



تاثیر آموزش کارآفرینی اینترنتی بر قصد کارآفرینانه فرزندان شاهد و ایثارگر استان مازندران

حافظ نجفی

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی تاثیر آموزش کارآفرینی اینترنتی بر قصد کارآفرینانه فرزندان شاهد و ایثارگر استان مازندران با روش توصیفی از نوع همبستگی انجام شد. جامعه آماری متشکل از کلیه فرزندان شاهد و ایثارگر دانشگاه آزاد واحد ساری به تعداد ۶۱۲ نفر بوده با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۲۳۵ نفر با روش نمونه گیری در دسترس به عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار اندازه گیری پرسشنامه ای که بصورت استاندارد توسط ژو و لی (۲۰۲۰) طراحی شده، بود. تجزیه و تحلیل داده ها از آزمون معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزارهای SPSS و PLS استفاده شد. نتایج حاکی از آنست که آموزش کارآفرینی اینترنتی بر دانش کارآفرینی، توانایی کارآفرینی و قصد کارآفرینانه فرزندان شاهد و ایثارگر استان مازندران تاثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین دانش کارآفرینی و توانایی کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه فرزندان شاهد و ایثارگر استان مازندران تاثیر مثبت و معناداری دارد.

واژگان کلیدی: کارآفرینی اینترنتی، بر قصد کارآفرینانه، فرزندان شاهد و ایثارگر

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

مقدمه

آموزش کارآفرینی حوزه مطالعاتی است که به شدت طی سه دهه اخیر تکامل یافته است (کاتز^۱، ۲۰۰۸، ساراسواتی^۲، ۲۰۰۸). نه تنها کارآفرینی در قانون به صورت یک حوزه تحقیقاتی و آکادمیکی رشد کرده است. همچنین شناخت سراسری به صورت یک فعالیت مهم برای رقابت کشور و رشد اقتصادی کسب کرده است (ماکیمورتو-کووما و پوهاکا^۳، ۲۰۱۳). در هسته اش، آموزش کارآفرینی از کشف یا ساخت فرصت‌های بازاری جدید برای توسعه مهارت‌های کارآفرینی، رفتارها، گرایش‌ها و تفکر در افراد جوان پشتیبانی می‌کند. (کروگر^۴، ۲۰۰۷).

تحقیقات اخیر در آموزش کارآفرینی به فقدان توسعه نظری و روش‌های آموزشی در حوزه به عنوان موضوعات کلیدی مربوط می‌شود که به قانون آموزش کارآفرینی به عنوان یک حوزه تحقیقاتی (برگمن^۵، ۲۰۱۶) تاکید می‌کنند. بامول^۶ (۲۰۱۰) برای آزمایش بیشتر و پشتیبانی دولتی از تحقیق روی روش‌هایی جهت بهبود تدریس کارآفرینی بحث کرد زیرا اسناد کمی پیرامون اینکه چه مسئله‌ای در برنامه‌های کارآفرینی عمل می‌کند و کدام مسئله عمل نمی‌کند، وجود دارد. علاوه بر این، به نظر می‌رسد فقدان درک در آموزش کارآفرینی پیرامون اینکه چه روش‌های آموزشی جدید یا فوری می‌توانند برای تشویق و پشتیبانی از یادگیری و تفکر کارآفرینی به کار روند، وجود دارد. (مکی زاده و دیگران، ۱۳۹۹)

عدم ارتباط زیادی بین حوزه آموزش و کارآفرینی وجود دارد. توافق کمی پیرامون اقدامات خوب در آموزش کارآفرینی، به ویژه در زمینه سطوح فلسفی و آموزشی وجود دارد. محققان پیشنهاد می‌کنند که دانشجویان در آموزش کارآفرینی باید دانش از تئوری آموزش و تحقیق کارآفرینی و مطالعه را با هم جهت هماهنگی محتوی و روش‌های آموزشی با مخاطبین خاص ترکیب نمایند. (کانتیس^۷، ۲۰۰۸).

توسعه فناوری اطلاعات و اینترنت، باعث ایجاد انگیزه در زمینه های مختلف از جمله امور مالی، تجارت، کارآفرینی و آموزش شده است. به همین دلیل آموزش به سرعت رشد کرده و پذیرش آموزش کارآفرینی اینترنتی را تحریک می‌کند، که پیامد مستقیم ادغام آموزش و فناوری است و به عنوان یک رسانه قدرتمند برای یادگیری شناخته می‌شود (الفریهات و دیگران^۸، ۲۰۲۰).

آموزش کارآفرینی و برقراری ارتباط با اشخاص، حمایت از کارآفرینان متمایل به شروع کسب و کار را فراهم می‌کند (سیگل همکاران^۹، ۲۰۰۵). راج و هالسنیک^{۱۰} (۲۰۱۵) نشان می‌دهند که آموزش کارآفرینی به طور مستقیم با استفاده از دسترسی به منابع که کار کارآفرین را تسهیل می‌کند و دسترسی به تجربه سایر کارآفرینان به لطف این آموزش، به طور مستقیم بر قصد کارآفرینانه تاثیر می‌گذارد. لاکت، رایت و فرانکلین^{۱۱} (۲۰۰۳) دریافته‌اند که بسیاری از دانشگاهیان نیازی به مهارت لازم برای شروع

-
1. Katz
 2. Sarasvathy
 3. Mäkimurto-Koivumaa, & Puhakka
 4. Krueger
 5. Bergmann
 6. Baumol
 7. Kantis
 8. Al-Fraihat et al
 9. Siegel et al
 10. Rawech & Holsing
 11. Laket, Almerud, & Stevenson

کسب و کار ندارند، زیرا این مهارت‌ها کاملاً متفاوت از آنهایی است که در زندگی دانشگاهی شان استفاده می‌کنند. با این حال شواهد کمی از تاثیرات آموزش کارآفرینی در مورد احتمال حضور دانشگاهیان در حوزه کارآفرینی وجود دارد (میراندا^۱، ۲۰۱۷).

