



<http://doi.org/10.22133/TLJ.2022.343597.1047>

نقش آموزش کارآفرینی، خودکارآمدی و هنجارهای ذهنی در قصد کارآفرینی در صنعت گردشگری

(مورد مطالعه: بررسی دیدگاه دانشجویان دانشکده گردشگری دانشگاه علم و فرهنگ)

لطیف صوفی<sup>۱\*</sup>، سعید دیلمی<sup>۲</sup>

<sup>۱</sup> دانشجوی دکتری مدیریت گردشگری، دانشکده علوم گردشگری، دانشگاه علم و فرهنگ، تهران، ایران

<sup>۲</sup> دکتری عالی مدیریت کسب و کار، دانشکده اقتصاد و مدیریت، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

اطلاعات مقاله	چکیده
مقاله پژوهشی	امروزه دانشگاه‌ها در بسیاری از کشورهای در حال توسعه تلاش می‌کنند تا دانشجویان را به فعالیت‌های کارآفرینی سوق دهند تا سطح بیکاری در بین فارغ‌التحصیلان کاهش یابد. با این حال، در بین دانشجویان عدم تمایل به کارآفرینی بسیار رایج است. بنابراین، این مطالعه قصد کارآفرینی در بین دانشجویان گردشگری دانشگاه علم و فرهنگ را بررسی می‌کند. در این پژوهش، از طرح تحقیق مقطعی با رویکرد کمی استفاده شده است. در این مطالعه، برای انتخاب ۲۰۴ شرکت‌کننده که اطلاعاتی درباره خودکارآمدی، آموزش کارآفرینی و هنجارهای ذهنی کارآفرینی و ارتباط آن‌ها با قصد کارآفرینی در بین دانشجویان گردشگری ارائه کرده‌اند، از روش نمونه‌گیری تصادفی استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از تحلیل معادلات ساختاری حداقل مربعات جزئی با نرم‌افزار اسمارت پی ال اس استفاده شد. به طور کلی، این مطالعه نشان داد آموزش کارآفرینی، هنجارهای ذهنی و خودکارآمدی ارتباطی قوی با قصد کارآفرینی در بین دانشجویان گردشگری دارند. این مطالعه نتیجه می‌گیرد که آموزش کارآفرینی و هنجارهای ذهنی به همراه خودکارآمدی دانشجویان از عوامل ضروری برای تحقق قصد کارآفرینی توسط دانشجویان گردشگری است. درباره محدودیت‌ها و پژوهش‌های آینده نیز در این مطالعه بحث شده است.
تاریخ دریافت:	
۱۴۰۱/۳/۱	
تاریخ پذیرش:	
۱۴۰۱/۵/۷	
واژگان کلیدی:	
قصد کارآفرینی، خودکارآمدی، هنجارهای ذهنی، آموزش کارآفرینی	
* نویسنده مسئول	
رایانامه: soofi1975@gmail.com	

نحوه استناددهی:

صوفی، لطیف و دیلمی، سعید (۱۴۰۱). نقش آموزش کارآفرینی، خودکارآمدی و هنجارهای ذهنی در قصد کارآفرینی در صنعت گردشگری (مورد مطالعه: بررسی دیدگاه دانشجویان دانشکده گردشگری دانشگاه علم و فرهنگ). گردشگری و اوقات فراغت، ۷(۱۳)، ۵۱-۶۵.

ناشر: دانشگاه علم و فرهنگ <https://www.usc.ac.ir>

## مقدمه

پرورش قصد کارآفرینی<sup>۱</sup> دانشجویان دانشگاه نه تنها به عاملی اصلی در توسعه اجتماعی و نوآوری اجتماعی تبدیل شده است، بلکه با ارتقای نوآوری و ایجاد فرصت‌های شغلی به توسعه اقتصادی یک کشور یا منطقه کمک می‌کند (Ndou et al, 2019). به عبارت دیگر، کارآفرینی ابزاری مهم در تقویت رشد اقتصادی و ایجاد شغل است (Rauch & Hulsink, 2015).

به طور خاص، کارآفرینی گردشگری، در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه، برای تجارب و رضایت گردشگران و توسعه مقصد و جامعه بسیار حیاتی است (Gurel et al., 2010). صنعت گردشگری و مهمان‌نوازی به‌منزله منبع رقابت در بسیاری از کشورها و مناطق در نظر گرفته شده است و به توسعه اقتصادی منطقه کمک می‌کند که شامل پذیرایی، گشت‌وگذار، حمل‌ونقل، خرید و سایر جنبه‌ها است.

از جنبه آموزش مقدماتی، دانشجویان سرمایه انسانی بالاتر و توانایی کارآفرینی بالقوه‌ای دارند (Rauch & Rijdsdijk, 2013). اِکتر (1995) رویکردی «سه‌جانبه» را برای آموزش گردشگری پیشنهاد می‌کند که سه نوع مهارت حرفه‌ای ۲، شغلی ۳ و کارآفرینی ۴ را در کشورهای در حال توسعه پرورش می‌دهد. اِکتر خاطر نشان می‌کند که انواع برنامه‌های آموزش گردشگری را می‌توان به دو دسته اساسی آموزش حرفه‌ای و مهارت‌های شغلی تقسیم کرد. وی بر سومین مؤلفه آموزش گردشگری، یعنی توسعه کارآفرینی، نیز که عمدتاً نادیده گرفته شده است تأکید می‌کند (Gurel et al., 2010).

بر اساس آنچه اِکتر بیان می‌کند، می‌توان استدلال کرد که مؤلفه سوم منابع انسانی را تربیت می‌کند تا، ضمن توسعه کارآفرینی، برای خود کار کند. این نوع آموزش می‌تواند، با تشویق و پرورش توسعه کارآفرینی گردشگری محلی، بخش مهمی از پتانسیل منابع انسانی را استفاده کند که در کشورهای در حال توسعه می‌تواند بسیار مهم باشد. درحقیقت، یکی از مهم‌ترین نیازهای کشورهای در حال توسعه ایجاد و پرورش محیطی است که در آن، علاوه بر این‌که باید کارآفرینی را شکوفا کرد، باید کارآفرینان را نیز پرورش داد.

ارتقای قصد کارآفرینی دانشجویان گردشگری و مهمان‌نوازی می‌تواند به دانشجویان کمک کند تا آگاهی کارآفرینی خود را به رفتار کارآفرینی تبدیل کنند و به مشاغل بیشتر و اثر محرک در اقتصاد بینجامد (Altinay et al., 2012). قصد کارآفرینی به‌منزله یکی از قابل‌اعتمادترین اظهارات رفتار کارآفرینی تلقی می‌شود (Tsai et al., 2016). بررسی چگونگی بهبود قصد کارآفرینی دانشجویان گردشگری و مهمان‌نوازی برای توسعه صنعت گردشگری و مهمان‌نوازی فعلی و آینده بسیار مهم است (Tsai et al., 2016). به همین دلیل است که چگونگی موفقیت در توسعه سرمایه انسانی از دانشگاه به تجارت، هنگام مقابله با رقابت جهانی، به موضوعی مهم تبدیل شده است (Scarpetta et al., 2012).

