



The mediating role of individual entrepreneurial orientation in the relationship between entrepreneurship education and students' entrepreneurial intention

Saeed Mohammadi 

Department of Corporate Entrepreneurship, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran.
(Corresponding author). s2.mohammadi@ut.ac.ir

Gholam Hossein Hosseinnia 

Department of New Business Creation, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran.
hosseinnia@ut.ac.ir

Maziar Dastani Mobarakeh 

Department of New Business Creation, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran.
maziardastani@gmail.com

ABSTRACT

Objective: The main objective of this research is to examine the impact of entrepreneurship education on students' entrepreneurial intention, considering the mediating role of individual entrepreneurial orientation.

Methods: This research, conducted in the form of applied quantitative study, involved the creation of a questionnaire based on previous research. It was conducted online in the second half of the year 2021. A total of 143 questionnaires were selected for analysis from among the students of the University of Tehran who had received entrepreneurship education. This sample size was deemed acceptable based on the required sample size. Data analysis involved regression analysis and partial least squares (PLS) structural equation modeling. Both Cronbach's alpha and composite reliability were used to assess reliability. Convergent and discriminant validity were evaluated using convergent and discriminant validity constructs.

Findings: The results of this study indicate that dimensions of individual entrepreneurial orientation, apart from innovativeness, mediate the relationship between entrepreneurship education and the formation of entrepreneurial intention. Therefore, an excessive focus on innovation in entrepreneurship education should be reconsidered.

Conclusion: The specific achievement of this study is the examination of the three dimensions of individual entrepreneurial orientation separately, which is known in research literature as a unidimensional study. Based on unidimensional research, the dimensions of a single variable (in this case, individual entrepreneurial orientation) and its relationship with other variables are measured. Therefore, in terms of the mediating effect of individual entrepreneurial orientation, this research has provided new insights.

Keywords: Entrepreneurship Education, Individual Entrepreneurial Orientation, Entrepreneurial Intention, Innovativeness, Proactiveness, Risk Taking.

Cite this article: Mohammadi, S., Hosseinnia, G. H., & Dastani Mobarakeh, M. (2023). The mediating role of individual entrepreneurial orientation in the relationship between entrepreneurship education and students' entrepreneurial intention. *Journal of Entrepreneurship Development*, 16 (5), 231-251. DOI: <http://doi.org/10.22059/JED.2023.355074.654141> (In Persian)

Received: 2023-08-08;

Revised: 2023-12-16;

Accepted: 2024-02-20;

Published online: 2024-03-04

© The Author(s).

Article type: Research

Publisher: University of Tehran Press.



نقش میانجی گرایش کارآفرینانه فردی در رابطه بین آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرینانه دانشجویان

سعید محمدی

گروه سازمانی، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. (نویسنده مسئول) s2.mohammadi@ut.ac.ir

غلامحسین حسینی نیا

گروه کسب و کار، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. hosseini@ut.ac.ir

مازیار داستانی

گروه کسب و کار، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. maziardastani@gmail.com

چکیده

هدف: هدف اصلی این پژوهش بررسی تاثیر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان با توجه به نقش میانجی گرایش کارآفرینانه فردی می باشد.

روش: این تحقیق در قالب یک پژوهش کمی، باهدف کاربردی و از طریق جمع آوری پرسشنامه حسب پژوهشهای پیشین به صورت محقق ساخته و آنلاین در نیمه دوم سال ۱۴۰۰ انجام شده است. تعداد ۱۴۳ پرسشنامه از بین دانشجویان دانشگاه تهران که آموزشهای کارآفرینی را دیده بودند، برای تجزیه و تحلیل انتخاب شد که این میزان با توجه به تعداد نمونه لازم قابل قبول می باشد. برای تجزیه و تحلیل داده ها، از تحلیل رگرسیون و از روش حداقل مربعات جزئی در مدل سازی معادلات ساختاری استفاده شده است. برای سنجش پایایی از هر دو آماره آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی استفاده شده است. برای سنجش روایی نیز از سازه های روایی همگرا و روایی واگرا استفاده شده است.

یافته ها: نتایج این پژوهش نشان می دهد ابعاد گرایش کارآفرینانه فردی به غیر از نوآوری، رابطه میانجی گری بین آموزش کارآفرینی و ایجاد قصد کارآفرینانه دارند. از این رو تمرکز بیش از اندازه بر نوآوری در آموزش های کارآفرینی می بایست مورد تجدید نظر قرار بگیرد.

نتیجه گیری: دستاورد مشخص این پژوهش بررسی ابعاد سه گانه گرایش کارآفرینانه فردی به صورت مجزا است که در ادبیات پژوهشی این بررسی تحت عنوان تک عامله شناخته می شود. بر اساس پژوهشهای تک عامله، ابعاد یک متغیر (در اینجا گرایش کارآفرینانه فردی) و رابطه آن با سایر متغیرها سنجیده می شود. از این رو در خصوص تاثیر میانجی گر گرایش کارآفرینانه فردی، این پژوهش دستاوردهای جدیدی را ارائه داده است.

کلیدواژه ها: آموزش کارآفرینی، پیشگامی، ریسک پذیری، قصد کارآفرینانه، گرایش کارآفرینانه فردی، نوآوری.

استناد به این مقاله: محمدی، سعید، حسینی نیا، غلامحسین، و داستانی، مازیار. (۱۴۰۲). نقش میانجی گرایش کارآفرینانه فردی در رابطه بین آموزش

کارآفرینی و قصد کارآفرینانه دانشجویان، توسعه کارآفرینی، ۱۶ (۵)، ۲۳۱-۲۵۱. <http://doi.org/10.22059/JED.2023.355074.654141>



تاریخ انتشار: ۱۴۰۲/۱۲/۱۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۲/۱

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۹/۲۵

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۵/۱۷

ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران.

نوع مقاله: پژوهشی

© نویسنده گان.

۱. مقدمه

کارآفرینی ضرورت مهمی در توسعه اقتصادی است که موجب ایجاد اشتغال، نوآوری، و افزایش سطح رفاه می‌شود که این امر توسط عوامل نهادی قابل شکل‌گیری بوده و به‌خصوص آموزش کارآفرینی یکی از مهمترین این اقدامات نهادی است (Acs et al., 2008). از این رو، طراحی برنامه‌های آموزشی کارآفرینی با در نظر گرفتن عواملی که نتایج کاربردی از آن حاصل شود بسیار حیاتی است و از این مسیر کاربردی، رشد اقتصادی حاصل از آموزش کارآفرینی به بهبود محیط کسب‌وکار و افزایش همزمان رفاه اقتصادی و اجتماعی می‌انجامد (Stouraitis et al., 2019). اخیراً گام‌های موثری در جهت ارتقای آموزش و حمایت از کارآفرینی و کارآفرینان در کشور برداشته شده است، اما با توجه به اهمیت موضوع، اقدامات انجام شده کافی نبوده است و حتی با وجود این اقدامات شاهد برخی چالش‌ها و مشکلات هستیم. از این رو برای بهبود آموزش کارآفرینی و دستیابی به پیشرفتی سریع در زمینه کارآفرینی نیازمند تحقیقات بیشتری در حوزه آموزش کارآفرینی و سنجش تاثیر این برنامه‌های آموزشی بر یادگیری، نگرش‌ها و رفتارها هستیم (Karimi et al., 2010). از این رو بررسی رابطه بین آموزش کارآفرینی و رفتار کارآفرینانه از دغدغه‌های اصلی پژوهشگران آموزش کارآفرینی بوده که یکی از محرک‌های مهم در این رفتار، شکل‌گیری قصد کارآفرینانه در بین دانشجویان است (Rauch & Hulsink, 2015). هر برنامه آموزشی یا فرایند آموزش که باهدف ایجاد نگرش‌ها و مهارت‌های کارآفرینانه باشد، نقش محوری و اساسی را در توسعه قصد کارآفرینانه دانشجویان دارد (Hassan et al., 2020). با توجه به اینکه کارآفرینی در جایی شکوفا می‌شود که فرصت کارآفرینانه وجود داشته باشد (Shane & Venkataraman, 2000)، اما پیش نیاز شناسایی فرصت‌ها از قصد کارآفرینانه سرچشمه می‌گیرد (Krueger, 2017) و این دانشگاه‌ها و آموزشگاه‌ها هستند که با افزایش ویژگی‌ها و توانایی‌های دانشجویان، آنها را به سمت مشارکت در فعالیت‌های کارآفرینانه سوق می‌دهند و موجب پرورش قصد کارآفرینانه در وجود آنها می‌شوند. همواره در فضای استراتژیک کارآفرینانه، آموزش کارآفرینی و نوآوری بر تهییج مقاصد کارآفرینانه افراد متمرکز است که در نهایت به طور بالقوه منجر به راه اندازی شرکت‌های جدید می‌شود (Krueger, 2017; Westhead & Solesvik, 2016). در بین تمامی خصیصه‌ها برای بروز رفتار کارآفرینانه، بیشترین توجه در پژوهش‌ها به نقش قصد کارآفرینانه اشاره شده است (Krueger, 2017) که از همین رو نقش آموزش کارآفرینی نیز در شکل‌گیری این قصد چشمگیر است (Fayolle & Linan, 2014; Rauch & Hulsink, 2015).