پرورش کارآفرینی پیش‌شرط رشد و توسعه اقتصادی جامعه است (ژائو^۲، ۲۰۱۵). برای نیل به این هدف باید بستر و زمینه اجتماعی، فرهنگی و سیاسی مناسبی وجود داشته باشد (والف^۳، ۲۰۱۷)؛ کارآفرینان آموزش دیده و متعهد در عین حال که اساسی‌ترین عامل ایجاد خودکفایی هستند، سرمایه‌ای با عمر بیشتر محسوب می‌شوند و در طول زمان نه تنها مستهلک نمی‌شوند، بلکه بارورتر شده و اطلاعات و کاردانی خود را به خصوص در عرصه‌های تولید به افراد دیگر منتقل نموده و در واقع به عاملی سرمایه‌ساز تبدیل می‌شوند (جاکوب و همکاران^۴، ۲۰۱۳).

کریمیان و دیگران (۱۳۹۹) در تحقیقی تحت عنوان ارائه نظریه داده بنیاد برای تبیین فرایند شکل‌گیری روحیه کارآفرینی در بین دانش‌آموزان مدارس فنی و حرفه‌ای بیان کردند که یکی از دغدغه‌های عمده نظام آموزشی ایران، شناسایی روش‌های بهینه پرورش روحیه کارآفرینی در دانش‌آموزان است. فردی تحت تاثیر شرایط واسطه‌ای نظیر «تشخیص فرصت»، «تجربه‌کاری» و «سرمایه (انسانی، اجتماعی و اقتصادی)» و شرایط محیطی «وضعیت بازار» و «حمایت هنجارهای اجتماعی و فرهنگی»، گرایش به نوآوری را امکان‌پذیر بباید، راهبردهای «قصد ایجاد کار نوآورانه»، «گروه‌گرایی»، «تامین سرمایه» و «عمل‌گرایی» را در پیش می‌گیرد که در نتیجه‌ی آنها یک فعالیت کارآفرینی شکل می‌گیرد.

نتایج پژوهش استانزین و دیگران^۵ (۲۰۲۰) با عنوان جهت‌گیری کارآفرینانه و نقش میانجی یادگیری نشان می‌دهد که یادگیری در رابطه‌ی بین جهت‌گیری کارآفرینانه و عملکرد، به طور جزئی، نقش میانجی را ایفا می‌کند. این مطالعه این باور را ایجاد کرد که یادگیری در ارتباط بین جهت‌گیری کارآفرینانه و عملکرد کسب و کار، نقش میانجی دارد که به طور بالقوه مالک یا مدیران را تشویق می‌کند تا زمان و منابع را برای ایجاد و حفظ یک محیط آموزشی مفید فراهم کنند. نتایج حاصل، از کارآفرینان در تصدیق اهمیت جهت‌گیری رقیب در هنگام ظهور و توسعه جهت‌گیری کارآفرینانه، به ویژه در اقتصادهای نوظهور، حمایت می‌کند.

باربارا و همکاران^۶ (۲۰۱۸) در پژوهش خود با عنوان بررسی تاثیر انگیزش کارآفرینی بر اهداف کارآفرینی در میان مهندسان آینده و شناسایی نقش آموزش کارآفرینی به این نتیجه دست یافتند که نتایج نیاز به استقلال را به عنوان عامل کلیدی در قصد کارآفرینی مهندسان آینده نشان داده و تاثیر مثبت آموزش کارآفرینی بر اهداف کارآفرینی آنان را تأیید می‌کند. سرانجام، برای کمک به عاملان مختلف درگیر این امر جهت افزایش اثربخشی اقدامات هدفمند برای ترویج ایجاد شرکت در این زمینه توصیه‌هایی ارائه شده است. گوموسای و بوهنه^۷ (۲۰۱۸) نیز در پژوهش خود تحت عنوان "موانع فردی و سازمانی توسعه مهارت‌های کارآفرینی در دانشگاه‌ها مشخص نمودند که چگونه این موانع در هر دو سطح فردی و اجتماعی وجود دارند. پس از آن درک تئوری توابع مرتبط

1. Miranda
2. Zhao
3. Wolfe
4. Jacob
5. Jacob
6. Barba-Sánchez
7. Gümüşay & Bohné

با چند سطحی از بازدارنده های توسعه صلاحیت های کارآفرینی را بسط داده و خط مشی هایی را در مورد اینکه چگونه دانشگاه ها می توانند اثراشان را کاهش دهند، ارائه نمودند.

