

## مدل یابی تأثیر کیفیت برنامه درسی بر قصد کارآفرینی دانشجویان: نقش میانجی الهام کارآفرینانه و خلاقیت کارآفرینانه

مهديه خلیلی خضرآبادی<sup>۱</sup>، محمد حسنی<sup>۲</sup>، بهناز مهاجران<sup>۳</sup> و رضا فتحی<sup>۴</sup>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱/۲۳، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۵/۱۵

DOI: 10.22047/ijee.2023.392889.1972

چکیده: هدف پژوهش، بررسی تأثیر کیفیت برنامه درسی دوره کارشناسی بر قصد کارآفرینی دانشجویان، با در نظر گرفتن نقش میانجی الهام کارآفرینانه و خلاقیت کارآفرینانه بوده است. این پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی و مبتنی بر تحلیل معادلات ساختاری است. جامعه آماری این پژوهش، دانشجویان مقطع کارشناسی دانشگاه سراسری ارومیه در نیمسال اول سال تحصیلی ۱۴۰۲-۱۴۰۱ در سه دانشکده فنی و مهندسی، هنر، معماری و شهرسازی و کشاورزی بوده و ۳۴۱ نفر به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای به عنوان نمونه در پژوهش داشتند. برای گردآوری داده‌ها از پرسش‌نامه‌ای استفاده شده است که پایایی و روایی این پرسش‌نامه‌ها تأیید شد. نتایج حاکی از آن بود که بین کیفیت برنامه درسی دوره کارشناسی با قصد کارآفرینی رابطه مثبت و معناداری برقرار است ( $P < 0.01$ ) و الهام کارآفرینانه ( $P < 0.01$ ) و خلاقیت کارآفرینانه ( $P < 0.01$ ) نیز در این رابطه نقش میانجی دارند. از این رو توصیه می‌شود که در مطالعه زیرساخت‌های مقاصد کارآفرینی و نیز در سیاست‌گذاری‌های آموزشی و توسعه‌ای این حیطه، توجه به کیفیت برنامه درسی دانشگاه‌ها از نظر ارتباط با صنعت و نیز توسعه مهارت‌های کارآفرینانه در کنار آگاهی از پایه‌های فردی و محیطی و به منظور گسترش قصد عاطفی و شناختی دانشجویان در تبدیل شدن به فردی کارآفرین، مدنظر قرار گیرند.

واژگان کلیدی: قصد کارآفرینی، کیفیت برنامه درسی، الهام کارآفرینانه، خلاقیت کارآفرینانه

۱- دانشجوی دکتری مدیریت آموزش عالی، گروه علوم تربیتی، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران. khalili.mahdieh@yahoo.com

۲- استناد، گروه علوم تربیتی، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران. (نویسنده مسئول). m.hassani@urmia.ac.ir

۳- دانشیار، گروه علوم تربیتی، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران. b.mohajeran@urmia.ac.ir

۴- استادیار، گروه انرژی، پژوهشگاه مواد و انرژی، کرج، ایران. r.fathi@merc.ac.ir

## ۱. مقدمه

طی دهه‌های گذشته، کارآفرینی<sup>۱</sup> به عنوان راهکاری اساسی در توسعه و رشد فراگیر و پایدار، از طریق گسترش اشتغال، نوآوری، رقابت و افزایش رفاه در جامعه مورد توجه بوده است (Herman, 2018) و مطالعه عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی از اهمیتی اساسی برای کمک به توسعه و شکوفایی اقتصاد ملی و کاهش فقر و بیکاری و نیز جلوگیری از تبعات آسیب‌زای فردی و اجتماعی ناشی از مشکلات اقتصادی، برخوردار است. در این بین دانشگاه‌ها به عنوان مرجع اصلی تربیت نیروی انسانی متخصص، با بهره‌گیری از پتانسیل دانشجویان در جهت دستیابی به اهداف کارآفرینی، می‌توانند با ایفای نقش‌هایی فراتر از تولید و انتقال دانش، نقطه عطفی در تلاش برای پاسخگویی به این نوع نیازها باشند. بر همین اساس است که دانشگاه‌ها باید بکوشند تا دانشجویان را به عنوان شهروندانی مسئول، متعهد و روشن‌بین با فرهنگی متعالی تربیت نمایند تا قادر باشند به ایفای نقش‌هایی مفید پرداخته و در بازار رقابت جهانی گامی سازنده برای توسعه پایدار کشور بردارند و بکوشند تا تحصیلات و آموخته‌های دانشگاهی خود را به عرصه صنعت و اقتصاد کشور پیوند دهند. فارغ‌التحصیلان دانشگاهی نباید صرفاً متخصصانی در رشته‌ای خاص تلقی شوند بلکه باید محیط دانشگاه، آنان را برای ایفای نقش‌هایی آماده کند که در عین منفرد بودن در بعد اختصاصی رشته‌های تحصیلی، در بطن جامعه ملی و جهانی نیز گنجانده شوند (Yamani Douzi Sorkhabi, 2012). از همین رو در جوامع توسعه‌یافته، آموزش عالی، به ویژه در مقطع کارشناسی، به سمت مهارتی شدن حرکت کرده و کشورهای در حال توسعه نیز در تلاش برای گسترش کارآفرینی هستند تا از این طریق بتوانند میزان اشتغال را افزایش و مشکلات ناشی از بیکاری در جوامع خود را مرتفع سازند (Noor & Malek, 2021). با این وجود امروز افزایش بیکاری در جوانان، به علت نداشتن مهارت‌های مورد نیاز در بازار کار، باعث افزایش انتقادات به عملکرد نظام آموزش عالی گردیده است (Yao, 2019). در کشور ما نیز، به عنوان پایه‌ای برای تحصیلات تکمیلی، لازم است که نظام آموزش عالی، به ویژه در دوره‌های کارشناسی و خصوصاً در برخی رشته‌های تخصصی، به سمت مهارت‌محوری و پاسخگویی به نیازهای بازار کار حرکت کند و از همین رو مسئله کیفیت در تجربه دوره کارشناسی، به ویژه در برخی رشته‌ها، از اهمیتی ویژه برخوردار است (Abedini Beltrak & Kamali Ardakani, 2021) و دانشجویان و دانش‌آموختگان به عنوان برون‌داده‌های اصلی در نظام آموزش عالی، شاه‌کلید ارزیابی کارایی بهینه آموزش‌های دانشگاهی و کاربست عملی این آموزش‌ها در جامعه محسوب می‌شوند. دور از ذهن نیست که به علت عدم تطابق بین آموزش دانشجویان با نیازهای بازار کار، دانش‌آموختگان دانشگاهی، از توانمندی‌های لازم از جمله در حوزه کارآفرینی برخوردار نشده و همین امر می‌تواند تمایل و قصد آن‌ها در تبدیل شدن به فردی کارآفرین را نیز تحت شعاع قرار دهد.

پژوهشگران داشتن قصد را اولین گام در تبدیل شدن به یک کارآفرین و تصمیم فرد را برای انجام عملی خاص، بهترین پیش بین در احتمال وقوع آن رفتار می دانند (Nielsen et al., 2021). بر همین اساس، قصد کارآفرینی<sup>۱</sup>، به عنوان «تصمیمی روشن و آگاهانه برای شروع یک فعالیت جدید» تعریف شده است (Elliott et al., 2020). تصمیم‌گیری در آغاز هر فعالیتی از اهمیتی به سزا برخوردار است. در این خصوص شناخت عوامل مؤثر در اتخاذ تصمیمات کارآفرینانه به منظور راه‌اندازی کسب و کارهای مستقل، اهمیتی ویژه پیدا می‌کند. عوامل متعددی می‌توانند بر قصد کارآفرینی تأثیر داشته باشند و با تقویت این قصد و نهایتاً شکل دهی به رفتار کارآفرینانه، باعث رشد و توسعه اقتصادی کشور و رشد فردی شوند (Turker & Selcuk, 2009). از دیرباز اعتقاد بر این بوده است که کارآفرینان با این ویژگی ذاتی متولد می‌شوند و چه با دریافت آموزش و چه بدون آموزش، موفق خواهند شد و این بدان معنا بود که آموزش کارآفرینی به کسانی که فاقد «روح کارآفرینی» هستند، کاری عبث و بی‌فایده است (Béchar & Grégoire, 2005). ولی به تدریج تأثیر آموزش در مولفه‌های کارآفرینانه بیش از پیش مورد توجه قرار گرفت و پیروی از فعالیت‌های آموزشی که قادر به ایجاد روحیات و ظرفیت‌های کارآفرینانه در دانشجویان جوان و کم‌تجربه باشند، از اهمیت بسیاری برخوردار شد (Taatila, 2010). سیر تحولات اقتصادی جهان برای تبدیل شدن از اقتصادی منبع بنیان به دانش بنیان، لزوم تحول در مأموریت دانشگاه‌ها از دانشگاه‌های آموزشی و پژوهشی به هر سه نقش آموزشی، پژوهشی و کارآفرین را دوچندان کرده است (Kalantari et al., 2019; Mohammadpour et al., 2021) و در این بین برنامه درسی، به عنوان قلب نظام آموزشی، ابزاری برای تحقق اهداف نظام آموزش عالی شناخته می‌شود (Rebollo & Ivars, 2004). بنا بر تعاریف ارائه شده هدف از ارزیابی کیفیت برنامه درسی، شناسایی میزان تناسب ابعاد و عناصر آن با اهداف و وظایف مؤسسات آموزشی و میزان پاسخگویی این برنامه به نیازهای درحال تغییر جامعه و بازار کار است (Turkzadeh, 2016). همان گونه که به عقیده فتحی و اجارگاه (Fathi Vajargah, 2015) در طراحی برنامه درسی، عناصر تشکیل دهنده این برنامه باید مورد توجه قرار گیرد و در برنامه‌ریزی درسی باید چگونگی کاربرد و اجرای این عناصر مورد توجه باشد و مشخص است که خودارزیابی‌های دوره‌ای از کیفیت این برنامه‌ها، برای دستیابی به آموزش باکیفیت بسیار حیاتی هستند زیرا مریبان، در تلاش برای دستیابی به تعادلی مطلوب بین انتقال دانش مفهومی و ایجاد مهارت‌های کاربردی مورد نیاز دانشجویان برای به دست آوردن مشاغل خوب و رشد به عنوان افرادی حرفه‌ای خواهند بود (Faranda et al., 2021). کهنگی برنامه‌های درسی و عدم نوسازی و بهسازی آنها به تدریج اثربخشی دوره‌ها و رشته‌های دانشگاهی را در حاله‌ای از ابهام قرار می‌دهد و پدیده‌ای تحت عنوان برنامه درسی بی‌فایده را مطرح می‌سازد. بنابراین برنامه درسی، نیازمند بررسی و واپایش کیفیت

است به طوری که فولادی و همکاران (Foodlady et al., 2020) نیز بر لزوم بررسی برنامه درسی مبتنی بر پرورش خلاقیت تأکید داشته‌اند. بامری و همکاران (Bameri et al., 2023) نیز در پژوهش خود در برنامه‌ریزی توسعه رویکردهای برنامه درسی، به ویژه در رشته مهندسی، بر لزوم توجه به شایستگی‌های فردی، مهارتی، اجتماعی و فناورانه دانشجویان، الزامات آموزشی و بهسازی اساتید و نیز نیازمندی‌های راهبردی صنعت و بازار کار در کنار توسعه منابع انسانی توجه داشتند. به عنوان مثال بر ایجاد نوآوری در برنامه درسی آموزش‌های مهارتی و فنی و حرفه‌ای از طریق ادغام برنامه‌های آموزش کارآفرینی در این برنامه‌ها تأکید شده است که ویژگی و هدف اصلی این آموزش‌ها پرورش افرادی خودپایدار و متکی بر خود باشد (Moemeke, 2013). بر همین اساس ماومک، تطبیق و اصلاح برنامه‌های درسی بر اساس چشم‌اندازی مبتنی بر آماده‌سازی منابع انسانی و پیشبرد اقتصادی دانش‌بنیان را دارای اهمیتی ویژه می‌داند و معتقد است که اتکا به اقتصادی مصرف‌گرایانه، احتمال دستیابی به توسعه پایدار را در کشور محدود می‌سازد و متقابلاً اقتصاد کشورهایی می‌تواند به سمت توسعه پایدار در حرکت باشد که قادر باشند آنچه را که نیاز دارند تولید کرده و محصولات خود را به دیگران نیز عرضه کنند.