یکی از مواردی که در زمینه آموزش کارآفرینی و شکل‌گیری قصد کارآفرینانه به آن کم پرداخته شده است، نقش ویژگی‌های فردی دانش‌پذیران (Bell, 2019) و خصوصاً ویژگی‌هایی است که ماهیت کارآفرینانه را در برداشته و باعث تسریع در شکل‌گیری قصد کارآفرینانه می‌شود (De Clercq et al., 2013). در ادبیات موجود در خصوص ارتباط بین آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرینانه به نقش دانشگاه‌ها (Bell, 2019; Keat, 2015)، ویژگی‌های برنامه‌های آموزشی (Cao, 2021)، گرایش به یادگیری^۱ دانشجویان (De Clercq et al., 2013; Dimov, 2007; Lee et al., 2022)، حمایت خانواده‌ها (Rachmawan et al., 2015) و ویژگی‌های فرهنگی (Linan & Chen, 2009) پژوهش‌هایی صورت گرفته است. اما این امر که آیا پژوهش‌ها در خصوص آموزش‌های کارآفرینی و رابطه آن با قصد کارآفرینانه تعمیم‌پذیری گسترده دارند یا خیر هنوز ابهاماتی وجود دارد (Fayolle & Linan, 2014).

¹ Learning Orientation

در این خصوص پژوهشهایی برای بررسی گرایش کارآفرینانه (در سطح شرکتی و فردی) و ارتباط آن با قصد کارآفرینانه انجام شده است که این ارتباطات عمدتاً به صورت غیرمستقیم بوده (Koe, 2016, 2019) و یا به صورت تک عاملی دیده شده است (Hassan et al., 2021) که این پژوهشها تعمیم پذیری ساده شده را در بر ندارند (Fayolle & Linan, 2014). پژوهش حاضر با در نظر گرفتن این امر که ویژگی‌های گرایش کارآفرینانه فردی (شامل ریسک پذیری، نوآوری، و پیشگامی) به صورت تفکیک شده می‌تواند مسیر روشن تری را در طراحی مفاهیم آموزشی ایجاد نماید. عبارتی دیگر، این پژوهش سعی دارد تا به این پرسش پاسخ دهد که برنامه‌های آموزش کارآفرینانه بر روی کدامیک از ویژگی‌های سه گانه گرایش کارآفرینانه فردی مانور بیشتری داشته باشند تا قصد کارآفرینانه و به تبع آن رفتار کارآفرینانه مناسبی در بین دانشجویان دیده شود.

دانشجویانی که در معرض آموزشهای کارآفرینی قرار می‌گیرند به روشنی نمی‌دانند که تاثیر این آموزها دقیقاً منجر به چه تغییر رفتاری در بین آنها شده و قرار است چه دستاوردهایی در زندگی حرفه ای آنها ایجاد نماید. از این رو دید این دانشجویان به آموزشهای کارآفرینی یکسان بوده و تفاوتی بین دروس و تاثیر آن در رفتارها را نمی‌دانند. این امر در بین سیاستگذاران و مدرسین این دوره‌ها نیز دیده می‌شود. به دلیل اینکه دانشجویان دارندگان آتی کسب و کارها هستند و توسعه گرایش کارآفرینانه فردی در مسیر آموزش کارآفرینانه می‌تواند در فرآیندهای راه اندازی کسب و کارها و جذب سرمایه گذار سهولت بسیاری ایجاد نماید (Boltonlin, 2010). این امر که در دوره‌های آموزشی در دانشگاه‌های ایران که طی آن کارآفرینی تدریس می‌گردد چه تاثیری بر ویژگی‌های رفتاری کارآفرینانه دارد، پژوهش‌های اندکی وجود دارد. بطور مشخص ویژگی‌های اصلی گرایش کارآفرینانه فردی و تاثیر آن بر قصد کارآفرینانه بسیار اندک مورد بررسی قرار گرفته است.

۲. مروری بر مبانی نظری و پیشینه پژوهش

۲-۱. آموزش کارآفرینی

آموزش کارآفرینی یکی از محورهای پرورش و توسعه انسانی است که در جهان به سرعت در حال رشد بوده بسیاری از کشورها برای ارتقاء کارآفرینی به توسعه آموزش‌های کارآفرینی روی آورده اند و تعداد زیادی از پژوهشگران حوزه کارآفرینی نیز تمرکز مطالعاتی خود را به آن اختصاص داده‌اند (Hoppe, 2016; Walter & Block, 2016). یکی از کاملترین تعاریف آموزش کارآفرینی توسط والتر و بلاک^۱ (۲۰۱۶) ارائه شده است که تاکید بر آموزش‌های رسمی برای تقویت دانش و انگیزش کارآفرینی در دانش پذیران دارد. این دیدگاه به مطلوبیت و قابلیت به کارگیری مفاهیم آموزشی دلالت داشته و عاملی برای تصمیم گیری در راه اندازی کسب و کارها است (Walter & Block, 2016).

سه دستاورد اصلی حاصل از آموزش کارآفرینی را می‌توان در قالب این موارد ذکر کرد: الف- دوره‌های آموزشی کارآفرینی می‌توانند پشتیبانی علمی مستقیم برای کارآفرینان ارائه دهند، ب- آموزش‌های کارآفرینی می‌توانند ویژگی‌های کارآفرینانه و قصد کارآفرینانه را ارتقاء دهند، ج- وجود آموزش‌های کارآفرینی می‌تواند فرهنگ کارآفرینی و شبکه سازی فرصت در دانشگاه‌ها را بالا ببرد (Sansone et al., 2021). به واسطه آموزش کارآفرینی،

¹ Walter & Block

فضایی مثبت و مطلوب در محیط کسب و کار بوجود خواهد آمد که این امر از طریق افزایش قصد کارآفرینانه انجام می‌شود (Jena, 2020). بسیاری از پژوهش‌های انجام شده در ادبیات آموزش کارآفرینی بر اثر مثبت آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه تاکید کرده‌اند (Bell, 2019; Fayolle & Gailly, 2015; Westhead & Solesvik, 2016). هر چند صاحب‌نظران بر این باورند که هنوز راه زیادی برای توسعه و تعمیم پذیری این ارتباط وجود داشته و می‌بایست سایر متغیرهای تاثیرگذار در این خصوص نیز شناسایی شوند (Fayolle & Linan, 2014). برای به دست آوردن درک بهتری از وضعیت کنونی آموزش کارآفرینی، بانها، کوئلو و فلورس یک بررسی سیستماتیک از ادبیات انجام دادند. آنها متوجه شدند که در حالی که تحقیقات زیادی درباره آموزش کارآفرینی انجام شده است، اما توافقی درباره آنچه که آموزش کارآفرینی موثر است، وجود ندارد. علاوه بر این، تحقیقات کافی درباره تأثیر آموزش کارآفرینی بر قصد و رفتار کارآفرینانه دانشجویان وجود ندارد. نویسندگان پیشنهاد می‌دهند که تحقیقات آینده باید بر روی شناسایی اجزای کلیدی آموزش کارآفرینی موثر و بررسی تأثیر این اجزا بر نتایج کارآفرینی دانشجویان تمرکز کنند. آنها همچنین پیشنهاد می‌دهند که پژوهشگران نقش یادگیری تجربی و استفاده از فناوری در آموزش کارآفرینی را بررسی کنند. به طور کلی، نویسندگان بر این باورند که درک بهتری از آموزش کارآفرینی موثر برای آماده کردن دانشجویان برای تبدیل شدن به کارآفرینان موفق و برای ترویج رشد و توسعه اقتصادی ضروری است (Banha et al., 2022).

آموزش کارآفرینی بر روی ذهنیت و رفتار کارآفرینانه دانشجویان دانشگاهی تأثیر مثبتی دارد. یادگیری مبتنی بر چالش به عنوان رویکردی موثر در آموزش کارآفرینی شناخته شده است، زیرا این رویکرد دانشجویان را به توسعه مهارت‌های حل مسئله و ایجاد خلاقیت تشویق می‌کند (Colombelli et al., 2022). با این حال، ارتباط بین آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرینی ممکن است توسط زمینه‌های آموزشی مدیریت شود، زیرا دوانگ متوجه شد که دانشجویان در برخی زمینه‌های آموزشی ممکن است بیشتر به کارآفرینی علاقه‌مند باشند (Duong, 2022). به طور کلی، آموزش کارآفرینی قابلیت تجهیز دانشجویان با مهارت‌ها و ذهنیت لازم برای موفقیت در جهان کارآفرینی را دارد و مدرسان باید در نظر داشته باشند که یادگیری مبتنی بر چالش و فرمت‌های آموزشی چابک را برای بهبود تجربه یادگیری به کار بگیرند (Fischer et al., 2022; Wang et al., 2022). آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه در دانشجویان تأثیر قابل توجهی دارد. چندین مطالعه رابطه بین آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرینانه را بررسی کرده‌اند. پژوهشگران حوزه آموزش کارآفرینی دریافته‌اند که نگرش مثبت نسبت به آموزش کارآفرینی و داشتن الگوهای کارآفرینانه می‌تواند قصد کارآفرینانه را افزایش دهد. این امر در بین دانشجویانی که در دوره‌های کسب و کار تحصیل می‌کنند و آموزش‌های کارآفرینی می‌بینند بالاتر است (Bellotti et al., 2014; Cera et al., 2020; Duong, 2022). اودین^۱ و همکاران (۲۰۲۲) با استفاده از مدلی تعدیلگر نشان دادند که آموزش کارآفرینی با تعدیلگری اشتیاق کارآفرینانه می‌تواند قصد کارآفرینانه را در فارغ‌التحصیلان کسب و کار توسعه دهد (Uddin et al., 2022). دوانگ^۲ (۲۰۲۲) نیز نقش تعدیل‌کننده زمینه‌های آموزشی را بررسی کرد و متوجه شد که رابطه بین آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرینانه برای دانشجویان در

¹ Uddin

² Duong

زمینه‌های غیر تجاری نیز ایجاد می‌شود (Duong, 2022). در نهایت، مارتینز^۱ وهمکاران (۲۰۲۲) تجزیه و تحلیل پیش‌آزمون-پس‌آزمون برنامه‌های آموزش کارآفرینی را انجام دادند و متوجه شدند که توسعه گرایش کارآفرینی می‌تواند منجر به افزایش احتمال راه‌اندازی کسب و کار توسط دانشجویان منجر شود (Martins et al., 2022). به طور کلی، این مطالعات نشان می‌دهند که آموزش کارآفرینی می‌تواند نقش حیاتی در توسعه قصد کارآفرینانه در فارغ‌التحصیلان کسب و کار ایفا کند و عواملی مانند اشتیاق کارآفرینانه، الگوهای کارآفرینی و توسعه زمینه‌های کارآفرینانه نقش تعدیل‌کننده‌ای دارند. از این رو بررسی رابطه بین آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرینانه مسیر مناسبی جهت بررسی تاثیر این آموزش‌ها بر شکل‌گیری و راه‌اندازی کسب و کارها توسط دانشجویان و شناسایی تاثیر کاربردی آموزش‌های کارآفرینی خواهد بود.