آموزش کارآفرینی اینترنتی بر قصد کارآفرینانه فرزندان شاهد و ایثارگر استان مازندران با نگاهی نو در به منظور توسعه کارآفرینی از یکسو می تواند راه گشای فارغ التحصیلان این قشر در جذب بازار کار بوده و از سوی دیگر موجب توسعه اقتصاد دانش بنیان در سطح کلان جامعه می گردد. حال با توجه به اشراف بر پیشینه تجربی پژوهش، مشخص گردید که بسیاری از کارهای انجام شده سایر محققین، حاصل ترکیب متغیرهایی از مدل های مختلف است و یا اینکه محققین گذشته هر یک بخشی از رویکرد فردی یا سازمانی آموزش کارآفرینی را در سازمان یا صنعتی خاص در نظر گرفته اند؛ اما آنچه بسیار مهم است، توجه به نقش فرزندان شاهد و ایثارگر استان مازندران و آموزش کارآفرینی اینترنتی به آنان می باشد. مهم ترین اقدام برای توسعه کارآفرینی این گروه، آموزش کارآفرینی در بین فرزندان شاهد و ایثارگر است. در این تحقیق به بررسی رابطه بین آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرینانه پرداخته است که در بانک اشتغال بنیاد شهید ثبت نام کرده بودند. بنابراین سوال اصلی تحقیق اینست که آیا آموزش کارآفرینی اینترنتی بر قصد کارآفرینانه فرزندان شاهد و ایثارگر استان مازندران تاثیر مثبت و معناداری دارد؟

روش

پژوهش حاضر از نظر روش گردآوری داده ها توصیفی از نوع زمینه یابی و از نظر هدف کاربردی می باشد. بر اساس جمع آوری داده ها و طرح تحقیق به روش توصیفی- پیمایشی است و از آنجایی که به دنبال یافتن رابطه بین متغیر های پژوهش بوده این تحقیق از نوع همبستگی نیز می باشد. جامعه آماری کلیه فرزندان شاهد و ایثارگر دانشگاه آزاد واحد ساری می باشند. که طبق بررسی های انجام شده، ۶۱۲ نفر می باشند. نمونه انتخابی با استفاده از روش نمونه گیری در دسترس بر اساس فرمول کوکران ا تعداد ۲۳۵ نفر انتخاب شدند که جهت اطمینان تعداد ۲۵۰ پرسشنامه بین آنها توزیع شد. در این تحقیق برای جمع آوری اطلاعات از پرسشنامه استاندارد ۲۱ سوالی آموزش کارآفرینی که توسط ژو و لی (۲۰۲۰) با مقیاس ۵ درجه ای لیکرت استفاده گردید. برای تجزیه و تحلیل داده های جمع آوری شده ابتدا در سطح توصیفی با استفاده از شاخص های آماری به توصیف و تلخیص ویژگی های جمعیت شناختی افراد نمونه در تحقیق شامل سن، جنسیت، وضعیت تاهل، سابقه کار و تحصیلات پرداخته می شود. روش تحقیق از نظر رابطه بین متغیرها از نوع علی میباشد که برای بررسی همه جانبه ی مدل مفهومی تحقیق از مدلسازی معادلات ساختاری استفاده شده است. همچنین از نرم افزارهای SPSS ۲۲ و PLS استفاده شده است.

یافته ها

قبل از انجام تحلیل، ابتدا باید به بررسی مناسب بودن داده ها برای تحلیل بپردازیم. که از جمله آنها می توان به محاسبه مقدار KMO اشاره کرد که مقدار آن همواره بین ۰ تا ۱ در نوسان است. در صورتی که مقدار KMO کمتر از ۰/۵۰ باشد، داده ها برای تحلیل مناسب نخواهد بود و اگر مقدار آن بین ۰/۵۰ تا ۰/۶۹ باشد، می توان با احتیاط بیشتر به تحلیل پرداخت، ولی در صورتی که مقدار آن بزرگتر از ۰/۷ باشد، همبستگی های موجود در بین داده ها برای تحلیل مناسب خواهد بود. از سوی دیگر برای اطمینان از مناسب بودن داده ها مبنی بر اینکه ماتریس همبستگی هایی که پایه تحلیل قرار می گیرد، در جامعه برابر با صفر نیست، از آزمون بارتلت استفاده شده است. به عبارت دیگر با استفاده از آزمون بارتلت می توان از کفایت نمونه گیری اطمینان حاصل کرد. نتایج حاصل که در جدول شماره ۱ نشان داده شده است، نشانگر مناسب بودن همبستگی های موجود بین داده ها برای تحلیل و کفایت نمونه گیری است، از این رو می توان به تحلیل، اقدام کرد.

جدول ۱) آزمون KMO و بارتلت

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		۰.۷۷۰
Approx. Chi-Square		۱۹۳۵.۸۰۴
Bartlett's Test of Sphericity	df	۳۳۱
	Sig.	.۰۰۰

با توجه به عدد KMO (بزرگتر از ۰/۷) و عدد معناداری آزمون بارتلت ($\text{sig} > ۰/۰۵$) می‌توان گفت که داده‌ها برای اجرای تحلیل مناسب است و از شرایط مورد نیاز برخوردار است.