از دیگر سو، رشد عاطفی مرتبط با احساسات، عواطف و خلق‌وخو نیز، نقشی کلیدی در فرایندهای کارآفرینانه ایفا می‌کند و مشخص شده است که احساسات، رابطه بین دانش و مهارت‌های شناختی را تعدیل می‌کنند (Loon & Bell, 2018)؛ از این رو، برخی مطالعات به اهمیت الهام کارآفرینانه<sup>۱</sup> به عنوان بخش انگیزشی دیگری در کارآفرینی پرداخته‌اند، لیکن مطالعه الهام در کارآفرینی و پیوندهای آنها با فرایندهای کارآفرینانه محدود بوده است (Nabi et al., 2017; Wartiovaara et al., 2019). در روان‌شناسی نیز الهام یک حالت انگیزشی است که افراد را وادار می‌کند تا ایده‌ها را به ثمر برسانند و این شکل از مفهوم الهام به ویژه با مفهوم کارآفرینی مرتبط است (Oleynick et al., 2014). الهام کارآفرینانه به عنوان ساختاری که شامل مولفه‌های احساسی می‌گردد، به این صورت تعریف می‌شود که «تغییر در قلب‌ها و ذهن‌ها که توسط رویدادها یا ورودی‌های برنامه برانگیخته می‌شود و به سمت هدف کارآفرین شدن هدایت می‌شود». این تعریف شامل یک هدف دلخواه جدید با عنوان انگیزه برای کارآفرینی و یک محرک به عنوان آموزش ناشی از برنامه‌های درسی یا فوق برنامه است (Souitaris et al., 2007). از دیدگاه سوئیتاریس و همکاران او، الهام کارآفرینانه به عنوان تغییر در قلب (عاطفه) و ذهن (انگیزش) فرد، ناشی از رویدادهایی محرک است که ریشه در دریافت آموزش‌های دانشگاهی دارند و فرد را به سمت کارآفرین شدن سوق می‌دهند و نیز حمایت‌های عاطفی در قالب «محرک» ناشی از اقناع کلامی یا تشویق مثبت در زمینه کارآفرینی می‌تواند تأثیری معنادار بر ادراکات کارآفرینی داشته و این تغییر در قلب و ذهن می‌تواند تأثیری قدرتمند بر قصد کارآفرینی فرد داشته باشد. این محرک‌ها می‌توانند

ناشی از افراد (الگوها، اساتید دانشگاه، مربیان، سخنرانان مهمان کارآفرین) یا رویدادها (فعالیت‌های آموزشی از جمله ارائه ایده‌ها، تمرین‌های شبیه‌سازی کسب و کار و توسعه طرح‌های کسب و کار) باشند (Nabi et al., 2018). از دیدگاه نظریات شناختی-اجتماعی در زمینه کارآفرینی نیز، رویدادها یا ورودی‌های الهام‌بخش می‌توانند به عنوان پشتوانه‌ای زمینه‌ای، تأثیری مستقیم بر فرایند تصمیم‌گیری شغلی داشته باشند (Wartiovaara et al., 2019) و آن‌گاه که انگیزه کارآفرینانه از طریق شناخت حاصل شود، الهام کارآفرینانه می‌تواند ادراک کلی شخص را از کارآفرینی تغییر دهد و اگر محرک‌ها از طرف افرادی مورد اعتماد یا تحسین برانگیز و یا از جانب الگوهایی موفق در جامعه صادر گردند، اقتناع کلامی دربردارنده این تحریکات، می‌تواند تأثیر قدرتمندی بر تقویت تمایلات کارآفرینانه فرد داشته باشد (Farashah, 2015). متقابلاً تحریکات منفی ساده مانند طرح داستانی تمسخرآمیز از شکست در کسب و کار، می‌تواند به عنوان عاملی بازدارنده در درک شخصی فرد از قصد کارآفرینی او عمل کند (Nabi et al., 2018). هنگامی که افراد الهام می‌گیرند، انگیزه رویکرد قدرتمندی را برای انتقال، واقعی‌سازی یا بیان دیدگاه جدید خود تجربه می‌کنند و احساس انرژی، تمایل به پیشی گرفتن، کنجکاوی و تمرکز بیشتری دارند (Oleynick et al., 2014). در مورد این که چرا الهام در کارآفرینی رخ می‌دهد، گفته شده است که افراد زمانی که گشودگی بالایی نسبت به تجربه، تسلط بر کار و سطوح بالایی از خلاقیت داشته باشند، بیشتر الهام می‌گیرند (Thrash & Elliot, 2003).

از دیگر سو و نیز با توجه به لزوم همراهی با تغییرات سریع جهانی و پیشرفت‌های فناوری، مباحث کارآفرینانه به شکلی فزاینده به مقوله خلاقیت<sup>۱</sup> به عنوان محرکی کلیدی در افزایش توانایی نوآوری در دانشجویان سوق یافته‌اند و توجه به خلاقیت در تلاش برای درک رفتارهای کارآفرینی در اقتصاد جدید جهانی، تبدیل به اصلی اساسی شده است (Rumble & Minto, 2017). نظریات و تحقیقات کارآفرینی بر نظریات مرتبط با خلاقیت تکیه داشته‌اند و کارآفرینی را ایجاد چیزی جدید و ارزشمند دانسته‌اند که با تعریف اولیه از خلاقیت نیز مطابقت دارد (Amabile et al., 2018; Boysen et al., 2020). خلاقیت یک توانایی شناختی برای ساختن یک ایده با الهام از احساسات است (Pathak & Goltz, 2021). خلاقیت خودادراک شده<sup>۲</sup> نیز به توانایی‌ها و مهارت‌های فرد برای توسعه ایده‌های جدید و ارزشمند اشاره دارد. بنابراین، شامل ظرفیت خلاق، مهارت‌ها و توانایی‌های فردی می‌شود که در کارآفرینی ضروری هستند و بر این اساس خلاقیت ویژگی اصلی کارآفرینی تلقی می‌شود (Edwards-Schachter et al., 2015; Laguía et al., 2019). خلاقیت کارآفرینی نیز به عنوان توانایی کارآفرینان در دستیابی به یک فرصت کارآفرینانه تعریف شده است که در یک محیط اکتشافی رخ می‌دهد (Barakat et al., 2014). منطق اصلی در زمینه اهمیت خلاقیت در کارآفرینی این است که دنیای تجارت با عدم اطمینان و رقابت همراه است. کارآفرینانی

که خلاق هستند، و مبتکر هستند می‌توانند بر رقبای تجاری غلبه کنند و به عنوان برنده ظاهر شوند. از سوی دیگر، کارآفرینانی که فاقد خلاقیت و نوآوری هستند، عقب می‌مانند و قادر به رقابت نیستند (Zampetakis et al., 2011). همچنین خلاقیت و نوآوری برای توسعه کسب و کار ضروری هستند (Robinson & Stubberud, 2014) و تازگی و قابلیت استفاده دو جنبه مهم از خلاقیت هستند که برای کارآفرینی ضروری هستند (Batchelor & Burch, 2012).

از همین رو و با هدف شناسایی عوامل مؤثر در توسعه قصد کارآفرینی جوانان و به ویژه دانشجویان به عنوان آینده‌سازان، توجه پژوهش حاضر به بررسی نقش میانجی الهام کارآفرینانه و خلاقیت کارآفرینانه در رابطه بین کیفیت برنامه درسی دانشگاه با قصد کارآفرینی دانشجویان معطوف شده است. نتایج این پژوهش می‌تواند به توسعه دانش نظری در زمینه عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینانه بیانجامد و برای تمییز نقش عوامل آموزشی از عوامل فردی زمینه‌ساز، یاری‌رسان باشد. این مطالعه پژوهش‌های نظری را غنی می‌سازد و ارزش ارجاعی خاصی برای مریبان، محققان و سیاست‌گذاران ملی خواهد داشت. نتایج به‌دست‌آمده از پژوهش حاضر قادر خواهد بود تا راهنمای عمل مؤسسات آموزش عالی در برنامه‌ریزی بهینه برای افزایش تأثیرگذاری کیفیت برنامه‌های درسی خود گردند و از یک سو شکاف مطالعاتی موجود در زمینه مطالعه تأثیرگذاری کیفیت برنامه درسی بر مقاصد کارآفرینانه را تا حدودی پر کند و از سوی دیگر بر دانش نظری و زمینه‌ساز توسعه کارآفرینی و تبعات مثبت آن در گسترش فعالیت‌های کارآفرینانه یاری رساند. نتایج پژوهش‌هایی از این قسم می‌توانند با توسعه دانش نظری در زمینه زیرساخت‌های شکل‌گیری قصد کارآفرینانه در جوانان، راهگشای برنامه‌ریزان حوزه آموزش و فعالین حوزه آموزش عالی در زمینه عوامل مؤثر بر افزایش مقاصد کارآفرینانه و راهنمای سیاست‌گذاران کارآفرینی و اشتغال در همگام‌سازی رویدادها و زیرساخت‌های کارآفرینانه برای بهبود شرایط اشتغال جوانان در آینده باشند. این مقاله با رویکردی بین‌رشته‌ای و با آزمون مدلی فرضی بر اساس پژوهش‌های پیشین شکل‌گرفته و محقق در تلاش است تا دریابد آیا کیفیت دوره‌های تحصیلی موجود و مولفه‌های مختلف برنامه درسی ارائه شده در این دوره‌های تحصیلی در شکل‌دهی به نیت و مقاصد فارغ‌التحصیلانی توانمند و کارآفرین مؤثر خواهد بود؟ آیا الهام کارآفرینانه به عنوان عاملی انگیزشی و تأثیرگذار حاصل از اثربخشی آموزش‌های ارائه‌شده، می‌تواند به عنوان واسطی بین این متغیرها با قصد کارآفرینانه قلمداد شود؟ خلاقیت‌های کارآفرینانه ادراک شده توسط دانشجویان تا چه میزان می‌توانند تحت تأثیر برنامه درسی ارائه‌شده در دانشگاه باشند و نقشی تعیین‌کننده در تمایل افراد به کارآفرین شدن ایفا کنند؟

## ۲. بررسی رابطه نظری و پژوهشی متغیرها

برخی مطالعات به بررسی تأثیر عناصر و مولفه‌های موجود در کیفیت و برنامه درسی دانشگاه‌ها با مسائل کارآفرینانه پرداخته‌اند (Duong, 2023; Oreku, 2023; Iqbal et al., 2022; Brown et al., 2022; Anjum et al., 2022).

