

Impact of Creativity, Autonomy, and Workload on Entrepreneurial Intention of Students: The Mediating Role of Attitude toward Entrepreneurship

Mohammad Otadi¹ | Saeed Safari^{2✉} | Reza Abbasi³

1. Department of Industrial Management and Entrepreneurship, Faculty of Human Sciences, Shahed University, Tehran, Iran. E-mail: otadi56@gmail.com
2. Corresponding Author, Department of Industrial Management and Entrepreneurship, Faculty of Human Sciences, Shahed University, Tehran, Iran. E-mail: safari@shahed.ac.ir
3. Department of Industrial Management and Entrepreneurship, Faculty of Human Sciences, Shahed University, Tehran, Iran. E-mail: r.abbasi@shahed.ac.ir

Article Info

Article type:
Research Article

Article history:
Received: 09. 09. 2022
Revised: 13. 10. 2022
Accepted: 16. 10. 2022

Keywords:
Entrepreneurial Intention,
Humanities Students,
Perceived Desirability,
Perceived Workload,
Personality Traits.

ABSTRACT

Researchers have focused on entrepreneurial intention and contextual and individual factors affecting it as a robust theoretical framework for explaining entrepreneurial behavior. This study investigated the effect of creativity, autonomy, and workload with the mediating role of attitude on the entrepreneurial intention of students in a coherent framework. This research is an applied study in terms of goal, a quantitative study in terms of approach, and a descriptive-correlational study in type. The statistical population included all humanities students at Shahed University out of whom 340 people were selected by the simple randomization technique. The data collection instrument was a standard questionnaire. Data were analyzed by structural equation modeling with partial least squares (PLS) using the SmartPLS software package. The results showed that attitude and creativity had a significant and positive effect on students' intentions, but autonomy did not have a significant effect on the intention at the 95% confidence level. The workload had a significant and negative effect on intention and attitude. The mediating role of attitude was also confirmed. The findings provided evidence for the importance of creativity and autonomy in the formation of entrepreneurial intention among students. It was argued that attitude could act as a mechanism to transform creativity and autonomy into the intention. Therefore, it is suggested to the policymakers in the education systems to create a supportive environment and appropriate training to overcome the challenges of entrepreneurship and seek to create a positive attitude towards entrepreneurship in creative students.

Cite this article: Otadi, M., Safari, S. & Abbasi, R. (2022). Impact of Creativity, Autonomy, and Workload on Entrepreneurial Intention of Students: The Mediating Role of Attitude toward Entrepreneurship. *Journal of Entrepreneurship Research*, 1 (1), 1-16.



DOI: [10.22034/JER.2022.255168](https://doi.org/10.22034/JER.2022.255168)

© The Author(s).

Publisher: Ilam University Press.

بررسی تأثیر خلاقیت، استقلال طلبی و بار کاری بر قصد کارآفرینانه دانشجویان:

نقش میانجی نگرش نسبت به کارآفرینی

محمد اوتادی^۱ | سعید صفری^۲ | رضا عباسی^۳

۱. گروه مدیریت صنعتی و کارآفرینی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه شاهد، تهران، ایران. رایانامه: otadi56@gmail.com
۲. نویسنده مسئول، گروه مدیریت صنعتی و کارآفرینی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه شاهد، تهران، ایران. رایانامه: safari@shahed.ac.ir
۳. گروه مدیریت صنعتی و کارآفرینی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه شاهد، تهران، ایران. رایانامه: r.abbasi@shahed.ac.ir

چکیده

اطلاعات مقاله

برای تبیین رفتار کارآفرینی، قصد کارآفرینانه و عوامل زمینه‌ای و فردی اثرگذار بر آن به‌عنوان یک چارچوب نظری قوی مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است. در پژوهش حاضر اثر متغیرهای خلاقیت، استقلال طلبی و بار کاری با نقش میانجی نگرش نسبت به کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان در قالب چارچوبی منسجم بررسی شده است. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از لحاظ رویکرد، کمی و از نوع پژوهش‌های توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری شامل همه دانشجویان علوم انسانی دانشگاه شاهد بودند که تعداد ۳۴۰ نفر از آن‌ها به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده برای مطالعه انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها پرسش‌نامه‌ای استاندارد بود. برای تحلیل داده‌ها از مدل‌سازی معادلات ساختاری و نرم‌افزار SmartPLS نسخه سه استفاده گردید. نتایج نشان داد نگرش و خلاقیت اثر معنادار و مثبتی بر قصد کارآفرینانه داشتند؛ ولی اثر معنادار استقلال طلبی بر قصد کارآفرینانه تأیید نشد. بار کاری اثر معنادار و منفی بر قصد و نگرش کارآفرینانه داشت. نقش میانجی نگرش در رابطه بین خلاقیت، استقلال طلبی و بار کاری با قصد کارآفرینانه نیز تأیید گردید. یافته‌های این پژوهش شواهدی برای اهمیت خلاقیت و استقلال طلبی در شکل‌گیری قصد کارآفرینانه دانشجویان ارائه کرد و استدلال شد که نگرش می‌تواند به‌عنوان سازوکاری برای تبدیل خلاقیت و استقلال طلبی به قصد کارآفرینانه عمل نماید؛ لذا به سیاست‌گذاران در نظام‌های آموزشی پیشنهاد می‌گردد که با ایجاد محیط حمایتی و آموزش‌های مناسب برای غلبه بر چالش‌های کارآفرینی به‌دنبال ایجاد نگرش مساعد نسبت به کارآفرینی در دانشجویان خلاق باشند.

نوع مقاله:

مقاله علمی - پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۶/۱۸

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۱/۰۷/۲۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۷/۲۴

کلیدواژه‌ها:

بار کاری درک شده، دانشجویان علوم انسانی، مطلوبیت درک شده، قصد کارآفرینانه، ویژگی‌های شخصیتی.

استناد: اوتادی، محمد، صفری، سعید، و عباسی، رضا. (۱۴۰۱). بررسی تأثیر خلاقیت، استقلال طلبی و بار کاری بر قصد کارآفرینانه دانشجویان: نقش میانجی نگرش نسبت به کارآفرینی. *مجله پژوهش‌های کارآفرینی*، ۱(۱)، ۱-۱۶.

DOI: [10.22034/JER.2022.255168](https://doi.org/10.22034/JER.2022.255168)



© نویسندگان

ناشر: انتشارات دانشگاه ایلام.

مقدمه

امروزه کارآفرینی که رفتاری آگاهانه و با قصدی از پیش تعیین شده است، به‌عنوان یک گزینه شغلی برای دانشجویان مورد توجه پژوهشگران و سیاست‌گذاران قرار گرفته است (Kolvereid, 1996). از این رو، درک درست و عمیق از عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینانه دانشجویان و فرایند شکل‌گیری آن به‌عنوان یکی از قوی‌ترین پیش‌بینی‌کنندگان رفتار کارآفرینانه (شروع یک کسب‌وکار جدید)، بسیار مهم است. در واقع، قصد کارآفرینانه ابزاری برای تبیین و پیش‌بینی کارآفرینی ارائه می‌دهد (Krueger et al., 2000, pp. 411) و مطالعه قصد کارآفرینانه و عوامل فردی و زمینه‌ای اثرگذار بر آن، برای درک فرایند کارآفرینی بسیار مورد توجه پژوهشگران بوده است (Linan & Fayolle, 2015). به نظر می‌رسد که سازه قصد، ارتباطی بنیادین با تصمیم‌گیری انسان دارد و می‌تواند موجب بررسی‌های عمیق‌تر در مورد تصمیم‌گیری در شرایط ریسک و عدم قطعیت شود (Krueger, 2017) و درک این فرایند و عوامل مؤثر بر آن در دانشجویان به‌عنوان کارآفرینان بالقوه، می‌تواند اهمیت فراوانی هم از جنبه نظری و هم به لحاظ کاربردی در فرایند توسعه کارآفرینی داشته باشد.