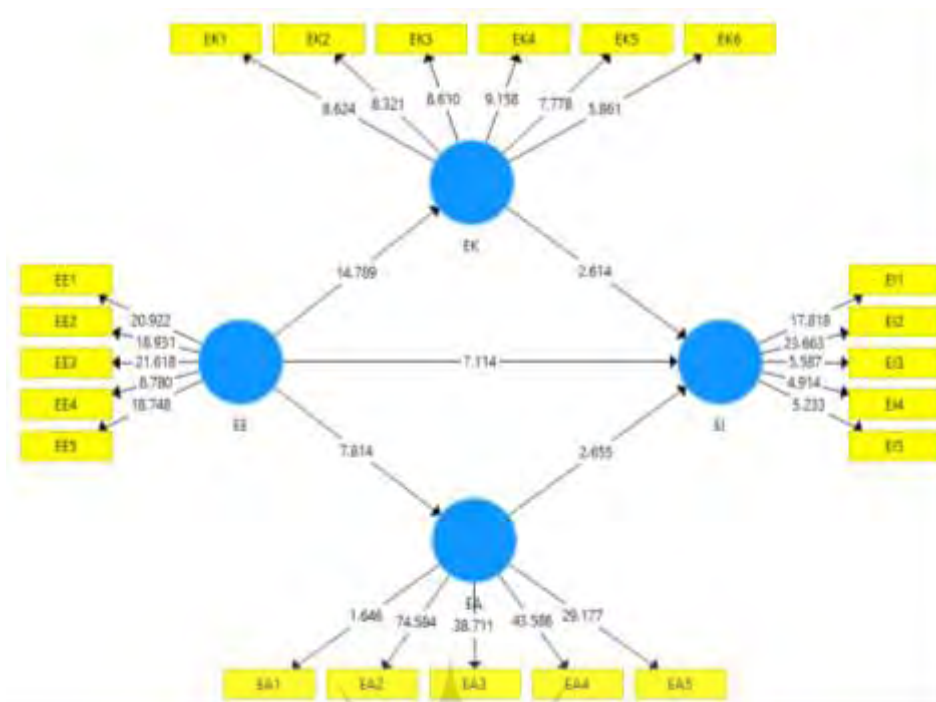
قبل از آزمون فرض جهت بررسی ادعای نرمال بودن توزیع از آزمون کولموگوروف-اسمیرنوف (KS) استفاده کرده ایم. در این آزمون ادعا، توزیع نرمال می‌باشد و نقیض ادعا نرمال نبودن توزیع مورد نظر می‌باشد، که بصورت زیر می‌باشد:

جدول ۲) نتایج حاصل از آزمون کولموگوروف-اسمیرنوف (K-S)

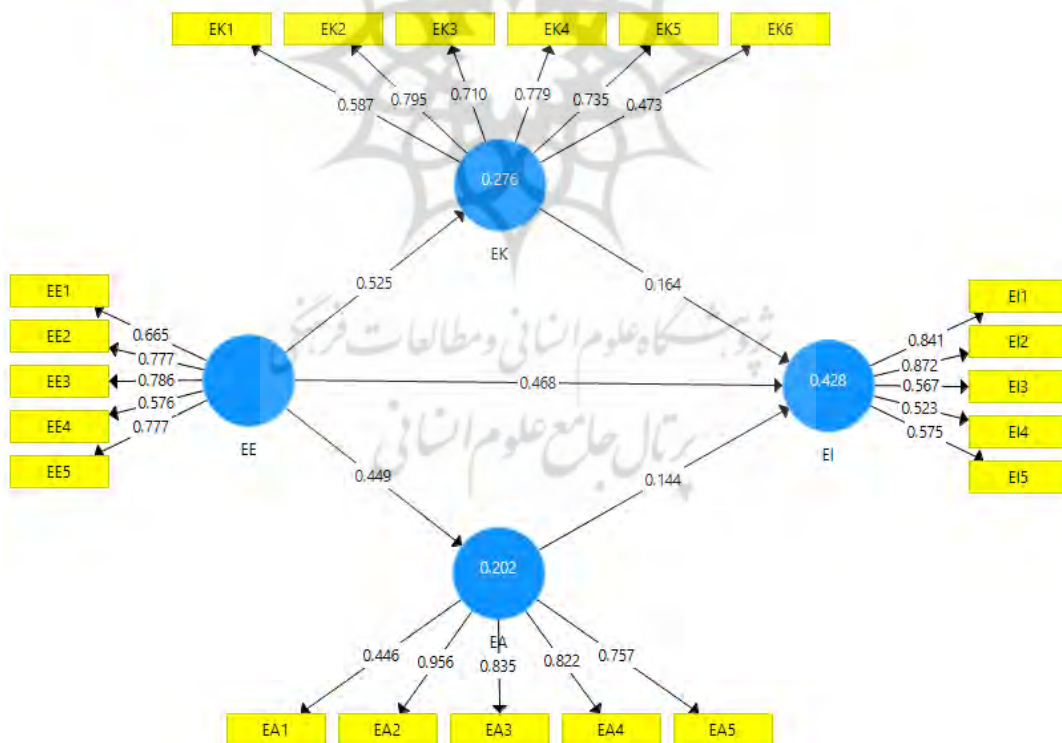
	EA	EE	EI	EK
	توانایی کارآفرینی	آموزش کارآفرینی	قصد کارآفرینانه	دانش کارآفرینی
تعداد	۲۳۵	۲۳۵	۲۳۵	۲۳۵
میانگین	۳.۶۸۶۶	۳.۸۲۴۴	۳.۶۹۶۷	۳.۸۲۱۳
انحراف معیار	.۶۲۷۸۹	.۸۵۱۵۵	.۶۷۱۹۹	.۴۵۶۷۹
مقدار آماره Z کولموگوروف اسمیرنوف	.۱۵۰	.۲۰۱	.۰۶۹	.۱۱۱
Sig. (2-tailed) سطح معناداری	.۰۰۰	.۰۰۰	.۰۱۸	.۰۰۰

نتیجه آزمون کولموگوروف-اسمیرنوف (K.S) در جدول فوق نشان داد که به ترتیب تعداد داده‌ها، پارامترهای مورد نظر در بررسی وجود توزیع (مانند میانگین و انحراف معیار در توزیع نرمال)، مقدار آماره Z و مقدار sig را ارائه می‌کند. چون sig محاسبه شده کمتر از ۵ درصد است، H_0 رد شده و H_1 پذیرفته می‌شود. بنابراین ادعای نرمال بودن توزیع‌های مربوطه پذیرفته نمی‌شود. بنابراین، باید، در انتخاب نرم افزار معادلات ساختاری از نرم افزار PLS استفاده کرد.

