

تاثیر آموزش مدیریت کارآفرینی بر هوشیاری کارآفرینانه دانشجویان پردیس چمران

دانشگاه فرهنگیان با نقش میانجی اثربخشی آموزش

امیررضا علیزاده مجد^۱ محبوبه پرگو*^۲ عارفه داودی^۳

چکیده

هر جامعه‌ای به دنبال آن است که زمینه را برای رشد و توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه مهیا کرده و بخش قابل توجهی از سرمایه‌های خود را در این مسیر هدایت کند. یکی از این سرمایه‌ها که می‌تواند به‌عنوان یک مزیت رقابتی در اقتصاد کارآفرینی مطرح باشد نیروی انسانی است. به همین دلیل بخشی از برنامه‌های آموزشی در یک اقتصاد کارآفرین محور معطوف به توسعه قابلیت‌های فردی برای حرکت‌های کارآفرینی می‌باشد. هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر آموزش مدیریت کارآفرینی بر هوشیاری کارآفرینانه دانشجویان پردیس چمران دانشگاه فرهنگیان با نقش میانجی اثربخشی آموزش می‌باشد. این پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی و از نظر ماهیت و روش، توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری پژوهش را ۱۰۴ نفر از دانشجویان کارشناسی آموزش ابتدایی تشکیل می‌دهد که در دوره آموزشی آنلاین کارآفرینی شرکت نمودند. نمونه‌گیری از طریق روش تصادفی ساده انجام و با استفاده از جدول مورگان حجم نمونه ۸۴ نفر تعیین گردید. برای جمع‌آوری داده از ابزار پرسشنامه که استفاده شده است. برای بررسی فرضیه‌های پژوهش از روش معادلات ساختاری و نرم‌افزار اسمارت پی ال اس استفاده شد. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که آموزش مدیریت کارآفرینی بر هوشیاری کارآفرینانه و اثر آموزش تأثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین نقش میانجی اثربخشی آموزش در تأثیرگذاری آموزش مدیریت کارآفرینی بر هوشیاری کارآفرینانه مورد پذیرش قرار گرفت و نشان داده شد که دانشگاه در کنار آموزش‌های علمی و گاهی مهارت‌های فنی رشته موردنظر، آموزش مدیریت کارآفرینی ارائه می‌کند این امر سبب می‌شود دانشجویانی که ویژگی‌های کارآفرینانه را از خانواده با خود آورده‌اند و آموزش مدیریت کارآفرینی را نیز دیده‌اند تمایل به راه‌اندازی کسب‌وکار پیدا کنند. هوشیاری کارآفرینانه باعث افزایش رشد اقتصادی می‌شود، بهره‌وری را بالا می‌برد و باعث به وجود آمدن فناوری، کالاها و خدمات جدید و عملکرد صادراتی بهتر می‌شود و پیشنهادهایی در جهت کمک به آن دسته از دانشجویانی که آموزش کارآفرینی را ندیده‌اند ارائه شود و از طرفی این پیشنهادها منجر به تقویت دانشجویان آموزش دیده شود.

واژگان کلیدی: آموزش مدیریت کارآفرینی، هوشیاری کارآفرینانه، اثربخشی آموزش

^۱. استادیار مدیریت کارآفرینی، گروه مدیریت کسب و کار، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، تهران، ایران.
majd.amirreza@gmail.com

^۲. گروه کار آفرینی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول)
mahboub.porgou@yahoo.com

^۳. کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی گرایش تولید، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، تهران، ایران.
arefeh21r71@gmail.com

مقدمه

مطالعه کارآفرینی همچنان به‌عنوان یک زمینه تحقیق گسترش می‌یابد و یکی از جذاب‌ترین حوزه‌های تحقیقاتی در زمینه علوم مدیریت باقی می‌ماند (مگلی و داندیس^۱، ۲۰۲۱). بنابراین، مهم‌ترین وظیفه برای مدیریت یک ساختار کارآفرینی، یادگیری نحوه به‌کارگیری روش‌های لازم و مؤثر آموزش کارآفرینی است (کایریلو و همکاران^۲، ۲۰۲۰). کارآفرینان آموزش‌دیده نسبت به کارآفرینان بدون آموزش کارآفرینی مهارت‌های مدیریتی بیشتری برای اداره شرکت دارند. آموزش کارآفرینی تأثیر مثبتی بر مهارت‌های مدیریت کارآفرین دارد و به‌نوبه خود مدیریت شرکت را بهبود می‌بخشد. این امر برای شرکت‌ها بسیار رایج است که کارآفرینان خود را با ارائه آموزش‌های کارآفرینی با تمام ویژگی‌های لازم برای هدایت شرکت به سمت دستیابی به اهداف سازمانی شکل دهند. بنابراین آموزش کارآفرینی مهارت‌های مدیریتی یک کارآفرین را به میزان قابل‌توجهی افزایش می‌دهد (پوتا^۳، ۲۰۱۸).

فرایند عملی راه‌اندازی کسب‌وکار جدید با بهره‌برداری از فرصت آغاز می‌شود. حال این کارآفرینان با آگاهی و هوشیاری کارآفرینانه هستند که به شناخت و بهره‌مندی فرصت‌ها شوق و اشتیاق دارند (باقرصاد و همکاران، ۱۳۹۱). کارآفرینان دارای درک عمیق از شناسایی فرصت‌ها به‌واسطه ویژگی‌های خاص خود از جمله هوشیاری بودن کارآفرینانه می‌باشند (صارمی و همکاران، ۱۳۸۸). عوامل گوناگونی همچون ویژگی‌های شخصیتی، تحول در محیط پیرامونی، تجارب پیشین، دانش پیشین، دستیابی به اطلاعات و مسائل روان‌شناختی برای تشریح چگونگی شناخت و توسعه فرصت‌های جدید توسط افراد کارآفرین به‌ویژه با هویت هوشیارانه از دید محققان این حوزه در سالیان اخیر مدنظر قرار گرفته است (شفرود و همکاران، ۲۰۱۰). در سال‌های اخیر مفهوم هوشیاری کارآفرینانه به ساختار کلیدی در پژوهش‌های کارآفرینی تبدیل شده است (تانگ و همکاران، ۲۰۱۲). مفهوم هوشیاری کارآفرینانه که از ویژگی‌های کارآفرینان فرصت‌گرا است، به‌عنوان مفهوم اساسی در حوزه کارآفرینی مطرح می‌باشد (صفا و همکاران، ۱۳۹۵). کرزنر اولین کسی بود که از واژه هوشیاری برای تشخیص فرصت کارآفرینانه استفاده کرد. (طالبی و همکاران، ۱۳۹۷). آردیچویلی و همکاران و کرزنر بیان می‌دارند که هوشیاری کارآفرینانه یکی از مهم‌ترین عوامل در تشخیص فرصت‌های کارآفرینی محسوب می‌شود (بارون، ۲۰۱۴). بسیاری از محققان موافقاند که هوشیاری شامل ذهنیتی بر پایه چندین ظرفیت و فرایند همچون دانش قبلی، مهارت‌های تشخیص الگو و پردازش اطلاعات بنا نهاده شده است (کویی، ۲۰۱۹).

در گذشته فرض اساسی برای افراد کارآفرین این بوده است که این افراد ذاتاً کارآفرین متولد می‌شوند و دارای ویژگی‌های ذاتی مثل ابتکار، خلاقیت، هوش بالا، روحیه ریسک‌پذیری و دارای مهارت‌های ادراکی بالایی هستند و به نقش آموزش و پرورش کارآفرینی اعتقادی وجود نداشت (احمد پور داریانی و مقیمی، ۱۳۸۰). در حین آموزش مدیریت کارآفرینی، دانشجویان می‌توانند بر روی پروژه‌های عملی کار کرده، بنابراین این امر باعث می‌شود دانشجویان

¹ Mogli&Dandis

² Kyrlov&etal

³ Putta

⁴ Shepherd et al.

⁵ Tang et al.,

⁶ Baron,

⁷ Cui

خودکارآمدی خود را با توجه به دستاوردهای ملموس حاصل از این نوع فعالیت‌های عملی افزایش دهند (نووینسکی و همکاران، ۲۰۱۹). برخی صاحب‌نظران معتقدند که دانشگاه‌های مدرن باید نگرش کارآفرینانه به خود بگیرند تا تبدیل به مکانی گردند که آموزش مدیریت کارآفرینی نقش اصلی و اساسی در آن ایفا کند (ابرو و همکاران، ۲۰۱۶). با توجه به علم و مهارت‌های کارآفرینانه، بسیاری از مطالعات نشان داده‌اند که آموزش مدیریت کارآفرینی تأثیرگذار در توسعه‌ی مهارت‌های متفاوت کارآفرینانه، به صورت عملی خلاقیت در حل مسئله و شناسایی فرصت می‌باشد (کارلسون و موبرگ، ۲۰۱۳). واضح است که شواهد فراوانی وجود دارد که آموزش مدیریت کارآفرینی تأثیر مثبتی بر دانشجویان دارد و تأثیر مثبت آموزش مدیریت کارآفرینی بر افزایش ظرفیت شناخت فرصت‌ها در مطالعات مشاهده شده است (مونوز و همکاران، ۲۰۱۱). آموزش مدیریت کارآفرینی به طور گسترده‌ای برای تولید فرصت‌ها به منظور توسعه و پرورش کارآفرینان جوان نوظهور مورد تأیید می‌باشد (سیرلختیم و گانگی، ۲۰۱۵).