در ادبیات کارآفرینی، پژوهش‌های متعددی در زمینه شناسایی عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینانه دانشجویان انجام شده است. بعضی پژوهش‌ها به بررسی اثر عوامل فردی مانند ویژگی‌های کارآفرینانه (Bell, 2019)، نگرش نسبت به کارآفرینی و خودباوری کارآفرینانه (Karlsson & Moberg, 2013; Shahab et al., 2018)، ویژگی‌های شخصیتی (Zhao et al., 2010) و شایستگی‌های کارآفرینانه شامل (دانش، مهارت‌ها، ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه، انگیزه‌ها، عزت‌نفس) (Menke, 2018) بر قصد کارآفرینانه دانشجویان پرداخته‌اند؛ در حالی که پژوهش‌های متعدد دیگری نیز تأثیر عوامل محیطی (موانع و پیشران‌ها) (Luthje & Franke, 2003) و عوامل جمعیت‌شناختی مانند سن، جنسیت، سطح تحصیلات، تجربه پیشین کارآفرینی خود و والدین، دانش و تحصیلات کارآفرینی خود یا والدین را بر شکل‌گیری قصد کارآفرینانه دانشجویان بررسی کرده‌اند (Linan & Fayolle, 2015). باین حال لازم است عوامل اثرگذار بر شکل‌گیری قصد کارآفرینانه دانشجویان در کشور در حال توسعه مانند ایران با بهره‌گیری از مطالعات تجربی مورد بررسی و فهم دقیق قرار گیرد. در واقع، این فهم مبتنی بر زمینه، باید متناسب با شرایط کشوری در حال توسعه - نظیر ایران - باشد. این در حالی است که در اکثر مطالعات و مدل‌های قصد از یک سو بر اساس جامعه آماری دانشجویان کشورهای توسعه‌یافته ارائه شده‌اند و از دیگر سو توجه اندکی به دانشجویان رشته‌های علوم انسانی شده است. در راستای ضرورت انجام مطالعات قصد کارآفرینانه در بین دانشجویان رشته‌های علوم انسانی، صفری و سمیع‌زاده (۱۳۹۱) در مطالعات خود اذعان نمودند که آموزش کارآفرینی در رشته‌های علوم انسانی، در وضعیت مناسبی قرار ندارد و دانشجویان را در جهت کسب دانش و مهارت‌های لازم برای ورود به بازار کار، آماده نمی‌کند؛ لذا در این پژوهش به عوامل مؤثر بر شکل‌گیری قصد کارآفرینانه دانشجویان علوم انسانی توجه شده است، زیرا برای بهره‌مندی از آموزش کارآفرینی در رشته‌های مختلف دانشگاهی، ضروری است که مشخص شود چه ویژگی‌ها و عواملی قصد کارآفرینانه را در دانشجویان رشته‌های مختلف دانشگاهی تحت تأثیر قرار می‌دهد.

امروزه، آموزش کارآفرینی از حالت سنتی منحصر به رشته‌های کسب‌وکار خارج شده است و دانشکده‌ها و رشته‌های دیگر را نیز شامل می‌شود (Bell, 2019; Karlsson & Moberg, 2013). به علاوه، گزارش مرکز آمار ایران در بهار ۱۴۰۰، نشان می‌دهد که سهم جمعیت بیکار فارغ‌التحصیلان آموزش عالی از کل بیکاران کشور، از ۳۶ درصد در سال ۱۳۹۹ به ۴۰/۳ درصد در بهار ۱۴۰۰ رسیده است. هم‌چنین شاخص دیده‌بان جهانی کارآفرینی (GEM)^۱ هر ساله به بررسی فعالیت‌های کارآفرینانه با

محوریت نگرش افراد به کارآفرینی، شروع کسب‌وکار و قصد و اشتیاق کارآفرینان به کسب‌وکار می‌پردازد تا ارتباط بین فعالیت‌های کارآفرینانه و توسعه اقتصادی کشورها را تبیین کند (مرادی، ۱۳۹۴). در گزارش ۲۰۱۹-۲۰۲۰ این شاخص، بیان شد که ۳۷/۹ درصد از مردم ایران درصدد راه‌اندازی کسب‌وکار جدید خودشان در سه سال آینده هستند (قصد کارآفرینانه)، ولی در گزارش ۲۰۲۰-۲۰۲۱ شاخص قصد کارآفرینانه با ۱۴ درصد کاهش به ۲۴ درصد رسیده است و تنها ۲۱/۳ درصد مردم ایران بر این باورند که راه‌اندازی کسب‌وکار جدید در ایران آسان است. در این زمینه کشور ایران از بین ۴۳ کشور هم‌گروه خود رتبه ۴۲ را کسب نموده است. به نظر می‌رسد بحران کرونا باعث تشدید شرایط نامطلوب کسب‌وکار شده است (GEM, 2021).

لذا این پژوهش در پی توسعه ادبیات قصد کارآفرینانه در ایران - به‌عنوان کشوری درحال توسعه - از چند بعد است. اول، دو ویژگی مهم کارآفرینانه (خلاقیت و استقلال‌طلبی) و رابطه آن‌ها با نگرش و قصد بررسی شده است. دوم، نگرش به‌عنوان متغیر میانجی و سازوکاری برای انتقال اثر این دو ویژگی بر قصد بررسی شده است. سوم، به دانشجویان علوم انسانی به‌عنوان قشر مهم و روبه‌رشد توجه خاص شده است. چهارم، با توجه به شرایط نامطلوب کشور در شاخص‌های دیده‌بان جهانی کارآفرینی، درک دانشجویان از بار کاری، سختی و چالش‌های فرایند کارآفرینی در کشور ایران، به‌عنوان سازه‌ای اثرگذار بر قصد و نگرش آن‌ها بررسی شده است.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

قصد کارآفرینانه زمینه پژوهشی است که به‌سرعت درحال تحول است. تعداد قابل‌توجه و فزاینده‌ای از تحقیقات از قصد کارآفرینانه به‌عنوان یک چارچوب نظری قدرتمند برای تبیین رفتار کارآفرینی استفاده کرده‌اند (Fayolle & Linan, 2014). برای درک توسعه قصد کارآفرینانه، مدل‌های متعددی وجود دارند که در ادامه به بعضی از مهم‌ترین آن‌ها نظیر مدل اجرای ایده‌های کارآفرینانه برد (Bird, 1988)، مدل رویداد کارآفرینانه شاپیرو و سوکول (Shapero & Sokol, 1982) و مدل رفتار برنامه‌ریزی‌شده^۱ آجزن (Ajzen, 1991) پرداخته می‌شود:

برد (Bird, 1988, p.443) بیان می‌کند: «اگرچه رفتار می‌تواند منشأ ناخودآگاه یا بدون قصد داشته باشد، ولی تأسیس یک شرکت جدید یک رفتار آگاهانه و همراه با قصد است. قصد، وضعیت ذهنی کارآفرین است که توجه، تجربه و اقدام کارآفرین را در جهت یک کسب‌وکار هدایت می‌کند و مبنای مهمی برای توسعه یک شرکت جدید، محسوب می‌شود». مدل برد (Bird, 1988) یک مدل رفتاری نظریه‌محور است و مانند مدل رویداد کارآفرینانه شاپیرو و سوکول (Shapero & Sokol, 1982)، به‌صورت خاص در حوزه کارآفرینی مطرح شده است. مدل پیشنهادی برد تلاش دارد تا قصد کارآفرینانه، تفکر عقلایی و شهودی، عوامل زمینه‌ای و ویژگی‌های فردی را در یک چارچوب وسیع‌تر، ترکیب و یکپارچه نماید و در پی تبیین این موضوع است که چرا بعضی افراد درگیر رفتار کارآفرینانه می‌شوند. بعد از آن بوید و ووزیکس (Boyd & Vozikis, 1994) با یک بازنگری در مدل برد (Bird, 1988)، مفهوم خودکارآمدی را نیز با توسعه قصد و رفتار کارآفرینانه، ادغام نمودند و مدل اصلاح‌شده‌ای را ارائه نمودند. این مدل اصلاح‌شده، پیشنهاد می‌دهد که نگرش‌ها و ادراکات مربوط به ایجاد یک شرکت جدید، از فرایندهای تفکر (تفکر تحلیلی و تفکر شهودی) توسعه می‌یابند و قصد رفتاری کارآفرین مورد انتظار در آینده را تحت‌تأثیر قرار می‌دهند و خودکارآمدی نیز یک پیامد از این فرایندهای تفکر شناختی است که این عوامل از متغیرهای فردی و زمینه‌ای مشتق شده‌اند (Boyd & Vozikis, 1994).

شاپیرو و سوکول (Shapero & Sokol, 1982)، بر این باورند برای این که بتوان یک رویداد را کارآفرینانه تلقی کرد، لازم است که شخصی ابتکار عمل به خرج دهد، منابع را کسب و سازماندهی و ترکیب نماید، این فرایند را مدیریت کند و به نوعی ریسک نماید. طبق این مدل، قصد شخص برای شروع یک کسب‌وکار جدید و مخاطره‌پذیر، به سه مؤلفه درک مطلوبیت، عمل‌گرایی و درک امکان‌پذیری بستگی دارد (Guerrero et al, 2008). این مدل بیان می‌کند که رفتار انسان در حالت سکون است، تا این که یک رویداد مانند از دست‌دادن شغل یا یک تأمین مالی مناسب، باعث جابه‌جایی در زندگی و تغییر رفتار گردد.

نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده نیز، یک چارچوب معتبر برای پیش‌بینی قصد رفتاری است که هم عوامل فردی و هم عوامل اجتماعی را در نظر گرفته است. این نظریه بیان می‌کند که سه مؤلفه شامل نگرش نسبت به رفتار^۱ (میزانی که یک شخص، مطلوبیت و جذابیت رفتار موردنظر را درک می‌کند)، هنجارهای اجتماعی درک‌شده^۲ (فشاری که شخص از طرف گروه‌های مرجع تأثیرگذار مثل خانواده و دوستان و الگوها، برای انجام رفتار موردنظر درک می‌کند)، و کنترل رفتاری درک‌شده^۳ (خودارزیابی و ادراک یک شخص از شایستگی و توانایی خویش برای انجام یک اقدام یا وظیفه)، بر شکل‌گیری قصد کارآفرینانه اثر دارند (Ajzen, 1991). کروگر (Krueger, 2017) نیز با ترکیب دو مدل رفتار برنامه‌ریزی‌شده و مدل رویداد کارآفرینانه شاپیرو و سوکول (Shapero & Sokol, 1982)، مدلی را پیشنهاد داد که شامل عمل‌گرایی، مطلوبیت و امکان‌پذیری درک‌شده از مدل رویداد کارآفرینانه و همچنین هنجارهای اجتماعی و خودکارآمدی درک‌شده از مدل رفتار برنامه‌ریزی‌شده بود. البته عامل کارآمدی جمعی درک‌شده را هم به مدل اضافه نمود و به دنبال افزایش قدرت تبیین‌کنندگی مدل‌های قبلی قصد بود. لینان و چن (Linan & Chen, 2009) نیز با اقتباس از مدل رفتار برنامه‌ریزی‌شده، مدلی را برای سنجش قصد در دو فرهنگ متفاوت بین دانشجویان اسپانیایی و تایوانی مطرح نمودند. در این مدل به تأثیر عوامل فرهنگی و هنجارهای اجتماعی جوامع مختلف بر ادراکات دانشجویان در شکل‌گیری قصد کارآفرینانه تأکید شده است. در مدل لینان و چن (Linan & Chen, 2009)، هنجارهای اجتماعی اثر مستقیمی بر قصد نداشته و تنها به صورت غیرمستقیم و از طریق نگرش و کنترل رفتاری درک‌شده بر قصد دانشجویان اثرگذار می‌باشد. لذا باتوجه به ادبیات پژوهش، به نظر می‌رسد نگرش نسبت به کارآفرینی یا جذابیت و مطلوبیت درک‌شده تأسیس یک کسب‌وکار جدید توسط شخص، بر قصد کارآفرینانه اثر معناداری دارد. پس فرضیه زیر پیشنهاد می‌گردد:

فرضیه یک: نگرش نسبت به کارآفرینی اثر معناداری بر قصد کارآفرینانه دانشجویان دارد.

اگر کارآفرین بالقوه، کارآفرینی را فعالیتی دشوار، پیچیده و پراسترس درک نماید که نیاز به تلاش فوق‌العاده‌ای دارد (بار کاری درک‌شده)، ممکن است بر قصد و خودکارآمدی و نگرش او نسبت به مطلوبیت کارآفرینی به‌عنوان شغل در آینده اثر منفی بگذارد. براساس گزارش‌ها رتبه ایران در شاخص بار کاری، یعنی اینکه مردم باور داشته باشند، راه‌اندازی کسب‌وکار جدید در ایران آسان است، بسیار نامناسب است و تنها ۲۱/۳ درصد مردم ایران بر این باورند که راه‌اندازی کسب‌وکار جدید در ایران آسان است (GEM, 2021)، لذا به نظر می‌رسد کارآفرینان بالقوه نیز تحت تأثیر محیط نامساعد کسب‌وکار و درک بار کاری زیاد و پرچالش کارآفرینی، به جای تأسیس یک شرکت جدید، به سمت استخدام شدن بروند. کولورید (Kolvereid, 1996)، ۱۱ عامل را که باعث می‌شود دانشجویان به سمت خوداشتغالی و یا برعکس، به سمت استخدام شدن بروند را بررسی کرد. بار کاری درک‌شده، یکی از اصلی‌ترین عوامل برای رفتن به سمت استخدام شدن بود. او بار کاری را با پنج عامل؛ طولانی نبودن ساعات کاری، وجود اوقات فراغت مناسب، ساعت کاری ثابت و مشخص، ترجیح کار بدون استرس و ترجیح شغلی ساده و بدون پیچیدگی مورد

1. Attitude Toward Behaviour/ Entrepreneurship (ATE)

2. Social Norms (SN)

3. Perceived Behaviourial Control (PBC)

سنجش و اندازه‌گیری قرارداد. در مطالعه وی، بار کاری رابطه منفی و معناداری با قصد کارآفرینی داشت. از سوی دیگر استقلال‌طلبی (داشتن آزادی، مستقل بودن، رئیس خود بودن و این‌که شخص بتواند وظایفش را خودش انتخاب کند)، یکی از عوامل مهم برای خوداشتغالی دیده شد که با قصد کارآفرینی همبستگی مثبتی دارد. البته ممکن است بار کاری لزوماً توسط دانشجویان به صورت منفی و مانع درک نشود؛ بلکه توسط دانشجویان بانگیزه به صورت یک چالش درک شود و بر قصد آن‌ها نیز اثر بگذارد (Eid et al., 2018). بنابراین فرضیه‌های زیر پیشنهاد می‌گردد:

فرضیه دو: بار کاری اثر معناداری بر نگرش نسبت به کارآفرینی دانشجویان دارد.

فرضیه سه: بار کاری اثر معناداری بر قصد کارآفرینانه دانشجویان دارد.

ویژگی‌های شخصیتی در پژوهش‌های قصد کارآفرینانه مورد توجه بوده‌اند. اوتادی و صفری (۱۳۹۸)، اثر سه ویژگی شخصیتی شامل گرایش به ریسک‌پذیری، شخصیت پیشگام، و مرکز کنترل را بر قصد کارآفرینانه دانشجویان بررسی کردند و نقش میانجی مؤلفه‌های مدل رفتار برنامه‌ریزی شده را در اثر ویژگی‌های شخصیتی بر قصد، مورد مطالعه قرار دادند. کریمی (۱۳۹۵) به بررسی اثر خلاقیت بر شکل‌گیری قصد کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی از چهار دانشگاه در غرب کشور پرداخت و مشاهده کرد که نگرش و کنترل رفتاری درک شده اثر معناداری بر قصد داشتند. همچنین خلاقیت به صورت غیرمستقیم و از طریق نگرش و کنترل رفتاری درک شده بر قصد اثر معناداری داشت. سیادت و همکاران (۱۳۹۱)، در پژوهشی به بررسی و مقایسه ویژگی‌های شخصیتی در دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان پرداختند و مشاهده کردند که دانشجویان رشته دندانپزشکی از نظر توفیق‌طلبی، ریسک‌پذیری، استقلال‌طلبی و خلاقیت میانگین بالاتری نسبت به بقیه رشته‌ها داشتند. لوئج و فرانک (Luthje & Franke, 2003) نیز اثر دو ویژگی شخصیتی ریسک‌پذیری و مرکز کنترل را بر نگرش نسبت به کارآفرینی در دانشجویان فنی مورد توجه قرار دادند. همچنین عید و همکاران (Eid et al., 2018)، اثر دو ویژگی شخصیتی خلاقیت و استقلال‌طلبی را در تبیین قصد کارآفرینانه دانشجویان بررسی نمودند. استقلال‌طلبی، یکی از ویژگی‌های شخصیتی روان‌شناختی است که باعث می‌شود شخص ترجیح بدهد سیستم خود را ایجاد کند و مقررات خود را داشته باشد. افراد استقلال‌طلب، به این درک از توانایی خود رسیده‌اند که می‌توانند به‌تنهایی کسب‌وکار جدیدی را شروع کنند. آن‌ها تمایل دارند خودشان مقررات را وضع کنند و نمی‌خواهند در کنترل مقررات یک شرکت جاافتاده باشند. آن‌ها می‌خواهند کسب و کار خود را خلق کنند و این ویژگی با قصد تبدیل شدن به یک کارآفرین ارتباط دارد (Eid et al., 2018).