گورل و همکاران (2010) در مطالعه خود استدلال می‌کنند که آموزش نقش مهمی در پرورش قصد کارآفرینی دانشجویان دارد. اگرچه آموزش گردشگری و مهمان‌نوازی پیشرفت زیادی داشته است، همچنان حرفه‌ای و عمل‌گرا بودن دانشجویان به‌منزله موضوعی حل نشده باقی مانده است (Gurel et al., 2010).

اِکتر (1995) اظهار داشت که آموزش گردشگری نمی‌تواند به‌طور کامل از سرمایه انسانی دانشجویان استفاده کند و فضای یادگیری مناسبی برای پرورش کارآفرینی ایجاد کند. همچنین، ژانگ و همکاران (2020) بیان می‌کنند که چگونگی تأثیر آموزش گردشگری و مهمان‌نوازی در

1. Entrepreneurial intention
2. Professional
3. Vocational
4. Entrepreneurial

قصد کارآفرینی هنوز حل نشده است. از سوی دیگر، برخی از محققان نشان داده‌اند که آموزش می‌تواند توانایی کارآفرینی دانشجویان (Hayton et al., 2002; Morrison, 2000)، مهارت‌ها و رفتار کارآفرینی را بهبود بخشد (Casson, 1982).

تحقیقات متعدد درباره کارآفرینی بر قصد کارآفرینی متمرکز شده است و براساس رویکرد شناختی ادعا می‌شود که قصد نقش مهمی در تصمیم‌گیری برای شروع کار دارد (Esfandiar et al., 2019). با این حال، درباره این که چه عواملی در درک و قصد کارآفرینی تأثیر می‌گذارند و این که چرا اهمیت عوامل توضیح‌دهنده قصد در فرهنگ‌های گوناگون متفاوت است، اطلاعات کمی وجود دارد (Phuc et al., 2020). این که چگونه می‌توان قصد کارآفرینی و توانایی‌های جامع دانشجویان را برای آینده شغلی آن‌ها توسعه داد سؤالی ضروری است و شناسایی و تبیین عوامل مؤثر توسعه توانایی دانشجویان در درک، ارزیابی و تجزیه و تحلیل پدیده‌های اجتماعی، از جمله نیازسنجی‌های کسب‌وکارهای گردشگری، از مسائل مهم این مطالعه است.

## چارچوب نظری و فرضیه‌ها

### آموزش و قصد کارآفرینی

قصد کارآفرینی با عنوان «وضعیت ذهنی آگاهانه قبل از اقدام و توجه به سمت رفتارهای کارآفرینی مانند شروع کاری جدید و کارآفرین شدن» تعریف شده است (Moriano et al., 2012). توسعه کارآفرینی یا اقدام کارآفرینانه در بیشتر موارد خودبه‌خود و تصادفی اتفاق نمی‌افتد، بلکه اساساً نتیجه قصد یا انتخاب کارآفرینان برای ادامه کارآفرینی در پاسخ به فرصت‌های مشخص شده است (Kabir et al., 2017). مبنای نظری قصد کارآفرینی در این مطالعه بر نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده آجزن (1991) متکی است. از نظر آجزن، هرچه نیت قوی‌تر باشد، احتمال رخداد آن (کارآفرینی) نیز بیشتر است. با این حال، این قصد کارآفرینی به ارزیابی کلی نتایج و انگیزه‌های کارآفرینی در موقعیت‌های خاص بستگی دارد. خطرات محاسباتی و سود در ارزیابی بسیار مهم است، جایی که آموزش کارآفرینی می‌تواند نقش بسیار حیاتی داشته باشد (Sarif et al., 2012).

براساس دیدگاه جونز و انگلیش (2004)، آموزش کارآفرینی را می‌توان مهارتی که باید در افراد پدید آید و همچنین ویژگی‌ای که باید در آن‌ها تحریک شود در نظر گرفت. بدین طریق، می‌توانند برنامه‌هایی جدید و ابتکاری طراحی کنند. به علاوه، استدلال می‌کنند که آموزش کارآفرینی عمدتاً بر دستیابی به تخصص موردنیاز به منظور تجاری‌سازی یک فرصت شغلی جدید متمرکز است. بنابراین، اصطلاح «آموزش کارآفرینی» اساساً به ارائه مفاهیم مربوطه به افراد و همچنین مهارت‌هایی گفته شود که به آن‌ها در شناسایی فرصت‌هایی که دیگران نادیده گرفته‌اند و در کسب بیش و دانش برای اقدام در جایی که دیگران در آن مردود بوده‌اند کمک خواهد کرد (Kabir et al., 2017).

همچنین، فراشاه (2013) نشان داده است که آموزش کارآفرینی عاملی مهم است که در قصد دانشجویان برای کارآفرینی تأثیر می‌گذارد؛ زیرا اتمام یک دوره کارآفرینی، ۱/۳ برابر، احتمال قصد کارآفرینی را بهبود می‌بخشد.

مرنیکس و همکاران (2014) بیان می‌کنند که آموزش، شانس کشف فرصت‌های جدید را افزایش می‌دهد و اقدام کارآفرینانه را عملی‌تر می‌کند. آموزش کارآفرینی افرادی را پرورش می‌دهد که دارای حواس و صلاحیت‌های لازم برای تأسیس شرکت تجاری خود هستند و افراد را ترغیب می‌کند که ریسک و سختی‌های کارآفرینی را برای موفقیت در زندگی بپذیرند. با این حال، این واقعیت را نمی‌توان انکار کرد که موفقیت و شکست کارآفرینی به عوامل بیرونی دیگری هم بستگی دارد.

تأثیر آموزش کارآفرینی، به منزله یکی از مهم‌ترین عواملی که به دانشجویان کمک می‌کند تا درک کاملی از کارآفرینی داشته باشند، شناخته شده است. نگرش و دانش کارآفرینی احتمالاً گرایش آن‌ها برای شروع کار خود در آینده را شکل می‌دهد (Phuc et al., 2020). در مؤسسات آموزش عالی، یادگیری کارآفرینی، با تمرکز بر الگوهای موفق کارآفرینی، ممکن است آموزش را برای توسعه پایدار ارتقا دهد. چندین دیدگاه

نظری مانند نظریه سرمایه انسانی، نظریه خودکارآمدی کارآفرینی و تعیین سرنوشت استدلال می کنند که آموزش کارآفرینی با اهداف کارآفرینی دانشجویان رابطه مثبت دارد؛ زیرا دانش و مهارت کافی برای آن‌ها فراهم می کند و آن‌ها را به توسعه شغل کارآفرینی ترغیب می کند (Boldureanu et al., 2020). بنابراین، می توان فرضیه زیر را در نظر گرفت:

### خودکارآمدی و قصد کارآفرینی

از منظر تاریخی، مفهوم کلی خودکارآمدی<sup>۱</sup> را برای اولین بار بندورا<sup>۲</sup> (1977) در کتاب خود کارآمدی: اعمال کنترل اراده کرد. به گفته وی، خودکارآمدی بیانگر باورهای مربوط به توانایی فرد در یادگیری یا انجام رفتارهایی در سطوح تعیین شده است. خودکارآمدی، که صرفاً به اعتقاد به توانایی‌ها و مهارت‌های شخصی گفته می شود، عامل اصلی تصور و احتمال ایجاد مشارکت و سرمایه گذاری است، زیرا باعث ایجاد خوش بینی در دستیابی به اهداف می شود (Barbosa et al., 2007). خودکارآمدی یک فرد مترادف با اعتماد به نفس او در خصوص درک خود از مهارت‌ها و همچنین توانایی‌های ایفای موفقیت آمیز وظایف است. علاوه بر این، مفهوم خودکارآمدی بازتاب اندیشه‌های درونی فرد درباره این است که آیا وی توانایی انجام برخی وظایف حیاتی را دارد و آیا این توانایی‌ها او را برای ایفای اثربخش آن وظایف به منظور تحقق نتیجه (نتایج) انتخاب شده کمک خواهد کرد یا نه (Wilson et al., 2007). مطالعات گذشته نشان داده است که موفقیت یک فرد در انجام اثربخش و موفقیت آمیز وظیفه‌ای خاص تا حد زیادی به سطح خودکارآمدی وی وابسته است (Kabir et al, 2017). زیرا افرادی که خودکارآمدی بسیاری در ایفای وظیفه‌ای خاص دارند نیز تمایل بیشتری به پیگیری و ادامه آن وظیفه دارند. نویسندگان متذکر شده اند که مفهوم خودکارآمدی برای درک احساس مردم و همچنین نحوه تفکر و عملکرد آن‌ها مهم است. اعتقاد بر این است که شخصی که میزان خودکارآمدی کمی دارد عزت نفس کمی نیز دارد و به موفقیت‌های خود و همچنین رشد فردی بسیار بدبین است.

با وجود این که جنبه خودکارآمدی در تحقیقات گذشته عمدتاً در زمینه‌های بالینی و بهداشتی بررسی شده است، ارزیابی ادبیات این موضوع نشان می دهد که جنبه خودکارآمدی نیز در عرصه مطالعات مدیریتی به ویژه در تحقیقات متمرکز بر کارآفرینی از جمله انتخاب شغل کارآفرینی (Wilson et al., 2007)، قصد کارآفرینی (Esfandiar et al., 2019) و همچنین عملکرد کارآفرینی مطرح شده است. همان طور که بیان شد قصد کارآفرینی به طور کلی تصمیم یک فرد برای ایجاد و مدیریت تجارت شخصی خود را نشان می دهد. بنابراین، تصمیم کارآفرینی یک فرد تحت تأثیر عوامل گوناگونی است. کروگر و برازیل (1994) اظهار داشتند که یکی از پیش نیازهای مهم کارآفرین بالقوه خودکارآمدی کارآفرینی است.

پروین و درنوسک<sup>۳</sup> (2010)، در بررسی اهداف کارآفرینی دانشگاهیان در دانشکده‌های فنی دانشگاه کمبریج و دانشگاه لیوبلیانا، نشان می دهند که خودکارآمدی، در مقایسه با سایر پیش بینی کننده‌ها، مهم ترین عامل در توضیح قصد کارآفرینی دانشگاهیان است. خودکارآمدی قدرت اعتقاد فرد به خود را نشان می دهد؛ بدین معنا که وی توانایی اجرای موفقیت آمیز نقش‌ها، وظایف و فعالیت‌های یک کارآفرین را دارد. فراشاه (2013) نشان می دهد که ارتباط روشنی بین قصد فرد برای کارآفرینی و خودکارآمدی وی وجود دارد. در نتیجه، دریافته اند که پاسخ دهندگانی که سطح خودکارآمدی بالایی دارند از شروع فعالیت‌های جدید تجاری خود الهام بیشتری می گیرند. بنابراین، فرض معنی دار بودن رابطه خودکارآمدی و قصد کارآفرینی را می توان مطرح کرد

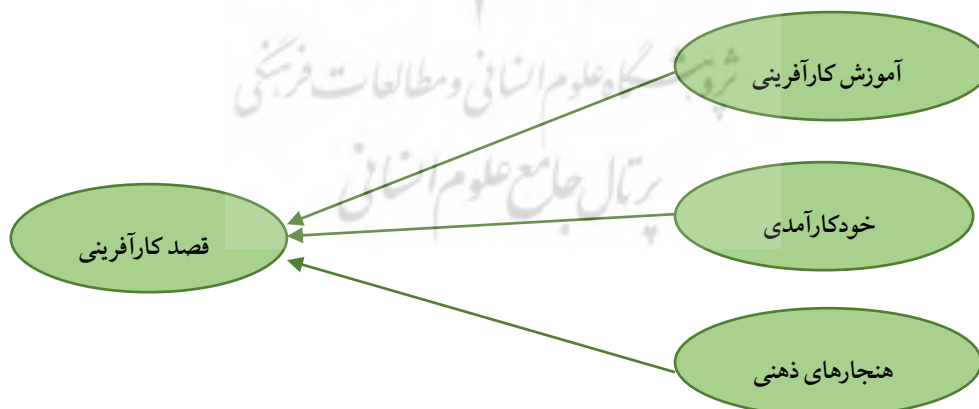
1. Self-efficacy
2. Bandura, A
3. Drnovsek

## هنجارهای ذهنی و قصد کارآفرینی

هنجارهای ذهنی<sup>۱</sup> فشار اجتماعی درک شده را از نظر انجام رفتاری خاص منعکس می‌کند (Ajzen, 1991). اصطلاح هنجار ذهن «را که به آن «هنجارهای اجتماعی» نیز گفته می‌شود اجزین به‌عنوان «فشار اجتماعی درک شده در انجام دادن یا انجام ندادن رفتاری مطلوب» تعریف کرده است. فشار اجتماعی می‌تواند از جانب گروه‌های گوناگون مانند خانواده، دوستان و جامعه به وجود آید. هنگام مطالعه رفتار انسان، بسیاری از پژوهشگران هنجار ذهنی را عنصری مهم شناسایی می‌کنند. به دلیل این که غالباً قبل از تصمیم‌گیری ارزیابی می‌کنند که تصمیم اتخاذ شده مناسب است یا جامعه تصمیم آن را می‌پذیرد یا نه (Kabir et al, 2017).