مدل ساختاری پژوهش همراه با ضرایب بارهای عاملی شکل ۱ و مدل ساختاری پژوهش همراه با ضرایب معناداری در شکل ۲ نشان داده شده است.



شکل ۱ مدل ساختاری پژوهش همراه با ضرایب بارهای عاملی



شکل ۲ مدل ساختاری پژوهش همراه با ضرایب معناداری

فرضیه اول: آموزش کارآفرینی اینترنتی بر قصد کارآفرینانه فرزندان شاهد و ایثارگر استان مازندران تاثیر مثبت دارد.

جدول ۳ نتایج رابطه مستقیم و ضرایب معناداری فرضیات مدل پژوهش

نتیجه	سطح معناداری	معناداری (T-Value)	ضریب مسیر (β)	علامت اختصاری	مسیر
قبول	0.000	7.114	0.468	EE -> EI	آموزش کارآفرینی -> قصد کارآفرینانه

با توجه به جدول فوق می‌توان گفت ضریب استاندارد شده (ضریب مسیر) بین متغیرها (آموزش کارآفرینی اینترنتی و قصد کارآفرینانه) برابر $\beta=0.468$ می‌باشد. و ضریب معناداری (آماره تی) نیز برابر $t=7.114$ بوده (بیشتر از قدرمطلق ۱,۹۶) که نشان می‌دهد این تاثیر مثبت، و معنادار است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت آموزش کارآفرینی اینترنتی بر قصد کارآفرینانه فرزندان شاهد و ایثارگر استان مازندران تاثیر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه دوم: آموزش کارآفرینی اینترنتی بر دانش کارآفرینی فرزندان شاهد و ایثارگر استان مازندران تاثیر مثبت و معناداری دارد.

جدول ۴ نتایج رابطه مستقیم و ضرایب معناداری فرضیات مدل پژوهش

نتیجه	سطح معناداری	معناداری (T-Value)	ضریب مسیر (β)	علامت اختصاری	مسیر
قبول	0.000	14.789	0.525	EE -> EK	آموزش کارآفرینی -> دانش کارآفرینی

با توجه به جدول فوق می‌توان گفت ضریب استاندارد شده (ضریب مسیر) بین متغیرها (آموزش کارآفرینی اینترنتی و دانش کارآفرینی) برابر $\beta=0.525$ می‌باشد. و ضریب معناداری (آماره تی) نیز برابر $t=14.789$ بوده (بیشتر از قدرمطلق ۱,۹۶) که نشان می‌دهد این تاثیر مثبت، و معنادار است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت آموزش کارآفرینی اینترنتی بر دانش کارآفرینی فرزندان شاهد و ایثارگر استان مازندران تاثیر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه سوم: آموزش کارآفرینی اینترنتی بر توانایی کارآفرینی فرزندان شاهد و ایثارگر استان مازندران تاثیر مثبت و معناداری دارد.

جدول ۵ نتایج رابطه مستقیم و ضرایب معناداری فرضیات مدل پژوهش

نتیجه	سطح معناداری	معناداری (T-Value)	ضریب مسیر (β)	علامت اختصاری	مسیر
قبول	0.000	7.814	0.449	EE -> EA	آموزش کارآفرینی -> توانایی کارآفرینی

با توجه به جدول فوق می‌توان گفت ضریب استاندارد شده (ضریب مسیر) بین متغیرها (آموزش کارآفرینی اینترنتی بر توانایی کارآفرینی) برابر $\beta=0.449$ می‌باشد. و ضریب معناداری (آماره تی) نیز برابر $t=7.814$ بوده (بیشتر از قدرمطلق ۱,۹۶) که نشان می‌دهد این تاثیر مثبت، و معنادار است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت آموزش کارآفرینی اینترنتی بر توانایی کارآفرینی فرزندان شاهد و ایثارگر استان مازندران تاثیر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه چهارم: دانش کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه فرزندان شاهد و ایثارگر استان مازندران تاثیر مثبت و معناداری دارد.

جدول ۶ نتایج رابطه مستقیم و ضرایب معناداری فرضیات مدل پژوهش

مسیر	علامت اختصاری	ضریب مسیر (β)	معناداری (T-Value)	سطح معناداری	نتیجه مسیر
دانش کارآفرینی -> قصد کارآفرینانه	EK -> EI	0.164	2.614	0.009	قبول

با توجه به جدول فوق می توان گفت ضریب استاندارد شده (ضریب مسیر) بین متغیرها (دانش کارآفرینی و قصد کارآفرینانه) برابر $\beta=0.164$ می باشد. و ضریب معناداری (آماره تی) نیز برابر $t=2.614$ بوده (بیشتر از قدرمطلق ۱,۹۶) که نشان می دهد این تاثیر معنادار است. بنابراین می توان نتیجه گرفت دانش کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه فرزندان شاهد و ایثارگر استان مازندران تاثیر مثبت و معناداری دارد. و لذا فرضیه چهارم تایید خواهد شد.

فرضیه پنجم: توانایی کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه فرزندان شاهد و ایثارگر استان مازندران تاثیر مثبت و معناداری دارد.

جدول ۷ نتایج رابطه مستقیم و ضرایب معناداری فرضیات مدل پژوهش

مسیر	علامت اختصاری	ضریب مسیر (β)	معناداری (T-Value)	سطح معناداری	نتیجه مسیر
توانایی کارآفرینی -> قصد کارآفرینانه	EA -> EI	0.144	2.655	0.008	قبول

با توجه به جدول فوق می توان گفت ضریب استاندارد شده (ضریب مسیر) بین متغیرها (توانایی کارآفرینی و قصد کارآفرینانه) برابر $\beta=0.144$ می باشد. و ضریب معناداری (آماره تی) نیز برابر $t=2.655$ بوده (بیشتر از قدرمطلق ۱,۹۶) که نشان می دهد این تاثیر معنادار است. بنابراین می توان نتیجه گرفت، توانایی کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه فرزندان شاهد و ایثارگر استان مازندران تاثیر مثبت و معناداری دارد.

