

Investigating the Impact of Entrepreneurship Profile on Entrepreneurship Intention Considering the Moderating Role of University Environment (Case Study: Entrepreneurship Students in University of Sistan and Baluchestan)

Milad Gouran¹ | Fataneh Baharvand²

1. Department of Management and Accounting, Faculty of Management and Human Sciences, Velayat University, Iranshahr, Iran.
(Corresponding Author). E-mail: m.gouran@velayat.ac.ir
2. Department of Management and Accounting, Faculty of Management and Human Sciences, Velayat University, Iranshahr, Iran.
E-mail: f.baharvand@velayat.ac.ir

Article Info

ABSTRACT

Article type:
Research Article

Article history:

Received: 30 Jul 2023

Received in revised form:
13 Aug 2023

Accepted: 14 Aug 2023

Available online: 14 Aug
2023

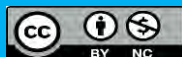
Keywords:

Sociability;
Self-Efficacy;
Risk-Taking;
Entrepreneurship
Intention;
Entrepreneurship Profile;
Innovation.

The main purpose of this study was to investigate the impact of entrepreneurship profile on entrepreneurship intention considering the moderating role of university environment. This applied research is in correlational type in terms of method. The statistical population consisted of all 130 students of Entrepreneurship Department in the University of Sistan and Baluchestan. A sample of 95 people was selected using simple random sampling and Morgan table. The data gathering tool was questionnaire. The reliability of the questionnaire was examined by two features of combined reliability and factor loading coefficients and was confirmed by using convergent and divergent validity. Partial least squares method in Smart PLS 3 software was used to investigate measurement and structural models as well as research hypothesis. The research findings did not confirm the moderating role of university environment toward the relationship between entrepreneurship profile and students' entrepreneurship intention but the relatively strong positive impact of the entrepreneurship profile on the students' entrepreneurship intention was confirmed. In other words, by strengthening the four variables of self-efficacy, risk-taking, innovation and sociability, which are considered as entrepreneurial profiles in this research, the entrepreneurial intention of the studied people can be increased. Also, the relationship between university environment and entrepreneurial intention was rejected; This means respondents believe that university environment does not play a role in creating entrepreneurial intention. According to the results, holding several and varied educational workshops in order to create an enchanting and stimulating environment and also inviting successful and top entrepreneurs as role models in teaching entrepreneurship is recommended.

Education and Management of Entrepreneurship, 2023, Vol. 2, No. 2, pp 59-78

Cite this article: Gouran, M., & Baharvand, F. (2023). Investigating the Impact of Entrepreneurship Profile on Entrepreneurship Intention Considering the Moderating Role of University Environment (Case Study: Entrepreneurship Students in University of Sistan and Baluchestan). *Education and Management of Entrepreneurship*, 2 (2), 59-78. doi: 10.22126/eme.2023.9435.1041 (in Persian).



© The Author(s).

DOI: <https://doi.org/10.22126/eme.2023.9435.1041>

Publisher: Razi University

بررسی تأثیر نیمرخ کارآفرینی بر قصد کارآفرینی با تعدیل‌گری محیط دانشگاه (مورد مطالعه: دانشجویان گروه کارآفرینی دانشگاه سیستان و بلوچستان)

میلاد گوران^۱ | فتنانه بهاروند^۲

۱. گروه مدیریت و حسابداری، دانشکده علوم انسانی و مدیریت، دانشگاه ولایت، ایرانشهر، ایران.

(نویسنده مسئول): m.gouran@velayat.ac.ir

۲. گروه مدیریت و حسابداری، دانشکده علوم انسانی و مدیریت، دانشگاه ولایت، ایرانشهر، ایران.

رایانامه: f.baharvand@velayat.ac.ir

اطلاعات مقاله | چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر نیمرخ کارآفرینی بر قصد کارآفرینی با تعدیل‌گری محیط دانشگاه انجام شده است. نوشتار پیش‌رو از لحاظ هدف، کاربردی و به لحاظ روش انجام کار از نوع توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری شامل همه دانشجویان گروه کارآفرینی دانشگاه سیستان و بلوچستان به تعداد ۱۳۰ نفر بود که نمونه آماری ۹۵ نفری از آنان با روش تصادفی ساده و با استفاده از جدول کرجسی و مورگان انتخاب گردید. ابزار گردآوری داده‌ها پرسش‌نامه بود. پایایی ابزار به وسیله دو معیار پایایی ترکیبی و ضرایب بار عاملی و روایی آن با استفاده از روایی همگرا و روایی واگرا تأیید شد. به منظور بررسی مدل‌های اندازه‌گیری، ساختاری و آزمون فرضیات از روش حداقل مربعات جزئی در نرم‌افزار Smart PLS نسخه ۳ استفاده شد. یافته‌های پژوهش، نقش تعدیل‌گری محیط دانشگاه مذکور بر رابطه بین نیمرخ کارآفرینی و قصد کارآفرینی دانشجویان را تأیید نکرد اما وجود تأثیر مثبت نسبتاً قوی نیمرخ کارآفرینی بر قصد کارآفرینی دانشجویان تأیید گردید. به عبارت دیگر با تقویت چهار متغیر خودکارآمدی، ریسک‌پذیری، نوآوری و اجتماعی بودن، می‌توان قصد کارآفرینی افراد را بالا برد. همچنین رابطه بین محیط دانشگاه و قصد کارآفرینی رد شد به این معنا که بر اساس نتایج، محیط دانشگاه سیستان و بلوچستان در ایجاد قصد کارآفرینی افراد نقش تعیین‌کننده‌ای نداشت. بر اساس نتایج، برگزاری کارگاه‌های آموزشی متعدد و متنوع جهت ایجاد محیطی جذاب و محرک و همچنین دعوت از کارآفرینان موفق و برتر به عنوان الگو در زمینه آموزش کارآفرینی پیشنهاد گردید.

نوع مقاله:

مقاله علمی-پژوهشی

تاریخچه مقاله:

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۵/۰۸

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۰۵/۲۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۵/۲۳

دسترسی آنلاین: ۱۴۰۲/۰۵/۲۳

کلیدواژه‌ها:

اجتماعی بودن،

خودکارآمدی،

ریسک‌پذیری،

قصد کارآفرینی،

نیمرخ کارآفرینی،

نوآوری.

آموزش و مدیریت کارآفرینی، دوره ۲، شماره ۲، سال ۱۴۰۲، صفحات ۷۸-۵۹

استناد: گوران، میلاد؛ بهاروند، فتنانه (۱۴۰۲). بررسی تأثیر نیمرخ کارآفرینی بر قصد کارآفرینی با تعدیل‌گری محیط دانشگاه (مورد مطالعه: دانشجویان گروه کارآفرینی دانشگاه سیستان و بلوچستان). آموزش و مدیریت کارآفرینی، ۲ (۲)، ۵۹-۷۸. doi:

10.22126/eme.2023.9435.1041



© نویسندگان

DOI: <https://doi.org/10.22126/eme.2023.9435.1041>

ناشر: دانشگاه رازی

مقدمه

بحران بیکاری یکی از معضلات اصلی و مهم کشور به شمار می‌آید. مرکز آمار ایران نرخ بیکاری در میان جمعیت ۱۵ تا ۲۴ ساله در پایان سال ۱۳۹۷ را ۲۸/۱٪ اعلام کرده است (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۸). اشتغال دانش‌آموختگان از جمله چالش‌هایی است که همواره مورد توجه برنامه‌ریزان آموزشی در کشورهای مختلف بوده و نظام آموزشی کشور ما نیز از این قاعده مستثنا نخواهد بود (رضایی و همکاران، ۱۳۹۶). با توجه به حجم بالای فارغ‌التحصیلان دانشگاهی و عدم وجود بازار کار دولتی برای همه‌ی افراد، کارآفرینی می‌تواند سهم مهمی در اشتغال افراد و نیز رشد و پیشرفت جامعه داشته باشد (حسینی و خسروی‌لقب، ۱۳۹۵). بدون شک، بررسی توانمندی‌های مفهوم کارآفرینی در جامعه و گسترش آن می‌تواند گره‌گشای بسیاری از مشکلات موجود در بخش اشتغال کشور به خصوص فارغ‌التحصیلان دانشگاهی بوده و راه توسعه همه جانبه را فراهم نماید (عسقی عراقی و غنی‌پور، ۱۳۹۶). از آنجا که افزایش قصد کارآفرینانه منجر به افزایش فعالیت‌های کارآفرینانه و در نتیجه توسعه کارآفرینی می‌شود (بوسما و همکاران^۱، ۲۰۰۸)، بنابراین در جامعه امروزی توجه به قصد کارآفرینانه می‌تواند راهکار ارزشمندی برای ایجاد تفکر کارآفرینی و اشتغال دانش‌آموختگان آموزش عالی و به موازات آن بهبود بحران بیکاری جامعه باشد (صیف و همکاران، ۱۳۹۳). قصد کارآفرینی از عوامل مؤثر در راه‌اندازی یک کسب و کار جدید و کارآفرینانه است (صادقی و ملکی‌نیا، ۱۳۹۰) و به تعبیری مهم‌ترین پیش‌بینی‌کننده رفتار کارآفرینانه در آینده خواهد بود (کاتونن و همکاران^۲، ۲۰۱۵)؛ بنابراین، اندازه‌گیری قصد کارآفرینانه و شناسایی عوامل مؤثر بر آن فرصتی فراهم می‌کند تا درک بهتری از چگونگی بروز فعالیت‌های کارآفرینانه به‌دست آید و پیش‌بینی دقیق‌تری از احتمال وقوع آن صورت پذیرد (بارال و همکاران^۳، ۲۰۱۸).

نتایج بسیاری از مطالعات بیانگر آن است که ویژگی‌های روان‌شناختی کارآفرینان از جمله مهم‌ترین عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینانه هستند (نگا و شاموگاناتا^۴، ۲۰۱۰) و این ویژگی‌ها در بهبود نگرش‌های کارآفرینانه و افزایش توانمندی افراد در راستای توسعه کارآفرینی و خوداشتغالی تأثیرگذار می‌باشند (علم بیگی و همکاران، ۱۳۹۶). در رویکرد ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه، اعتقاد بر این است که برخی ویژگی‌های شخصیتی تعریف شده می‌توانند زمینه‌ساز توسعه روحیه کارآفرینی در انسان باشند که از آن به‌عنوان نیمرخ کارآفرینی یاد می‌شود (نعمتی، ۱۳۹۲). از طرف دیگر، آنچه مسلم است اینکه اگر تمامی شرایط و عوامل فردی هم مساعد باشد، موفقیت حاصل نخواهد شد مگر آنکه عوامل محیطی به شکل مطلوبی فراهم شوند (رازقندی و درانی، ۱۳۸۸). محیط‌های مساعد کارآفرینی، افراد را به سرمایه‌گذاری در کسب و کارهای جدید تشویق نموده و به‌گونه‌ای بالقوه قصد کارآفرینی افراد را برای سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های مخاطره‌آمیز تقویت می‌کنند (صادقی و ملکی‌نیا، ۱۳۹۰).