کرزرنر از جمله دانشمندانی بود که برای اولین بار از کلمه هوشیاری کارآفرینانه به منظور تحلیل و تبیین در حوزه تشخیص فرصت‌های کارآفرینی استفاده کرده است. کرزرنر اشاره می‌کند که کارآفرینان چه در حال و چه در آینده متصور خود، می‌بایست نسبت به کشف فرصت‌ها آگاه و هوشیار باشند (کرزرنر^۶، ۲۰۰۹). تانگ هوشیاری کارآفرینانه را از حیاتی‌ترین عوامل در تشخیص فرصت‌های کارآفرینی می‌داند و هوشیاری را از سه منظر مورد بررسی قرار داده، جستجو برای کسب اطلاعات، ارتباط دادن همه اطلاعات یافت شده و تحلیل و ارزیابی اطلاعات. در واقع او بیان می‌کند هوشیاری توانایی ارتباط برقرار کردن بین تکه‌هایی از اطلاعات پراکنده و تجمیع کردن آن‌ها به منظور تحلیل و در ادامه دستیابی به فرصتی کارآفرینانه در بازار کار می‌باشد (تانگ و همکاران^۷، ۲۰۱۲). فرآیند فرصت‌یابی کارآفرینانه توسط افراد هوشیار فرایندی آگاهانه و تیزبینانه است که شامل شناخت و بهره‌برداری از فرصت می‌باشد (لامپکین و لیختنشتاین^۸، ۲۰۰۵). هوشیاری کارآفرینانه به مثابه یک منبع شناختی است که یک کارآفرین از آن بهره می‌گیرد و در مهارت‌های شناسایی فرصت‌های ایجاد کسب‌وکار در بازار بیشتر از دیگران توانایی دارد (هلفات و پترگ^۹، ۲۰۱۵).

مفهوم اثربخشی آموزشی را می‌توان میزان انطباق رفتار دانش‌پژوهان با انتظارات، خواسته‌ها، اهداف، انجام درست کارها، میزان مهارت، دانش و نگرش کسب شده در اثر آموزش تعریف کرد. یعنی این که تا حدودی تعیین کنیم آموزش‌های انجام شده تا چه حد به ایجاد مهارت‌های موردنیاز کارکنان در سازمان به صورت عملی و کاربردی منجر شده است. (شکاری و حیدرزاده، ۱۳۹۰). به طور کلی نه تنها آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی دانشجویان مؤثر است، بلکه یکی از راه‌های ارزیابی اثربخشی برنامه‌های آموزش کارآفرینی، بررسی اثرگذاری آن بر قصد کارآفرینی است. در این خصوص، فایول الگویی برگرفته از نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده اجزن برای ارزیابی اثربخشی برنامه آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی دانشجویان معرفی کرده است. وی با استفاده از این الگو به بررسی اثربخشی آموزش

¹ Nowinski et al.

² Abreu et al.

³ Karlsson & Moberg

⁴ Munoz et al.

⁵ Sirelkhathim & Gangi,

⁶ Kirzner

⁷ Tang & etal

⁸ Lumpkin & Lichtenstein,

⁹ Helfat & Peterag,

کارآفرینی طی یک سمینار سه‌روزه بر دانشجویان پرداخته است و نتیجه آن نیز مؤثر بودن آموزش کارآفرینی در ارتقای قصد کارآفرینی دانشجویانی است که در سمینار شرکت کرده بودند (آراستی و همکاران، ۱۳۹۳). به‌منظور ارزیابی اثربخشی یک روش آموزش کارآفرینی می‌توان از سنجش تغییرات قصد کارآفرینی افرادی استفاده کرد که روش موردنظر برایشان اجرا می‌شود (گودسی^۱، ۲۰۱۰). شکاری و حیدرزاده در سال ۱۳۹۰ به بررسی اثربخشی آموزش‌های حرفه‌ای بیمه بر عملکرد کارکنان شرکت‌های بیمه از نظر مهارت‌های کارآفرینی پرداختند در نهایت مهارت‌های شخصی، مهارت‌های مدیریتی، مهارت‌های فنی مهم تلقی شد.

نظریه‌پردازان کارآفرینی هنوز در مورد این که آیا کارآفرینی رفتاری اکتسابی بوده و قابل آموزش دادن است و یا صفتی ذاتی می‌باشد مردد هستند، از سوی دیگر سیاستمداران و سیاست‌گذاران همچنان مدافع آموزش کارآفرینی هستند زیرا آن‌ها به نقش اقتصادی درک شده آن فکر می‌کنند (پسنیدیه و کیانی، ۱۳۹۷). تعیین اهداف درست در برنامه‌های آموزشی و سرفصل‌های دانشگاهی، تأثیر مهمی در توانمند کردن نیروی انسانی و اشتغال دارد (ظاهری و صفری، ۱۳۹۸). کوربت معتقد است مطالعه مکانیزم‌های شناختی مثل یادگیری و آموزش و تعامل‌های آن‌ها با دانش موجود فرد، یکی از مهم‌ترین تکه‌های پازل شناسایی فرصت است. دانش‌آموختگان کارآفرینی نقش‌آفرینان اصلی در پویاسازی و انعطاف‌پذیری فضاهای کسب‌وکار هستند (اوکانر، ۲۰۱۳). آموزش مدیریت کارآفرینی تأثیر به‌سزایی بر ابعاد گوناگون نگرش، دانش، رفتار و مهارت دارد (فایفر^۲، ۲۰۰۸). در حقیقت آموزش مدیریت کارآفرینی سبب افزایش سطح عملکردی تمام ابعاد نگرش، دانش و مهارت می‌شود و همین امر باعث می‌شود که کارآفرینی به‌عنوان یک مسیر شغلی انتخاب شود (کوزلینسکا، ۲۰۱۲). برای اینکه بتوان انقلاب جدیدی در نظام آموزش ایجاد کرد، برگزاری آموزش‌های مدیریت کارآفرینی مهم است دلیل آن‌هم بالا رفتن تعداد فارغ‌التحصیلان، پایین آمدن ظرفیت بازار کار و در ادامه آن کاهش استخدام و همچنین رقابتی بودن محیط می‌باشد (اوستربک و همکاران^۳، ۲۰۱۰). قطعاً رشد اقتصادی نقش پررنگی را در آموزش مدیریت کارآفرینی دارد (اوکانر، ۲۰۱۳). راه‌اندازی یک کسب‌وکار برای خود اولین انگیزه برای دانشجویان جهت کارآفرینی می‌باشد (لینان و همکاران^۴، ۲۰۱۰). تفاوت بین آموزش‌های مدیریت کارآفرینی و عمومی نشان‌دهنده این است که آموزش مدیریت کارآفرینی به دنبال ایجاد و ترویج مهارت و دانش کارآفرینی است (علم بیگی و همکاران، ۱۳۹۴). همچنین برای بالا بردن اثربخشی و کارایی برگزاری دوره‌های آموزشی از اهمیت بالایی برخوردار می‌باشد زیرا یکی از استراتژی‌های اصلی سازمان‌ها محسوب می‌شود. (حجازی، ۱۳۹۳). گرچه در دو دهه گذشته تحولات قابل‌توجهی در ساختار عملکرد آموزش مدیریت کارآفرینی صورت گرفته اما نتایج مطالعات نشان می‌دهد که هنوز مشکلات زیادی در آموزش مدیریت کارآفرینی وجود دارد (حقیقی و همکاران^۵، ۲۰۱۸، ۷).

¹ Godsey

² Oconnor

³ Feifer et al.

