

تاثیر آموزش کارآفرینی بر هوشیاری کارآفرینانه با نقش میانجی اثربخشی آموزش و آگاهی اقتصادی

امیر آزاد ارمکی^۱، عارفه داودی^۲، امیررضا علیزاده مجد^۳

^۱ کارشناسی ارشد گروه MBA، دانشگاه استارتفورد، ویرجینیا، ایالات متحده آمریکا

^۲ کارشناسی ارشد گروه مدیریت صنعتی، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

^۳ دکتری تخصصی گروه مدیریت کسب و کار، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

چکیده

آموزش کارآفرینی نقش بی بدیلی در ترویج کارآفرینی در فضای کسب و کار اقتصادی دارد و هوشیاری کارآفرینانه و اثربخشی آموزش نیز به عنوان مفاهیم اساسی در تئوری فرصت گرایی کارآفرینی مطرح می باشند. هدف پژوهش حاضر بررسی تاثیر آموزش کارآفرینی بر هوشیاری کارآفرینانه با نقش میانجی اثربخشی آموزش و آگاهی اقتصادی می باشد. 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 می دهد که در دوره آموزشی آنلاین کارآفرینی شرکت نمودند. نمونه گیری از طریق روش تصادفی ساده انجام و با استفاده از جدول مورگان حجم نمونه ۸۴ نفر تعیین گردید. ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه استاندارد بوده که پایایی و روایی آن بررسی و تایید شده است. برای بررسی فرضیه های پژوهش از روش معادلات ساختاری و نرم افزار اسمارت پی ال اس استفاده شد. نتایج به دست آمده نشان می دهد که آموزش مبحث کارآفرینی به دانشجویان میتواند به آنها در هوشیار بودن در حوزه کارآفرینی و داشتن شم اقتصادی کمک کند و به نوعی نشان از اثربخش بودن این نوع آموزش را نشان می دهد.

واژه های کلیدی: آموزش کارآفرینی، هوشیاری کارآفرینانه، اثربخشی آموزش، آگاهی اقتصادی

مقدمه

کارآفرینی شناخت و بهره بردن از موقعیت هایی است که تا کنون به آن ها به چشم فرصت دیده نشده است (فیودریک، ۲۰۰۸). فرایند عملی راه اندازی کسب و کار جدید با بهره برداری از فرصت آغاز می شود. حال این افراد (کارآفرینان) با آگاهی و هوشیاری کارآفرینانه هستند که به شناخت و بهره مندی فرصت ها شوق و اشتیاق دارند (باقرصاد و همکاران، ۱۳۹۱). کارآفرینان دارای درک عمیق از شناسایی فرصت ها به واسطه ویژگی های خاص خود از جمله هوشیار بودن کارآفرینانه می باشند (صارمی و همکاران، ۱۳۸۸). عوامل گوناگونی همچون ویژگی های شخصیتی، تحول در محیط پیرامونی، تجارب پیشین، دانش پیشین، دستیابی به اطلاعات و مسائل روان شناختی برای تشریح چگونگی شناخت و توسعه فرصت های جدید توسط افراد کارآفرین به ویژه با هویت هوشیارانه از دید محققان این حوزه در سالیان اخیر مد نظر قرار گرفته است (شین و ونکاتارامن، ۲۰۰۰؛ شفرد و همکاران، ۲۰۱۰). در سال های اخیر مفهوم هوشیاری کارآفرینانه به ساختار کلیدی در پژوهش های کارآفرینی تبدیل شده است (تانگ و همکاران، ۲۰۱۲). مفهوم هوشیاری کار آفرینانه که از ویژگی های کارآفرینان فرصت گرا است، به عنوان مفهوم اساسی در حوزه کارآفرینی مطرح می باشد (صفا و همکاران، ۱۳۹۵). نظریه پردازان کارآفرینی هنوز در مورد این که آیا کارآفرینی رفتاری اکتسابی بوده و قابل آموزش دادن است و یا صفتی ذاتی می باشد مردد هستند، از سوی دیگر سیاستمداران و سیاستگذاران همچنان مدافع آموزش کارآفرینی هستند زیرا آنها به نقش اقتصادی درک شده آن فکر می کنند (پسندیده و کیانی، ۱۳۹۷). تعیین اهداف درست در برنامه های آموزشی و سرفصل های دانشگاهی، تأثیر مهمی در توانمند کردن نیروی انسانی و اشتغال دارد (ظاهری و صفری، ۱۳۹۸). کرزنر اولین کسی بود که از واژه هوشیاری برای تشخیص فرصت کارآفرینانه استفاده کرد. (طالبی و همکاران، ۱۳۹۷). هوشیاری کارآفرینانه یکی از مهم ترین عوامل در تشخیص فرصت های کارآفرینی محسوب می شود (بارون، ۲۰۱۴). بسیاری از محققان موافقند که هوشیاری شامل ذهنیتی بر پایه چندین ظرفیت و فرایند همچون دانش قبلی، مهارت های تشخیص الگو و پردازش اطلاعات بنا نهاده شده است (کویی، ۲۰۱۹). فرایند یادگیری و آموزش نقش مهمی در کشف فرصت های کارآفرینان ایفا می کند. طبیعتا اگر کارآفرینی آموزش داده شود میتواند در اقتصاد اثرگذار باشد و باعث رشد آن شود و دانش آموختگان کارآفرینی نقش آفرینان اصلی در پویا سازی و انعطاف پذیری فضا های کسب و کار هستند (اوکانر، ۲۰۱۳). آموزش کارآفرینی تأثیر به سزایی بر ابعاد گوناگون نگرش، دانش، رفتار و مهارت دارد (فایفر، ۲۰۰۸). در حقیقت آموزش کارآفرینی سبب افزایش سطح عملکردی تمام ابعاد نگرش، دانش و مهارت می شود و همین امر باعث می شود که کارآفرینی به عنوان یک مسیر شغلی انتخاب شود (کوزلینسکا، ۲۰۱۲). آنچه منجر شده تا آموزش کارآفرینی ضرورت پیدا کند تعداد افراد تحصیلکرده، کاهش میزان استخدام در بازار که خود منجر به از دست دادن

^۱Fuduric^۲Shane& Venkataraman^۳Shepherd&etal^۴Tang&etal^۵Baron^۶Ocannor^۷Feifer^۸Kozlinska

فرصت میشود و علاوه بر این پاسخگو بودن آموزش عالی در محیط پرقابلیت حال حاضر میباشد (اوستربک و همکاران^۹، ۲۰۱۰). قطعاً افراد با دید کارآفرینی به دنبال ایجاد کسب و کار خود هستند که منجر به استفاده از دانش و خلق ثروت و فناوری می شود (لینان و همکاران^{۱۰}، ۲۰۱۰). همین امر منجر به متفاوت بود آموزش کارآفرینی از آموزش های عمومی میشود (علم بیگی و همکاران، ۱۳۹۴). امروزه آنچه که میتواند باعث پیشرفت یک سازمان و به نوعی اثربخشی و کارایی را بالا ببر نیاز به دوره های آموزشی میباشد (حجازی، ۱۳۹۳). و مهم تر از آن نوع این آموزش های میباشد که مهارت های کارآفرینی بیشتر نیاز است (شکاری و حیدرزاده، ۱۳۹۰). شاخص های متفاوتی برای ارزیابی اثربخشی آموزش کارآفرینی استفاده می شود. از آن جمله میتوان به ارزیابی دانش، مهارت، سطح علاقه مندی، درجه مشارکت در کلاس و ارزیابی تأثیر آن بر قصد کارآفرینی اشاره کرد. (آراستی و همکاران، ۱۳۹۳). مسئله تعیین و ارزیابی آگاهی اقتصادی گروه های مختلف اجتماعی و جمعیتی از اهمیت بالایی برخوردار است، زیرا مطالعه آگاهی اقتصادی تعیین کننده رفتار اقتصادی جمعیت است. یکی از مفروضات قوی تئوری کلاسیک اقتصادی در مورد رقابت کامل، وجود آگاهی و اطلاعات کامل در مورد فرصت های بازار است. افزایش پیچیدگی و دامنه وسیع تری از محصولات مالی، پویایی روزافزون توسعه محصولات جدید و رشد روزافزون اطلاعات اقتصادی و مالی، اهمیت سواد اقتصادی و مالی را افزایش می دهد. (کاشنیرویچ^{۱۱}، ۲۰۱۱) آموزش اقتصادی در خانواده زمینه ای برای مطالعه یا یادگیری در مورد چگونگی آماده سازی انسانها بعنوان بازیگران اقتصادی برای داشتن بینش و نگرش اقتصادی با توجه به تقاضای زمانهای انجام شده توسط اعضای خانواده است. (رحمت اله و امپا^{۱۲}، ۲۰۲۱) وجود آموزش اقتصادی در محیط خانواده می تواند انسانی اقتصادی را تشکیل دهد که در استفاده از پول و سایر منابع تولیدی و اقتصادی باشد. (سوریانی^{۱۳}، ۲۰۱۷) هر جامعه ای به دنبال آن است که زمینه را برای رشد و توسعه فعالیت های کارآفرینانه مهیا کرده و بخش قابل توجهی از سرمایه های خود را در این مسیر هدایت کند. یکی از این سرمایه ها که میتواند به عنوان یک مزیت رقابتی در اقتصاد کارآفرینی مطرح باشد نیروی انسانی است. به همین دلیل بخشی از برنامه های آموزشی در یک اقتصاد کارآفرین محور معطوف به توسعه قابلیت های فردی برای حرکت های کارآفرینی می باشد. کشور ما نیز که از دیرباز نمونه های موفقی از این پدیده اقتصادی را تجربه کرده در سال های اخیر توجه ویژه ای به امر آموزش کارآفرینی در سطوح و اقشار مختلف داشته است. در این راستا مسئله اصلی پژوهش به این صورت مطرح گردیده است: آیا آموزش کارآفرینی بر هوشیاری کارآفرینانه تأثیر می گذارد؟ آیا متغیر میانجی اثربخشی آموزش می تواند اثر بر دو متغیر دیگر داشته باشد؟

