مبنی بر اینکه بینش و بصیرت ایجاد شده در جهت توسعه بیشتر خواهد بود.

- کمک به توسعه شیوه رهبری کارآفرینانه در سازمان

- انگیزش افراد برای تبدیل شدن به سردمداران موفقیت در سازمان (احمد پور داریانی، ۱۳۷۹). تجربه کشورهای نظیر هند، ژاپن، کره جنوبی، مالزی در زمینه آموزش و ترویج روحیه و فعالیت کارآفرینی گواهی است بر تأیید این نظریه که کارآفرینی قابل آموزش است و می‌توان روحیه کارآفرینی را از دوره ابتدایی تا دوره‌های بالایی جامعه در افراد تشویق و ترویج کرد.

به طور کلی در تحلیل دوره‌های آموزشی در سال‌های مختلف، مناسب بودن محتوای دوره‌های آموزشی، مفاهیم درسی و اثربخشی دوره‌ها مورد توجه محققین قرار گرفته است. از سال ۱۹۸۵ همراه با افزایش تعداد دوره‌های آموزشی در خصوص کارآفرینی، روند دیگری نیز در جهت شناسایی اثربخشی دوره‌ها شکل گرفته است. این روند تحقیقاتی در خصوص شناسایی افراد مناسب، اهداف خاص آموزش و شیوه‌های یادگیری و انواع محتوای درسی است. چنانچه افراد تحت آموزش، اهداف، محتوا و روش‌های تدریس با هم هماهنگ باشند، بهتر می‌توان از برنامه‌های آموزشی بهره برد، از همین روتوجه و دقت در طراحی دوره‌های آموزشی یکی از الزامات نظام آموزشی کارآمد است.

روش‌های تدریس نیز از ابعاد اصلی در افزایش اثربخشی برنامه‌های درسی است. چنانچه اهداف یک برنامه درسی متناسب بیان شده باشند و محتوا نیز اهداف را کاملاً تحت پوشش قرار دهد، اما روش‌های تدریس مناسب محتوا استفاده نشود، برنامه درسی مورد نظر اثربخشی لازم را نخواهد داشت. لذا انتخاب روش‌های تدریس مناسب یکی از راه‌های تحقق اهداف و در نتیجه افزایش اثربخشی برنامه درسی است. بررسی ادبیات مربوط به آموزش کارآفرینی و کسب‌وکار نشان می‌دهد که طیف وسیعی از روش‌های آموزشی در ارائه و تدریس کارآفرینی و موضوعات مربوط به کسب‌وکار مورد استفاده قرار می‌گیرد. دقت در استفاده از روش‌های متناسب با موضوع و در نظر گرفتن شرایط و ویژگی‌های روانشناختی فراگیران یکی از راه‌های افزایش اثربخشی برنامه‌های

درسی می‌باشد. همچنین ارزیابی از آموخته‌های فراگیران، میزان دستیابی به اهداف برنامه درسی را نشان می‌دهد و بررسی موفقیت فراگیران در کسب دانش و مهارت‌های در نظر گرفته یکی از راه‌های سنجش اثربخشی برنامه درسی است.

در حقیقت باید توجه داشت که علاوه بر ارائه آموزش، کیفیت، چگونگی و میزان اثربخشی آن نیز بسیار مهم بوده و نیازمند بررسی دقیق و شناسایی کامل عوامل مؤثر در آن از قبیل مدت زمان برگزاری، مقطع آموزشی مناسب، متون و محتوای کتاب‌ها، ویژگی‌های دبیران، وسایل کمک درسی است و عدم توجه به چنین مواردی، نتیجه‌ای جز اتلاف منابع انسانی، زمان و امکانات و سرمایه و بالطبع بیکاری بیشتر نخواهد داشت (سازمان همیاری و اشتغال، ۸۳).

با تکیه بر این رهیافت تعیین میزان اثربخشی هر برنامه درسی یکی از الزامات اساسی تحقق اهداف اصلی آن برنامه می‌باشد. در رابطه با درس کارآفرینی در شاخه کاردانش تا زمان اجرای پژوهش حاضر هیچ طرح و تحقیقی به منظور بررسی نقاط ضعف و قوت آن، اجرا نشده است با در نظر گرفتن اهمیت تعیین اثربخشی در برنامه‌های آموزشی از یک سو و همچنین با توجه به تأکید مسئولین ذی‌ربط در جهت مطالعه اثربخشی آن، از سوی دیگر اهمیت پژوهش در این ارتباط بیش از پیش آشکار می‌شود. لذا، مسأله اساسی پژوهش این است که اثربخشی برنامه درسی کارآفرینی از بعد دستیابی به اهداف (افزایش اطلاعات و مهارت‌های هنرجویان در زمینه کارآفرینی) و مطابقت روش‌های تدریس و ارزشیابی با روش‌های پیشنهاد شده در راهنمای تدریس (در ابتدای کتاب آورده شده است) مورد بررسی قرار دهد.

تعریف واژه‌ها و اصطلاحات

▪ اثربخشی

تعاریف گوناگونی از اثربخشی ارائه شده است از جمله در فرهنگ مدیریت، اثربخشی درجه و میزان نائل شدن یک اقدام به هدف پیش‌بینی شده، تعریف شده است (صائبی، مترجم، ۱۳۷۵، ص ۲۱۱). در مورد اندازه‌گیری اثربخشی آموزشی آنچه که بیشترین منابع آموزشی به آن پرداخته‌اند،

نظریه کرک پاتریک می‌باشد، وی مفهوم اثربخشی را در چند سطح مورد بررسی قرار می‌دهد یکی از این سطوح، ارزشیابی عکس‌العمل شرکت‌کنندگان در دوره‌های آموزشی است، که در این پژوهش این سطح از ارزشیابی مدنظر بوده است و با استفاده از پرسشنامه نظرات هنرآموزان و هنرجویان مورد توجه قرار گرفته است.

▪ برنامه‌درسی کارآفرینی

برنامه‌درسی کارآفرینی در این پژوهش شامل اهداف و محتوا (افزایش اطلاعات و ایجاد مهارت‌های کارآفرینی) روش‌های تدریس و روش ارزشیابی مورد استفاده در این درس بود. اطلاعات و مهارت‌های مورد نظر در این پژوهش بر اساس کتاب درسی کارآفرینی در حال تدریس به شرح زیر است:

اطلاعات شامل

آشنایی با معنی و مفهوم موفقیت، آشنایی با اهمیت تعیین اهداف شغلی، آشنایی با نقش کارآفرینی، آشنایی با اهداف عمده راه‌اندازی کسب و کار (انواع مختلف کسب، اهمیت کسب و کار خانگی، مزایای کسب و کار خانگی، عوامل موثر بر موفقیت کسب و کارخانگی) آشنایی با کسب و کار اینترنتی، آشنایی با مفهوم کارآفرینی (شناسایی افراد کارآفرین، انواع کارآفرینی ویژگی‌های مهم کارآفرینان، عوامل مهم تأثیرگذار بر کارآفرینان) آشنایی با مهارت‌ها و توانایی‌های لازم برای راه‌اندازی کسب و کار (شناسایی راه‌های منتهی به ایده کسب و کار، راه‌های تامین منابع مالی، عوامل مهم در تعیین محل کسب و کار) آشنایی با مفهوم بازاریابی (عناصر مهم بازاریابی، بخش‌های مختلف بازار، روش مختلف تحقیق بازاریابی، چهار قانون طلایی محصول، منحنی عمر محصول) آشنایی با مفاهیم عرضه و تقاضا و نقطه تعادل (استراتژی‌های قیمت‌گذاری، انواع مختلف قیمت‌گذاری، دلایل اقدام به تبلیغات، آشنایی با مزایا و معایب رسانه‌های تبلیغاتی)، آشنایی با روش‌های مهم توسعه محصول (کانال‌های توزیع محصول) آشنایی با مفهوم و ضرورت خلاقیت (تفاوت خلاقیت، نوآوری، ابتکار و کارآفرینی)، آشنایی با اهمیت جایگاه مشتری در کسب و کار و قواعد فروشندگی، آشنایی با واژه

اصول و قواعد حسابداری، آشنایی با مفهوم مدیریت و سازمان، آشنایی با مراحل تصمیم‌گیری و آشنایی با انواع مختلف ارتباط سازمانی و در نهایت آشنایی با طرح کسب و کار و ضرورت نوشتن طرح کسب و کار.