خلاقیت نیز از دیگر ویژگی‌های روان‌شناختی کارآفرینان موفق به شمار می‌رود. خلاقیت، به معنای توانایی تولید ایده‌ها و محصولات جدید و سودمند است و ارتباط تنگاتنگی با نوآوری دارد. کارآفرین خلاق، از منظری جدید به دنیا می‌نگرد و از طریق تجربه، محیط را متفاوت درک می‌کند و فرصت‌های جدیدی در محیط می‌یابد. خلاقیت منبع اصلی نوآوری و ایده‌های جدید است (Zampetakis, 2008; Eid et al., 2018). زامپتاکیس (Zampetakis, 2008)، در پژوهشی به این نتیجه رسید که درک مطلوبیت، رابطه بین خلاقیت و قصد کارآفرینانه را میانجی‌گری می‌کند و بدون درک شفاف و واضح از مطلوبیت خوداشتغالی، خلاقیت تبدیل به قصد کارآفرینانه نخواهد شد؛ لذا تدوین فرضیه‌های زیر منطقی به نظر می‌رسند:

فرضیه چهار: استقلال‌طلبی اثر معناداری بر نگرش نسبت به کارآفرینی دانشجویان دارد.

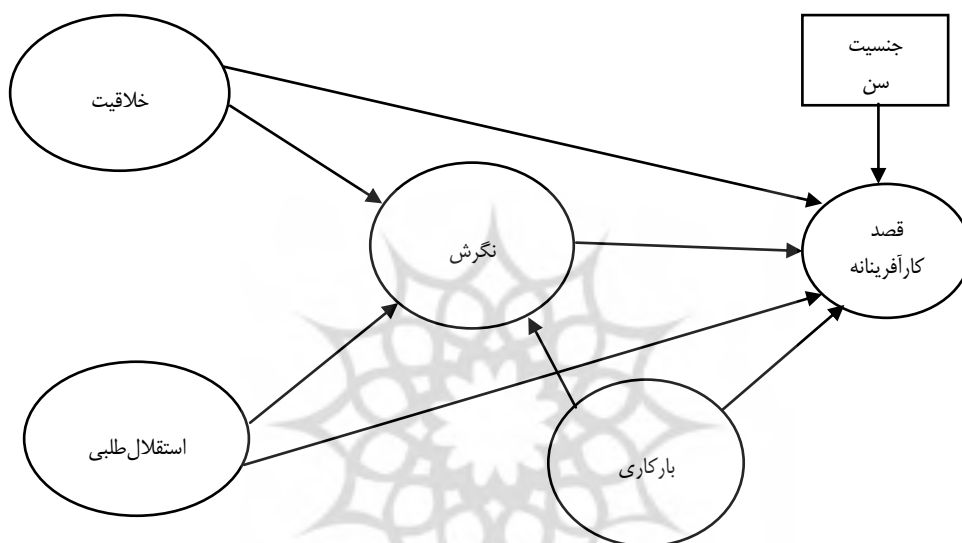
فرضیه پنج: استقلال‌طلبی اثر معناداری بر قصد کارآفرینانه دانشجویان دارد.

فرضیه شش: خلاقیت اثر معناداری بر نگرش نسبت به کارآفرینی دانشجویان دارد.

فرضیه هفت: خلاقیت اثر معناداری بر قصد کارآفرینانه دانشجویان دارد.

فرضیه هشت: نگرش نسبت به کارآفرینی نقش میانجی در رابطه بین خلاقیت با قصد کارآفرینانه دانشجویان دارد.

فرضیه نه: نگرش نسبت به کارآفرینی نقش میانجی در رابطه بین استقلال طلبی با قصد کارآفرینانه دانشجویان دارد. سن و جنسیت به عنوان متغیرهای کنترل، در نظر گرفته شدند و جنسیت توسط یک متغیر دو وجهی (صفر برای مردان و یک برای زنان)، اندازه‌گیری شد. در نهایت، بر اساس آنچه گفته شد، چارچوب پیشنهادی این پژوهش به صورت زیر تدوین گردید (شکل ۱).



شکل ۵. مدل نظری پژوهش

روش‌شناسی تحقیق

این پژوهش از نظر رویکرد، کمی، از نظر هدف، کاربردی و در گردآوری و تحلیل داده‌ها از نوع پژوهش‌های توصیفی-همبستگی بود. جامعه آماری مطالعه حاضر شامل همه دانشجویان علوم انسانی دانشگاه شاهد (N=۱۸۸۹) بودند. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ($Z=1.96$; $p=q=0.5$; $d=0.05$)، حداقل ۳۲۰ نفر برآورد گردید که برای جلوگیری از ایجاد اختلال در فرایند بازگشت پرسش‌نامه‌ها نمونه انتخابی ۳۴۰ نفر تعیین و به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسش‌نامه‌ای مشتمل بر دو بخش بود. در بخش اول ویژگی‌های فردی دانشجویان (نظیر جنسیت، سن، مقطع تحصیلی و غیره) مورد پرسش قرار گرفت و در بخش دوم پرسش‌های بسته-پاسخ برای سنجش متغیرهای پژوهش، تدوین گردید که از مقیاس پنج درجه‌ای لیکرت از «کاملاً موافقم» تا «کاملاً مخالفم»، استفاده شد. برای سنجش نگرش نسبت به کارآفرینی از پنج گویه پژوهش لینان و چن (Linan & Chen, 2009)، استفاده شد. قصد کارآفرینانه نیز توسط شش گویه از پژوهش لینان و چن (Linan & Chen, 2009)، اندازه‌گیری شد. خلاقیت توسط هشت گویه از پژوهش زامپتاکیس (Zampetakis, 2008)، سنجیده شد. برای سنجش هر یک از متغیرهای استقلال طلبی و بار کاری از چهار گویه اقتباس شده از پژوهش کولورید (Kolvereid, 1996)، استفاده گردید. روایی ظاهری و محتوایی پرسش‌نامه با استفاده از نظرات اساتید و خبرگان و روایی همگرایی سازه‌ها نیز،

توسط ملاک میانگین واریانس استخراج شده^۱ مورد بررسی و تأیید قرار گرفت (جدول ۱). پایایی سازه‌های پژوهش نیز با استفاده از ملاک پایایی مرکب^۲ و ضریب آلفای کرونباخ مورد بررسی و تأیید قرار گرفت (جدول ۱). روایی واگرا در سطح سازه با ملاک فورنل و لارکر (جدول ۲)، و در سطح گویه نیز با بررسی بارهای عاملی متقابل^۳، مورد تأیید قرار گرفت. آمار توصیفی شامل میانگین و انحراف معیار گویه‌ها در جدول ۱ ارائه و اطلاعات مربوط به جنسیت، سن و مقطع تحصیلی نیز در بخش آمار توصیفی، به تفکیک گزارش شده است. در بخش آمار استنباطی، داده‌ها با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری به روش حداقل مربعات جزئی و به کمک نرم‌افزار SmartPLS نسخه سه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته‌اند.

یافته‌ها

تحلیل آمار توصیفی

براساس یافته‌های پژوهش از بین پاسخگویان تعداد ۱۸۲ نفر مرد (۵۴ درصد) و ۱۵۸ نفر زن (۴۶ درصد) بودند. همچنین تعداد ۱۷۰ نفر کارشناسی، ۱۶۸ نفر کارشناسی ارشد و ۲ نفر دکتری تخصصی بودند. میانگین سن نمونه‌های مورد مطالعه ۲۴/۵۴ سال و انحراف معیار ۴/۷۹ سال بوده است. آمار توصیفی متغیرهای اصلی پژوهش در جدول ۱ گزارش شده است.

تحلیل آمار استنباطی

مدل‌سازی معادلات ساختاری با حداقل مربعات جزئی، دو مرحله برای ارزیابی و آزمون مدل پژوهش دارد: ارزیابی مدل اندازه‌گیری^۴ (مدل بیرونی) به منظور بررسی روایی و پایایی ابزارهای اندازه‌گیری و سازه‌های پژوهش، و ارزیابی مدل ساختاری^۵ (مدل درونی) روابط بین متغیرهای پنهان و فرضیه‌های پژوهش را آزمون می‌کند.

ارزیابی مدل اندازه‌گیری

جهت ارزیابی مدل اندازه‌گیری و پایایی سازه‌ها، از ملاک پایایی مرکب، استفاده شد. پایایی ترکیبی بین ۰/۸۲ تا ۰/۹۱ بود؛ از آنجایی که میزان این شاخص نبایستی کمتر از ۰/۷۰ باشد، بنابراین پایایی سازه‌ها را تأیید می‌کند. پایایی ابزار اندازه‌گیری، بررسی می‌کند که این ابزار در شرایط مشابه، تا چه میزان نتایج مشابهی تولید می‌کند و پایایی مرکب که ملاک جدیدتری نسبت به ضریب آلفای کرونباخ است برای بررسی پایایی سازه، از بارهای عاملی گویه‌های آن سازه، استفاده می‌نماید. ضریب آلفای کرونباخ سازه‌ها، بین ۰/۷۳ تا ۰/۸۷ بود که بالاتر از ۰/۷۰ به عنوان معیار مناسب می‌باشد. روایی سازه شامل روایی همگرا و روایی واگرا است. اگر همبستگی بین بارهای عاملی گویه‌های یک سازه بالا باشد، سازه دارای روایی همگرا می‌باشد و این اطمینان حاصل می‌شود که ابزار اندازه‌گیری، آنچه را که باید سنجیده شود، به درستی می‌سنجد. در این پژوهش برای بررسی روایی همگرایی سازه‌های پژوهش، میانگین واریانس استخراج شده محاسبه گردید که میزان آن از ۰/۵۸ تا ۰/۶۶ بودند و همگی بالاتر از سطح ملاک ۰/۵۰ بودند که به این معنی است سازه مورد نظر حدود ۵۰ درصد و یا بیشتر از واریانس نشانگرهای خود را تبیین می‌کند. در ضمن، بارهای عاملی همه متغیرهای آشکار، بالای ۰/۷۰ بودند (فقط بار عاملی یکی از گویه‌ها ۰/۶۲ بود) که نشان می‌دهد که تک‌تک گویه‌ها اعتبار دارند و همبستگی بالایی را نشان می‌دهند. در ضمن مقادیر آزمون t همه گویه‌ها در خارج از محدوده مثبت و منفی ۱/۹۶ قرار داشت که بیانگر معنی‌دار بودن این بارهای عاملی در سطح اطمینان ۹۵ درصد است. خلاصه‌ای از نتایج سنجش مدل اندازه‌گیری در جدول ۱ نشان داده شده است.

1. Average Variance Extracted
2. Composite Reliability
3. Cross Loading
4. Measurement Model
5. Structural Model

جدول ۱. نتایج میانگین، انحراف معیار و ارزیابی مدل اندازه‌گیری

روایی همگرا	پایایی مرکب	ضریب آلفای کرونباخ	مقادیر t	بار عاملی	انحراف معیار	میانگین	سازه‌های پژوهش
۰/۶۵	۰/۹۰	۰/۸۷					نگرش کارآفرینانه
			۱۹/۲۷	۰/۷۱	۰/۹۳	۳/۹۶	ATE1
			۴۵/۶۶	۰/۸۵	۰/۹۳	۴/۱۰	ATE2
			۲۸/۸۰	۰/۷۹	۱/۰۵	۳/۹۷	ATE3
			۴۴/۶۱	۰/۸۵	۰/۹۹	۴/۰۱	ATE4
			۴۵/۸۸	۰/۸۳	۱/۰۳	۳/۸۵	ATE5
۰/۵۸	۰/۸۸	۰/۸۲					خلاقیت
			۲۵/۲۵	۰/۷۵	۰/۹۱	۳/۷۱	CP1
			۲۵/۵۹	۰/۷۶	۰/۹۰	۳/۷۳	CP2
			۲۴/۰۸	۰/۷۶	۰/۹۵	۳/۶۰	CP3
			۲۴/۰۴	۰/۷۷	۰/۹۵	۳/۶۳	CP4
			۲۸/۳۶	۰/۷۸	۰/۹۷	۳/۶۹	CP5
۰/۵۹	۰/۸۶	۰/۷۷					استقلال‌طلبی
			۲۴/۸۶	۰/۷۷	۰/۸۹	۳/۹۸	AUT1
			۲۲/۴۳	۰/۷۵	۰/۹۴	۳/۸۹	AUT2
			۲۱/۹۹	۰/۷۷	۱/۰۲	۳/۷۲	AUT3
			۲۵/۳۰	۰/۷۸	۰/۹۸	۳/۸۴	AUT4
۰/۶۰	۰/۸۲	۰/۷۳					بار کاری
			۴/۱۲	۰/۶۲	۰/۸۹	۳/۹۸	WL1
			۷/۵۱	۰/۷۵	۰/۹۴	۳/۸۸	WL2
			۱۳/۲۰	۰/۹۳	۱/۰۲	۳/۷۲	WL3
۰/۶۶	۰/۹۱	۰/۸۷					قصد کارآفرینانه
			۳۱/۹۹	۰/۷۹	۱/۱۲	۳/۶۰	EI1
			۳۰/۷۰	۰/۸۱	۱/۱۰	۳/۴۹	EI2
			۳۱/۵۴	۰/۸۱	۱/۱۰	۳/۵۲	EI3
			۳۶/۱۶	۰/۸۲	۱/۱۲	۳/۵۱	EI4
			۴۱/۶۵	۰/۸۲	۱/۱۳	۳/۴۱	EI5

روایی واگرا در سطح سازه با ملاک فورنل و لارکر، تأیید گردید. در جدول ۲، ملاحظه می‌شود که قطر اصلی، جذر میانگین واریانس استخراج‌شده است و از همه ضرایب همبستگی زیر خودش در یک ستون بزرگ‌تر است و نشان می‌دهد که میزان رابطه یک سازه با گویه‌های خودش، نسبت به رابطه سازه با گویه‌های سازه‌های دیگر مدل بیش‌تر است. روایی واگرا در سطح گویه نیز با بررسی بارهای عاملی متقابل مورد تأیید قرار گرفت که نشان می‌دهد هر گویه در مدل، بیش‌ترین همبستگی را با سازه خودش

دارد تا با سازه‌های دیگر. سه گویه از خلاقیت، یک گویه از قصد کارآفرینانه و یک گویه از بار کاری نیز برای رسیدن به حد مطلوب پایایی و روایی در مدل نهایی حذف شدند.

جدول ۲. نتایج روایی تشخیصی و ضریب همبستگی بین متغیرهای پژوهش

سازه‌ها	نگرش کارآفرینانه	استقلال طلبی	خلاقیت	قصد کارآفرینانه	بار کاری
نگرش کارآفرینانه	۰/۸۱				
استقلال طلبی	۰/۴۲	۰/۷۷			
خلاقیت	۰/۴۴	۰/۴۴	۰/۷۶		
قصد کارآفرینانه	۰/۶۸	۰/۴۳	۰/۵۴	۰/۸۱	
بار کاری	- ۰/۶۹	- ۰/۰۲	- ۰/۱۲	- ۰/۲۵	۰/۷۸

ارزیابی مدل ساختاری

برای سنجش برازش مدل ساختاری، از ضریب تعیین متغیر وابسته و همچنین ضریب ارتباط پیش‌بین استفاده شد که اعتبار افزونگی^۱ نام دارد و مقادیر مثبت آن در این پژوهش نشان‌دهنده این است که مدل قدرت پیش‌بینی روابط را دارد و متغیرهای مستقل قادر هستند متغیر وابسته را پیش‌بینی نمایند. ضریب تعیین قصد کارآفرینانه دانشجویان نشان می‌دهد که متغیرهای مستقل، به میزان ۵۶/۴ درصد از واریانس متغیر وابسته را تبیین می‌کنند که مناسب است. روابط بین متغیرهای پنهان و فرضیه‌های پژوهش، با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری و حداقل مربعات جزئی و روش بوت‌استرپینگ^۲ و آزمون تی (t) آزمون شد.

جدول ۳. نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش

فرضیه‌های پژوهش	ضریب مسیر	مقادیر t	سطح معناداری	نتیجه فرضیه
نگرش اثر معناداری بر قصد کارآفرینانه دارد.	۰/۵۱***	۱۱/۲۵	۰/۰۰۰	تأیید
بار کاری اثر معناداری بر نگرش کارآفرینانه دارد.	-۰/۱۵**	۳/۰۴	۰/۰۰۲	تأیید
بار کاری اثر معناداری بر قصد کارآفرینانه دارد.	-۰/۱۰*	۲/۵۹	۰/۰۱۰	تأیید
استقلال طلبی اثر معناداری بر نگرش کارآفرینانه دارد.	۰/۲۹***	۵/۰۸	۰/۰۰۰	تأیید
استقلال طلبی اثر معناداری بر قصد کارآفرینانه دارد.	۰/۰۹	۱/۷۰	۰/۰۸۹	رد
خلاقیت اثر معناداری بر نگرش کارآفرینانه دارد.	۰/۳۰***	۵/۵۵	۰/۰۰۰	تأیید
خلاقیت اثر معناداری بر قصد کارآفرینانه دارد.	۰/۲۵***	۴/۶۹	۰/۰۰۰	تأیید
نگرش نقش میانجی در رابطه بین خلاقیت با قصد کارآفرینانه دارد.	۰/۱۵***	۵/۲۶	۰/۰۰۰	تأیید
نگرش نقش میانجی در رابطه بین استقلال طلبی با قصد کارآفرینانه دارد.	۰/۱۵***	۴/۴۱	۰/۰۰۰	تأیید

*p < 0.05 **p < 0.01 ***p < 0.001

باتوجه به نتایج ارائه شده در جدول ۳، نگرش نسبت به کارآفرینی اثر معنادار و مثبتی بر قصد دارد و فرضیه یک در سطح اطمینان ۹۹ درصد تأیید می‌گردد. بار کاری هم بر نگرش و هم بر قصد کارآفرینانه اثر منفی و معناداری دارد که فرضیه‌های دو و سه نیز تأیید می‌شوند. استقلال طلبی، اثر معنادار و مثبتی بر نگرش نسبت به کارآفرینی دارد که فرضیه چهار تأیید می‌شود؛ ولی

1. CV-Redundancy
2. Bootstrapping

اثر معناداری بر قصد کارآفرینانه ندارد؛ لذا در سطح اطمینان ۹۵ درصد فرضیه پنج رد می‌شود. خلافت، اثر معنادار و مثبتی هم بر نگرش و هم بر قصد کارآفرینانه دارد؛ بنابراین، فرضیه‌های شش و هفت تأیید می‌شوند.

در تحلیل میانجی (جدول ۳)، با معیار بارون و کنی (Baron & Kenny, 1986)، مشاهده شد که نگرش، نقش میانجی‌گر جزئی در رابطه بین خلافت با قصد کارآفرینانه دارد؛ چون هم اثر مستقیم و هم اثر غیرمستقیم در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنی‌دار بودند. این درحالی است که استقلال طلبی در سطح اطمینان ۹۵ درصد اثر مستقیمی بر قصد کارآفرینانه نداشت و فقط از طریق نگرش نسبت به کارآفرینی اثر غیرمستقیمی بر قصد کارآفرینانه داشت. هم‌چنین، نتایج نشان داد که سن اثر معناداری بر قصد کارآفرینانه ندارد ($P = 0/41$)؛ ولی جنسیت اثر معناداری بر قصد دارد ($\beta = -0/11$; $p < 0/01$)؛ به‌گونه‌ای که پسران قصد کارآفرینانه بالاتری نسبت به دختران داشتند.

بحث و نتیجه‌گیری

دانشجویان علوم انسانی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین و گسترده‌ترین جامعه دانشجویان در کشور محسوب می‌شوند که کم‌ترین درس‌های کاربردی را دارند و بررسی عوامل اثرگذار بر نگرش و قصد کارآفرینانه آن‌ها می‌تواند برای برنامه‌ریزان آموزشی، حاوی نکات مفیدی در جهت تقویت صلاحیت‌های کارآفرینی باشد (صفری و سمیع‌زاده، ۱۳۹۱)؛ بنابراین، با توجه به اهمیت سازه قصد کارآفرینانه در شکل‌گیری رفتار کارآفرینانه، این پژوهش باهدف بررسی متغیرهای فردی اثرگذار بر تبیین قصد کارآفرینانه دانشجویان علوم انسانی در جهت پیش‌بینی رفتار کارآفرینانه انجام شد. در این راستا، یافته‌های مطالعه نشان داد که نگرش نسبت به کارآفرینی، اثر معنادار و مثبتی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان علوم انسانی داشته است که با نتایج پژوهش‌های کروگر و همکاران (Krueger, 2000)، لوئج و فرانک (Luthje & Franke, 2003)، کریمی (۱۳۹۵) و اوتادی و صفری (۱۳۹۸) مطابقت دارد. این درحالی است که این یافته با برخلاف نتایج پژوهش رحمانیان کوشکی و همکاران (۱۳۹۱) است. هم‌چنین، کریمی (۱۳۹۵)، در پژوهش در غرب کشور رابطه مثبت بین نگرش و قصد را تأیید نموده است که با نتایج تحقیق حاضر همسو است. دانشجویی که نگرش مثبتی به کارآفرینی دارد و کارآفرینی را مطلوب ارزیابی می‌کند، احتمال بیشتری دارد که به سمت خوداشتغالی برود. نتایج مطالعه حاضر حاکی از آن بود که در بین دانشجویان مورد مطالعه، نگرش مثبتی نسبت به خوداشتغالی و کارآفرینی وجود دارد؛ به‌گونه‌ای که آنان خوداشتغالی را مطلوب و دارای مزایای بیشتری نسبت به استخدام شدن، عنوان نموده‌اند. داشتن نگرش مثبت به کسب‌وکار بیانگر علاقه فرد به کار و تلاش برای دستیابی به موفقیت‌های فردی و اجتماعی است و نگرش منفی به کسب‌وکار می‌تواند مانعی مهم برای عدم توسعه اقتصادی کشورمان باشد. وقتی دانشجو، زندگی خود را با کار خلاق و کارآفرینانه، معنا می‌کند، کار و تلاش در نظرش باارزش جلوه می‌کند و از کم‌کاری و اهمال، دوری خواهد کرد و به‌جای تمایل به دلالی و صرف حضور در محل استخدام و پیروی از حامیان جایگاه خود در سازمان، با احتمال بیشتری به سمت کار خلاق و مولد خواهد رفت (احمدپورداریانی و مقیمی، ۱۳۹۷). براین‌اساس پیشنهاد می‌شود در جهت تقویت و توسعه نگرش کارآفرینانه دانشجویان قبل از فارغ‌التحصیلی اقدام گردد و مدیران دانشگاه، موانع نگرش کارآفرینانه را در محیط دانشگاهی برطرف نمایند (امیری و مرادی، ۱۳۸۷). اساتید کارآفرینی در دانشگاه هر چه بیش‌تر مزایای مادی و معنوی فعالیت کارآفرینانه و مولد را برای دانشجویان تبیین کنند و از کارآفرینان موفق برای برگزاری سمینارها دعوت شود تا باعث ایجاد نگرش مثبت و مطلوبیت درک‌شده بیش‌تر در دانشجویان گردد. البته باید توجه داشت که ممکن است رابطه مثبت نگرش و قصد کارآفرینانه، ناشی از تمایل افراد برای برآورد بیش از اندازه نگرش و قصدشان برای انجام یک کار مطلوب اجتماعی (مانند کارآفرینی) باشد (Ajzen et al., 2004)، اما زمانی که پای سختی‌ها و پیچیدگی‌های کارآفرینی (بار کاری درک‌شده) و قبول مسئولیت ایجاد کسب‌وکار مستقل برای خود (استقلال طلبی) در دنیای واقعی، به میان بیاید، ممکن است این نگرش و قصد کارآفرینانه مثبت (در

فرضیه و نه در دنیای واقعی)، تحت‌الشعاع قرار گیرد که نتایج پژوهش ما نیز تأییدکننده این موضوع است و مشاهده گردید که استقلال‌طلبی اثر معناداری بر قصد کارآفرینانه نداشت و اثر بار کاری درک‌شده هم بر قصد و هم بر نگرش کارآفرینانه منفی بود. نتایج پژوهش حاضر، نشان داد که بار کاری اثر منفی و معناداری بر نگرش و قصد کارآفرینانه دانشجویان داشت که با نتایج کولورید (Kolvereid, 1996) همسو است. گزارش دیده‌بان جهانی کارآفرینی (GEM) نشان می‌دهد که رتبه مردم در زمینه درک از آسانی راه‌اندازی کسب‌وکار جدید در ایران نامناسب است و این درک منفی از کارآفرینی و این که بیش‌تر مردم راه‌اندازی یک کسب‌وکار جدید را کاری سخت می‌بینند، می‌تواند بر شروع کسب‌وکار جدید توسط دانشجویان اثر نامطلوب بگذارد. اگر کارآفرینی به‌عنوان مسیری سخت و پیچیده درک شود که نیاز به تلاش فراوانی دارد، ممکن است بر نگرش و قصد کارآفرینانه اثر منفی بگذارد و دانشجویان را به سمت استخدام شدن هدایت نماید. یکی از عوامل روان‌شناختی - اجتماعی مهم در ایجاد نگرش منفی نسبت به کارآفرینی تنبلی، تعلل در کار و آزمندی است که ریشه در تاریخ و فرهنگ ما دارد. در این راستا، برخی از افراد به‌جای تلاش برای غلبه بر موانع و کنترل سرنوشت خود، با نگاهی تقدیرگرایانه از کوشش برای تغییر وضعیت خود سرباز می‌زنند تا راحتی و آسایش در آینده نامعلوم فرا رسد. این درحالی است که در تعالیم اسلامی در کنار باور به رزاق بودن خداوند، تأکید فراوانی بر عزم راسخ، کسب‌روزی حلال، عمل‌گرایی و توجه به فرصت‌ها شده است (احمدپورداریانی و مقیمی، ۱۳۹۷)؛ لذا، پیشنهاد می‌شود سیاست‌گذاران اقدامات لازم برای مساعد نمودن محیط کسب‌وکار و تقویت فرهنگ کار و تلاش مولد در کشور را انجام دهند و محیط دانشگاه را با تخصیص بودجه‌های لازم، مساعد برای خلق و توسعه ایده‌های دانشجویان خلاق گردانند. آموزش‌های مهارت‌محور نیز می‌تواند با افزایش اعتمادبه‌نفس و خودباوری در دانشجویان از سختی و پیچیدگی مسیر کارآفرینی در نظر آن‌ها بکاهد.

یافته‌های مطالعه نشان داد خلاقیت بر نگرش و قصد کارآفرینانه دانشجویان اثر مثبت و معناداری داشت. هم‌چنین، به‌صورت غیرمستقیم و از طریق متغیر نگرش نسبت به کارآفرینی تأثیر معناداری بر قصد کارآفرینانه داشت. این درحالی است که استقلال‌طلبی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان علوم انسانی اثر معناداری نداشت و فقط از طریق نگرش بر شکل‌گیری قصد کارآفرینانه اثر داشت. مولایی و همکاران (Molaei et al., 2014) در پژوهشی به این نتیجه دست یافتند که قصد کارآفرینانه دانشجویان با سبک تحلیلی شهودی یا تحلیلی به‌شدت تحت تأثیر حجم ایده‌های کارآفرینانه آنان بود. در این راستا، آنان نتیجه گرفتند که حجم ایده‌های کارآفرینانه مهم‌ترین عامل برای شروع کسب‌وکار جدید در دانشجویان بوده است؛ لذا، پیشنهاد نمودند درسی به نام «تولید ایده‌های کارآفرینانه» برای تحریک دانشجویان به تولید بیش‌تر ایده تدوین و طراحی گردد. آن‌ها بیان نمودند که مبنای شروع یک شرکت جدید، ایده برای محصول یا خدمت جدید است که این امر اتفاقی نیست و تجربه و دانش پیشین بر آن اثرگذارند. البته هر ایده‌ای فرصت کارآفرینانه نیست و شخص با بررسی مطلوبیت و امکان‌پذیری یک ایده به درک فرصت از آن ایده می‌رسد و درک این فرصت کارآفرینانه باعث شکل‌گیری قصد کارآفرینانه در فرد می‌گردد. در پژوهش حاضر نیز، خلاقیت اثر معنادار و مثبتی بر قصد کارآفرینانه داشت و دانشجوی خلاق به‌احتمال بیش‌تر ایده‌های متنوع‌تری را مطرح می‌کند. در بین این ایده‌های فراوان این احتمال وجود دارد که فرصت‌های کارآفرینانه را درک نموده و قصد کارآفرینانه در او شکل بگیرد؛ لذا، پیشنهاد می‌گردد هم‌راستا با پژوهش مولایی و همکاران (Molaei et al., 2014)، درسی به نام «تولید ایده‌های کارآفرینانه» در برنامه درسی دانشجویان گنجانده شود تا خلاقیت آن‌ها تحریک گردد. کریمی (۱۳۹۵) در پژوهشی بیان کرد که نگرش، رابطه بین خلاقیت و قصد را در دانشجویان کشاورزی، میانجی‌گری می‌کند که همسو با نتایج پژوهش حاضر است. هم‌چنین عید و همکاران (Eid et al., 2018)، بیان کردند که نگرش اثر میانجی و معناداری در رابطه بین خلاقیت و قصد کارآفرینانه دانشجویان دارد که همسو با نتایج این پژوهش است و بیان کردند که استقلال‌طلبی از طریق خودکارآمدی بر قصد کارآفرینانه اثر غیرمستقیم دارد. زامپتاکیس (Zampetakis, 2008)، در پژوهشی نقش میانجی نگرش یا درک مطلوبیت را در

رابطه بین خلاقیت و قصد کارآفرینانه بررسی کرد و نتیجه گرفت بدون درک شفاف و واضح از مطلوبیت خوداشتغالی، خلاقیت تبدیل به قصد کارآفرینانه نخواهد شد، زیرا افراد خلاق معمولاً در سازمان‌ها حقوق بالا می‌گیرند و برای خروج از سازمان هزینه-فایده می‌کنند و ممکن است به این نتیجه برسند که حقوق بگیری مناسب‌تر و مطلوب‌تر است و قصد کارآفرینانه در آن‌ها ضعیف باشد. نتایج پژوهش حاضر نشان می‌دهد که هم خلاقیت و هم استقلال‌طلبی دو ویژگی کارآفرینانه بسیار مهم هستند که بر روی ادراکات و باورهای رفتاری دانشجویان اثرگذارند و می‌توانند با اثرگذاری بر نگرش، دانشجویان را به سمت خوداشتغالی جذب نمایند و در شکل‌گیری قصد کارآفرینانه در آن‌ها بسیار اثرگذار باشند. در واقع، نتایج این پژوهش نشان می‌دهند که نگرش نسبت به کارآفرینی می‌تواند به‌عنوان سازوکاری برای تبدیل خلاقیت و استقلال‌طلبی به قصد کارآفرینانه عمل نماید و حتی با این‌که استقلال‌طلبی اثر مستقیمی بر قصد کارآفرینانه نداشت؛ ولی از طریق نگرش بر شکل‌گیری قصد کارآفرینانه اثرگذار بود. نکته جالب‌توجه در یافته‌های این پژوهش، اثر استقلال‌طلبی و بار کاری بر قصد دانشجویان بود. هر قدر دانشجویان کارآفرینی را به‌عنوان فعالیتی سخت و پیچیده و زمان‌بر درک کنند، قصد کارآفرینانه در آن‌ها کاهش می‌یابد. از سوی دیگر، استقلال‌طلبی نیز اثر معناداری به‌صورت مستقیم بر قصد کارآفرینانه نداشت. این نشان می‌دهد اگرچه نگرش مثبتی نسبت به کارآفرینی در دانشجویان وجود دارد و حتی رابطه مثبتی بین خلاقیت و قصد کارآفرینانه حاکم است؛ ولی در عمل آن‌ها تمایلی به خلق کسب‌وکار مستقل خود را نداشته و استقلال‌طلبی اثر مستقیمی بر قصد کارآفرینانه نداشته است. این یافته بیانگر وجود دانشجویان خلاق و علاقه‌مند به ایده‌های جدید و با نگرش کارآفرینانه در دانشگاه است که وقتی پای اقدام عملی برای سرمایه‌گذاری، پیگیری و تجاری‌سازی آن ایده‌ها به میان می‌آید، ترجیح می‌دهند شرکت مستقل خود را نداشته باشند و در سازمانی استخدام شوند، درحالی‌که کارآفرینی به اقدام نیاز دارد و ادبیات مطالعات معاصر در حوزه کارآفرینی، تمرکز زیادی بر اقدام کارآفرینانه دارد (McMullen & Shepherd, 2006). کارآفرینی که فرصت‌ها را فقط در ذهن خود تصور کند و هیچ اقدامی برای سرمایه‌گذاری و بهره‌برداری عملی از این فرصت‌ها نکند، عملاً شکست خورده است. در این دیدگاه، فرصت‌ها به‌عنوان ساختاری پنهان شناخته می‌شوند که تنها بعد از اقدام کارآفرینانه ظهور می‌کنند. فرصت‌ها اساساً پدیده‌ای ذهنی هستند و ابتدا در ذهن کارآفرین شکل می‌گیرند و تنها پس از این‌که کارآفرین، اقدام به بهره‌برداری کرد، لزوماً فرصت‌ها ظهور می‌یابند (Foss & Klein, 2012). بنابراین تقویت استقلال‌طلبی می‌تواند منجر به خودباوری و اقدام در جهت تجاری‌سازی ایده‌ها در آینده نزدیک توسط دانشجویان گردد.