⁴ Kozlinsk

⁵ Oosterbek&etal

⁶ Linan&etal

⁷ Haghghi&etal

والتر و بلاک^۱ در سال ۲۰۱۶ با مطالعه آموزش کارآفرینی سازمانی به این نتیجه رسیدند که آموزش کارآفرینی تأثیرات بسیار زیادی بر عملکرد کارآفرینانه در محیط‌های مقاوم در برابر تغییر کارآفرینانه دارد. ضیا و قارموسوی در سال ۱۳۹۵ با مطالعه آموزش رسمی کارآفرینی و قصد کارآفرینانه به این نتیجه رسیدند که می‌توان تأثیر مثبت آموزش‌های رسمی کارآفرینی را در ایجاد قصد کارآفرینانه در فراگیران تأیید کرد. عسگری فرد و همکاران در سال ۱۳۹۷ با ارائه الگوی آموزشی توسعه توانمندی‌های کارآفرینانه در دانش‌آموزان با میانجی‌گری ویژگی‌های شخصیتی به این نتیجه رسیدند که کارگروهی، خودکنترلی، برنامه‌ریزی، ارتباط کلامی، عمل‌گرایی، خودباوری و اعتماد به نفس، زمان‌شناسی، صداقت حرفه‌ای، تحمل شکست، توجه به جزئیات مهم‌ترین عوامل هستند. عزیزی و مختاری در سال ۱۳۹۶ در تحقیقی با عنوان آموزش کارآفرینی برای دانستن، انجام دادن و بودن در دوره ابتدایی با رویکرد تلفیقی به این نتیجه رسیدند که آشنایی با مشاغل، مفهوم پول، سواد مالی، شناخت محصولات جدید، فعالیت‌های یادگیری گروهی، انجام محاسبه‌های مالی، برگزاری بازارچه، ارائه محصولات، علاقه‌مندی به مسیر شغلی کارآفرینانه مهم می‌باشد. میرجمالی و همکاران در سال ۱۳۹۸ در پژوهشی تحت عنوان بررسی انگیزه کارآفرینی و خرد مدیریتی دانشجویان با کاربرد شناسه‌های خرد مدیریتی و کارآفرینی در مراحل الگوی مدیریت آموزش کارآفرینی به این نتیجه رسیدند که رابطه مثبت و معنادار میان کاربرد شناسه‌های آن دو نظریه در الگوی مدیریت آموزش کارآفرینی با خرد مدیریتی و انگیزه کارآفرینی دانشجویان مشخص گردید. در نتیجه شناسه‌های کارآفرینی و شناسه‌های خرد مدیریتی در مراحل الگوی مدیریت آموزش کارآفرینی در سطح معنادار بسیار بالایی در مقایسه با آموزش موجود انگیزه کارآفرینی و خرد مدیریتی دانشجویان را ارتقاء بخشید. احمدپور و همکاران در سال ۱۳۹۹ در تحقیقی با عنوان نیازسنجی آموزشی مدیران عامل در زمینه مدیریت کارآفرینی به این نتیجه رسیدند که ابعاد مدیریت مالی و مدیریت راهبردی نیازهای آموزشی اولویت‌دار مدیران عامل در حوزه مدیریت کارآفرینی می‌باشد و در اولویت برنامه‌های آموزشی قرار گرفتند. احمدپور و همکاران در سال ۱۴۰۱ مدلی را برای آموزش کارآفرینی ارائه نمودند که بیشترین واریانس مربوط به نیازهای دانش‌آموزان در توسعه توانمندی‌های آموزش‌های کارآفرینانه است. گیان‌دیس و مک^۲ در سال ۲۰۲۰ با آموزش کارآفرینی برای دانشگاه کارآفرینی: چشم‌انداز ذینفعان به این نتیجه رسیدند که ساختن چارچوب برای اختصاص منابع و معیارها برای ارزیابی، ساخت ساختارها و سیستم‌های تشویقی، چارچوب برای ایجاد سیاست توسعه اقتصادی - از معیارها برای تخصیص منابع دولتی استفاده کنید، توسعه / اعتبارسنجی مقیاس آموزش و پرورش مهم است. استفانیک و همکاران^۳ در سال ۲۰۲۰ با تحقیقی ارزیابی یک رویکرد یادگیری ترکیبی برای آموزش کارآفرینی متقابل فرهنگی به این نتیجه رسیدند که یادگیری الکترونیکی به دلیل بالا رفتن هزینه‌های آموزش عالی، دوره‌های بین فرهنگی، انواع روش‌های چهره به چهره و مبتنی بر فناوری، تأثیر وضعیت اقتصادی بر رضایت شرکت‌کنندگان مهم می‌باشند. دوآن و فان^۴ در سال ۲۰۲۰ با بررسی تأثیر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی: مورد ویتنامی به این نتیجه رسیدند که مرحله تفکر عمدی، یا مرحله قبل از تصمیم‌گیری انگیزه با تمایل و کارآفرینی، توانایی شناسایی فرصت‌های نوپا از طریق کارآفرینی، عنصر آموزش کارآفرینی به‌شدت بر قصد شروع یک تجارت

^۱ Walter & Block

^۲ Gianiodis&Meek

^۳ Stefanic&etal

^۴ Doan&Phan

تأثیر می‌گذارد. سیمولاسیجا^۱ در سال ۲۰۱۸ به بررسی مدیریت کارآفرینی و آموزش: تجربیات در کاربرد شبیه‌سازی‌های کسب‌وکار پرداخت. نتایج تحقیق به سطح بالایی از رضایت دانش‌آموزان با توجه به رویکرد نوآورانه به تدریس و مزایای روش‌های یادگیری فعال مورد استفاده اشاره می‌کند، که پاسخ‌دهندگان به‌طور مشخص آن را نسبت به آموزش سنتی مبتنی بر سمینار ترجیح می‌دهند. این مطالعه نشان‌دهنده سطح بالایی از رضایت از مزایای شبیه‌سازی در فرآیند توسعه روحیه کارآفرینی و مهارت‌های مدیریتی است، اما همچنین سطح پایین‌تری در بخش پیچیدگی در ارتباط با دانش کسب‌شده قبلی وجود دارد

تانگ در سال ۲۰۱۲ با مطالعه‌ی هوشیاری کارآفرینانه به ارائه مدلی بر مبنای ۳ بعد جستجوی اطلاعات، ارتباط دادن بین آن‌ها و ارزیابی بر هوشیاری کارآفرینانه و پی بردن به اهمیت و نقش آن‌ها در فرآیند هوشیاری رسید. ننه^۲ در سال ۲۰۱۹ با مطالعه عمل‌گرایی در هوشیاری کارآفرینانه به این نتیجه رسید که در فرآیند هوشیاری، خلاقیت کارآفرینانه و عمل‌گرا و متعهد بودن، صفات و شخصیت‌هایی هستند که نقش اساسی را بازی می‌کند. لی^۳ و همکاران در سال ۲۰۱۶ با مطالعه هوشیاری کارآفرینانه و تأثیر آن روی کارآفرینی سازمانی به این نتیجه رسیدند که هوشیاری کارآفرینانه می‌تواند رفتار سازمانی کارآفرینانه را تمایز دهد و می‌تواند سرعت تصمیم‌گیری‌های تیم مدیریتی را بالا برده و فرآیند شناخت فرصت‌های کارآفرینانه را بهبود بخشد. صفا و همکاران در سال ۱۳۹۵ با مطالعه هوشیاری کارآفرینانه به این نتیجه رسیدند که در بین ایرانی‌های کارآفرینی مفهوم فرصت بسیار رایج می‌باشد. طالبی و همکاران در سال ۱۳۹۷ با مطالعه ابعاد هوشیاری کارآفرینانه و رابطه‌ی آن‌ها بر مبنای رویکرد پردازش اطلاعات انسانی به این نتیجه رسیدند که رابطه‌ی معناداری بین دانش پیشین و تحلیل بازار، تشخیص فرصت و هوشیاری کارآفرینانه می‌باشد.

نادری و همکاران در سال ۱۳۹۸ در مطالعه خویش با عنوان تحلیل موانع آموزش اثربخش در کارآفرینی و تولید با روش‌های گراند تئوری و توصیفی-پیمایشی به این نتیجه رسیدند که اساسی‌ترین عواملی که باعث کاهش اثربخشی درس کارآفرینی می‌شوند عبارت‌اند از ضعف موجود در ساختارهای کارآفرینانه کشور، ضعف ساختار مدیریتی، کمبود نیروی متخصص کارآفرینی و ... می‌باشد. لیتل و همکاران^۴ در سال ۲۰۲۰ با استفاده از آموزش پذیرش و تعهد به‌منظور افزایش اثربخشی آموزش مهارت‌های رفتاری به این نتیجه رسیدند که عوامل توجه لحظه‌به‌لحظه، ارزش، ملاک پذیرش، پیشگیری، عمل متعهد، رفتارهای پشتیبانی شده که منجر به تقویت‌کننده‌های مثبت در زمینه آموزش می‌شود، برنامه‌های عملیاتی مهم هستند. کاپر و همکاران در سال ۲۰۲۰ با تحقیقی تحت عنوان اثربخشی آموزش مهارت‌های مشاوره جامع سواد سلامت برای دانشجویان پزشکی مقطع کارشناسی ارشد پزشکی: یک کارآزمایی کنترل شده تصادفی به این نتیجه رسیدند که دانش، اعتماد به نفس در مهارت‌های مشاوره، نگرش، جمع‌آوری اطلاعات، تصمیم‌گیری مشترک، مدیریت خود را فعال کنید، عدم‌مداخله آموزشی، دریافت آموزش سواد بهداشتی، اطلاعات قابل‌فهم، خود مدیریتی، تصمیم‌گیری مشترک، بهبود شایستگی مهم هستند.