اما بر اساس کتاب مورد نظر مهارت‌ها شامل موارد ذیل می‌باشد:

تعیین اهداف مهم شغلی و درسی برای خود و برنامه‌ریزی برای رسیدن به آن اهداف، پرورش عوامل تأثیرگذار بر موفقیت، علاقه‌مندی به مسیر شغلی کارآفرینانه، ترسیم مسیر شغلی آینده خویش، انتخاب ایده‌هایی برای کسب و کار، علاقه‌مند به شروع و راه‌اندازی کسب و کار، ترسیم یک نوع کسب و کار خانگی و یک نوع کسب و کار اینترنتی برای خود، توانایی انتخاب یک روش بازاریابی برای یک کسب و کار، انتخاب شیوه تبلیغی مناسب برای کسب و کار مورد علاقه خود، تحقیق برای یافتن نظر مردم درباره یک محصول مورد علاقه مردم، استفاده از تکنیک‌های «فهرست خصوصیات»، «چه می‌شود اگر...؟» و «واژه تصادفی» به منظور افزایش خلاقیت خود، ثبت مبادلات یک فروشگاه فرضی، ثبت مبادلات در دفتر کل، تهیه تراز آزمایشی برای یک واحد تجاری، ارزیابی یک واحد تجاری، تصمیم‌گیری درباره راه‌اندازی یک کسب و کار با رعایت مراحل تصمیم‌گیری، تهیه یک طرح کسب و کار با رعایت بخش‌های لازم برای نوشتن طرح کسب و کار.

روش‌های تدریس شامل ۸ روش تدریس به شرح زیر می‌باشد:

- ۱- نحوه تدریس تعاملی و دو طرفه بین معلم و دانش‌آموز به طوری‌که در طول تدریس از نظریات و تجربیات دانش‌آموزان نیز استفاده شود و معلمان فقط متکلم وحده و سخنران نباشند.
- ۲- بازدید از کسب و کارهای محلی
- ۳- دعوت از صاحبان کسب و کارها
- ۴- نمایش و تحلیل فیلم‌هایی درباره کارآفرینان موفق
- ۵- دعوت از فارغ‌التحصیلان گذشته که موفق به راه‌اندازی کسب و کار شده‌اند
- ۶- تشویق به مطالعه روزنامه‌های اقتصادی و کسب اخبار اقتصادی از رسانه‌های مختلف
- ۷- پیش‌بینی کارهای عملی متناسب با موضوع مورد تدریس با عنوان «تکلیف»

۸- تأکید بر نوشتن طرح کسب و کار.

روش ارزشیابی نیز بر اساس ارزشیابی پایانی (با اختصاص ۱۰ نمره) و انجام تکالیف کلاسی و تهیه طرح کسب و کار (۱۰ نمره) می‌باشد.

فرضیه‌های پژوهش

فرضیات این پژوهش به شرح زیر است:

۱. از نظر هنرآموزان و هنرجویان محتوای کتاب درسی کارآفرینی توانسته اطلاعات لازم مربوط به کارآفرینی را در هنرجویان ایجاد کند.
۲. از نظر هنرآموزان و هنرجویان برنامه‌درسی کارآفرینی توانسته مهارت‌های کارآفرینی را در هنرجویان پرورش دهد.
۳. از نظر هنرآموزان و هنرجویان روش‌های تدریس مورد استفاده در درس کارآفرینی با روش‌های پیشنهاد شده در برنامه‌درسی مطابقت دارد.
۴. از نظر هنرآموزان و هنرجویان روش‌های ارزشیابی تحصیلی هنرآموزان درس کارآفرینی با روش‌های پیشنهاد شده در برنامه‌درسی مطابقت دارد.
۵. بین نظرات هنرآموزان و هنرجویان در مورد تأثیر کتاب درسی کارآفرینی در افزایش اطلاعات کارآفرینی تفاوت معناداری وجود دارد.
۶. بین نظرات هنرآموزان و هنرجویان در مورد تأثیر کتاب درسی کارآفرینی در ایجاد مهارت‌های کارآفرینی تفاوت معناداری وجود دارد.
۷. بین نظرات هنرآموزان و هنرجویان در مورد روش‌های تدریس مورد استفاده در درس کارآفرینی تفاوت معناداری وجود دارد.
۸. بین نظرات هنرآموزان و هنرجویان در مورد روش‌های ارزشیابی تحصیلی مورد استفاده تفاوت معناداری وجود دارد.

۹. بین نظرات هنرجویان رشته‌های مختلف در مورد تأثیر کتاب درسی بر افزایش اطلاعات کارآفرینی تفاوت معناداری وجود دارد.
۱۰. بین نظرات هنرجویان رشته‌های مختلف در مورد تأثیر کتاب درسی بر ایجاد مهارت‌های کارآفرینی تفاوت معناداری وجود دارد.
۱۱. بین نظرات هنرجویان رشته‌های مختلف در مورد روش‌های تدریس به کار گرفته شده تفاوت معناداری وجود دارد.
۱۲. بین نظرات هنرجویان رشته‌های مختلف در مورد روش‌های ارزشیابی برنامه‌درسی کارآفرینی تفاوت معناداری وجود دارد.

روش پژوهش

این پژوهش، از نوع تحقیقات توصیفی به شمار می‌رود و چون با نظرسنجی از هنرآموزان و هنرجویان رشته‌های مختلف به شناخت و توصیف این وضعیت می‌رسد از نوع تحقیقات پیمایشی است.

جامعه، نمونه و روش نمونه‌گیری

جامعه پژوهش شامل ۹۰ نفر از هنرآموزان (معلمان) درس کارآفرینی شاخه کار دانش می باشد، که از میان این تعداد طبق جدول مورگان ۷۳ نفر با استفاده از شیوه تصادفی ساده به عنوان نمونه انتخاب شدند. همچنین از تعداد ۱۳۵۹۵ نفر هنرجوی (دانش‌آموز) سال سوم شاخه کار و دانش در ۶ رشته (هنر، کامپیوتر، عمران، خیاطی، امور اداری و الکترونیک) طبق جدول مورگان و با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای تعداد ۴۱۸ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. در نهایت ۴۹ پرسشنامه بدست آمده از جامعه هنرآموزان و ۴۰۳ پرسشنامه بدست آمده از جامعه هنرجویان مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

ابزار اندازه‌گیری

ابزار این پژوهش دو عدد پرسشنامه ۴۴ سؤالی محقق ساخته بود، که در آن، ۲۵ سؤال ابتدایی مربوط به سنجش متغیر اطلاعات از بعد محتوا، ۱۰ سؤال مربوط به سنجش متغیر مهارت‌ها از بعد محتوا، ۸ سؤال در مورد روش‌های تدریس مورد استفاده و ۱ سؤال پایانی مربوط به روش ارزشیابی درس مورد نظر می‌باشد.

شیوه نمره‌گذاری در این پرسشنامه بر اساس طیف لیکرت تنظیم شده است. در این پژوهش، اعتبار صوری و محتوایی با استناد به قضاوت افراد متخصص و کارشناسان مربوطه و پایایی پرسشنامه‌های فوق پس از اجرای آزمایشی در هر گروه هنرآموزان و هنرجویان به شیوه محاسبه آلفا کرانباخ (با نرم افزار SPSS) تعیین شده است. ۰/۹۲ پایایی برای مقیاس طراحی شده جهت سنجش میزان اثربخشی برنامه‌درسی مورد نظر بین ۱۵ نفر هنرآموز مورد آزمون و ۰/۸۸ پایایی بین ۳۰ نفر هنرجوی مورد آزمون به دست آمده است.

از بین پرسشنامه‌های توزیع شده، ۴۹ پرسشنامه متعلق به جامعه هنرآموزان و ۴۰۳ پرسشنامه متعلق به جامعه هنرجویان که با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای مرحله‌ای انتخاب شده بودند، جمع‌آوری و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. به منظور نمونه‌گیری ابتدا تعداد نمونه مطابق جدول مورگان مشخص شد سپس افراد نمونه بر اساس پراکندگی جنسی (دختر و پسر) انتخاب شدند، در مرحله بعد نمونه بر اساس نسبت افراد در رشته‌های مختلف و مشترک بین پسران و دختران، تقسیم‌بندی شدند.