آموزش کارآفرینی: در گذشته فرض اساسی برای افراد کارآفرین این بوده است که این افراد ذاتاً کارآفرین متولد می شوند و دارای ویژگی های ذاتی مثل ابتکار، خلاقیت، هوش بالا، روحیه ریسک پذیری و دارای مهارت های ادراکی بالایی هستند و به نقش آموزش و پرورش کارآفرینی اعتقاد وجود نداشت. در حین آموزش کارآفرینی، دانشجویان می توانند بر روی پروژه های عملی کار کرده، بنابراین این امر باعث می شود دانشجویان خودکارآمدی خود را با توجه به دست آوردهای ملموس حاصل از این نوع فعالیت های عملی افزایش دهند (نووینسکی و همکاران، ۲۰۱۹)^{۱۴}. برخی صاحب نظران معتقدند که دانشگاه های مدرن باید نگرش کارآفرینانه به خود بگیرند تا تبدیل به مکانی گردند که آموزش کارآفرینی نقش اصلی و اساسی در آن ایفا کند (ابرو و

^۹Oosterbek&etal^{۱۰}Linan&etal^{۱۱}Kushnirovich^{۱۲}Rahmatullah&Ampa^{۱۳}Suryani^{۱۴}Nowinski et al.

همکاران، ۲۰۱۶؛ گیب، ۲۰۰۷). با توجه به علم و مهارت‌های کارآفرینانه، بسیاری از مطالعات نشان داده‌اند که آموزش کارآفرینی تأثیرگذار در توسعه‌ی مهارت‌های متفاوت کارآفرینانه، به‌صورت عملی خلاقیت در حل مسئله و شناسایی فرصت می‌باشد (کارلسون و موبرگ، ۲۰۱۳).^۱ واضح است که شواهد فراوانی وجود دارد که آموزش کارآفرینی تأثیر مثبتی بر دانشجویان دارد و تأثیر مثبت آموزش کارآفرینی برافزایش ظرفیت شناخت فرصت‌ها در مطالعات مشاهده شده است (مونوز و همکاران، ۲۰۱۱).^۲ آموزش کارآفرینی به‌طور گسترده‌ای برای تولید فرصت‌ها به‌منظور توسعه و پرورش کارآفرینان جوان نوظهور مورد تأیید می‌باشد (سیرلختیم و گانگی، ۲۰۱۵).^۳ والتر و بلاک^۴ 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 وقارموسوی 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 اعتمادبه‌نفس، 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 مسیرشغلی کارآفرینانه مهم می‌باشد. گیاندیس و مک^۵ 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^۶ 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، در دوره‌های بین فرهنگی، انواع روش‌های چهره به چهره و مبتنی بر فناوری، تأثیر وضعیت اقتصادی بر رضایت شرکت کنندگان مهم می‌باشند. دوآن و فان^۷ 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 به شدت بر قصد شروع یک تجارت تأثیر می‌گذارد

^۱ Abreu et al.^۲ Gibb^۳ Karlsson & Moberg^۴ Munoz et al.^۵ Sirelkhathim & Gangi,^۶ Walter & Block^۷ Gianiodis & Meek^۸ Stefanic & etal^۹ Doan & Phan

هوشیاری کارآفرینانه: کرزنر از جمله دانشمندانی بود که برای اولین بار از کلمه هوشیاری کارآفرینانه به منظور تحلیل و تبیین در حوزه تشخیص فرصت های کارآفرینی استفاده . کرزنر اشاره می کند که کارآفرینان چه در حال و چه در آینده متصور خود، می بایست نسبت به کشف فرصت ها آگاه و هوشیار باشند(کرزنر؛ ۲۰۰۹). او پیش از این نیز معتقد بود هوشیاری کارآفرینانه به توجه نشان دادن به فرصت های نادیده گرفته شده حتی بدون جست و جو برای آن ها اطلاق می شود. این برداشت از هوشیاری را شور و شوقی برای فرموله کردن تصویری از آینده می نامید(کرزنر، ۱۹۸۶). تانگ هوشیاری کارآفرینانه را از حیاتی ترین عوامل در تشخیص فرصت های کارآفرینی می داند 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 می کند هوشیاری توانایی ارتباط برقرار کردن بین تکه هایی از اطلاعات پراکنده و جمع کردن آن ها به منظور تحلیل و در ادامه دست یابی به فرصتی کارآفرینانه در بازار کار می باشد(تانگ و همکاران، ۲۰۱۲). فرآیند فرصت یابی کارآفرینانه توسط افراد هوشیار فرایندی آگاهانه و تیز بینانه است که شامل شناخت و بهره برداری از فرصت می باشد(لامپکین و لیختنشتاین، ۲۰۰۵). هوشیاری کارآفرینانه به مثابه یک منبع شناختی است که یک کارآفرین از آن بهره می گیرد و در مهارت های شناسایی فرصت های ایجاد کسب و کار در بازار بیشتر از دیگران توانایی دارد(هلفات و پترگ؛ ۲۰۱۵). تانگ در سال ۲۰۱۲ با مطالعه ی هوشیاری کارآفرینانه به ارائه مدلی بر مبنای ۳ بعد جستجوی اطلاعات، ارتباط دادن بین آن ها و ارزیابی بر هوشیاری کارآفرینانه و پی بردن به اهمیت و نقش آن ها در فرایند هوشیاری رسید. ننه^۷ در سال ۲۰۱۹ با مطالعه عملگرایی در هوشیاری کارآفرینانه به این نتیجه رسید که در فرایند هوشیاری، خلاقیات کارآفرینانه و عملگرا و متعهد بودن، صفات و شخصیت هایی هستند که نقش اساسی را بازی می کند. لی^۸ و همکاران در سال ۲۰۱۶ با مطالعه هوشیاری کارآفرینانه و تاثیر آن روی کارآفرینی سازمانی به این نتیجه رسیدند که هوشیاری کارآفرینانه می تواند رفتار سازمانی کارآفرینانه را تمایز دهد و می تواند سرعت تصمیم گیری های تیم مدیریتی را بالا برده و فرایند شناخت فرصت های کارآفرینانه را بهبود بخشد. صفا و همکاران در سال ۱۳۹۵ با مطالعه هوشیاری کارآفرینانه به این نتیجه رسیدند که در بین ایرانی های کارآفرین مفهوم فرصت به کار گرفته میشود و به نوعی ذاتی و اکتسابی میباشد. طالبی و همکاران در سال ۱۳۹۷ با مطالعه ابعاد هوشیاری کارآفرینانه و رابطه ی آن ها بر مبنای رویکرد پردازش اطلاعات انسانی به این نتیجه رسیدند که رابطه ی معناداری بین دانش پیشین و تحلیل بازار، تشخیص فرصت و هوشیاری کارآفرینانه می باشد.