در دنیای در حال تحول امروز، جامعه و سازمانی می‌تواند در مسیر توسعه، حرکت روبه‌جلو و با شتابی داشته باشد که با ایجاد یک نظام آموزشی اثربخش و کارا، منابع انسانی خود را به، دانش و مهارت‌های کارآفرینی مولد تجهیز کند

¹ Simulacija

² Neneh

³ Lee&etal

⁴ Little&etal

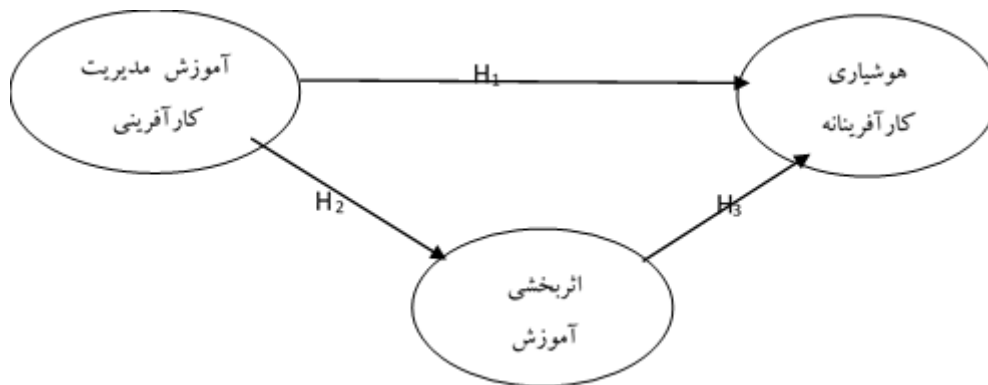
(شکاری و حیدرزاده، ۱۳۹۰). شاخص‌های متفاوتی برای ارزیابی اثربخشی آموزش مدیریت کارآفرینی استفاده می‌شود. از آن جمله می‌توان به ارزیابی دانش، مهارت، سطح علاقه‌مندی، درجه مشارکت در کلاس اشاره کرد همچنین یکی از روش‌های ارزیابی اثربخشی آموزش کارآفرینی، ارزیابی تأثیر آن بر قصد کارآفرینی است (آراستی و همکاران، ۱۳۹۳). به نقل از کمیسیون اروپا در پژوهشی با عنوان تأثیر آموزش مهارت‌های مدیریت کارآفرینی تقویت آموزش مدیریت کارآفرینی در مدارس، مؤسسات آموزش فنی و حرفه‌ای و دانشگاه‌ها، تأثیر مثبت بر روحیه کارآفرینی جامعه خواهد داشت (شعبانی و همکاران، ۱۴۰۰). نظام‌های آموزش عالی با برنامه‌ها، اهداف، محتوا و سایر عوامل آموزشی خود نقش مؤثری در توسعه کارآفرینی افراد دارند. بازنگری در برنامه‌های درسی و آموزشی و اصلاح آن برای کمک به توسعه اثربخش آموزش مدیریت کارآفرینی، محور توجه اغلب نظام‌های آموزشی کشورها مختلف است (مرادیان و همکاران، ۱۴۰۰). هر جامعه‌ای به دنبال آن است که زمینه را برای رشد و توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه مهیا کرده و بخش قابل‌توجهی از سرمایه‌های خود را در این مسیر هدایت کند. یکی از این سرمایه‌ها که می‌تواند به‌عنوان یک مزیت رقابتی در اقتصاد کارآفرینی مطرح باشد نیروی انسانی است. به همین دلیل بخشی از برنامه‌های آموزشی در یک اقتصاد کارآفرین محور معطوف به توسعه قابلیت‌های فردی برای حرکت‌های کارآفرینی می‌باشد. کشور ما نیز که از دیرباز نمونه‌های موفقی از این پدیده اقتصادی را تجربه کرده در سال‌های اخیر توجه ویژه‌ای به امر آموزش کارآفرینی در سطوح و اقسام مختلف داشته است. در این راستا مسئله اصلی پژوهش به این صورت مطرح گردیده است: آیا آموزش مدیریت کارآفرینی بر هوشیاری کارآفرینانه تأثیر می‌گذارد؟ آیا متغیر میانجی اثربخشی آموزش می‌تواند اثر بر دو متغیر دیگر داشته باشد. با بررسی مطالعات فوق، مدل مفهومی پژوهش حاضر به شرح شکل ۱ تهیه و فرضیه‌های زیر با توجه به مدل مفهومی برای این پژوهش طرح گردید:

فرضیه اول: آموزش مدیریت کارآفرینی بر هوشیاری کارآفرینانه تأثیر دارد.

فرضیه دوم: آموزش مدیریت کارآفرینی بر اثربخشی آموزش تأثیر دارد.

فرضیه سوم: اثربخشی آموزش بر هوشیاری کارآفرینانه تأثیر دارد.

فرضیه چهارم: آموزش مدیریت کارآفرینی با نقش میانجی اثربخشی آموزش بر هوشیاری کارآفرینی تأثیر دارد



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

روش‌شناسی

پژوهش حاضر از نوع توصیفی-همبستگی می‌باشد. جامعه پژوهش حاضر ۱۴۰ نفر از دانشجویان کارشناسی آموزش ابتدایی را در بر گرفته و جامعه آماری شامل ۱۰۴ نفر از این افراد که در دوره آموزش کوتاه‌مدت کارآفرینی (که به صورت مجازی و در دسته‌های ۲۶ نفری انجام شده). در نظر گرفته شد. حجم نمونه با استفاده از جدول مورگان ۸۴ نفر محاسبه گردید. برای نمونه‌گیری از روش تصادفی ساده که زیرمجموعه‌ای از نمونه‌گیری احتمالی است، استفاده گردید. ۲۸ سال برای گردآوری داده‌ها پخش شد. بخش اول پرسشنامه داده‌های جمعیت شناختی و در بخش دوم به منظور سنجش متغیر آموزش کارآفرینی از ۶ سوال بر مبنای یافته‌های مطالعات هوپر و همکاران (۲۰۱۴). و همچنین آراستی و همکاران (۱۳۹۶). استفاده شد. برای سنجش متغیر هوشیاری کارآفرینانه از پرسشنامه استاندارد ۱۳ سؤالی تانگ (۲۰۱۲). و برای متغیر میانجی اثربخشی آموزش از پرسشنامه چو و باولی (۲۰۰۷). نیز از پرسشنامه استاندارد ۹ سؤالی استفاده شد. ابزار تجزیه و تحلیل داده‌ها نرم‌افزارهای اس پی اس ویرایش ۲۲ و اسمارت پی ال اس ویرایش ۳، روش تجزیه و تحلیل آن‌ها الگوسازی معادلات ساختاری است.

یافته‌ها

جهت آزمون فرضیات تحقیق از معادلات ساختاری با نرم‌افزار pls انجام شد دلیل آن‌هم نرمال نبودن داده‌ها می‌باشد که با استفاده از آزمون K-S مورد بررسی قرار گرفت.

جدول ۱: آزمون K-S

متغیرها	تعداد	میانگین	انحراف معیار	کولمگروف-اسمیرنوف	سطح معنی‌داری
آموزش مدیریت کارآفرینی	۸۴	۶,۳۲	۱,۹۰	۰,۲۲۷	۰,۰۰
هوشیاری کارآفرینانه	۸۴	۶,۷۲	۱,۹۸	۰,۲۱۱	۰,۰۰
اثربخشی آموزش	۸۴	۶,۴۵	۲,۰۵	۰,۱۸۷	۰,۰۰

در ابتدا باید بارهای عاملی سنجیده شود و مقدار ملاک برای مناسب بودن ضرایب بارهای عاملی ۰/۴ می‌باشد. در شکل زیر تمامی اعداد مربوط به ضرایب بارهای عاملی سؤالات از ۰/۴ بیشتر است که نشان از مناسب بودن این معیار دارد.