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

روش‌های آماری استفاده شده در این پژوهش نیز آمار توصیفی شامل شاخص‌های پراکندگی در قالب توزیع فراوانی، درصد فراوانی و انحراف استاندارد و شاخص‌های مرکزی در قالب میانگین استفاده شده است. همچنین از روش‌های آمار استنباطی نظیر آزمون t تک نمونه‌ای، t برای گروه‌های مستقل و ANOVA استفاده شده است.

ابتدا افراد بر اساس پراکندگی جنسی انتخاب شدند سپس در مرحله بعد نمونه بر اساس نسبت افراد در رشته‌های مختلف و مشترک بین پسران و دختران، انتخاب شدند.

یافته‌های پژوهش

می‌توان فرضیه‌های مطرح شده در این پژوهش را به صورت زوج فرضیه‌های: (۱ و ۵)، (۲ و ۶)، (۳ و ۷)، (۴ و ۸) در نظر گرفت که در هر یک از آنها، در فرضیه اول دیدگاه‌های هنرآموزان و هنرجویان بررسی و در فرضیه دوم نظرات آنان مقایسه شده است.

۱. فرضیه ۱ و ۵: در فرضیه ۱ میزان اثربخشی این برنامه از بعد محتوا و دستیابی به اهداف تعیین شده از، نظر هنرآموزان و هنرجویان به صورت جداگانه بررسی و سپس در فرضیه ۵ نظرات مطرح شده، با یکدیگر مقایسه شده‌اند.

جدول ۱- اثربخشی برنامه‌درسی کارآفرینی در افزایش اطلاعات کارآفرینی از دیدگاه هنرآموزان و هنرجویان و بررسی تفاوت اطلاعات در دو گروه

سطح معناداری	درجه اطمینان	درجه آزادی	t	انحراف استاندارد	میانگین تجربی	تعداد	نوع پاسخ‌دهندگان	
۰/۰۰	%۹۵	۴۸	۷/۵۶	۱۷/۸۳	۹۴/۲۶	۴۹	هنرآموزان	اطلاعات افزایش
۰/۰۰	%۹۵	۴۰۲	۹/۴۱	۱۵/۴۵	۸۲/۲۵	۴۰۳	هنرجویان	
۰/۰۰	%۹۵	۵۷	-۴/۵۱	۱۷/۸۳	۹۴/۲۶	۴۹	هنرآموزان	اطلاعات تفاوت
۰/۰۰	%۹۵	۴۵۰	-۵/۰۴	۱۵/۴۵	۸۲/۲۵	۴۰۳	هنرجویان	

جدول شماره ۱ نشان دهنده میزان دستیابی اهداف به این بعد از محتوا (ایجاد اطلاعات کارآفرینی) از دیدگاه هنرآموزان و هنرجویان می‌باشد. در آزمون این فرضیه‌ها از روش آماری t تک نمونه‌ای برای مقایسه میانگین نظرات هنرآموزان و هنرجویان (میانگین تجربی) با میزان میانگین فرضی در نظر گرفته شده استفاده شده است و همچنین از روش t برای گروه‌های مستقل برای مقایسه نظرات هنرآموزان و هنرجویان (فرضیه شماره ۵) استفاده شده است.

در این فرضیه میانگین فرضی معادل ۷۵ گرفته شده است. با نگاهی به جدول شماره ۱ مشخص می‌شود که بین میانگین بدست آمده از نتایج پژوهش با میانگین فرضی در دو گروه هنرآموزان و هنرجویان در دستیابی به این بعد از اهداف (کسب اطلاعات و دانش مورد نیاز در مورد کارآفرینی) رابطه وجود دارد و این رابطه مثبت است. به عبارتی میانگین بدست آمده از میانگین فرضی بیشتر است. به این معنی که هر دو گروه بر این نظر هستند که برنامه‌درسی مذکور توانسته است اطلاعات لازم مربوط به کارآفرینی را به هنرجویان ارائه نماید.

همچنین نتایج نظرخواهی بدست آمده از دو گروه هنرآموزان و هنرجویان با استفاده از t مستقل با یکدیگر مقایسه شده اند، نشان می‌دهد که تفاوت میانگین بدست آمده از نظرات هنرجویان با میانگین بدست آمده از نظرات هنرآموزان با اختلافی در حدود ۱۱/۱۱ با درجه اطمینان ۹۵٪ معنادار است.

به عبارتی هر دو گروه هنرآموزان و هنرجویان معتقد بودند که برنامه درسی در زمینه افزایش اطلاعات کارآفرینی در هنرجویان اثربخش عمل کرده است اما هنرآموزان دید خوشبینانه‌تری نسبت به هنرجویان دارند. آنها انتظار داشتند که هنرجویان آنان به نحو مطلوبی، اطلاعات کارآفرینی مطرح شده در کتاب درسی را فرا گیرند.

۲- فرضیه ۲ و ۶: برای بررسی میزان اثربخشی این برنامه از بعد پرورش مهارت‌های کارآفرینی در هنرجویان، ابتدا در فرضیه ۲ نظرات هنرآموزان و هنرجویان به صورت جداگانه مورد بررسی قرار گرفته و سپس در فرضیه ۶ این نظرات با یکدیگر مقایسه شده‌اند.

جدول ۲- اثربخشی برنامه‌درسی کارآفرینی در ایجاد مهارت های کارآفرینی از دیدگاه هنرآموزان و هنرجویان و بررسی تفاوت مهارت های کارآفرینی در دو گروه

سطح معناداری	درجه اطمینان	درجه آزادی	t	انحراف استاندارد	میانگین تجربی	تعداد	نوع پاسخ‌دهندگان	
۰/۰۰	%۹۵	۴۸	۴/۹۶	۸/۳۳	۳۵/۹۱	۴۹	هنرآموزان	مهارت ایجاد
۰/۰۰۲	%۹۵	۴۰۲	۳/۱۱	۶/۹۰	۳۴	۴۰۳	هنرجویان	
۰/۰۰	%۹۵	۵۷	-۳/۹۱	۸/۳۳	۳۵/۹۱	۴۹	هنرآموزان	مهارت تفاوت
۰/۰۰	%۹۵	۴۵۰	-۴/۵۲	۶/۹۰	۳۱/۰۷	۴۰۳	هنرجویان	

روش های مورد استفاده در این فرضیه ها نیز همچون دو فرضیه ۱ و ۵ می‌باشد. روش t تک نمونه‌ای برای آزمون فرضیه ۲ و t مستقل برای آزمون فرضیه ۶ جدول شماره ۳ نشان‌دهنده آن است که از دیدگاه هنرآموزان و هنرجویان برنامه‌درسی مذکور توانسته است مهارت های مورد نیاز و مرتبط با کارآفرینی را در هنرجویان ایجاد نماید.

همچنین نتایج بدست آمده از آزمون t مستقل برای مقایسه نظرات هنرآموزان و هنرجویان در زمینه اثربخشی برنامه درسی کارآفرینی بر ایجاد مهارت‌های کارآفرینی را نشان می‌دهد که در این فرضیه نیز هنرآموزان نظرات خوشبینانه‌تری نسبت به هنرجویان داشته‌اند.

فرضیه ۳ و ۷: بعد از تعیین اثربخشی این برنامه‌درسی از بعد دستیابی به اهداف در قالب محتوا، در بخش دیگر به مقایسه روش های تدریس بکارگرفته شده با روش های تدریس پیشنهاد شده پرداخته شده است. جدول شماره ۳ نشان دهنده نظرات هنرآموزان و هنرجویان در مورد استفاده هنرآموزان از روش‌های تدریس پیشنهاد شده در کلاس درس (فرضیه ۳) و مقایسه نظرات این دو گروه با یکدیگر (فرضیه ۷) می باشد.