وقتی دانشجویان تصور کنند که محیط، از جمله محیط دانشگاه، از فعالیت‌های کارآفرینی حمایت می‌کند، احتمال بیشتری دارد که به ایجاد کسب و کار اقدام کنند. از سویی دیگر، وقتی آن‌ها محیط را برای کارآفرینی نامساعد بدانند، با وجود نگرش مثبت به کارآفرینی، تمایل کمتری برای ایجاد کسب و کار جدید خواهند داشت (شوارتز و همکاران^۵، ۲۰۰۹). با توجه به آنچه گفته شد، برای خروج دانش‌آموختگان از بحران بیکاری باید به شکل‌گیری قصد کارآفرینانه در میان دانشجویان اقدام نمود که این امر از طریق آموزش کارآفرینی در سطح

1. Bosma et al.
2. Kautonen et al.
3. Barral et al.
4. Nga & Shamuganathan
5. Schwartz et al.

دانشگاه‌ها محقق می‌شود. برای ایجاد و شناسایی قصد کارآفرینانه باید عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینی دانشجویان مورد بررسی قرار گیرد.

بر اساس یک تقسیم‌بندی از عوامل تأثیرگذار بر کارآفرینی، رویکرد درون به برون و برون به درون مطرح شده است. در رویکرد درون به برون، ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه مورد بررسی و تأکید قرار می‌گیرد. از سوی دیگر، در رویکرد برون به درون کارآفرینان بر اساس عوامل زمینه‌ای و محیطی توصیف و تحلیل می‌شوند (صادقی و ملکی‌نیا، ۱۳۹۰).

دانشگاه سیستان و بلوچستان طی سال‌های اخیر برنامه‌های زیادی را در راستای تحقق دانشگاه نسل سوم یا دانشگاه کارآفرین آغاز نموده و یکی از پیشگامان آموزش کارآفرینی در قالب یک رشته دانشگاهی مشخص بوده است. با توجه به اینکه در جامعه مد نظر، تا کنون پژوهشی انجام نشده است که اثرگذاری عوامل درون‌زا و برون‌زا بر قصد کارآفرینانه را به طور هم‌زمان بررسی کند، پژوهش حاضر با در نظر گرفتن اهمیت ویژگی‌های کارآفرینانه افراد (به عنوان عوامل درون‌زا) در تحقق کارآفرینی و نیز توجه به نقش دانشگاه (به عنوان یک عامل برون‌زا و مهم‌ترین محیطی که فرد در آن به صورت علمی با آموزش‌های کارآفرینانه مواجه می‌شود)، در پی پاسخ به این سؤال اصلی است که آیا نیمرخ کارآفرینانه دانشجویان کارآفرینی بر قصد کارآفرینی آنان مؤثر است و محیط دانشگاه سیستان و بلوچستان می‌تواند به عنوان یک متغیر تعدیل‌گر بر رابطه بین نیمرخ کارآفرینی و قصد کارآفرینی دانشجویان اثر بگذارد؟

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

کارآفرینی رفتار است؛ البته رفتاری مبتنی بر قصد و اراده آگاهانه؛ به عبارت دیگر، پیش از آنکه فرد اقدام به رفتار (عمل کارآفرینانه راه‌اندازی کسب و کار جدید) کند، باید قصد این اقدام را داشته باشد. در واقع بر اساس تئوری رفتار برنامه‌ریزی‌شده، هر نوع رفتاری نیازمند مقدار معینی برنامه‌ریزی است که می‌تواند به وسیله قصد فرد پیش‌بینی شود. از این رو، راه‌اندازی کسب و کار جدید توسط یک فرد از طریق مطالعه قصد وی برای انجام این کار قابل پیش‌بینی است (آجنز^۱، ۱۹۹۱). قصد کارآفرینی آن ویژگی است که فرد را هدایت می‌کند تا به دنبال یک شغل غیر دولتی برود و یا اقدام به تأسیس یک کسب و کار جدید نماید (فایول و لینان^۲، ۲۰۱۴). در تعریفی، قصد کارآفرینانه به عنوان انتظار راه‌اندازی یک کسب و کار در سه سال آینده است (زالی و همکاران، ۱۳۸۹). از دهه ۱۹۸۰ تا کنون، اندیشمندانی از کشورهای مختلف به بررسی عوامل و متغیرهای مختلف فردی، اجتماعی، اقتصادی و روان‌شناختی تأثیرگذار بر قصد کارآفرینی پرداخته‌اند و الگوهای مهمی از جمله الگوی رویداد کارآفرینانه شاپیرو^۳ (۱۹۸۲)، نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده آجنز (۱۹۹۱)، الگوی پتانسیل کارآفرینانه کروگر و برازیل^۴ (۱۹۹۴)، الگوی اقتصادی-روان‌شناسانه دیویدسون^۵ (۱۹۹۵)، الگوی شناختی-فرهنگی قصد کارآفرینانه بیزینیتز و لائو^۶ (۱۹۹۶) و الگوی قصد کارآفرینی کروگر (۲۰۰۷) ارائه شده‌اند (آراستی و همکاران، ۱۳۹۰). به نقل از رضایی و همکاران، (۱۳۹۶). با این وجود، دو مدل از مدل‌های قصد کارآفرینی توجه ویژه‌ای را به خود جلب کرده‌اند: نظریه رویداد کارآفرینانه شاپیرو^۷ و نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده آجنز^۸.

1. Ajzen
2. Fayolle & Liñán
3. Shapero
4. Krueger & Brazeal
5. Davidsson
6. Busenitz & Lau
7. Entrepreneurial Event Model
8. Theory of Planned Behavior

در مدل رویداد کارآفرینانه شاپیرو، مطلوبیت ادراک شده، امکان‌پذیری ادراک شده و تمایل به انجام کار به عنوان پیش‌بینی‌کننده‌های اولیه قصد کارآفرینانه نقش مهمی در شروع کسب و کارهای کارآفرینانه دارند. گرایش مثبت به کارآفرینی به عنوان حلقه میانی در کنار قابل دسترس بودن و امکان اجرای فعالیت‌های کارآفرینی به قصد فرد در روی آوردن به این فعالیت‌ها قوت می‌بخشد (شاپیرو و سوکول^۱، ۱۹۸۲).

بر اساس نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده آجزن، قصد کارآفرینی تحت تأثیر سه عامل انگیزشی قرار دارد: نگرش فرد نسبت به رفتار (ارزشیابی مثبت یا منفی در مورد انجام آن رفتار)؛ هنجارهای ذهنی (فشار اجتماعی درک شده توسط فرد برای انجام دادن یا انجام ندادن رفتار)؛ کنترل رفتاری درک شده (درک فرد از میزان دشواری یا آسانی رفتار و میزان موفقیت وی در انجام آن رفتار) (لینان و چن^۲، ۲۰۰۹).

قصد افراد برای پیگیری حرفه کارآفرینی می‌تواند برگرفته از شرایط محیطی (عوامل اقتصادی، سیاسی و اجتماعی) و عوامل فردی و حتی تفاوت در نحوه شناسایی فرصت باشد (صفری جعفرلو و همکاران، ۱۳۹۶). افرادی با ویژگی‌های شخصیتی معین ممکن است بیش از دیگران به سمت کارآفرینی و خوداشتغالی سوق پیدا کنند (کریمی، ۱۳۹۶). ویژگی‌های روان‌شناختی کارآفرینان نظیر مرکز کنترل درونی، تحمل ابهام، توفیق‌طلبی، ریسک‌پذیری و غیره از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینان هستند (نگا و شاموگاناتا، ۲۰۱۰). هشت متغیر کانون کنترل، رؤیایپردازی، سلاست فکری، ریسک‌پذیری متعادل، توفیق‌طلبی، تحمل ابهام، چالش‌طلبی و عمل‌گرایی در اغلب تحقیقات حوزه کارآفرینی به عنوان ویژگی‌ها و مشخصه‌های کارآفرینان مد نظر بوده‌اند (گوران و بهاروند، ۱۳۹۷). پژوهشگرانی نظیر کانیزارس و گارسیا^۳ (۲۰۱۰)، شانک^۴ (۲۰۱۱)، چالانباتار و همکاران^۵ (۲۰۱۱) و آلتینی و همکاران^۶ (۲۰۱۲)، اسپریتوالموس و ساستر کاستیلو^۷ (۲۰۱۵)، محمدی آلمانی و همکاران (۱۳۹۲)، صیف و همکاران (۱۳۹۳)، زمانی علایی و امیدنی نجف‌آبادی (۱۳۹۳)، غیائی (۱۳۹۵)، حسینی و خسروی لقب (۱۳۹۵)، عشقی عراقی و غنی‌پور (۱۳۹۶)، حسینی‌نیا و همکاران (۱۳۹۶) و اوتادی و صفری (۱۳۹۸) بر اهمیت توجه به برخی ویژگی‌های فردی مانند نیاز به پیشرفت، تحمل ابهام، کنترل درونی، ریسک‌پذیری، شخصیت بیش‌فعال، خودکارآمدی کارآفرینی، چالش‌طلبی، سبک زندگی، مهارت بازاریابی، خلاقیت، نوآوری، تجربه حرفه‌ای، استقلال‌طلبی، انگیزه کارآفرینی، شبکه‌های اجتماعی و اعتمادبه‌نفس به عنوان ویژگی‌هایی که بر قصد کارآفرینی افراد اثر دارد، تأکید کرده‌اند.

در پژوهش حاضر، چهار متغیر خودکارآمدی، ریسک‌پذیری، نوآوری و اجتماعی بودن به عنوان متغیرهای تشکیل‌دهنده نیمرخ کارآفرینی افراد در نظر گرفته شده‌اند.

۱- **خودکارآمدی:** با توجه به تحقیقات انجام شده، همبستگی مثبتی بین این متغیر و احتمال تبدیل شدن فرد به کارآفرین وجود دارد (لاگونا^۸، ۲۰۱۳). خودکارآمدی مفهومی است که نخستین بار آلبرت باندورا^۹ آن را برای تبیین نظریه شناختی اجتماعی خود ارائه داد و آن را پیش‌شرط اساسی برای شکوفایی استعدادهای پنهان کارآفرینی افراد در نظر گرفت (محسنی و همکاران، ۱۳۹۲). باور به خودکارآمدی، قضاوت فرد در باره ظرفیت خود برای به نمایش

1. Shapero & Sokol
2. Liñán & Chen
3. Cañizares & García
4. Schunk
5. Chuluunbaatar et al.
6. Altinay et al.
7. Espiritu-Olmos & Sastre-Castillo
8. Laguna
9. Albert Bandura

گذاشتن یک فعالیت مشخص است (لی و لی^۱، ۲۰۱۴) و در حوزه کارآفرینی، این باور برای داشتن انگیزه کارآفرینی و تلاش برای انجام فعالیت‌های کارآفرینانه از ضرورت‌ها به حساب می‌آید (محسنی و همکاران، ۱۳۹۲). افرادی که از نظر کارآفرینی خود را کارآمد می‌دانند، به دنبال تشخیص فرصت‌ها برای شروع یک کسب و کار قابل رشد و ترقی هستند و معمولاً دارای ایده‌هایی برای ارائه محصول یا خدمتی جدید در بازار می‌باشند (چان و همکاران^۲، ۲۰۱۲).

۲- **ریسک‌پذیری:** ریسک‌پذیری به معنای پذیرش و استقبال از خطرات حساب شده در کسب و کار است. (صمدآقایی، ۱۳۷۷). افرادی که این ویژگی را دارند در برخورد با پروژه‌های شخصی خود، متغیرهای اثرگذار بر نتایج کار خود را فهرست و تجزیه و تحلیل می‌کنند و از این طریق بر تداوم انجام پروژه مصمم می‌شوند (روچا و فریتاس^۳، ۲۰۱۴). گورل و همکاران^۴ (۲۰۱۰) در مطالعات خود نشان دادند که یکی از متغیرهای چالش‌برانگیز در مبحث کارآفرینی، ریسک‌پذیری است که از عوامل اصلی تبیین‌کننده قصد کارآفرینانه است.