جدول ۲: میزان بارعاملی

ردیف	گویه ها	بار عاملی	آماره تی
۱	میل به موفقیت	۰,۷۰۰	۹,۶۳۹
۲	عزیت نفس	۰,۶۸۶	۸,۸۳۵
۳	شناسایی فرصت	۰,۷۰۵	۱۳,۰۲۶
۴	خودباوری	۰,۸۴۶	۳۹,۳۲۳
۵	ریسک پذیری	۰,۸۱۸	۱۸,۱۷۳
۶	توانمندی در کار تیمی	۰,۸۳۵	۳۱,۴۳۶
۷	من از دوره آموزش توسعه مدیریت که در آن مشارکت کردم، راضی هستم.	۰,۹۲۶	۸۱,۵۲۰
۸	من قبل از حضور در این دوره، از دانش و مهارت کافی در حوزه هایی که در این دوره ارائه شد، برخوردار بودم.	۰,۹۱۰	۷۱,۳۳۹
۹	من فرصت دارم تا از دانش و یا مهارت های ارائه شده در این دوره آموزشی استفاده کنم.	۰,۸۷۳	۲۸,۴۰۹
۱۰	اعتماد من به استفاده از دانش و یا مهارت های ارائه شده در این دوره افزایش یافته است.	۰,۸۷۷	۲۷,۸۴۷
۱۱	مدیریت من را تشویق میکند تا دانش و یا مهارت های آموخته شده در این دوره را به کار ببرم.	۰,۹۳۷	۷۸,۷۴۱
۱۲	مدیر من در زمینه چگونگی به کار بردن مفاهیم فراگرفته شده در شغلم من را هدایت میکند.	۰,۵۰۵	۴,۱۶۰
۱۳	در نتیجه شرکت در دوره آموزش توسعه مدیریت ایده های جدیدی را به طور موفقیت آمیزی تولید کرده ام	۰,۷۷۳	۱۹,۳۳۳
۱۴	دوره آموزش توسعه مدیریت به من کمک کرده است تا کارم را به صورت اثربخش تری انجام دهم.	۰,۷۷۸	۱۴,۸۱۰
۱۵	من شرکت در این دوره را به دیگران توصیه میکنم	۰,۵۷۸	۷,۷۹۰
۱۶	دائماً برای کسب اطلاعات جدید با دیگران در ارتباط هستم .	۰,۴۸۵	۶,۶۵۳
۱۷	همیشه ایده های تجاری جدید را برای کسب اطلاعات بررسی می کنم .	۰,۸۲۳	۲۵,۱۶۳
۱۸	همیشه به صورت منظم، اخبار ، مجلات و مقالات کسب و کار را برای کسب اطلاعات جدید مطالعه می کنم .	۰,۷۲۲	۱۲,۴۸۷
۱۹	هر روز در اینترنت جستجو می کنم .	۰,۹۲۵	۵۷,۶۹۱
۲۰	همیشه علاقه مند به جست و جوی اطلاعات هستم .	۰,۹۲۲	۵۸,۶۳۷
۲۱	همیشه فعالانه به جست و جوی اطلاعات جدید می پردازم .	۰,۹۳۳	۵۹,۰۳۶
۲۲	ارتباط بین اطلاعات به ظاهر نامرتبط به هم را می بینم .	۰,۹۰۶	۴۶,۴۶۸
۲۳	من در ارتباط برقرار کردن ، خوب هستم .	۰,۸۵۳	۲۲,۴۲۷
۲۴	اغلب ارتباط بین حوزه های اطلاعات که قبلا غیرمرتبط بودند، را زیر نظر دارم .	۰,۹۱۸	۵۰,۷۹۴
۲۵	احساس عمیقی برای فرصت های بالقوه قائل می شوم .	۰,۶۶۳	۶,۳۳۵
۲۶	می توانم بین فرصت های مفید و غیر مفید تفاوت قائل شوم .	۰,۶۴۵	۱۰,۶۳۱
۲۷	من مهارت خاصی برای بررسی فرصت های بسیار ارزشمند به جای فرصت های کم ارزش دارم .	۰,۸۵۷	۱۴,۴۶۰
۲۸	هنگامی که با فرصت های چندگانه ای مواجه می شوم قادرم که بهترین آنها را انتخاب کنم .	۰,۷۲۴	۹,۵۹۷

جدول ۳: معیار آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی متغیرهای پنهان پژوهش

متغیر	نماد	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی
آموزش مدیریت کارآفرینی	Ee	۰,۸۵۹	۰,۷۹۵
هوشیاری کارآفرینانه	EA	۰,۹۵۲	۰,۹۵۹
اثربخشی آموزش	TE	۰,۹۲۸	۰,۹۴۲

با توجه به اینکه مقدار مناسب برای آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی ۰/۷ است می‌توان مناسب بودن وضعیت پایایی پژوهش را تأیید نمود.

جدول ۴: روایی همگرا متغیرهای پنهان پژوهش

متغیرها	میانگین واریانس استخراجی
آموزش مدیریت کارآفرینی	۰,۵۹۰
هوشیاری کارآفرینانه	۰,۶۵۴
اثربخشی آموزش	۰,۶۱۴

با توجه به اینکه مقدار مناسب برای AVE برابر ۰/۵ است در نتیجه مناسب بودن روایی همگرای پژوهش تأیید می‌شود.

جدول ۵: ماتریس مقایسه جذر AVE و ضرایب همبستگی شاخص‌ها

متغیر	آموزش کارآفرینی	هوشیاری کارآفرینانه	اثربخشی آموزش
آموزش مدیریت کارآفرینی	۰,۷۶۸		
هوشیاری کارآفرینانه	۰,۶۲۷	۰,۸۰۸	
اثربخشی آموزش	۰,۷۴۴	۰,۴۳۹	۰,۷۸۳

جدول ۶: معیار R² برای سازه‌های درون‌زا

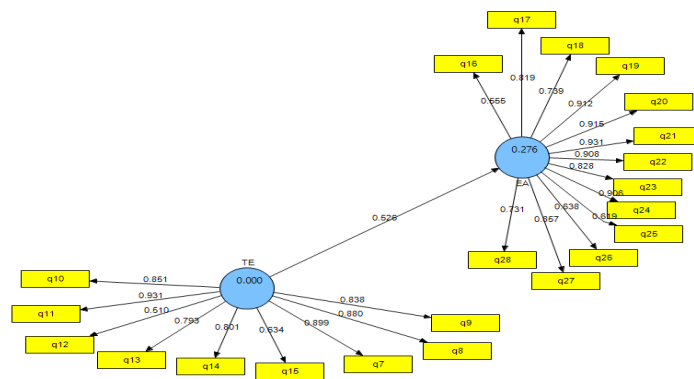
متغیرها	R ²
هوشیاری کارآفرینانه	۰,۴۲۳
اثربخشی آموزش	۰,۷۱۳

جدول ۷: معیار Q^2 برای سازه‌های درون‌زا

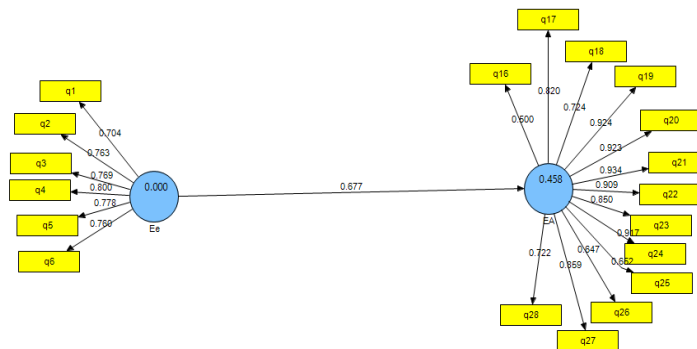
متغیرها	SSO	SSE	$1 - SSE/SSO = Q^2$
هوشیاری کارآفرینانه	۱۰۹۲,۰۰۰۰۰۰	۸۵۰,۹۰۲۸۰۰	۰,۲۲۰
اثربخشی آموزش	۷۵۶,۰۰۰۰۰۰	۴۱۸,۸۲۳۱۲۲	۰,۴۴۶

جدول ۸: آزمون اندازه اثر

متغیرها	R^2 included	R^2 excluded	F^2
هوشیاری کارآفرینانه	۰,۴۲۳	۰,۲۷۶	۰,۲۵۴
اثربخشی آموزش	۰,۷۱۳	۰,۴۵۸	۰,۱۹۰



شکل ۲: اندازه اثر EA



شکل ۳: اندازه اثر TE

با توجه به شکل ۴ و ۵ مقادیر t -values از 1.96 بالاتر بوده و میتوان با اطمینان ۹۵ درصد معنادار بودن مسیرهای مدل را تایید کرد. برای تعیین شدت اثر غیرمستقیم از طریق متغیر میانجی از آماره‌ای به نام VAF استفاده شد که مقداری بین ۰ و ۱ را اختیار می‌کند و هرچه این مقدار به ۱ نزدیک‌تر باشد، نشان از قوی‌تر بودن تأثیر متغیر میانجی دارد. برای محاسبه مقدار T-Value از آزمون سو بل استفاده شده است. اگر مقدار آماره آزمون به دست آمده از مقدار ۱,۹۶ بیشتر باشد نشان‌دهنده این است که فرض صفر (مبنی بر این‌که متغیر میانجی نقشی در میان رابطه متغیر مستقل و وابسته دارد)، در سطح خطای ۰,۰۵ رد شده و تأثیر میانجی در این رابطه معنی‌دار است.

جدول ۱۰: نتایج آزمون فرضیه‌ها

فرضیه	متغیر مستقل	تأثیر	متغیر وابسته	ضریب مسیر	آماره T	نتیجه
H ₁	آموزش مدیریت کارآفرینی	←	هوشیاری کارآفرینانه	۰,۸۹۵	۷,۱۷۱	پذیرش
H ₂	آموزش مدیریت کارآفرینی	←	اثربخشی آموزش	۰,۸۴۴	۴۰,۹۰۷	پذیرش
H ₃	اثربخشی آموزش	←	هوشیاری کارآفرینانه	۰,۳۱۷	۱۱,۷۷۱	پذیرش
H ₄	آموزش مدیریت کارآفرینی	←	هوشیاری کارآفرینانه	۰,۲۲۹	۱۱,۳۱۱	پذیرش

بحث و نتیجه‌گیری

امروزه دانشگاه‌ها برای این‌که بتوانند نقش مهمی در تغییرات جوامع داشته باشند، باید کارآفرینانه عمل کنند و بتوانند ضمن آموزش افراد، با ایجاد کسب‌وکارها، مهارت و تجربه را در دانشجویان افزایش دهند با توجه به تحقیقات پیشین که نشان داده شده است افرادی که دارای هوشیاری کارآفرینانه هستند سریع‌تر فرصت‌ها و خلأها را شناسایی می‌کنند در این پژوهش به این نتیجه رسیده شد که آموزش مدیریت کارآفرینی می‌تواند برای این نوع از افراد اثربخش و اثر مثبتی داشته باشند.

