

## تاثیر جهت گیری کارآفرینانه بر رفتار کارآفرینی با میانجی گری قصد کارآفرینی در دانشجویان مهندسی دانشگاه سیستان و بلوچستان

زکيه گنجعلي<sup>1</sup> - روح اله باقري مجد<sup>2\*</sup>

1. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه سیستان و

بلوچستان

2. استادیار مدیریت آموزش عالی دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه سیستان و بلوچستان

تاریخ دریافت: 1399/4/24

تاریخ پذیرش: 1399/9/8

### چکیده

جهانی سازی و اقتصاد دانش بنیان منجر به تغییر ماموریت سنتی آموزشی و پژوهشی دانشگاه برای توسعه اقتصادی و اجتماعی شده است. که در این توسعه، دانشگاه به منظور کمک به نیروی کارماهر برای پاسخ به تقاضاهای متغیر بازار کار تحت تاثیر جهت گیری ها و اهداف کارآفرینانه افراد است. لذا، هدف پژوهش حاضر بررسی تاثیر جهت گیری کارآفرینانه بر رفتار کارآفرینی با نقش میانجی قصد کارآفرینی از دیدگاه دانشجویان تحصیلات تکمیلی مهندسی دانشگاه سیستان و بلوچستان بوده است. روش پژوهش برحسب هدف کاربردی و برحسب گردآوری اطلاعات توصیفی - همبستگی بوده است که در جامعه دانشجویان تحصیلات تکمیلی مهندسی دانشگاه سیستان و بلوچستان با نمونه 260 نفری بر اساس تصادفی ساده اجرا شده است. ابزار پژوهش سه پرسشنامه استاندارد جهت گیری کارآفرینی فردی بولتن و لین (2012)، رفتار کارآفرینانه اسشمیدت و همکاران (2018) و قصد کارآفرینی لینان و چن (2009) بوده است. روایی تأییدی و پایایی هر سه ابزار مناسب گزارش شد. روش تجزیه و تحلیل با استفاده از نرم افزار Lisrel 8/5 مدل معادلات ساختاری بوده است. نتایج نشان داد، جهت گیری کارآفرینانه فردی به صورت مستقیم و غیرمستقیم از طریق قصد کارآفرینی بر رفتار کارآفرینانه مؤثر است. همچنین قصد کارآفرینی بر رفتار کارآفرینانه به صورت مستقیم مؤثر بود. می توان گفت ارزش های ریسک پذیری، فعال بودن و نوآوری در کنار قصد کارآفرینی نقش سازنده در رفتار کارآفرینانه خواهند شد. به نوعی در تحرک و ایجاد رفتار کارآفرینی دانشجویان، نگرش ها و شخصیت فرد به همراه هدف معین نقش سازنده دارد.

**واژه های کلیدی:** جهت گیری کارآفرینانه، دانشجویان مهندسی، رفتار کارآفرینانه، قصد کارآفرینی

## مقدمه

رفتار کارآفرینی زیر مجموعه از فعالیت های کارآفرینی است که با درک، پیش بینی و تاثیر بر رفتار انسان، در رشد و پایداری سازمانها در محیط پیچیده نقش دارد (McAddam & Cunningham, 2019). رفتارهای کارآفرینی در چند دهه گذشته بطور چشمگیری افزایش یافته است و می توان آن را به عنوان یک عامل مهم در توسعه کارآفرینی مورد تأکید قرار داد (Rathod et al, 2012) می توان گفت، رفتار کارآفرینی به عنوان یک مهارت عملیاتی شده که ترکیبی از خصوصیات و صفات فردی می باشد (Pooja et al, 2014) برخی از تحقیقات نیز نقش عوامل شخصیتی را که مرتبط با جهت گیری کارآفرینی است را برجسته کرده اند و معتقدند در هنگام بررسی جهت گیری کارآفرینی افراد، این سؤال باید مورد توجه باشد که ویژگی ها یا نگرش شخصی که تمایلات فرد را برای مشارکت و موفقیت در فعالیت های کارآفرینی افزایش می دهد، چیست؟ پاسخ به این سؤال، توسط سه جریان محیطی، شخصیتی و نگرش به کارآفرینی بر فرد تاثیر می گذارد (Lunenburg & Schwartz, 2008) از این رو، جهت گیری کارآفرینانه فردی با ابعاد نوآوری، فعال بودن و ریسک پذیری، استقلال، حمایت از فعالیت و رقابت مورد مطالعه قرار گرفته است (Grand & et al, 2011; Gupta & Gupta, 2015) از طرفی، مطالعه کارآفرینی نه تنها مشخصات و ویژگی های یک کارآفرین و عوامل اجتماعی یا محیطی را می یابد، بلکه می گوید تصمیم گیری برای راه اندازی یک پروژه تجاری نیز بسیار مهم است (Diaz & et al, 2007) برخی از محققان نیز نشان داده اند که قصد نقش مهمی در تصمیم گیری برای شروع فعالیت جدید کارآفرینی ایفا می کند (Barba-Sanchez & Atienza-Sahuquillo, 2018) از این رو قصد کارآفرینی به عنوان حالت ذهنی که توجه و اقدام فرد را به سمت خوداشتغالی بر خلاف اشتغال سازمانی هدایت می کند تلقی می شود (Souitaris et al, 2007) و اولین قدم در روند راه اندازی یک تجارت و مهمترین عامل مورد مطالعه در ایجاد سازمان است (Ferreira et al, 2012) همچنین اعتقاد بر این است که قصد کارآفرینی قبل از هر چیز رفتار کارآفرینی است و یک پیش بینی کننده قابل اعتماد کارآفرینی است (Mellor et al, 2009). آموزش عالی، شغلی متناسب با اهداف و رشد شخصی افراد به تصویر می کشد