۳- **نوآوری:** نوآوری تا حد زیادی به عنوان عامل اصلی در ایجاد کسب و کارهای کوچک یا کارآفرینی قلمداد می‌شود (بهاتاچاریا^۵، ۲۰۰۶). کارآفرینان افرادی هستند نوآور که فرصت‌های کسب و کار را شناسایی یا ایجاد می‌کنند؛ همچنین ترکیب جدیدی از منابع را به گونه‌ای جمع‌آوری و هماهنگ می‌سازند که بیشترین منافع از نوآوری آن‌ها در محیط نامطمئن حاصل گردد (هیل^۶، ۲۰۰۱). افراد نوآور افرادی هستند که از ایده‌ها، ابزار یا روش‌های جدید بهره می‌برند (روچا و فریتاس، ۲۰۱۴).

۴- **اجتماعی بودن:** میزان استفاده از شبکه ارتباطات اجتماعی برای پیشبرد فعالیت‌های کاری را نشان می‌دهد و یکی از ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان به شمار می‌آید. بسته به میزان اجتماعی بودن کارآفرینان، آن‌ها قادر خواهند بود تا فرصت‌های مناسب کاری را راحت‌تر یا دشوارتر تشخیص دهند (مارکمن و بارون^۷، ۲۰۰۳). ویژگی‌های یک فرد از نظر مهارت‌های ارتباطی اجتماعی مانند توانایی متقاعد ساختن دیگران، توانایی معاشرت با دیگران، توانایی ارتباط با مافوق و مهارت‌های مذاکره، مهارت‌های عمومی مانند گرایش به پیشرفت، قابلیت اطمینان و اعتماد در فرد، انعطاف‌پذیری و استقلال و همچنین مهارت‌های مدیریتی از جمله ویژگی‌هایی هستند که در صورت برخورداری، انگیزه فرد بالا می‌رود و این انگیزه در شکل‌دهی قصد برای حرکت به سمت امور گوناگون تأثیرگذار خواهد بود (اندرسون و همکاران^۸، ۲۰۰۸). خانواده، دوستان، معلم‌ها و مربیان، شبکه‌های اجتماعی مجازی، دانشگاه و انجمن‌ها می‌توانند در شکل‌گیری قصد کارآفرینی افراد تأثیر داشته باشند (حسینی و خسروی‌لقب، ۱۳۹۶).

محیط دانشگاه: از جمله عواملی که می‌تواند بر قصد کارآفرینانه افراد مؤثر باشد، عوامل محیطی است؛ زیرا افراد دائماً با محیط پیرامون خود در تعامل هستند (معتقد و همکاران، ۱۳۹۸). دانشگاه‌های مختلف در سراسر جهان تلاش می‌کنند تا دانشجویان را به کارآفرینی ترغیب نموده و قصد و رفتار کارآفرینانه را در آنان ارتقاء دهند (توماس و همکاران^۹، ۲۰۱۴). ادراک دانشجویان از محیط کارآفرینانه دانشگاه بر تقویت رفتارهای کارآفرینانه آنان تأثیرگذار

1. Lee & Lee
2. Chan et al.
3. Rocha & Freitas
4. Gurel et al.
5. Bhattacharyya
6. Hill
7. Markman & Baron
8. Anderson et al.
9. Thomas et al.

است (رحمانیان و همکاران، ۱۳۹۱). محیط دانشگاه به عنوان پیش‌بینی کننده قصد کارآفرینانه دانشجویان عمل می‌کند (شوارتز و همکاران، ۲۰۰۹).

کریمی و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که حمایت از سوی خانواده و آشنایان و نیز حمایت دانشگاهی بر قصد کارآفرینی دانشجویان تأثیر مثبت دارد؛ در حالی که فردگرایی، جمع‌گرایی، حمایت و موانع محیطی اثری بر کارآفرین شدن دانشجویان ندارد.

ضیا و همکاران (۱۳۹۲) در پی ارائه مدلی برای ارزیابی کیفیت آموزش کارآفرینی، دریافتند که آموزش کارآفرینی با تکیه بر سه سازه ایجاد مهارت‌های کارآفرینی، ایجاد اشتیاق در جهت انجام فعالیت‌های کارآفرینانه و پرورش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه در دانش‌آموزان، می‌تواند به میزان قابل توجهی بر ایجاد قصد کارآفرینانه در دانش‌آموزان تأثیر مثبت داشته باشد. همچنین دو متغیر توانایی‌های مدرسین و امکانات کمک آموزشی، رابطه میان آموزش کارآفرینی و ایجاد قصد کارآفرینانه در دانش‌آموزان را تعدیل می‌نمایند.

کریمی (۱۳۹۵) در بررسی تأثیر عوامل فردی و محیطی بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینی و نقش تعدیلی محیط کارآفرینی، به این نتیجه رسید که سه متغیر فردی خلاقیت، تجربه کارآفرینی و الگوی نقش، با متغیر تشخیص فرصت رابطه معنادار دارند که قوی‌ترین رابطه میان خلاقیت و تشخیص فرصت بود. علاوه بر این، محیط کارآفرینی بر رابطه بین خلاقیت و تشخیص فرصت تأثیر دارد؛ به‌گونه‌ای که برای سطوح مثبت‌تر محیط کارآفرینی، این رابطه قوی‌تر است؛ اما نقش تعدیل‌کننده محیط کارآفرینی بر روابط میان تجربه کارآفرینی و الگوی نقش کارآفرینی با تشخیص فرصت تأیید نشد.

در پژوهش معتقد و همکاران (۱۳۹۸) که به تحلیل تأثیر نقش عوامل محیطی بر قصد کارآفرینی دیجیتال توسط دانشجویان علوم کامپیوتر پرداختند، این نتیجه به دست آمد که بین سه متغیر انگیزشی در مدل رفتار برنامه ریزی شده با قصد کارآفرینانه دانشجویان رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. نتایج همچنین نشان داد که بین متغیرهای مرتبط با عوامل محیطی، متغیرهای فرهنگ کارآفرینی و سیاست دولت رابطه مثبت و معنی‌داری با متغیر قصد کارآفرینی دیجیتال وجود دارد؛ اما متغیر محیط دانشگاهی رابطه معنی‌داری با قصد کارآفرینی دانشجویان ندارد.

سلطانی و مهرابی (۱۳۹۹) در پژوهش خود با عنوان «بررسی رابطه علی آموزش با قصد کارآفرینی: نقش انگیزه‌های کارآفرینی» به این نتیجه رسیدند که آموزش‌های کارآفرینی با انگیزه‌های کارآفرینی و قصد کارآفرینی رابطه مثبت و معناداری دارد. همچنین بین انگیزه‌های کارآفرینی با قصد کارآفرینی رابطه مثبت معنادار برقرار است. علاوه بر این، نتایج حاصل از بررسی اثرات غیر مستقیم نشان داد که آموزش کارآفرینی از طریق متغیر انگیزه‌های کارآفرینی با قصد کارآفرینی رابطه غیر مستقیمی دارد؛ لذا نقش میانجیگری انگیزه‌های کارآفرینی در رابطه بین آموزش با قصد کارآفرینی مورد تأیید قرار گرفت.

پوروی و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان بررسی عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینی دانشجویان، دانشجویان دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان را مورد مطالعه قرار دادند و به این نتیجه رسیدند که تفاوت معناداری بین پاسخگویان از نظر قصد کارآفرینی بر حسب جنسیت، شرکت در دوره‌های آموزش کارآفرینی، تجربه کاری و دارا بودن شغل آزاد وجود دارد. بین درآمد خانواده و سواد مادر با قصد کارآفرینی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. نتایج تحلیل مسیر نشان داد مؤثرترین متغیرها بر قصد کارآفرینی، به ترتیب متغیر خودکارآمدی و نگرش (با اثر مستقیم) و متغیر دانش کارآفرینی (با اثر غیرمستقیم) است.

مندعلی‌زاده و خسروی‌زاده (۱۴۰۰) در تحقیقی که با هدف اثربخشی ارائه واحد درسی کارآفرینی بر ویژگی‌های

شخصیتی کارآفرینانه و قصد کارآفرینانه دانشجویان انجام دادند به این نتیجه رسیدند که بین ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه دانشجویان علوم ورزشی قبل و بعد از ارائه واحد درسی کارآفرینی تفاوت معناداری وجود نداشت. کریمی حصری و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهش خود با رویکرد زمینه‌ای به تبیین شرایط توسعه قصد کارآفرینی اجتماعی دانشجویان پرداختند و به این نتیجه رسیدند که اگرچه مدل‌های مختلفی در حوزه قصد کارآفرینی وجود دارد، اما متغیرهای مدل پارادایمی این پژوهش، متغیرهای کلیدی آن‌ها را پوشش می‌دهد و در واقع، این پژوهش مدلی جامع در حوزه قصد کارآفرینی اجتماعی ارائه کرده است. بر اساس مدل جدید این پژوهش، آموزش علمی و عملی، خودکارآمدی، همدلی فرهنگی، نگرش به کارآفرینی اجتماعی، مطلوبیت و امکان‌پذیری ادراک شده از مهم‌ترین شرایط علی توسعه قصد کارآفرینی اجتماعی در میان دانشجویان رشته‌های مرتبط با گردشگری قلمداد می‌شود.

امینی روشن و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی با عنوان «ارائه مدل ویژگی شخصیتی و انگیزه کارآفرینی مؤثر بر قصد راه‌اندازی کسب و کارهای کوچک و متوسط ورزشی: نقش میانجی آگاهی از کارآفرینی» به این نتیجه رسیدند که ویژگی‌های شخصیتی بر آگاهی از کارآفرینی و راه‌اندازی کسب و کارهای کوچک و متوسط ورزشی تأثیر معناداری دارد. همچنین انگیزه کارآفرینی بر میزان راه‌اندازی کسب و کارهای کوچک و متوسط ورزشی و آگاهی از کارآفرینی دارای تأثیر معنادار است. آگاهی از کارآفرینی نیز بر راه‌اندازی کسب و کارهای کوچک و متوسط ورزشی تأثیر معناداری دارد. به طور کلی، آگاهی از کارآفرینی، ویژگی‌های شخصیتی و انگیزه کارآفرینی دانشجویان عواملی مؤثر در راه‌اندازی کسب و کارهای کوچک و متوسط ورزشی می‌باشند.

مطالعه تورکر و سلوک^۱ (۲۰۰۹) در ترکیه نشان داد که عامل محیط دانشگاهی و عامل ساختار حمایت‌کننده (مثل شرایط اقتصادی) که فرصت‌های زیادی برای کارآفرینان فراهم می‌سازد، نگرش دانش‌آموختگان برای کارآفرینی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. آن‌ها بیان کردند که اگر دانشگاه بتواند دانش و انگیزه کافی را برای کارآفرینی فراهم سازد، احتمال بهره‌گیری جوانان از فرصت‌های کارآفرینی افزایش پیدا می‌کند.

دین و همکاران^۲ (۲۰۱۶) در پژوهشی نشان دادند که برنامه کارآفرینی که توسط دانشگاه ارائه شده در افزایش مهارت‌های کارآفرینی دانشجویان بسیار مؤثر است؛ بنابراین مهارت‌ها و فعالیت‌های کارآفرینی را می‌توان از طریق آموزش کارآفرینی در یک دانشگاه تحریک کرد.