همچنین در این پژوهش به این نتیجه رسیده شده که آموزش مدیریت کارآفرینی بر اثربخشی آموزش اثر مثبتی دارد زیرا افزایش آگاهی و توانایی‌های آموزش مدیریت کارآفرینی دانشجویان، زمینه شناسایی فرصت‌ها، چگونگی بهره‌گیری از آن‌ها و برنامه‌ریزی زندگی شغلی را در آن‌ها فراهم کرده و باعث شکل‌گیری و تقویت نگرش خوداشتغالی دانشجویان می‌شود. و این آموزش‌ها با افزایش هوشیاری کارآفرینانه و توانایی‌های خوداشتغالی، تفکر و ذهنیت کارآفرینی، توانایی و قابلیت‌های کارآفرینی و کارایی کارآفرینی در دانشجویان امکان شناسایی فرصت‌ها، چگونگی بهره‌گیری از آن‌ها و شناخت نوع زندگی شغلی را به آن‌ها می‌دهد. دانشجویان با بهره‌گیری از تعالیم آموخته شده توسط اساتید، استعدادها و توانایی‌های لازم در زمینه کارآفرینی از جمله: سطح خلاقیت، تمایل به ریسک-پذیری، اعتمادبه‌نفس و غیره را در خود تقویت می‌کنند تا بتوانند از تحصیل در این رشته بیشترین بهره‌مندی را داشته و تمایلشان به انجام کارهای کارآفرینانه و نوآورانه بیشتر شود.

یافته‌ها نشان می‌دهد که در ارتباط با اثربخشی آموزش بر هوشیاری کارآفرینانه و نقش میانجی آن در رابطه بین آموزش مدیریت کارآفرینی و هوشیاری کارآفرینی اثر مثبتی وجود دارد زیرا که نتیجه فرآیند ایجاد آموزش مدیریت کارآفرینی اثربخش، هوشیاری از کارآفرینی و امکانی که به دانشجویان برای یادگیری مهارت‌های ارتباطی که می‌تواند آن‌ها را با انواع فرصت‌های کارآفرینی در این حرفه سازگار و در دسترس قرار دهد، می‌باشد. هنگامی که کارآفرینان بالقوه از فرآیند ایجاد کسب‌وکار جدید آگاه می‌شوند، ذهن آن‌ها برای دریافت اطلاعات از محیط در مورد چنین فرصت‌هایی باز خواهد بود. علاوه بر این، دانشجویان همچنین در مورد تمام موارد مربوط به مشکلات کارآفرینی و استراتژی‌های افزایش آگاهی و مهارت‌های کارآفرینی اطلاعات مفیدی کسب می‌کنند.

یکی از علل انتخاب دانشجویان رشته آموزش ابتدایی، اهمیت نقش آموزش ابتدایی و توجه به مقوله کارآفرینی به‌عنوان اصلی‌ترین مقطع آموزشی کشور می‌باشد. فرضیه اول و دوم پژوهش مبنی بر تأثیر آموزش مدیریت کارآفرینی بر هوشیاری کارآفرینانه و اثربخشی آموزش است و نتایج به دست آمده از آزمون آن‌ها نشان می‌دهد که اثری مثبت و معنادار در ارتباط بین آموزش مدیریت کارآفرینی، هوشیاری کارآفرینی و اثربخشی آموزش وجود دارد. به این ترتیب هرچه آموزش مدیریت کارآفرینی بهینه و غنی‌تر باشد، احتمال افزایش ذهنیت و اثربخشی بیشتر می‌شود. این نتایج با پژوهش‌های (کویی و همکاران ۲۰۱۹؛ سولسویک و همکاران ۲۰۱۳). مطابق بودند. فرضیه سوم بیانگر تأثیر اثربخشی آموزش بر هوشیاری کارآفرینانه است که نتایج حاکی از تأثیر مثبت و معنادار اثربخشی آموزش بر هوشیاری کارآفرینانه می‌باشد. در فرضیه چهارم یک رابطه میانجی مورد بررسی قرار گرفت و پژوهشی که با یافته‌های فرضیه سوم و چهارم هم‌خوانی داشته باشد، مشاهده نشد. حال در این راستا سعی شده است که پیشنهادهایی در جهت کمک به آن دسته از دانشجویانی که آموزش مدیریت کارآفرینی را ندیده‌اند ارائه شود و از طرفی این پیشنهادها منجر به تقویت دانشجویان آموزش دیده شود. دانشگاه در کنار آموزش‌های علمی و گاهی مهارت‌های فنی رشته موردنظر، آموزش مدیریت کارآفرینی ارائه می‌کند این امر سبب می‌شود دانشجویانی که ویژگی‌های کارآفرینانه را از خانواده با خود آورده‌اند و آموزش مدیریت کارآفرینی را نیز دیده‌اند تمایل به راه‌اندازی کسب‌وکار پیدا کنند. اثر مثبت آموزش مدیریت کارآفرینی بر افرادی که هوشیاری کارآفرینانه دارند باعث افزایش رشد اقتصادی می‌شود، بهره‌وری را بالا می‌برد و باعث به وجود آمدن فناوری، کالاها و خدمات جدید و عملکرد صادراتی بهتر می‌شود

از همین رو پیشنهادها زیر جهت اثربخشی آموزش مدیریت کارآفرینی بر هوشیاری کارآفرینانه دانشجویان مطرح می‌شود:

جهت تقویت اثربخشی آموزش به‌عنوان متغیر میانجی در رابطه بین آموزش مدیریت کارآفرینی و هوشیاری کارآفرینانه بهتر است در فرآیند آموزش از اساتیدی استفاده شود که هم به لحاظ علمی و هم به لحاظ داشتن مهارت تدریس در زمینه کارآفرینی از توانایی لازم برخوردار باشند و خود در زمینه کارآفرینی فعال بوده و در صنعت فعالیت کرده باشند و از نیازهای جامعه امروز آگاه باشند تا بتوانند مطالب و اطلاعات مفیدی در این زمینه علاوه بر دروسی که باید تدریس شوند به دانشجویان منتقل کنند. همچنین پیشنهاد می‌شود در کنار آموزش به صورت تئوریک، آموزش به شکلی کاملاً کاربردی انجام شود، که این‌گونه استعدادهای دانشجویان شناسایی و شکوفا شده و تمایل آن‌ها به کارآفرینی تحریک شده، به طوری که دانشجو پس از فارغ‌التحصیل شدن به سراغ کارآفرینی رفته و خود به یک کارآفرین تبدیل شود. شناخت دانشجویان از محیط کسب‌وکار کنونی، دیگر عاملی است که می‌تواند به موفق بودن اثربخش بود

آموزش کارآفرینی کمک کند. بنابراین پیشنهاد می‌شود که دانشجویان از طریق تحقیق و مطالعه در این زمینه و حضور در صنعت، شناخت و اطلاعات خود را از محیط کسب‌وکار روز جامعه بالا ببرند. چراکه جامعه و اقتصاد آن و محیط کسب‌وکار دائماً در حال تغییر و تحول است و در هر دوره نیازهای خاص خود را دارد. لذا دانشجویان با شناخت کافی از محیط کسب‌وکار کنونی بهتر می‌توانند دروس و مهارت‌های آموزش‌دیده در دانشگاه را با نیازهای فعلی جامعه خود مطابقت دهند و از این آموزش‌ها بهره لازم را ببرند. همچنین پیشنهاد می‌شود که دانشجویان در کلاس‌های درس نقشی پویا و فعال داشته باشند تا بتوانند هم تجربیات خودشان را در اختیار سایرین قرار داده و هم بتوانند از تجربیات آن‌ها بهره‌مند شوند. برای این منظور به دلیل کم بودن وقت کلاس‌های درس و نیز برای این که دانشجویان در کلاس‌ها از اساتید بهره لازم را ببرند، می‌توانند در خارج از کلاس‌ها، انجمن‌هایی تشکیل داده و در آنجا گردهم آیند و تبادل اطلاعات کنند و با هم‌فکری و ایده پردازی گروهی، ایده‌های خلاقانه و نوآورانه از خود بروز دهند. همچنین تأسیس دفاتری در دانشگاه‌ها و مراکز آموزش برای انتقال تجربیات افراد کارآفرین برای کمک به دانشجویان جهت اثربخش‌تر بودن آموزش کارآفرینی.