جدول ۳- مطابقت روش‌های تدریس بکار گرفته شده با روش‌های پیشنهادی از دیدگاه هنرآموزان و هنرجویان و بررسی تفاوت روش‌های تدریس در دو گروه

سطح معناداری	درجه اطمینان	درجه آزادی	t	انحراف استاندارد	میانگین تجربی	تعداد	نوع پاسخ‌دهندگان	
۰/۰۰	%۹۵	۴۸	۳/۷۲	۶/۷۹	۲۷/۶۱	۴۹	هنرآموزان	روش‌های تدریس
۰/۰۰۲	%۹۵	۴۰۲	-۵/۰۹	۶/۸۵	۲۲/۲۶	۴۰۳	هنرجویان	
۰/۰۰	%۹۵	۵۷	-۵/۲	۶/۷۹	۲۷/۶۱	۴۹	هنرآموزان	تفاوت روش‌های تدریس
۰/۰۰	%۹۵	۴۵۰	-۵/۱۶	۶/۸۵	۲۲/۲۶	۴۰۳	هنرجویان	

با نگاهی به جدول شماره ۳ مشاهده می‌شود که از دیدگاه هنرآموزان روش‌های تدریس مورد استفاده با روش‌های تدریس پیشنهاد شده تا حدود زیادی مطابقت دارد. اما میانگین بدست آمده از گروه هنرآموزان از میانگین فرضی کمتر است.

نتایج بدست آمده از آزمون t مستقل نشان می‌دهد که بین نظرات مطرح شده از دیدگاه هنرجویان در مورد روش‌هایی که معلمان آنها در کلاس درس برای تدریس و آموزش کارآفرینی استفاده می‌کنند، با اظهارات هنرآموزان در مورد روش‌های تدریس به کار گرفته در کلاس درسی تا حدودی تفاوت وجود دارد و این تفاوت میانگین‌ها با توجه به t به دست آمده و درجه اطمینان %۹۵ معنا دار نیز هست.

به عبارتی نظرات هنرجویان چنانچه در فرضیه شماره ۴ نیز مشاهده شد، بیانگر این مطلب است هنرآموزان کمتر از روش‌های پیشنهاد شده استفاده کرده‌اند و بیشتر از روش‌های تدریس مرسوم در درس‌های دیگر، استفاده شده است. با توجه به اهمیتی که روش‌های تدریس بر افزایش

یادگیری دانش‌آموزان دارند و با توجه به نوع درس کارآفرینی و تفاوت موضوعی این درس با درس‌های دیگر دارد لازم است، توجه بیشتری به روش‌های آموزش و تدریس این درس شود.

۴- فرضیه ۴ و ۸: به عنوان آخرین مؤلفه برنامه درسی، این پژوهش به بررسی مطابقت روش‌های ارزشیابی تحصیلی درس کارآفرینی با روش‌های ارزشیابی پیشنهاد شده در برنامه درسی از دیدگاه هنرآموزان و هنرجویان (فرضیه ۴) پرداخته و سپس در فرضیه شماره ۸، نظرات مطرح شده را با یکدیگر مقایسه نموده است.

جدول شماره ۴- مقایسه نظرات هنرآموزان و هنرجویان در مورد روش ارزشیابی درس کارآفرینی

نوع پاسخ‌دهندگان	تعداد	گزینه الف		گزینه ب		گزینه ج	
		درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی
هنرجویان	۳۹۷	۸۹/۱	۳۵۹	۶/۵	۲۶	۱۲	۳
هنرآموزان	۴۹	۱۰۰	۴۹	-	-	-	-

فرضیه‌های مرتبط با این بخش با تک سؤال بخش «ج» پرسشنامه مورد سنجش قرار گرفته است. تنها روش پیشنهادی نیز ترکیبی از روش ارزشیابی کتبی و ارائه کار عملی به صورت تهیه یک طرح کسب و کار و انجام تکالیف در طول سال تحصیلی می‌باشد، به دلیل ماهیت این سؤال (گزینه الف: ۱۰ نمره کتبی و ۱۰ نمره کار عملی به صورت نوشتن طرح کسب و کار و تکالیف درسی، گزینه ب: ۲۰ نمره کتبی و گزینه ج: موارد دیگر) برای تحلیل نتایج از آماره‌های آمار توصیفی از قبیل فراوانی و درصد فراوانی استفاده شده است.

نتایج ارائه شده در جدول شماره ۷ نشان می‌دهد که ۱۰۰٪ هنرآموزان معتقد بوده‌اند در ارزشیابی خود از روش پیشنهاد شده (۱۰ نمره کتبی و ۱۰ نمره کار عملی و طرح کسب و کار)

استفاده کرده اند، همچنین ۸۹/۱ درصد از هنرجویان به اتفاق معتقد بوده اند که هنرآموزان آنها از روش پیشنهاد شده مذکور استفاده می‌نمایند.

در بررسی نظرات هنرآموزان و هنرجویان در مورد روش‌های ارزشیابی درس کارآفرینی مشاهده می‌شود که نظرات مطرح شده تفاوت چندانی با یکدیگر نداشته و تقریباً هر دو گروه نظرات مشابهی اعلام کرده‌اند.

فرضیه‌های ۹-۱۰-۱۱-۱۲: در این فرضیه‌ها نظرات هنرجویان ۶ رشته در مورد هر یک از مؤلفه‌های اطلاعات، مهارت‌ها، روش‌های تدریس و روش ارزشیابی مورد استفاده، مورد مقایسه قرار گرفته اند.

برای آزمون فرضیه‌های مرتبط با این بخش از آزمون آماری ANOVA و همچنین برای دسته بندی گروه‌ها از آزمون TUKEY استفاده شده است.

جدول ۵- مقایسه نظرات بدست آمده از دیدگاه هنرجویان رشته‌های مورد بررسی در مورد متغیر اطلاعات (فرضیه ۹)

رشته‌ها		هنر		کامپیوتر		عمران		خیاطی		امور اداری		الکترونیک	
تفاوت میانگین‌ها	سطح معناداری	تفاوت میانگین‌ها	سطح معناداری	تفاوت میانگین‌ها	سطح معناداری	تفاوت میانگین‌ها	سطح معناداری	تفاوت میانگین‌ها	سطح معناداری	تفاوت میانگین‌ها	سطح معناداری	تفاوت میانگین‌ها	سطح معناداری
-	-	-	-	-۴/۶۳	۰/۴۱	۱/۱۲	۰/۹۹	-۲/۴۹	۰/۹۷	۱/۴۳	۰/۹۹	۲/۸۹	۰/۹۵
۴/۶۳	۰/۴۱	-	-	۵/۵۷	۰/۲	۲/۱۴	۰/۹۷	۶/۰۷	۰/۰۳	۷/۵۲	۰/۱۲	۰/۱۲	
-۱/۱۲	۰/۹۹	-۵/۷۵	۰/۲	-	-	-۳/۶۱	۰/۸۹	-	-	۱/۷۶	۰/۹۹	۰/۹۹	
۲/۴۹	۰/۹۷	-۲/۱۴	۰/۹۷	۳/۶۱	۰/۹۷	-	-	-	-	۳/۹۳	۰/۷۸	۵/۳۸	
-۱/۴۳	۰/۹۹	-۶/۰۷	۰/۰۳	-۰/۳۱	۱	-۳/۹۳	۰/۷۸	-	-	۱/۴۵	۰/۹۹	۱/۴۵	
-۲/۸۹	۰/۹۵	-۷/۵۲	۰/۱۲	-۱/۷۶	۰/۹۹	-۵/۳۸	۰/۷۰	-	-	-	-	-	

نتایج بدست آمده نشان می‌دهد که فقط میانگین بدست آمده از نظرات دو گروه "امور اداری" و "کامپیوتر" متفاوت بوده است و میانگین بقیه گروه‌ها در مورد اثربخشی متغیر اطلاعات از بعد محتوا، متجانس و مشابه بوده است. در جدول شماره ۶ نیز تفاوت دیدگاه هنرجویان رشته‌های مختلف در مورد اثربخش بودن برنامه درسی در افزایش مهارت‌های کارآفرینی (فرضیه ۱۰) نشان داده شده است.