که یکی از آنها، جایگاه کارآفرینی افراد است که از خلاقیت و ابتکار عمل خود استفاده کنند (Peña-Ayala et al, 2020) موسسات آموزش عالی با استفاده از دانش و تخصص چندرشته‌ای خود در همکاری با دولت، صنعت و جامعه برای مقابله با چالش‌های اقتصادی و اجتماعی در ایجاد رفتاری کارآفرینانه نقش دارند (O'Brien & Cooney, 2019). مهندسين به عنوان بخشی از جامعه جهانی، نوآوری و تلاش‌های کارآفرینانه آنها در اقتصاد جهانی و پایداری تأثیر دارد (Alam et al, 2019) و موسسات مهندسی در حال درک اهمیت تغییر الزامات در آموزش مهندسی هستند فراتر از علم و فناوری، فارغ‌التحصیلان رشته مهندسی، اکنون ملزم به داشتن مهارت ارتباطی لازم، ویژگی‌های رهبری، کشف فرصت‌ها، درک بهتر نیروهای بازار کار و تجاری سازی محصولات جدید هستند (Dabbagh & Menascé, 2006) کارآفرینی در دانشگاه-ها بخشی از گرایش گسترده و جهانی می‌باشد موسسات آموزش عالی با تحریک استعدادها، نگرش‌ها و توانایی دانشجویان در طول چرخه زندگی دانشگاهی، آنها را به سمت انجام یک کار، خوداشتغالی یا کارآفرینی رشد می‌دهد به نوعی آموزش عالی یک موتور برای توسعه فردی، خانوادگی، اجتماعی و اقتصادی یک جامعه است. مباحث فوق و اهمیت کارآفرینی و رفتار کارآفرینانه دانشجویان که به عنوان اقدامات قابل مشاهده و استفاده از فرصت‌های کارآفرینی می‌باشد که ویژگی‌های فردی، شخصی و مقاصد در آن می‌توانند نقش داشته باشند. محقق را بر آن داشته است تا به بررسی تأثیر جهت‌گیری کارآفرینانه بر رفتار کارآفرینی با نقش میانجی قصد کارآفرینی در دانشجویان مهندسی دانشگاه سیستان و بلوچستان بپردازد.

## مروری بر مبانی نظری و پیشینه پژوهش

### رفتار کارآفرینانه

رفتار کارآفرینی به عنوان یک علاقه آکادمیک، مطالعه رفتارهای انسان است که از طریق ایجاد و توسعه سازمان‌های سرمایه‌گذاری جدید، به دنبال استفاده از فرصت‌های کارآفرینی است و رفتار کارآفرینی نتیجه تقریبی شناخت‌ها و احساسات کارآفرینی کارآفرینان است (Bird & Schjoedt, 2017) برای درک رفتار کارآفرینی، باید به اقدامات انسانی که در ایجاد سرمایه‌گذاری و توسعه، نگهداری و رشد سازمان و شرکت‌ها انجام می‌شود توجه کرد.

بنابراین، مطالعات مربوط به رفتار کارآفرینی بر اقدامات قابل مشاهده افراد (بنیانگذاران یا اعضای تیم) که معمولاً در مراحل آغازین یا اوایل سازمان انجام می‌شود، متمرکز است (McAddam & Cunningham, 2019) در بررسی‌های جامع و تلفیقی گذشته تا به امروز، بعضی از رفتارهای قابل توجه کارآفرینی دور انداخته شده است، که احتمالاً به دلیل اندازه بزرگ نمونه مورد نیاز برای استفاده از تکنیک‌های آماری برای اعتبارسنجی مقیاس‌های وسیع‌تر بوده است (Coviello & Jones, 2004). انتقادی که از درک ما نسبت به رفتار کارآفرینی وجود دارد، مبتنی بر ویژگی‌های فردی و موضوعات خرد بنیادی و عوامل موقعیتی یا متنی هستند (Senyard et al, 2009) این می‌تواند به این دلیل باشد که تحت شرایط مشابه، همه افراد به طور یکسان رفتار نمی‌کنند (Hisrich et al, 2007) از این رو رفتارها پیش از پیش‌بینی شدن در فرآیند سازماندهی سازمان پدیده‌ای چند سطحی هستند بدیهی است که تفکیک بین فرد و سازمان دشوار است (Gartner & Carter, 2003)

### جهت‌گیری کارآفرینانه

جهت‌گیری کارآفرینی به عنوان یک وضعیت استراتژیک به سمت کارآفرینی تعریف می‌شود (Anderson et al, 2015) که از نظر مفهومی، جهت‌گیری کارآفرینی به سیاست‌های اساسی، شیوه توسعه اقدامات کارآفرینی، تصمیم‌گیری‌ها و فرآیندی که تصمیم‌گیرندگان برای تقویت هدف سازمان‌هایشان استفاده می‌کنند، مرتبط است (Rauch et al, 2009; Freitas et al, 2012) پس یک فرد یا سازمان با جهت‌گیری کارآفرینی قابلیت کشف و بهره‌برداری از فرصت‌های جدید بازار را دارد (Huang & Wang, 2011) مطالعات جهت‌گیری کارآفرینی را در سه بعد نوآوری، فعال بودن و ریسک‌پذیری بررسی کرده‌اند و به عنوان یک سازه در سطح سازمان معرفی کرده‌اند که عملکرد یک سازمان را تعیین می‌کند (Gupta & Gupta, 2015) در بعد اول، نوآوری به طور فزاینده‌ای در دو دوره گذشته در اقتصادهای نوظهور اهمیت پیدا کرده است و به طور گسترده معرفی شده است که نوآوری مردمی نقش اساسی در توسعه کارآفرینی دارد (Gupta, 2013; Hossain, 2016) نوآوری نه تنها به عنوان یک عمل واحد بلکه یک فرایند کلی است که به مرور زمان گسترش می‌یابد. نوآوری محدود به ایجاد

ایده‌های جدید نیست، زیرا مستلزم اختراع چیز جدید و اجرای آن در سازمان یا خود بازار است (Flogueira & Rodriguez, 2020) بعد دوم فعال بودن، شامل راه‌اندازی محصولات و خدمات جدید قبل از رقبای، نیازها و خواسته‌های آینده، به دنبال استفاده از فرصت‌های پیشگام در سرمایه‌گذاری‌های جدید است (Anderson et al, 2015; Rigtering et al, 2017) بعد سوم ریسک‌پذیری، به عنوان یک اقدام استراتژیک برای به دست آوردن فرصت‌ها حتی در صورت عدم اطمینان شناخته می‌شود (Rigtering et al, 2017). ریسک‌پذیری شامل اجرای اقدامات جسورانه است که سطح قابل توجهی از منابع را در بر می‌گیرد بدون اینکه مشخص شود که آنها دارای سودآوری هستند (Rigtering et al, 2017).

### قصد کارآفرینی

بسیاری از نویسندگان قصد را به معنای عزم آگاهانه و برنامه‌ریزی شده می‌دانند که اقدامات لازم را برای راه‌اندازی یک تجارت را تحریک می‌کند (Thompson, 2009) قصد طیف وسیعی از رفتارهای هدفمند همچون، شروع یک تجارت، بسیج منابع، ایجاد مشروعیت، تشکیل تیم، جستجو، برنامه‌ریزی و غیره را در بر می‌گیرد (Baron, 2004). پیللیس و راردون<sup>1</sup> (2007)، قصد کارآفرینی را قصد شروع یک تجارت جدید تعریف می‌کنند و معتقدند تصمیم برای تبدیل شدن به یک کارآفرین و ایجاد یک تجارت جدید، تصمیمی آگاهانه است. زلوگرو همکاران<sup>2</sup> (2011) به بررسی قصد کارآفرینی فرد پرداخته و این موضوع را با عزم و اراده فرد برای راه‌اندازی شرکت شخصی و موفقیت در آن اندازه‌گیری کردند. شریف و سعود<sup>3</sup> (2009) نیز به بررسی نگرش دانشجویان نسبت به کارآفرینی در مالزی پرداختند و دریافتند که اختلافات عزت نفس و کنترل شخصی بر قصد کارآفرینی تأثیرگذار است. یورتکورو و همکاران<sup>4</sup> (2014) کارآفرینی یک فرایند عمدی است که دوست داشتن ریسک و تمایل به ریسک، به طور مثبت روی قصد کارآفرینی یک فرد تأثیر می‌گذارد.