در مطالعات کارآفرینی، هنجارهای ذهنی به برداشت فرد از نظر افراد مهم زندگی‌ش مانند خانواده، دوستان، اقوام و دیگران ارجاع می‌دهد؛ بدین معنا که برای او مهم است که بدانند آیا آن‌ها تصمیم درباره‌ی مشاغل شخصی او را تأیید می‌کنند یا خیر (Liñán & Chen, 2009). به نظر اجزن (2012)، با وجود این که بیشتر تصمیمات گرفته شده تحت تأثیر هنجارهای اجتماعی است، در مواردی که فرد دارای منبع کنترل داخلی قوی است، اقدامات آن‌ها تحت تأثیر هنجارهای اجتماعی قرار نمی‌گیرد. در مطالعه آوتیو و همکاران (2013)، تأثیر هنجارهای ذهنی در قصد کارآفرینی ضعیف تشخیص داده شد. با این حال، کنترل رفتار درک شده پیش‌بینی‌کننده مهم‌تری برای قصد کارآفرینی بود. همچنین، فراشاه (2013) هیچ رابطه معناداری بین هنجار ذهنی و قصد کارآفرینی پیدا نکرد. در حالی که لینان (2008) بیان می‌کند قصد کارآفرینی را می‌توان به خوبی با هنجارهای ذهنی توضیح داد. کروگر و برازیل (1994) معتقد بودند که باید به این رابطه در تحقیقات بعدی توجه شود. پس شاید بتوان این فرض را متصور شد که خانواده، دوستان و استادان می‌توانند تأثیر بسیاری در انتخاب شغل دانشجویان داشته باشند. علاوه بر این، براساس دیدگاه‌های انگیزه‌درونی و بیرونی، هنجارهای ذهنی نیز یکی از عوامل زمینه‌ای در نظر گرفته می‌شود که می‌تواند تأثیرات مثبت یا منفی در قصد کارآفرینی یا خودکارآمدی داشته باشد. در صورتی که افراد برجسته و مهم تصمیم‌وی برای کارآفرینی را تأیید کنند، خودکارآمدی کارآفرینی فرد ممکن است افزایش یابد. اما، اگر افراد برجسته این تصمیم را تأیید نکنند، خودکارآمدی کارآفرینی وی می‌تواند کمتر باشد. در نتیجه، می‌توان فرضیه معنادار بودن رابطه بین هنجارهای ذهنی و قصد کارآفرینی را مطرح کرد.

بنابراین، براساس آنچه گفته شد، می‌توان مدل مفهومی مطالعه و فرضیه‌های تحقیق را به صورت زیر در نظر گرفت:



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

## فرضیه‌های تحقیق

- فرضیه اول: آموزش اثر معنی‌داری در قصد کارآفرینی دارد.
- فرضیه دوم: خودکارآمدی تأثیر معنی‌داری در قصد کارآفرینی دارد.
- فرضیه سوم: هنجارهای ذهنی تأثیر معناداری در قصد کارآفرینی دارند.

## روش‌شناسی

با توجه به این‌که هدف نهایی این مطالعه آگاهی از عواملی است که در قصد دانشجویان گرددشگری دانشگاه علم و فرهنگ برای کارآفرینی تأثیر می‌گذارد، داده‌های اولیه از طریق ساختن مجموعه‌ای از پرسش‌نامه ساختاریافته جمع‌آوری شد. پرسش‌نامه در نظرسنجی دارای دو بخش است. بخش اول شامل اطلاعات جمعیت‌شناختی از جمله جنسیت، مقطع تحصیلی، سابقه خانوادگی و نوع فعالیت فعلی طراحی شده است. در بخش دوم، به منظور ارزیابی نظرهای پاسخ‌دهندگان در خصوص سازه‌هایی که چارچوب مطالعه را تشکیل دادند، از پاسخ‌دهندگان خواسته شد تا میزان توافق خود را درباره آموزش کارآفرینی (Kabir et al, 2017)، خودکارآمدی (Doanh & Bernat, 2019)، هنجارهای ذهنی و قصد کارآفرینی (Liñán & Chen, 2009) در طیفی پنج‌تایی از کاملاً مخالف، مخالف، نه موافق نه مخالف، موافق و کاملاً موافق بیان کنند.

دانشجویان سه مقطع کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری گرددشگری در دانشگاه علم و فرهنگ جامعه آماری این مطالعه را تشکیل دادند که تعداد آن‌ها ۴۳۰ نفر است که ۲۰۴ دانشجو به‌منزله نمونه مطالعه، با استفاده از روش کوکران، انتخاب شدند و از روش نمونه‌گیری هدفمند و داوطلبانه استفاده شد. به منظور جمع‌آوری داده‌ها لینک پرسش‌نامه‌ها را در گروه‌های کلاسی دانشجویان دانشکده گرددشگری قرار داده شد. بنابراین، دلایل اساسی انتخاب این روش خاص نمونه‌گیری این است که روش مناسبی برای جمع‌آوری سریع داده‌ها از یک نمونه نسبتاً قابل‌اندازه‌گیری و معتبر با روشی آسان برای محققان فراهم می‌کند.

مدل معادلات ساختاری حداقل مربعات جزئی<sup>۱</sup> (PLS-SEM) برای آزمایش رابطه ساختاری میان متغیرهایی که در قصد کارآفرینی پاسخ‌گو تأثیر می‌گذارند به کار گرفته شد. حداقل مربعات جزئی نوعی تحلیل آماری از مدل‌سازی معادلات ساختاری است که امکان تخمین مدل‌های پیچیده رابطه علت و معلولی با متغیرهای نهفته را فراهم می‌کند.

ابتدا، آلفای کرونباخ و واریانس استخراج‌شده برای ارزیابی اطمینان‌پذیری ابزار جمع‌آوری داده‌ها محاسبه شده است. در مرحله دوم، از تحلیل عاملی تأییدی استفاده می‌شود تا روایی تجربی مدل تحقیق و معیارهای آن سنجیده شود. سرانجام، مدل معادلات ساختاری برای ضرایب مسیر تخمینی برای هر رابطه پیشنهادی در چارچوب مفهومی استفاده شد. ضمن این‌که برای تجزیه و تحلیل آماری داده‌های جمع‌آوری‌شده از نرم‌افزارهای SPSS24 و Smart-PLS3 استفاده شده است.

## یافته‌های تحقیق

### تحلیل توصیفی

جدول ۱ مشخصه‌های جمعیت‌شناختی شامل جنسیت، تحصیلات، سن و درآمد پاسخ‌دهندگان را برحسب گروه و درصد فراوانی نشان می‌دهد:

---

1. Partial Least Square (PLS)

جدول ۱: توصیف مشخصه‌های جمعیت شناختی نمونه

جنسیت	درصد	مقطع تحصیلی	درصد
دختر	۵۷/۷	کارشناسی	۴۷/۷
پسر	۴۲/۳	کارشناسی ارشد	۳۴/۶
سن (سال)	درصد	دکتری	۱۷/۷
کمتر از ۲۰	۱۱/۵	سابقه کارآفرینی در خانواده	درصد
۲۰-۳۰	۴۳/۷	دارای عضو فرد کارآفرین در خانواده	۳۰/۱
۳۰-۴۰	۳۷/۲	فاقد عضو کارآفرین در خانواده	۶۹/۹
بیشتر از ۴۰	۷/۶		

### تحلیل استنباطی یافته‌ها

#### برازندگی مدل اندازه‌گیری (مدل بیرونی)

مدل‌یابی معادلات ساختاری با روش حداقل مربعات جزئی در دو بخش ترتیبی مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری انجام می‌شود. در مرحله اول، مدل اندازه‌گیری (مدل بیرونی) از طریق شاخص‌های ارزیابی مدل‌های اندازه‌گیری با استفاده از آلفای کرونباخ، پایایی مرکب، روایی همگرا، روایی واگرا و همچنین ضرایب مسیر و ضریب معناداری  $t$  بررسی می‌شود. در مدلی انعکاسی، مقادیر بیشتر از  $0/7$  برای آلفای کرونباخ قابل قبول بودن شاخص را نشان می‌دهد. فرض شاخص آلفای کرونباخ این است که متغیرهای مشاهده‌پذیر هر مدل دارای وزن‌های یکسانی هستند و در واقع اهمیت نسبی آن‌ها را با هم برابر می‌گیرد. به منظور رفع این مشکل از شاخص پیشنهادی ورتس و همکاران (1974) با عنوان «پایایی مرکب» کمک گرفته می‌شود. در این شاخص، به دلیل این که هنگام محاسبه از بارهای عاملی گویه‌ها استفاده می‌شود، مقادیر پایایی مرکب را از آلفای کرونباخ بیشتر و بهتر نشان می‌دهد (hair et al., 2012). نتایج بررسی پایایی نشان داد که این مقادیر بیشتر از  $0/7$  هستند و بنابراین پایایی گویه‌ها تأیید می‌شود.