۲-۲. قصد کارآفرینانه

از دیدگاه فایول و لینن^۲ (۲۰۱۴) نگرش غالب در رویکرد رفتاری-شناختی برای کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه متمرکز است و از ادغام چند ویژگی شخصیتی به وجود آمده است و با طیف وسیعی از ارزش‌های قابل درک و مشاهده ارتباط دارد (Fayolle & Linan, 2014). قصد کارآفرینانه تمایل فرد به مالکیت (داشتن) و جستجوی مسیر به منظور رسیدن به هدف راه‌اندازی کسب و کار مخاطره‌پذیر است (Krueger, 2017; Linan, 2008). از سویی دیگر و به زبان ساده می‌توان گفت قصد کارآفرینانه به تصمیم‌گیری می‌پردازد، کاملاً آگاهانه و کاملاً برنامه‌ریزی شده، که طیف گسترده‌ای از اقدامات ضروری را به سمت شروع یک کسب و کار هدایت می‌کند. این الگوی تکرار شونده توسط آموزش کارآفرینی قابل‌گیری بوده و از این رو تاثیر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه بسیار مشهود است (Verheul et al., 2002).

پژوهش‌های انجام شده در زمینه قصد کارآفرینانه نشان می‌دهند که آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی و نتایج مرتبط با آن (راه‌اندازی کسب و کارهای کارآفرینانه) تاثیر مثبتی دارد. با استفاده از نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده، سیستم آموزشی دانشگاه‌ها می‌تواند بر گرایش و قصد کارآفرینی تأثیر بگذارد (Aliedan et al., 2022; Martínez-Gregorio et al., 2021).

جننا^۳ (۲۰۲۲) اشاره داشته است که رویکرد به سمت آموزش کارآفرینی و تاثیر آن در قصد کارآفرینانه نیاز به مطالعات بیشتری در خصوص رابطه این دو متغیر دارد (Jena, 2020). از این رو پژوهشگران سعی داشته‌اند تا با بررسی متغیرهای گوناگون این رابطه را بیشتر مورد شناسایی قرار دهند. یکی از متغیرهای اصلی در حوزه مطالعات کارآفرینی گرایش کارآفرینانه فردی است که در پژوهشهای متعددی رابطه آن با شکل‌گیری کسب و کارها و تاثیر در رفتار کارآفرینانه مورد بررسی قرار گرفته است (Covin & Miller, 2014; Krueger & Sussan, 2017; Wales et al., 2020). بر این اساس مطالعه حسن^۴ و همکاران نشان داد که آموزش کارآفرینی هم گرایش کارآفرینانه فردی را

¹ Martins

² Fayolle & Liñán

³ Jena

⁴ Hassan

تسهیل می‌کند و هم انگیزه کارآفرینی را افزایش می‌دهد و با قصد کارآفرینی رابطه مثبتی دارد. علاوه بر این، انگیزش کارآفرینانه به طور قابل توجهی در رابطه بین گرایش کارآفرینانه فردی و قصد کارآفرینی و همچنین بین آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرینی واسطه‌گری می‌کند. این مطالعه بر اهمیت ترویج آموزش کارآفرینی و جهت‌گیری کارآفرینانه فردی برای حمایت از دانشجویان در پروژه‌های کارآفرینی آنها تأکید می‌کند (Hassan et al., 2021). هر چند نقش مولفه‌های گرایش کارآفرینانه بصورت مجزا در این پژوهش‌ها مورد بررسی قرار نگرفته است. قصد کارآفرینانه منجر به راه اندازی کسب و کار مخاطره پذیر با گرایش به سمت رشد سریع را دارد که نیازمند سه محور اصلی زیر است: نخست، مقابله با عدم اطمینان همیشگی در محیط کسب و کار، که گرایش به داشتن رشد سریع می‌تواند کسب و کار نوپا را از این تلاطم عبور دهد. دوم، گرایش به سمت ایجاد بستری برای تاثیر اجتماعی از طریق ایجاد شغل و توسعه فردی. و در نهایت گرایش به ویژگی‌های کارآفرینانه در راستای گسترش نوآوری و ریسک پذیری از طریق راه‌اندازی کسب و کارهای نوپا (Hmieleski & Corbett, 2006). پژوهش حاضر در نظر دارد بر روی سومین نیازمندی برای توسعه قصد کارآفرینانه بین دانشجویان متمرکز شده و از طریق بررسی عوامل گرایش کارآفرینانه فردی به صورت متغیرهای مجزا، تاثیر هر کدام را بر قصد کارآفرینانه بررسی نماید.

۲-۳. گرایش کارآفرینانه فردی

گرایش کارآفرینانه به فرایند ایجاد رفتار کارآفرینانه^۱ اشاره دارد که پایه و اساس تصمیمات و اقدامات کارآفرینانه^۲ است. (Rauch et al., 2009). ابعاد اصلی و برجسته گرایش کارآفرینانه شامل مجموعه‌ای از سه تا پنج رفتاری که از بررسی و ادغام استراتژی کسب و کارها و ادبیات کارآفرینی به دست آمده می‌باشد. سه بعد اصلی این ساختار که بر اساس مفهوم سازی میلر^۳ در سال ۱۹۸۳ شناسایی شده و به طور مداوم در اکثر تحقیقات گرایش کارآفرینانه مورد استفاده قرار گرفته شامل نوآوری، پیشگامی و ریسک پذیری می‌باشد (Covin & Lumpkin, 2011; Covin & Miller, 2014; Kraus et al., 2019). لامپکین و دس^۴ (۱۹۹۶، ۲۰۰۱، ۲۰۰۵)، دو بعد "تمایل به تهاجم رقابتی" و "استقلال طلبی" را به عنوان مولفه‌هایی که لازم است به ساختار گرایش کارآفرینانه اضافه شود را شناسایی کردند. (Lumpkin & Dess, 2015; Rauch et al., 2009). هر چند سه عامل اولیه در پژوهشها مورد اقبال بیشتری قرار گرفته و پژوهشگران این سه عامل را کلیدی تر می‌دانند (Rauch et al., 2009; Wales et al., 2013; Wiklund & Shepherd, 2005). گرایش به نوآوری: استعداد بروز خلاقیت و آزمایش آن از طریق معرفی محصولات و خدمات جدید، همچنین رهبری فناورانه بر فرایندهای جدید از طریق تحقیق و توسعه (R&D) می‌باشد. نوآوری گاهی در تمایل شرکت برای حمایت از ایده‌ها، آزمایش‌ها و خلاقیت‌های جدید که منجر به اصلاح و توسعه محصولات، خدمات و فرایندهای جدید می‌شوند، نمود پیدا می‌کند (Lumpkin & Dess, 2015; Wiklund & Shepherd, 2005).

¹ Entrepreneurial Behaviour

² Entrepreneurial Action

³ Miller

⁴ Lumpkin & Dess

گرایش به ریسک‌پذیری: میزان آمادگی شرکت در جهت انجام اقدامات جسورانه با ورود در فضای کسب و کار ناشناخته، تامین مالی کلان و یا اختصاص منابع قابل توجه و شروع کسب و کار جدید در محیط‌هایی با عدم اطمینان بالا و پیامدهای ناشناخته می‌باشد (Rauch et al., 2009; Wales et al., 2020).

گرایش به پیشگامی: یک خصیصه رفتاری فرصت طلبانه با چشم اندازی رو به جلو (آینده نگر) است که با ارائه محصولات و خدمات جدید قبل از رقبا و اقدام به پیش‌بینی تقاضای آینده همراه می‌باشد و برای کسب مزیت اول بودن در تلاش است (Lomberg et al., 2017; Rauch et al., 2009; Wales et al., 2020).