باربا سانچز و ساهوکوییلو^۳ (۲۰۱۸) در پژوهشی نشان دادند که آموزش کارآفرینی اثر میانجی در تأثیر انگیزه‌های کارآفرینانه بر قصد کارآفرینی دارد و انگیزه‌های کارآفرینانه و آموزش‌های کارآفرینی تأثیر مثبتی بر قصد کارآفرینی دارند.

ایزوکا و همکاران^۴ (۲۰۲۲) در پژوهش خود با عنوان محیط دانشکده و قصد کارآفرینی در هنرستان، تجزیه و تحلیل جدیدی از پیشینه‌هایی ارائه دادند که کارآفرینی دانش‌آموز را در یک زمینه آموزشی ناشناخته در یک کشور در حال توسعه هدایت می‌کند. نتایج نشان‌دهنده شرایط لازم برای آموزش‌شده‌های فنی برای پرورش فعالیت کارآفرینانه، تغذیه اکوسیستم‌های نوآوری با استعداد کارآفرینی است.

القداسی و همکاران^۵ (۲۰۲۳) در پژوهشی با عنوان عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینی دانشجویان دانشگاه در یمن

1. Turker & Selcuk
2. Din et al.
3. Barba-Sanchez & Atienza-Sahuquillo
4. Iizuka et al.
5. Al-Qadasi

با نقش میانجی خودکارآمدی کارآفرینی به این نتیجه رسیدند که ویژگی های شخصیتی نیاز به پیشرفت و مرکز کنترل درونی با خودکارآمدی کارآفرینانه و قصد کارآفرینی همبستگی مثبت دارند. آمادگی ابزاری با خودکارآمدی ارتباط مثبت دارد، اما با قصد کارآفرینی ارتباط ندارد. عوامل موقعیتی رابطه مثبتی با قصد کارآفرینی نشان می دهند اما با خودکارآمدی رابطه مثبت نشان نمی دهند؛ همچنین رابطه مثبت بین خودکارآمدی و قصد کارآفرینی تأیید می شود. علاوه بر این، یافته های این مطالعه نشان داد که خودکارآمدی تا حدی رابطه بین نیاز به موفقیت، مرکز کنترل درونی، آمادگی ابزاری و قصد کارآفرینی را میانجی گری می کند؛ اما رابطه بین عوامل موقعیتی و قصد کارآفرینی را میانجی گری نمی کند. این مطالعه نشان داد که عوامل موقعیتی می توانند بر قصد کارآفرینی در میان دانشجویان یمنی تأثیر بگذارند.

محمد و همکاران (۲۰۲۳) در بررسی تأثیر شش بعد شخصیت کارآفرینی بر قصد کارآفرینی به این نتیجه رسیدند که ابعاد شخصیتی مرکز کنترل داخلی، نوآوری، استقلال طلبی، فعال بودن (پیشگامی) و حل مسئله تأثیر مثبتی بر قصد کارآفرینی دارند. در مقابل، تمایل به ریسک پذیری تأثیر منفی ناچیزی بر قصد کارآفرینی نشان داد. نتایج به طور کلی نشان داد که دانشجویان رشته بهداشت در عربستان سعودی قصد کارآفرین شدن دارند و نسبت به کارآفرینی دیدگاه کاملاً مثبتی دارند.

مرور پیشینه پژوهش نشان می دهد اگرچه تحقیقات مختلف به جایگاه مهم و تأثیرگذار ویژگی های شخصیتی در ایجاد کسب و کارهای کوچک و متوسط اشاره کرده اند، ولی محققانی نیز هستند که در این امر تردید داشته اند (امینی روشن و همکاران، ۱۴۰۱).

افزون بر این، عامل محیط دانشگاه در هیچ کدام از تحقیقات به عنوان متغیر تعدیل گر در ارتباط بین نیمرخ کارآفرینی و قصد کارآفرینی بررسی نشده و در جامعه مورد مطالعه نیز تحقیقی با عنوان تحقیق حاضر صورت نگرفته است؛ بنابراین انجام پژوهش حاضر ضمن کمک به تقویت بخش نظری پژوهش می تواند جامعه مد نظر را برای پیشبرد اهداف آموزشی خود و تقویت قصد کارآفرینی دانشجویان یاری نماید.

فرضیه های پژوهش

فرضیه اصلی: محیط دانشگاه در رابطه میان نیمرخ کارآفرینی دانشجویان و قصد کارآفرینی آن ها نقش دارد.

فرضیه فرعی اول: نیمرخ کارآفرینی دانشجویان در قصد کارآفرینی آن ها مؤثر است.

فرضیه فرعی دوم: محیط دانشگاه در قصد کارآفرینی دانشجویان مؤثر است.

روش پژوهش

این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت و روش اجرا، توصیفی-پیمایشی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری این پژوهش مشتمل است بر کلیه ۱۳۰ نفر دانشجوی رشته کارآفرینی دانشگاه سیستان و بلوچستان که حداقل یک نیمسال تحصیلی را گذرانده اند. نمونه آماری به تعداد ۹۵ نفر با روش تصادفی ساده و با استفاده از جدول مورگان انتخاب گردید. از پرسش نامه های نیمرخ کارآفرینی (شامل چهار شاخص نوآوری، ریسک پذیری، خودکارآمدی و اجتماعی بودن در قالب ۴ سؤال برای هر شاخص)، قصد کارآفرینی (شامل ۴ سؤال) و محیط دانشگاه (شامل ۷ سؤال) طبق جدول شماره ۱ جهت گردآوری داده ها استفاده شد. این پرسش نامه ها در تحقیقات پیشین (از جمله پژوهش دی مورائس و همکاران^۱، ۲۰۱۸) استفاده شده و استاندارد می باشند؛ با این حال، روایی و

پایایی آن‌ها مجدداً مورد بررسی قرار گرفته و تأیید شد. به منظور بررسی مدل‌های اندازه‌گیری و ساختاری و همچنین آزمون فرضیات تحقیق از روش حداقل مربعات جزئی در نرم‌افزار Smart PLS₃ استفاده شده است.

جدول ۱. شاخص‌ها و گویه‌های مورد بررسی در پرسش‌نامه

منبع	گویه	شاخص
محیط دانشگاه فایول و لینان (۲۰۱۴)؛ شوارتز و همکاران (۲۰۰۹)	- محیط دانشگاه به من کمک کرد تا فرصت‌های کسب و کار را شناسایی کنم.	محیط دانشگاه
	- محیط دانشگاه از طریق ایجاد زمینه‌های انجام کار گروهی، مهارت‌های رهبری من را افزایش داد.	
	- محیط دانشگاه شرایط برنامه‌ریزی و انجام وظایف استراتژیک را برای من فراهم نمود و از این طریق، توانایی من را در برنامه‌ریزی افزایش داد.	
	- محیط دانشگاه، خلاقیت و توانایی نوآوری را در من ارتقاء داد.	
لینان و چن (۲۰۰۹)	- محیط دانشگاه من را قادر به تجزیه و تحلیل و نیز ایجاد ارتباط بین متغیرهایی نمود که بر نتیجه یک مسئله تأثیر گذارند و از این طریق توانایی من را در ریسک‌پذیری منطقی افزایش داد.	قصد کارآفرینی
	- محیط دانشگاه زمینه لازم جهت ایجاد ارتباطات مهم شخصی و حرفه‌ای را برای من فراهم نمود.	
	- محیط دانشگاه به من انگیزه داد که بخواهم کسب و کار خودم را ایجاد نمایم.	
	- من آماده هستم تا برای کارآفرین شدن، هر کاری که لازم باشد انجام دهم.	
روچا و فریتاس، اسچامیدت و وهنبرگر ^۱ (۲۰۰۹)	- هرگز رؤیایم را برای ایجاد کسب و کار شخصی خود رها نخواهم کرد.	ریسک‌پذیری
	- بزرگ‌ترین موفقیت من، داشتن کسب و کار شخصی خودم خواهد بود.	
	- قصد دارم در سال‌های نه‌چندان دور یک کسب و کار راه‌اندازی کنم.	
	- من یک کار پر از تازگی را به یک فعالیت معمولی ترجیح می‌دهم.	
خودکارآمدی	- من دوست دارم هر زمان که ممکن شد، روش کار خود را تغییر دهم.	نواوری
	- من دوست دارم روش‌های متعارف و صحیح فعالیت‌های کاری را بهبود ببخشم؛ نه اینکه مراحل خاصی را دقیقاً دنبال نمایم.	
	- در عین اینکه با دقت به انجام پروژه‌ها و فعالیت‌ها می‌پردازم، روی خلاقیت حساب ویژه‌ای باز می‌کنم.	
	- با اعتقاد به مزایایی که فرصت‌های یک کسب و کار برای من به ارمغان خواهد آورد، ریسک دریافت یک وام بلندمدت را می‌پذیرم.	
نیمرخ کارآفرینی	- من می‌پذیرم که در ازای منافع احتمالی، ریسک کنم.	ریسک‌پذیری
	- تصمیمات من عمدتاً بر اساس راحت‌طلبی نیست.	
	- من اعتقاد دارم که درگیر شدن در شرایطی با ریسک بالا، نتایجی با تأثیرات بزرگ در بر خواهد داشت.	
	- فکر می‌کنم مهارت‌هایی برای شناسایی فرصت‌های تجاری در بازار دارم.	
اجتماعی بودن	- از نظر حرفه‌ای، خود را بسیار پایدارتر از دیگران می‌دانم.	خودکارآمدی
	- من همیشه برای مشکلاتی که با آن مواجه می‌شوم راه‌حل‌های خلاقانه‌ای پیدا می‌کنم.	
	- وظایف خود را به درستی و با رعایت مهلت‌های تعیین شده انجام می‌دهم.	
	- ارتباطات اجتماعی در زندگی شخصی من بسیار مهم و مؤثر هستند.	
اجتماعی بودن	- من چندین نفر را می‌شناسم که در صورت نیاز می‌توانند به‌طور حرفه‌ای و تخصصی به من کمک کنند.	اجتماعی بودن
	- من به‌راحتی با دیگران ارتباط برقرار می‌کنم.	
	- من سعی می‌کنم تماس مداوم خود را با افراد درون شبکه ارتباطی‌ام حفظ نمایم.	

یافته‌های پژوهش

یافته‌های پژوهش حاضر در دو بخش توصیفی و استنباطی به شرح زیر ارائه می‌شوند:

¹ Schmidt & Bohnenberger

یافته‌های توصیفی

تعداد ۶۲ نفر از پاسخ‌دهندگان زن و ۳۳ نفر مرد بوده‌اند. از نظر فراوانی سنی، ۶۵ نفر کمتر از ۲۵ سال، ۱۵ نفر بین ۲۵ تا ۳۰ سال، ۴ نفر بین ۳۰ تا ۳۵ سال و ۱۰ نفر بیشتر از ۳۵ سال سن داشته‌اند. همچنین ۶۳ نفر از پاسخ‌دهندگان در مقطع کارشناسی و ۳۱ نفر در مقطع کارشناسی ارشد مشغول به تحصیل هستند. بر مبنای سال ورود به دانشگاه، ۲ نفر در سال ۱۳۹۴، ۲۱ نفر در سال ۱۳۹۵، ۲۴ نفر در سال ۱۳۹۶، ۴۲ نفر در سال ۱۳۹۷ و ۶ نفر در سال ۱۳۹۸ تحصیل در آموزش عالی را آغاز نموده‌اند.

یافته‌های استنباطی

پایایی و روایی در روش حداقل مربعات جزئی در دو بخش بررسی می‌شود: الف: بخش مربوط به مدل اندازه‌گیری؛ ب: بخش مربوط به مدل ساختاری (داوری و رضازاده، ۱۳۹۲).

الف: برازش مدل‌های اندازه‌گیری (بیرونی)

برای بررسی برازش مدل اندازه‌گیری، سه معیار مورد استفاده قرار می‌گیرد: پایایی شاخص، روایی همگرا، روایی واگرا.

۱- پایایی شاخص: توسط دو معیار پایایی ترکیبی و ضرایب بار عاملی سنجیده شده که سطوح قابل قبول برای این دو معیار به ترتیب بالاتر از ۰/۷ (وینزی و همکاران، ۲۰۱۰) و بالاتر از ۰/۴ (هالند، ۱۹۹۹) است. میزان پایایی ترکیبی برای این سه متغیر به ترتیب ۰/۸۰، ۰/۸۱ و ۰/۹۲ به دست آمده است. با توجه به این نتایج و جدول ۲ که بیانگر ضرایب بار عاملی متغیرهاست، می‌توان گفت پایایی مدل مورد تأیید است.

جدول ۲. ضرایب بار عاملی متغیرهای تحقیق

شاخص	سؤالات/سازه	بار عاملی	شاخص	سؤالات/سازه	بار عاملی
محیط دانشگاه	e30	۰/۷۹	قصد کارآفرینی	i25	۰/۶۳۹
	e31	۰/۷۱۵		i27	۰/۶۳۴
	e32	۰/۸۰۴		i28	۰/۷۷۴
	e33	۰/۸۴۴		i29	۰/۸۲۳
	e34	۰/۸۲۲	نیمرخ کارآفرینی	نوآوری	۰/۶۴۹
	e35	۰/۸۱۸		ریسک‌پذیری	۰/۷۳۳
	e36	۰/۸۳۸		خودکارآمدی	۰/۶۷۱
				اجتماعی بودن	۰/۷۷۲

۲- روایی همگرا: فورنل و لارکر^۳ (۱۹۸۱) معیار میانگین واریانس استخراج شده (AVE) را برای سنجش روایی همگرا معرفی و مقدار بحرانی را عدد ۰/۵ بیان داشتند. بدین معنی که مقدار میانگین واریانس استخراج شده بالای ۰/۵ روایی همگرای قابل قبول را نشان می‌دهند. با توجه به اینکه مقدار این شاخص برای متغیرهای نیمرخ کارآفرینی، قصد کارآفرینی و محیط دانشگاه به ترتیب ۰/۵۰۱، ۰/۵۲۲، ۰/۶۴۹ به دست آمد، می‌توان ادعان نمود که مدل این پژوهش از روایی همگرای مناسبی برخوردار است.

۳- روایی واگرا: یکی از روش‌های سنجش روایی واگرا، معیار فورنل و لارکر (۱۹۸۱) است. از نظر آن‌ها، روایی واگرا وقتی در سطح قابل قبول است که میزان AVE برای هر سازه بیشتر از واریانس اشتراکی بین آن سازه و سازه‌های

1. Vinzi et al.
2. Hulland
3. Fornell & Larcker

دیگر در مدل (مربع مقدار ضرایب همبستگی بین سازه‌ها) باشد. در صورتی که اعداد مندرج در قطر اصلی از مقادیر زیرین خود بیشتر باشند، آن مدل روایی و اگرایی قابل قبولی دارد که در مورد مدل این پژوهش نیز صادق است.

جدول ۳. ماتریس سنجش روایی واگرا

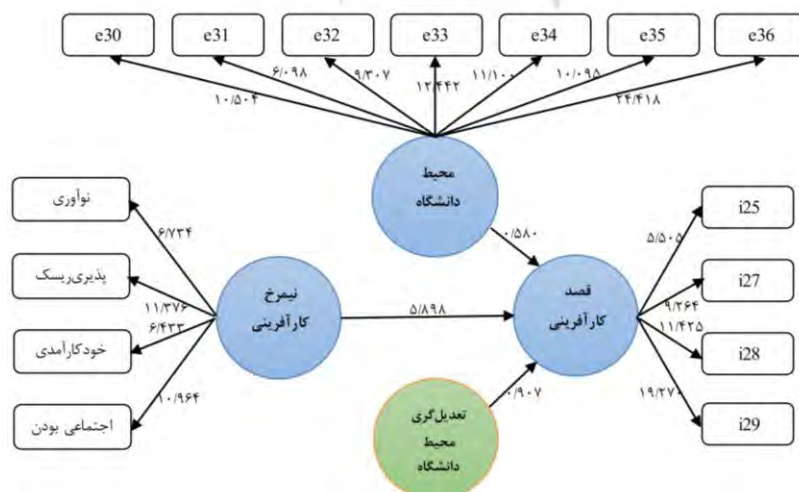
نیمرخ کارآفرینی	محیط دانشگاه	قصد کارآفرینی	
		۰/۷۲۲	قصد کارآفرینی
	۰/۸۰۵	۰/۲۵۷	محیط دانشگاه
۰/۷۰۸	۰/۴۱۳	۰/۶۱۵	نیمرخ کارآفرینی

ب: برازش مدل ساختاری (درونی)

به منظور بررسی مدل ساختاری، روابط میان متغیرهای مکنون مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته و معیارهای ضریب تعیین (R^2)، استون-گیزر (Q^2) و افزایش نرخ واریانس (VIF) بررسی شد. سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ به ترتیب ملاکی برای ضعیف، متوسط و قوی بودن R^2 می‌باشند. همچنین در مورد سازه‌های درون‌زا، مقادیر Q^2 نزدیک به ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ به ترتیب نشان‌دهنده قدرت پیش‌بینی ضعیف، متوسط و قوی شاخص آن سازه است. در توضیح مقدار قابل قبول VIF گفته می‌شود که اگر مقدار این معیار برای یک شاخص برابر و یا بیشتر از ۵ باشد، احتیاجی به باقی ماندن آن شاخص در مدل نیست (داوری و رضازاده، ۱۳۹۲). با توجه به اینکه برای متغیر قصد کارآفرینی $R^2=0.438$ و $Q^2=0.15$ ، همچنین VIF برای سه متغیر قصد کارآفرینی، محیط دانشگاه و نیمرخ کارآفرینی به ترتیب ۱/۸۱، ۱/۲۵۳ و ۱/۲۸۸ به دست آمد، می‌توان اذعان نمود که مدل درونی پژوهش از برازش نسبتاً خوبی برخوردار است.

آزمون فرضیه‌های پژوهش

جهت آزمون فرضیه‌های این پژوهش روش معادلات ساختاری تعدیل‌شده مورد استفاده قرار گرفته است. ملاک آزمون فرضیه‌ها در این روش، مقدار معناداری t است. مقدار بیشتر از ۱/۹۶ و کمتر از ۱/۹۶- به معنای معنادار بودن رابطه بین متغیرها در سطح اطمینان ۰/۹۵ است. در این آزمون تأثیر مثبت متغیر تعدیل‌گر نشان‌دهنده آن است که در حضور این متغیر، رابطه بین متغیر مستقل و وابسته تقویت می‌شود و بالعکس تأثیر منفی آن، نشان‌دهنده تضعیف رابطه متغیر مستقل و وابسته با توجه به حضور این متغیر خواهد بود. نتایج آزمون فرضیه‌های تحقیق در شکل ۱ و جدول ۴ ارائه شده است.

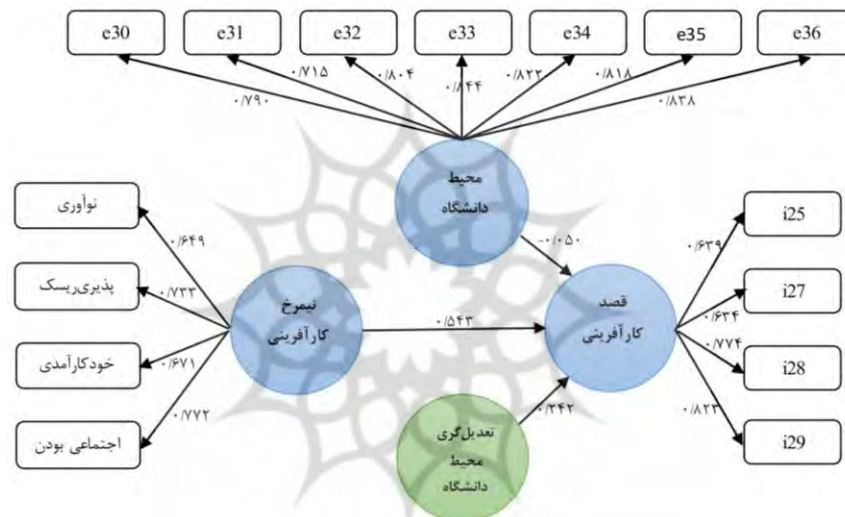


شکل ۱. مقادیر معناداری حاصل از الگویابی معادلات ساختاری فرضیه اصلی و فرضیه‌های فرعی

جدول ۴. نتایج آزمون فرضیه‌های تحقیق

نتیجه	t	آماره P	ضریب مسیر استاندارد	فرضیه
رد	۰/۹۰۷	۰/۳۶۷	۰/۲۴۲	فرضیه اصلی: تعدیل‌گری محیط دانشگاه ← قصد کارآفرینی
تأیید	۵/۸۹۸	۰/۰۰۰	۰/۵۴۳	فرضیه فرعی اول: نیمرخ کارآفرینی ← قصد کارآفرینی
رد	۰/۵۸۰	۰/۵۶۳	-۰/۰۵	فرضیه فرعی دوم: محیط دانشگاه ← قصد کارآفرینی

همان‌طور که در جدول ۴ مشاهده می‌شود، مقدار t در مورد رابطه بین نیمرخ کارآفرینی و قصد کارآفرینی بیشتر از ۱/۹۶ بوده و در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار است؛ بنابراین فرضیه فرعی اول پژوهش تأیید می‌شود. همچنین مقدار t در رابطه بین متغیر محیط دانشگاه و قصد کارآفرینی و در نقش تعدیل‌گری محیط دانشگاه بر قصد کارآفرینی کمتر از ۱/۹۶ است؛ بنابراین می‌توان گفت فرضیه فرعی دوم پژوهش و فرضیه اصلی پژوهش رد می‌شوند. نتیجه آزمون رابطه بین متغیرها در حالت تخمین استاندارد در شکل ۲ نشان داده شده است.



شکل ۲. مقادیر ضرایب استاندارد شده حاصل از الگویابی معادلات ساختاری فرضیه‌های تحقیق

با توجه به شکل ۲ می‌توان گفت ۴۳/۸٪ از قصد کارآفرینی افراد توسط نیمرخ کارآفرینی آن‌ها تبیین می‌شود و نیمرخ کارآفرینی افراد با ضریب ۰/۵۴۳ بر قصد کارآفرینی آن‌ها مؤثر است.

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف بررسی نقش نیمرخ کارآفرینی بر قصد کارآفرینی با نقش تعدیل‌گری محیط دانشگاه در دانشجویان گروه کارآفرینی دانشگاه سیستان و بلوچستان اجرا شده است. بنابر نتایج آزمون فرضیه فرعی اول، نیمرخ کارآفرینی دانشجویان با ضریب مسیر ۰/۵۴۳ و آماره t به مقدار ۵/۸۹۸ تأثیر مثبت نسبتاً قوی بر قصد کارآفرینی آن‌ها دارد؛ به عبارت دیگر سطح بالاتر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی در افراد با سطح بالاتر قصد کارآفرینی آن‌ها در ارتباط است. در راستای این نتیجه و با توجه به اینکه چهار متغیر خودکارآمدی، ریسک‌پذیری، نوآوری و اجتماعی بودن در این پژوهش به عنوان نیمرخ کارآفرینی در نظر گرفته شده‌اند، با تقویت این متغیرها می‌توان قصد کارآفرینی افراد مورد مطالعه را بالا برد.

این نتایج با مطالعات نگا و شاموگانانان (۲۰۱۰)، کانیزارس و گارسیا (۲۰۱۰)، شانک (۲۰۱۱)، چالانباتار و همکاران (۲۰۱۱)، آلتینی و همکاران (۲۰۱۲)، اسپریتو الموس و ساستر کاستیلو (۲۰۱۵)، محمدی آلمانی و همکاران (۱۳۹۲)، صیف و همکاران (۱۳۹۳)، زمانی علایی و امیدي نجف‌آبادی (۱۳۹۳)، غیاثی (۱۳۹۵)، حسینی

و خسروی لقب (۱۳۹۵)، حسینی‌نیا و همکاران (۱۳۹۶) و عشقی عراقی و غنی‌پور (۱۳۹۶) همخوانی و مطابقت دارد. هرچند، هر یک از این پژوهش‌ها متغیرهای خاص خود را به عنوان نیمرخ کارآفرینی در نظر گرفته‌اند و میزان تأثیر هر یک از ابعاد نیمرخ کارآفرینی بر قصد کارآفرینی در پژوهش‌های مختلف متفاوت است. به عنوان مثال، در پژوهش پورویبی و همکاران (۱۳۹۹) مؤثرترین متغیر با تأثیر مستقیم بر قصد کارآفرینی، متغیر خودکارآمدی است؛ در حالی که در پژوهش امینی روشن و همکاران (۱۴۰۱) خلاق بودن به عنوان مؤثرترین متغیر بر قصد کارآفرینی معرفی شده است؛ اما به طور کلی وجود ارتباط بین نیمرخ کارآفرینی و قصد کارآفرینی در پژوهش‌های مختلف مورد تأیید قرار گرفته است.

نتایج آزمون فرضیه فرعی دوم با به دست آمدن ضریب مسیر $0/05-$ و آماره t به مقدار $0/580$ رابطه بین محیط دانشگاه و قصد کارآفرینی را رد می‌کند؛ به این معنا که از نظر جامعه آماری، محیط دانشگاه در ایجاد و شکل‌گیری قصد کارآفرینی افراد نقش ندارد. مروری بر پژوهش‌های صورت گرفته در این زمینه نشان‌دهنده نتایجی متناقض است. به عنوان نمونه، معتقد و همکاران (۱۳۹۸) نیز در پژوهش خود عدم وجود رابطه معنادار بین محیط دانشگاه و قصد کارآفرینی افراد را تأیید نموده‌اند؛ اما پژوهش محققانی همچون کریمی و همکاران (۱۳۹۱)، ضیاء و همکاران (۱۳۹۲) و شوارتز و همکاران (۲۰۰۹) وجود رابطه معنادار بین محیط دانشگاه و قصد کارآفرینی افراد را تأیید می‌نمایند. با توجه به پیمایشی بودن ماهیت پژوهش حاضر و بسیاری از تحقیقات مشابه در این حوزه که مبتنی بر نظرسنجی از جامعه آماری مورد بررسی می‌باشند، این تفاوت و به نوعی تناقض در نتایج قابل توجیه خواهد بود. با این وجود و به عنوان پیشنهادی جهت تحقیقات آتی، تکرار مدل این مطالعه و روش تحقیق آن در جامعه‌های آماری مختلف می‌تواند در رسیدن به نتایجی متقن و قابل اتکا مؤثر باشد.

نتایج آزمون فرضیه اصلی با به دست آمدن ضریب مسیر $0/242$ و آماره t به مقدار $0/907$ نقش تعدیل‌گری محیط دانشگاه بر رابطه بین نیمرخ کارآفرینی و قصد کارآفرینی دانشجویان را تأیید نمی‌کند. بدین معنا که محیط دانشگاه در جامعه مورد بررسی قادر به تقویت قصد کارآفرینی افراد نبوده و تعدیل‌گر رابطه این متغیر و نیمرخ کارآفرینی نیست. این نتیجه با توجه به رد شدن فرضیه فرعی دوم و عدم تأیید رابطه میان محیط دانشگاه و قصد کارآفرینی، قابل انتظار بوده و نشان‌دهنده انسجام و همگرایی یافته‌های پژوهش است.

هرچند نتایج جستجوهای پژوهشگران این پژوهش نشان داد که تا کنون پژوهشی کاملاً منطبق با پژوهش حاضر انجام نشده است، با این وجود در برخی پژوهش‌های مشابه که محیط به عنوان متغیر تعدیل‌گر در نظر گرفته شده، نتایج متفاوتی به دست آمده است. به عنوان نمونه، پژوهش کریمی (۱۳۹۵) نشان داد نقش تعدیل‌کننده محیط کارآفرینی بر روابط میان تجربه کارآفرینی و الگوی نقش کارآفرینی با تشخیص فرصت تأیید نمی‌شود؛ اما نتایج پژوهش ضیاء و همکاران (۱۳۹۲) نقش تعدیل‌گری عوامل مرتبط به محیط دانشگاه نظیر توانایی‌های تدریس و امکانات آموزشی را در رابطه بین آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرینی تأیید نمود. در تحلیل این نتیجه می‌توان گفت ممکن است برخی عوامل نظیر وجود دیدگاه‌های سنتی تدریس و آموزش در دانشگاه که بر پایه الگوی معلم‌مدار بنا شده، با پرورش قابلیت‌ها و روحیات کارآفرینانه دانشجویان همسانی نداشته است. قاعدتاً رشد برنامه‌های کارآفرینی در دانشگاه و اهمیت تلفیق محتوا و رویه‌های کارآفرینانه در فرآیند تدریس و آموزش در جهت تشویق دانشجویان و قصد آنان برای راه‌اندازی کسب و کار نقش مهمی بازی خواهد کرد؛ لذا توجه بیشتر به آموزش‌های عملی و حمایت از فعالیت‌های خلاقانه دانشجویان، تقویت فرهنگ کارگروهی و استفاده از روش‌های تدریس اکتشافی و حل مسئله، نقش سازنده‌ای بر شکوفایی استعدادها و کارآفرینانه دانشجویان خواهد داشت.

با توجه به اهمیت ویژگی‌های شخصیتی و تأیید نقش این ویژگی‌ها در قصد کارآفرینی دانشجویان، تغییر و

تحوالاتی نظیر بسترسازی فرهنگ سازمانی دانشگاه برای افزایش خلق ایده‌های جدید، انجام فعالیت‌های آموزشی با روش‌های نوین و کارآمد، افزایش ایجاد محیطی پویا با حداکثر توجه و تعامل با دیگران برای برنامه‌ریزان آموزشی و پژوهشی لازم به نظر می‌رسد. در راه رسیدن به این مهم، برگزاری کارگاه‌های آموزشی متعدد و متنوع جهت ایجاد محیطی جذاب و محرک، دعوت از کارآفرینان موفق جهت آموزش کارآفرینی و نیز برگزاری منظم دوره‌ها و کارگاه‌های ترویجی و توجیهی برای اساتید و دانشجویان پیشنهاد می‌شود.

منابع

- آراستی، زهرا؛ سعیدبنادکی، سعیده؛ ایمانی‌پور، نرگس (۱۳۹۰). نقش آموزش درس مبانی کارآفرینی در قصد کارآفرینی دانشجویان رشته‌های غیر مدیریت (مطالعه موردی: دانشکده‌های هنر و ادبیات و علوم انسانی دانشگاه تهران). توسعه کارآفرینی، ۴ (۱۴)، ۱۰۷-۱۲۴.
- امینی روشن، زهرا؛ غلامیان، جواد؛ محمودی، احمد؛ عزیزی، بهادر (۱۴۰۱). ارائه مدل ویژگی شخصیتی و انگیزه کارآفرینی بر قصد راه‌اندازی کسب و کارهای کوچک و متوسط ورزشی: نقش میانجی آگاهی از کارآفرینی، توسعه کارآفرینی، ۱۵ (۱)، ۶۰-۴۱.
- اوتادی، محمد؛ صفری، سعید (۱۳۹۸). بررسی تأثیر ویژگی‌های شخصیتی و رفتاری در تبیین قصد کارآفرینانه دانشجویان (مطالعه موردی: دانشگاه شاهد). توسعه کارآفرینی، ۱۲ (۴)، ۵۲۰-۵۰۰.
- پورواپی، عارفه؛ محبوبی، محمدرضا؛ شریف‌زاده، محمد شریف (۱۳۹۹). بررسی عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینی دانشجویان (مورد مطالعه: دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان)، راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی، ۷ (۱۴)، ۱۱۵-۱۰۳.
- حسینی، سید یعقوب؛ خسروی‌لقب، زهره (۱۳۹۵). بررسی عوامل مؤثر بر قصد و نیت کارآفرینی دانشجویان رشته مدیریت. مطالعات منابع انسانی، ۶ (۳)، ۱۳۰-۱۱۳.
- حسینی‌نیا، غلامحسین؛ عطایی، پوریا؛ یعقوبی‌فرانی، احمد (۱۳۹۶). ارزیابی مهارت‌ها و ویژگی‌های کارآفرینانه دانشجویان و تأثیر آن بر قصد کارآفرینی (مورد مطالعه: مراکز آموزش علمی-کاربردی مهارت). آموزش مهندسی/ایران، ۱۹ (۷۳)، ۴۴-۲۵.
- داوری، علی؛ رضازاده، آرش (۱۳۹۲). مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار PLS، تهران: جهاد دانشگاهی.
- رازقندی، ناهید؛ درانی، کمال (۱۳۸۸). شناسایی عوامل فردی و محیطی مؤثر بر موفقیت کارآفرینان برتر استان تهران جهت ارائه الگوی آموزشی. توسعه کارآفرینی، ۲ (۶)، ۵۵-۳۹.
- رحمانیان کوشکی، مهدی؛ چیدری، محمد؛ هواسی، علی (۱۳۹۱). بررسی عوامل اثرگذار بر قصد کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی دانشگاه آزاد ایلام. توسعه کارآفرینی، ۵ (۱)، ۱۴۴-۱۲۵.
- رضائی، روح‌الله؛ شرفی، لیلا؛ نجف‌لو، پرینسا؛ گلباز، شیرین (۱۳۹۶). عامل‌های تأثیرگذار بر قصد کارآفرینانه دانشجویان کارشناسی ارشد کشاورزی دانشگاه زنجان با تأکید بر اثر میانجی نگرش نسبت به رفتار کارآفرینانه. پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، ۴۰ (۹)، ۱۱۱-۹۶.
- زالی، محمدرضا؛ رضوی، سید مصطفی؛ یداللهی فارسی، جهانگیر (۱۳۸۹). ارزیابی فعالیت‌های کارآفرینانه در ایران بر اساس مدل GEM، تهران: موسسه کار و تأمین اجتماعی.
- زمانی‌علایی، مریم؛ امیدنی نجف‌آبادی، مریم (۱۳۹۳). عوامل مؤثر بر نیت کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران. پژوهش‌های ترویج و آموزش کشاورزی، ۷ (۳)، ۵۶-۴۳.
- سلطانی، آزاده؛ مهربانی، علی (۱۳۹۹). رابطه علی آموزش با قصد کارآفرینی: نقش انگیزه‌های کارآفرینی. مطالعات روان‌شناسی صنعتی و سازمانی، ۷ (۱)، ۲۰۶-۱۸۹.