1. Pillis and Rardon

2. Zellweger et al

3. Sharif & Saud

4. Yurtkoru et al

مطالعات دیگر در بررسی قصد کارآفرینی از نظریه رفتار برنامه ریزی شده استفاده کرده‌اند که توسط آیزن (1991) معرفی شده و از سه مولفه‌ی نگرش به رفتار، هنجارهای ذهنی و میزان کنترل رفتارهای ادراک شده تشکیل شده است. که قصد کارآفرینی را پیش بینی می‌کند (Koe, 2016). برخی دیگر مدل شاپیرو (1975) که به عنوان رویداد کارآفرینی نامیده می‌شود، استفاده می‌کنند و ایجاد مشاغل را رویدادی می‌دانند که می‌توان با تعامل بین ابتکار عمل، توانایی، مدیریت و استقلال نسبی و خطر توضیح دهد که این عوامل نیت و قصد کارآفرینی را پیش‌بینی می‌کنند (Usaci, 2015) در ادامه پیشینه تحقیق به همراه فرضیه ارائه شده است.

تحقیقات در ارتباط جهت‌گیری کارآفرینانه بر قصد کارآفرینی و رفتار کارآفرینی متفاوت بوده‌اند؛ نینه<sup>1</sup> (2019) هوشیاری کارآفرینی به طور معنا داری در اهداف کارآفرینی موثر است و متعاقباً منجر به رفتار کارآفرینی می‌شود. پیوا<sup>2</sup> (2018) جهت‌گیری کارآفرینانه بر رفتارهای اختصاصی زمان کارآفرین موثر است و ریسک‌پذیری و پیشرو بودن با رفتار اختصاصی زمان همراه است.

1. جهت‌گیری‌های کارآفرینانه بر رفتار کارآفرینی دانشجویان مهندسی دانشگاه سیستان و بلوچستان موثر است.

کومار و همکاران<sup>3</sup> (2020) ابعاد جهت‌گیری کارآفرینانه بر قصد کارآفرینی موثر است. مردان پشتکار بیشتری نسبت به جهت‌گیری کارآفرینی فردی و اهداف کارآفرینی نشان می‌دهند و جنسیت، سوابق تحصیلی و منطقه بر قصد کارآفرینی دانشجویان موثر است. اوزالی و رونبورگ<sup>4</sup> (2016) بین ویژگی‌های شخصیتی (خوش بینی، نوآوری، گرایش به ریسک‌پذیری) و قصد کارآفرینی رابطه معنا داری وجود دارد. اوتادی و صفری (1398) گرایش به ریسک‌پذیری و کانون کنترل بر قصد کارآفرینانه اثر مثبت دارد ولی شخصیت پیش فعال اثر

1. Neneh

2. Piva

3. Kumar & et al

4. Ozaralli & Rivenburgh

معنی داری ندارد. صادقی و همکاران (1398) ویژگی‌های فردی در حوزه مالی بر قصد کارآفرینی اثر مثبت دارد. همچنین خوش‌بینی مالی و درک دسترسی مالی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان موثر است.

2. جهت‌گیری‌های کارآفرینانه بر قصد کارآفرینی دانشجویان مهندسی دانشگاه سیستان و بلوچستان موثر است.

در ارتباط قصد کارآفرینی بر رفتار کارآفرینانه مطالعات نشان داد؛ یو<sup>1</sup> (2020) قصد کارآفرینی سبز تأثیر مثبتی بر رفتار کارآفرینی سبز دارد و پشتیبانی کارآفرینی دانشگاه همراه با پشتیبانی نهادهای خارجی دارای نقش واسطه‌ای کلیدی می‌باشند. اوساکی<sup>2</sup> (2015) نگرش به یادگیری و شخصیت فعال پیش‌بینی‌کننده‌ترین عوامل برای رفتار کارآفرینانه است. امامی (1398) نگرش کارآفرینان به خلق ارزش و خودباوری بر عمل‌گذار است اما هنجارهای اجتماعی که از پیش نیازهای مهم قصد هستند تأثیری بر اقدام به خلق ارزش نداشتند و در مجموع تأثیر خودباوری کارآفرینانه بر ادراکات مربوط به رفتارهای برنامه‌ریزی نسبت به میل به ارزیابی کارآفرینانه بیشتر است.

3. قصد کارآفرینی بر رفتار کارآفرینان دانشجویان مهندسی دانشگاه سیستان و بلوچستان موثر است.

در تحقیقات گیوری و همکاران<sup>3</sup> (2020) نگرش‌های شخص، هنجارهای ذهنی و مهارت‌های کارآفرینی فرد بر قصد کارآفرینی موثر است و قصد کارآفرینی به صورت مستقیم بر رفتار کارآفرینی نقش دارد.

4. جهت‌گیری کارآفرینانه بر رفتار کارآفرینی از طریق قصد کارآفرینی دانشجویان مهندسی دانشگاه سیستان و بلوچستان موثر است.

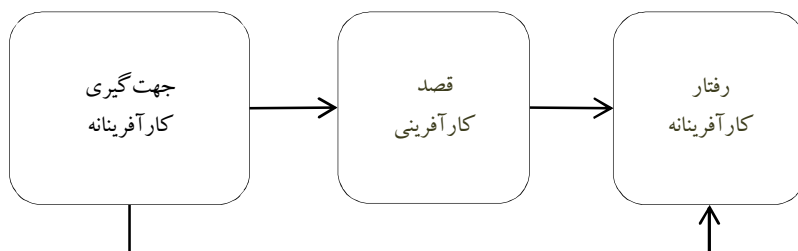
---

1. Yi

2. Usaci

3. Gieure et al

مدل مفهومی: با توجه به پیشینه تحقیق، در شکل (1) طراحی شده است. در این مدل، جهت گیری کارآفرینانه و رفتاری کارآفرینی به عنوان متغیر مستقل و وابسته، قصد کارآفرینی به عنوان متغیر میانجی آورده شده است.