بحث و نتیجه گیری

با توجه به ظرفیت بالای کسب و کارهای اینترنتی در توسعه اقتصادی کشور و نقش کلیدی کارآفرینی در به کارگیری از این قابلیتها، و نیز چالش های موجود در محدودیت فعالیت های کارآفرینی اینترنتی و نظر به تاثیر آموزش کارآفرینی و نقش دانش و توانایی کارآفرینی در این زمینه، پژوهش حاضر به بررسی نقش آموزش کارآفرینی و دانش و توانایی کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان شاهد و ایثارگر استان مازندران پرداخت. نتایج گویای آن بود که دانش و توانایی کارآفرینی همسو با پژوهش های ویوو^۱ ۵، ۲۰۰۵؛ پوروانا و شودو^۲، ۲۰۱۷، تاثیر مثبت و معنی داری بر قصد کارآفرینی دانشجویان داشت. همچنین تاثیر آموزش کارآفرینی بر دانش و توانایی کارآفرینی مثبت و معنی دار بود که با نتایج پژوهش های بقتو و همکاران^۳ (۲۰۱۴)؛ راسموسن و همکاران^۴ (۲۰۱۶) و اوستیک و همکاران^۵ (۲۰۱۰) همسو بوده است. تاثیر مثبت و معنی دار آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه نیز

1. Weibevo
2. Provana
3. Baghdoo et al
4. Rasmussen et al
5. Oostteek et al

تایید گردید که با یافته پژوهش‌هایی چون طهماسبی و همکاران (۱۳۹۶)، باقرصاد و همکاران (۱۳۹۰)، سانچز^۱ (۲۰۱۸)، او تاج^۲ (۲۰۱۹) و آپاریسیو و همکاران^۳ (۲۰۱۹) همسو بوده است. تاثیر مثبت آموزش کارآفرینی بر دانش و توانایی‌های کارآفرینانه نیز با یافته‌های پژوهش‌هایی چون ویوو (۲۰۱۸) و عزیزی و دیگران^۴ (۲۰۱۹) همسو بوده است. یافته‌های فوق نشان از این دارد که مدرسان دوره‌ها یا دروس کارآفرینی قادرند با بکارگیری فنون و ابزارهای خلاقانه به تقویت دانش و توانایی‌های کارآفرینانه دانشجویان بپردازند. همچنین آنها قادرند با استفاده از روشهای مقتضی مهارت تفکر خلاقانه دانشجویان را ارتقاء بخشند. بر این اساس توجه به خلاقیت و نوآوری مدرسان در ارائه آموزش کارآفرینی اینترنتی در دانشگاه‌ها نقش مهمی در تقویت قصد کارآفرینانه دانشجویان برای تبدیل شدن به کارآفرین ایفا می‌کند. اتخاذ رویکرد آموزشی اینترنتی نتیجه محور از سوی مدرسان موجب طرح ریزی فعالیتهای هدفمند آموزشی کارآفرینی اینترنتی و انعطاف پذیری و ارتقاء شیوه‌های آموزش کارآفرینی می‌گردد. مدرسان بایستی با اتخاذ رویکردی کل‌گرا دو بعد دانش و توانایی کارآفرینی را مدنظر قرار دهند. اتخاذ این رویکرد علاوه بر ارتقاء دانش کارآفرینی اینترنتی در دانشجویان، موجب تقویت مهارت‌های عملی و شایستگی‌های کارآفرینانه در آنها می‌گردد. از همین رو، مدرسان دوره‌های آموزش کارآفرینی اینترنتی بایستی از روش‌های آموزشی سنتی فراتر رفته و مهارت‌هایی چون تفکر غیرخطی را نیز به دانشجویان بیاموزند. در راستای دانش‌افزایی پژوهش حاضر، بایستی به این نکته اشاره نمود که در دنیای پر رقابت امروز کشورها می‌کوشند با فراهم نمودن بسترهای توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه مسیر توسعه اقتصادی و پایدار را طی کنند. از همین رو آموزش کارآفرینی اینترنتی به یکی از اولویت‌های نظام حکمرانی تبدیل گردیده است. اثربخشی این سیاست‌ها می‌تواند که علاوه بر اصلاحات بنیادین در نظام آموزش عالی در راستای توسعه کارآفرینی اینترنتی، اساتید و مدرسان دوره‌های کارآفرینی نیز از مهارت‌ها و قابلیت‌های همسنگ با این فضای نوین برخوردار باشند. همانگونه که بلیمپو (۲۰۱۹) اشاره کرده انطباق اساتید با این روند مستلزم برخورداری آنها از مهارت‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری متعددی مانند بکارگیری شیوه‌های نوین آموزش اینترنتی و طراحی فرایندهای مشارکتی در آموزش کارآفرینی اینترنتی می‌باشد. برخورداری اساتید از چنین قابلیت‌هایی موجب بکارگیری روش‌های خلاقانه و روزآمد در آموزش کارآفرینی اینترنتی می‌گردد. به گونه‌ای که آنها به تعبیر فیوری و همکاران^۵ (۲۰۱۹) از یک مدرس صرف به مربی کارآفرینی اینترنتی برای دانشجویان تبدیل می‌گردند. همچنین امکان توسعه مهارت‌های نرم‌افزاری دانشجویان را نیز فراهم می‌آورد. مهارت‌هایی که طیف گسترده‌ای از پیامدها در چهار حوزه دانش کارآفرینی، کنش کارآفرینانه و توسعه درونی را برای دانشجویان در برمی‌گیرد. با توجه به نتایج حاصل از فرضیه اول پژوهش و تاثیر مثبت آموزش کارآفرینی اینترنتی بر قصد کارآفرینانه فرزندان شاهد و ایثارگر استان مازندران پیشنهاد می‌شود که ابعاد و مؤلفه‌های کارآفرینی اینترنتی در دانشگاه‌ها با تحلیل دقیق و منسجم‌شناسایی و در پایان الگوی جامع کارآفرینی اینترنتی در دانشگاه‌ها طراحی شود. کارآفرینی اینترنتی ایجاد ترکیبی از یادگیری تجربی، توسعه مهارت‌ها و مهم‌تر از همه، تغییر در شیوه تفکر افراد و قصد کارآفرینانه را امکان پذیر می‌سازد.