- صادقی، مهدی؛ ملکی‌نیا، عماد (۱۳۹۰). ارزیابی دانشجویان از محیط‌های کارآفرینانه و تبیین رابطه آن با قصد کارآفرینی. پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، ۱۷ (۱)، ۸۹-۶۹.
- صفری جعفرلو، حمیدرضا؛ قربانی، محمدحسین؛ زارعیان، حسین (۱۳۹۶). مدل‌یابی تأثیر هوش معنوی و نگرش به کارآفرینی بر قصد کارآفرینی در دانشجویان علوم ورزشی. مطالعات مدیریت ورزشی، ۹ (۴۶)، ۲۳۰-۲۱۳.
- صمدآقایی، جلیل (۱۳۷۷). سازمان‌های کارآفرین. تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی.
- صیف، محمدحسن؛ ثابت مهارلوئی، عباس؛ رستگار، احمد؛ احمدآبادی، خدیجه (۱۳۹۳). عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینی دانشگاهی در بین دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی شیراز. توسعه آموزش در علوم پزشکی، ۷ (۱۵)، ۷۱-۸۵.
- ضیاء، بابک؛ حسینی، سید رسول؛ وقار موسوی، مجید (۱۳۹۲). ارائه مدلی برای ارزیابی کیفیت آموزش کارآفرینی با تأکید بر نقش تعدیل‌گری توانایی‌های مدرسین و به‌کارگیری امکانات کمک آموزشی. مطالعات آموزشی و آموزشگاهی، ۲ (۶)، ۷۷-۵۵.
- عشقی عراقی، مهتاب؛ غنی‌پور، فاطمه (۱۳۹۶). خودکارآمدی کارآفرینی و سبک زندگی؛ راهبرد تحقق قصد کارآفرینی (مطالعه موردی: دانشگاه علمی کاربردی جهاد دانشگاهی استان مرکزی). نوآوری و ارزش‌آفرینی، ۶ (۱۱)، ۹۲-۷۵.
- علم بیگی، امیر؛ جلیلیان، سارا؛ لطیفی، سمیه (۱۳۹۶). تأثیر ویژگی‌های کارآفرینی بر نگرش و قصد خوداشتغالی جوانان روستایی (مورد مطالعه: روستاهای شهرستان اسلام‌آباد غرب). تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، ۴۸ (۴)، ۶۹۱-۶۸۱.
- غیاثی، عبدالرحیم (۱۳۹۵). بررسی تأثیر باور به خودکارآمدی و نگرش کارآفرینی با قصد کارآفرینی دانشجویان کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه زابل. پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، ۸ (۳۹)، ۱۵-۳.
- کریمی حصار، فرشید؛ روستا، علیرضا؛ مرادی، سعید (۱۴۰۰). تبیین شرایط توسعه قصد کارآفرینی اجتماعی دانشجویان (رویکرد نظریه زمینه‌ای). رهیافتی نو در مدیریت آموزش، ۱۲ (۱)، ۱۱۶-۱۰۴.
- کریمی، سعید (۱۳۹۵). بررسی تأثیر عوامل فردی و محیطی بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینی: نقش تعدیلی محیط کارآفرینی. تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، ۴۷ (۲)، ۵۲۰-۵۱۱.
- کریمی، سعید (۱۳۹۶). نقش نیمرخ شخصیت کارآفرینانه و عوامل انگیزشی در توسعه قصد کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی در دانشگاه‌های غرب کشور. پژوهش‌های علوم شناختی و رفتاری، ۷ (۱)، ۳۴-۱۷.
- کریمی، سعید؛ بیمنز، هارم؛ چیدری، محمد؛ مولدر، مارتین (۱۳۹۱). بررسی تأثیر عوامل محیطی و فرهنگی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی. توسعه کارآفرینی، ۵ (۳)، ۱۲۴-۱۰۵.
- گوران، میلاد؛ بهاروند، فتنه (۱۳۹۷). ارزیابی نیمرخ کارآفرینانه دانشجویان (مورد مطالعه: دانشجویان دانشکده هنر دانشگاه سیستان و بلوچستان). دومین کنفرانس ملی کارآفرینی دانشگاه صنعتی شریف، تهران.
- محسنی، عادل؛ موسوی، سید حسین؛ جمالی، محمد (۱۳۹۲). نقش آموزش کارآفرینی در نگرش کارآفرینانه و باور به خودکارآمدی عمومی دانشجویان. پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، ۱۹ (۳)، ۸۰-۶۳.
- محمدی آلمانی، امین؛ پورناصرانی، امیر؛ داوری، علی؛ رضایی کلیدری، حمیدرضا (۱۳۹۲). عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینانه مهارت‌آموزان آموزش دیده در مرکز آموزش مهارت‌های پیشرفته گیلان. مهارت‌آموزی، ۱ (۵)، ۵۱-۳۵.
- مرکز آمار ایران (۱۳۹۸). نتایج طرح آمارگیری نیروی کار از سال ۱۳۸۴ تا سال ۱۳۹۸. برگرفته از: www.amar.org.ir.
- معتقد، مهسا؛ یعقوبی فرانی، احمد؛ کریمی، سعید (۱۳۹۸). تأثیر عوامل محیطی بر قصد کارآفرینانه دیجیتال دانشجویان علوم کامپیوتر (مورد مطالعه: دانشگاه‌های دولتی استان همدان). نامه آموزش عالی، ۱۲ (۴۶)، ۱۷۵-۱۴۷.
- مندعلی‌زاده، زینب؛ خسروی‌زاده، اسفندیار (۱۴۰۰). اثربخشی ارائه واحد درسی کارآفرینی بر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه و قصد کارآفرینانه دانشجویان علوم ورزشی. مطالعات بازاریابی ورزشی، ۲ (۱)، ۱۸۰-۱۵۶.
- نعمتی، محمدعلی (۱۳۹۲). بررسی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه‌های دولتی تهران. نوآوری و

References

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50 (2), 179-211.
- Alambaigi, A., Jalilian, S., & Latifi, S. (2018). Effect of entrepreneurship characteristics on rural youths' attitude and intention toward self-employment (Case study villages of West Islamabad County). *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research*, 48 (4), 681-691. doi: 10.22059/ijaedr.2018.65241 (in Persian).
- Al-Qadasi, N., Zhang, G., Al-Awlaqi, M. A., Alshebami, A. S., & Aamer, A. M. (2023). Factors influencing entrepreneurial intention of university students in Yemen: The mediating role of entrepreneurial self-efficacy. *Frontiers in Psychology*, 14 (1), 1-18. doi: 10.3389/fpsyg.2023.111193.
- 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.
- Amini Roshan, Z., Gholamian, J., Mahmoudi, A., & Azizi, B. (2022). Designing a Model of personality trait and Entrepreneurship motivation on Medium and Small Businesses starting up with the role of mediation Awareness of entrepreneurship. *Journal of Entrepreneurship Development*, 15 (1), 41-60. doi: 10.22059/jed.2022.332949.653808 (in Persian).
- Anderson, D. W., Krajewski, H. T., Goffin, R. D. & Jackson, D. N. (2008). A leadership self-efficacy taxonomy and its relation to effective leadership. *The Leadership Quarterly*, 19 (5), 595-608.
- Arasti, Z., Saeed Banadaki, S., & Imanipour, N. (2011). The role of teaching "basics of entrepreneurship" course on the entrepreneurship intention in the students of non-management fields (case study: Faculty of Arts and Faculty of Literature and Human Sciences in Tehran University). *Journal of Entrepreneurship Development*, 4 (14), 107-124 (in Persian).
- Barba-Sanchez, V., & Atienza-Sahuquillo, C. (2018). Entrepreneurial intention among engineering students: The role of entrepreneurship education. *European Research on Management and Business Economics*, 24 (1), 53-61.
- Barral, M. R. M., Ribeiro, F. G., & Canever, M. D. (2018). Influence of the university environment in the entrepreneurial intention in public and private universities. *RAUSP Management Journal*, 53 (1), 122-133.
- Bhattacharyya, S. (2006). Entrepreneurship and innovation: How leadership style makes the difference?. *Vikalpa: The Journal for Decision Makers*, 31 (1), 107-116.
- Bosma, N., Acs, Z. J., Autio, E., Coduras, A., & Levie J. (2008). *Global Entrepreneurship Monitor 2008 Executive Report*. USA: Babson College, Chile: Universidad del Desarrollo, UK: London Business School.
- Busenitz, L. W., & Lau, C. M. (1996). A cross-cultural cognitive model of new venture creation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 20 (4), 25-40.
- Cañizares, S. M. S., & García, F. J. F. (2010). Gender differences in entrepreneurial attitudes. *Equality, Diversity and Inclusion: An International Journal*, 29 (8), 766-786.
- Chan, K. Y., Ho, M. R., Chernyshenko, O. S., Bedford, O., Uy, M. A., Gomulya, D. M., Sam, Y. L., & Phan, W. M. J. (2012). Entrepreneurship, professionalism, leadership: a framework and measure for understanding boundaryless careers. *Journal of Vocational Behavior*, 81 (1), 73-88.
- Chuluunbaatar, E., Ottavia, L. D. B., & Kung, S. F. (2011). The entrepreneurial start-up process: the role of social capital and the social economic condition. *Asian Academy of Management Journal*, 16 (1), 43-71.
- Davari, A., & Rezazadeh, A. (2013). *Structural Equations Modeling with PLS Software*, Tehran: Jihad Daneshgahi (in Persian).