منظور از شاخص روایی همگرا سنجش میزان تبیین متغیر پنهان توسط متغیرهای مشاهده‌پذیر آن است (Barclay et al., 1995) این شاخص میانگین واریانس استخراج شده<sup>۱</sup> است و حداقل مقدار  $0/5$  مقدار قابل قبول است. این مقدار نشان می‌دهد که متغیرهای پنهان موردنظر حداقل ۵۰ درصد واریانس مشاهده‌پذیرهای خود را تبیین می‌کنند.

بر طبق ضرایب معناداری  $t$ ، اگر مقدار آماره  $t$  خارج از بازه  $-1/96$  تا  $1/96$  قرار گیرد، بدین معنا است که ضریب مسیر و بار عاملی در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار است. مقادیر محاسبه‌شده<sup>۲</sup>  $t$  برای هر یک از بارهای عاملی هر نشانگر با سازه یا متغیر پنهان خود بیشتر از  $1/96$  برآورد شده است. لذا می‌توان همسویی سؤالات پرسش‌نامه برای اندازه‌گیری مفاهیم را در این مرحله معتبر نشان داد. نتایج مربوط به این شاخص‌ها در جدول ۲ آمده است:

روایی تشخیصی یا واگرایی توانایی یک مدل اندازه‌گیری انعکاسی را می‌توان با توجه به میزان افتراق مشاهده‌پذیرهای متغیر پنهان آن مدل با سایر مشاهده‌پذیرهای موجود در مدل سنجید. روایی تشخیصی در واقع مکمل روایی همگرا است که تمایز نشانگرهای یک متغیر پنهان از سایر نشانگرهای دیگر در همان مدل ساختاری را نشان می‌دهد.

1. Averagr Variance Extracted (AVE)

گردشگری و اوقات فراغت، دوره ۷، شماره پیاپی ۱۳، بهار و تابستان ۱۴۰۱

جدول ۲: مدل اندازه‌گیری متغیرهای تحقیق

سازه	گویه	بار عاملی	مقدار $r$	میانگین واریانس استخراج شده	پایایی مرکب	آلفای کرونباخ
خودکارآمدی	من توانای روبه‌رو شدن با هر اتفاق غیرمنتظره‌ای را دارم.	۰/۶۹	۱۶/۶۹	۰/۶۷۷	۰/۸۲۴	۰/۸۱۷
	من در مواجهه با مشکلات آرام می‌مانم، زیرا می‌توانم به توانایی‌های مقابله‌ای خود اعتماد کنم.	۰/۷۲	۱۵/۴۹			
	من اطمینان دارم که وقتی با مشکل روبه‌رو می‌شوم، می‌توانم چندین راه‌حل پیدا کنم.	۰/۴۳	۶/۰۲			
	من در نشان دادن خلاقیت و نوآوری استعداد فراوانی دارم.	۰/۶۴	۱۳/۳۶			
	من استعداد فراوانی برای رهبری و حل مسئله از خود نشان می‌دهم.	۰/۷۷	۲۵/۶۳			
	من می‌توانم با سرمایه‌گذاران بالقوه روابط مطلوبی ایجاد و آن روابط را حفظ کنم.	۰/۷۰	۱۱/۹۵			
	می‌توانم فرصت‌های جدید بازار را برای محصولات و خدمات جدید ببینم.	۰/۷۹	۲۸/۸۴			
آموزش کارآفرینی	من مهارت و توانایی لازم برای موفقیت در جایگاه کارآفرین جهانگردی را ندارم.	۰/۸۰	۲۵/۹۱			
	کارآفرینی باید در دانشگاه تدریس شود.	۰/۷۹	۲۶/۵۲			
	دوره‌های کارآفرینی به دانشجویان در شروع کار کمک می‌کند.	۰/۸۳	۳۹/۰۳		۰/۷۹۰	۰/۷۳۲
	آموزش کارآفرینی دانشجویان را تشویق می‌کند که در دانشگاه‌ها فعالیت‌های کارآفرینی انجام دهند.	۰/۸۸	۴۳/۰۲			
همچارهای ذهنی	فعالیت‌های کارآفرینی نباید فقط به دانشجویان بازرگانی و کسب‌وکار محدود شود.	۰/۸۰	۲۶/۲۳			
	خانواده و نزدیکان من به آینده‌کاری من در جایگاه کارآفرین تمایل و نگرش مثبتی دارند.	۰/۶۶	۱۰/۱۵			
	دوستان من فعالیت کارآفرینی را با ارزش تراز فعالیت‌ها و مشاغل دیگر می‌دانند.	۰/۴۶	۳/۶۴		۰/۷۳۶	۰/۷۹۲
	فرهنگ با فعالیت‌های کارآفرینی بسیار متناسب است.	۰/۵۹	۷/۷۵			
قصد کارآفرینی	در کشور ما، فعالیت کارآفرینی، علی‌رغم ریسک‌های آن، ارزشمند در نظر گرفته می‌شود.	۰/۶۴	۷/۷۹			
	من برای کارآفرینی در حوزه گردشگری برای هر کاری آماده هستم.	۰/۷۹	۲۲/۶۳			
	هدف حرفه‌ای من کارآفرین شدن در حوزه گردشگری است	0.81	۲۴/۶۷			
	من تمام تلاشم را برای شروع و اداره شرکت خودم در حوزه گردشگری انجام خواهم داد	۰/۸۴	۳۸/۲۸		۰/۶۲۶	۰/۷۹۷
	من مصمم هستم که در آینده، در حوزه گردشگری، شرکتی تأسیس کنم یا کسب‌وکاری ایجاد کنم.	۰/۷۷	۲۶/۱۷			
	من مصمم هستم شرکتی در حوزه گردشگری راه‌اندازی کنم.	۰/۶۸	۱۵/۰۱			
	من قاطعانه قصد دارم در آینده کاری مرتبط با رشته تحصیلی‌ام راه‌اندازی کنم.	۰/۷۳	۱۶/۶۳			



## آزمون فورنل - لارکر

طبق این معیار، متغیر پنهان موردنظر باید از سایر متغیرهای پنهان پراکندگی بیشتری در بین مشاهده‌پذیرهای خود داشته باشد تا بتوان گفت روایی تشخیصی زیادی دارد. بر این اساس، جذر میانگین استخراج‌شده هر متغیر پنهان باید بیشتر از حداکثر هم‌بستگی آن متغیر پنهان با متغیرهای پنهان دیگر باشد (Fornell & Larcker, 1981).