جدول ۶- مقایسه نظرات بدست آمده از دیدگاه هنرجویان رشته‌های مورد بررسی در مورد متغیر مهارت‌ها

رشته‌ها	هنر		کامپیوتر		عمران		خیاطی		امور اداری		الکترونیک	
	تفاوت میانگین‌ها	سطح معناداری	تفاوت میانگین‌ها	سطح معناداری	تفاوت میانگین‌ها	سطح معناداری	تفاوت میانگین‌ها	سطح معناداری	تفاوت میانگین‌ها	سطح معناداری	تفاوت میانگین‌ها	سطح معناداری
هنر	-	-	-۰/۴۶	۰/۹۹	۱/۲۶	۰/۹۲	۰/۱۴	۱	-۰/۲۲	۱	۱/۸۷	۰/۸۱
کامپیوتر	-۰/۴۶	۰/۹۹	-	-	۱/۷۳	۰/۶۴	۰/۶۱	۰/۹۹	۰/۶۸	۰/۹۷	۲/۳۳	۰/۵۱
عمران	-۱/۲۶	۰/۹۲	-۱/۷۳	۰/۶۴	-	-	-۱/۱۲	۰/۹۷	-۱/۰۴	۰/۹۴	۰/۶۰	۰/۹۹
خیاطی	-۰/۱۴	۱	-۰/۶۰	۰/۹۹	۱/۱۲	۰/۹۷	-	-	-۰/۰۷	۱	۱/۷۲	۰/۹۱
امور اداری	-۰/۲۲	۱	-۰/۶۸	۰/۹۷	۱/۰۴	۰/۹۴	-۰/۰۷	۱	-	-	۱/۶۴	۰/۸۴
الکترونیک	-۱/۸۷	۰/۸۱	-۲/۳۳	۰/۵۱	-۰/۶۰	۰/۹۹	-۱/۷۲	۰/۹۱	-۱/۶۴	۰/۸۴	-	-

نتایج حاصله در این قسمت نشان می‌دهد که همه گروه‌ها نظرات مشابهی در مورد اثربخشی این بعد از محتوا ارائه داده‌اند و تفاوتی بین گروه‌ها مشاهده نمی‌شود.

جدول شماره ۷- مقایسه نظرات بدست آمده از دیدگاه هنرجویان رشته های مورد بررسی در مورد متغیر روش های تدریس (فرضیه ۱۱)

رشته ها	هنر		کامپیوتر		عمران		خیاطی		امور اداری		الکترونیک	
	تفاوت میانگین ها	سطح معناداری	تفاوت میانگین ها	سطح معناداری	تفاوت میانگین ها	سطح معناداری	تفاوت میانگین ها	سطح معناداری	تفاوت میانگین ها	سطح معناداری	تفاوت میانگین ها	سطح معناداری
هنر	-	-	-۰/۴۶	۰/۹۹	۱/۲۶	۰/۹۲	-۰/۱۴	۱	-۰/۲۲	۱	۱/۸۷	۰/۸۱
کامپیوتر	-۰/۴۶	۰/۹۹	-	-	۱/۷۳	۰/۶۴	۰/۶۱	۱/۹۹	۰/۶۸	۱/۹۷	۲/۳۳	۰/۵۱
عمران	-۱/۲۶	۰/۹۲	-۱/۷۳	۰/۶۴	-	-	-۱/۱۲	۱/۹۷	-۱/۰۴	۱/۹۴	۰/۶۰	۰/۹۹
خیاطی	-۰/۱۴	۱	-۰/۶۰	۰/۹۹	۱/۱۲	۰/۹۷	-	-	-۰/۰۷	۱	۱/۷۲	۰/۹۱
امور اداری	-۰/۲۲	۱	-۰/۶۸	۰/۹۷	۱/۰۴	۰/۹۴	-۰/۰۷	۱	-	-	۱/۶۴	۰/۸۴
الکترونیک	-۱/۸۷	۰/۸۱	-۲/۳۳	۰/۵۱	-	۰/۶۰	-۱/۷۲	۱/۹۱	-۱/۶۴	۱/۸۴	-	-

طبق جدول شماره ۱۰ تفاوت معناداری بین رشته های مختلف هنرجویان در مورد مطابقت روش های تدریس به کار گرفته شده مشاهده نمی شود.

جدول ۸- مقایسه نظرات بدست آمده از دیدگاه هنرجویان رشته های مورد بررسی در مورد متغیر روش ارزشیابی (فرضیه ۱۲)

رشته‌ها	تعداد	گزینه الف		گزینه ب		گزینه ج	
		درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی
هنر	۵۷	۵۷	۱۰۰	۰	۰	۰	۰
کامپیوتر	۱۲۲	۱۰۲	۸۳/۶	۱۳	۱۰/۷	۷	۵/۷
عمران	۵۱	۴۸	۹۴/۱	۰	۰	۳	۵/۹
خیاطی	۳۴	۳۲	۹۴/۱	۱	۲/۹	۱	۲/۹
اداری	۱۰۰	۹۶	۹۶	۳	۳	۱	۱
الکترونیک	۳۲	۲۴	۷۲/۷	۹	۲۷/۳	۰	۰
جمع	۳۹۷	۳۵۹	۸۹/۱	۲۶	۶/۵	۱۲	۳

در مقایسه نظرات هنرجویان گروه های مختلف در مورد مطابقت روش ارزشیابی با روش پیشنهاد شده نیز با نگاهی به درصد های اعلام شده در جدول مشخص می شود تنها در گروه الکترونیک است که گزینه «الف» یعنی گزینه مورد نظر کمترین پاسخ معادل ۷۲/۷ درصد را به خود اختصاص داده است و گروه هنر بیشترین فراوانی معادل ۱۰۰ درصد پاسخ را به گزینه «الف» یعنی (ارزشیابی بر اساس ۱۰ نمره کتبی و ۱۰ نمره عملی) اختصاص داده اند. بر این اساس تفاوت های موجود به طور کلی قابل توجه نمی باشد (جدول شماره ۸).

بحث و نتیجه گیری

پژوهش حاضر به منظور کسب آگاهی از میزان اثربخشی برنامه درسی کارآفرینی از بعد دستیابی به اهداف (اطلاعات و مهارت های کارآفرینی) و مطابقت روش های تدریس و ارزشیابی مورد استفاده با روش های پیشنهاد شده انجام شده است. هدف درس کارآفرینی که در حال حاضر در کشور ما در

حال تدریس می‌باشد، فراهم آوردن شرایطی است که افراد به جای کار برای دیگران، علاقمند به اشتغال‌زایی و فراهم‌آوردن زمینه‌هایی برای یک کار مولد برای خود و دیگران شوند. لذا برنامه درسی با هدف آشنا نمودن دانش‌آموزان با مفاهیم کارآفرینی و شناسایی فرصت‌ها در بازار کار و مهارت‌هایی که آنها برای ورود به بازار کار نیاز دارند، شکل گرفته است.

اما آنچه از اجرای هر برنامه درسی مهم است این است که در پایان هر دوره آموزشی، آن دوره را مورد بررسی و تحلیل قرار داده تا بتوانند نقاط ضعف و قوت دوره را شناسایی کرده و در جهت رفع، اصلاح و یا تقویت آن بکوشند. با نگاهی به نتایج بدست آمده از آزمون فرضیات این پژوهش مشخص می‌شود که برنامه درسی کارآفرینی از دیدگاه هنرآموزان و هنرجویان شاخه کاردانش و آموزش متوسطه توانسته است اطلاعات و مهارت‌های کارآفرینی مورد نظر برای ورود به دنیای کار را برای هنرجویان ایجاد کند. یافته‌های بدست آمده نشان دهنده اثربخشی برنامه درسی مورد نظر بوده است، هرچند در بعضی از موارد نیز دارای نقاط ضعف می‌باشد. در ادامه به تحلیل نتایج بدست آمده از بررسی اثربخشی برنامه‌درسی در ۳ مؤلفه، محتوا، روش‌های تدریس و روش ارزشیابی می‌پردازیم.

۱- هدف وسیله‌ای است که به فعالیت افراد جهت معینی می‌دهد. به عقیده بلوم اهداف تربیتی بیان صریح روش‌هایی هستند که با استفاده از آنها می‌توان انتظار داشت که رفتار شاگردان تغییر کند. اهداف در غالب محتوا به مخاطبان ارائه می‌شود لذا محتوای انتخابی می‌بایست با اهداف تعیین شده همسو باشد، در غیر اینصورت نباید انتظار تحقق اهداف را داشت.

محتوا اصول و مفاهیمی هستند که به شاگردان ارائه می‌شود تا ورود آنان را به فعالیت‌های آموزشی، میسر و رسیدن آنان را به هدف‌های اجرایی امکان‌پذیر سازد. هدف از ارائه محتوا افزایش اطلاعات و توانایی در به کار بستن مهارت‌های مورد نظر است. از این رو چنانچه برنامه درسی بتواند اطلاعات و مهارت‌های مورد نیاز و متناسب با اهداف در نظر گرفته را در فراگیران ایجاد نماید، نشان دهنده آن است که این برنامه درسی در این بعد، موفق عمل کرده است.