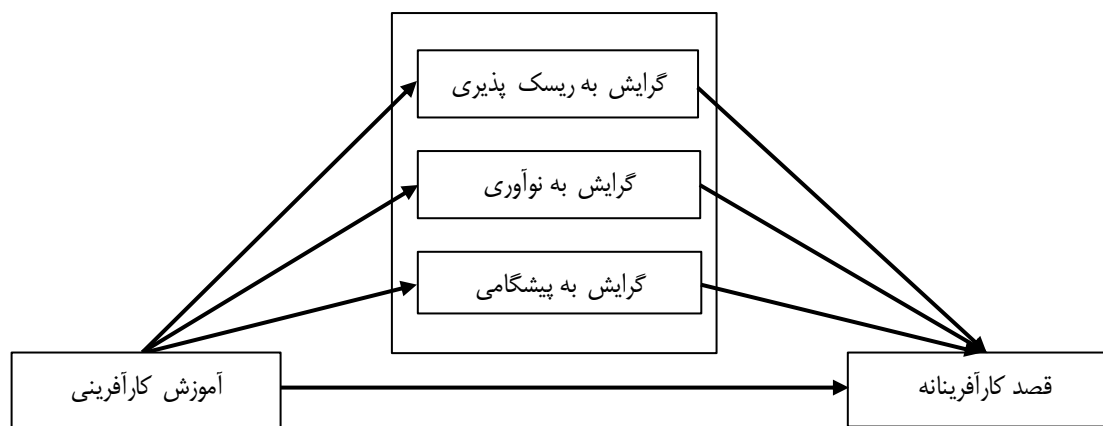
دیدگاه اولیه در خصوص گرایش کارآفرینانه عاملی در سطح شرکت بوده است، اما مطالعاتی که بعدها انجام شده، آن را به سطح فردی انتقال داده است (Rauch et al., 2009). در سال‌های اخیر محققان پیشنهاد کردند که گرایش کارآفرینانه می‌تواند به عنوان یک سازه در سطح تیمی و فردی نیز در نظر گرفته شود (Covin et al., 2020). مطالعات بولتون و لین^۱ (۲۰۱۲) نشان داده است که گرایش کارآفرینانه یک سازه روانشناختی مناسب برای درک رفتارهای افراد در محیط کار است و در همین راستا صاحب‌نظران تاکید فزاینده‌ای را بر توسعه و هدایت روندها و روش‌های کارآفرینانه در بین افراد دارند، بنابراین نیاز به مطالعه گرایش کارآفرینانه فردی ضروری و با اهمیت تر شده است (Bolton & Lane, 2012; Santos et al., 2020). بر این اساس پژوهشگران ساختار گرایش کارآفرینانه را به سطح فردی گسترش دادند و آن را گرایش کارآفرینانه فردی نامیده اند (Covin et al., 2020; Ferreira et al., 2017).

گرایش کارآفرینانه فردی را می‌توان به عنوان گرایش هر فرد به سمت رفتارهای نوآورانه، پیشگامانه و ریسک‌پذیر در محیط کسب و کار تعریف کرد. سازه‌های گرایش کارآفرینانه فردی همانند گرایش کارآفرینانه در سطح شرکتی بوده اما شاخص‌های فردی را در اندازه‌گیری آنها استفاده می‌نمایند. (Bolton & Lane, 2012; Covin et al., 2020). از این رو "نوآوری" به عنوان توانایی فرد در به کارگیری راه‌حل‌های جدید برای انجام وظایف مرتبط با راه اندازی کسب و کار تعریف می‌شود. "پیشگامی" به عنوان گرایش یک فرد به سوی اقدامات اختیاری، پیش‌بینی و پاسخ به فرصت‌ها جدید باهدف خلق ارزش بیان می‌شود. و "ریسک‌پذیری" به عنوان گرایش افراد برای انجام وظایفی با نتایج همراه با عدم اطمینان از طریق رفتارهای مبتکرانه و غیر قابل پیش‌بینی در نظر گرفته می‌شود (Rauch et al., 2009; Wales et al., 2005; Wiklund & Shepherd, 2013). این سه بعد برای فرآیند ایجاد و راه‌اندازی کسب و کارهای مخاطره‌پذیر ضروری بوده و می‌توان بعنوان عاملی برای شکل دهی بهتر قصد کارآفرینانه تلقی گردد (Bolton & Lane, 2012; Koe, 2016).

چارچوب نظری پژوهش:

این پژوهش در نظر دارد تا علاوه بر شناسایی تاثیر آموزش کارآفرینی بر شکل‌گیری قصد کارآفرینانه، تاثیر گرایش کارآفرینانه فردی را به صورت میانجی در این رابطه نیز شناسایی نماید. شکل ۱ مدل مفهومی پژوهش را نشان می‌دهد.

¹ Bolton and Lane



شکل ۱ - چارچوب نظری پژوهش

بر اساس چارچوب نظری پژوهش، فرضیه‌های پژوهش به صورت زیر بیان می‌شوند:

- فرضیه ۱- آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه تاثیر مثبت دارد.
- فرضیه ۲- گرایش به ریسک‌پذیری به عنوان میانجی در رابطه بین آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرینانه تاثیر مثبت دارد.
- فرضیه ۳- گرایش به نوآوری به عنوان میانجی در رابطه بین آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرینانه تاثیر مثبت دارد.
- فرضیه ۴- گرایش به پیشگامی به عنوان میانجی در رابطه بین آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرینانه تاثیر مثبت دارد.

۳. روش شناسی

پژوهش پیش رو از نظرهدف، کاربردی و از دید روش گردآوری داده‌ها در دسته تحقیقات توصیفی-همبستگی قرار می‌گیرد. برای تحلیل داده‌ها و بررسی مدل از روش کمی استفاده شده است. همچنین از پرسشنامه محقق ساخته بر اساس سنجه‌های ارائه شده توسط صاحب‌نظران برای گردآوری داده‌ها استفاده شده است.

متغیرها و روش‌های اندازه‌گیری آنها

متغیرهای این پژوهش به سه دسته تقسیم بندی می‌شوند:

متغیر مستقل-آموزش کارآفرینی: آموزش کارآفرینی به عنوان فرآیند انتقال مفاهیم کارآفرینی به صورت ساختاری و عملیاتی برای دانشجویان است، بطوریکه رفتار کارآفرینانه، فرهنگ کارآفرینی، مهارت‌ها و ذهنیت کارآفرینانه به آنها انتقال پیدا کند تا فرصتهای بازار را شناسایی و آنها را دنبال نمایند (Pulka et al., 2015). در خصوص اندازه‌گیری متغیر آموزش کارآفرینی از سنجه چهارگویه ای والتر و بلاک^۱ (۲۰۱۶) استفاده شده است (Walter & Block, 2016).

متغیر وابسته (قصد کارآفرینانه): قصد کارآفرینانه جستجوی اطلاعات به منظور تسهیل و دست یابی به اهدافی است که در راستای راه‌اندازی کسب و کارهای مخاطره پذیر مورد استفاده قرار می‌گیرد (Krueger Jr et al., 2000). در خصوص

^۱ Walter & Block

اندازه‌گیری متغیر قصد کارآفرینانه از سنجش گویه‌های لینن و چن^۱ (۲۰۰۹) استفاده شده است (Linan & Chen, 2009).

متغیرهای میانجی (ابعاد گرایش کارآفرینانه فردی): گرایش کارآفرینانه فردی به عنوان یک پیش‌نیاز، نگرش، و ویژگی‌هایی تعریف می‌شود که انگیزه و تصمیم‌گیری برای مشارکت یا فعالیت کارآفرینی در میان دانشجویان را فراهم می‌کند (Clark et al., 2023). در خصوص اندازه‌گیری متغیر گرایش کارآفرینانه فردی از سنجش ده گویه‌ای بولتون و لین (۲۰۱۲) استفاده شده است که از طریق بررسی و اندازه‌گیری ابعاد ریسک‌پذیری، نوآوری و پیشگامی این امر صورت می‌پذیرد (Bolton & Lane, 2012). تمامی متغیرها با طیف لیکرت هفت گزینه‌ای سنجیده شده‌اند.

جامعه آماری و حجم نمونه

جامعه آماری تحقیق حاضر شامل دانشجویان دانشکده‌های دانشگاه تهران می‌باشد. داده‌ها در بازه زمانی آبان ماه تا بهمن ماه ۱۴۰۰ گردآوری شد. در این تحقیق یکی از قواعد شناخته‌شده برای تعیین حداقل نمونه لازم در روش PLS استفاده شده که توسط هیر^۳ و همکاران (۲۰۱۹) ارائه شده است (Hair et al., 2019). در این روش با استفاده از نرم افزار GPower نسخه ۳٫۱ حداقل تعداد نمونه ۱۰۷ عدد تعیین شد.

تعداد نمونه مناسب بر اساس قاعده و نرم افزار بیان شده حداقل ۱۰۷ نفر محاسبه گردید که برای اطمینان بیشتر، تعداد پرسشنامه به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده توزیع شد. پس از گردآوری داده‌ها و بررسی پاسخ‌ها و نیز حذف پرسشنامه‌های ناقص از میان ۱۴۶ پرسشنامه برگشت داده شده، تعداد ۱۴۳ پرسشنامه برای تجزیه و تحلیل انتخاب شد که این میزان با توجه به تعداد نمونه لازم قابل قبول می‌باشد.

برای سنجش پایایی از هر دو آماره آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی استفاده شده است. برای سنجش روایی نیز از سازه‌های روایی همگرا و روایی واگرا استفاده شده است. در این پژوهش همبستگی از نوع تحلیل رگرسیون است. همچنین با در نظر گرفتن نقش میانجی در مدل پژوهشی و با توجه به اینکه داده‌های حاصله حجم کوچکی داشته و از توزیع نرمال تبعیت نمی‌کنند از روش حداقل مربعات جزئی در مدل سازی معادلات ساختاری PLS SEM و با استفاده از نرم افزار SmartPLS نسخه ۳ استفاده شده است.