جدول ۳: نتایج آزمون فورنل - لارکر

خودکارآمدی	هنجارهای ذهنی	آموزش کارآفرینی	قصد کارآفرینی
۰/۸۲۳			
۰/۶۹۹	۰/۸۸۹		
۰/۶۹۰	۰/۷۱۶	۰/۸۵۸	
۰/۶۵۴	۰/۷۷۰	۰/۶۹۸	۰/۷۹۱

## ارزیابی مدل ساختاری

این آزمون توسط ضریب تعیین ( $R^2$ )، اندازه اثر ( $F^2$ ) و ضریب تناسب پیش بین ( $Q^2$ ) محاسبه می‌شود. ضریب تعیین مقدار واریانس تشریح‌شده سازه‌های درون‌زا را در مدل ساختاری نشان می‌دهد. ضریب تعیین نشان می‌دهد که چند درصد از تغییرات متغیر وابسته قابل استناد به متغیر مستقل است. برای تأیید مدل، این ضریب باید به اندازه کافی بزرگ باشد. مقادیر  $R^2$  برابر ۰/۲۵، ۰/۵ و ۰/۷۵ برای سازه هدف معادل ضعیف، متوسط و قابل توجه در نظر گرفته می‌شود (hair et al., 2012).

اندازه اثر تغییر در مقدار  $R^2$  هنگامی که یک سازه برون‌زای معین از مدل حذف شود را نشان می‌دهد و برای ارزیابی این‌که سازه حذف‌شده اثر قابل توجهی بر سازه‌های درون‌زا دارد به کار می‌رود. براساس نظر کوهن در ۱۹۸۸، میزان این شاخص به ترتیب ۰/۰۲ (ضعیف)، ۰/۱۵ (متوسط) و ۰/۳۵ (قوی) تفسیر می‌شود (hair et al., 2014).

جدول ۴: شاخص اندازه اثر

خودکارآمدی	هنجارهای ذهنی	آموزش کارآفرینی	قصد کارآفرینی
۰/۳۲۵			
۰/۳۲۱			
۰/۴۲۳			

علاوه بر ارزیابی بزرگی مقدار  $R^2$  به منزله معیاری برای دقت پیش‌بینی و اندازه اثر، محققان باید مقدار ( $Q^2$ ) استون - گیسر<sup>۱</sup> را بررسی کنند. این سنجه معرف تناسب پیش‌بین مدل است. مشخصاً وقتی مدل‌سازی معادلات ساختاری حداقل مربعات جزئی (PLS-SEM) (تناسب پیش‌بین را نشان می‌دهد). در مدل ساختاری، مقدار ( $Q^2$ ) بیشتر از صفر، برای یک متغیر مکنون درون‌زای انعکاسی معین، تناسب پیش‌بینی مدل برای این سازه خاص را نشان می‌دهد (hair et al., 2014).

1. Stone-Gaiser

2. Partial Least Square Structural Equation Modeling

جدول ۵: شاخص ضریب تعیین و تناسب پیش‌بینی

ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	$Q^2 (=1-SSE/SSO)$
۰/۶۵۹	۰/۶۴۱	۰/۳۵۲

بنابراین، می‌توان گفت که ۶۵/۹ درصد تغییرات قصد کارآفرینی به متغیرهای خودکارآمدی، هنجارهای ذهنی و آموزش کارآفرینی وابسته است. به عبارت ساده‌تر، متغیرهای مستقل ۶۵/۹ درصد تغییرات قصد کارآفرینی را تبیین می‌کنند. همچنین، شاخص تناسب پیش‌بینی مدل در دامنه قابل قبول قرار دارد.

### معنادار بودن ضرایب مسیر و آزمون فرضیه‌ها

جدول ۶ مدل معادلات ساختاری پژوهش را همراه با آماره‌های  $t$  نشان می‌دهد. نتایج حاصل از رویه بوت استراپ برای ۵۰۰ تکرار است که معناداری ضرایب ( $t$ -value) را نشان می‌دهد. این مدل در واقع تمامی معادلات ساختاری را با استفاده از آماره  $t$  آزمون می‌کند. بر طبق این مدل، اگر مقدار آماره  $t$  خارج از بازه  $-۱/۹۶$  تا  $+۱/۹۶$  قرار گیرد، نشان می‌دهد ضریب مسیر و بار عاملی در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار است و مقادیر محاسبه شده  $t$  برای هر یک از مسیرها یا روابط بین سازه‌ها بیشتر از  $۱/۹۶$  است. لذا، می‌توان روابط بین متغیرهای مستقل و وابسته را آزمون کرد. در واقع، نتایج جدول آنچه را محقق براساس روابط بین متغیرهای مستقل و وابسته بیان کرده است آزمون می‌کنند.

جدول ۶: خلاصه فرضیه‌های تحقیق

نتیجه	ضریب مسیر ( $\beta$ )	خطای استاندارد	آماره $t$	سطح معناداری
خودکارآمدی ← قصد کارآفرینی	۰/۵۴۸	۰/۰۵۷	۹/۵۸۷	$P < ۰/۰۰۱$
هنجارهای ذهنی ← قصد کارآفرینی	۰/۶۷۶	۰/۰۴۵	۱۵/۰۳۷	$P < ۰/۰۰۱$
آموزش کارآفرینی ← قصد کارآفرینی	۰/۶۹۹	۰/۰۴۶	۱۵/۲۶۸	$P < ۰/۰۰۱$

### بحث و نتیجه‌گیری

هدف این مقاله درک دیدگاه دانشجویان گردشگری در خصوص آموزش کارآفرینی در دوره‌های آموزشی آن‌ها و بررسی اثر مستقیم آموزش کارآفرینی، خودکارآمدی و هنجارهای ذهنی در قصد کارآفرینی آن‌ها بود. با توجه به ادبیات نظری و نتایج تجربی، می‌توان نتیجه گرفت که کارآفرینی راهکاری مناسب برای دستیابی به توسعه اقتصادی و ایجاد فرصت‌های شغلی است و آموزش کارآفرینی و هنجارهای ذهنی نیز پیش‌درآمد رفتار کارآفرینانه و راهکار ارزشمندی برای ایجاد تفکر قصد کارآفرینی و اشتغال دانش‌آموختگان گردشگری و بهبود بحران بیکاری است.

با توجه به رابطه هنجارهای ذهنی و قصد کارآفرینانه، مشخص شد که رابطه مهمی در قصد کارآفرینی دانشجویان وجود دارد که محققان کمتر از نظر مفهومی و تجربی به آن توجه کرده‌اند. براساس گزارش‌ها، قصد کارآفرینی در دانشجویانی که به آموزش کارآفرینی معتقد هستند چشمگیر است. دانیل و همکاران (2017) نیز به این مسئله اشاره کردند.