در ارتباط با فرضیه آموزش مدیریت کارآفرینی بر اثربخشی آموزش و هوشیاری کارآفرینانه بهتر است در دانشگاه‌ها دروسی طراحی و تدریس شوند که با نیازهای روز جامعه و فضای کسب‌وکار کنونی تطابق و هماهنگی داشته و دائماً مطابق با شرایط جامعه و اقتصاد، بروز و بومی‌سازی شوند. همچنین دروس عملی باید در واحدهای درسی رشته کارآفرینی گنجانده شوند. از طرف دیگر دانشگاه به‌عنوان بستر اصلی پرورش کارآفرینان برتر باید فرصت‌های مناسبی برای انجام فعالیت‌های عملی ایجاد کند و نیز شرایطی را فراهم آورد تا دانشجویان بتوانند به‌طور مستقیم با صنعت و نهادهای تجاری ارتباط برقرار کنند و از نزدیک مشکلات و کمبودها و نقاط موفق موجود در صنعت را بررسی کرده تا درصد رفع مشکلات و ایجاد ایده‌های نوین و نوآورانه برآیند و از موفقیت‌های موجود درس بگیرند. همچنین پیشنهاد می‌شود دانشگاه با برگزاری کارگاه‌ها و همایش‌های مفید در زمینه کارآفرینی به توسعه فرهنگ کارآفرینی و نوآوری پرداخته و با فراهم نمودن بستری برای حضور فعالان در زمینه کارآفرینی و کارآفرینان برتر به‌عنوان سخنران مهمان در کلاس‌های درس به‌عنوان کسانی که در زمینه کارآفرینی در حال فعالیت هستند و از نزدیک آن را تجربه کرده‌اند برای دانشجویان صحبت کرده و تجربیات مفیدشان را در اختیار دانشجویان قرار دهند.

آنچه اثربخشی آموزش در هوشیاری کارآفرینانه را پررنگ می‌کند ویژگی پویا و جستجو می‌باشد پس پیشنهاد می‌شود که در برنامه درسی مقاطع مختلف تحصیلی روش‌های جستجوی اطلاع در شکل ابتدایی خود در کنار پرورش روحیه پویا و جستجو در قالب رفتار اطلاع‌یابی متکی به خود مورد توجه قرار گیرد و صرفاً انتقال مکانیکی مطالب، مدنظر قرار نگیرد. درگیر کردن دانشجو با محیط واقعی و با مسائل حقیقی می‌تواند استعداد افراد و حس کنجکاوی آن‌ها را شکوفا نموده و آن‌ها را وارد میدان عمل نماید. مزیت این روش در این است امر جستجو و تحقیق توسط فراگیرنده انجام می‌شود و تأثیر زیادی بر یادگیری دارد. خلاقیت در مسئله و یا برخورد با موقعیت‌های مبهم را به‌خوبی فرامی‌گیرند و یادگیرنده به‌طور مستقل یاد می‌گیرد. پیشنهاد می‌شود که تمرکز مرحله هوشیاری کارآفرینی باید آگاه کردن دانش آموزان در مورد مهارت‌ها، توانایی‌ها و دانش مورد نیاز برای ایجاد یک کسب‌وکار جدید در تلاش برای تعدیل نگرش‌ها و مقاصد آن‌ها در مورد کارآفرینی باشد. امکان ایجاد یک کسب‌وکار جدید، حتی دانشجویانی که به دنبال مشاغل کارآفرینی نیستند نیز می‌توانند از این کار بهره ببرند. آموزش کارآفرینی می‌تواند به دانشجویان اجازه

دهد تا تصمیمات شغلی بهتری بگیرند و درک بیشتری از کارآفرینی که ممکن است روزی آن‌ها را به کار بگیرند، فراهم کند.

فهرست منابع فارسی

- احمدپور، امیر؛ نورمحمدی، نجیبه؛ مومنی، هادی؛ علیلو، جملیه (۱۳۹۹). نیازسنجی آموزشی مدیران عامل تعاونی‌های روستایی استان مازندران در زمینه مدیریت کارآفرینی، تعاون و کشاورزی (تعاون)، دوره ۹، شماره ۳۵؛ از صفحه ۸۱ تا صفحه ۱۱۴.
- احمدپور، فریبا؛ بهمنی، لیلا؛ برکت، غلامحسین (۱۴۰۱). ارائه مدل آموزش کارآفرینی در مدارس ابتدایی، فصلنامه نوآوری‌های مدیریت آموزشی، دوره ۱۷، شماره ۳، ص ۱۱۳-۱۲۷.
- آراستی، زهرا؛ حسینی، سیدرسول و بهمنی، ندا (۱۳۹۶). «آموزش کارآفرینی در مقطع ابتدایی با هدف تقویت نگرش کارآفرینانه». فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، (۴)، ۱۰، ۵۷۴-۵۵۵.
- باقرصاد، وجیه؛ زالی، محمد رضا؛ رضوی، سید مصطفی و سعید بنادکی، سعیده (۱۳۹۱). «تأثیر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی دانشجویان رشته‌های فنی و حرفه‌ای». فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، (۴)، ۶، ۳۶-۲۱.
- پسندیده، کبری و کیانی، رضا (۱۳۹۷). «شناسایی و اولویت‌بندی معیارهای موفقیت آموزش کارآفرینی و توسعه اقتصادی براساس مدل تصمیم‌گیری چند معیاره». فصلنامه مطالعات نوین کاربردی در مدیریت، اقتصاد و حسابداری، (۱)، ۱، ۱۱۸-۱۰۱.
- حجازی، شهاب‌الدین (۱۳۹۳). ارزیابی میزان تاثیر اجرای دوره‌های آموزشی طولی دانشگاه علوم دریایی اما خمینی در تحقق اهداف نیروی دریایی راهبردی، فصلنامه علمی-پژوهشی در مدیریت آموزش علوم دریایی، شماره ۱، ص ۶۱-۷۱.
- شعبانی، علی؛ آزما، فریدون؛ سعیدی، پرویز؛ تجری، طیبه (۱۴۰۰). طراحی الگوی آموزش کارآفرینی برای موفقیت کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، فصلنامه نوآوری‌های مدیریت آموزشی، دوره ۱۶، شماره ۲، ص ۶۲-۷۷.
- شکاری، عباس؛ حیدرزاده، سمن سا (۱۳۹۰). بررسی اثربخشی آموزش‌های حرفه‌ای بیمه بر عملکرد کارکنان شرکت‌های بیکه از نظر مهارت‌های کارآفرینی، نشریه توسعه کارآفرینی، سال ۴، شماره ۱۳، ص ۱۰۹-۱۲۸.
- صارمی، محمود و علی زاده ثانی، محمدکاظم (۱۳۸۸). «بررسی عوامل تاثیرگذار بر فرآیند شناسایی فرصت‌های کارآفرینی بین کارآفرینان برتر منتخب». فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی (۳)، ۱، ۱۲۲-۱۰۳.

- صفا، لیلا؛ علم بیگی، امیر و غلامی، حسام الدین. (۱۳۹۵). «اعتباریابی و پایایی سنجی مقیاس سنجش هوشیاری کارآفرینانه در میان دانش آموختگان شرکت های تجاری کشاورزی استان کرمان». فصلنامه پژوهش های ترویج و آموزش کشاورزی (۱)، ۹، ۶۸-۵۷.
- ضیاء، بابک و وقارموسوی، مجید (۱۳۹۵). «بررسی تاثیر آموزش های رسمی کارآفرینی بر شکل گیری قصد کارآفرینانه». فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، (۱)، ۹، ۱۱۷-۹۹.
- طالبی، محمدرضا؛ الوانی، مهدی؛ محمودزاده، مجتبی و عطایی، محمد (۱۳۹۷). «شناسایی ابعاد هوشیاری کارآفرینانه بر مبنای رویکرد پردازش اطلاعات انسانی». فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، (۲)، ۱۱، ۲۴۰-۲۲۱.
- ظاهری، ابراهیم و صفری، جهانگیر (۱۳۹۸). «جایگاه آموزش کارآفرینی در سرفصل های رشته زبان و ادبیات فارسی با تاکید بر رویکرد رفتاری. پژوهش و نگارش کتب دانشگاهی، (۴۴)، ۲۳، ص ۹۸-۷۶.
- عزیزی، محمد؛ مختاری، نگار (۱۳۹۶). آموزش کارآفرینی برای دانستن، انجام دادن و بودن در دوره ابتدایی با رویکرد تلفیقی، نشریه توسعه کارآفرینی، دوره ۱۰، شماره ۴، ص ۶۵۴-۶۳۵.
- عسگری فرد، کاظم؛ ابراهیمی، ابوالقاسم؛ علوی، سیدمسلم (۱۳۹۷). ارائه الگوی آموزشی توسعه توانمندی های کارآفرینانه در دانش آموزان با میانجی گری ویژگی های شخصیتی، نشریه توسعه کارآفرینی، دوره ۱۱، شماره ۱، ص ۱۲۰-۱۰۱.
- علم بیگی، امیر؛ آقاپور، شهلا؛ اکبری، محمدرضا (۱۳۹۴). اعتبارسنجی ابعاد شور کارآفرینی دانشجویان: جستاری روان شناختی در تحول آموزش های کارآفرینی در آموزش عالی کشاورزی، نشریه توسعه کارآفرینی، دوره ۸، شماره ۲، ص ۳۱۱-۲۹۳.
- مرادیان، پریسا؛ سلیمی، مهتاب؛ جهانیانفرمضان (۱۴۰۰). ارائه الگوی توسعه کارآفرینی آموزشی در آموزش عالی، فصلنامه نوآوری های مدیریت آموزشی، دوره ۱۶، شماره ۳، ص ۸۰-۶۶.
- مقیمی، سیدمحمد و احمدپورداریانی، محمود (۱۳۸۰). «آموزش کارآفرینی در کسب و کارهای کوچک و متوسط ایران: نیازها و راهکارها». فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، (۱)، ۱، ۲۴۳-۲۰۵.
- میرجمالی، خدیجه؛ بهرنگی، محمدرضا؛ بیژن، عبدالمهی (۱۳۹۸). بررسی انگیزه کارآفرینی و خرد مدیریتی دانشجویان با کاربرد هم نهشت شناسه های خرد مدیریتی و کارآفرینی در مراحل الگوی مدیریت آموزش کارآفرینی، مدیریت بر آموزش سازمان ها، دوره ۸، شماره ۱، از صفحه ۱۲۷ تا صفحه ۱۵۷.
- نادری، نادر، رضایی، بیژن؛ سلیمانی، معین؛ رستمی، سحر (۱۳۹۸). تحلیل موانع آموزش اثربخش درس کارگاه کارآفرینی و تولید، فصلنامه مطالعات برنامه درسی، دوره ۱۴، شماره ۵۳، ص ۱۶۶-۱۳۵.