اثربخشی آموزش: میزان تاثیر که این آموزش میتواند در مهارت افراد به صورت عملی و کاربردی داشته باشد و به گونه ای خواسته ها و اهداف را اجرایی نماید اثربخشی آموزش میگویند(شکاری و حیدرزاده، ۱۳۹۰). آنچه که میتواند نشان دهد که آموزش های کارآفرینی تا چه اندازه اثربخش بوده است قصد افراد از یادگیری کارآفرینی میباشد(آراستی و همکاران، ۱۳۹۳). به منظور ارزیابی اثربخشی یک روش آموزش کارآفرینی می توان از سنجش تغییرات قصد کارآفرینی افرادی استفاده کرد که روش مورد نظر برایشان اجرا می شود(گودسی؛ ۲۰۱۶). شکاری و حیدرزاده در سال ۱۳۹۰ در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند

^۱ Kirzner

^۲ Lumpkin & Lichtenstein,

^۳ Helfat & Peterag,

^۴ Neneh

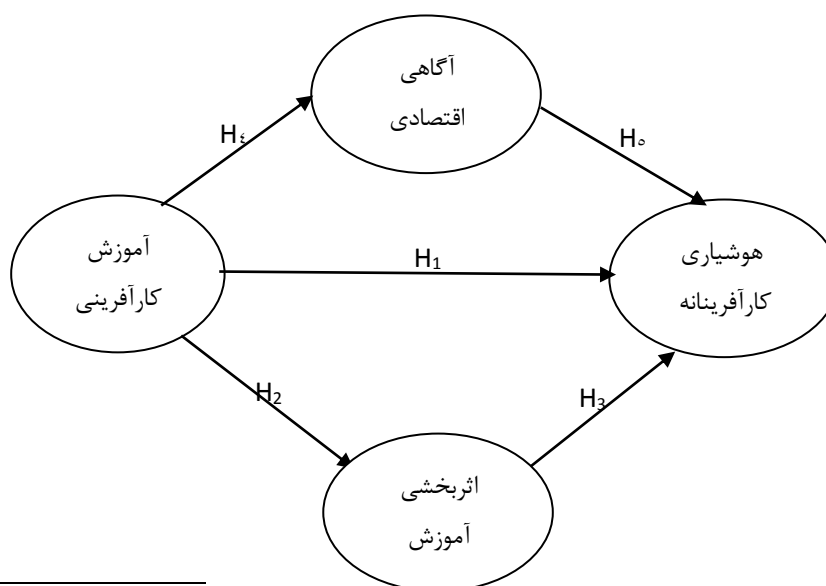
^۵ Lee

^۶ Godsey

که مهارت‌های شخصی، مهارت‌های مدیریتی، مهارت‌های فنی مهم تلقی شده است. لیتل و همکاران^۱ در سال ۲۰۲۰ با استفاده از آموزش پذیرش و تعهد به منظور افزایش اثربخشی آموزش مهارت‌های رفتاری به این نتیجه رسیدند که عوامل توجه لحظه به لحظه، ارزش، ملاک پذیرش، پیشگیری، عمل متعهد، رفتارهای پشتیبانی شده که منجر به تقویت کننده های مثبت در زمینه آموزش میشود، برنامه های عملیاتی مهم هستند.

آگاهی اقتصادی: در بیست سال گذشته، طیف گسترده ای از مطالعات در مورد آگاهی اقتصادی انجام شده است. بیشتر این مطالعات سطح پایین آگاهی اقتصادی و به ویژه مالی مردم را نشان می دهد. به عنوان مثال، جاکوب و همکاران^۲ (۲۰۰۰) در بین اکثریت آمریکایی ها، به ویژه جوانان، سواد بسیار کمی در اقتصاد، مالی شخصی و مسائل مصرف کننده یافت. چن و پاولیکو^۳ (۱۹۹۸) از ۹۲۴ دانشجوی دانشگاه برای بررسی سواد مالی شخصی آنها نظر سنجی کردند. آنها دریافتند که دانشجویان به سوالات اختصاص داده شده به دانش عمومی، پس انداز و وام پاسخ صحیح تری می دهند و در مورد بیمه و سرمایه گذاری آگاهی کمتری دارند. نظرسنجی انجام شده توسط موسسه برنامه ریزان مالی معتبر (۱۹۹۳) در ایالات متحده آمریکا نشان داد که دانش ضعیف در مورد مبانی سرمایه گذاری متداول ترین مشکلی است که مشتریان آنها با آن روبرو بوده اند و بیسواد مالی در هنگام تصمیم گیری های مالی فردی یک مشکل اساسی است. طبق نظرسنجی از خانوارهای ایتالیایی، ۳۵ درصد سرمایه گذاران بالقوه از سهام و ۵۰ درصد از صندوق های سرمایه گذاری بی اطلاع بودند. (گیسو و جاپلی، ۲۰۰۳) این داده ها نشانگر عدم اطلاعات اقتصادی اساسی و آگاهی مالی است. آگاهی اقتصادی کل معمولاً شامل آگاهی از فعالیت اقتصادی روزمره، مشکلات اقتصادی کلان، مسائل مالی و بانکی است. با این حال، عامل اصلی تعیین آگاهی اقتصادی، آگاهی از مسائل مالی است. (اولکین، ۲۰۰۴)

با توجه به مرور ادبیات انجام شده، الگوی مفهومی پژوهش در شکل (۱) ارائه شده است



^۱Little&etal

^۲Jacob&etal

^۳Chen&Pavlicko

^۴Guiso&Jappelli

^۵Evarkin

روش تحقیق

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و براساس ماهیت و روش، توصیفی-همبستگی است. جامعه پژوهش حاضر ۱۴۰ نفر از دانشجویان کارشناسی آموزش ابتدایی را در برگرفته و جامعه آماری شامل ۱۰۴ نفر از این افراد که در دوره آموزش کوتاه مدت کارآفرینی (که به صورت مجازی و در دسته های ۲۶ نفری انجام شده) در نظر گرفته شد. حجم نمونه با استفاده از جدول مورگان ۸۴ نفر محاسبه گردید. برای نمونه گیری از روش تصادفی ساده که زیر مجموعه ای از نمونه گیری احتمالی است، استفاده گردید. پرسشنامه مورد استفاده برای جمع آوری داده های این پژوهش شامل ۳۸ گویه است. گزینه های آن نیز به صورت طیف لیکرت پنج گزینه ای است. بخش اول پرسشنامه داده های جمعیت شناختی و در بخش دوم به منظور سنجش متغیر آموزش کارآفرینی از ۶ سوال بر مبنای یافته های مطالعات هوپر و همکاران (۲۰۱۴) و همچنین آراستی و همکاران (۱۳۹۶) استفاده شد. برای سنجش متغیر هوشیاری کارآفرینانه از پرسشنامه استاندارد ۱۳ سوالی تانگ (۲۰۱۲) و برای متغیر میانجی اثربخشی آموزش از پرسشنامه چو و باولی (۲۰۰۷) نیز از پرسشنامه استاندارد ۹ سوالی استفاده شد. و در آخر برای متغیر میانجی آگاهی اقتصادی از پرسشنامه ۱۰ سوالی هابیل و وارگا (۲۰۱۹) که استاندارد نیز میباشد استفاده شده است. ابزار تجزیه و تحلیل داده ها نرم افزار های اس پی اس ویرایش ۲۲ و اسمارت پی ال اس ویرایش ۳، روش تجزیه و تحلیل آنها الگوسازی معادلات ساختاری است.

یافته ها

ویژگی های جمعیت شناختی نمونه بررسی شده نشان دهنده این است که ۵۴ درصد پاسخ دهندگان مرد و ۴۵ درصد زن بوده اند. از لحاظ سنی ۵۴ درصد کمتر از ۳۰ سال، ۳۳ درصد بین ۳۰-۴۰ سال و ۱۱ درصد بین ۴۰-۵۰ سال قرار داشتند. از نظر سابقه کاری ۴۶ درصد تا ۵ سال و کمتر، ۳۴ درصد ۶-۱۰ سال و ۱۹ درصد بین ۱۱-۱۵ سال قرار داشتند. برای تحلیل داده ها از آزمون کالموگوروف-اسمیرنوف به منظور بررسی نرمال بودن توزیع داده ها استفاده شد با توجه به این که سطح معناداری آزمون کمتر از ۰,۰۵ است. ادعای نرمال بودن داده ها پذیرفته نمی شود. به همین دلیل برای آزمون فرضیه های پژوهش از الگوسازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار pls استفاده شد.

آزمون بررسی توزیع داده ها

جدول ۱ نتایج آزمون کولمگروف-اسمیرنوف

متغیرها	تعداد	میانگین	انحراف معیار	کولمگروف - اسمیرنوف	سطح معنی داری
آموزش کارآفرینی	۸۴	۶,۳۲	۱,۹۰	۰,۲۲۷	۰,۰۰۰
هوشیاری کارآفرینانه	۸۴	۶,۷۲	۱,۹۸	۰,۲۱۱	۰,۰۰۰
اثربخشی آموزش	۸۴	۶,۴۵	۱,۰۵	۰,۱۸۷	۰,۰۰۰
آگاهی اقتصادی	۸۴	۶,۵۲	۲,۰۴	۰,۱۸۷	۰,۰۰۰

با توجه به اینکه سطح معناداری برای آزمون k-s کمتر از ۰,۰۵ میباشد در نتیجه توزیع داده ها نرمال نمیباشد. براین اساس برای تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار Smart Pls استفاده می گردد.