در این خصوص استنباط می‌کنیم که آموزش‌های کارآفرینی درک واقع‌بینانه‌تری از مهارت‌ها، توانایی‌ها و سایر منابع موردنیاز کارآفرینی به دانشجویانی می‌دهند که در پی ایجاد شغل و تأسیس شرکت‌های جدید هستند. همچنین، آن‌ها را از این‌که در حال حاضر منابع لازم برای موفقیت در راه‌اندازی نوعی کارآفرینی یا پیگیری حرفه‌ای کارآفرینی را ندارند آگاه می‌کند. این نتایج با نتایج مطالعه (Solesvik, et al., 2014) سازگار

است. آن‌ها استدلال کردند که آموزش‌های کارآفرینی فقط بر مهارت دانشجویان تمرکز نمی‌کند، بلکه نگرش و ذهنیت آن‌ها درباره قصد کارآفرینی را نیز ارتقا می‌دهد. علاوه بر این، با توجه به تأثیرات مستقیم خودکارآمدی در قصد کارآفرینانه، بخش مهمی از این مطالعه صرف مفهوم‌سازی و آزمایش نقش این سازه در قصد کارآفرینی دانشجویان شد. ما فرض کردیم که، هرچقدر خودکارآمدی و دانش دانشجویان بیشتر باشد، درک مثبت‌تری از کارآفرینی دارند که این امر قصد کارآفرینی آن‌ها را افزایش می‌دهد.

به‌طورکلی، یافته‌های این مطالعه، که با مطالعات قبلی سازگار است (Daniel et al., 2017; Ibrahim & Lucky, 2014)، آموزش کارآفرینی و هنجارهای ذهنی را به‌منزله پیش‌بینی‌کننده‌های مهم قصد کارآفرینی برجسته کرد. این مطالعه همچنین نشان داد که خودکارآمدی عامل تعیین‌کننده مهمی در قصد کارآفرینی بین دانشجویان گردشگری است که این نتیجه‌گیری با نتایج مطالعات قبلی (Esfandiar et al., 2019) هم‌سو است.

سیاست‌گذاران حوزه کارآفرینی می‌توانند مدل این مطالعه را به‌منزله ابزاری کمی برای شناسایی محرک‌های قصد کارآفرینی توسط دانشجویان گردشگری و حتی دانشجویان سایر رشته‌ها استفاده کنند.

با توجه به نتیجه فرضیه اول مبنی بر معنادار بودن آموزش در قصد کارآفرینی، استادان باید روش‌های آموزشی مناسبی را برای بهبود نگرش مثبت دانشجویان به کارآفرینی بیابند. برای مثال، در میان گذاشتن تجربیات موفق کارآفرینان واقعی می‌تواند به افزایش نگرش مثبت دانشجویان به کارآفرینی کمک کند. بنابراین، مدل این مطالعه می‌تواند کمکی تشخیصی برای تدوین برنامه‌های درسی و آموزشی مؤثر و کارآمد با هدف پرورش فعالیت‌های کارآفرینانه باشد.

براساس نتایج فرضیه دوم، به دانشگاه‌ها توصیه می‌شود به تقویت کارآمدی فردی و جمعی دانشجویان توجه بیشتری داشته باشند. با اتخاذ برنامه‌های آموزشی، دوره‌ها/تکنیک‌های ارتقای سطح خودکارآمدی در برنامه‌های درسی گنجانده شود. تکنیک‌های این برنامه‌های آموزشی می‌تواند شامل مهارت‌های تفکر کسب‌وکار خلاق، کار گروهی، راه‌اندازی کسب‌وکار، بازدید از طرح‌های کارآفرینی موفق، بحث درباره طرح‌های تجاری، بازدید از صنایع، ملاقات با کارآفرینان موفق و به‌طور گسترده‌تر یادگیری فعال باشد. فرضیه سوم این مطالعه ثابت می‌کند که هنجارهای ذهنی تأثیر مثبت و معنی‌داری در قصد کارآفرینی دارند. لذا، به سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان پیشنهاد می‌شود دانشجویان و خانواده‌ها را از جنبه مادی و معنوی حمایت کنند.

با وجود اینکه این مطالعه به یافته‌های مهمی دست یافته است، با محدودیت‌هایی همراه بوده است که فرصت‌هایی را برای تحقیقات بعدی فراهم می‌کند. علی‌رغم رشد آموزش کارآفرینی در رشته‌های دانشگاهی، مطالعات نسبتاً کمی درباره مزایای آموزش کارآفرینی انجام شده است (Solesvik et al., 2014). مفاهیمی مانند ریسک‌پذیری، خلاقیت، نوآوری در کارآفرینی نیازمند توجه بیشتری هستند.

این مطالعه به دانشگاه علم و فرهنگ و دانشجویانی که در رشته گردشگری تحصیل می‌کنند محدود شده است. بنابراین، برخی محدودیت‌های ما در تعمیم یافته‌ها ممکن است به این رشته محدود شود و نیاز باشد که تحقیقات کمی و کیفی بیشتری برای بررسی اعتبار یافته‌های ارائه‌شده در خصوص سایر دانشگاه‌ها و رشته‌ها انجام شود.

این مطالعه بر قصد کارآفرینی تمرکز داشت تا رفتار واقعی بعد از دانشگاه. در نتیجه، نمی‌توانیم پیش‌بینی کنیم که چه تعداد از دانشجویان قصد کارآفرینی خود را در زمینه سازمان‌های کوچک و بزرگ محقق خواهند کرد. بنابراین، پیشنهاد می‌شود، به‌منظور بررسی این مسئله که آیا قصد کارآفرینی دانشجویان به اقدامات کارآفرینانه در زمینه‌های گوناگون سازمانی تبدیل می‌شود یا نه، نتایج آموزش‌های کارآفرینی در بازه‌های زمانی طولانی (و مکرر) بررسی و تحلیل شوند.

می‌توان در تحقیقات بعدی موضوعات و زمینه‌های دیگری را بررسی کرد از جمله این‌که می‌توان این مطالعه را به دانش‌آموختگان سایر رشته‌ها تعمیم داد و بینش‌های جدیدی به دست آورد. همچنین، می‌توان نقش خودکارآمدی را به مثابه میانجی در خصوص مهارت‌های کارآفرینی و قصد کارآفرینی مطالعه کرد.

سرانجام، پیشنهاد می‌شود که تحقیقات آتی مدل تحقیق را با افزودن متغیرهای جدیدی مانند جنسیت، زمینه‌های تحصیلی و اکوسیستم کارآفرینی و به منظور غنی‌سازی و مشارکت در مرور ادبیات و شیوه‌های کارآفرینی بسط و گسترش دهند.