al., 2021; Shujaei et al., 2020; Gieure et al., 2019; Monavarifard et al., 2019; Ridley et al., 2017; Shirokova et al., 2017; Mahboubi et al., 2017; Salehi et al., 2016; Oladian et al., 2010; Kousari (Mohammad Shafi et al., 2020) & Nouroozzadeh, 2010). به عنوان مثال محمد شفیع و همکاران (2020) در مطالعه‌ای به ارزیابی کیفیت برنامه درسی با روشی ترکیبی و اکتشافی پرداختند و معتقدند که عناصر برنامه درسی دانشگاه باید با توجه به اهداف مهارت‌محوری و اشتغال‌زایی تدوین و جهت‌گیری جدی‌تری به ایجاد شایستگی‌های لازم در زمینه‌های عمومی و تخصصی دانشجویان داشته باشند تا بتوانند پاسخگوی نیازهای دنیای کار باشد. این پژوهشگران به این نتیجه دست یافتند که برنامه درسی، به عنوان هسته اصلی تمام برنامه‌ها و محور فعالیت‌های تعلیم و تربیت در دانشگاه، باید از کیفیت مطلوبی برخوردار باشد و بر این اساس، لازم است تا برنامه‌های درسی مورد بازنگری قرار بگیرند و تا حد امکان بر مبنای مهارت‌محوری و اشتغال‌زایی تدوین شوند. متقابلاً مجتبی سوختانلو (Sokhtanlu, 2015) نیز این چنین ابراز می‌کند که به نظر می‌رسد حاکمیت دیدگاه‌های غالب سنتی تدریس و آموزش در دانشگاه‌ها که مبتنی بر الگوهای پیش‌سازمان یافته معلم‌مدار هستند، همچنان بر کاربست روش‌های سنتی سرمشق‌گیری سنتی در انجام فعالیت‌ها و تکالیف تأکید داشته و ارتقای مقطع تحصیلی در دانشجویان قادر بر ایجاد تفاوت‌چندانی بر رویه‌های تدریس و محتوای آموزش کارآفرینانه نبوده است. مبتنی بر نظر این پژوهشگر، غالب بودن رویه‌های سنتی آموزش‌گرمحور، محتوای غیرکارآفرینانه دروس و تکیه بیشتر بر مباحث نظری، تناسبی با پرورش قابلیت‌ها و روحیات کارآفرینی در دانشجویان نداشته است و لذا کسب معدل بالاتر، الزاماً نشانگر روحیات و قابلیت‌های پرورش یافته کارآفرینی در دانشجویان نیست. از همین رو نیاز به توجه به یک برنامه‌ریزی جامع و هماهنگ در رویه‌ها و محتوا، دیدگاه‌ها و ساختار کارآفرینانه در نظام آموزش عالی احساس می‌شود. این پژوهشگر تأکید می‌کند که با توجه به محتوای عمومی دوره‌های کارآفرینی در دانشگاه‌ها، بهتر است محتوای این دوره‌ها با محتوای دروس تخصصی و شغلی این دانشجویان مرتبط شود و نیز از مدرسانی مجرب و متخصص در حیطه کارآفرینی استفاده به عمل آید.

سوئیتاریس و همکاران (Souitaris et al., 2007) معتقدند که آموزش کارآفرینی از سه طریق بر قصد کارآفرینی دانشجویان تأثیر می‌گذارد: یادگیری، الهام کارآفرینانه و استفاده از منابع. از طریق آموزش کارآفرینی، دانشجویان می‌توانند در مورد چگونگی راه‌اندازی یک کسب و کار جدید دانش کسب کنند. به ویژه با ارزش‌ها و انگیزه‌هایی که کارآفرینان دارند آشنا شوند، بدانند که کارآفرینان باید چه کاری انجام دهند، مهارت‌ها یا توانایی‌هایی را درک کنند که کارآفرینان باید داشته باشند، از نوع شبکه‌های اجتماعی که کارآفرینان باید بسازند آگاه شوند و نوع تجربه یا شهودی که کارآفرینان باید داشته باشند را بشناسند. الهام کارآفرینانه نیز به این معناست که آموزش کارآفرینی می‌تواند ذهنیت دانشجویان را تغییر دهد. الهام گرفتن یک گام اساسی در تغییر افکار و رفتار یک فرد است. در نهایت، استفاده از



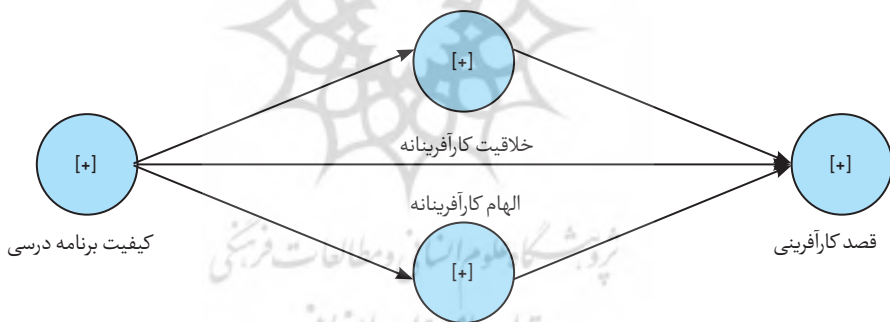
منابع نشان می‌دهد که آموزش کارآفرینی به افراد کمک می‌کند تا منابع را از طریق انتقال اطلاعات به دست آورند. برخی مطالعات نیز نشان داده‌اند که آموزش کارآفرینی و الهام کارآفرینانه به شکلی معنادار با قصد کارآفرینی مرتبط هستند (Nguyen et al., 2021). انگوین و همکاران (Nguyen et al., 2021) ابراز کردند که الهام کارآفرینانه، به عنوان یکی از مهم‌ترین و تأثیرگذارترین عوامل سودمندی برنامه‌های آموزش کارآفرینی شناخته می‌شود و این الهام‌گیری (نه یادگیری مبتنی بر منابع) است که نشان‌دهنده مزیت برنامه‌های مرتبط با افزایش قصد کارآفرینی است و از همین رو باید به این نکته توجه کرد که هر چند دانش و منابع ممکن است بتوانند احتمال موفقیت در سرمایه‌گذاری‌های جدید را افزایش دهند، لیکن این الهام در کارآفرینی است که نگرش و مقاصد افراد را تقویت می‌کند. پس اگر هدف افزایش تعداد کارآفرینان در جمعیت دانشجو است، بخش الهام‌گیری در این برنامه‌ها باید به شکلی هدفمند طراحی شود و مربیان نه تنها بر آموزش و برنامه درسی بلکه بر ایجاد تغییر در قلب‌ها و ذهن‌ها نیز تمرکز داشته باشند. مطالعاتی در مورد نقش الهام در فرایند خلاقیت (Oleynick et al., 2014)، در کارآفرینی (Wibowo & Nar-maditya, 2022, Van Ewijk et al., 2021; Nguyen et al., 2021; Ahmed et al., 2020; Ewijk, & Aomar, 2016; Peterman & Kennedy, 2003) انجام گرفته است. وارتیووارا و همکاران (Wartiovaara et al., 2019) بیان می‌کنند که نقش الهام کارآفرینانه تا حد زیادی در ادبیات کارآفرینی نادیده گرفته شده است و یافته‌های اخیر در ادبیات روان‌شناسی نشان می‌دهند که الهام، نقشی کلیدی در فرایندهای خلاق بازی می‌کند و ممکن است تأثیرات قابل توجهی بر شناخت، عاطفه و رفتار افراد داشته باشد. الهام یک نیروی قدرتمند است که می‌تواند کارآفرینان فردی و محیط اطرافشان را متحول کند و تحقیقات گسترده نشان می‌دهد که الهام، نقشی اساسی در فرایند خلاقیت دارد (Milyavskaya et al., 2012; Thrash et al., 2010). سوئیتاریس و همکاران (Souitaris et al., 2007) معتقدند که دانشگاه‌هایی که قصد دارند تا اثربخشی برنامه‌های خود را ارزیابی کنند، باید نه تنها میزان یادگیری دانشجویان در زمینه کارآفرینی یا رضایت آنها از این دوره‌ها را بسنجند، بلکه باید میزان الهام بخشی این برنامه‌ها را نیز بررسی نمایند و پیشنهاد می‌کنند که از یک فرم بازخورد برای سنجش میزان الهام از برنامه‌ها، در کنار فرم‌های مربوط به رضایت از دوره‌ها، استفاده شود چرا که اغلب چیزی بیش از اطلاعات، پیشینه، شخصیت یا شناخت وجود دارد و آن این است که آیا فرد عاشق کارآفرینی است یا صرفاً به ارزیابی منطقی این فرایند از طریق ترجیحات شخصی خود می‌پردازد؟

مباحث مرتبط با کارآفرینی در آموزش عالی به طور فزاینده‌ای به خلاقیت کارآفرینی به عنوان یک محرک کلیدی برای افزایش توانایی نوآوری در دانشجویان بها می‌دهند و بر همین اساس پژوهشگران نقش الهام را نیز در فرایندهای خلاقیت مرتبط با کارآفرینی، مهم قلمداد می‌کنند (Wang et al., 2022). سطوح بالای خلاقیت خودادارک شده متغیری است که می‌تواند کارآفرینی را به گزینه‌ای جذاب و عملی



تبدیل کند و در مقابل، سطوح پایین خلاقیت بر روی انتخابات آتی فرد برای کارآفرین شدن، تأثیر منفی می‌گذارد. هنگامی که افراد خود را به میزان کمتری خلاق ارزیابی می‌کنند، ممکن است به دلیل تصوراتشان از عدم تناسب بین ویژگی‌ها و مشخصات کارآفرینی با ویژگی‌های خود، کارآفرینی را به عنوان یک گزینه شغلی قابل دوام کنار بگذارند (Rodrigues et al., 2019; Smith et al., 2016). علاوه بر این، شواهد تجربی اولیه نشان می‌دهد که وقتی افراد معتقدند خلاق تر هستند، قصدشان برای کارآفرین شدن بیشتر است، به طوری که بسیاری از محققان رابطه بین خلاقیت و مولفه‌های کارآفرینانه از جمله قصد کارآفرینی را تبیین نموده‌اند (Martins et al., 2023; Diawati et al., 2023; Akhter, et al., 2022; Naveed et al., 2022; Kumar & Shukla, 2022; Rahayuningsih, 2022; Murad et al., 2021; Bignetti et al., 2021; Liu et al., 2021; Tantawy et al., 2021; Sijabet et al., 2021; Abdelfattah et al., 2020; Runco & Pritzker, 2020; Nasiru et al., 2015; Robinson & Stubberud, 2014; Ward, 2004; Amabile, 1997). به اعتقاد این گروه از پژوهشگران، افراد خلاق معمولاً افرادی کارآفرین هستند و خلاقیت یکی از اصلی‌ترین ویژگی‌های کارآفرینان در نظر گرفته می‌شود (Eid et al., 2019).

بر همین اساس و مبنی بر پیشینه مطرح شده، مدل مفهومی فرضی پژوهش حاضر عبارت است از:



شکل ۱. مدل مفهومی برای نقش میانجی الهام کارآفرینانه و خلاقیت کارآفرینانه در رابطه بین کیفیت برنامه درسی با قصد کارآفرینی

### ۳. روش تحقیق

تحقیق حاضر از لحاظ هدف، کاربردی و با توجه به روش گردآوری اطلاعات، توصیفی مبتنی بر مدل‌یابی معادلات ساختاری است. در مدل مفهومی پژوهش، قصد کارآفرینی، متغیر وابسته، کیفیت برنامه درسی دوره کارشناسی، متغیر مستقل و خلاقیت کارآفرینانه و الهام کارآفرینانه متغیرهای میانجی پژوهش هستند. فرضیات مطرح شده در این پژوهش، مبتنی بر مطالعه پیشینه نظری و پژوهشی به قرار زیر هستند:

- فرضیه اول: کیفیت برنامه درسی بر قصد کارآفرینی تأثیر مستقیم دارد.
- فرضیه دوم: الهام کارآفرینانه بر قصد کارآفرینی تأثیر مستقیم دارد.