نتایج حاصل از بررسی نظرات دو گروه نشان می‌دهد که برنامه‌درسی کارآفرینی در زمینه افزایش اطلاعات کارآفرینی در هنرجویان اثربخش بوده است. همچنین نتایج آمار توصیفی هر سؤال نشان می‌دهد که این برنامه در زمینه افزایش اطلاعات کارآفرینی در موارد زیر مثبت عمل کرده است:

- آشنا نمودن هنرجویان با اهمیت و مزایای کسب و کار خانگی
 - آشنا نمودن هنرجویان با اهمیت جایگاه مشتری در کسب و کار
 - آشنا نمودن هنرجویان با مفهوم کارآفرینی
 - آشنا نمودن هنرجویان با ضرورت نوشتن طرح کسب و کار
 - آشنا نمودن هنرجویان با معنا و مفهوم موفقیت
- و اما از نظر هنرجویان این نقاط مثبت شامل موارد زیر می‌باشد:
- آشنا نمودن آنان با قواعد لازم برای فروشندگی و نحوه جلب رضایت مشتری
 - آشنا نمودن آنان با اهمیت و مزایای کسب و کار خانگی
 - آشنا نمودن آنان با انواع مختلف کسب و کار
 - آشنا نمودن آنان با اهمیت جایگاه مشتری در کسب و کار
 - آشنا نمودن آنان با معنا و مفهوم موفقیت
- هنرآموزان در مورد نقاط ضعف این برنامه‌درسی در افزایش اطلاعات در هنرجویان موارد زیر را نام برده‌اند:

- آشنا نمودن هنرجویان با تحقیقات بازاریابی
- آشنا نمودن هنرجویان با چگونگی تامین منابع مالی
- آشنا نمودن هنرجویان با استراتژی‌های قیمت گذاری
- آشنا نمودن هنرجویان با مفهوم حسابداری و قواعد بدهکار و بستانکار
- آشنا نمودن هنرجویان با چگونگی راه‌اندازی کسب و کار اینترنتی

دیدگاه هنرجویان در مورد نقاط ضعف برنامه‌درسی کارآفرینی در افزایش اطلاعات شامل موارد زیر می‌باشد:

- آشنا نمودن آنان با عناصر بازاریابی و تحقیقات بازار
 - آشنا نمودن آنان با استراتژی‌های قیمت گذاری
 - آشنا نمودن آنان با چگونگی نوشتن طرح کسب و کار
 - آشنا نمودن آنان با چگونگی راه‌اندازی کسب و کار اینترنتی
- با ملاحظه نقاط ضعف این بعد از برنامه درسی از دیدگاه هنرآموزان و هنرجویان، لازم است در مباحث مرتبط با موضوعات فوق تغییراتی اعمال نمایند تا از طریق آن بهتر بتوان به اهداف مورد نظر رسید.

همچنین هنرآموزان معتقد بودند که برنامه‌درسی کارآفرینی در زمینه ایجاد مهارت‌های کارآفرینی در هنرجویان در موارد زیر مثبت عمل کرده است:

- کسب مهارت و توانایی به کار بردن عواملی که باعث موفقیت می‌شوند
 - کسب مهارت و توانایی راه‌اندازی کسب و کار خانگی
 - کسب مهارت و توانایی نوشتن یک طرح کامل کسب و کار
- و اما از نظر هنرجویان این نقاط مثبت شامل موارد زیر می‌باشد:
- کسب توانایی انتخاب اهداف شغلی مناسب توسط هنرجویان
 - کسب توانایی انتخاب در به کار بردن عواملی که باعث موفقیت در کارآفرینی می‌شود
 - کسب توانایی و مهارت در راه‌اندازی کسب و کار خانگی
- در مورد نقاط ضعف این برنامه‌درسی در ایجاد مهارت‌ها در هنرآموزان موارد زیر را نام برده‌اند:
- کسب مهارت ثبت مبادلات روزانه یک فروشگاه فرضی (مباحث حسابداری)
 - کسب مهارت در انجام تحقیق در جهت شناسایی نیازهای یک منطقه
 - کسب مهارت و توانایی راه‌اندازی یک کسب و کار اینترنتی

دیدگاه هنرجویان در مرود نقاط ضعف برنامه‌درسی کارآفرینی در ایجاد مهارت‌های کارآفرینی شامل موارد زیر می‌باشد:

- کسب مهارت و توانایی نوشتن یک طرح کسب و کار کامل
- کسب مهارت و توانایی در استفاده از انواع تکنیک‌های خلاقیت
- کسب مهارت و توانایی راه‌اندازی یک کسب و کار اینترنتی

بدیهی است توجه به نقاط ضعف بیان شده می‌تواند کارشناسان و طراحان برنامه‌درسی را در جهت رفع نواقص موجود و بهبود اثربخشی برنامه‌درسی یاری رساند.

۲- روش‌های تدریس مناسب یکی از راه‌های تحقق اهداف و در نتیجه افزایش اثربخشی برنامه درسی است. چنانچه اهداف یک برنامه درسی متناسب بیان شده باشند و محتوا نیز اهداف را کاملاً تحت پوشش قرار دهد، اما روش‌های تدریس مناسب محتوا استفاده نشود، برنامه درسی مورد نظر اثربخشی لازم را نخواهد داشت. بررسی ادبیات مربوط به آموزش کارآفرینی و کسب‌وکار نشان می‌دهد که طیف وسیعی از روش‌های آموزشی در ارائه و تدریس کارآفرینی و موضوعات مربوط به کسب‌وکار مورد استفاده قرار می‌گیرد.

برای تربیت یک فرد کارآفرین و خودانگیخته در زمینه کاری، نه فقط به دانش (علم) نیاز است، بلکه همچنین به راه‌های جدید فکر کردن، انواع جدید مهارت‌ها و مدل‌های جدید رفتاری (هنر) نیز نیاز است. در این زمینه روش‌های آموزش سنتی در رویکرد کارآفرینی چندان اثربخش نیست، روش‌هایی مثل سخنرانی فقط برای ارائه دانش تئوریک مفید هستند، اما روش مناسبی برای تدریس دروس اینچنینی نیستند (رشته کارآفرینی باید با جهت‌گیری تجربی‌تری نسبت به بقیه رشته‌ها تدریس شود). در تحقیقی که در سال ۱۹۹۷ توسط اریک وینسلو^۱ و جورج سالومون^۲ انجام شده است، مشخص شده که تمایل افراد در کارآفرینی بیشتر به سمت آموزش عملی و کاربردی است.

^۱ - Erik Winslow

^۲ - George Solomon

سازمانی به نام رئال^۱ که در سال ۱۹۸۵ در آمریکا تأسیس شده، معتقد است که کارآفرینی حقیقی از طریق یادگیری فعال آموزش داده می‌شود، به عقیده این سازمان، کارآفرینی را نمی‌توان از طریق شیوه‌های سنتی فرا گرفت، زیرا کارآفرینان بیشتر به کارهایی تمایل دارند که با دست خود انجام می‌دهند تا اینکه یادگیری انفعالی داشته باشند.

روش دیگر برای تولید بینش درباره تجارب کارآفرینی، تدریس تئوری به طریقی است که بر پایه «یادگیری از طریق انجام دادن» تأکید می‌کند. جرمی رایت^۲ نیز از لفظ «یادگیری موقعیتی»^۳ استفاده می‌کند که در آن فراگیران می‌توانند بیشتر از طریق انجام دادن فعالیت‌ها یاد بگیرند تا از طریق سخنرانی. در این شکل از یادگیری، از روش‌های وابسته به تشریک مساعی و مشارکت به عنوان ابزاری در جهت کسب دانش استفاده می‌کنند که در حقیقت همان مفهوم کارآموزی است که در آن فراگیران از طریق دیدن، پرسیدن و سپس پاسخ دادن به اعمال و فعالیت‌ها یاد می‌گیرند. یادگیری فعال به عنوان ابزاری در جهت توسعه آموزش تعریف شده است که در آن لازم است افراد در بعضی موقعیت‌های واقعی، پیچیده، پرمخاطره و استرس‌زا، متناسب با موضوع، درگیر شده تا از آن طریق یاد بگیرند. کارآفرین باید یاد بگیرد که چطور در برابر وقایع عکس‌العمل نشان دهد و مسائلی را که با آنها روبه‌رو می‌شود چگونه تغییر دهد و از آنها چیزهایی بیاموزد. در مورد یادگیری فعال، فیات^۴ رویکرد مبتنی بر تئوری را در تدریس کارآفرینی پیشنهاد می‌کند. وی تأکید می‌کند که تدریس زمانی بهتر انجام می‌شود که تئوری و عمل با یکدیگر ترکیب شوند. به زعم وی دو مشکل وجود دارد که به پیشرفت آموزش کارآفرینی آسیب وارد می‌کند:

۱- صرفاً آنرا عملی و تحلیل موردی کنیم و هیچ پایه تئوریکی به فراگیران ارائه ندهیم.