با توجه به نتایج حاصل از فرضیه دوم پژوهش و تاثیر مثبت آموزش کارآفرینی اینترنتی بر دانش کارآفرینی فرزندان شاهد و ایثارگر استان مازندران پیشنهاد می‌شود که با توجه به آموزش کارآفرینی اینترنتی، الگوی جدید آموزشی مبتنی بر انگیزه که در آن

- 1 . Sánchez
- 2 . O'Toch
- 3 . Aparsio et al
- a . Azizi et al
- 5 . Fiorii et al

دانشجویان محور کلیدی آموزش باشند و همه دانشجویان روی توانایی ها و دانش شان کار کنند تا بتوانند دانشی برای خود و سپس سایر افراد جامعه ایجاد کنند (خلق دانش جدید) ارائه شود.

با توجه به نتایج حاصل از فرضیه سوم پژوهش و تاثیر مثبت آموزش کارآفرینی اینترنتی بر توانایی کارآفرینی فرزندان شاهد و ایثارگر استان مازندران پیشنهاد می گردد با آموزش کارآفرینی اینترنتی، تربیت دانشجویان خلاق، نوآور و چندبعدی و پرورش دانشجویان توانمند دارای مهارت، به عنوان پیامدها و نتایج آموزش کارآفرینی اینترنتی در دانشگاه ها، صورت پذیرد تا با تربیت دانشجویان خلاق و انعطاف پذیر، نوآور، فرصت گرا، فعال، پیشگام و حساس نسبت به تغییر محیط پیرامون و چند بعدی، زمینه ایجاد افزایش توانایی کارآفرینی فرزندان شاهد و ایثارگر را فراهم آورند.

با توجه به نتایج حاصل از فرضیه چهارم پژوهش و تاثیر مثبت دانش کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه فرزندان شاهد و ایثارگر استان مازندران پیشنهاد می گردد دانشگاه ها با ایجاد آموزش کارآفرینی اینترنتی و به واسطه دانش کارآفرینی ایجاد شده از آن به دانشجویان یاد دهند که با شناسایی استعدادها، توانایی ها و علاقه های خود، بتوانند در هر شغل و حرفه، روشها و سبک های جدید ایجاد کنند و به تبع آن قصد کارآفرینانه دانشجویان تقویت گردد.

با توجه به نتایج حاصل از فرضیه پنجم پژوهش و تاثیر مثبت توانایی کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه فرزندان شاهد و ایثارگر استان مازندران پیشنهاد می گردد، دانشگاه ها با ایجاد آموزش کارآفرینی اینترنتی و به واسطه انجام آموزش های کاربردی و عملی در کارگاه ها و آزمایشگاه ها بتوانند به شناسایی نقاط قوت و ضعف و مشکلات و فرصتها در رشته تحصیلی دانشجویان و محیط اطراف پرداخته تا در پی خلق فرصتهای جدید، قصد کارآفرینانه فرزندان شاهد و ایثارگر را تقویت نمایند.

منابع

- باقرصاد، وجیهه و زالی، محمدرضا (۱۳۹۰) اثر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان، اولین کنفرانس دانشجویی کارآفرینی کشور، تهران.
- کریمیان، زهرا، صالحی، کیوان، خدایی، ابراهیم. (۱۳۹۹). ارائه نظریه داده بنیاد برای تبیین فرایند شکل گیری روحیه کارآفرینی در بین دانش آموزان مدارس فنی و حرفه ای. اندیشه های نوین تربیتی، ۱۶(۱).
- طهماسبی، راضیه، اکبری، مرتضی، هوشمندزاده، مجتبی، آهنگر سله بنی، اعظم. (۱۳۹۶). تأثیر آموزش های کارآفرینی بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان حضوری و مجازی دانشکده کارآفرینی. فصلنامه آموزش مهندسی ایران، ۱۹(۷۵)، ۱۲۸-۱۰۳.
- مکی زاده، وحید، خرم، رضا، بحری، شیما، شرعی، فاطمه. (۱۳۹۹). نقش آموزش کارآفرینی و خلاقیت مدرس بر قصد کارآفرینانه دانشجویان مراکز آموزش عالی علوم دریایی هرمزگان. فصلنامه علمی آموزش علوم دریایی، ۷(۴)، ۱۵-۱.
- Al-Fraihat, Dimah & Joy, Mike & Masa'deh, Ra'Ed & Sinclair, Jane. (2020). Evaluating E-learning Systems Success: An Empirical Study. *Computers in Human Behavior*. 102. 10.1016/j.chb.2019.08.004.
- Aparsio, E., Kenney, M., Mustar, P., Siegel, D., Wright, M., 2019. Entrepreneurial innovation: the importance of context. *Res. Policy* 43, 1097–1108. <http://dx.doi.org/10.1016/j.respol.2014.01.015>.
- Azizi Z., Saffarinia, M., Alipour A., Zaefarian R., (2019). The effect of Entrepreneurship's training package on creativity & self confidence in preschools, *journal of Entrepreneurship Development*, 12(2), 261-280. magiran.com/p2026469