- فرضیه سوم: خلاقیت کارآفرینانه بر قصد کارآفرینی تأثیر مستقیم دارد.
- فرضیه چهارم: کیفیت برنامه درسی بر الهام کارآفرینانه تأثیر مستقیم دارد.
- فرضیه پنجم: کیفیت برنامه درسی بر خلاقیت کارآفرینانه تأثیر مستقیم دارد.
- فرضیه ششم: الهام کارآفرینانه در رابطه بین کیفیت برنامه درسی با قصد کارآفرینی نقش میانجی دارد.
- فرضیه هفتم: خلاقیت کارآفرینانه در رابطه بین کیفیت برنامه درسی با قصد کارآفرینی نقش میانجی دارد.

جامعه پژوهش حاضر، شامل دانشجویان مشغول به تحصیل در مقطع کارشناسی دانشکده‌های کشاورزی، فنی و مهندسی و هنر، معماری و شهرسازی دانشگاه سراسری ارومیه در نیمسال اول سال تحصیلی ۱۴۰۲-۱۴۰۱ به تعداد ۲۳۱۷ نفر بود که با استناد به فرمول کوکران<sup>۱</sup> تعداد نمونه مورد نیاز برای پژوهش ۳۳۰ نفر برآورد شد. در نهایت با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای و پس از جلب همکاری شرکت‌کنندگان، تعداد ۳۴۱ نفر به عنوان نمونه برای شرکت در پژوهش انتخاب شدند. معیار انتخاب اعضای نمونه دارا بودن واحدهای عملی، آزمایشگاهی و مهارتی در مجموعه واحدهای گذرانده دانشگاهی بود و از پرسش‌نامه‌های معیار در طیف لیکرت، برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده شد. روایی و پایایی پرسش‌نامه‌ها قبلاً آزمون شده است. لیکن به علت تغییرات احتمالی ناشی از بومی‌سازی برخی از این پرسش‌نامه‌ها، روایی و پایایی آنها مجدداً سنجیده شد که در جدول ۱ گزارش شده است. برای سنجش قصد کارآفرینانه از پرسش‌نامه ۶ گویه‌ای معیار قصد کارآفرینی (Liñán & Chen, 2009) استفاده شد که روایی این پرسش‌نامه در ایران در تحقیق مرادی و همکاران (Moradi et al., 2015) توسط متخصصان تأیید شده است و پایایی آن از طریق آلفای کرونباخ ۰/۸۳ برآورد گردیده است. برای بررسی کیفیت برنامه درسی دانشجویان، از مقیاس ۵۰ گویه‌ای ساخته شده توسط محمدشفیع و همکاران (Mohammad Shafi et al., 2020) با نه زیرمقیاس (اهداف برنامه درسی، محتوای برنامه درسی، راهبردهای یاددهی و یادگیری، فعالیت‌های یادگیرنده، تجهیزات و امکانات آموزشی، زمان آموزشی، فضای آموزشی، گروه‌بندی و ارزشیابی) استفاده شد که پایایی این پرسش‌نامه با آلفای کرونباخ ۰/۹۲ در مطالعه مذکور تأیید شده است. سطح الهام کارآفرینانه با بهره‌گیری از پرسش‌نامه ۵ گویه‌ای طراحی شده توسط سوئیتاریس و همکاران (Souitaris et al., 2007) سنجیده شد (آلفای کرونباخ = ۰/۸۳ < ۰/۷۰) و نهایتاً برای بررسی میزان خلاقیت کارآفرینانه دانشجویان نیز از معیار با آلفای ۰/۸۴ برای سنجش خلاقیت کارآفرینانه استفاده شد (DiLiello & Houghton, 2008).

داده‌های حاصل از پرسش‌نامه‌ها پس از تحلیل‌های توصیفی و جمعیت‌شناختی و بررسی کفایت نمونه و طبیعی کردن داده‌ها با نرم افزار SPSS26، به منظور بررسی روایی و پایایی و بارهای عاملی

برسش‌های پرسش‌نامه‌ها و تحلیل مربعات جزئی، بوت‌استرپینگ و بررسی ضرایب و معناداری مسیرها و نیز برازش مدل نهایی، با نرم‌افزار PLSsmart3 مورد تحلیل قرار گرفت که نتایج در بخش یافته‌های پژوهش گزارش شده است.

جدول ۱. پایایی و روایی سازه

آلفای کرونباخ	ضریب پایایی همگون	پایایی ترکیبی	میانگین واریانس استخراج‌شده (روایی همگرا)
۰/۹۱۴	۰/۹۱۷	۰/۹۳۳	۰/۷۰۰
۰/۹۸۰	۰/۹۸۰	۰/۹۸۰	۰/۵۰۱
۰/۷۶۵	۰/۷۷۷	۰/۸۴۱	۰/۵۱۵
۰/۸۶۳	۰/۸۷۷	۰/۸۹۶	۰/۵۹۱

مطابق با داده‌های ارائه‌شده در جدول ۱، ضرایب پایایی کلیه پرسشنامه‌های به‌کاررفته در پژوهش، بالاتر از ۰/۷ بوده و نتایج نشانگر پایایی مناسب ابزارهای مطالعه بوده است. همچنین میانگین واریانس استخراج‌شده یا روایی همگرای ابزارها نیز بالاتر از ۰/۵ و ابزارها از روایی مطلوب برای استفاده در مطالعه برخوردار بوده‌اند. همچنین نتایج حاصل از بررسی شاخص نسبت خصیصه تکرارزشی به خصیصه چندارزشی (HTMT) نیز به عنوان معیاری برای سنجش روایی و اگرای مقیاس‌ها در جدول ۲ گزارش شده است که کلیه مقادیر ارائه‌شده زیر ۰/۹ و از روایی و اگرای مطلوب برخوردار هستند.

جدول ۲. نسبت خصیصه تکرارزشی به خصیصه چندارزشی (HTMT)

الهام کارآفرینانه	خلاقیت کارآفرینانه	قصد کارآفرینی	کیفیت برنامه درسی
الهام کارآفرینانه			
خلاقیت کارآفرینانه	۰/۵۰۱		
قصد کارآفرینی	۰/۶۳۲	۰/۴۲۴	
کیفیت برنامه درسی	۰/۴۱۸	۰/۲۵۸	۰/۴۹۴

#### ۴. نتایج تحقیق

برای بررسی توصیفی داده‌ها، از آماره‌های توصیفی استفاده شد و مطابق با جدول ۳، میانگین، انحراف معیار، کمینه و بیشینه نمرات و شاخص‌های چولگی و کشیدگی و نیز نتیجه آزمون کیسر-مایر-اولکین<sup>۱</sup> (KMO) قابل مشاهده است.

جدول ۳. شاخص‌های توصیفی و KMO

متغیرها	کمینه	بیشینه	میانگین	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی	KMO
قصد کارآفرینی	۶	۳۰	۲۰/۴۹	۶/۴۴	-۰/۳۷	-۰/۶۵	۰/۹۰
کیفیت برنامه درسی	۶۱	۲۴۵	۱۲۶/۷۶	۳۷/۷۳	۰/۵۲	-۰/۹۵	۰/۹۷
الهام کارآفرینانه	۵	۲۵	۱۹/۳۵	۴/۲۰	-۰/۷۱	۰/۱۱	۰/۷۱
خلاقیت کارآفرینانه	۶	۳۰	۱۷/۸۵	۳/۹۴	-۰/۰۳	۰/۳۵	۰/۸۸

شاخص‌های میانگین و انحراف معیار متغیرها نشانگر پراکندگی مطلوب داده‌ها و با توجه به بررسی چولگی و کشیدگی متغیرهای پژوهش، نتایج حاکی از تحقق فرض طبیعی بودن در پژوهش بود، توضیح آن‌که برای تحقق فرض طبیعی بودن داده‌ها، قدر مطلق چولگی و کشیدگی متغیرها نباید به ترتیب از ۳ و ۱۰ بیشتر باشد و از همین رو و نیز با توجه به ماهیت اکتشافی پژوهش که نیازمند به کارگیری رویکرد واریانس محور در تحلیل داده‌هاست، روش حداقل مربعات جزئی (PLS) در این مطالعه مورد استفاده قرار گرفت. با توجه به معیارهای ارزیابی برازش و تحلیل‌های صورت‌گرفته، جدول ۴ به بررسی ضرایب همبستگی پیرسون داده‌ها می‌پردازد که نشانگر همبستگی خطی و مثبت بین متغیرهاست و تمامی ضرایب در سطح خطای کمتر از ۰/۰۱ معنادار هستند.

جدول ۴. همبستگی پیرسون بین متغیرها

متغیرها	قصد کارآفرینی	کیفیت برنامه درسی	خلاقیت کارآفرینانه	الهام کارآفرینانه
قصد کارآفرینی	۱/۰۰			
کیفیت برنامه درسی	**۰/۴۶	۱/۰۰		
خلاقیت کارآفرینانه	**۰/۴۸	**۰/۵۲	۱/۰۰	
الهام کارآفرینانه	**۰/۵۰	**۰/۳۶	**۰/۵۶	۱/۰۰

\*\*p&lt;0.01

\*p&lt;0.05

در ادامه با توجه به قابلیت استناد روابط بین سازه‌ها با متغیرهای پنهان پرسش‌نامه‌ها به بررسی روابط متغیرها و آزمون فرضیات پژوهش می‌پردازیم:

جدول ۵. آماره T و ضرایب تأثیر مستقیم متغیرها

نتیجه آزمون فرضیه	ضرایب مسیر	آماره T	مسیر مستقیم	فرضیه
تأیید فرضیه	۰/۲۹۳	**۶/۳۵۱	قصد کارآفرینی <-- قصد کارآفرینی	۱
تأیید فرضیه	-۰/۳۶۸	**۷/۴۷۶	قصد کارآفرینی <-- الهام کارآفرینانه	۲
تأیید فرضیه	۰/۱۵۹	**۳/۳۶۳	قصد کارآفرینی <-- خلاقیت کارآفرینانه	۳
تأیید فرضیه	۰/۳۷۵	**۸/۸۵۸	الهام کارآفرینانه <-- الهام کارآفرینانه	۴
تأیید فرضیه	-۰/۲۵۱	**۵/۳۲۷	خلاقیت کارآفرینانه <-- خلاقیت کارآفرینانه	۵

\*\*p&lt;0.01

\*p&lt;0.05

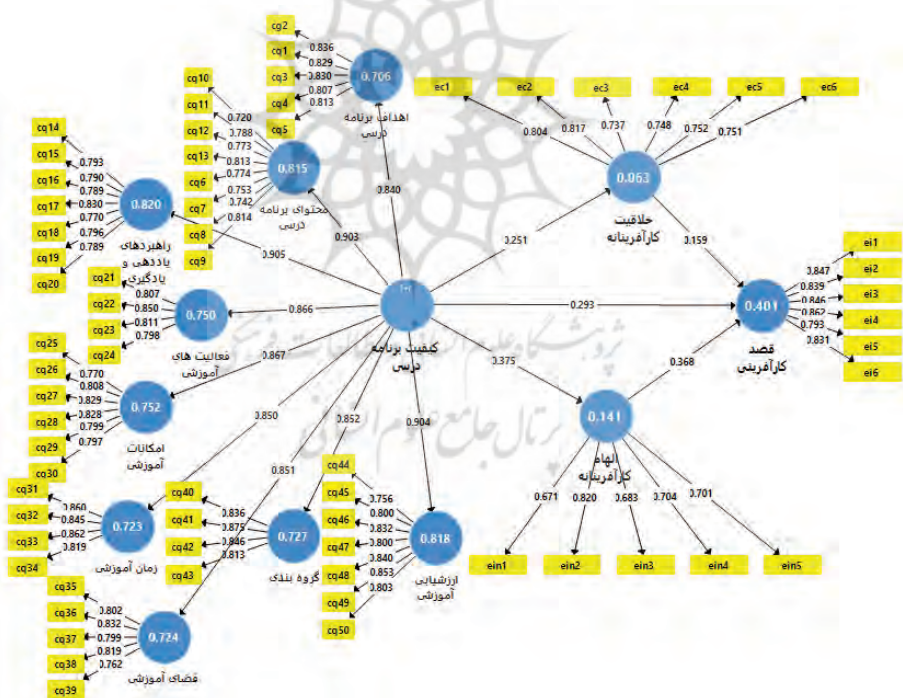
جدول ۶. آماره T و ضرایب تأثیر غیرمستقیم (نقش میانجی) متغیرها