فهرست منابع

- Abreu, M., Demirel, P., Grinevich, V., & Karataş-Özkan M. (2016). Entrepreneurial practices in research-intensive and teaching-led universities. *Small business economics*, 47 (3), 695-717.
- Baron, R. A. (2004). The cognitive perspective: a valuable tool for answering entrepreneurship's basic "why" questions. *Journal of business venturing*, 19 (2), 221-239.
- Doan Xuan Toan and Thi Thu Hien Phan (2020). The impact of entrepreneurial education on entrepreneurial intention: The case of Vietnamese, *Management Science Letters* 10 ,1787-1796
- Feifer, S., Oberman-Peterka, S., & Jeger, M. (2008). Assessing entrepreneurship education programmes in Croatian higher education area. *Erenet Profile*, 3 (3), 25-35.
- Gianiodis, Peter T · William R. Meek (2020). Entrepreneurial education for the entrepreneurial university: a stakeholder perspective, *The Journal of Technology Transfer* <https://doi.org/10.1007/s10961-019-09742-z>
- Godsey, M. L. (2010). Entrepreneur Role Models and High School Entrepreneurship Career Choice: Results of a Field Experiment. *Small Business Institute Journal*, 5, 83-124.
- Haghighi, N. F., Mahmoudi, M., & Bijani, M. (2018). Barriers to entrepreneurship development in Iran's higher education: A qualitative case study. *Interchange*, 49 (3), 353-375.
- Helfat, C. E., & Peteraf, M. A. (2015). Managerial cognitive capabilities and the microfoundations of dynamic capabilities. *Strategic Management Journal*, 36 (6), 831-850.
- Kaper MS, Reijneveld SA, van Es FD, de Zeeuw J, Almansa J, Koot JAR, de Winter AF (2019). Effectiveness of a Comprehensive Health Literacy Consultation Skills Training for Undergraduate Medical Students: A Randomized Controlled Trial. *Int J Environ Res Public Health*. 2019 Dec 20;17 (1):81.
- Karlsson, T., & Moberg, K. (2013). Improving perceived entrepreneurial abilities through education: Exploratory testing of an entrepreneurial self efficacy scale in a pre-post setting. *The International Journal of Management Education*, 11 (1), 1-11.
- Kayrlov, Yurii; Kyrychenko, Natalia; Stukan, Tatyana (2020). Formation of Enterprise Management Strategies and Entrepreneurship Training, *International Journal of Management*, Volume 11, Issue 06, June 2020, pp. 793-800
- Kirzner, I. M. (1973). *Entrepreneurship and competition*.
- Kirzner, I. M. (1979). *Perception, opportunity, and profit: Studies in the theory of entrepreneurship* (pp. 142-143). Chicago: University of Chicago Press.
- Kirzner, I. M. (2009). The alert and creative entrepreneur: A clarification. *Small Business Economics*, 32 (2), 145-152.

- Kirzner, I. M. (Ed.). (1986). Subjectivism, intelligibility and economic understanding: essays in honor of Ludwig M. Lachmann on his eightieth birthday. New York: New York University Press.
- Kozlinska, I. (2012). Fundamental view of the outcomes of entrepreneurship education. The University of Tartu Faculty of Economics and Business Administration Working Paper, (90).
- Lee, K., Kim, Y., & Koh, D. (2016). Organizational learning, top management team's entrepreneurial alertness, and corporate entrepreneurship in high-tech firms. *Asian Journal of Technology Innovation*, 24 (3)., 338-360.
- Linan, F. Rodriguez-Cohard, J.C. & Rueda-Cantuche, J.M. (2010). Factors affecting entrepreneurial intention levels: A role for education. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7 (2).: 195–218.
- Little A., Tarbox J. & Alzaabi K., Using acceptance and commitment training to enhance the effectiveness of behavioral skills training, (2020). *Journal of Contextual Behavioral Science* , doi: <https://doi.org/10.1016/j.jcbs.2020.02.002>
- Lumpkin, G. T., & Lichtenstein, B. B. (2005). The role of organizational learning in the opportunity–recognition process. *Entrepreneurship theory and practice*, 29 (4)., 451-472.
- Mogli, Azzam; Dandis, Ala (2021). The association between entrepreneurship, management, and sustainable development in the middle east: A systematic review and meta-analysis, *Management Science Letters* 11; 2091–2098
- Neneh, B. N. (2019). From entrepreneurial alertness to entrepreneurial behavior: The role of trait competitiveness and proactive personality. *Personality and Individual Differences*, 138, 273-279.
- Nowiński, W., Haddoud, M. Y., Lančarič, D., Egerová, D., & Czeglédi, C. (2019). The impact of entrepreneurship education, entrepreneurial self-efficacy and gender on entrepreneurial intentions of university students in the Visegrad countries. *Studies in Higher Education*, 44 (2)., 361-379
- O'Connor, A. (2013). A conceptual framework for entrepreneurship education policy: Meeting government and economic purposes. *Journal of Business Venturing*, 28 (4)., 546-563.
- Oconnor, A. (2013). A conceptual framework for entrepreneurship education policy: Meeting government and economic purposes. *Journal of Business Venturing*, 28 (1).: 546–563.
- Oosterbek, H., van Praag, M. and Ijsselstein, A. (2010). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation”, *European Economic Review*. 54 (3).: 442-454.
- Putta, Santhosh Samuel (2018). Improving Entrepreneur's Management Skills through Entrepreneurship Training, January 2014 *Journal of Commerce and Management Thought* 5 (3).:459

- Shepherd, D. A., Patzelt, H., & Haynie, J. M. (2010). Entrepreneurial spirals: Deviation–amplifying loops of an entrepreneurial mindset and organizational culture. *Entrepreneurship theory and practice*, 34 (1), 59-82.
- Solesvik, M. Z., Westhead, P., Matlay, H., & Parsyak, V. N. (2013). Entrepreneurial assets and mindsets: benefit from university entrepreneurship education investment. *Education+ Training*, 55 (8-9), 748-762.
- Simulacija, Jeni Poslovnih (2018). Entrepreneurial Management and Education : Experiences in the application of business simulations, *Informatol*. 51, 3-4, 172-181.
- Sirelkhatim, F., & Gangi, Y. (2015). Entrepreneurship education: A systematic literature review of curricula contents and teaching methods. *Cogent Business & Management*, 2 (1), 1-11.
- Solesvik, M. Z., Westhead, P., Matlay, H., & Parsyak, V. N. (2013). Entrepreneurial assets and mindsets: benefit from university entrepreneurship education investment. *Education+ Training*, 55 (8-9), 748-762.
- Stefanic Ivan, Ronald K. Campbell, John S. Russ & Edita Stefanic (2020). Evaluation of a blended learning approach for cross-cultural entrepreneurial education, *Innovations in Education and Teaching International*.
- Tang, J., Kacmar, K. M. M., & Busenitz, L. (2012). Entrepreneurial alertness in the pursuit of new opportunities. *Journal of Business Venturing*, 27 (1), 77-94.
- Walter, S. G., & Block, J. H. (2016). Outcomes of entrepreneurship education: An institutional perspective. *Journal of Business* .
-