۴. یافته‌ها

توصیف جمعیت شناختی

داده‌ها و نتایج جمعیت شناختی مشارکت کنندگان نشان داد که ۴۳ درصد از پاسخ دهندگان مرد و ۵۷ درصد زن می‌باشند. توزیع سنی نمونه آماری در ۲۰ تا ۳۰ سال درصد بیشتری را نسبت به بقیه دارد و به طور کل سن بین ۲۰ تا ۴۰ سال بیشترین تعداد پاسخ دهندگان را شامل می‌شود. همچنین پاسخ دهندگان با میزان تحصیلات کارشناسی ارشد

^۱ Liñán & Chen

^۲ این پژوهش بین دانشجویان دانشکده‌های کارآفرینی، مدیریت و فنی انجام شده است. ملاک بررسی دروس آموزش کارآفرینی چه در دوره‌های رسمی و چه آزاد بوده است تا اثر آموزش کارآفرینی قابل بررسی باشد.

^۳ Hair

درصد بیشتری را نسبت به بقیه دارند (۷۹ درصد) و افراد شرکت کننده در سمینار و کارگاه‌های کارآفرینی کمترین تعداد جامعه آماری را شامل می‌شوند (۲۱ درصد). اما در خصوص تجربه راه‌اندازی و یا مشارکت در استارت آپ‌ها، ۳۲ درصد پاسخ دهندگان سابقه مشارکت در تیم‌های استارت آپی را داشتند و مابقی این تجربه را نداشتند. از لحاظ سابقه کاری نیز اغلب پاسخ دهندگان سابقه اجرایی بلندمدت نداشته (۷۸ درصد) و یا به تازگی در محیط کسب و کار فعالیت داشته‌اند.

بررسی سازه‌های پژوهش

برای بررسی اعتبار سنجی پرسشنامه از ابزارهای روایی و پایایی استفاده شده است که در جدول ۱ ارائه شده است. برای سنجش پایایی هر دو آماره آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی (CR^۱) همزمان استفاده شده است که برای سنجش‌هایی که آلفای کرونباخ بالای ۰,۷ دارند پایایی آنها مورد تایید بوده و برای برخی از سازه‌ها و جهت تایید مجدد از آماره پایایی ترکیبی بررسی شده که در این خصوص نیز مشکلی در سازه‌ها وجود نداشته و پایایی ابزار مورد تایید می‌باشد. برای سنجش روایی نیز از سازه‌های روایی همگرا (CV^۲) و روایی واگرا (DV^۳) استفاده شده است. طبق تحلیل حاصل از نرم افزار PLS که در جدول ۱ مشاهده می‌شود، تمامی شاخص‌های AVE^۴ بالاتر از ۰,۵ بوده، مقدار CR>AVE است، و در نهایت بارهای عاملی (Outer Loading) نیز بالای ۰,۴ هستند. از این رو روایی همگرا مورد تایید بوده و برای بررسی روایی واگرا نیز نرم افزار شاخص HTMT^۵ را مورد تایید قرارداد است (Hair et al., 2014). در جدول ۱ کلیه آماره‌های مرتبط با تحلیل ابزار اندازه گیری و سازه‌های پژوهش مشخص شده که نشان می‌دهد روایی و پایایی سازه‌ها و ابزار اندازه‌گیری معتبر است.

تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌ها

برای تحلیل داده‌ها و استفاده از روش PLS-SEM سه مرحله تحلیل می‌بایست انجام شود. مرحله اول بررسی استاندارد بودن مدل، مرحله بعد بوت استرپینگ^۶ و سپس بلایند فولدینگ^۷ انجام خواهد شد. پس از اجرای الگوریتم PLS مدل تحلیل مقدماتی و نتایج کلیدی شامل ضرائب مسیر و مقدار R² بدست آمده از تحلیل در شکل ۲ نشان داده شده است.

جدول ۱. آماره‌ها و نتایج روایی و پایایی سوالات پرسشنامه

متغیرهای پژوهش	روایی همگرا			پایایی همسانی درونی		روایی افتراقی
	بارهای عاملی >۰/۷۰	شاخص قابلیت اطمینان >۰/۵۰	AVE >۰/۵۰	پایایی ترکیبی ۰/۹۰-۰/۶۰	آلفای کرونباخ ۰/۹۰-۰/۶۰	HTMT HTMT CI≠۱
آموزش کارآفرینی	۰/۸۲۰	۰/۶۷	۰/۷۰۵	۰/۹۰۵	۰/۸۶۱	تایید
	۰/۷۶۶	۰/۵۹				
	۰/۸۸۸	۰/۷۹				

^۱ Composite Reliability

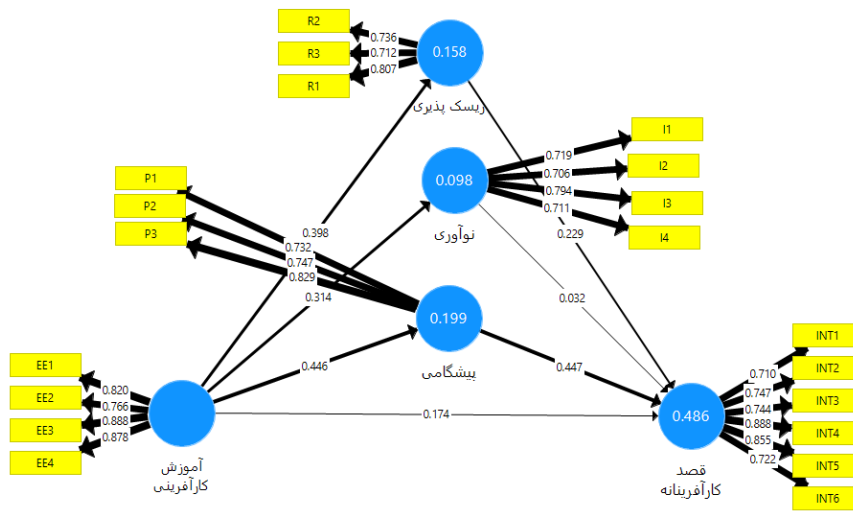
^۲ Convergent Validity

^۳ Divergent validity

^۴ Average Variance Extracted

^۵ Heterotrait-Monotrait Ratio

قصد کارآفرینانه		۰/۸۷۸	-۰/۷۷			
		۰/۷۱۰	-۰/۵۱			
		۰/۷۴۷	-۰/۵۶			
		۰/۷۴۴	-۰/۵۵	۰/۶۱۱	۰/۹۰۳	۰/۸۷۰
		۰/۸۸۸	-۰/۷۹			
ریسک پذیری		۰/۸۰۷	-۰/۶۵			
		۰/۷۳۶	-۰/۵۴	۰/۵۶۶	۰/۷۹۶	۰/۶۲۴
		۰/۷۱۲	-۰/۵۱			
نوآوری		۰/۷۱۹	-۰/۵۲			
		۰/۷۰۶	-۰/۵۱			
		۰/۷۹۴	-۰/۶۳	۰/۵۳۸	۰/۸۲۳	۰/۷۱۳
		۰/۷۱۱	-۰/۵۱			
پیشگامی		۰/۷۳۲	-۰/۵۴			
		۰/۷۴۷	-۰/۵۶	۰/۵۹۴	۰/۸۱۴	۰/۶۶۲
		۰/۸۲۹	-۰/۶۹			



شکل ۲. مدل تحلیل مقدماتی و نتایج کلیدی شامل ضرایب مسیر و مقدار R2

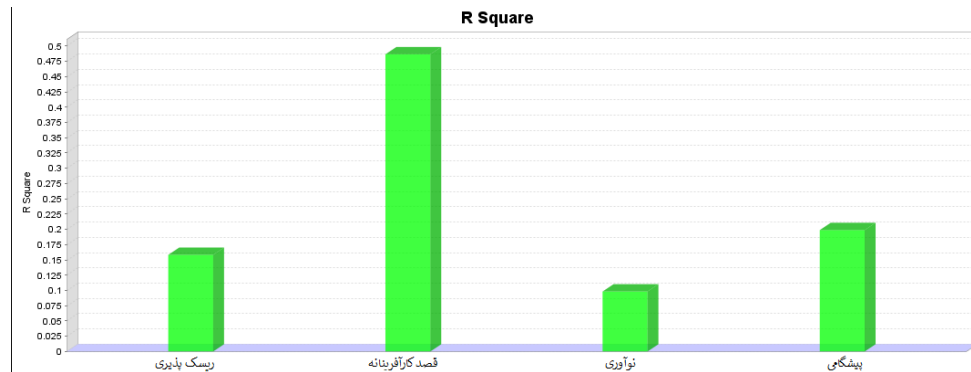
برای بررسی نتایج تحلیلی PLS موارد زیر می‌بایست صورت پذیرد. بررسی هم خطی بودن با شاخص VIF: همانطور که در جدول ۲ دیده می‌شود تمامی نتایج پایتتر از حد عدد ۵ بوده و از این رو پدیده هم خطی بودن مشاهده نمی‌شود.

جدول ۲. بررسی هم خطی بودن با شاخص VIF

	آموزش کارآفرینی	ریسک پذیری	قصد کارآفرینانه	نوآوری	پیشگامی
آموزش کارآفرینی		۱/۰۰۰	۱/۳۵۷	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰
ریسک پذیری			۱/۳۵۸		

قصد کارآفرینانه				
نوآوری			۱/۳۳۷	
پیشگامی			۱/۴۵۳	

بررسی مقدار R^2 : همانطور که در شکل ۳ دیده می‌شود، مقدار R^2 برای قصد کارآفرینانه در حد متوسط بوده و برای سایر سازه‌ها ضعیف است.



شکل ۳. بررسی مقدار R^2

آماره f^2 : جدول شماره ۳ این آماره را برای تاثیر پیشگامی بر روی قصد کارآفرینانه ۰/۲۶۸ نشان می‌دهد، که تاثیر قابل توجهی است و همچنین تاثیر آموزش کارآفرینی بر پیشگامی نیز ۰/۲۴۸ بوده که این آماره نیز قابل توجه می‌باشد. تاثیر آموزش کارآفرینی بر ریسک پذیری نیز متوسط و ۰/۱۸۸ بوده و در خصوص تاثیر نوآوری بر قصد کارآفرینانه عدد پایین ۰/۰۰۱ محاسبه شده است.

جدول ۳- آماره f^2

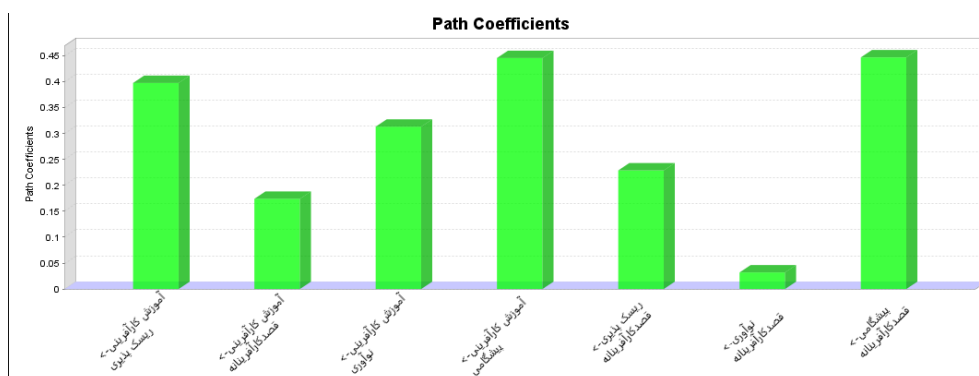
پیشگامی	نوآوری	قصد کارآفرینانه	ریسک پذیری	آموزش کارآفرینی
۰/۲۴۸	۰/۱۰۹	۰/۰۴۴	۰/۱۸۸	آموزش کارآفرینی
		۰/۰۷۵		ریسک پذیری
				قصد کارآفرینانه
		(۰/۰۰۱)		نوآوری
		۰/۲۶۸		پیشگامی

ضرائب مسیر: طبق شکل ۴ و جدول ۴، ضرائب مسیر برای همه سازه‌های مدل معنی‌دار بوده اما رابطه بین قصد کارآفرینانه و پیشگامی بالاترین ارتباط معناداری و پس از آن رابطه بین پیشگامی و آموزش کارآفرینی است.

جدول ۴- ضرائب مسیر

پیشگامی	نوآوری	قصد کارآفرینانه	ریسک پذیری	آموزش کارآفرینی
۰/۴۴۶	۰/۳۱۴	۰/۱۷۴	۰/۳۹۸	آموزش کارآفرینی
		۰/۲۲۹		ریسک پذیری
				قصد کارآفرینانه
		۰/۰۳۲		نوآوری

پیشگامی			۰/۴۴۷		
---------	--	--	-------	--	--



شکل ۴. ضرائب مسیر

همچنین اثرات کل سازه‌ها در مدل به صورت جدول ۵ است.

جدول ۵. اثرات کل سازه‌ها

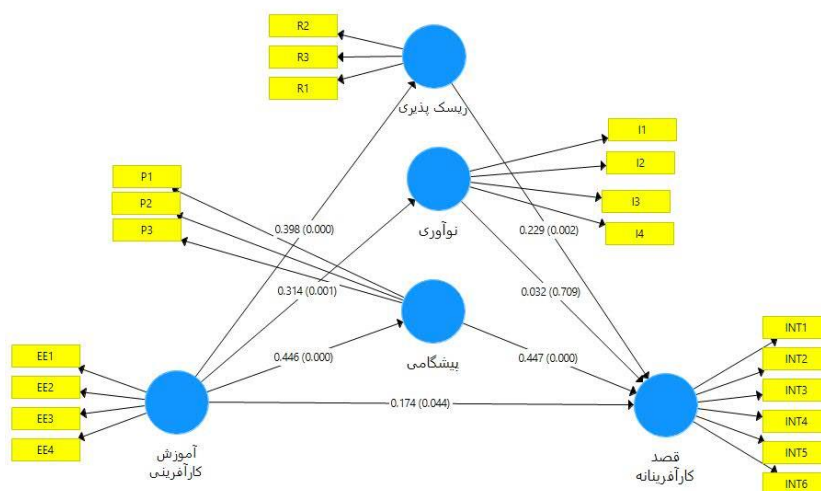
پیشگامی	نوآوری	قصد کارآفرینانه	ریسک پذیری	آموزش کارآفرینی
۰/۴۴۶	۰/۳۱۴	۰/۴۷۵	۰/۳۹۸	آموزش کارآفرینی
		۰/۲۲۹		ریسک پذیری
				قصد کارآفرینانه
		۰/۰۳۲		نوآوری
		۰/۴۴۷		پیشگامی

همانطور که در این جدول ملاحظه می‌گردد، بیشترین تاثیر در خصوص قصد کارآفرینانه به ترتیب مربوط به آموزش کارآفرینی (۰/۴۷۵)، سپس پیشگامی (۰/۴۴۷)، ریسک پذیری (۰/۲۲۹) و در نهایت نوآوری (۰/۰۳۲) می‌باشد.

ارزیابی مدل ساختاری

آزمون بوت استرپینگ^۱ با ۵۰۰۰ نمونه از روی نمونه ای پژوهش انجام گردید که نتایج آن در مدل به صورت شکل ۵ است.

^۱ Bootstrapping



شکل ۵. نتایج آزمون بوت استرپینگ

همانطور که جدول ۶ ملاحظه می‌شود تنها در رابطه بین نوآوری و قصد کارآفرینانه رابطه معنا دار وجود ندارد. با توجه به جدول زیر، رابطه بین نوآوری و قصد کارآفرینانه معنا دار نبوده و از این رو فرضیه مربوط به این رابطه رد می‌گردد. بقیه فرضیه‌ها همگی مورد تایید می‌باشند.

جدول ۶. نتایج آزمون بوت استرپینگ

	نمونه اصلی	میانگین	انحراف معیار	مقدار T	مقدار P
آموزش کارآفرینی - <ریسک پذیری	۰/۳۹۸	۰/۴۰۸	۰/۰۶۵	۶/۱۳۶	۰/۰۰۰
آموزش کارآفرینی - <قصد کارآفرینانه	۰/۱۷۴	۰/۱۶۶	۰/۰۸۷	۲/۰۱۲	۰/۰۴۴
آموزش کارآفرینی - <نوآوری	۰/۳۱۴	۰/۳۲۷	۰/۰۹۱	۳/۴۵۹	۰/۰۰۱
آموزش کارآفرینی - <پیشگامی	۰/۴۴۶	۰/۴۵۵	۰/۰۶۵	۶/۸۷۷	۰/۰۰۰
ریسک پذیری - <قصد کارآفرینانه	۰/۲۲۹	۰/۲۳۶	۰/۰۷۲	۳/۱۷۳	۰/۰۰۲
نوآوری - <قصد کارآفرینانه	۰/۰۳۲	۰/۰۳۶	۰/۰۸۶	۰/۳۷۴	۰/۷۰۹
پیشگامی - <قصد کارآفرینانه	۰/۴۴۷	۰/۴۵۱	۰/۰۸۰	۵/۶۱۵	۰/۰۰۰

بررسی کیفیت پیش بینی مدل

جدول ۷ نتایج آزمون بلایند فولدینگ^۱ را نشان می‌دهد. همانطور که در این شکل دیده می‌شود، تمامی مقادیر Q^2 بالای صفر بوده و نشان می‌دهد سازه‌های مدل به خوبی نمایانگر متغیرهای مدل می‌باشند. با توجه به این نتایج در پژوهش حاضر، به بررسی تاثیر آموزش کارآفرینی بر شکل گیری قصد کارآفرینانه و نقش

^۱ Blindfolding

میانجی‌گر گرایش کارآفرینانه فردی می‌پردازیم.

فرضیه ۱- آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه تاثیر مثبت دارد.

با توجه به نتیجه تجزیه و تحلیل و ضریب مسیر (۰/۱۷۴) می‌توان گفت، رابطه آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرینانه معنادار بوده و آموزش کارآفرینی در بین متغیرها با اثر سازه ای (۰/۴۷۵) ، بیشترین تاثیر را بر قصد کارآفرینانه دارد. همچنین طبق جدول ۶ مقدار ارزش t و p این ارتباط را معنا دارد می‌داند. بنابراین با توجه به نتایج حاصل از پژوهش می‌توان گفت که فرضیه اول ارتباط آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرینانه شدتی قوی داشته و این ارتباط کاملاً معنادار است و فرضیه تایید می‌شود.

جدول ۷. نتایج آزمون بلایند فولدینگ

	SSO	SSE	$Q^2 (=1-SSE/SSO)$
آموزش کارآفرینی	۵۷۲/۰۰۰	۵۷۲/۰۰۰	
ریسک پذیری	۴۲۹/۰۰۰	۳۹۷/۰۳۸	۰/۰۷۵
قصد کارآفرینانه	۵۸۵/۰۰۰	۶۱۵/۸۳۳	۰/۲۸۲
نوآوری	۵۷۲/۰۰۰	۵۴۶/۶۷۷	۰/۰۴۴
پیشگامی	۴۲۹/۰۰۰	۳۸۱/۰۲۴	۰/۱۱۲

فرضیه ۲- گرایش به ریسک پذیری به عنوان میانجی در رابطه بین آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرینانه تاثیر مثبت دارد. هر دو بررسی تاثیر آموزش کارآفرینی بر ریسک پذیری و تاثیر ریسک پذیری بر قصد کارآفرینانه طبق جدول ۶ مورد تایید بوده و از این رو فرضیه دوم نیز تایید می‌شود. از این رو نقش ریسک‌پذیری به عنوان میانجی در رابطه بین آموزش کارآفرینانه و قصد کارآفرینانه طبق جدول ۶ مورد تایید بوده و از این رو فرضیه دوم نیز تایید می‌شود.