۲- اینکه کاملاً تئوریکی باشد و به فراگیران مجال درگیری با موقعیت عملی را ندهیم.

در مورد استفاده از روش سخنرانی که توسط صاحبان کسب و کارهای محلی در نقش مهمان صورت می‌گیرد، فیات تأکید می‌کند که فراگیران می‌توانند به صورت غیر قابل درکی از کارآفرینانی

1 - Real

2 - Jeremy Wright

3 - Situated Learning

4 - Fiet

که در کارشان با شکست مواجه شده‌اند، الگوبرداری کنند. در حقیقت تنها مطالعه موفقیت‌های یک کارآفرین مفید نیست، چرا که نمی‌تواند به فراگیر بیاموزد که در هر موقعیتی چه کار کند. این مطلب تأکید می‌کند که فراگیران می‌توانند از اشتباهات دیگران به صورت مفیدی استفاده کنند. وی همچنین معتقد است که زندگینامه‌هایی که افراد در مورد خود نوشته‌اند و به صورت آموزشی به نگارش درآمده است و در آن مجبوریم از دید و جنبه‌های فرد دیگری به جهان نگاه کنیم نیز می‌تواند بسیار مفید واقع شود.

در مؤسسه NFTE به منظور تدریس صحیح و اثربخش، از کتاب راهنمای مربی استفاده شده و در مقدمه این کتاب به روش‌های تدریس درس کارآفرینی اشاره شده است. روش تدریس کتاب برخلاف روش‌های سنتی و معمول (مانند سخنرانی) که مربی محور هستند، روشی نوین است که شاگرد محور است. در این روش تدریس (روش تعاملی) به علاقه و آهنگ یادگیری توجه بسیاری می‌شود، یادگیری مورد نظر، یادگیری جمعی/عملی است. این یادگیری از طریق فعالیت‌هایی مانند بازی‌های چانه‌زنی، گردش‌های علمی، مطالعات موردی و فعالیت‌های مرتبط با تهیه یک طرح کسب و کار حاصل می‌آید. همچنین در پایان کتاب راهنمای مربی، توصیه‌هایی برای تدریس بهتر و همچنین منابع متعددی (از جمله وب‌سایت‌ها، روزنامه‌ها، مجله‌ها و کتاب‌های معتبر دنیا در زمینه کارآفرینی) برای افزایش و غنی‌سازی اطلاعات مربی ارائه شده است.

دانشگاه کویین نیز برای تدریس کارآفرینی از چارچوبی مشتمل بر روش‌های تدریس زیر استفاده می‌کند:

- روش حل مسأله
- تمرینات گروهی از طریق گروه‌های رسمی کوچک
- شبیه‌سازی
- مطالعه موردی
- ایفای نقش

در دانشگاه فنلاند نیز روش های زیر به عنوان روش های تدریس پیشنهادی برای تدریس کارآفرینی مورد استفاده قرار می گیرند:

- ✓ تدریس کلاسی و سخنرانی ها
- ✓ ملاقات با متخصصان کسب و کار
- ✓ ارائه مثال های عملی از کارآفرینی
- ✓ پروژه های کار گروهی
- ✓ مصاحبه با کارآفرینان
- ✓ بازیهای کسب و کار
- ✓ فعالیت های رشد دهنده

«مرکز آموزش کسب و کار اسپیرا^۱» نیز به منظور آموزش هر یک از موضوعات و فصلهای درس کارآفرینی طرح درسی را ارائه داده است، در این طرح درس که برای هر جلسه آموزشی نوشته شده، ضمن اعلام مدت ۹۰ دقیقه برای هر جلسه، فعالیت های زیر را برای هر جلسه پیشنهاد کرده است:

فعالیت اول و دوم: شامل ارائه رسمی موضوع جلسه توسط مربی
فعالیت سوم: تعاملی است، یعنی در نظر گرفتن زمانی برای دانشجویان برای اجرای عملی کار یا ملاقات با تیم های دیگر.
فعالیت چهارم: بحث کلاسی است، دامنه این بحث می تواند مباحث جاری، مباحث موجود در مجلات و غیره در ارتباط با موضوع مورد بررسی در کلاس باشد.
فعالیت پنجم: شامل اختصاص زمانی است برای بحث درباره مطالب کتاب و در این زمان، اعضای کلاس یادداشتهای خود را با نوشته های کتاب مقایسه می کنند و احساسات و نظرات خود را بیان می کنند.

^۱-ASPIRA BUSINESS CLUB

فعالیت ششم: پیش درآمدی به مباحث آینده است. این فعالیت برای مربی فرصتی را فراهم می‌کند که موضوع جلسه آینده را برای اعضا مشخص کند.

با نگاهی به روش‌های پیشنهاد شده در هر یک از مؤسسات مورد بررسی، مشاهده می‌شود که در اکثر مؤسسات از شیوه‌های آموزش فعال، روش‌هایی از قبیل مباحثه، مطالعه موردی و ... استفاده می‌شود. از طرف دیگر روش‌های تدریس انتخابی می‌بایست با موضوع مورد نظر هماهنگی و تناسب داشته باشد. گاتن معتقد است هر یک از صفات، خصوصیات و مهارت‌های کارآفرینی با توجه به تفاوت ذاتی آنها با یکدیگر، نیازمند روش‌های تدریس مختلف در محیط‌های آموزشی متفاوت از یکدیگر است.

در فرضیات مربوط به سنجش مطابقت روش‌های تدریس پیشنهاد شده با روش‌های تدریس به‌کار گرفته شده گروه هنرآموزان اعلام کرده بودند که سعی کرده‌اند در برنامه‌درسی خود و در آموزش درس کارآفرینی از روش‌های پیشنهاد شده نهایت استفاده را برده و آن‌ها را به اجرا درآورند، اما نتایج به‌دست آمده از نظرسنجی از هنرجویان نشان داده است که هرچند آن‌ها در مورد الویت‌دهی به روش‌های تدریس هنرآموزان با آنان اتفاق نظر داشته‌اند اما در مورد میزان استفاده از روش‌های مورد نظر توافق نداشته و مدعی بوده‌اند که هنرآموزان آن‌ها کم‌تر از روش‌های پیشنهاد شده استفاده می‌کنند.

چنانچه آموزش کارآفرینی حاصل تعامل یاددهنده (هنرآموز) و یادگیرنده (هنرجو) باشد به نظر می‌رسد با توجه به ماهیت و ابعاد کارآفرینی، نقش کلیدی و تعیین کننده مربی (هنرآموز) بیش از هر عامل دیگری می‌تواند در انتقال دانش‌ها و مهارت‌های مورد نیاز کارآفرینی به یادگیرنده (هنرجو) مؤثر باشد. لذا تربیت مربی کارآفرینی در جهت کسب مهارت‌های تدریس و آموزش گام مؤثری در جهت فراهم آوردن فرصت‌های بهتر برای منظور فوق می‌باشد (شهیدی، پرهیزکار، ۱۳۷۴).

۳- آخرین متغیر مورد بررسی در برنامه درسی در این پژوهش، متغیر ارزشیابی است. ارزشیابی در حقیقت میزان دستیابی برنامه درسی به اهداف را مورد بررسی قرار می‌دهد، در انتخاب روش‌های ارزشیابی باید به گونه‌ای عمل کرد که روش مورد نظر با ماهیت برنامه درسی مورد نظر

مطابقت داشته باشد. تأکید مهم آموزش کارآفرینی بر یادگیری و انجام دادن کارها به صورت مستقل است. از آنجایی که فعالیت و تفکر مستقل از طریق مستقیم اندازه گیری نمی شود، باید روشی استفاده شود که تا حدودی با این مهم مطابقت داشته باشد (گلینگام،^۱ ۲۰۰۵).