- Davidsson, P. (1995). *Determinants of entrepreneurial intentions*. In RENT XI Workshop, 11-23.
- De Moraes, G. H. S. M., Iizuka, E. S., & Pedro, M. (2018). Effects of entrepreneurial characteristics and university environment on entrepreneurial intention. *Journal of Contemporary Administration (Revista de Administração Contemporânea)*, 22 (2), 226-248.
- Din, B. H., Anuar, A., R. & Usman, M. (2016). The effectiveness of the entrepreneurship education program in upgrading entrepreneurial skills among public university students. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 224 (1), 117-123.
- Eshghiaraghi, M., & Ghanipour, F. (2017). Entrepreneurial self-efficacy and lifestyle, the strategy of entrepreneurship intention achievement (Case study: University of Jihad Applied Sciences in Markazi province- Nimvar branch). *Journal of Innovation and Value Creation*, 6 (11), 75-92 (in Persian).
- Espíritu-Olmos, R., & Sastre-Castillo, M. A. (2015). Personality traits versus work values: Comparing psychological theories on entrepreneurial intention. *Journal of Business Research*, 68 (7), 1595-1598.
- Fayolle, A., & Liñán, F. (2014). The future of research on entrepreneurial intentions. *Journal of Business Research*, 67 (5), 663-666.
- Fornell, C. & Larcker, D. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable and measuring error. *Journal of High Technology Management Research*, 1 (3), 39-50.
- Ghiasi, A. (2017). The Effect of self- efficacy belief on entrepreneurial intention with mediating entrepreneurial attitude of agricultural and natural resource students, University of Zabol, Iran. *Journal of Agricultural Education Administration Research*, 8 (39), 3-15. doi: 10.22092/jae.2017.109268 (in Persian).
- Gomez-Mejia, L., & Balkin, D. B. (1989). Effectiveness of individual and aggregate compensation strategies. *Industrial Relations*, 28 (3), 431-445.
- Gouran, M., & Baharvand, F. (2018). Evaluating the entrepreneurial profile of students (case study: students of Arts Faculty in University of Sistan and Baluchistan). The Second National Conference on Entrepreneurship, Sharif University of Technology, Tehran. (in Persian).
- Gurel, E., Altınay, L., & Daniele, R. (2010). Tourism students' entrepreneurial intentions. *Annals of Tourism Research*, 37 (3), 646-669.
- Hill, J. (2001). A multidimensional study of the key determinants of effective SME marketing activity: Part 1. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 7 (5), 171-204.
- Hosseini, S. Y., & Khosravi Laghab, Z. (2016). Investigating the effective factors on the entrepreneurial intentions of management students. *Human Resource Management*, 6 (3), 113-130. (in Persian)
- Hosseini, G., Ataie, P., & Yaghoobi Farani, A. (2017). An assessment of students' entrepreneurial skills and characteristics and the impact on their entrepreneurial intention: a case of maharat applied science centers. *Iranian Journal of Engineering Education*, 19 (73), 25-44. doi: 10.22047/ijee.2017.61340.1408 (in Persian).
- Hulland, J. (1999). Use of partial least squares (PLS) in strategic management research: a review of four recent studies. *Strategic Management Journal*, 20 (1), 195-204.
- Iizuka, E. S., Marcondes de Moraes, G. H. S., & Galdino de Souza, M. (2022). *College environment and entrepreneurial intention in high school*, Revista de Gestao, Emerald Publishing Limited. Available at <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode>.
- Iran Statistics Center (2019). The results of the labor force census plan from 2014 to 2018. Available on: www.amar.org.ir (in Persian).
- Karimi Hesari, F., Rosta, A., & Moradi, S. (2021). Formulation of factors developing social entrepreneurial intention of students: (Grounded Theory Approach). *Journal of New Approaches in Educational Administration*, 12 (1), 116-104. doi: 10.30495/jedu.2021.23440.4729 (in Persian).
- Karimi, S. (2016). Studying the effects of individual and environmental factors on entrepreneurial opportunity recognition: moderating effect of entrepreneurial environment. *Iranian Journal of*

- Agricultural Economics and Development Research*, 47 (2), 511-520. doi: 10.22059/ijaedr.2016.59735 (in Persian)
- Karimi, S. (2017). The role of entrepreneurial personality profile and motivational factors in developing agricultural students' entrepreneurial intentions in western regional universities. *Research in Cognitive and Behavioral Sciences*, 7 (1), 17-34. doi: 10.22108/cbs.2017.21760 (in Persian)
- Karimi, S., Beamans, H., Chizari, M., & Mulder, M. (2012). Investigating the effect of environmental and cultural factors on the entrepreneurial intention of agriculture students. *Journal of Entrepreneurship Development*, 5 (3), 105-124. (in Persian)
- Kautonen, T., Van Gelderen, M., & Fink, M. (2015). Robustness of the Theory of Planned Behavior in Predicting Entrepreneurial Intentions and Actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39 (3), 655-674.
- Krueger, N. F. (2007). What lies beneath? The experiential essence of entrepreneurial thinking. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31 (1), 123-138.
- Krueger, N. F., & Brazeal, D. V. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18 (3), 91-104.
- Laguna, M. (2013). Self efficacy, self esteem, and entrepreneurship among the unemployed. *Journal of Applied Social Psychology*, 43 (2), 253-262.
- Lee, Y., & Lee, J. (2014). Enhancing pre-service teachers' self-efficacy beliefs for technology integration through lesson planning practice. *Computers & Education*, 73 (1), 121-128.
- 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.
- Markman, G. D., & Baron, R. A. (2003). Person-entrepreneurship fit: Why some people are more successful as entrepreneurs than others. *Human Resource Management Review*, 13 (2), 281-301.
- Mohamed, M. E., Elshaer, I. A., Azazz, A. M. S., & Younis, N. S. (2023). The impact of six entrepreneurial personality dimensions on entrepreneurial intention: evidence from healthcare higher education students. *Sustainability*, 15 (1), 22-66. <https://doi.org/10.3390/su15032266>
- Mohammadi Almani, A., Pournaserani, A., Davari, A., & Rezaei Kelidbori, H. R. (2013). Factors affecting entrepreneurial intention of trainees trained in Guilan Advanced Skills Training Center. *Journal of Skill Training*, 2(5), 35-51 (in Persian).
- Mohseni, A., Mousavi, S. H., & Jamali, M. (2023). The role of entrepreneurship training on students' entrepreneurial attitude and general self-efficiency beliefs. *Quarterly Journal of Research and Planning in Higher Education*, 19 (3), 63-80 (in Persian).
- Mondalizadeh, Z., & Khosravizadeh, E. (2021). The Effectiveness of teaching the entrepreneurship course on entrepreneurial personality characteristics and the entrepreneurial intent of undergraduate students of sports sciences. *Sports Marketing Studies*, 2 (1), 156-180. doi: <https://www.doi.org/10.34785/J021.2021.121> (in Persian).
- Motaghed, M., Yaghoubi Farani, A., & Karimi, S. (2019). The Influence of environmental factors on digital entrepreneurial intentions among computer science students (Case Study: Public Universities in Hamedan Province). *Higher Education Letter*, 12 (46), 147-175 (in Persian).
- Nemati, M. A. (2013). Investigating the entrepreneurial personality traits of public universities students in Tehran. *Journal of Innovation and Value Creation*, 1 (3), 47-64 (in Persian).
- Nga, J. K. H., & Shamuganathan, G. (2010). The influence of personality traits and demographic factors on social entrepreneurship start-up intentions. *Journal of Business Ethics*, 95 (2), 259-282.
- Otadi, M., & Safari, S. (2020). Investigating the role of personality and behavioral characteristics in explaining students' entrepreneurial intention (Case Study: Shahed University). *Journal of Entrepreneurship Development*, 12 (4), 501-520. doi: 10.22059/jed.2020.291600.653170 (in Persian).
- Pourvaei, A., Mahboobi, M. R., & Sharifzadeh, M. S. (2021). Investigating factors affecting

- students' entrepreneurial intention, The case of Gorgan University of Agricultural Sciences and Natural Resources. *Entrepreneurial Strategies in Agriculture*, 7 (14), 103-115 (in Persian).
- Rahmanian Koshkaki, M., Chizari, M., & Havasi, A. (2012). Investigating the influencing factors on the entrepreneurial intention of agricultural students in Islamic Azad University of Ilam. *Journal of Entrepreneurship Development*, 5 (1), 125-144 (in Persian).
- Razghandi, N., & Dorrani, K. (2009). Identifying individual and environmental factors affecting the success of top entrepreneurs in Tehran province in order to provide an educational model. *Journal of Entrepreneurship Development*, 2 (4), 39-55 (in Persian).
- Rezaei, R., Sharafi, L., Najafloo, P., & Golbaz, Sh. (2017). Affecting factors agricultural MSC students' entrepreneurial intention with emphasis on mediating effect of attitude towards entrepreneurial behavior in University of Zanjan. *Journal of Agricultural Education Administration Research*, 9 (40), 96-111. doi: 10.22092/jaear.2017.107934.1297 (in Persian).
- Rocha, E. L. C., & Freitas, A. A. F. (2014). Evaluation of teaching entrepreneurship among university students by means of an entrepreneur profile. *Journal of Contemporary Administration (Revista de Administração Contemporânea)*, 18 (4), 465-486.
- Sadeghi, M., & Malekinia, E. (2023). University students' assessment of entrepreneurial environments and its relationship with entrepreneurial intention. *Quarterly Journal of Research and Planning in Higher Education*, 17 (1), 69-89 (in Persian).
- Safari Jafarloo, H. R., Ghorbani, M. H., & Zareian, H. (2018). Modeling the effect of spiritual intelligence and attitude toward entrepreneurship on entrepreneurial intention among students of sport sciences. *Sport Management Studies*, 9 (46), 213-230. doi: 10.22089/smrj.2017.4981.1972 (in Persian).
- Samad Aghaei, J. (1998). *Entrepreneurial Organizations*. Tehran: Public Management Education Center (in Persian).
- Schmidt, S., & Bohnenberger, M. C. (2009). Entrepreneurial profile and organizational performance. *Journal of Contemporary Administration (Revista de Administração Contemporânea)*, 13 (3), 450-467.
- Schunk, D. H. (2011). Self-efficacy and academic motivation. *Educational Psychologist*, 26 (1), 207-231.
- Schwartz, Y., Weizman, A., Fortus, D., Krajcik, J., & Reiser, B. J. (2009). The IQWST experience: Using coherence as a design principle for a middle school science curriculum. *The Elementary School Journal*, 109 (2), 199-219.
- Seif, M. H., Sabet Maharloi, A., Rastegar, A., & Ahmadabadi, Kh. (2014). Factors affecting academic entrepreneurship intention among students of Shiraz University of Medical Sciences. *Development of Education in Medical Sciences*, 7 (15), 71-85 (in Persian).
- Shapero, A., & Sokol, L. (1982). *The social dimensions of entrepreneurship en Kent, CA*; Sexton, DL y Vespert, KH (eds.), *Encyclopedia of Entrepreneurship*. 39-60.
- Soltani, A., & Mehrabi, A. (2020). The causal relationship of education with entrepreneurship intention: the mediating role of entrepreneurship motivations. *Industrial and Organizational Psychology Studies*, 7 (1), 189-206. doi: 10.22055/jiops.2020.34503.1199 (in Persian).
- Thomas, L., Billsberry, J., Ambrosini, V., & Barton, H. (2014). Convergence and divergence dynamics in British and French business schools: How will the pressure for accreditation influence these dynamics?. *British Journal of Management*, 25 (2), 305-319.
- Turker, D., & Selcuk, S. S. (2009). Which factors affect entrepreneurial intention of university students?. *Journal of European Industrial Training*, 33 (2), 142-159.
- Vinzi, V. E., Trinchera, L., & Amato, S. (2010). *PLS Path Modeling: from foundations to recent developments and open issues for model assessment and improvement*, In Vinzi V. E., Chin W., Henseler J., Wang H. (eds.), *Handbook of Partial Least Squares*, Springer Handbooks of Computational Statistic: Springer Berlin Heidelberg, 47-82.
- Zali, M. R., Razavi, S. M., & Yadollahi Farsi, J. (2010). *Evaluation of Entrepreneurial Activities in Iran based on the GEM Model*, Tehran: Labor and Social Security Institute (in Persian).

- Zamani Alaei, M., & Omidi Najafabadi, M. (2014). Effective factors on the entrepreneurial intention of agricultural students in Islamic Azad University, Science and Research Branch. *Agricultural Extension and Education Researches*, 7 (3), 43-56 (in Persian).
- Ziyae, B., Hosseini, S. R., & Vaghar Mosavi, M. (2013). Modeling for assessing the quality of entrepreneurship training with an emphasis on the moderating role of teachers capabilities and use of educational facilities. *Educational and Scholastic studies*, 2 (3), 55-77 (in Persian).