مسیر غیرمستقیم	آماره T	ضرایب مسیر	نتیجه آزمون فرضیه
کیفیت برنامه درسی -> الهام کارآفرینانه -> قصد کارآفرینی	**۲/۶۵۶	۰/۰۴۰	تأیید فرضیه ۶
کیفیت برنامه درسی -> خلاقیت کارآفرینانه -> قصد کارآفرینی	**۶/۳۵۱	۰/۱۳۸	تأیید فرضیه ۷

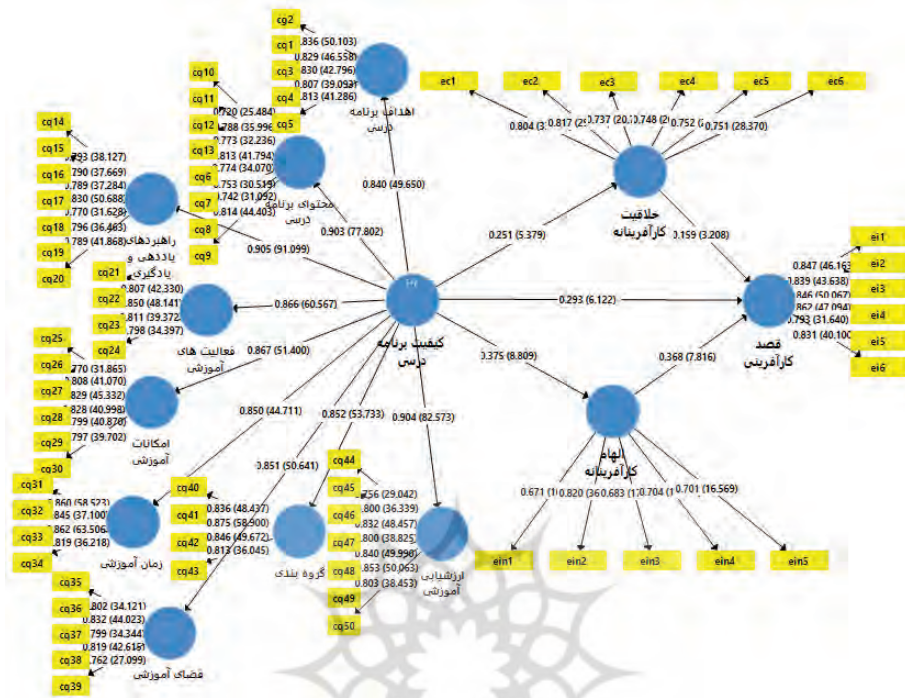
\*\*p<0.01

\*p<0.05

مطابق با جداول ۵ و ۶ کلیه فرضیات پژوهش و ضرایب مسیر ارائه شده در رابطه بین متغیرها در سطح اطمینان ۰/۹۹ و با آماره T بالاتر از ۲/۵۷ تأیید شدند. ضرایب مسیر ارائه شده در جداول نشان دهنده وجود رابطه علی خطی و شدت رابطه هستند و با توجه به مثبت بودن این ضرایب نتیجه می‌گیریم با افزایش در هر متغیر میزان متغیر دیگر نیز افزایش می‌یابد. نتایج برآورد مدل برای متغیرهای تحقیق در اشکال ۲ و ۳ خلاصه شده و نتیجه بررسی تک‌تک فرضیات پژوهش گزارش شده است:



شکل ۲. مدل معادلات ساختاری در حالت تخمین ضرایب تبیین



شکل ۳. مدل معادلات ساختاری در حالت معناداری و تخمین ضرایب مسیر

با استناد به شکل ۲، اعداد ارائه شده برای هر متغیر نشان دهنده میزان توان تبیینی متغیر مستقل بر هر یک از متغیرهای وابسته و میانجی است و نیز شکل ۳ نشان دهنده بارهای عاملی هر یک از سوالات پرسش نامه است که بار عاملی بالای ۰/۴ نشان دهنده توان سوالات پرسش نامه و از معیارهای سنجش برازش و مطلوبیت مدل محسوب می شود. همچنین ضرایب مسیر مشخص شده در مسیر بین متغیرهای پژوهش ارائه شده که همگی در سطح آماره T به مقدار بالاتر از ۲/۵۷ مورد تأیید و معنادار بوده اند و بر این اساس می توان گفت بین کیفیت برنامه درسی دوره کارشناسی دانشجویان با قصد کارآفرینانه در ایشان ارتباطی مستقیم برقرار است. الهام و خلاقیت کارآفرینانه به شکلی مستقیم با افزایش قصد کارآفرینانه در دانشجویان مرتبط هستند و نیز کیفیت برنامه درسی نیز می تواند بر افزایش الهام کارآفرینانه و خلاقیت کارآفرینانه دانشجویان تأثیری مستقیم داشته باشد. در نهایت این که با استناد به اشکال ۲ و ۳ و داده های جداول ۵ و ۶، الهام و خلاقیت کارآفرینانه قادرند به عنوان میانجی در رابطه کیفیت برنامه درسی با قصد کارآفرینانه قرار گیرند که توضیحات کامل آزمون فرضیات پژوهش در بخش بحث مقاله ارائه خواهد شد.

در ادامه و مطابق جدول ۷، برای کسب اطمینان از قدرت پیش بینی و برازش مطلوب مدل به بررسی معیارهای R2 در بررسی تأثیر یک متغیر برون زا و یک متغیر درون زا، معیار Q2 به منظور بررسی



قدرت پیش‌بینی مدل، معیار افزونگی (Redundancy) و میانگین مقادیر اشتراکی متغیرهای پنهان (Communality) با هدف سنجش کیفیت مدل ساختاری و به بررسی معیارهای SRMR و NFI و RMS-Theta و نیز معیار نیکویی برازش (GOF)، با هدف بررسی برازش مدل کلی پرداختیم که با توجه به نتایج حاصل از این جدول و نیز پایایی و روایی مطلوب داده‌ها و همچنین بارهای عاملی بالا و قابل قبول، نیکویی و برازش مدل پژوهش تأیید شد.

فرمول محاسبه معیار نیکویی برازش (Henseler & Sarstedt, 2013):

$$GOT = \sqrt{R^2 * COMMUNALITY}$$

جدول ۷. خلاصه آزمون برازش مدل

معیار افزونگی	معیار اشتراک	R2	متغیرها
۰/۲۵۹	۰/۵۵۵	۰/۴۰۱	قصد کارآفرینی
-	۰/۴۵۰	-	کیفیت برنامه درسی
۰/۰۶۴	۰/۲۸۶	۰/۱۴۱	الهام کارآفرینانه
۰/۰۲۱	۰/۴۱۸	۰/۰۶۳	خلاقیت کارآفرینانه
۰/۱۱۸	۰/۴۲۷	۰/۲۰۱	میانگین
۰/۳۰	نیکویی برازش (GOF)		
۰/۰۶۰	SRMR		
۰/۷۲	NFI		
۰/۰۹۵	RMS-Theta		

لازم به ذکر است اگر مقدار SRMR به عنوان شاخص ریشه میانگین مربعات باقیمانده معیار، کمتر از ۰/۰۸ و مقدار NFI در سنجش شاخص تناسب بهنجار، بالاتر از ۰/۷ و مقدار RMS-Theta نیز که برای سنجش درجه همبستگی باقیمانده‌های مدل بیرونی کاربرد دارد، اگر زیر ۰/۱۲ باشد، مدل از برازش مطلوبی برخوردار است. در تفسیر داده مربوط به نیکویی برازش (GOF) نیز مقدار بین ۰/۲۵ تا ۰/۳۶ بیانگر توان برازش متوسط مدل است.

## ۵. بحث

پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش میانجی الهام کارآفرینانه و خلاقیت کارآفرینانه در رابطه بین کیفیت برنامه درسی دوره کارشناسی بر قصد کارآفرینی دانشجویان انجام شد. داده‌های حاصل حاکی از آن بود که هدف پژوهش برآورده شده و کلیه فرضیات پژوهش مطابق با جداول ۵ و ۶ از نظر آماری تأیید شده‌اند.

فرضیه اول با عنوان بررسی تأثیر مستقیم کیفیت برنامه درسی دوره کارشناسی بر قصد کارآفرینی



دانشجویان با آماره T به مقدار ۶/۳۵۱ و بالاتر از ۲/۵۷ و در سطح معناداری ۰/۹۹ تأیید شد. به طور خلاصه می‌توان گفت عناصر مختلف برنامه درسی از جمله اهداف برنامه درسی، محتوا و راهبردهای یاددهی و یادگیری، فعالیت‌های آموزشی، تجهیزات، زمان و فضا، گروه‌بندی و در نهایت ارزشیابی از برنامه درسی قادر بوده‌اند تأثیری معنادار بر گستره قصد کارآفرینانه دانشجویان داشته باشند و همان‌گونه که کوثری و نوروززاده (Kousari & Nouroozzadeh, 2010) بیان می‌کنند، در صورتی که در برنامه‌های درسی مقطع کارشناسی، پرورش مهارت‌های کارآفرینی دانشجویان مورد توجه قرار گیرد، زمینه تحقق رسالت نظام آموزش عالی به ویژه دانشگاه‌ها در تحقق نیروی انسانی متخصص، کارآمد و کارآفرین فراهم خواهد شد. در رابطه با فرضیه دوم، الهام کارآفرینانه با آماره T به مقدار ۷/۴۷۶ و بالاتر از ۲/۵۷ و در سطح معناداری ۰/۹۹ توانسته بود تأثیری مستقیم بر قصد کارآفرینی دانشجویان داشته باشد. سوئیتاریس و همکاران (Souitaris et al., 2007) نیز الهام را به عنوان یکی از سه مزیت حاصل از برنامه‌های کارآفرینی، دوره‌ها و فعالیت‌های تکمیلی در رشته‌های فنی و مهندسی دانشگاه دانستند و علاوه بر این، وارتیووارا و همکاران (Wartiovaara et al., 2019) نیز معتقدند که الهامات کارآفرینانه افراد را قادر می‌سازند تا فرصت‌های کارآفرینی را سریع‌تر و مؤثرتر به رسمیت بشناسند و از آن‌ها بهره‌برداری کنند. الهام بر ارزیابی افراد از فرصت‌ها تأثیر می‌گذارد. تراش و الیوت (Thrash & Elliot, 2003) بیان می‌کنند که در ابتدا باید شیء برانگیزاننده (یعنی محرک الهام‌بخش) را ارزیابی کرد تا پاسخ‌انگیزی مرتبط با الهام ایجاد شود. آنها معتقدند که الهام ممکن است افراد را به درک چیزی فراتر از توانایی‌هایش سوق دهد و این فرایند می‌تواند شامل تجاربی آگاهی‌بخش باشد.