ویکهام^۲ (۱۹۹۸) اشاره می کند که هنوز معیار پذیرفته شده ای که بتوان اثربخشی چنین برنامه هایی را ارزیابی کند، شناسایی نشده است. جالب است ذکر شود که روش های ارزیابی استفاده شده در دانشگاه کویین شامل ارزیابی دانش و مهارت های دانشجویان از طریق امتحانات پایان ترم و فرم های ارزیابی دانشجویان در پایان ترم است (مک آدام،^۳ ۲۰۰۵). و این امر چندان قابل توجه نیست چرا که اساس و اهداف این رشته با دیگر رشته ها و فعالیت های یادگیری متفاوت است. در حقیقت در این رشته فقط باید دانش آموزان را با مسئله مواجه ساخت ولی نمی توان به آن ها یاد داد که چطور آنرا حل کنند. برون داد نهایی این آموزش باید مبین این نکته باشد که این دوره تا چه حد توانسته است یادگیری و تفکر مستقل را در دانش آموزان ایجاد کند. همچنین این رشته باید به دانش آموزان بینشی عمیق درباره کارآفرینی و کارآفرین شدن ارائه دهد (هلگ لوبلر،^۴ ۲۰۰۵).

روش متداول تر دیگر استفاده از دانش آموزان به عنوان مشاوران کارآفرینی در کسب و کارهای کوچک است. استفاده از این روش دو نتیجه آشکار دارد. اول اینکه دانش آموزان بینشی ارزشمند در مورد مشاغل کارآفرینانه پیدا می کنند و ثانياً مبالغی هر چند ناچیز در قبال خدمات مشاوره ای خود دریافت می نمایند.

تحقیقات اخیر به طور کلی، بر شیوه ارزشیابی بر اساس کار و یادگیری درونی شده تأکید دارند (گلینگام، ۲۰۰۵).

نتایج پژوهش حاضر نیز نشان می دهد که هنرآموزان در رشته های تحصیلی مورد بررسی تا حدود زیادی بر این امر توافق دارند که در ارزشیابی آن ها باید کار عملی و تکالیف حین دوره نقش اساسی داشته باشد. اما در این رابطه لازم است که هنرآموزان نسبت به اهمیت این روش ارزشیابی به عنوان روشی که

1- Gillingham
2- Wyckham
3- McAdam
4- Helge Lobler

باعث فراهم آمدن انگیزه لازم برای انجام فعالیت‌های حین آموزش و همچنین ایجاد فرصت‌هایی برای تبدیل اطلاعات و دانش‌های ارائه شده به مهارت‌های مورد نیاز می‌باشد، آشنا گردند. فراهم آوردن امکانات و فرصت‌هایی برای شناسایی و انجام هماهنگی‌های لازم با سایر مراکز مربوط به اقدامات کارآفرینانه جهت شناسایی افراد موفق و فراهم آوردن زمینه‌هایی برای آشنایی هنرجویان با نمونه‌های عملی و موفق در زمینه‌های کاری مختلف از دیگر عواملی است که به اثربخشی بیشتر در این برنامه‌درسی کمک خواهد کرد. از جمله راهکارهایی که می‌توان در جهت رفع نواقص ذکر شده بیان کرد می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- استفاده از تکنولوژی روز و وب به منظور آموزش برخی مباحث در کتاب درسی همچون مبحث کسب و کار اینترنتی.
- برگزاری کلاس‌های ضمن خدمت برای ارائه آموزش‌های لازم در خصوص مباحث حسابداری، کامپیوتر در کتاب درسی کارآفرینی برای هنرآموزان
- بازبینی و افزایش مطالب ارائه شده مربوط به موضوعات مهمی از قبیل مطالب مربوط به کسب و کار اینترنتی، تحقیقات بازار
- بازبینی و کاهش حجم مطالب نظری خصوصاً بخش تعاریف و مفاهیم.

منابع

- آذر هوش، ف. و احمد پورداریانی، م. (۱۳۷۸). بررسی سیاست‌ها و تجارب کشورهای جهان در زمینه توسعه کارآفرینی. طرح توسعه کارآفرینی.
- احمدپور داریانی، م. (۷۵-۱۳۷۹). کارآفرینی (تعاریف، نظریات، الگوها). انتشارات شرکت پردیس.
- احمد پورداریانی، م. و مقیمی، س.م. (۱۳۸۰). نقش آموزش کارآفرینی در بهبود دانش صاحبان کسب و کار کوچک. مجله تدبیر، شماره ۱۱۳.

- امجد، م. (۱۳۸۳). نیازسنجی آموزش کارآفرینی در دانشجویان دورهٔ کارشناسی رشته مهندسی برق دانشکده فنی دانشگاه تهران. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.
- جهاد دانشگاهی. (۱۳۸۱). سازمان همیاری اشتغال فارغ‌التحصیلان. آموزش‌های کارآفرینی تکنولوژیک. شماره گزارش ۴/۲۴۱۴۰-۹۰.
- خدمتی توسل، ص. (۱۳۷۹). بررسی زمینه‌های بروز و پرورش کارآفرینی در دبیرستان‌های پسرانه دولتی کار و دانش شهرستان کرج از نظر مدیران، دبیران و دانش‌آموزان در نیمسال تحصیلی. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی.
- راستگو، ا. (۱۳۸۰). کارآفرینی و منافع اجتماعی حاصل از آن. وزارت کار و تأمین اجتماعی (گزارش). طالبی، ک. (۱۳۸۰). (مصاحبه). ویژه‌نامه همایش کارآفرینی و فناوری‌های پیشرفته. انتشارات مؤسسه توسعه دانش و پژوهش ایران.
- عزیزی، م. (۱۳۸۲). بررسی و مقایسه زمینه‌های بروز و پرورش کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه شهید بهشتی. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی.
- فتحی، س. (۱۳۷۹). تحول فرهنگی گامی به سوی کارآفرینی. مجله تدبیر. شماره ۱۰۲.
- فیض‌بخش بازرگان، س.ع. و دهقان پورفرشاد، ع. (۱۳۸۱). فرآیند تصمیم‌گیری شروع به کارآفرینی (مطالعه موردی کارآفرینان ایرانی). دانش مدیریت. شماره ۵۸.
- کیا، م. و نساج، س. (۱۳۸۶). روش‌های تدریس کارآفرینی. ناشر سازمان همیاری و اشتغال فارغ‌التحصیلان جهاد دانشگاهی.
- مرکز آموزش سازمان مدیریت صنعتی (گزارش‌های داخلی). (۱۳۷۸). کارآفرینی ضرورت توسعه. مجله تدبیر، شماره ۸۵.
- مقیم، م. (۱۳۸۳). شرایط اقتصادی کشور مشوق کارآفرینان نیست. بازاریابی، شماره ۴۰.
- نصیری قیداری، ح. (۱۳۸۱). ماهنامه تخصصی بازاریابی، شماره ۲۲.
- ویژه‌نامه کارآفرینی کودک. (۱۳۸۲). ۱۴ مهر.
- Brown, C. (2000). *Curriculum for entrepreneurship education*. Celcee kauffman center.

- Bugnon, E. (2001). Entrepreneurship Education. www.evca.com.
- Chan, A. (2004). Entrepreneurship: What does it really mean? Available. www.zeromillion.com.
- Hisrich, R.B. & Peters, M.P. (2002). *Entrepreneurship*. Tata MC raw Grawhill publishing company limited
- Huh, P. (1997). *Entrepreneurial education textbooks*, celcee kauffman .
- Kuratko, D.F. & Richard, M. (2004). *Entrepreneurship* (theory, process, practical). 6th Edition Copy Right 2004 by south-western a division of Thomson learning.
- Pavlov, V. (1998). *The fundamentals entrepreneurship*, The Moscow institute of business administration.
- Quick, M.B.A. (2004). *A definition of entrepreneurship*, www.Quickmba.com
- Stevenson, H.H. (2000). *Why Entrepreneurship has won!* Harvard University.

This document was created with Win2PDF available at <http://www.daneprairie.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.