- Baghdoo, N., Grimaldi, R., & Sobrero, M. (2014). Institutional changes and the commercialization of academic knowledge: A study of Italian universities' patenting activities between 1965 and 2002. *Research Policy*, 35(4), 518–532.
- Barba-Sánchez, Virginia, and Carlos Atienza-Sahuquillo. (2018). Entrepreneurial intention among engineering students: The role of entrepreneurship education. *European Research on Management and Business Economics*, 24(1), 53–61.
- Baumol, W. J. (2010). *The microtheory of innovative entrepreneurship*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Bergmann, H., Hundt, C., & Sternberg, R. (2016). What makes student entrepreneurs? On the relevance (and irrelevance) of the university and the regional context for student start-ups. *Small Business Economics*, 47(1), 53–76
- Blimpo, N., 2019. University spin-offs and their environment. *Technol. Anal. Strategic Manage.* 22, 859–876. <http://dx.doi.org/10.1080/09537325.2019.520470>.
- Fiorii, R., Fu, K., Mathisen, M.T., Rasmussen, E., Wright, M., 2019. Institutional determinants of university spin-off quantity and quality A longitudinal, multi-level, crosscountry study. *Small Bus. Econ.* 48, 361–391.
- Gümüşay, A.A. and Marc Bohné, T. (2018). Individual and organizational inhibitors to the development of entrepreneurial competencies in universities, *Research Policy* 47, PP.363–378.
- Jacob, M., Lundqvist, M., Hellsmark, H. (2016). Entrepreneurial transformations in the Swedish University system: the case of Chalmers University of Technology. *Research Policy*, 32(9), 1555–1569.
- Kantis, H. (2008). Aportes para el diseño de programas nacionales de desarrollo emprendedor en América Latina [Contributions to the design of national entrepreneur development programs in Latin America]. Retrieved from <http://services.iadb.org/wmsfiles/products/Publications/35166775.pdf>
- Katz, J. (2008). Fully mature but not fully legitimate: A different perspective on the state of entrepreneurship education. *Journal of Small Business Management*, 46(4), 550-556.
- Krueger, N. F. (2007). What lies beneath? The experiential essence of entrepreneurial thinking. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(1), 123-138.
- Laket, A., Almerud, M. & Stevenson, L. (2003). Entrepreneurship and Innovation Policies, Analyzing measures in European countries, FSF, 3.
- Mäkimurto-Koivumaa, S., & Puhakka, V. (2013). Effectuation and causation in entrepreneurship education. *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 5(1), 68-83.
- Miranda, B., (2017). “Entrepreneurial origin, technological knowledge, and the growth of spin-off companies”, *Journal of Management Studies*, 48(6): 1420- 1442.

- Oostteek, H., van Praag, M., & Ijsselstein, A. (2010). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation. *European Economic Review*, 54(3), 442–454.
- O'Toich, A. (2019). A conceptual framework for entrepreneurship education policy: Meeting government and economic purposes. *Journal of Business Venturing*. doi:10.1016/j.jbusvent.2019.07.003.
- Provana, I., Shodou, M. (2017). Conceptualizing academic-entrepreneurial intentions: an empirical test. *Technovation* 30, 332–347. <http://dx.doi.org/10.1016/j.technovation.2010.02.002>.
- Rasmussen, E., Mosey, S., & Wright, M. (2016). The evolution of entrepreneurial competence: A longitudinal study of university spin-off venture emergence. *Journal of Management Studies*, 48(6), 1314–1345.
- Rawech, M., Holsing, T. (2014). “Why are some people more likely to become small-businesses owners than others: Entrepreneurship entry and industry-specific barriers”, *Journal of Business Venturing*, 29(2):232- 251.
- Sánchez, J.C., (2018). University training for entrepreneurial competencies: its impact on intention of venture creation. *Int. Entrep. Manage. J.* 7, 239–254. <http://dx.doi.org/10.1007/s11365-010-0156-x>.
- Sarasvathy, S. (2008a). *Effectuation: Elements of entrepreneurial expertise*. Northampton, MA: Edward Elgar.
- Siegel, D. S., Wright, M. & Lockett, A. (2005). “The rise of entrepreneurial activity at universities: Organizational and societal implications”, *Industrial and Corporate Change*, 16(4): 489- 504.
- Stanzin Mantok, Harjit Sekhon, Gurjeet Kaur Sahi, Paul Jones, (2020) "Entrepreneurial orientation and the mediating role of organisational learning amongst Indian S-SMEs", *Journal of Small Business and Enterprise Development*.
- Weibevo, D. (2005). The process of entrepreneurial learning: a conceptual framework. *Entrep. Theory Pract.* 29, 399–424. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00091.x>.
- Wolfe, D.A. (2017). The role of universities in regional development and cluster formation. In G.A. Jones, P.L. McCarney, & M.L. Skolnik (Eds.), *Creating Knowledge, Strengthening Nations: The Changing Role of Higher Education*. Toronto: University of Toronto Press.
- Zhao, F. (2015). Academic Entrepreneurship: Case study of Australian Universities. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 5(2), 91–97.