Huber&etal

Habil&Varga

سنجش بارهای عاملی:

جدول ۲ ضرایب بارهای عاملی

ردیف	ابعاد	گویه ها	بار عاملی	آماره تی
۱	آموزش کارآفرینی	میل به موفقیت	۰,۶۳۹	۹,۱۷۶
۲		عزیت نفس	۰,۶۷۱	۷,۶۰۷
۳		شناسایی فرصت	۰,۶۸۹	۱۱,۱۲۰
۴		خودباوری	۰,۸۵۲	۲۲,۰۳۴
۵		ریسک پذیری	۰,۴۳۰	۳,۸۶۰
۶		توانمندی در کار تیمی	۰,۸۴۷	۴,۳۳۲
۷	اثربخشی آموزش	من از دوره آموزش توسعه مدیریت که در آن مشارکت کردم، راضی هستم.	۰,۹۲۶	۲,۳۰۸
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	۳,۰۵۸
۹		من فرصت دارم تا از دانش و یا مهارت های ارائه شده در این دوره آموزشی استفاده کنم.	۰,۸۷۳	۳۱,۱۰۴
۱۰		اعتماد من به استفاده از دانش و یا مهارت های ارائه شده در این دوره افزایش یافته است.	۰,۸۷۷	۳,۸۸۱
۱۱		مدیریت من را تشویق میکند تا دانش و یا مهارت های آموخته شده در این دوره را به کار ببرم.	۰,۹۳۶	۲,۳۹۸
۱۲		مدیر من در زمینه چگونگی به کار بردن مفاهیم فراگرفته شده در شغلم من را هدایت میکند.	۰,۵۰۶	۴,۳۳۰
۱۳		در نتیجه شرکت در دوره آموزش توسعه مدیریت ایده های جدیدی را به طور موفقیت آمیزی تولید کرده ام	۰,۷۷۳	۲۱,۲۷۹
۱۴		دوره آموزش توسعه مدیریت به من کمک کرده است تا کارم را به صورت اثربخش تری انجام دهم.	۰,۷۷۷	۱۴,۰۹۵
۱۵		من شرکت در این دوره را به دیگران توصیه میکنم	۰,۵۷۹	۸,۳۱۳
۱۶	هوشیاری کارآفرینانه	دائماً برای کسب اطلاعات جدید با دیگران در ارتباط هستم .	۰,۵۰۹	۷,۴۱۴
۱۷		همیشه ایده های تجاری جدید را برای کسب اطلاعات بررسی می کنم .	۰,۸۲۶	۷,۳۰۲
۱۸		همیشه به صورت منظم، اخبار ، مجلات و مقالات کسب و کار را برای کسب اطلاعات جدید مطالعه می کنم .	۰,۷۲۹	۱۴,۶۷۰
۱۹		هر روز در اینترنت جستجو می کنم .	۰,۹۲۱	۳,۱۸۰
۲۰		همیشه علاقه مند به جست و جوی اطلاعات هستم .	۰,۹۲۳	۶,۱۲۷
۲۱		همیشه فعالانه به جست و جوی اطلاعات جدید می پردازم .	۰,۴۳۴	۷,۸۷۴
۲۲		ارتباط بین اطلاعات به ظاهر نامرتبط به هم را می بینم .	۰,۴۱۲	۳,۳۸۹
۲۳		من در ارتباط برقرار کردن ، خوب هستم .	۰,۸۵۱	۶,۷۳۹

۲۴	معمولا اطلاعاتی که قبلا مورد استفاده نبوده را پیگیری میکنم.	۰,۹۱۲	۹,۳۲۰
۲۵	نسبت به فرصت های بالقوه احساس بهتری دارم	۰,۶۴۱	۶,۴۹۱
۲۶	می توانم بین فرصت های مفید و غیر مفید تفاوت قائل شوم .	۰,۶۴۴	۸,۸۱۴
۲۷	میتوانم فرصت های باارزش را تشخیص دهم	۰,۸۵۳	۱۵,۶۲۱
۲۸	توانایی آن را دارم که از بین فرصت های مختلف بهترین را برگزینم	۰,۷۲۴	۹,۳۱۳
۲۹	اگر پول ندارم ، نگران نیستم زیرا می توانم وام نیز بگیرم.	۰,۴۳۵	۱۹,۷۸۵
۳۰	من به تبلیغات محصولات مالی اعتماد دارم.	۰,۶۸۷	۷,۵۲۰
۳۱	ارزش پول فعلی من همیشه بیشتر از پول آینده من است (آنچه پس انداز خواهم کرد)	۰,۸۳۶	۳۳,۱۹۰
۳۲	من همیشه مراقب اوضاع خارجی و رویدادهای اقتصادی تأثیرگذار بر جیبم هستم.	۰,۸۷۹	۳۱,۴۴۹
۳۳	در سوالات مالی سعی می کنم به منابع خارجی اطلاعات (مشاوران ، درگاه های خبری اقتصادی و غیره) اعتماد کنم.	۰,۹۰۹	۴,۰۱۴
۳۴	من در وهله اول نظر پدر و مادر / آشنایان نزدیک خود را هنگام تصمیم گیری مالی در نظر می گیرم.	۰,۴۰۶	۶,۱۴۱
۳۵	من همیشه مراقب امور مالی خود هستم.	۰,۸۹۰	۹,۶۸۷
۳۶	سعی می کنم تمام پولم را خرج نکنم ، مقداری را برای آینده کنار می گذارم.	۰,۴۸۶	۴,۷۹۶
۳۷	من همیشه قبل از تصمیم گیری مالی خوب مطلع هستم.	۰,۹۲۴	۸,۴۹۵
۳۸	اگر برای خرید بیرون بروم ، قیمت ها را بررسی می کنم.	۰,۴۶۵	۳,۱۸۷

آگاهی اقتصادی

با توجه به اینکه تمامی سوالات دارای بار عاملی بالای ۰,۴ می باشد میتوان گفت که سوالات نشان از مناسب بودن دارد.

آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و روایی همگرا

جدول ۳ معیار آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و روایی همگرا متغیرهای پنهان پژوهش

متغیرها	نماد	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	میانگین واریانس استخراجی
آموزش کارآفرینی	Ee	۰,۸۵۹	۰,۸۹۵	۰,۵۸۹
هوشیاری کارآفرینانه	EH	۰,۹۵۲	۰,۷۵۹	۰,۶۵۴
اثربخشی آموزش	TE	۰,۸۲۸	۰,۹۴۲	۰,۶۷۴
آگاهی اقتصادی	EA	۰,۷۲۶	۰,۷۴۱	۰,۶۳۱

با توجه به اینکه مقدار مناسب برای آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی ۰/۷ و مقدار مناسب برای AVE برابر ۰/۵ است و مطابق با یافته های جدول فوق این معیارها در مورد متغیرها مقدار مناسبی را اتخاذ نموده اند.

روایی واگرا: مقادیر قطر اصلی ماتریس (جذر ضرایب AVE هر سازه) از مقادیر پایین (ضرایب همبستگی بین هر سازه با سازه های دیگر) بیشتر بوده و این مطلب نشان دهنده ی قابل قبول بودن روایی واگرای سازه هاست.

جدول ۴ ماتریس مقایسه جذر AVE و ضرایب همبستگی شاخص ها

متغیرها	آموزش کارآفرینی	هوشیاری کارآفرینانه	اثر بخشی آموزش	آگاهی اقتصادی
آموزش کارآفرینی	۰,۷۶۷			
هوشیاری کارآفرینانه	۰,۶۱۱	۰,۸۰۸		
اثر بخشی آموزش	۰,۷۴۹	۰,۴۴۵	۰,۸۲۰	
آگاهی اقتصادی	۰,۷۱۱	۰,۴۴۱	۰,۷۵۶	۰,۷۹۴

معیار R^2 (واریانس تبیین شده) و معیار Q^2 (قدرت پیش بینی مدل):

R^2 معیاری است که نشان از تأثیر یک متغیر برونزا بر یک متغیر درونزا دارد و سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ به عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی R^2 در نظر گرفته می شود. مطابق با جدول زیر، مقدار R^2 برای سازه های درونزای پژوهش محاسبه شده است که با توجه به سه مقدار ملاک قوی برازش مدل ساختاری تأیید می گردد. در مورد قدرت پیش بینی سه مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ مدنظر می باشد نتایج جدول زیر نشان از قدرت پیش بینی قوی مدل در خصوص سازه های درونزای پژوهش دارد و برازش مدل ساختاری را تأیید می سازد.