در رابطه با فرضیه سوم، خلاقیت کارآفرینانه بر قصد کارآفرینی دانشجویان تأثیر مثبت معنادار داشته است. این رابطه در سطح T به مقدار ۳/۳۶۳ و بالاتر از ۲/۵۷ و در سطح معناداری ۰/۹۹ تأیید شد. بنابراین، خلاقیت خودادراک شده فرد در زمینه کارآفرینی برای در نظر گرفتن کارآفرینی به عنوان یک گزینه شغلی برای او، از اهمیت برخوردار است. سطوح بالای خلاقیت خودادراک شده کارآفرینانه، ایده‌های فردی را در مورد کارآفرینان متعهد و آتی شکل می‌دهد و کارآفرینی را به گزینه‌ای جذاب و عملی برای فرد تبدیل می‌کند. در مقابل، سطوح پایین خلاقیت کارآفرینی بر روی انتخابات آتی فرد برای کارآفرین شدن تأثیر منفی می‌گذارد. هنگامی که افراد خود را به میزان کمتری خلاق ارزیابی می‌کنند، ممکن است کارآفرینی را به عنوان یک گزینه شغلی قابل دوام به دلیل تصوراتشان از عدم تناسب بین ویژگی‌ها و مشخصات کارآفرینی با ویژگی‌های خود کنار بگذارند (Rodrigues et al., 2019).

فرضیه چهارم نیز با عنوان کیفیت برنامه درسی دوره کارشناسی بر الهام کارآفرینانه دانشجویان تأثیر مستقیم دارد، در سطح T به مقدار ۸/۸۵۸ و بالاتر از ۲/۵۷ و در سطح معناداری ۰/۹۹ تأیید شد. در این راستا می‌توان گفت دیدگاه یک استاد در یک دوره آموزشی یا شرکت دانشجو در فعالیت‌های باشگاه کارآفرینی، به عنوان محرک، ممکن است قلب و ذهن دانشجویان را نسبت به کارآفرینی تغییر دهد و

باعث اتخاذ اهداف کارآفرینانه در ایشان گردد و نیز فعالیت‌های فوق برنامه مانند بهره‌گیری از سخنرانان میهمان، مسابقات طرح کسب و کار و مواردی مشابه علاوه بر برنامه مصوب، می‌توانند مشوق‌های قوی‌تری در توسعه قصد کارآفرینی دانشجویان باشند (Peterman & Kennedy, 2003).

در ارتباط با فرضیه پنجم پژوهش، کیفیت برنامه درسی توانسته بود با سطح آماره T به مقدار ۵/۳۲۷ و میزان بالاتر از ۲/۵۷ و در سطح معناداری ۰/۹۹ بر توسعه خلاقیت کارآفرینانه دانشجویان تأثیر داشته باشد. در همین راستا لازم به ذکر است که خلاقیت یکی از ویژگی‌های بارز در کارآفرینی است و حمایت ادراک شده دانشجویان از خلاقیت در محیط دانشگاهی نیز، می‌تواند به عنوان مقدمه‌ای برای تحقق کارآفرینی در این دانشجویان مورد توجه قرار گیرد. ایده‌های جدید و ارزشمند پایه‌های کارآفرینی هستند و کارآفرینان برای موفقیت باید چنین ایده‌ها و فرصت‌هایی را بشناسند، ارزیابی کنند و از آن‌ها استفاده کنند (Ward, 2004) و هر چه سطح خلاقیت دانشجویان بالاتر باشد، تمایل آنها به کارآفرین شدن نیز بیشتر می‌شود (Runco & Pritzker, 2020). همین طور فولادی و همکاران (Foolady et al., 2020) نیز به بررسی تأثیرگذاری و کاربرد برنامه درسی بر افزایش خلاقیت در نظام آموزشی پرداختند و به این نتیجه دست یافتند که ابعاد مختلف برنامه درسی توانسته بودند بر بهبود خلاقیت دانش‌آموزان مؤثر باشند.

در نهایت فرضیات ششم و هفتم پژوهش نیز به ترتیب مبنی بر نقش میانجی الهام کارآفرینانه و خلاقیت کارآفرینانه در رابطه بین کیفیت برنامه درسی با قصد کارآفرینی بودند که با آماره T به مقدار ۲/۶۵۶ و ۶/۳۵۱ و بالاتر از ۲/۵۷ و ضریب اطمینان ۰/۹۹ از نظر آماری تأیید شدند و به طور کلی نتایج پژوهش هم‌راستا با مطالعات قبلی بود که بیان می‌کردند مولفه‌های مختلف کارآفرینی از جمله قصد کارآفرینانه تحت تأثیر کیفیت برنامه درسی و آموزش‌های ارائه شده در دانشگاه (Duong, 2023; Oreku, 2023; Iqbal et al., 2022; Brown et al., 2022; Anjum et al., 2021; Shujaei et al., 2020; Mohammad Shafi et al., 2020; Gieure et al., 2019; Monavarifard et al., 2019; Ridley et al., 2017; Shiroko-va et al., 2017; Mahboubi et al., 2017; Salehi et al., 2016; Oladian et al., 2010; Wibowo & Narmaditya, 2022; Van Ewijk et al., 2021; Nguyen et al., 2021; Ahmed et al., 2020;) و خلاقیت کارآفرینانه (Wartiovaara et al., 2019; Nabi et al., 2018; Ewijk, & Aomar, 2016; Souitaris et al., 2007; Martins et al., 2023; Diawati et al., 2023; Akhter, et al., 2022; Naveed et al., 2022; Ku-mar & Shukla, 2022; Rahayuningsih, 2022; Murad et al., 2021; Bignetti et al., 2021; Liu et al., 2021; Tantawy et al., 2021; Sijabet et al., 2021; Abdelfattah et al., 2020; Runco & Pritzker, 2020; Rodrigues et al., 2019; Laguía et al., 2019; Smith et al., 2016; Nasiru et al., 2015; Robinson & Stubberud, 2014; Ward, 2004; Amabile, 1997). بوده‌اند. در همین راستا و در تبیین نتیجه حاصل از پژوهش، مبتنی بر نظر کر و همکاران (Kerr et al., 2018)، می‌توان الهام را خصیصه‌ای دانست که

کارآفرینی را تسهیل می‌کند. همان‌گونه که اشاره شد، در مورد این که چرا الهام در کارآفرینی رخ می‌دهد، تراش و الیوت (Thrash & Elliot, 2003) معتقد بودند که افراد زمانی که گشودگی بالایی نسبت به تجربه، تسلط بر کار و سطوح بالایی از خلاقیت داشته باشند، بیشتر الهام می‌گیرند. بر همین اساس، فرض می‌شود که کارآفرینان احتمالاً اغلب با لحظات و رویدادهایی الهام‌بخش مواجه می‌شوند که این امکان شاید در این افراد بیشتر از دیگران باشد و همین الهامات کارآفرینانه افراد را قادر می‌سازند تا فرصت‌های کارآفرینی را سریع‌تر و مؤثرتر به رسمیت بشناسند و از آن‌ها بهره‌برداری کنند (Wartiovaara et al., 2019). از دیگر سو الهام کارآفرینانه مزایای فردی مثبتی نیز دارد که در آن بینش خلاق به فعلیت می‌رسد و ایده به یک فرصت مناسب در بازار تبدیل می‌شود. از آن جایی که بهره‌مندی از فرصت‌ها مستلزم کار سخت و گاه خسته‌کننده است، اثر انرژی‌بخش و بهبودبخش الهام می‌تواند برای ایجاد انگیزه در کارآفرینان برای تکمیل فعالیت‌های مورد نیاز آنها در تدارک استارت‌آپ‌های مخاطره‌آمیز بسیار مفید باشد که از آن طریق الهام می‌تواند اثر انگیزشی مثبتی بر عملکرد فرد بگذارد و به طور مثبت بر کارایی و بهره‌وری فرد مؤثر واقع شود. به طور کلی الهام گرفتن منابع روانی کارآفرین را غنی می‌سازد و منجر به غنی‌سازی خود او و گسترش قصد کارآفرینانه در وی می‌شود.

همچنین خلاقیت کارآفرینانه خوداراک‌شده در دانشجویان از طریق ارتباط با فرایند شناخت فرصت، می‌تواند به عنوان یک عامل مرتبط برای قصد یا رفتار کارآفرینانه در آن‌ها در نظر گرفته شود. از همین رو تمرین‌های مرتبط با توسعه خلاقیت را می‌توان در مورد افزایش و تقویت قصد کارآفرینی دانشجویان به کار بست، چرا که توسعه قصد کارآفرینی در دانشجویان تا حدودی بستگی به این دارد که آنها تا چه میزان خود را خلاق و کارآفرین می‌شناسند (Nasiru et al., 2015).

## ۶. نتیجه‌گیری و پیشنهادات

مطالعه حاضر با هدف بررسی نقش میانجی الهام کارآفرینانه و خلاقیت کارآفرینانه در رابطه بین کیفیت برنامه درسی دوره کارشناسی بر قصد کارآفرینی دانشجویان، بر نقش کیفیت برنامه‌های درسی ارائه‌شده در دانشگاه‌ها بر مقاصد رفتارهای ارادی، مانند رفتارهای کارآفرینی تأکید می‌کند. شایسته توجه است که دانشگاه‌ها در ادامه انجام ماموریت‌های سنتی خود مانند آموزش و پژوهش، مسئولیت‌های جدیدی را در زمینه اقتصاد مبتنی بر دانش بر عهده دارند که می‌توانند با ایجاد زمینه‌های نوآوری مبتنی بر دانش، توسعه فناوری و کارآفرینی این وظایف را در قبال صنعت و رفع بخشی از معضلات اقتصادی کشور به اجرا در آورند. در همین راستا، عناصر مختلف برنامه درسی باید در جهت ایجاد شایستگی‌های لازم در ابعاد دانش، نگرش و مهارت‌های مورد نیاز یک حیطة تخصصی در دانشجویان و پرورش مهارت‌های عالی ذهنی ایشان سازمان‌دهی شوند و طرح‌ریزی برنامه‌های درسی میان‌رشته‌ای و مسئله‌محور و نیز ایجاد فرصت تجربه در محیط‌های یادگیری واقعی و ارزشیابی اصیل و سایر مولفه‌های مبتنی بر برنامه

درسی می‌تواند بر پرورش مقاصد کارآفرینی دانشجویان مؤثر باشند. بر این اساس می‌توان نتیجه گرفت که اگر در برنامه‌های درسی مقطع کارشناسی، پرورش مهارت‌های کارآفرینی دانشجویان مورد توجه قرار گیرد، زمینه تحقق رسالت نظام آموزش عالی به ویژه دانشگاه‌ها در تربیت نیروی انسانی متخصص، کارآمد و کارآفرین فراهم می‌شود.