فرضیه ۳- گرایش به نوآوری به عنوان میانجی در رابطه بین آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرینانه تاثیر مثبت دارد. در بررسی تاثیر آموزش کارآفرینی بر نوآوری، این ارتباط مثبت و معنا دار بوده، اما رابطه بین نوآوری و قصد کارآفرینانه طبق جدول ۶ معنا دار نیست. از این رو فرضیه میانجی‌گری نوآوری در رابطه آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرینانه تایید نمی‌گردد.

فرضیه ۴- گرایش به پیشگامی به عنوان میانجی در رابطه بین آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرینانه تاثیر مثبت دارد. هر دو بررسی تاثیر آموزش کارآفرینی بر پیشگامی و تاثیر پیشگامی بر قصد کارآفرینانه طبق جدول ۶ مورد تایید بوده و از این رو فرضیه دوم نیز تایید می‌شود. از این رو نقش پیشگامی به عنوان میانجی در رابطه بین آموزش کارآفرینانه و قصد کارآفرینانه طبق جدول ۶ مورد تایید بوده و از این رو فرضیه چهارم نیز تایید می‌شود.

۵. بحث و نتیجه گیری

برنامه‌ها و دوره‌هایی که در دانشگاه‌ها و همچنین موسسات آموزشی در خصوص آموزش کارآفرینی برگزار می‌شود در راستای ارتقا مفاهیم و روش‌های راه اندازی کسب و کارهای مخاطره پذیر بین دانش پذیران بوده و انتظار می‌رود تا آنها احتمالاً در زمره کارآفرینان قرار بگیرند. زمانی این احتمال بالا خواهد رفت که این آموزشها منجر به شکل دهی رفتار کارآفرینانه شده و دانشجویان در عمل اقدام کارآفرینانه داشته باشند. در این راستا قصد کارآفرینانه به عنوان یکی از

شاخص‌های اصلی و پیش‌نیاز رفتار کارآفرینانه مطرح شده است. همچنین گرایش به سمت ویژگی‌های فردی کارآفرینانه نیز توسط صاحب‌نظران به‌عنوان مشخصه ورود به فضای کسب و کارهای کارآفرینانه در نظر گرفته شده که گرایش کارآفرینانه فردی نیز بارزترین این مشخصه‌ها است.

پژوهش حاضر باهدف سنجش تاثیر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه که انتظار می‌رود منجر به راه اندازی کسب و کارهای فردی و ابعاد آن (تمایل به ریسک‌پذیری، پیشگامی و نوآوری) به‌عنوان متغیر میانجی به‌صورت جداگانه نیز مورد بررسی قرار گرفت.

بر این اساس، پژوهش حاضر مشخص ساخت که آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه تاثیر مثبت دارد که این نتیجه در راستای پژوهش‌های پیشین بوده و موید این امر است که سرمایه‌گذاری در این آموزش‌ها می‌تواند به توسعه کارآفرینی در یک جامعه کمک شایان توجهی نماید. بعنوان مثال در پژوهش‌های پیشین به نقش دانشگاه و طراحی برنامه‌های آموزشی که منجر به قصد کارآفرینانه می‌شوند تاکید داشته‌اند (Bell, 2019; Liñán et al., 2011; Rauch & Hulsink, 2015). دستاورد مشخص این پژوهش بررسی ابعاد سه گانه گرایش کارآفرینانه فردی به صورت مجزا است که در ادبیات پژوهشی این بررسی تحت عنوان تک عامله شناخته می‌شود. بر اساس پژوهش‌های تک‌عامله، ابعاد یک متغیر (در اینجا گرایش کارآفرینانه فردی) و رابطه آن با سایر متغیرها سنجیده می‌شود. از این رو در خصوص تاثیر میانجی‌گر گرایش کارآفرینانه فردی این پژوهش دستاوردهای جدید را ارائه داده است. نخست، اولین پژوهشی است که تاثیر ابعاد گرایش کارآفرینانه را به صورت مجزا (با تک عامله^۱) در ارتباط با آموزش کارآفرینی و همچنین قصد کارآفرینانه مورد بررسی قرار داده است. به‌عنوان مثال کو^۲ (۲۰۱۶) رابطه چندعامله^۳ سازه‌ها با قصد کارآفرینانه را مورد بررسی قرار داده و مشخص نیست هر سازه به تنهایی چه تاثیری در قصد کارآفرینانه دارد. این یکی از نوآوری‌ها و پیشبرد در این حوزه دانشی است که پژوهش حاضر به دست آورده است و قابلیت تعمیم پذیری که تحت عنوان شکاف در ادبیات معرفی شده بود (Fayolle & Linan, 2014) در اینجا پاسخ داده شده است. از این رو این پژوهش مشخص نمود که آموزش کارآفرینی می‌تواند باعث بالا بردن ویژگی‌های گرایش کارآفرینانه شود. هرچند برخلاف انتظار گرایش به نوآوری در بین دانشجویان در قصد کارآفرینانه تاثیر نداشته و به‌عنوان یک ویژگی از گرایش کارآفرینانه نمی‌تواند در ارتباط آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرینانه بعنوان میانجی عمل نماید. این امر می‌تواند از دو مفهوم سرچشمه بگیرد: نخست، حرکت به سوی نوآوری در محیط متلاطم کسب و کار احتیاط برانگیز بوده و اولویتی برای دانشجویان و شکل‌دهی کسب و کارهای مخاطره پذیر آنها نداشته باشد. دوم، در بین دانشجویان برنامه‌های مرتبط با توسعه نوآوری کمتر بیان شده و آموزش کارآفرینی در مبحث توسعه گرایش به نوآوری در میان دانشجویان کاستی دارد.

هر چند دو سازه دیگر (ریسک‌پذیری و پیشگامی) رابطه میانجی‌گری مطلوبی در ارتباط بین آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرینانه دارند که با پژوهش‌های پیشین در خصوص ارتباط با قصد کارآفرینانه (Krueger, 2017) و همچنین به‌طور

¹ Univariate

² Koe

³ Multivariate

جداگانه در ارتباط آموزش کارآفرینی (Liñán et al., 2011; Rauch & Hulsink, 2015) مطابقت دارد. از این رو برنامه‌های آموزش کارآفرینانه برای دانشجویان در میان مدت می‌بایست بر روش‌های پیشگامانه و تحلیل و مدیریت ریسک بیشتر توسعه یابد. این پژوهش در ادامه پیشنهاد جانا (۲۰۲۰) و حسن و همکاران (۲۰۲۱) بوده که تاثیر متغیری مهم در ادبیات کارآفرینی را در بررسی رابطه آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرینانه به صورت تک عامله سنجیده است و بر این اساس رویکرد افراد در آموزش کارآفرینی به سمت پذیرش ریسک و پیشگامی بیشتر از نوآوری دیده شده است.

پژوهش‌های آتی می‌تواند از شاخص‌های نوین گرایی کارآفرینانه فردی (Santos et al., 2020) استفاده نموده و سایر ویژگی‌های فردی در این خصوص را نیز مورد بررسی قرار دهند. همچنین بررسی متغیرهایی که می‌تواند توامان قصد کارآفرینانه را بهبود دهند نیز در مدل اضافه شده و روابط جدیدی خلق گردد. استفاده از روش‌های دیگر پژوهشی مانند مطالعات طی زمان، مطالعات قبل و بعد از آموزش، مطالعات تطبیقی، پژوهش‌هایی با گروه‌های متفاوت و تفکیک شده از دانشجویان (مانند دانشجویان رشته‌های متفاوت از مدیریت، کسب و کار و کارآفرینی) و همچنین مطالعات با گروه شاهد نیز می‌تواند دستاوردهای نوینی در این زمینه ایجاد نموده و کمک به دانش ضمنی در این حوزه را فراهم سازد.

۶. منابع

- Acs, Z. J., Desai, S., & Hessels, J. (2008). Entrepreneurship, economic development and institutions. *Small Business Economics*, 31(3), 219-234.
- Aliedan, M. M., Elshaer, I. A., Alyahya, M. A., & Sobaih, A. E. E. (2022). Influences of university education support on entrepreneurship orientation and entrepreneurship intention: application of theory of planned behavior. *Sustainability*, 14(20), 1-18.
- Banha, F., Coelho, L. S., & Flores, A. (2022). Entrepreneurship education: a systematic literature review and identification of an existing gap in the field. *Education Sciences*, 12(5), 336. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/educsci12050336>
- Bell, R. (2019). Predicting entrepreneurial intention across the university. *Education+ Training*, 61(7/8), 815-831.
- Bellotti, F., Berta, R., De Gloria, A., Lavagnino, E., Antonaci, A., Dagnino, F., Ott, M., Romero, M., Usart, M & Mayer, I. S. (2014). Serious games and the development of an entrepreneurial mindset in higher education engineering students. *Entertainment Computing*, 5(4), 357-366.
- Bolton, D., & Lane, M. (2012). Individual entrepreneurial orientation: Development of a measurement instrument. *Education+ Training*, 54(2/3), 219-233.
- Cao, J. (2021, November). The application of big data technology in the assessment model of college student's entrepreneurial intention. In *2021 2nd International Conference on Information Science and Education (ICISE-IE)* (pp. 398-402). IEEE. <https://doi.org/10.1109/ICISE-IE53922.2021.00099>
- Cera, G., Mlouk, A., Cera, E., & Shumeli, A. (2020). The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intention. A Quasi-Experimental Research Design. *Journal of Competitiveness*, 12(1), 39. <https://doi.org/10.7441/joc.2020.01.03>
- Clark, D. R., Pidduck, R. J., Lumpkin, G., & Covin, J. G. (2023). Is It Okay to Study Entrepreneurial Orientation (EO) at the Individual Level? Yes!. *Entrepreneurship Theory and Practice*. <https://doi.org/10.1177/10422587231178885>

- Colombelli, A., Loccisano, S., Panelli, A., Pennisi, O. A. M., & Serraino, F. (2022). Entrepreneurship education: the effects of challenge-based learning on the entrepreneurial mindset of university students. *Administrative Sciences*, 12(1), 10. <https://doi.org/10.3390/admsci12010010>
- Covin, J. G., & Lumpkin, G. T. (2011). Entrepreneurial orientation theory and research: Reflections on a needed construct. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(5), 855-872.
- Covin, J. G., & Miller, D. (2014). International entrepreneurial orientation: Conceptual considerations, research themes, measurement issues, and future research directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(1), 11-44.
- Covin, J. G., Rigtering, J. C., Hughes, M., Kraus, S., Cheng, C.F., & Bouncken, R. B. (2020). Individual and team entrepreneurial orientation: Scale development and configurations for success. *Journal of Business Research*, 112, 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.02.023>
- De Clercq, D., Honig, B., & Martin, B. (2013). The roles of learning orientation and passion for work in the formation of entrepreneurial intention. *International Small Business Journal*, 31(6), 652-676.
- Dimov, D. (2007). From opportunity insight to opportunity intention: The importance of person-situation learning match. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(4), 561-583.
- Duong, C. D. (2022). Exploring the link between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: the moderating role of educational fields. *Education + Training*, 64(7), 869-891.
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2015). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: Hysteresis and persistence. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 75-93.
- Fayolle, A., & Liñán, F. (2014). The future of research on entrepreneurial intentions. *Journal of Business Research*, 67(5), 663-666.
- Ferreira, F. A., Jalali, M. S., Bento, P., Marques, C. S., & Ferreira, J. J. (2017). Enhancing individual entrepreneurial orientation measurement using a metacognitive decision making-based framework. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13(2), 327-346.
- Fischer, S., Rosilius, M., Schmitt, J., & Bräutigam, V. (2022). A brief review of our agile teaching formats in entrepreneurship education. *Sustainability*, 14(1), 251-251.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis*. Pearson new international edition.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2-24.
- Hassan, A., Anwar, I., Saleem, I., Islam, K. B., & Hussain, S. A. (2021). Individual entrepreneurial orientation, entrepreneurship education and entrepreneurial intention: The mediating role of entrepreneurial motivations. *Industry and Higher Education*, 35(4), 403-418.
- Hassan, A., Saleem, I., Anwar, I., & Hussain, S. A. (2020). Entrepreneurial intention of Indian university students: the role of opportunity recognition and entrepreneurship education. *Education + Training*, 62(7/8), 843-861. <https://doi.org/10.1108/ET-02-2020-0033>
- Hmieleski, K. M., & Corbett, A. C. (2006). Proclivity for improvisation as a predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 44(1), 45-63.
- Hoppe, M. (2016). Policy and entrepreneurship education. *Small Business Economics*, 46(1), 13-29.
- Jena, R. K. (2020). Measuring the impact of business management Student's attitude towards entrepreneurship education on entrepreneurial intention: A case study. *Computers in Human Behavior*, 107. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106275>
- Karimi, S., Chizari, M., Biemans, H. J., & Mulder, M. (2010). Entrepreneurship education in Iranian higher education: The current state and challenges. *European Journal of Scientific Research*, 48(1), 35-50.

- Keat, Y. (2015). Perceived effective entrepreneurship education and entrepreneurial intention: The role of the perception of university support and perceived creativity disposition. *Journal of Education and Vocational Research*, 6(2), 70-79.
- Koe, W. L. (2016). The relationship between Individual Entrepreneurial Orientation (IEO) and entrepreneurial intention. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 1(6), 1-11.
- Koe, W. L. (2019). Individual entrepreneurial orientation and perceived employability among university graduates. In *Proceedings of the Regional Conference on Science, Technology and Social Sciences (RCSTSS 2016) Social Sciences* (pp. 69-77). Springer Singapore.
- Kraus, S., Breier, M., Jones, P., & Hughes, M. (2019). Individual entrepreneurial orientation and intrapreneurship in the public sector. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15(4), 1247-1268.
- Krueger Jr, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5-6), 411-432.
- Krueger, N., & Sussan, F. (2017). Person-level entrepreneurial orientation: clues to the 'entrepreneurial mindset'? *International Journal of Business and Globalisation*, 18(3), 382-395.
- Krueger, N. F. (2017). Entrepreneurial intentions are dead: Long live entrepreneurial intentions. In *Revisiting the Entrepreneurial Mind* (pp. 13-34). Springer.
- Lee, S., Kang, M. J., & Kim, B. K. (2022). Factors influencing entrepreneurial intention: Focusing on individuals' knowledge exploration and exploitation activities. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3), 165. <https://doi.org/10.3390/joitmc8030165>
- Linan, F. (2008). Skill and value perceptions: how do they affect entrepreneurial intentions? *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4(3), 257-272.
- Linan, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship theory and practice*, 33(3), 593-617.
- Liñán, F., Rodríguez Cohard, J. C., & Rueda Cantuche, J. M. (2011). Factors affecting entrepreneurial intention levels: a role for education. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), 195-218.
- Lomberg, C., Urbig, D., Stöckmann, C., Marino, L. D., & Dickson, P. H. (2017). Entrepreneurial Orientation: The Dimensions' Shared Effects in Explaining Firm Performance. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(6), 973-998. <https://doi.org/10.1111/etap.12237>
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (2015). Entrepreneurial orientation. *Wiley encyclopedia of management*, 1-4. <https://doi.org/10.1002/9781118785317.weom030030>
- Martínez-Gregorio, S., Badenes-Ribera, L., & Oliver, A. (2021). Effect of entrepreneurship education on entrepreneurship intention and related outcomes in educational contexts: A meta-analysis. *The International Journal of Management Education*, 19(3), 100545. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2021.100545>
- Martins, I., Perez, J. P., & Novoa, S. (2022). Developing orientation to achieve entrepreneurial intention: A pretest-post-test analysis of entrepreneurship education programs. *The International Journal of Management Education*, 20(2), 100593. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2021.100593>
- Pulka, B. M., Aminu, A. A., & Rikwentishe, R. (2015). The effects of entrepreneurship education on university students' attitude and entrepreneurial intention. *European Journal of Business and Management*, 7(20), 149-157.
- Rachmawan, A., Lizar, A. A., & Mangundjaya, W. L. (2015). The role of parent's influence and self-efficacy on entrepreneurial intention. *Journal of Developing Areas*, 49(3), 417-430.

- Rauch, A., & Hulsink, W. (2015). Putting entrepreneurship education where the intention to act lies: An investigation into the impact of entrepreneurship education on entrepreneurial behavior. *Academy of Management Learning & Education*, 14(2), 187-204.
- Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G. T., & Frese, M. (2009). Entrepreneurial orientation and business performance: An assessment of past research and suggestions for the future. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 761-787.
- Sansone, G., Battaglia, D., Landoni, P., & Paolucci, E. (2021). Academic spinoffs: the role of entrepreneurship education. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 17(1), 369-399.
- Santos, G., Marques, C. S., & Ferreira, J. (2020). Passion and perseverance as two new dimensions of an Individual Entrepreneurial Orientation scale. *Journal of Business Research*, 112(C), 190-199.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Stouraitis, V., Harun, M. H. M., & Kyritsis, M. (2022). Exploring individual entrepreneurial orientation through education in emerging market conditions: the case of Malaysia and Thailand. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 45(4), 489-517.
- Uddin, M., Chowdhury, R. A., Hoque, N., Ahmad, A., Mamun, A., & Uddin, M. N. (2022). Developing entrepreneurial intentions among business graduates of higher educational institutions through entrepreneurship education and entrepreneurial passion: A moderated mediation model. *The International Journal of Management Education*, 20(2), 100647. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2022.100647>
- Verheul, I., Wennekers, S., Audretsch, D., & Thurik, R. (2002). *An Eclectic Theory of Entrepreneurship: Policies, Institutions and Culture*. Springer .
- Wales, W. J., Covin, J. G., & Monsen, E. (2020). Entrepreneurial orientation: The necessity of a multilevel conceptualization. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 14(4), 639-660.
- Wales, W. J., Gupta, V. K., & Mousa, F.T. (2013). Empirical research on entrepreneurial orientation: An assessment and suggestions for future research. *International Small Business Journal*, 31(4), 357-383.
- Walter, S. G., & Block, J. H. (2016). Outcomes of entrepreneurship education: An institutional perspective. *Journal of Business Venturing*, 31(2), 216-233.
- Wang, C., Mundorf, N., & Salzarulo-McGuigan, A. (2022). Entrepreneurship education enhances entrepreneurial creativity: The mediating role of entrepreneurial inspiration. *The International Journal of Management Education*, 20(2), 100570. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2021.100570>
- Westhead, P., & Solesvik, M. Z. (2016). Entrepreneurship education and entrepreneurial intention: do female students benefit? *International Small Business Journal*, 34(8), 979-1003.
- Wiklund, J., & Shepherd, D. (2005). Entrepreneurial orientation and small business performance: a configurational approach. *Journal of Business Venturing*, 20(1), 71-91.