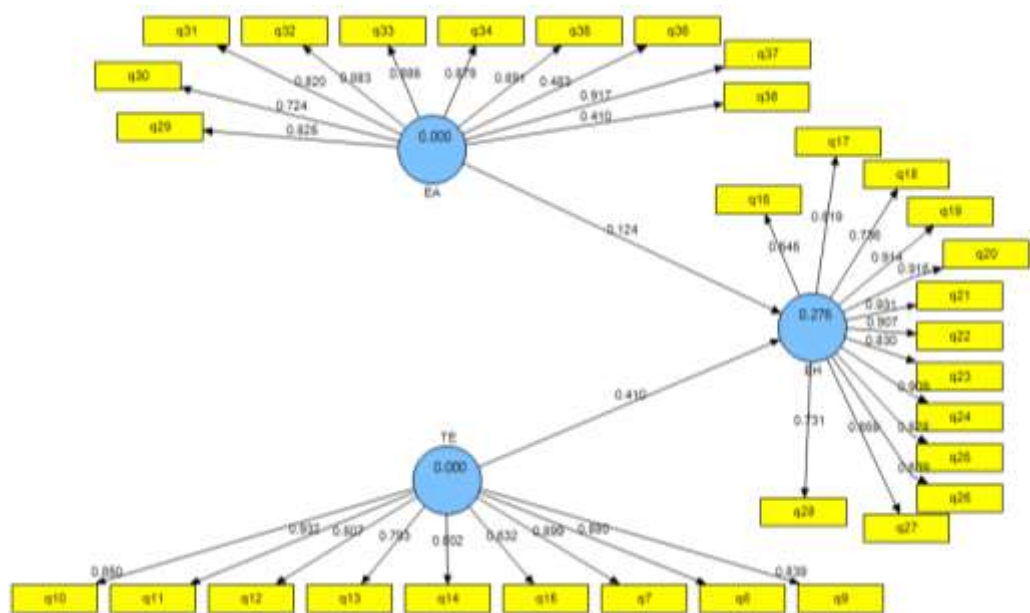
جدول ۵ معیار R^2 و Q^2 برای سازه های درونزا

متغیرها	R^2	SSO	SSE	$1-Q^2 = \frac{SSE}{SSO}$
هوشیاری کارآفرینانه	۰,۴۶۸	۱۰۹۲,۰۰۰۰۰	۸۷۲,۳۶۶۵۵۷	۰,۲۰۱
اثر بخشی آموزش	۰,۷۲۲	۷۵۶,۰۰۰۰۰۰	۴۱۴,۴۲۰۱۶۵	۰,۴۵۱
آگاهی اقتصادی	۰,۸۳۱	۸۴۰,۰۰۰۰۰۰	۴۱۲,۲۹۳۴۷۲	۰,۵۰۹

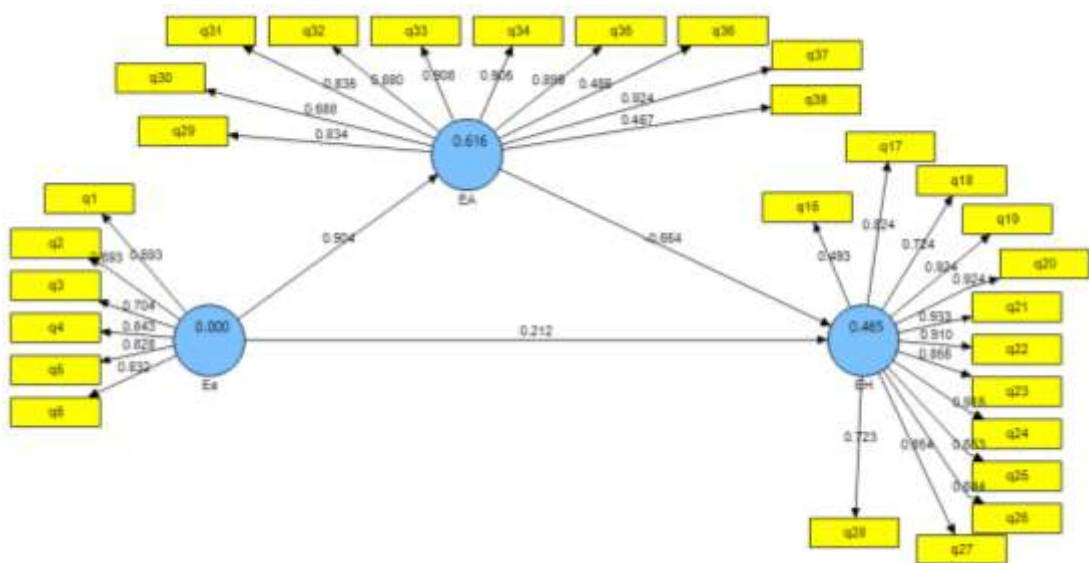
- آزمون اندازه اثر (F^2): اندازه اثر F^2 به صورت نسبی از تغییرات R^2 به روی بخشی از واریانس متغیر مکنون درونزا است که به صورت تبیین نشده در مدل باقی می ماند. طبق نظر کوهن مقادیر ۰/۰۲ و ۰/۱۵ و ۰/۳۵ برای F^2 به ترتیب بیانگر اثر کوچک، متوسط و بزرگ است.

جدول ۷ آزمون اندازه اثر

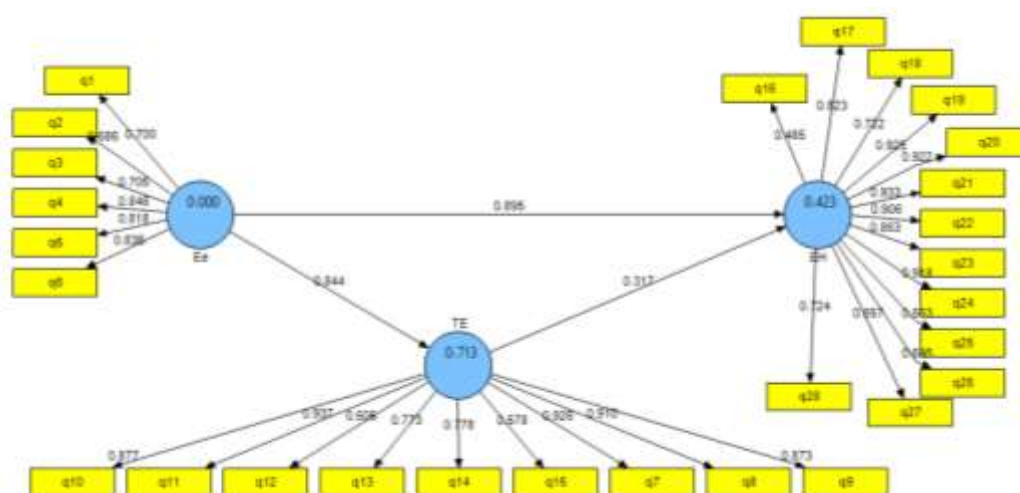
مسیر	$R^2_{included}$	$R^2_{excluded}$	F^2
$F^2(Ee-----EH)$	۰,۴۶۸	۰,۲۷۶	۰,۳۶۰
$F^2(TE-----EH)$	۰,۸۳۱	۰,۷۱۶	۰,۶۸۰
$F^2(EA-----EH)$	۰,۷۲۲	۰,۶۱۳	۰,۳۹۲



شکل ۱ اندازه اثر مسیر اول



شکل ۲ اندازه اثر مسیر دوم



شکل ۳ اندازه مسیر سوم

- **معیار افزونگی:** این شاخص معیار سنجش کیفیت مدل ساختاری برای هر متغیر درون‌زا با توجه به مدل اندازه‌گیری آن است و نشانگر مقدار تغییرپذیری شاخص‌های یک سازه درون‌زا است که از یک یا چند سازه برون‌زا تأثیر می‌پذیرد هر چه مقدار Redundancy بیشتر باشد نشان از برازش مناسب تر بخش ساختاری مدل در یک پژوهش دارد این معیار به صورت زیر تعریف می‌شود:

$$\text{Redundancy} = \text{comminality} * R^2$$

جدول ۸ معیار افزونگی

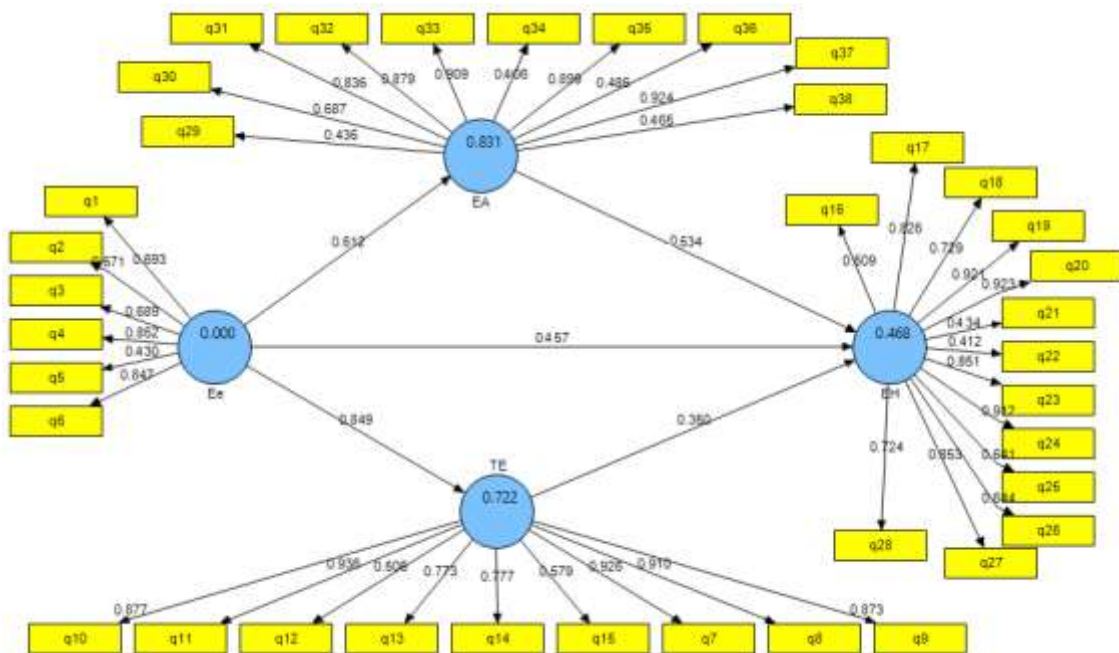
متغیرها	Redundancy
هوشیاری کارآفرینانه	۰,۳۰۶
اثر بخشی آموزش	۰,۴۸۶
آگاهی اقتصادی	۰,۵۲۴

معیار Gof: برای بررسی برازش مدل کلی از معیار Gof استفاده می‌شود. سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای Gof معرفی شده است با توجه به مقدار به دست آمده برای GOF به میزان ۰,۵۶۴ برازش مناسب مدل کلی تأیید می‌شود.

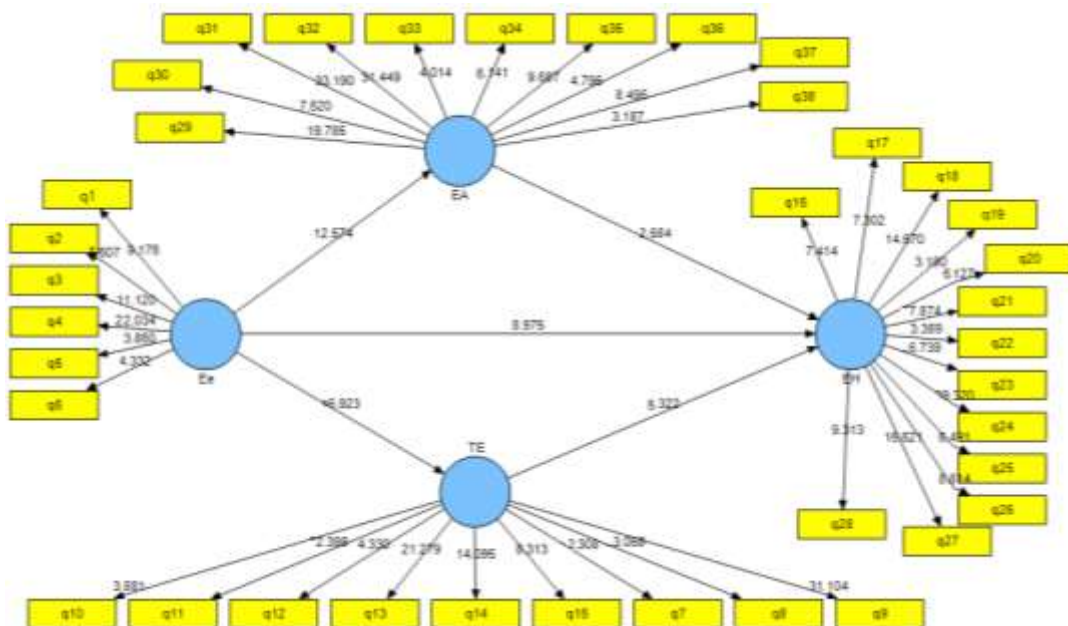
جدول ۹ برازش مدل کلی

متغیرها	R ²	Communalities
آموزش کارآفرینی	-	۰,۵۸۹
هوشیاری کارآفرینانه	۰,۴۶۸	۰,۶۵۴
اثر بخشی آموزش	۰,۷۲۲	۰,۶۷۴
آگاهی اقتصادی	۰,۸۳۱	۰,۶۳۱
میانگین	۰,۵	۰,۶۳۷
GOF		۰,۵۶۴

آزمون فرضیه های پژوهش



شکل ۴ ضرایب مسیر



شکل ۵ ضرایب آماری

جدول ۸ فرضیات

فرضیه	متغیر مستقل	تاثیر	متغیر وابسته	ضریب مسیر	آماره T	نتیجه
H ₁	آموزش	←	هوشیاری	۰,۴۵۷	۸,۹۷۵	پذیرش

			کارآفرینانه		کارآفرینی	
پذیرش	۶,۹۲۳	۰,۸۴۹	اثربخشی آموزش	←	آموزش کارآفرینی	H ₂
پذیرش	۵,۳۲۲	۰,۳۵۰	هوشیاری کارآفرینانه	←	اثربخشی آموزش	H ₃
پذیرش	۲,۶۲۴	۰,۴۱۶	هوشیاری کارآفرینانه		آموزش کارآفرینی	H ₄
پذیرش	۱۲,۵۷۴	۰,۶۱۲	آگاهی اقتصادی	←	آموزش کارآفرینی	H ₅
پذیرش	۲,۶۸۴	۰,۵۳۴	هوشیاری کارآفرینانه	←	آگاهی اقتصادی	H ₆
پذیرش	۴,۲۱۹	۰,۳۹۳	هوشیاری کارآفرینانه		آموزش کارآفرینی	H ₇

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 تاثیر متغیر میانجی دارد. برای محاسبه مقدار T-Value از آزمون سوپل استفاده شده است.

نتیجه‌گیری

امروزه دانشگاه‌ها برای این که بتوانند نقش مهمی در تغییرات جوامع داشته باشند، باید کارآفرینانه عمل کنند و بتوانند ضمن آموزش افراد، با ایجاد کسب و کارها، مهارت و تجربه را در دانشجویان افزایش دهند. در اسناد توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور (سند چهارم، پنجم و ششم) نیز به جایگاه آموزش کارآفرینی، ایجاد شرکت‌های دانش بنیان و حمایت از کارآفرینان دانشگاهی توجه شده است. با توجه به پژوهش‌های انجام شده میتوان نتیجه گرفت افرادی که دارای هوشیاری کارآفرینانه هستند فرصت‌های طلایی را که ممکن است خیلی خود را نشان دهد را پیدا کنند درواقع به نوعی تداعی کننده خلاقیت و تصویرسازی در کارآفرینان می باشد. بنابراین این موضوع نیز میتواند تاثیر خاصی در موفقیت کارآفرینی داشته باشد. اگرچه تمرکز بر ارتقا می تواند یک نگرش ذهنی یا وابسته به موقعیت باشد، تحقیقات گذشته نشان می دهد که شرایط محیطی با عدم اطمینان بالا به مانند مواقعی که ذهنیت کارآفرینانه بیشترین جذابیت را برای کارآفرینان دارد، تمایل به ایجاد حالات تمرکز نظارتی وابسته به موقعیت را ایجاد می کند که اثرات گرایشی ذهنی با قدرت غالب و تفاوت‌های فردی دیگر را برای کارآفرین مهم جلوه می دهد.

این پژوهش با هدف بررسی تاثیر آموزش کارآفرینی بر هوشیاری کارآفرینانه با نقش میانجی اثربخشی آموزش در بین دانشجویان پردیس چمران دانشگاه فرهنگیان انجام گرفته است. یکی از علل انتخاب دانشجویان رشته آموزش ابتدایی، اهمیت نقش آموزش ابتدایی و توجه به مقوله کارآفرینی به عنوان اصلی ترین مقطع آموزشی کشور می باشد. فرضیه اول و دوم پژوهش مبنی بر تاثیر آموزش کارآفرینی بر هوشیاری کارآفرینانه و اثربخشی آموزش است و نتایج بدست آمده از آزمون آن‌ها

نشان می دهد که آموزش کارآفرینی بر هوشیاری و اثربخشی آموزش تاثیر مثبت و معنادار دارد. به این ترتیب هرچه آموزش کارآفرینی بهینه و غنی تر باشد، احتمال افزایش ذهنیت و اثربخشی بیشتر میشود. این نتایج با پژوهش های (کویی و همکاران ۲۰۱۹؛ سولسویک و همکاران ۲۰۱۳) مطابق بودند. فرضیه سوم بیانگر تاثیر اثربخشی آموزش بر هوشیاری کارآفرینانه است که نتایج حاکی از تاثیر مثبت و معنادار اثربخشی آموزش بر هوشیاری کارآفرینانه می باشد. فرضیه چهارم بیانگر تاثیر غیرمستقیم آموزش کارآفرینی بر هوشیاری کارآفرینانه با نقش میانجی اثربخشی آموزش است که این فرضیه نیز مورد پذیرش قرار گرفت. پژوهشی که با یافته های فرضیه سوم و چهارم هم خوانی داشته باشد، مشاهده. حال در این راستا سعی شده است که پیشنهاداتی در جهت کمک به آن دسته از دانشجویانی که آموزش کارآفرینی را ندیده اند ارائه شود و از طرفی این پیشنهادات منجر به تقویت دانشجویان آموزش دیده شود. دانشگاه در کنار آموزش های علمی و گاهی مهارت های فنی رشته موردنظر، آموزش کارآفرینی ارائه می کند این امر سبب می شود دانشجویانی که ویژگی های کارآفرینانه را از خانواده با خود آورده اند و آموزش کارآفرینی را نیز دیده اند تمایل به راه اندازی کسب و کار پیدا کنند. هوشیاری کارآفرینانه باعث افزایش رشد اقتصادی می شود، بهره وری را بالا می برد و باعث به وجود آمدن فناوری، کالاها و خدمات جدید و عملکرد صادراتی بهتر می شود. از این رو توجه به هوشیاری کارآفرینی در سازمان ها امر بدیهی می باشد، بدین ترتیب توجه به این متغیر در سازمان ها دارای اهمیت ویژه ای می باشد. امروزه کسب و کارهایی موفق هستند و در دنیای پر رقابت کنونی می توانند به حیات خود ادامه دهند که به طور دائم افکار و اندیشه های کارآفرینانه را کاربردی نمایند و محیطی یادگیرنده با رویکرد بلند مدت ایجاد نموده اند. از نظر آموزش، صنعت و دولت از این دیدگاه که ارتقا سطح آگاهی اقتصادی باید در سطح بزرگسالان تشویق شود، پشتیبانی زیادی می کند تا مکمل توسعه گسترده آن در مدارس / دانشکده ها باشد. با این وجود، عدم اطمینان زیادی در مورد چگونگی دستیابی به این مهم و اهداف آموزش آگاهی اقتصادی در هنگام برخورد با دانشجویان بالغ وجود دارد. مبنایی آگاهانه برای تصمیمات اقتصادی که همه ما در زندگی شخصی خود و در زندگی خود به عنوان شهروند، تولیدکننده و مصرف کننده می گیریم، فراهم کنیم. درک بیشتر از تاثیر نیروهای اقتصادی و سیاسی بر افراد، جامعه و محیط زیست را ترویج دهد. ارزیابی انتقادی جنبه های اقتصادی زندگی ما را تشویق کنید.

پیشنهادهای

۱. 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 می شود در کنار آموزش به صورت تئوریک، آموزش به شکلی کاملاً کاربردی انجام شود، که این گونه استعدادهای دانشجویان شناسایی و شکوفا شده و تمایل آنها به کارآفرینی تحریک شده، به طوری که دانشجو پس از فارغ التحصیل شدن به سراغ کارآفرینی رفته و خود به یک کارآفرین تبدیل شود.

۲. در دانشگاه ها باید دروسی طراحی و تدریس شوند که با نیازهای روز جامعه و فضای کسب و کار کنونی تطابق و هماهنگی داشته و دائماً مطابق با شرایط جامعه و اقتصاد، بروز و بومی سازی شوند. همچنین دروس عملی باید در واحدهای درسی رشته کارآفرینی گنجانده شوند. از طرف دیگر دانشگاه به عنوان بستر اصلی پرورش کارآفرینان برتر باید فرصت های مناسبی برای انجام فعالیتهای عملی ایجاد کند و نیز شرایطی را فراهم آورد تا دانشجویان بتوانند به طور 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 در صدد رفع مشکلات و ایجاد ایده های نوین و نوآورانه برآیند و از موفقیت های موجود درس بگیرند. همچنین پیشنهاد می شود دانشگاه با برگزاری کارگاه ها و همایش های 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 به عنوان سخنران مهمان در کلاسهای درس به عنوان کسانی که در زمینه کارآفرینی در حال فعالیت هستند و از نزدیک آن را تجربه کرده اند برای دانشجویان صحبت کرده و تجربیات مفیدشان را در اختیار دانشجویان قرار دهند.

۳. دانشجویان با بهره گیری از تعالیم آموخته شده توسط اساتید، استعدادها و توانایی های لازم در زمینه کارآفرینی ازجمله: سطح خلاقیت، تمایل به ریسک-پذیری، اعتماد به نفس و غیره را در خود تقویت کنند تا بتوانند از تحصیل در این رشته بیشترین بهره مندی را داشته و تمایل شان به انجام کارهای کارآفرینانه و نوآورانه بیشتر شود. شناخت دانشجویان از محیط کسب و کار کنونی، دیگر عاملی است که می تواند به موفق بودن 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 کسب و کار روز جامعه بالا ببرند. چرا که جامعه و اقتصاد آن و محیط کسب و کار دائماً در حال تغییر و تحول است و در هر دوره نیازهای خاص خود را دارد. لذا دانشجویان با شناخت کافی از محیط کسب و کار کنونی بهتر می توانند دروس و مهارت های آموزش دیده در دانشگاه را با نیازهای فعلی جامعه خود مطابقت دهند و از این آموزش ها بهره لازم را ببرند. همچنین پیشنهاد می شود که دانشجویان در کلاس های درس نقشی پویا و فعال داشته باشند تا بتوانند هم تجربیات خودشان را در اختیار سایرین قرار داده و هم بتوانند از تجربیات آن ها بهره مند شوند. برای این منظور به دلیل کم بودن وقت کلاس های درس و نیز برای این که دانشجویان در کلاس ها از اساتید بهره لازم را ببرند، می توانند در خارج از کلاس ها، انجمن هایی تشکیل داده و در آن جا گرد هم آیند و تبادل اطلاعات کنند و با هم فکری و ایده پردازی گروهی، ایده های خلاقانه و نوآورانه از خود بروز دهند.

۴. بهتر است در برنامه درسی مقاطع مختلف تحصیلی روش های جست و جوی اطلاع گنجانده شود. و همچنین در یک روز مشخص از دانشجویان دارای ایده های برتر تقدیر شود و به آنها تسهیلات آموزشی داده شود.

۵. با تأسیس دفاتری در دانشگاه ها و تمام مراکز آموزش به روش های گوناگون افراد کارآفرین دانش و تجربه خود را به افرادی که دارای روحیه کارآفرینی هستند انتقال دهند.

۶. ایجاد کانون تفکر در دانشگاه جهت بدست آوردن ایده های خلاقانه و مبتکرانه اساتید، کارکنان و دانشجویان، برگزاری کارگاه های آشنایی با روش های خلاقانه، شناسایی موانع ایجاد خلاقیت و نو آوری در دانشگاه ، بازنگری اساسی در متون آموزشی و به روز نمودن آن ، پرهیز از آموزش های صرف تئوری و استفاده حداکثری از شبیه سازها، آزمایشگاه ها و کارگاه های موجود در دانشگاه به منظور تلفیق آموزش های تئوری و عملی.