مشاهده می‌شود که هر روزه مدارس و دانشگاه‌های بیشتری اقدام به برگزاری دوره‌ها و واحدهای کارآفرینی می‌کنند تا بتوانند به دانشجویان در ایجاد کسب و کار و اشتغال پس از فراغت از تحصیل یاری رسانند. آموزش عالی به شکلی سنتی تمایل به ارزیابی قابلیت‌ها و توانایی‌های اشتغال فارغ التحصیلان دانشگاهی با در نظر گرفتن مهارت‌های تخصصی در آنان دارد و کمتر مهارت‌های عمومی را نیز مد نظر قرار می‌دهد. این در حالی است که آموزش‌های کارآفرینی در تلاش هستند تا مهارت‌های سخت و نرم را در جهت دستیابی به شکلی از یادگیری و آموزش مستمر و مادام‌العمر با یکدیگر ترکیب و تلفیق کنند. این بدان معناست که مهارت‌های سخت و فنی که مختص رشته‌های تخصصی دانشجویان است، با مهارت‌های نرم مانند توانمندی‌های عمومی فردی دانشجویان در یکدیگر ادغام می‌شوند. با وجود مباحث مختلفی که در مورد کیفیت برنامه درسی در دانشگاه و تاثیرات آن بر قصد کارآفرینی دانشجویان مطرح شد، انتخاب بهترین شکل آموزش و تنظیم برنامه درسی دانشگاهی مبتنی بر توسعه توانمندی‌ها کارآفرینانه دانشجویان، با توجه به تفاوت‌های فردی ایشان، باید مورد توجه قرارگیرد تا همسان‌سازی آموزش‌ها با نیازهای گروه‌ها و جمعیت‌های خاص، بهره‌وری برخاسته از این قسم آموزش‌ها را افزایش دهد و به بهره‌گیری بهتر ایشان از انواع فردی یا گروهی و عمومی یا تخصصی این آموزش‌ها بیانجامد. توجه به برنامه‌ریزی‌های خرد و کلان در نظام آموزش عالی باید در راستای اهداف اشتغال‌پذیری و کارآفرین‌پروری آینده دانشجویان باشد و علاوه بر محتوای دروس، امکانات و تجهیزات و فضا و مکان و شیوه ارائه مباحث در دانشگاه‌ها نیز در جهت جذب دانشجویان به مباحث کارآفرینانه باشد. دانشگاه‌ها می‌توانند با تأکید بر گزینش و پرورش دانشجویانی با سطوحی خاص از توانمندی و تلاش در جهت الهام‌بخشی به این افراد برای تبدیل شدن به فردی کارآفرین و نیز پرورش خلاقیت‌های کارآفرینانه در دانشجویان و ارائه آموزش‌های متناسب با هر یک از این سطوح، در زمینه سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی‌های کارآفرینانه خود گام بردارند.

با توجه به شکاف مطالعاتی موجود در حوزه انجام مطالعات پژوهشی کمی در حیطه ارتباط برنامه درسی با متغیرهای کارآفرینانه در کشور، به پژوهشگران پیشنهاد می‌شود تا مطالعه رابطه بین این متغیر با سایر مولفه‌های کارآفرینانه را مد نظر قرار دهند چرا که چنین مطالعاتی قادرند به اساتید، مدیران و سیاست‌گذاران حوزه آموزش عالی کمک کنند تا مداخلات موثرتری در جهت گسترش مقاصد کارآفرینی دانشجویان داشته و برنامه‌های اثربخش‌تری جهت ایجاد یک کلاس کارآفرین طراحی کنند و فرهنگ حقیقی کارآفرینی را در دانشگاه‌های کشور نهادینه نمایند چرا که امروزه مریدان و اساتید دانشگاهی

در رشته‌های مختلف تحصیلی، می‌توانند چگونگی تأثیرگذاری و دگرگونی قلب و فکر دانشجویان را درتبدیل شدن به کارآفرینی موفق مورد توجه قرار دهند.

از جمله محدودیت‌های این پژوهش، مطالعه در جامعه سه دانشکده از مجموعه دانشگاه سراسری ارومیه بود که هر چند این جامعه به علت اهمیتی انتخاب شد که در آنها به کارآفرینی آینده این دانشجویان داده می‌شد، لیکن باید در تعمیم نتایج، جانب احتیاط رعایت شود. به علاوه متغیرهای بسیار دیگری می‌توانند بر قصد کارآفرینی مؤثر باشند که هر پژوهشی قادر به بررسی برخی از این متغیرهاست و مقاله حاضر به بررسی سه متغیر اکتفا نموده است. از دیگر سو، انجام مطالعه همبستگی مقطعی امکان استنباط روابط علی را فراهم نمی‌کند که نیاز است از استنباط رابطه علی در این پژوهش نیز اجتناب شود. به علاوه، اتخاذ یک چارچوب چندسطحی در پژوهش‌های آتی می‌تواند به شکلی نظام‌مند به مطالعه روابط بین متغیرها و تأثیر و تأثر متقابل آنها بپردازد.

## References

- Abdelfattah, F., Al Halbusi, H., & Al-Brwani, R. M. (2022). Influence of self-perceived creativity and social media use in predicting E-entrepreneurial intention. *International Journal of Innovation Studies*, 6 (3), 119-127.
- Abedini Baltork, M., & Kamali Ardakani, H. (2020). Identifying and ranking factors affecting the educational quality of the undergraduate educational sciences using the fuzzy VIKOR approach (Case study: University of Mazandaran). *New Educational Approaches*, 15 (2), 179-194. [in Persian].
- Ahmed, T., Chandran, V. G. R., Klobas, J. E., Liñán, F., & Kokkalis, P. (2020). Entrepreneurship education programmes: How learning, inspiration and resources affect intentions for new venture creation in a developing economy. *The International Journal of Management Education*, 18 (1), 100327.
- Akhter, A., Karim, M. M., & Islam, K. M. (2022). The impact of creativity and innovativeness on digital entrepreneurship: Empirical evidence from Bangladesh. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 9 (3), 77-82.
- Amabile, T. M. (1997). Entrepreneurial creativity through motivational synergy. *The Journal of Creative Behavior*, 31 (1), 18-26.
- Amabile, T. M. (2018). *Creativity in context: Update to the social psychology of creativity*. Routledge.
- Anjum, T., Heidler, P., Amoozegar, A., & Anees, R. T. (2021). The impact of entrepreneurial passion on the entrepreneurial intention; moderating impact of perception of university support. *Administrative Sciences*, 11 (2), 45.
- Bameri, M., salimi, G., Marzooqi, R., Safavi, S. A., & Mohammadi, M. (2023). Competencies of engineering students and equirements of universities and higher education centers to adapt to Industry 4.0: A study based on the meta-synthesis. *Iranian Journal of Engineering Education*, 24 (96), 1-30. [in Persian].
- Barakat, S., Boddington, M., & Vyakarnam, S. (2014). Measuring entrepreneurial self-efficacy to understand the impact of creative activities for learning innovation. *The International Journal of Management Education*, 12 (3), 456-468.
- Batchelor, J. H., & Burch, G. F. (2012). Creative individuals and entrepreneurship: Is there an inherent attraction? *Small Business Institute Journal*, 8 (2), 1-11.
- Béchar, J. P., & Grégoire, D. (2005). Entrepreneurship education research revisited: The case of higher education. *Academy of Management Learning & Education*, 4 (1), 22-43.
- Bignetti, B., Santos, A. C., Hansen, P. B., & Henriqson, E. (2021). The influence of entrepreneurial passion and creativity on entrepreneurial intentions. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 22, eRAMR210082.

- Boysen, M. S. W., Jansen, L. H., & Knage, M. (2020). To share or not to share: a study of educational dilemmas regarding the promotion of creativity and innovation in entrepreneurship education. *Scandinavian Journal of Educational Research*, 64 (2), 211-226.
- Brown, J. L., Hammer, S. J., Perera, H. N., & McIlveen, P. (2022). Relations between graduates' learning experiences and employment outcomes: A cautionary note for institutional performance indicators. *International Journal for Educational and Vocational Guidance*, 22 (1), 137-156.
- Cui, J., Sun, J., & Bell, R. (2021). The impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial mindset of college students in China: The mediating role of inspiration and the role of educational attributes. *The International Journal of Management Education*, 19 (1), 100296.
- Diawati, P., Ausat, A. M. A., & Augustin, J. (2023). Creativity: How to develop an entrepreneurial attitude of creativity. *Journal on Education*, 5 (4), 11116-11122.
- DiLiello, T. C., & Houghton, J. D. (2008). Creative potential and practised creativity: Identifying untapped creativity in organizations. *Creativity and Innovation Management*, 17 (1), 37-46.
- Duong, C. D. (2023). Applying the stimulus-organism-response theory to investigate determinants of students' social entrepreneurship: moderation role of perceived university support. *Social Enterprise Journal*.
- Edwards-Schachter, M., García-Granero, A., Sánchez-Barrioluengo, M., Quesada-Pineda, H., & Amara, N. (2015). Disentangling competences: Interrelationships on creativity, innovation and entrepreneurship. *Thinking Skills and Creativity*, 16, 27-39.
- Eid, R., Badewi, A., Selim, H., & El-Gohary, H. (2019). Integrating and extending competing intention models to understand the entrepreneurial intention of senior university students. *Education+ Training*.
- Elliott, C., Mavriplis, C., & Anis, H. (2020). An entrepreneurship education and peer mentoring program for women in STEM: mentors' experiences and perceptions of entrepreneurial self-efficacy and intent. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16 (1), 43-67.
- Ewijk, A. V., & Aomar, R. A. (2016). Inspiration, self-awareness and entrepreneurial intentions: A mixed-method case study of postgraduate engineering students in the UAE.
- Faranda, W. T., Clarke, T. B., & Clarke III, I. (2021). Marketing student perceptions of academic program quality and relationships to surface, deep, and strategic learning approaches. *Journal of Marketing Education*, 43 (1), 9-24.
- Farashah, A. D. (2015). The effects of demographic, cognitive and institutional factors on development of entrepreneurial intention: Toward a socio-cognitive model of entrepreneurial career. *Journal of International Entrepreneurship*, 13 (4), 452-476.
- Fathi Vajargah, K. (2015). Basic principles and concepts of curriculum planning, *Tehran: Elm Ostadan*. [in Persian].
- Foolady, A., Rahmani, J., & Keshtiaray, N. (2020). Explaining the concept of transformational curriculum in view of its application in developing creativity of students in Iranian educational system. *Journal of Research in Educational Science*, 14 (49), 125-140. [in Persian].
- Gieure, C., Benavides-Espinosa, M. D. M., & Roig-Dobón, S. (2019). Entrepreneurial intentions in an international university environment. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25 (8), 1605-1620.
- Henseler, J., & Sarstedt, M. (2013). Goodness-of-fit indices for partial least squares path modeling. *Computational Statistics*, 28, 565-580.
- Herman, E. (2018). Innovation and entrepreneurship for competitiveness in the EU: an empirical analysis. *In Proceedings of the International Conference on Business Excellence*, 12 (1), 425-435. Sciendo.
- Iqbal, J., Yi, X., Ashraf, M. A., Chen, R., Ning, J., Perveen, S., & Imran, Z. (2022). How curriculum delivery translates into entrepreneurial skills: The mediating role of knowledge of information and communication technology. *Plos one*, 17 (5), e0265880.
- Kalantari, E., Nourizadeh, M., & Arabiui, A. (2019). Identifying and measuring factors affecting entrepreneurial intention in engineering students of Al-Zahra University. *Research of Womens*, 1 (1), 55-74. [in Persian].