شکل 1. چارچوب نظری پژوهش

## روش شناسی

روش برحسب هدف کاربردی و برحسب گردآوری اطلاعات توصیفی - همبستگی بوده است. جامعه آماری، دانشجویان شاغل تحصیلات تکمیلی گروه فنی و مهندسی دانشگاه سیستان و بلوچستان در حدود 820 نفر در سال 1398-1399 بوده است که با استفاده از نمونه-گیری تصادفی ساده 260 نفر مطابق با جدول مورگان انتخاب شدند که پرسشنامه بین آنها به صورت حضوری در دانشکده و خوابگاه‌های دانشجویی مهندسی توزیع گردید. ابزار پژوهش اول، پرسشنامه جهت گیری کارآفرینانه بولتون و لین<sup>1</sup> (2012)، برای بررسی جهت گیری‌های کارآفرینی شامل 10 سوال که 3 مولفه ریسک پذیری، فعال بودن، نوآوری دانشجویان را می-سنجید. ضریب آلفای آن 0/88 به دست آمد. برای اعتبار سازه، شاخص‌های برازش به دست آمده (RMSEA= 0/056 AGFI=0/90، GFI=0/92) بود. دوم، پرسشنامه قصد کارآفرینی لینان و چن<sup>2</sup> (2009)، برای اندازه گیری قصد کارآفرینی شامل 6 سوال که قصد کارآفرینی را می-سنجد. ضریب آلفای آن 0/89 به دست آمد و شاخص‌های برازش به دست آمده (0/92)

1. Bolton and Lane  
2. Lyon and Chen



همکاران<sup>1</sup> (2018)، برای اندازه گیری رفتار کارآفرینانه شامل 40 سوال که 8 مولفه، ریسک-پذیری، خلاقیت، فعال بودن، خودکارآمدی، آشکارسازی فرصت، تداوم (ماندگاری)، اجتماعی (دوستانه)، خلاقیت، برنامه ریز (دارای مهارت برنامه ریزی) و رهبری را می سنجد. که ضریب آلفای آن 0/90 به دست آمد و شاخص های برازش به دست آمده (GFI=0/93، 0/91 RMSEA= 0/058 و AGFI=) بود. گزارش مناسب بودن بارهای عاملی هر سه ابزار در جدول 1 آمده است از طرفی روایی محتوی هر سه ابزار براساس نظر متخصصین (5عضو هیات علمی) مورد تایید قرار گرفت. که گویه های هر سه ابزار بر اساس 5 گزینه طیف لیکرت (خیلی زیاد، زیاد، متوسط، کم، خیلی کم) اندازه گیری شد. روش تحلیل داده ها معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار لیزرل 8/5 است.

جدول 1. بارهای عاملی سوالات پژوهش

جهت گیری کارآفرینانه	سوالات	بار عاملی	جهت گیری کارآفرینانه	سوالات	بار عاملی
خودکارآمدی	1	0/88	ریسک پذیر	31	0/81
	2	0/86		32	0/78
	3	0/83		33	0/78
	4	0/76		34	0/79
	5	0/88		35	0/84
آشکارسازی	6	0/79	رهبر	36	0/71
	7	0/80		37	0/79
	8	0/83		38	0/79
	9	0/83		39	0/83
	10	0/81		40	0/80
تداوم	11	0/80	رفتار کارآفرینانه	سوال	بارعاملی
	12	0/78	ریسک پذیر	1	0/77
	13	0/78		2	0/73
	14	0/82		3	0/76
	15	0/80	نوآوری	4	0/81

بار عاملی	سوالات	جهت گیری کارآفرینانه	بار عاملی	سوالات	جهت گیری کارآفرینانه
0/85	5	فعال بودن	0/79	16	اجتماعی (دوستانه)
0/81	6		0/79	17	
0/76	7		0/82	18	
0/74	8		0/85	19	
0/74	9		0/77	20	
0/78	10		0/85	21	
بارعاملی	سوال	قصد کارآفرینی	0/85	22	خلاق
0/71	1	قصد کارآفرینی	0/76	23	
0/82	2		0/81	24	
0/76	3		0/81	25	
0/82	4		0/77	27	
0/79	5		0/72	28	
0/83	6		0/79	29	
0/80			0/79	30	برنامه ریز (دارای مهارت های برنامه ریزی)

## یافته‌ها

### الف) توصیف جمعیت شناختی

توصیف جمعیت شناختی پاسخگویان عبارت است از: 48/5 درصد مردان و 51/5 درصد را زنان شامل شده‌اند. از این تعداد 91/9 درصد ارشد، 8/1 درصد دکتری را در بر گرفت.

### ب) توصیف شاخص های پژوهش

در جدول 2، شاخص‌های توصیفی متغیرها شامل میانگین، انحراف استاندارد، ماتریس همبستگی و جذر میانگین واریانس آورده شده است

جدول 2. شاخص‌های توصیفی متغیرها

متغیر	میانگین	انحراف استاندارد	1	2	3
1. قصد کارآفرینی (EI)	4/08	0/68	0/78		
2. رفتار کارآفرینانه (EB)	3/90	0/75	0/74	0/77	
3. جهت گیری کارآفرینانه (IO)	3/67	0/63	0/59	0/64	0/66

کلیه ضرایب همبستگی برای مولفه‌های این پژوهش مثبت و حاکی از رابطه معنی‌دار ( $p < 0/01$ ) بین مولفه‌های مورد بررسی است. برای بررسی روایی واگرایی سازه‌ها، جذر AVE نشان داده شده است که همبستگی آن سازه با نشانگرهای خود بیشتر از همبستگی اش با سازه‌های دیگر است که نشانگر روایی مناسب سازه‌ها است. نتایج برازش مطابق با جدول 3 مناسب بوده است.

### ج) برازش مدل (مدل اندازه‌گیری)

جدول 3. شاخص‌های برازش مدل نظری تحقیق

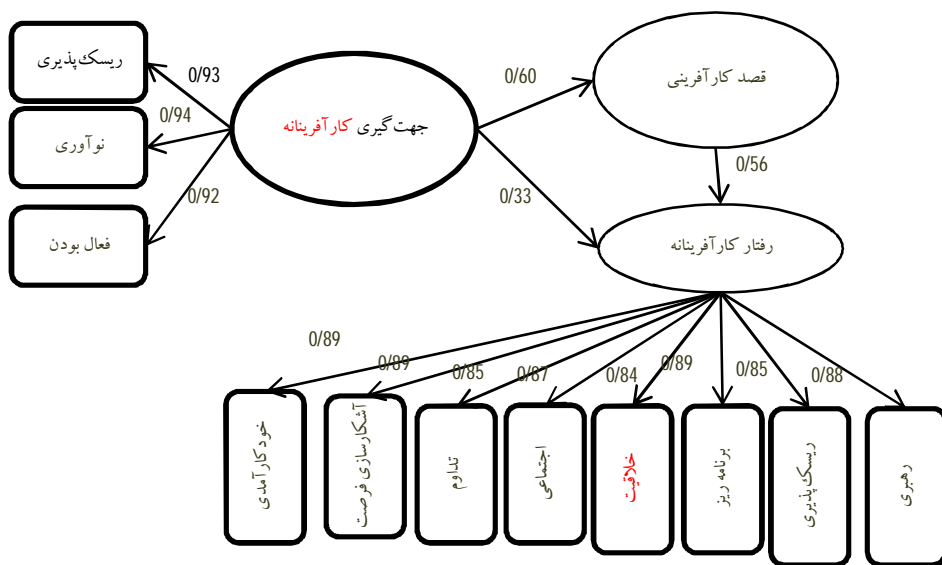
مقدار بدست آمده در مدل واقعی	مقدار مطلوب	نام شاخص
116	-	درجه آزادی (df)
174/20	-	کای اسکوئر ( $\chi^2$ )
0/66	از 3 کم‌تر	کای اسکوئر بهینه شده ( $df, \chi^2$ )
0/93	0/8 به بالا	نیکویی برازش (GFI)
0/045	زیر 0/09	ریشه میانگین مربعات باقی مانده (RMR)
0/94	0/9	شاخص برازش تطبیقی (CFI)
0/044	زیر 0/08	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA)

### آزمون فرضیه‌ها (مدل ساختاری)

برای تحلیل فرضیه‌ها، ابتدا باید مدل نظری تدوین شده برای هر فرضیه مورد پردازش قرار گیرد که از شاخص‌های کمی برازش مدل (CFI, GFI, SRMR...) استفاده شده است. که مطابق میزان آن، مدل نظری مورد تأیید قرار گرفت سپس به روابط درون مدل پرداخته شد که این روابط متقابل ضریب رگرسیونی (ضریب تأثیر) مربوط به فرضیه و بارهای عاملی مربوط به هر گویه می‌باشند. در شکل 2 کلیه روابط متغیرهای پنهان و بارهای عاملی هر یک از گویه‌ها نشان داده شده است.

با توجه به شکل 2 اثر مستقیم جهت‌گیری کارآفرینانه بر برآورده شدن رفتار کارآفرینانه (0/33) و قصد کارآفرینی (0/60) در سطح 0/001 معنی‌دار می‌باشد. اثر برآورده

شدن قصد کارآفرینی نیز بر رفتار کارآفرینانه (0/56) در سطح 0/001 معنی دار می باشد. در جدول 4 اثرات مستقیم، غیرمستقیم، کل و میزان واریانس تبیین شده متغیرها ارائه شده است. جدول 4 نشان دهنده اثرات مستقیم و غیرمستقیم و کل متغیرهای پژوهش می باشد که کلیه روابط در سطح 0/001 معنی دار بوده اند. میزان واریانس تبیین شده نشان دهنده آن است که جهت گیری های کارآفرینانه و قصد کارآفرینی 0/65 از تغییرات رفتار کارآفرینانه را تبیین می کنند همچنین جهت گیری های کارآفرینانه 0/35 از تغییرات قصد کارآفرینی را تبیین می نمایند.



شکل 2. مدل برازش شده تحقیق (ضرایب استاندارد)

جدول 4. اثرات مستقیم، غیرمستقیم، کل و t متغیرهای پژوهش

مسیر	اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم	t	اثر کل	R2
جهت گیری کارآفرینانه - رفتار کارآفرینانه	0/33	0/34	7/44	0/67	0/65
قصد کارآفرینی - رفتار کارآفرینانه	0/56		5/37	0/56	
جهت گیری کارآفرینانه - قصد کارآفرینی	0/60		6/56	0/60	0/35

## بحث و نتیجه‌گیری

بررسی و شناخت عوامل موثر بر قصد کارآفرینی در جهت ایجاد رفتارهای کارآفرینانه توجه ویژه‌ای می‌طلبد و نیازمند حرکت در مسیر اصلی در جهت کاهش بیکاری و خوداشتغالی و ایجاد بنگاه‌های اقتصادی است که در این میان نقش جهت‌گیری کارآفرینانه می‌تواند برجسته و مهم باشد. لذا، هدف تحقیق بررسی تأثیر جهت‌گیری کارآفرینانه بر رفتار کارآفرینی با میانجی‌گری قصد کارآفرینی در دانشجویان تحصیلات تکمیلی گروه مهندسی دانشگاه سیستان و بلوچستان بوده است. نتایج فرضیه اول نشان داد که جهت‌گیری کارآفرینانه بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان مهندسی موثر بوده است. از این رو شخصیت افراد می‌تواند پیش‌بینی‌کننده مهم رفتار کارآفرینی دانشجویان مهندسی باشد. در تحقیقات صفت و شخصیت فعال و نگرش به یادگیری به عنوان پیش‌بینی‌کننده‌ترین عوامل برای رفتار کارآفرینانه نشان داده شدند (Neneh, 2019; Usaci, 2015). بنابراین، در هسته اصلی جهت‌گیری کارآفرینی، نوآوری، تحریک‌پذیری و رفتار ریسک‌پذیر است که توسط تیم مدیریتی برتر به عنوان عوامل تعیین‌کننده استراتژی رقابتی توسعه یافته و هدایت می‌شوند (Poon et al, 2006; Rigterin, 2017) و جنبه‌های ابتکاری، فعال بودن و ریسک‌پذیری باعث افزایش اعتماد به نفس افراد در دستیابی به نتایج مطلوب از طریق فعالیت‌های اقتصادی می‌شود. در نتیجه، سطح بالاتری از جهت‌گیری کارآفرینی باعث افزایش ارتباطات مربوط به فرصت‌های تجاری با فعالیت‌های ایجاد ارزش می‌شود. در مقابل، سطح پایین‌تر جهت‌گیری کارآفرینی باعث کاهش ارتباط انتظارات با فعالیت‌های ایجاد ارزش می‌شود (Wang et al, 2020).

نتایج فرضیه دوم نشان داد، جهت‌گیری کارآفرینانه بر قصد کارآفرینی دانشجویان مهندسی دانشگاه سیستان و بلوچستان موثر بوده است. می‌توان گفت، ویژگی‌های فردی و شخصیتی بر قصد کارآفرینی دانشجویان مهندسی نقش دارند. به بیان دیگر خصوصیات شخصیتی از قبیل گرایش به ریسک‌پذیری، نوآوری، و باز بودن تجربیات جدید در ایجاد قصد کارآفرینی موثر است (Zhao et al, 2010). تحقیقات ابعاد موثر فردی بر قصد را شامل، نگرش‌های شخص، هنجارهای ذهنی، مهارت‌های کارآفرینی، خوش‌بینی، نوآوری، گرایش به ریسک‌پذیری و پیشگیری می‌دانند (Gieure et al, 2020). جهت‌گیری‌های کارآفرینانه برای درک رفتارها و

انتخاب‌های فردی در محیط کار به عنوان یک عامل مهم در تصمیم‌گیری کارآفرینان است (Gupta et al, 2016).

نتایج فرضیه سوم نشان داد، قصد کارآفرینی بر رفتار کارآفرینی دانشجویان مهندسی دانشگاه سیستان و بلوچستان موثر است. بنابراین قصد کارآفرینی پیش‌نیاز ضروری برای بروز و توسعه رفتارهای کارآفرینانه بوده و به عنوان بهترین پیش‌بینی‌کننده رفتار کارآفرینانه دانشجویان مهندسی است. لذا، افراد قبل از اینکه وارد عرصه کارآفرینی شوند، باید قصد کارآفرینانه در آنها شکل گیرد (Fayol & Gilli, 2008) قصد عوامل انگیزشی مؤثر بر رفتار افراد را ضبط می‌کند، و میزان تلاش‌هایی را که مردم مایل به سرمایه‌گذاری هستند نشان می‌دهد (Gielnik et al, 2014) مطابق آن، رابطه تنگاتنگی بین قصد داشتن و رفتار وجود دارد و قصد کارآفرین و عملکرد مؤثر آن به عنصر اساسی در توضیح رفتار بدل می‌شود و این نشان دهنده تلاش‌هایی است که شخص برای انجام آن رفتارهای کارآفرینانه خواهد کرد (Liñán, 2004).

نتایج فرضیه چهارم نشان داد، جهت‌گیری کارآفرینی فردی بر رفتار کارآفرینانه از طریق قصد کارآفرینی دانشجویان مهندسی دانشگاه سیستان و بلوچستان موثر است. قصد کارآفرینی بیانگر کوششی است که تمایل به انجام آن یک رفتار کارآفرینی است. این قصد بر اساس عوامل انگیزشی بر رفتار نهایی تأثیر می‌گذارد (Liñán & Chen, 2009) و به نگرش نسبت به شروع کار و علاقه شخصی یا عدم تمایل به کارآفرینی اشاره دارد (Baron, 2004) ویژگی‌های شخصیتی به طور گسترده‌ای به عنوان پیش‌بینی‌کننده قصد شناخته شده اند (Zhao et al, 2010) و قصد نیز به عنوان آمادگی شخص برای انجام یک رفتار معین است. می‌توان گفت، نگرش‌ها بر مقاصد فردی و رفتار به طور همزمان موثر است (Ajzen, 2011)

به طور کل، دانشگاه کارآفرین به طور فعال دنبال روش‌های نوآورانه برای توسعه فعالیت‌های خود است که منجر به تغییر مداوم در فرهنگ خود می‌شود (Seguí-Mas et al, 2018) و کارآفرینی به عنوان مهمترین فعالیت اقتصادی برای توسعه اقتصاد در نظر گرفته می‌شود و در این عصر جهانی شدن و رقابت‌های شدید، هدف و جهت‌گیری کارآفرینی نقش مهمی در توسعه فعالیت و رفتارهای کارآفرینی در یک کشور ایفا می‌کند (Ismail et al, 2015) کسب

نمره بالاتر جهت‌گیری کارآفرینی منجر به عملکرد بالاتر افراد می‌شود. از آنجا که فرد می‌تواند یک سازمان کوچک یا کارآفرینانه را به عنوان نتیجه رفتارهای یک فرد تعریف کند، ابعاد جهت‌گیری کارآفرینی برای یک فرد قابل اندازه‌گیری است. تمایل کارآفرینان برای پذیرش خطرات و پیشرو بودن در ایجاد و هدایت سازمان خود مطمئناً می‌تواند رفتارهای مهمی باشد که فرد ممکن است در سایر فعالیت‌های زندگی به آن پردازد (Langkamp Bolton et al, 2011) جهت‌گیری کارآفرینی یک روایی با کارایی بالا است به گونه‌ای که ترکیب این سه بعد (ریسک‌پذیری، نوآوری، شخصیت فعال) در یک مقیاس واحد نیز مناسب است و سطح کارآفرینی کارآفرینان و همچنین جهت‌گیری شرکت‌های کارآفرینانه، نوع کارآفرینی کارآفرینان، جهت‌گیری کارآفرینی فردی را اندازه‌گیری می‌کنند (Bolton & Lane, 2012) از این رو اعتقاد و نگرش شخصی نسبت به راه‌اندازی مشاغل جدید، از عوامل اصلی ظهور کارآفرینی در نظر گرفته شده است. از طرفی قصد کارآفرینی یکی از پیش‌نیازهای ضروری و فرایندی آگاهانه در تبدیل اقدامات به رفتارهای عملی می‌باشد (Kruse et al., 2019) قصد کارآفرینی تحت تأثیر ویژگی‌های شخصیتی و آموزش در توسعه قصد، کیفیت آموزش و ابتکار دانشجویان قرار دارد (Koe, 2016). از سوی دیگر رفتار کارآفرینی که به عنوان منبع اصلی مزیت رقابتی است، تحت تأثیر آموزش و یادگیری، منابع، زیرساخت، رویکردهای چندرشته‌ای، ذینفعان و فرهنگ است (O'Brien & Cooney, 2019) به این ترتیب رفتارهای کارآفرینان شامل شناسایی سیاست‌هایی است که می‌تواند افراد را تحت تأثیر قرار دهد تا بتوانند افراد را به سمت ایجاد مشاغل جدید سوق دهد. با این حال، اهداف رفتاری همیشه به رفتار واقعی منتهی نمی‌شود، بنابراین توجه به ویژه به رفتار کارآفرینی در زمینه‌های خاص ضروری است (Bruton & Chen, 2016) با توجه به هدف تحقیق پیشنهاد می‌شود، دانشگاه با تقویت بخش کارآفرینی، منابع و راهنمایی لازم برای دانشجویان را فراهم کند و از طریق مراکز فن‌آوری و ایجاد تیم حرفه‌ای در جهت کارآموزی به دانشجویان قدم بردارد. منابع کارآفرینی تامین و انکوباتورها کارآفرینی تقویت کردند. کارآفرینی رقابتی باید یادگیری سنتی و تجربی را در هم آمیزد که به فراگیران فرصت یادگیری برای انجام را فراهم کند و

دانشگاه باید به بخش نظری و هم تجربه عملی توجه جدی داشته باشد. اجرای آموزش کارآفرینی با ادغام آموزش شناختی و رفتاری محور، تقویت محیط با ادغام سیستم پشتیبانی کارآفرینی دانشگاه و پشتیبانی نهاد خارجی می تواند موثر باشد. استفاده از فرصت کارآفرینی براساس تدریس کلاس درس مبتنی بر تئوری به کارآفرینی واقع بینانه منجر نخواهد شد آموزش کارآفرینی با توجه به ارزش های اقتصادی، زیست محیطی و اجتماعی دانشجویان از طریق یادگیری عملی تقویت شود. کارآفرینی بر مبنای یادگیری فعالی یادگیرندگان انجام شود تا بتوان صلاحیت دانشجویان و اعتماد به نفس در مهارت ها را توسعه داد. متخصصان آموزش حرفه ای به ارتقا نگرش مثبت کارآفرینی اقدام و با ایجاد شبکه های اجتماعی با کارآفرینان نگرش مثبت ایجاد نمایند فرایند یادگیری مبتنی بر تجربه را برای دیگر دانشجویان از طریق مشارکت در فعالیت ها دانشگاه یا کارگاه با بازرگانان موفق اقدام نمایند. کارآفرینان موفق تجربیات منحصر به فرد، درس های آموخته شده و مشکلات و چالش ها در موقعیت واقعی را به دانشجویان ارائه می دهند. به ویژگی های شخصی مانند خودکارآمدی، خوش بینی، امید و تاب آوری دانشجویان به عنوان محرک اصلی یک تجارت جدید توجه شود.



## منابع

- امامی، امیر(1398). علل تاثیرگذار در انتقال قصد به عمل در خلق ارزش کارآفرینانه. توسعه کارآفرینی، 12(3)، 321-339.
- اوتادی، محمد، صفری، سعید(1398). بررسی تاثیر ویژگی‌های شخصیتی و رفتاری در تبیین قصد کارآفرینانه دانشجویان (مطالعه موردی: دانشگاه شاهد). توسعه کارآفرینی، 12(4)، 501-520.
- صادقی، گلبرگ، باقری، افسانه، چیت‌سازان، هستی(1398). تاثیر ویژگی‌های فردی در حوزه مالی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران. توسعه کارآفرینی، 12(3)، 461-480.
- Ajzen, I. (2011). The theory of planned behavior: Reactions and reflections. *Psychology & Health*, 26 (9), 1113-1127
- Alam, M. Z., Kousar, S., & Rehman, C. A. (2019). Role of entrepreneurial motivation on entrepreneurial intentions and behaviour: theory of planned behaviour extension on engineering students in Pakistan. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), 1-20.
- Anderson, B. S., Kreiser, P. M., Kuratko, D. F., Hornsby, J. S., & Eshima, Y. (2015). Reconceptualizing entrepreneurial orientation. *Strategic management journal*, 36(10), 1579-1596.
- Barba-Sánchez, V., & Atienza-Sahuquillo, C. (2018). Entrepreneurial intention among engineering students: The role of entrepreneurship education. *European Research on Management and Business Economics*, 24(1), 53-61.
- Baron, R. A. (2004). The cognitive perspective: a valuable tool for answering entrepreneurship's basic "why" questions. *Journal of Business venturing*, 19(2), 221-239.
- Bird, B., & Schjoedt, L. (2017). Entrepreneurial behavior: Its nature, scope, recent research, and agenda for future research. In *Revisiting the entrepreneurial mind* (pp. 379-409). Springer, Cham.
- Bolton, D.L. & Lane, M.D. (2012). Individual entrepreneurial orientation: Development of a measurement instrument. *Education+Training*, 54(3), 219-233.
- Bruton, G. D., & Chen, J. (2016). Entrepreneurship research in Asia: what we know and where we move in the future. *Journal of Industrial Integration and Management*, 1(1), 636-659.
- Coviello, N. E., & Jones, M. V. (2004). Methodological issues in international entrepreneurship research. *Journal of Business Venturing*, 19(4), 485-508.
- Dabbagh, N., & Menascé, D. A. (2006). Student perceptions of engineering entrepreneurship: An exploratory study. *Journal of Engineering Education*, 95(2), 153-164.
- Díaz JC, Hernández RM, Barata ML (2007) Estudiantes universitarios y creación de empresas. Un análisis comparativo entre España y Portugal. In Ayala, J.C. (coord.) Conocimiento, innovación y emprendedores: camino al futuro. Grupo FEDRA, Madrid

- Felgueira, T., & Rodrigues, R. G. (2020). I-ENTRE-U: an individual entrepreneurial orientation scale for teachers and researchers in higher education institutions. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 17(1), 1-21.
- Ferreira, J. J., Raposo, M. L., Rodrigues, R. G., Dinis, A., & Paço, A. D. (2012). A model of entrepreneurial intention: An application of the psychological and behavioral approaches. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 19(3), 424-440.
- Freitas, H., Martens, C. D. P., Boissin, J. P., & Behr, A. (2012). Guidance elements for the entrepreneurial orientation of software firms. *Revista de Administração (São Paulo)*, 47(2), 163-179.
- Gielnik, M. M., Barabas, S., Frese, M., Namatovu-Dawa, R., Scholz, F. A., Metzger, J. R., & Walter, T. (2014). A temporal analysis of how entrepreneurial goal intentions, positive fantasies, and action planning affect starting a new venture and when the effects wear off. *Journal of Business Venturing*, 29(6), 755-772.
- Geure, C., del Mar Benavides-Espinosa, M., & Roig-Dobón, S. (2020). The entrepreneurial process: The link between intentions and behavior. *Journal of Business Research*, 112, 541-548.
- Grande, J., Madsen, E. L., & Borch, O. J. (2011). The relationship between resources, entrepreneurial orientation and performance in farm-based ventures. *Entrepreneurship & Regional Development*, 23(3-4), 89-111.
- Gartner, W. B., & Carter, N. M. (2003). Entrepreneurial behavior and firm organizing processes. In *Handbook of entrepreneurship research* (pp. 195-221). Springer, Boston, MA.
- Gupta, A. K. (2013). Tapping the entrepreneurial potential of grassroots innovation. *Stanford Social Innovation Review*, 11(3), 18-20.
- Gupta, V. K., & Gupta, A. (2015). Relationship between entrepreneurial orientation and firm performance in large organizations over time. *Journal of International Entrepreneurship*, 13(1), 7-27.
- Gupta, V. K., Niranjani, S., Goktan, B. A., & Eriskon, J. (2016). Individual entrepreneurial orientation role in shaping reactions to new technologies. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(4), 935-961.
- Hisrich, R. D. (2013). International Entrepreneurship: Where Do We Go From Here?. *International Review of Entrepreneurship*, 11(1), 1-13
- Hisrich, R., Langan-Fox, J., & Grant, S. (2007). Entrepreneurship research and practice: a call to action for psychology. *American psychologist*, 62(6), 575-589.
- Hossain, M. (2016). Grassroots innovation: A systematic review of two decades of research. *Journal of Cleaner Production*, 137, 973-981.
- Huang, S., & Wang, Y. (2011). Entrepreneurial orientation, learning orientation, and innovation in small and medium enterprises. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 24, 563-570.
- Ismail, K., Anuarb, M. A., Wan Omar, W.Z., Azizd, A. A., Seohode, K., Shoab. Akhtar, Kh., (2015). Entrepreneurial Intention, Entrepreneurial Orientation of Faculty and Students towards Commercialization, *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 181 :349 – 355.
- Koe, W. L. (2016). The relationship between Individual Entrepreneurial Orientation (IEO) and entrepreneurial intention. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6(1), 1-11.
- Kruse, P., Wach, D., Costa, S., & Moriano, J. A. (2019). Values matter, don't they?—Combining theory of planned behavior and personal values as predictors of social entrepreneurial intention. *Journal of Social Entrepreneurship*, 10(1), 55-83.

- Kumar, S., Paray, Z. A., & Dwivedi, A. K. (2020). Student's entrepreneurial orientation and intentions. *Higher Education, Skills and Work-Based Learning*.
- Langkamp Bolton, D., Lane, M.D. (2012). Individual entrepreneurial orientation: development of a measurement instrument. *Education + Training*, 54(2/3), 219–233.
- Levenburg, N. M., & Schwarz, T. V. (2008). Entrepreneurial orientation among the youth of India: The impact of culture, education and environment. *The Journal of Entrepreneurship*, 17(1), 15-35.
- Liñán, F. (2004). Intention-based models of entrepreneurship education. *Piccola Impresa / Small Business*, 3 (1), 11–35.
- Liñán, 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.
- McAdam M., Cunningham J.A. (2019) Entrepreneurial Behavior: A Research Outlook. In: McAdam M., Cunningham J. (eds) Entrepreneurial behaviour. Palgrave Macmillan, Cham, 1-13.
- Mellor, R., Coulton, G., Chick, A., Bifulco, A., Mellor, N., & Fisher, A. (2009). *Entrepreneurship for Everyone*. London: SAGE Publications.
- Neneh, B. N. (2019). From entrepreneurial alertness to entrepreneurial behavior: The role of trait competitiveness and proactive personality. *Personality and Individual Differences*, 138, 273-279.
- O'Brien, E., & Cooney, T. M. (2019). How Can Higher Education Institutions (HEIs) Engender Enterprising Behavior from within Under-represented Communities? *Visvizi, A., Lytras, M. and Sarirete, A.(Ed.) Management and Administration of Higher Education Institutions at Times of Change (Emerald Studies in Higher Education, Innovation and Technology)*, Emerald Publishing Limited, 13-29.
- Peña-Ayala, A., & Villegas-Berumen, H. G. (2020). Evaluation of the influence that higher education boosts on students' entrepreneurial proclivity: Evidence from Mexico and Spain. *The International Journal of Management Education*, 18(3), 1-21.
- Pillis, E., & Reardon, K. K. (2007). The influence of personality traits and persuasive messages on entrepreneurial intention: a cross-cultural comparison. *Career Development International*, 12(4), 382-396.
- Piva, E. (2018). Time allocation behaviours of entrepreneurs: the impact of individual entrepreneurial orientation. *Economia e Politica Industriale*, 45(4), 493-518.
- Pooja, P., Patel, M. M., Badodia, S. K., & Prabhakar, S. (2014). Entrepreneurial behaviour of dairy farmers. *Indian Research Journal of Extension Education*, 14(2), 46-49.
- Poon, J. M., Ainuddin, R. A., & Junit, S. O. H. (2006). Effects of self-concept traits and entrepreneurial orientation on firm performance. *International small business journal*, 24(1), 61-82.
- Rathod, P. K., Nikam, T. R., Sariput, L., & Amit, H. (2012). Entrepreneurial behaviour of dairy farmers in Western Maharashtra, India. *International Journal of Commerce and Business Management*, 5(2), 115-121.
- 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.
- Rigtering, J. C., Eggers, F., Kraus, S., & Chang, M. L. (2017). Entrepreneurial orientation, strategic planning and firm performance: The impact of national cultures. *European Journal of International Management*, 11(3), 301-324.

- Schmidt, S., Bohnenberger, M. C., Panizzon, M., Marcon, S. R. A., Toivonen, E., & Lampinen, M. (2018). Students Entrepreneurial Behaviour: An Eight-Construct Scale Validation. *International Journal of Entrepreneurship*, 22(2), 1-20.
- Schmidt, S., Bohnenberger, M. C., Panizzon, M., Marcon, S. R. A., Toivonen, E., & Lampinen, M. (2018). Students Entrepreneurial Behaviour: An Eight-Construct Scale Validation. *International Journal of Entrepreneurship*, 22(2), 1-20.
- Seguí-Mas, E., Oltra, V., Tormo-Carbó, G., & Sarrión-Viñes, F. (2018). Rowing against the wind: how do times of austerity shape academic entrepreneurship in unfriendly environments? *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14(3), 725-766.
- Senyard, J., T. Baker, and P. Davidsson. (2009). Entrepreneurial bricolage: Towards systematic empirical testing. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 29 (5), 1-14.
- Shariff, M. N. M., & Saud, M. B. (2009). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship on students at institution of higher learning in Malaysia. *International Journal of Business and Management*, 4(4), 129-135.
- Souitaris, V., Zerbinati, S., & Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business venturing*, 22(4), 566-591.
- Thompson, E. R. (2009). Individual entrepreneurial intent: Construct clarification and development of an internationally reliable metric. *Entrepreneurship theory and practice*, 33(3), 669-694.
- Usaci, D. (2015). Predictors of professional entrepreneurial intention and behavior in the educational field. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 187(7), 178-183.
- Wang, X., Dass, M., Arnett, D. B., & Yu, X. (2020). Understanding firms' relative strategic emphases: An entrepreneurial orientation explanation. *Industrial Marketing Management*, 84, 151-164.
- Yi, G. (2020). From green entrepreneurial intentions to green entrepreneurial behaviors: The role of university entrepreneurial support and external institutional support. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(2), 1-17.
- Yurtkoru, E. S., Acar, P., & Teraman, B. S. (2014). Willingness to take risk and entrepreneurial intention of university students: An empirical study comparing private and state universities. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 150, 834-840.
- Zellweger, T., Sieger, P., & Halter, F. (2011). Should I stay or should I go? Career choice intentions of students with family business background. *Journal of business venturing*, 26(5), 521-536.
- Zhao, H., Seibert, S. E., & Lumpkin, G. T. (2010). The relationship of personality to entrepreneurial intentions and performance: A meta-analytic review. *Journal of management*, 36(2), 381-404.
- Zhao, Y., Li, Y., Lee, S. H., & Bo Chen, L. (2011). Entrepreneurial orientation, organizational learning, and performance: Evidence from China. *Entrepreneurship theory and practice*, 35(2), 293-317.