۷. طراحی و اجرای دوره های اقتصاد برای دانشجویانی که مایلند آگاهی اقتصادی خود را افزایش دهند ، بدون اینکه لزوماً امتحانی در اقتصاد داشته باشند. چنین دوره هایی می تواند از نوع مقدماتی عمومی باشد یا برای پرداختن به علایق خاص طراحی شده باشد. امید است که این برنامه بتواند برای آن گروه های دانشگاهی که در حال طراحی مجدد دوره ها هستند ، به منظور تشویق مهارت های قابل انتقال و در صورت لزوم آگاهی اقتصادی ، کمک کند.

۸. تحقیق و روشن کردن آنچه که منظور از آگاهی اقتصادی برای یادگیرندگان بزرگسال است ، به ویژه بررسی سازگاری بین تعاریف حرفه ای و تعاریفی که اهداف آموزشی گسترده تری دارند.

۹. فرصت دیگری برای وسعت و تعادل ایجاد کنید تا به حوزه های تخصصی کار و تحصیل در دانشگاه و جامعه گسترده تر اضافه شود کمک به توسعه بیشتر طیف وسیعی از مهارت های قابل انتقال که می تواند عملکرد علمی و حرفه ای را بهبود بخشد.

منابع

- آراستی، زهرا؛ حسینی، سیدرسول و بهمنی، ندا (۱۳۹۶). «آموزش کارآفرینی در مقطع ابتدایی با هدف تقویت نگرش کارآفرینانه». فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، (۴)، ۵۷۴-۵۵۵.
- باقرصاد، وجیه؛ زالی، محمد رضا؛ رضوی، سید مصطفی و سعید بنادکی، سعیده (۱۳۹۱). «تأثیر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی دانشجویان رشته های فنی و حرفه ای». فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، (۴)، ۳۶-۲۱.
- پسندیده، کبری و کیانی، رضا (۱۳۹۷). «شناسایی و اولویت بندی معیارهای موفقیت آموزش کارآفرینی و توسعه اقتصادی براساس مدل تصمیم گیری چند معیاره». فصلنامه مطالعات نوین کاربردی در مدیریت، اقتصاد و حسابداری، (۱)، ۱۱۸-۱۰۱.
- حجازی، شهاب الدین (۱۳۹۳). ارزیابی میزان تاثیر اجرای دوره های 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.
- شکاری، عباس؛ حیدرزاده، سمن سا (۱۳۹۰). بررسی اثربخشی آموزش های حرفه ای بیمه بر عملکرد کارکنان شرکت های بیکه از نظر مهارت های کارآفرینی، نشریه توسعه کارآفرینی، سال ۴، شماره ۱۳، ص ۱۰۹-۱۲۸.
- 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، ۵۷-۶۸.
- ضیاء، بابک و وفارموسوی، مجید (۱۳۹۵). «بررسی تاثیر آموزش های رسمی کارآفرینی بر شکل گیری قصد کارآفرینانه». فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، (۱)، ۹۹-۱۱۷.
- 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)، ۲۲۱-۲۴۰.
- 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، (۴)، ۲۳، ص ۷۶-۹۸.
- 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.
- مقیم، 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.
- Abreu, M., Demirel, P., Grinevich, V., & Karataş-Özkan M. (20۱۶). Small business economics, practices in research intensive and teaching-led universities. Small business economics, ۴۷(۳), ۶۹۵-۷۱۷.
- Baron, R. A. (2004). The cognitive perspective: a valuable tool for answering entrepreneurship's basic "why" questions. Journal of business venturing, 19(2), 221-23۹ .
- Chen, H., and Pavlicko J. J. (1996). Personal investment literacy among college students: A survey. Financial Practice and Education, 6 (2), pp. 86 — 9۴.

- 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 ,۱۷۸۷-۱۷۹۶
- Evel'kin, G. (2002). Basic Types of Economic Awareness and Behavior in the Transition Period. *Sociological Research*, 41 (4), pp. 5 — 1۵
- feifer, S., Oberman-Peterka, S., & Jeger, M. (2008). Assessing entrepreneurship education programmes in Croatian higher education area. *Erenet Profile*, 3(3), 25-3۵.
- Fuduric, N. (2008). Individuals & Opportunities: A resource-based and institutional view of entrepreneurship. Aalborg University, PhD Thesis.
- 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/s10961-019-۰۹۷۴۲-۰>
- Gibb, A. (2007). Creating the entrepreneurial university: do we need a wholly different model of entrepreneurship. *Handbook of research in entrepreneurship education*, 1, 67-1۰۳.
- 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.
- Guiso, L. and Jappelli, T. (2003). Awareness and Stock Market Participation. Working Paper No. 110, Salerno: CSEF (Centre for Studies in Economics and Finance
- Helfat, C. E., & Peteraf, M. A. (2015). Managerial cognitive capabilities and the microfoundations of dynamic capabilities. *Strategic Management Journal*, 36(6), 831-8۵۰.
- Huber, L. R., Sloof, R. and Van Praag, M. (2014). The Effect of Early Entrepreneurship Education: Evidence from a Field Experiment, *European Economic Review*, 72(2),76- 9۷
- Institute of Certified Financial Planners (ICFP) (1993). Planners say financial illiteracy plagues Americans: Inability to plan and poor understanding of investments cited. Denver, CO
- Jacob, K., Hudson, S. and Bush, M. (2000). Tools for Survival: An Analysis of Financial Literacy Programs For Lower-Income Families. Report of Woodstock Institute.
- 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.)
- Kushnirovich,N.M(2011).DETERMINANTS OF PERSONAL ECONOMIC AWARENESS, *Economic Herald of the Donbas № 4* (26), 2011
- 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), 451-4۷۲.
- Muñoz C, C. A., Mosey, S., & Binks, M. (2011). Developing opportunity-identification capabilities in the classroom: Visual evidence for changing mental frames. *Academy of Management Learning & Education*, 10(2), 277-2۹۵.
- Neneh, B. N. (2019). From entrepreneurial alertness to entrepreneurial behavior: The role of trait competitiveness and proactive personality. *Personality and Individual Differences*, ۱۳۸, ۲۷۳-۲۷۹.
- 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), 546-۵۶۳.
- Oosterbek, H., van Praag, M. and Ijsselstein, A. (2010). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation”, *European Economic Review*. 54(3): ۴۴۲-۴۵۴.
- Rahmatullah, R., Inanna, I., & Ampa, Andi Tenri.(2020).How Informal Education Fosters Economic Awareness in Children.*Dinamika Pendidikan*, 15(2), 202-2۱۴.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, 25(1), 217-226.
- 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.
- Sirelkhatim, F., & Gangi, Y. (2015). Entrepreneurship education: A systematic literature review of curricula contents and teaching methods. *Cogent Business & Management*, ۲(۱),۱-۱۱.
- 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), 748-7۶۲.
- 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*.
- Suryani, I. (2017). Pentingnya Pendidikan Informal Tentang Ekonomi Pada Keluarga Transmigran. *Jurnal Teori Dan Praksis Pembelajaran IPS*, 2(2), 89–94. <https://doi.org/10.17977/um022v2i22017p089>
- Tang, J., Kacmar, K. M. M., & Busenitz, L. (2012). Entrepreneurial alertness in the pursuit of new opportunities. *Journal of Business Venturing*, 27(1), 77-9۴.

- Walter, S. G., & Block, J. H. (2016). Outcomes of entrepreneurship education: An institutional perspective. *Journal of Business*.
- Habil, Á. C., & Varga, J., (2019). Financial Awareness of Students Entering Higher Education Based on the Results of a Questionnaire Research. *PEOPLE: International Journal of Social Sciences*, 5(1), 681-697.

The effect of entrepreneurship education on entrepreneurial awareness with the mediating role of the effectiveness of education and economic awareness

Amir Azad Armaki

Arefeh Davoodi

Amirreza Alizadeh Majd

Abstract

Entrepreneurship education has an irreplaceable role in promoting entrepreneurship in the economic business environment and entrepreneurial awareness and training effectiveness are also considered as basic concepts in the theory of entrepreneurial opportunism. The aim of this study was to investigate the effect of entrepreneurship education on entrepreneurial awareness with the mediating role of the effectiveness of education and economic awareness. This research is applied in terms of purpose and descriptive-correlation in terms of nature and method. The statistical population of the study consists of 104 undergraduate students who participated in the online entrepreneurship training course. Sampling was done by simple random method and using Morgan table, the sample size was 84 people. Data collection tool was a standard questionnaire whose reliability and validity were checked and confirmed. To test the research hypotheses, the method of structural equations and Smart PLS software were used. The results show that teaching entrepreneurship to students can help them to be vigilant in the field of entrepreneurship and have an economic sham and somehow show the effectiveness of this type of education.

Keywords: Entrepreneurship Education, Entrepreneurial Awareness, Education Effectiveness, Economic Awareness