- Kerr, S. P., Kerr, W. R., & Xu, T. (2018). Personality traits of entrepreneurs: A review of recent literature. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 14 (3), 279–356.
- Kousari, M., & Nouroozzadeh, R. (2010). Description of the characteristics of the quadruplet elements undergraduate curriculum with emphasis on training entrepreneurship skills. *Journal of Research and Planning in Higher Education*, 15 (4 (54)), 1–18. [in Persian].
- Kumar, R., & Shukla, S. (2022). Creativity, proactive personality and entrepreneurial intentions: examining the mediating role of entrepreneurial self-efficacy. *Global Business Review*, 23 (1), 101–118.
- Lagua, A., Moriano, J. A., & Gorgievski, M. J. (2019). A psychosocial study of self-perceived creativity and entrepreneurial intentions in a sample of university students. *Thinking Skills and Creativity*, 31, 44–57.
- 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.
- Liu, H. C., Liang, C., Chang, C. C., Ip, C. Y., & Liang, C. T. (2021). Optimizing personality traits and entrepreneurial creativity to boost the precursors of social entrepreneurial intentions: Five studies in Taiwan. *Journal of Social Service Research*, 47 (1), 10–32.
- Loon, M., & Bell, R. (2018). The moderating effects of emotions on cognitive skills. *Journal of Further and Higher Education*, 42 (5), 694–707.
- Mahboubi, T., Karimi, S. b. A., & Mehboobi, K. (2017). Investigating the relationship between hidden curriculum and motivational beliefs and entrepreneurship of Payam Noor University students. *Research in School and Virtual Learning*, 3 (59), 101–109. [in Persian].
- Martins, C. S. (2023). Making creative and entrepreneurial selves in education: The governing of Life in contemporary time. In cultural sustainability and arts education: *International Perspectives on the Aesthetics of Transformation* (pp. 79–95). Singapore: Springer Nature Singapore.
- Milyavskaya, M., Ianakieva, I., Foxen-Craft, E., Colantuoni, A., & Koestner, R. (2012). Inspired to get there: The effects of trait and goal inspiration on goal progress. *Personality and Individual Differences*, 52 (1), 56–60.
- Moemeke, C. D. (2013). Innovating science education for technical entrepreneurship: The curriculum dimension. *Business & Entrepreneurship Journal*, 2 (2), 39–46.
- Mohammad Shafi, M., Nistani, M. Z., Mirshah-Jaafari, S. A., & Taqvai, V. (2020). Evaluation of curriculum quality in skill training; Case study: Shariati Technical and Vocational College of Architecture, Tehran. *New Educational Approaches*, 15 (1), 79–102. [in Persian].
- Mohammadpour, S., Salarzahi, H., Kamalian, A. R., Yaghoubi, N. M., & Mehdi, M. (2021). Identification and analysis of the strategic drivers of entrepreneurial university using by cross impact analysis approach. *Iranian Journal of Engineering Education*, 23 (89), 133–156. [in Persian].
- Monavarifard, F., Movahed Mohammadi, s.h., & Rezvanfar, A. (2019). Analyzing effects of curriculum components on entrepreneurial spirit of students, case study: Higher Education Applied Science centers in Alborz province. *TO Entrepreneurial Research Approaches to Agriculture*, 2, 2 (6), 1–14. [in Persian].
- Moradi, M. A., Zali, M. R., & Parmian, R. (2015). The effect of social capital on entrepreneurial intention: The Case of MA students of the school of Electrical and Computer Engineering of Tehran University. *Journal of Entrepreneurship Development*, 8 (1), 1–19. [in Persian].
- Murad, M., Li, C., Ashraf, S. F., & Arora, S. (2021). The influence of entrepreneurial passion in the relationship between creativity and entrepreneurial intention. *International Journal of Global Business and Competitiveness*, 16 (1), 51–60.
- Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N., & Walmsley, A. (2017). The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research agenda. *Academy of Management Learning & Education*, 16 (2), 277–299.
- Nabi, G., Walmsley, A., Liñán, F., Akhtar, I., & Neame, C. (2018). Does entrepreneurship education in the first year of higher education develop entrepreneurial intentions? The role of learning and inspiration. *Studies in Higher Education*, 43 (3), 452–467.



- Nasiru, A., Keat, O. Y., & Bhatti, M. A. (2015). Influence of perceived university support, perceived effective entrepreneurship education, perceived creativity disposition, entrepreneurial passion for inventing and founding on entrepreneurial intention. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6 (3), 88.
- Naveed, R. T., Alhaidan, H., Al Halbusi, H., & Al-Swidi, A. K. (2022). Do organizations really evolve? The critical link between organizational culture and organizational innovation toward organizational effectiveness: Pivotal role of organizational resistance. *Journal of Innovation & Knowledge*, 7 (2), 100178.
- Nguyen, T. T., Nguyen, L. T. P., Phan, H. T. T., & Vu, A. T. (2021). Impact of entrepreneurship extracurricular activities and inspiration on entrepreneurial intention: Mediator and moderator effect. *SAGE Open*, 11 (3), 215824402111032174.
- Nielsen, S. L., Klyver, K., Evald, M. R., & Bager, T. (2021). Entrepreneurship in theory and practice: Paradoxes in Play. *Edward Elgar Publishing*.
- Noor, N. H. M., & Malek, E. N. (2021). An application of Theory of Planned Behavior in determining student entrepreneurship intention. *Jurnal Intelek*, 16 (1), 207-214.
- Oladian, M., Saif Naraghi, M., Naderi, A., & Shariatmadari, A. (2010). Investigating the factors affecting the development of entrepreneurship from the perspective of graduates of Tehran University and entrepreneurial managers of Tehran city in order to provide a suitable model for the curriculum of the bachelor's course in educational sciences (educational management and planning). *Educational Management Innovations (New Thoughts in Educational Sciences)*, 5 (2 (series 18)), 81-103. [in Persian].
- Oleynick, V. C., Thrash, T. M., LeFev, M. C., Moldovan, E. G., & Kieffaber, P. D. (2014). The scientific study of inspiration in the creative process: Challenges and opportunities. *Frontiers in Human Neuroscience*, 8, 436.
- Oreku, G. S. (2023). Deployment of computer science curriculum: does that translate into entrepreneurial skills? mediating from ICT role. *Journal of Education and Development*, 7 (1), 11.
- Pathak, S., & Goltz, S. (2021). An emotional intelligence model of entrepreneurial coping strategies. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 27(4), 911-943.
- Rahayuningsih, T. (2022). Effectiveness of entrepreneur education for entrepreneurial intention through creativity and entrepreneurial self-efficacy. In *4th International Conference on Educational Development and Quality Assurance (ICED-QA 2021)* (pp. 347-351). Atlantis Press.
- Rebollo, F. V., & Ivars Baidal, J. A. (2004). Sustainability indicators in Spanish tourism. Plicy, University of Alicante.
- Ridley, D., Davis, B., & Korovyakovskaya, I. (2017). Entrepreneurial mindset and the university curriculum. *Journal of Higher Education Theory and Practice*, 17 (2), 79.
- Robinson, S., & Stubberud, H. A. (2014). Teaching creativity, team work and other soft skills for entrepreneurship. *Journal of Entrepreneurship Education*, 17(2), 186.
- Rodrigues, A. P., Jorge, F. E., Pires, C. A., & António, P. (2019). The contribution of emotional intelligence and spirituality in understanding creativity and entrepreneurial intention of higher education students. *Education+ Training*, 61 (7/8), 870-894.
- Rumble, R., & Minto, N. A. (2017). How to use analogies for creative business modelling, *Journal of Business Strategy*.
- Runco, M. A., & Pritzker, S. R. (Eds.). (2020). Encyclopedia of creativity. *Academic press*.
- Salehi, L., Manuri Fard, F., & Mohammadi, Y. (2016). Curriculum components on the entrepreneurial self-efficacy of Alborz agricultural scientific-applied higher education centers. *Agricultural Education Management Research*, 8 (39), 16-27. [in Persian].
- Shirokova, G., Osiyevskyy, O., Morris, M. H., & Bogatyreva, K. (2017). Expertise, university infrastructure and approaches to new venture creation: assessing students who start businesses. *Entrepreneurship & Regional Development*, 29 (9-10), 912-944.
- Shujaei, A., Arefi, M., Fathi Vajargah, K., & Shams Murkani, G. R. (2020). Curriculum based on entrepreneur-centered identity crisis strategy in higher education (case study: graduates of educational sciences). *Scientific*

- Journal of Higher Education of Iran*. 11 (3), 127-154. [in Persian].
- Sijabet, E. A. S., Nimran, U., Utami, H. N., & Prasetya, A. (2021). The effects of dynamic capabilities, entrepreneurial creativity and ambidextrous innovation on firm's competitiveness. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8 (1), 711-721.
  - Smith, R. M., Sardeshmukh, S. R., & Combs, G. M. (2016). Understanding gender, creativity, and entrepreneurial intentions. *Education+ Training*.
  - Sokhtanlu, M. (2015). Analysis of the effectiveness of the agricultural higher education system on developing entrepreneurial skills from the point of view of agricultural graduate students (case study: Mohaghegh Ardabili University). *Entrepreneurship Strategies in Agriculture*, 3 (6), 34-43. [in Persian].
  - Souitaris, V., Zerbini, 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.
  - Taatila, V. P. (2010). Learning entrepreneurship in higher education. *Education+ Training*.
  - Tantawy, M., Herbert, K., McNally, J. J., Mengel, T., Piperopoulos, P., & Foord, D. (2021). Bringing creativity back to entrepreneurship education: Creative self-efficacy, creative process engagement, and entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing Insights*, 15, e00239.
  - Thrash, T. M., & Elliot, A. J. (2003). Inspiration as a psychological construct. *Journal of personality and Social Psychology*, 84 (4), 871.
  - Thrash, T. M., Elliot, A. J., Maruskin, L. A., & Cassidy, S. E. (2010). Inspiration and the promotion of well-being: tests of causality and mediation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 98 (3), 488.
  - Turker, D., & Selguk, S. S. (2009). Which factors affect entrepreneurial intention of university students? *Journal of European Industrial Training*, 33 (2), 142-159.
  - Turkzadeh, J., Marzooqi, R. A., Mohammadi, M., Salmi, Q., & Khazuri, F. (2016). Elaboration of evaluation framework of higher education curricula based on strategic approach. *Journal of Planning Research*, 6 (21), 41-64. [in Persian].
  - Van Ewijk, A. R., Nabi, G., & Weber, W. (2021). The provenance and effects of entrepreneurial inspiration. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
  - Wang, C., Mundorf, N., & Salzarulo-McGuigan, A. (2022). Entrepreneurship education enhances entrepreneurial creativity: The mediating role of entrepreneurial inspiration. *The International Journal of Management Education*, 20 (2), 100570.
  - Ward, T. B. (2004). Cognition, creativity, and entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 19 (2), 173-188.
  - Wartiovaara, M., Lahti, T., & Wincent, J. (2019). The role of inspiration in entrepreneurship: Theory and the future research agenda. *Journal of Business Research*, 101, 548-554.
  - Wibowo, A., & Narmaditya, B. S. (2022). Predicting students' digital entrepreneurial intention: The mediating role of knowledge and inspiration. *Dinamika Pendidikan*, 17 (1), 25-36.
  - Yamani Douzi Sorkhabi, M. (2012). Quality in higher education, Tehran. *Samt Publishers*. [in Persian].
  - Yao, Y. (2019). Does higher education expansion enhance productivity? *Journal of Macroeconomics*, 59, 169-194.
  - Zampetakis, L. A., & Moustakis, V. (2006). Linking creativity with entrepreneurial intentions: A structural approach. *The International Entrepreneurship and Management Journal*, 2 (3), 413-428.



◀ مهدیه خلیلی خضرابادی؛ دانشجوی دکتری مدیریت آموزش عالی دانشگاه سراسری ارومیه و علائق پژوهشی او در حوزه مدیریت آموزش عالی و کارآفرینی است.



◀ محمد حسنی؛ دکتری مدیریت آموزشی از دانشگاه دیژون فرانسه، استاد و عضو هیئت علمی دانشگاه ارومیه و حوزه پژوهشی ایشان متمرکز بر مدیریت و برنامه‌ریزی آموزشی است.



◀ بهناز مهاجران؛ دکتری مدیریت آموزشی از دانشگاه علامه طباطبائی، دانشیار گروه علوم تربیتی و عضو هیئت علمی تمام‌وقت در دانشگاه ارومیه است.



◀ رضا فتحی؛ دکتری برنامه‌ریزی آموزشی است و به عنوان استادیار پژوهشگاه مواد و انرژی فعالیت دارد.