این پژوهش می‌تواند حاوی پیشنهادهای کاربردی برای مدیران دانشگاه‌ها باشد. مدیران دانشگاه می‌توانند با پشتیبانی از ایده‌های نوآورانه و ترویج فرهنگ خلاقیت و تسهیل نمودن ورود دانشجویان بانگیزه به مراکز رشد کمک کنند تا دانشجویان ادراک مناسبی از مطلوبیت کارآفرینی داشته باشند. با توجه به نتایج پژوهش، توجه ویژه به افزایش خلاقیت دانشجویان در جهت تولید ایده‌های کارآفرینانه بیش‌تر توسط آن‌ها پیشنهاد می‌گردد. در دانشکده‌های علوم انسانی نیز برنامه‌ریزی جهت تقویت استقلال‌طلبی باید موردتوجه باشد. تقویت استقلال‌طلبی از طریق آموزش و حضور دانشجویان در رویدادهای استارت‌آپی و تجربه کار مستقل در مرکز رشد دانشگاه می‌تواند اثرگذار باشد. می‌توان دانشجویان رشته‌های مختلف علوم انسانی مانند حقوق، روان‌شناسی و مدیریت را با استارت‌آپ‌های فعال در این حوزه‌ها آشنا کرد تا بیش‌تر با مزایای مادی و پتانسیل‌های بازار آشنا شوند و به این درک برسند که می‌توان به‌صورت مستقل کسب‌وکار جدیدی را راه‌اندازی نمود و همه استارت‌آپ‌ها لزوماً در حوزه فناوری اطلاعات نیستند. درک بار کاری در نقطه مقابل استقلال‌طلبی قرار گرفته است. وقتی دانشجویان با مزایای مادی و معنوی کارآفرینی آشنا شوند دیگر درک منفی از بار کاری زیاد آن نخواهند داشت. با پیروی از دستورات اسلام که بر کار و تلاش در جهت کسب روزی حلال و یادگیری و دوری از تن‌پروری و راحت‌طلبی تأکید دارد، با احتمال بیشتری به سمت کارآفرینی قدم برمی‌دارند؛ لذا، پیشنهاد می‌شود با معرفی کارآفرینان پرتلاش و موفق و برگزاری سمینارهای آموزشی در جهت نهادینه‌کردن

فرهنگ پشتکار و تلاش اقدام گردد. همچنین، باتوجه به نقش خلاقیت و استقلال طلبی و اثر آن بر نگرش و قصد کارآفرینانه، پیشنهاد می‌شود مدیران در انتخاب دانشجویانی که وارد دوره‌های کارآفرینی می‌شوند توجه داشته باشند تا افراد خلاق و با پشتکار و مستقل انتخاب شوند و در نتیجه مانع از هدررفت منابع گردند.

این پژوهش محدودیت‌هایی نیز داشت. محدودیت اول این بود که نمونه فقط از یک دانشگاه دولتی انتخاب شد و می‌توان مطالعات تطبیقی با دانشگاه‌های غیردولتی و حتی دانشگاه‌های کشورهای دیگر داشت. محدودیت دوم مطالعه این بود که به‌صورت مقطعی طراحی و انجام شد، این در حالی است که برای بررسی قصد کارآفرینانه و رابطه آن با رفتار کارآفرینانه مطالعه طولی مناسب‌تر است. همچنین، در پژوهش‌های بعدی می‌توان ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه دیگری را بررسی کرد. در پژوهش‌های آتی، می‌توان از متغیرهای جمعیت‌شناختی متفاوتی نظیر سن، مقطع تحصیلی، جنسیت، به‌عنوان متغیرهای تعدیل‌کننده روابط متغیرهای مدل استفاده کرد. در ضمن باید توجه داشت این پژوهش قبل از همه‌گیری بیماری کرونا انجام شده است و می‌توان پیشنهاد داد در مطالعات بعدی قصد کارآفرینانه دانشجویان بعد از کرونا نیز بررسی شود. شرکت‌کنندگان در این پژوهش ممکن است دچار جهت‌گیری برآورد بیش از اندازه قصدشان برای کارآفرینی باشند، زیرا علی‌رغم محیط نامساعد اقتصادی، نگرش و قصد کارآفرینانه آن‌ها مثبت بود، لذا پیشنهاد می‌گردد در مطالعات بعدی این اختلاف بین شرایط فرضی با شرایط دنیای واقعی در عمل و تأثیر آن بر نگرش و قصد کارآفرینانه بررسی گردد. در نهایت، این پژوهش به‌صورت خاص فقط دانشجویان علوم انسانی را مطالعه کرد و پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های مستقلی در رشته‌های مختلف دانشگاهی صورت پذیرد.

منابع

- احمدپورداری، محمود. و مقیمی، سید محمد. (۱۳۹۷). *مبانی کارآفرینی*. تهران: نشر فراندیش.
- امیری، علی‌نقی. و مرادی، یزدان (۱۳۸۷). نگرش‌های کارآفرینانه دانشجویان و موانع آن. *پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی*، ۱۴(۳)، ۴۵-۶۷.
- اوتادی، محمد. و صفری، سعید. (۱۳۹۸). بررسی نقش ویژگی‌های شخصیتی و رفتاری در تبیین قصد کارآفرینانه دانشجویان (مورد مطالعه: دانشگاه شاهد). *توسعه کارآفرینی*، ۱۲(۴)، ۵۲۰-۵۰۱.
- رحمانیان کوشکی، مهدی،، چیدری، محمد. و هواسی، علی. (۱۳۹۱). بررسی عوامل اثرگذار بر قصد کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی دانشگاه آزاد ایلام. *توسعه کارآفرینی*، ۴(۱۵)، ۱۴۴-۱۲۵.
- سیادت، سید علی،، رضازاده، شکوفه سادات. و بیری، حسن. (۱۳۹۱). میزان روحیه کارآفرینی دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان. *آموزش در علوم پزشکی*، ۱۲(۷)، ۵۳۶-۵۲۷.
- صفری، سعید. و سمیع‌زاده، مهدی. (۱۳۹۱). نیازسنجی آموزش دانش و مهارت کارآفرینی در رشته‌های علوم انسانی. *فناوری آموزش*، ۷(۱)، ۶۵-۷۹.
- کریمی، سعید. (۱۳۹۵). نقش خلاقیت در توسعه قصد کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی غرب ایران. *پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی*، ۸(۳۶)، ۱۶-۳.
- مرادی، محمدعلی. (۱۳۹۴). *محیط کسب‌وکار، نظریه‌ها، شاخص‌ها و تکنیک‌ها*. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I., Brown, T. C., & Carvajal, F. (2004). Explaining the discrepancy between intentions and actions: The case of hypothetical bias in contingent valuation. *Personality and social psychology bulletin*, 30(9), 1108-1121.
- Baron, R.M., & Kenny, D.A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: conceptual, strategic and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182.

- Bell, R. (2019). Predicting entrepreneurial intention across the university. *Education + Training*, 61(7/8), 815-831.
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: the case for intention. *Academy of Management Review*, 13(3), 442-453.
- Boyd, N. G., & Vozikis, G. S. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 18(4), 638-77.
- Eid, R., Badewi, A., Selim, H., & El-Gohary, H. (2018). Integrating and extending competing intention models to understand the entrepreneurial intention of senior university students. *Education + Training*, 61(2), 234-254.
- Fayolle, A., & Linan, F. (2014). The future of research on entrepreneurial intentions. *Journal of Business Research*, 67(5), 663-666.
- Foss, N. J., & Klein, P. G. (2012). *Organizing entrepreneurial judgment: A new approach to the firm*. Cambridge University Press.
- GEM. (2021). Global Entrepreneurship Monitor 2020 Executive Report, Babson College, Babson Park, MA, USA/ LBS, London, UK.
- Guerrero, M., Rialp, J., & Urbano, D. (2008). The impact of desirability and feasibility on entrepreneurial intentions: A structural equation model. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4(1), 35-50.
- Karlsson, T., & Moberg, K. (2013). Improving perceived entrepreneurial abilities through education: Exploratory testing of an entrepreneurial self efficacy scale in a pre-post setting. *The International Journal of Management Education*, 11(1), 1-11.
- Kolvereid, L. (1996). Prediction of employment status choice intentions. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 21(1), 47-58.
- Krueger, N.F. (2017). *Entrepreneurial intentions are dead: Long live entrepreneurial intentions*. New York: Springer.
- Krueger, N.F., Reilly, M.D., & Carsrud, A.L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5), 411-432.
- 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.
- Linan, F., & Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4), 907-933.
- Luthje, C., & Franke, N. (2003). The 'making' of an entrepreneur: testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. *R&D Management*, 33(2), 135-147.
- McMullen, J. S., & Shepherd, D. A. (2006). Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur. *Academy of Management Review*, 31(1), 132-152.
- Menke, C. (2018). Unraveling entrepreneurial competencies and their relation to entrepreneurial intent. *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 10(6), 663-687.
- Molaei, R., Zali, M. R., Mobaraki, M. H., & Yadollahi Farsi, J. (2014). The impact of entrepreneurial ideas and cognitive style on students entrepreneurial intention. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 6(2), 140-162.
- Shahab, Y., Chengang, Y., Arbizu, A.D., & Haider, M.J. (2018). Entrepreneurial self-efficacy and intention: do entrepreneurial creativity and education matter?. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(2), 259-280.
- Shapiro, A., & Sokol, L. (1982). Social dimensions of entrepreneurship. In Kent, C.A., Sexton, D.L. and Vesper, K.H. (Eds), *The Encyclopedia of Entrepreneurship*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ, pp. 72-90.
- Zampetakis, L.A. (2008). The role of creativity and proactivity on perceived entrepreneurial desirability. *Thinking Skills and Creativity*, 3(2), 154-162.
- 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.