## منابع

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I. (2012). Theory of Planned Behaviour, in Van Lange, et al (Eds.), *Handbook of Theories of Social Psychology: Volume One*. Sage Publications, London, pp. 438-459.
- Altinay, L., Madanoglu, M., Daniele, R., & Lashley, C. (2012). The influence of family tradition and psychological traits on entrepreneurial intention. *International Journal of Hospitality Management*, 31(2), 489-499.
- Autio, E., Dahlander, L., & Frederiksen, L. (2013). Information exposure, opportunity evaluation, and entrepreneurial action: an investigation of an online user community. *Academy of Management Journal*, 56(5), 1348-1371.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. Macmillan.
- Barbosa, S. D., Gerhardt, M. W., & Kickul, J. R. (2007). The role of cognitive style and risk preference on entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intentions. *Journal of Leadership and Organizational Studies*, 13(4), 86-104.
- Barclay, D., Higgins, C., & Thompson, R. (1995). The partial least squares (PLS) approach to causal modeling: Personal Computer Use as an Illustration. *Technology studies*, 2(2), 285-309.
- Boldureanu, G., Ionescu, A. M., Bercu, A. M., Bedrule-ir igoru, .. , & Boddiraanu, .. (2020). Entrepreneurship Education through Successful Entrepreneurial Models in Higher Education Institutions. *Sustainability*, 12(3), 1267.
- Casson, M. (1982). *The entrepreneur: An economic theory*. Rowman & Littlefield.
- Daniel, A. D., Costa, R. A., Pita, M., & Costa, C. (2017). Tourism Education: What about entrepreneurial skills? *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 30, 65-72.
- Ndou, V., Mele, G., & Del Vecchio, P. (2019). Entrepreneurship education in tourism: An investigation among European Universities. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 25, 100175.
- Doanh, D. C., & Bernat, T. (2019). Entrepreneurial self-efficacy and intention among vietnamese students: a meta-analytic path analysis based on the theory of planned behavior. *Procedia Computer Science*, 159, 2447-2460.
- Echtner, C. M. (1995). Entrepreneurial training in developing countries. *Annals of Tourism Research*, 22(1), 119-134.

- Esfandiari, K., Sharifi-Tehrani, M., Pratt, S., & Altinay, L. (2019). Understanding entrepreneurial intentions: A developed integrated structural model approach. *Journal of Business Research*, 94, 172-182.
- Farashah, A. D. (2013). The process of impact of entrepreneurship education and training on entrepreneurship perception and intention: Study of educational system of Iran. *Education + Training*, 55(8/9), 865 - 885.
- Gurel, E., Altinay, L., & Daniele, R. (2010). Tourism students' entrepreneurial intentions. *Annals of Tourism Research*, 37(3), 646-669.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Mena, J.A. (2012). An assessment of the use of partial least squares structural equation modelling in marketing research. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40(3), 414-433.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modelling (PLS-SEM)*. Sage: Thousand Oaks.
- Hayton, J. C., George, G., & Zahra, S. A. (2002). National culture and entrepreneurship: A review of behavioral research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(4), 33-52
- Ibrahim, N. A., & Lucky, E. O. I. (2014). Relationship between entrepreneurial orientation, entrepreneurial skills, environmental factor, and entrepreneurial intention among Nigerian students in UUM. *Entrepreneurship and Innovation Management Journal*, 2(4), 203-213.
- Jones, C., & J. English (2004). A contemporary approach to entrepreneurship education. *Education + Training*, 6(8/9), 416 - 423.
- Kabir, S. M., Haque, A., & Sarwar, A. (2017). Factors Affecting the Intention to Become an Entrepreneur: A Study from Bangladeshi Business Graduates Perspective. *International Journal of Engineering and Information Systems*, 1(6), 10-19.
- Krueger, N. F., & Brazeal, D. V. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(3), 91-104.
- Liñán, F. (2008). Skill and value perceptions: how do they affect entrepreneurial intentions? *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4(3), 257-272.
- 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
- Moriano, J. A., Gorgievski, M., Laguna, M., Stephan, U., & Zarafshani, K. (2012). A crosscultural approach to understanding entrepreneurial intention. *Journal of Career Development*, 39(2), 162-185.
- Morrison, A. (2000). Entrepreneurship: What triggers it? *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 6(2), 59-71.
- Murnieks, C. Y., Mosakowski, E., & Cardon, M. S. (2014). Pathways of Passion: Identity Centrality, Passion, and Behaviour among Entrepreneurs. *Journal of Management*, 40(6), 1583-1606.

- Phuc, P., Vinh, N., & Do, Q. (2020). Factors affecting entrepreneurial intention among tourism undergraduate students in Vietnam. *Management Science Letters*, 10(15), 3675-3682
- Prodan, I., & Drnovsek, M. (2010). Conceptualizing academic-entrepreneurial intentions: An empirical test. *Technovation*, 30(5-6), 332-347.
- Rauch, A., & Rijdsdijk, S. A. (2013). The effects of general and specific human capital on long-term growth and failure of newly founded business. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 37(4), 923-941.
- 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. *The Academy of Management Learning and Education*, 14(2), 187-204.
- Sarif, S. M., Ismail, Y., & Sarwar, A. A. M. (2012). Availability of Literature on Social Entrepreneurship for Sustainable Wealth Creation in Internet. *International Journal of Management Research and Review*, 2(7), 1087-1103.
- Scarpetta, S., Sonnet, A., Livanos, I., Núñez, I., Craig Riddell, W., Song, X., & Maselli, I. (2012). Challenges facing European labour markets: Is a skill upgrade the appropriate instrument? *Intereconomics*, 47(1), 4-30.
- Solesvik, M., Westhead, P., & Matlay, H. (2014). Cultural factors and entrepreneurial intention. *Education+Training*, 56(8/9), 680-696.
- Tsai, K. H., Chang, H. C., & Peng, C. Y. (2016). Extending the link between entrepreneurial self-efficacy and intention: a moderated mediation model. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(2), 445-463.
- Werts, C. E., Linn, R. L., & Jöreskog, K. G. (1974). Intraclass Reliability Estimates: Testing Structural Assumptions. *Educational and Psychological Measurement*, 34(1), 25-33
- Wilson, F., Kickul, J., & Marlino, D. (2007). Gender, entrepreneurial Self-Efficacy, and entrepreneurial career intentions: Implications for entrepreneurship Education. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 387-406.
- Zhang, S. N., Li, Y. Q., Liu, C. H., & Ruan, W. Q. (2020). Critical factors identification and prediction of tourism and hospitality students' entrepreneurial intention. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 26, 100234.

## **The Role of Entrepreneurship Education, Self-Efficacy, and Mental Norms on Entrepreneurship Intention in the Tourism Industry**

### **(Case Study: A Survey of Students' Perspectives of the Faculty of Tourism, University of Science and Culture)**

**Latif Soofi<sup>1</sup>, Saeed Daylami<sup>2</sup>**

#### **Abstract**

Today universities in many developing countries are trying to lead students into entrepreneurial activities to reduce unemployment among graduates. However, disinclination to be an entrepreneur is very common among students. Therefore, this study examined the intention of entrepreneurship among tourism students at the University of Science and Culture. In this research, a cross-sectional research design with a quantitative approach has been used. In this study, the random sampling method was used to select 204 participants who provided information about self-efficacy, entrepreneurship education, and entrepreneurial mental norms, and their relationship with entrepreneurial intention among tourism students. Structural equations of partial least squares with Smart PLS software were used to analyze the data. Overall, this study showed that entrepreneurship education, mental norms, and self-efficacy are strongly associated with intention of entrepreneurship among tourism students. This study concludes that entrepreneurship education, and mental norms along with students' self-efficacy are essential factors for the realization of entrepreneurship intentions. Limitations and future directions are also discussed in this study.

**Keywords:** Entrepreneurship intention, Self-Efficacy, Mental norms, Entrepreneurship education

---

1. Ph.D. student in Tourism Management, School of Tourism Sciences, University of Science and Culture, Tehran, Iran; soofi1975@gmail.com

2. POST DBA Business Administration, Faculty of Economics and Management, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran