



IlamUniversity



Modeling the Factors Affecting Students' Willingness to Start a Business

Neda Pourjamshidi^{1✉}|Nazanin Zahra Sotoudeh²|Negar Rezaee³|Halima Rezaee⁴

1. Corresponding Author, Department of Economics, Faculty of Economics and Entrepreneurship, Razi University, Kermanshah, Iran. Email: Pourjamshidi.neda98@gmail.com
2. Department of Economics, Faculty of Economics and Entrepreneurship, Razi University, Kermanshah, Iran. Email: nzsetoudeh@yahoo.com
3. Department of Management and Entrepreneurship, Faculty of Economics and Entrepreneurship, Razi University, Kermanshah, Iran. Email: negar.rezaei596@gmail.com
4. Department of Accounting, Faculty of Accounting, Islamic Azad University, Kangavar, Iran. Email Halimehrezaei1400@gmail.com

Article Info

Article type:
Research Article

Article history:
Received: 16. 05. 2023
Revised: 07. 07. 2023
Accepted: 07. 07. 2023

Keywords:
Internal Control Center,
Innovation,
Risk Taking,
Need for Achievement.

ABSTRACT

Entrepreneurship is the process of creating new value through a committed effort, taking into account the risks involved. The current research was conducted to model the factors affecting students' willingness to start a business. The statistical population included the students of the Faculties of Economics and Entrepreneurship (625 people) and the students of the Faculty of Technical Engineering (2156 people) at Razi University. The sample size was estimated at 386 people by Cochran's formula, who were selected by stratified sampling method with proportional assignment. Data were collected by standard questionnaires and were analyzed by descriptive statistics and path analysis. The findings indicated that the variables of innovation, locus of control, success-seeking, pioneering, and risk-taking directly and the variables of family background, employment history, and participation in entrepreneurship workshops indirectly accounted for a total of 33% of the variance in the students' desire to start a business. It can be said that a major challenge for students is their effort to gain independence and ensure their job security in the future. So, it is recommended that the officials consider this important factor by developing skills such as innovation and other job skills and provide employment opportunities for young people.

Cite this article: Pourjamshidi, N., Sotoudeh, N. Z., Rezaee, N., & Rezaee, H. (2024). Modeling the Factors Affecting Students' Willingness to Start a Business. *Journal of Entrepreneurship Research*, 2 (4), 71-82.



DOI: <https://doi.org/10.22034/jer.2023.2002535.1040>

© The Author(s).

Publisher: Ilam University Press.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

مدل‌سازی مؤلفه‌های اثرگذار بر تمایل دانشجویان به راه‌اندازی کسب‌وکار

ندا پورجمشیدی^۱ | نازنین زهرا ستوده^۲ | نگار رضایی^۳ | حلیمه رضایی^۴

۱. نویسنده مسئول، گروه اقتصاد، دانشکده اقتصاد و کارآفرینی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران. رایانامه: Pourjamshidi.neda98@gmail.com

۲. گروه اقتصاد، دانشکده اقتصاد و کارآفرینی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران. رایانامه: nzsetoudeh@yahoo.com

۳. گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشکده اقتصاد و کارآفرینی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران. رایانامه: negar.rezaei596@gmail.com

۴. گروه حسابداری، دانشکده حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، کنگاور، ایران. رایانامه: Halimehrezaei1400@gmail.com

چکیده

اطلاعات مقاله

کارآفرینی فرآیند خلق ارزش جدید از طریق یک تلاش متعهدانه با در نظر گرفتن ریسک‌های ناشی از آن اطلاق می‌شود. پژوهش حاضر با هدف مدل‌سازی مؤلفه‌های اثرگذار بر تمایل دانشجویان به راه‌اندازی کسب‌وکار انجام شد. جامعه آماری این پژوهش شامل دانشجویان دانشکده‌های اقتصاد و کارآفرینی (۶۲۵ نفر) و فنی-مهندسی (۲۱۵۶ نفر) دانشگاه رازی بودند که حجم نمونه مورد نظر با استفاده از فرمول کوکران با در نظر گرفتن واریانس پیشینه، جامعه بزرگ و دامنه اطمینان ۰/۰۵ به تعداد ۳۸۶ نفر با روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای با انتساب متناسب انتخاب شد. به‌منظور جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه‌های استاندارد استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی و تحلیل مسیر استفاده گردید. یافته‌ها حاکی از آن است که متغیرهای نوآوری، مرکز کنترل درونی، توفیق‌طلبی، پیشگامی و ریسک‌پذیری به‌طور مستقیم و متغیرهای پیشینه خانوادگی، سابقه اشتغال و شرکت در کارگاه‌های کارآفرینی به‌طور غیرمستقیم در مجموع ۳۳ درصد از تغییرات واریانس تمایل دانشجویان به راه‌اندازی کسب‌وکار را تبیین کردند. می‌توان گفت که یکی از چالش‌های اصلی دانشجویان، تلاش برای داشتن استقلال و امنیت شغلی در آینده است، لذا توصیه می‌گردد با پرورش مهارت‌هایی از قبیل نوآوری و دیگر مهارت‌های شغلی این مهم مدنظر متولیان امر قرار گرفته و زمینه ایجاد اشتغال را برای جوانان فراهم سازند.

نوع مقاله:

مقاله علمی - پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۲/۲۶

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۰۴/۱۶

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۴/۱۶

کلیدواژه‌ها:

نوآوری،

ریسک‌پذیری،

مرکز کنترل درونی.

توفیق‌طلبی.

استناد: پورجمشیدی، ندا، ستوده، نازنین زهرا، رضایی، نگار، و رضایی، حلیمه. (۱۴۰۲). مدل‌سازی مؤلفه‌های اثرگذار بر تمایل دانشجویان به راه‌اندازی کسب‌وکار.

مجله پژوهش‌های کارآفرینی، ۲ (۴)، ۸۲-۷۱.

DOI: <https://doi.org/10.22034/jer.2023.2002535.1040>



© نویسندگان.

ناشر: انتشارات دانشگاه ایلام.

مقدمه

بی‌شک امروزه از بزرگترین دغدغه‌های مسئولین و تصمیم‌گیرندگان کلان در هر جامعه، رسیدگی به وضعیت اقتصاد می‌باشد؛ چرا که رشد اقتصادی در هر کشور رابطه مستقیمی با ایجاد و بهبود زیرساخت‌ها و توسعه پایدار کسب‌وکارهای آن دارد. توسعه پایدار فرآیندی است که اساس بهبود وضعیت به‌شمار می‌رود و باعث رفع کاستی‌های اجتماعی و فرهنگی در جوامع شده و پیشرفت متعادل، متناسب و هماهنگ اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی را رقم می‌زند (Murphy & Drexhage, 2012). این فرآیند متکی بر وجود منابع طبیعی نبوده؛ بلکه در گرو قدرت تفکر و خلاقیت سرمایه انسانی می‌تواند منابع اصلی را فراهم سازد و عاملی حیاتی در پایداری جوامع به‌شمار رود. توسعه پایدار به‌واسطه‌ی دانش و مهارت، بر تشخیص و شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه اثرگذار است (Bhagavatula et al., 2010). کارآفرینی سمبل و نماد تلاش و موفقیت در امور تجاری بوده (Venkatraman, 1997) و کارآفرینان پیشگامان موفقیت‌های تجاری در جامعه هستند. شواهدی وجود دارد که نشان می‌دهد علت توسعه کشورهای هم‌چون آمریکا، ژاپن و آلمان که از نظر صنعتی پیشرفت زیادی داشته‌اند، کارآفرینی است (امیا و همکاران، ۱۴۰۲). کارآفرینی هم‌اکنون به‌عنوان یک حرفه ظهور کرده است و همانند دیگر حرفه‌ها باید توسعه یابد و از طریق برنامه‌های آموزشی و دانشگاهی خاص مبتنی بر مطالعات رفتاری و تجربی، پرورش پیدا کند (فرهادی، ۱۳۹۰؛ مهرآرا، ۱۳۸۶).

کارآفرینی فرآیندی است که نقش حیاتی در تداوم، رشد، توسعه ملی و جهانی ایفا می‌کند؛ از این‌رو، تداوم حیات و بقای جوامع نیازمند ارائه راه‌ها و روش‌های جدید به‌منظور مقابله با مشکلات است (Tunali & Senr, 2019). به‌همین سبب، نوآوری، ابداع، تولید محصولات جدید، فرآیندها و روش‌های نو بیش از پیش ضرورت می‌یابد (حیدری، ۱۳۸۳). این مفهوم به‌عنوان راهکار اصلی ایجاد ارزش اقتصادی و ابزاری کارآمد و مؤثر برای کاهش بیکاری محسوب می‌شود که فرآیند ایجاد و کسب سود از ترکیبات جدید و منحصربه‌فرد را طی می‌کند (شائمی برزکی و تیموری، ۱۳۸۵). کارآفرینی هنری است که ویژگی آن سازگاری با جامعه است، کارآفرینان موتور محرکه توسعه هستند که با به حرکت درآوردن واگن‌های اقتصاد، اشتغال، تولید، فن‌آوری و سرمایه، توسعه پایدار را به ارمغان می‌آورند (احمدپور داریانی، ۱۳۹۳). کارآفرینی را باید از ضروریات هزاره جدید دانست. عصری که به جامعه اطلاعاتی و هنگامه جهانی‌شدن موسوم است و در بردارنده پیامدهای مهمی نظیر فراگیری مهارت‌های نوظهور، تغییر و تحولات شتابانک در عرصه مبادلات بشری و رقابت شدید در عالم کسب‌وکار است (عسگری نژاد و معصومی، ۱۴۰۱).

در چنین فضایی از کارآفرینی به‌مثابه عامل رشد و توسعه و یکی از شاخص‌های تأثیرگذار در رصد کردن چشم‌انداز مطلوب هر جامعه‌ای یاد می‌شود (Schade et al., 2019) که توجه به نقش آن در توسعه همه‌جانبه ضرورت دارد و مطالعات مربوط به آن بیانگر اهمیت این موضوع است. از جمله این پژوهش‌ها می‌توان به مطالعات اردکانی و همکاران (۱۳۸۸) اشاره کرد که در بررسی رفتار کارآفرینانه نشان دادند که رابطه معنی‌داری بین خلاقیت افراد و رفتار کارآفرینانه وجود دارد. مطالعه سعیدی مهرآباد و مهدی (۱۳۸۷) در بررسی تأثیر آموزش کارآفرینی بر توسعه رفتارهای کارآفرینانه که بیان داشت برگزاری دوره‌های کارآفرینی تأثیرات مثبتی بر بروز رفتارهای کارآفرینانه دارد، همچنین، بارانی و همکاران (۱۳۸۹) در مطالعه‌ای به بررسی تأثیر آموزش کارآفرینی بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان پرداخته‌اند و نشان دادند که ارتباط مثبت و معنی‌داری بین نگرش درباره کارآفرینی، هنجارهای ذهنی، باور به خودکارآمدی و رفتار کارآفرینانه وجود دارد. کریمی و همکاران (Karimi et al., 2012) در مطالعه‌ای دریافته‌اند که حمایت از سوی خانواده و آشنایان و نیز حمایت دانشگاهی بر قصد کارآفرینی دانشجویان تأثیر مثبت دارد. متویوک (Matviuk, 2012) نیز در مطالعه خود نشان داد که عوامل فردی یا شخصیتی ساختارهایی برای تشریح ویژگی‌های رفتاری افراد مختلف هستند که ما را در پیش‌بینی رفتار آنان هدایت می‌کند.

از طرفی دیگر، نظر به این‌که امروزه آموزش کارآفرینی به یکی از مهم‌ترین و گسترده‌ترین فعالیت‌های دانشگاه‌هایی تبدیل شده است. مدنظر قرار گرفتن اهداف آموزشی، مناسب بودن محتوای دوره‌ها، کارآفرینانه بودن شیوه‌های تدریس، ایجاد گسترش

مفهوم و فرهنگ کارآفرینی در محیط دانشگاه و ترغیب دانشگاه‌ها به برگزاری دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی به همراه گسترش پژوهش‌ها در خصوص کارآفرینی و کارآفرینان، از سوی دانشجویان و دانش‌آموختگان لازمه تربیت دانش‌آموختگانی کارآفرین است (عسگری‌نژاد و معصومی، ۱۴۰۱). لذا با عنایت به مطالب فوق‌الذکر و تجربه‌های جهانی موجود طی سال‌های اخیر در دنیا و راه‌اندازی کسب‌وکارهای کارآفرینانه دانشجویان در کشور، لزوم شناسایی عوامل اثرگذار در راه‌اندازی کسب‌وکار را اجتناب‌ناپذیر می‌نماید که در پژوهش حاضر مورد بررسی قرار گرفته است.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

نوآوری

نوآوری یک نوع تمایل رفتاری است که توسط شرکت‌ها یا افراد بروز می‌کند و دربرگیرنده فرآیندی خلاقانه و جدید است که منجر به ارائه خدمات یا فرآیندهای جدید می‌شود (Lumpkin et al., 2011) که برای جهت‌گیری کارآفرینانه بسیار ضروری است. همچنین، اشاره به قابلیت به کار بستن دانش‌های نوین به منظور بهبود تولید و خلق محصولات و سرویس‌های نو، کارایی بلامنازع به‌شمار آمده و محور توانایی رقابتی است (واحدیان، ۱۳۸۲). نوآوری حاکی از خلاقیتی است که از طریق معرفی محصولات و خدمات جدید و رهبری فنی از طریق تحقیق و توسعه در فرآیندهای جدید بروز می‌کند (Schade et al., 2019). کوین و مایلز (Covin & Miles, 1999) نوآوری را «تمایل به حمایت از ایده‌های جدید و اجرای فرآیندهای خلاق پیش از رقبا» معرفی می‌کنند. همچنین، نوآوری بر تعهد به ارائه کالا یا خدمت جدید به بازار اشاره دارد (Lumpkin & Dess, 2001).

پیشگامی

پیشگامی دیدگاهی فرصت‌گراست که حاکی از حرکت‌های راهبردی برای پیش‌بینی تقاضاهای آینده قبل از سایرین می‌باشد (Lumpkin & Dess, 2001). این مفهوم ارائه‌دهنده رویکردی پیشرو همراه با فعالیت‌های جدید و نوآور است که سبب افزایش نرخ رشد در فروش شده و پشتکار رسیدن به هدف را تقویت می‌سازد (Tunali & Senr, 2019). از دید وانکاترامن (Venkatraman, 1997) پیشگامی بخش مهمی از کارآفرینی است که بیانگر جستجوی فرصت‌های جدید پیش از رقبا بوده، وی راهکارهای پیشگام بودن شرکت‌ها را در شکل‌دادن به محیط، معرفی محصولات جدید و برندهای جدید پیش از رقبا، کاهش چرخه عمر محصولات، حذف عملیات رشد یافته، پیش‌بینی بازارها و دنبال کردن فرصت‌های جدید، پیشنهاد می‌دهد (Coulthard, 2012). پیشگامی به تلاش‌های لازم برای پیشی گرفتن از رقبا با استفاده از فناوری‌های فروش محصولات و خدمات جدید اشاره دارد (Wang et al., 2011).

ریسک‌پذیری

خطرپذیری در ساده‌ترین شکل به‌عنوان اقداماتی تعریف می‌شود که پیامدها و یا احتمال نتایج آن ناشناخته است یا تنها بخشی از آن شناخته شده است (Lumpkin & Dess, 2001). از دید میلر (Miler, 1983) ریسک‌پذیری شامل اقداماتی جسورانه در جهت کار با منابع ناشناس در سازمان‌هایی با محیط‌های نامطمئن است. می‌توان گفت سازمان‌ها با رویکرد ریسک‌پذیرانه، تمایل بیشتری برای ریسک‌پذیری، تمرکز و تلاش برای پیگیری ایده‌های جدید دارند (نورائی و همکاران، ۱۴۰۰)، همچنین، این مهم به‌عنوان میزان تمایل به مشارکت در فعالیت‌ها و پروژه‌هایی با نتایج نامشخص و نامطمئن تعریف می‌شود (کریمی و رحمانی، ۱۳۹۴).

مرکز کنترل

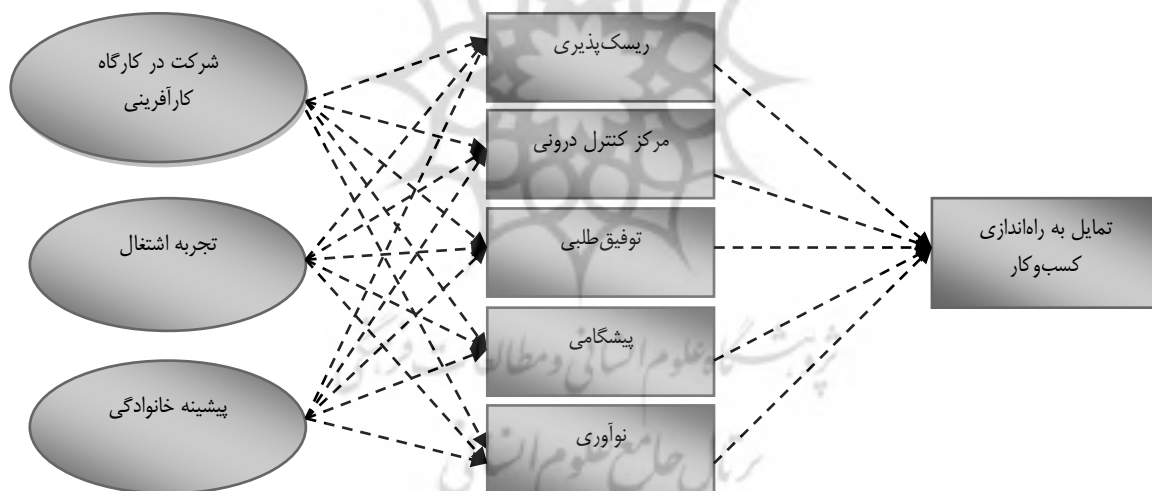
مکان کنترل که به اعتقاد افراد در مورد چگونگی کنترل محیط اشاره دارد، نظامی از اعتقادات است که بر اساس آن فرد موفقیت‌ها و شکست‌های خود را ارزیابی می‌کند (بلورساز و همکاران، ۱۳۸۴). بیشتر افرادی که دارای منبع کنترل درونی هستند

از سطوح بالای خلاقیت مثل انعطاف‌پذیری و تازگی برخوردارند و این درحالی است که افراد با منبع کنترل بیرونی، دارای خلاقیت پایینی هستند و از سطوح پایین خلاقیت مانند پیچیدگی بهره‌مند می‌باشند (Glover & Sautter, 1976). برمبنای نظریه راتر افرادی که سرنوشت خود را کنترل می‌کنند و باور دارند که می‌توانند بر محیط اثرگذار باشند، منبع کنترل درونی و افرادی که معتقدند سرنوشت‌شان به‌وسیله عوامل بیرونی کنترل می‌شود، منبع کنترل بیرونی دارند (بلورساز و همکاران، ۱۳۸۴).

توفیق‌طلبی

نیاز به کسب موفقیت براساس انتظار انجام دادن کاری بهتر یا سریع‌تر از هرکس دیگر یا بهتر انجام دادن آن نسبت به گذشته است (فرهادی، ۱۳۹۰). چالش طلب بودن، پذیرش مسئولیت شخصی برای نتایج و پیامدها و نوآوری، مشخصه‌های افرادی است که نیاز بالایی به کسب موفقیت دارند (Rough, 2009). این افراد تمایل دارند که سرنوشت خود را خودشان کنترل کنند، نه این که امور را به دست تقدیر، شانس، یا بخت و اقبال بسپارند. آن‌ها دوست دارند که براساس ارزشیابی و تجارب خود، داوری مستقلی داشته باشند نه براساس عقاید دیگران (یزدخواستی، ۱۳۸۹).

با توجه به مبانی نظری و پیشینه بررسی شده، به نظر می‌رسد طراحی چارچوبی برای بررسی تمایل به راه‌اندازی کسب‌وکار در بین دانشجویان به‌صورت شکل ۱، منطقی به‌نظر می‌رسد.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر پارادایم کمی، با توجه به هدف، از نوع پژوهش‌های کاربردی و از لحاظ گردآوری داده‌ها، توصیفی-همبستگی بود که به بررسی و تحلیل روابط میان متغیرها براساس هدف پژوهش می‌پردازد. جامعه آماری این پژوهش دانشجویان دانشکده‌های اقتصاد و کارآفرینی (۶۲۵ نفر) و فنی-مهندسی (۲۱۵۶ نفر) دانشگاه رازی بودند که حجم نمونه مورد نظر با استفاده از فرمول کوکران با در نظر گرفتن واریانس پیشینه، جامعه بزرگ و دامنه اطمینان ۰/۰۵ تعداد ۳۴۰ نفر با روش تصادفی طبقه‌ای با انتساب متناسب انتخاب شد.

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{(n_0 - 1)}{N}}$$

به‌منظور جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه‌های استاندارد (Lumpkin & Dess, 2001) برای سنجش گویه‌های ریسک‌پذیری، نوآوری، پیشگامی؛ از پرسشنامه استاندارد (Rateer, 1996) برای سنجش گویه مرکز کنترل درونی؛ پرسشنامه احمدپور و مقیمی (۱۳۹۲) برای سنجش گویه توفیق‌طلبی؛ و پرسشنامه محقق‌ساخته تمایل به راه‌اندازی کسب‌وکار استفاده شد. همچنین، متغیرهای تجربه شرکت در کارگاه‌های کارآفرینی، سابقه اشتغال، پیشینه خانوادگی (سابقه راه‌اندازی کسب‌وکار توسط بستگان درجه یک) با کدگذاری تصنعی (۱+۰) مورد سنجش قرار گرفتند. به‌منظور سنجش روایی پرسشنامه‌ها با توجه به این‌که قبلاً توسط پژوهشگران مختلف به‌طور مکرر تأیید شده بودند، از افراد صاحب‌نظر در زمینه کارآفرینی درخواست شد که در خصوص روایی پرسشنامه اظهارنظر کنند؛ بنابراین، پس از جمع‌بندی نقطه نظرات آن‌ها نسبت به اصلاح و تنظیم پرسشنامه نهایی اقدام و قالب نهایی پرسشنامه توزیع شد. افزون بر این، برای تعیین پایایی نیز ۳۰ پرسشنامه از پاسخگویان بیرون از نمونه مورد مطالعه تکمیل شد و ضریب آلفای کرونباخ برای بخش‌های یاد شده محاسبه شد (جدول ۱).

جدول ۱. نتایج آزمون آلفای کرونباخ متغیرهای مورد مطالعه

ردیف	متغیر	تعداد گویه‌ها	میزان آلفای کرونباخ
۱	نوآوری	۵	۰/۷۶
۲	پیشگامی	۴	۰/۷۱
۳	ریسک‌پذیری	۳	۰/۷۸
۴	مرکز کنترل درونی	۳	۰/۸۲
۵	توفیق‌طلبی	۳	۰/۷۵
۶	تمایل به راه‌اندازی کسب‌وکار	۴	۰/۷۶

نتایج جدول (۱) نشان می‌دهد که برای سازه‌های نوآوری، پیشگامی، ریسک‌پذیری، مرکز کنترل درونی، توفیق‌طلبی و تمایل به راه‌اندازی کسب‌وکار شاخص آلفای کرونباخ از مقدار مناسب و قابل قبولی برخوردارند؛ بنابراین، می‌توان اظهار کرد که ابزار سنجش متغیرهای فوق از دقت لازم و کافی برخوردار هستند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی و آمار استنباطی به همراه پیش‌فرض‌های اساسی رگرسیون و تحلیل مسیر رگرسیونی با به‌کارگیری نرم افزار SPSS بهره گرفته شد.

یافته‌ها

چنانکه اشاره شد یک نمونه ۳۸۶ نفری از دانشجویان مورد مطالعه قرار گرفتند که ویژگی‌های جمعیت شناختی آن‌ها بدین شرح است: ۵۳ درصد افراد نمونه را دختران و ۴۷ درصد آنان را پسران تشکیل دادند. افزون بر این، مشخص شد ۵۷ افراد نمونه دارای تحصیلات کارشناسی و ۴۳ درصد تحصیلات تکمیلی داشتند. همچنین، ۴۳ درصد افراد سابقه راه‌اندازی کسب‌وکار توسط بستگان درجه یک را داشتند.

از آنجا که پایه و اساس مطالعات رگرسیونی، همبستگی بین متغیرها است. به‌منظور بررسی ارتباط ساده و خطی بین متغیرهای نوآوری، پیشگامی، ریسک‌پذیری، مرکز کنترل درونی، توفیق‌طلبی با تمایل به راه‌اندازی کسب‌وکار از روش همبستگی پیرسون استفاده شده است که نتایج آن در جدول (۲) آمده است.

جدول ۲. نتایج ضرایب همبستگی پیرسون

متغیر	تمایل به راه‌اندازی کسب‌وکار	Sig.
نوآوری	۰/۴۱**	۰/۰۰۱
پیشگامی	۰/۳۳**	۰/۰۰۳
ریسک‌پذیری	۰/۴۳**	۰/۰۰۱
مرکز کنترل درونی	۰/۲۸**	۰/۰۰۴
توفیق‌طلبی	۰/۳۵**	۰/۰۰۳

* p≤.05 ** p≤.01

بر اساس نتایج ارائه شده در جدول ۲، مشاهده می‌شود که بین متغیرهای نوآوری، پیشگامی، ریسک‌پذیری، مرکز کنترل درونی، توفیق‌طلبی با تمایل به راه‌اندازی کسب‌وکار رابطه مثبت و معناداری در سطح خطای پنج درصد وجود دارد؛ بنابراین، با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت که با افزایش و یا کاهش نوآوری، پیشگامی، ریسک‌پذیری، مرکز کنترل درونی، توفیق‌طلبی میزان تمایل به راه‌اندازی کسب‌وکار نیز افزایش یا کاهش می‌یابد.

رگرسیون فرآیندی آماری برای تخمین روابط بین متغیرها است. این روش شامل پیش فرض‌های در رابطه با تشخیص صحت و درستی استفاده از آن برای داده‌های نمونه‌ای است (خاکی، ۱۳۸۷). در مطالعه حاضر از پیش فرض‌ها اساسی این تکنیک آماری استفاده شده است. همچنین، در ادامه به منظور تعیین میزان اثر عوامل مؤثر بر تمایل به راه‌اندازی کسب‌وکار از تحلیل مسیر رگرسیونی بهره گرفته شده است.

مفروضات رگرسیونی در جدول ۳، ستون (Statistics Collinearity) به مقدارهای اغماض که اندازه‌هایی برای نشان دادن همبستگی بین متغیرها پیش‌بین است، اشاره دارد و مقدار بین (۰ و ۱) را شامل می‌شود. هرچه میزان اغماض یک متغیر به صفر نزدیکتر باشد، ارتباط قوی‌تر بین آن متغیر و سایر متغیرها پیش‌بین دارد (علی‌آبادی و صمدی، ۱۳۹۱). عامل تورم واریانس (VIF) نیز اندازه دیگری است که می‌تواند جانشین هم‌خطی شود (در واقع عکس اغماض است) و در آن، مقادیر بزرگ نشان‌دهنده ارتباط قوی بین متغیرهای پیش‌بین است (علی‌آبادی و صمدی، ۱۳۹۱).

جدول ۳. نتایج محاسبه آزمون تشخیص هم‌خطی داده‌ها

متغیر وابسته	متغیر مستقل	Tolerance	VIF
تمایل به راه‌اندازی کسب‌وکار	نوآوری	۰/۸۳	۱/۱۲
	پیشگامی	۰/۷۸	۱/۲۳
	ریسک‌پذیری	۰/۹۱	۱/۴۵
	مرکز کنترل درونی	۰/۷۳	۱/۴۹
	توفیق‌طلبی	۰/۸۱	۱/۳۲

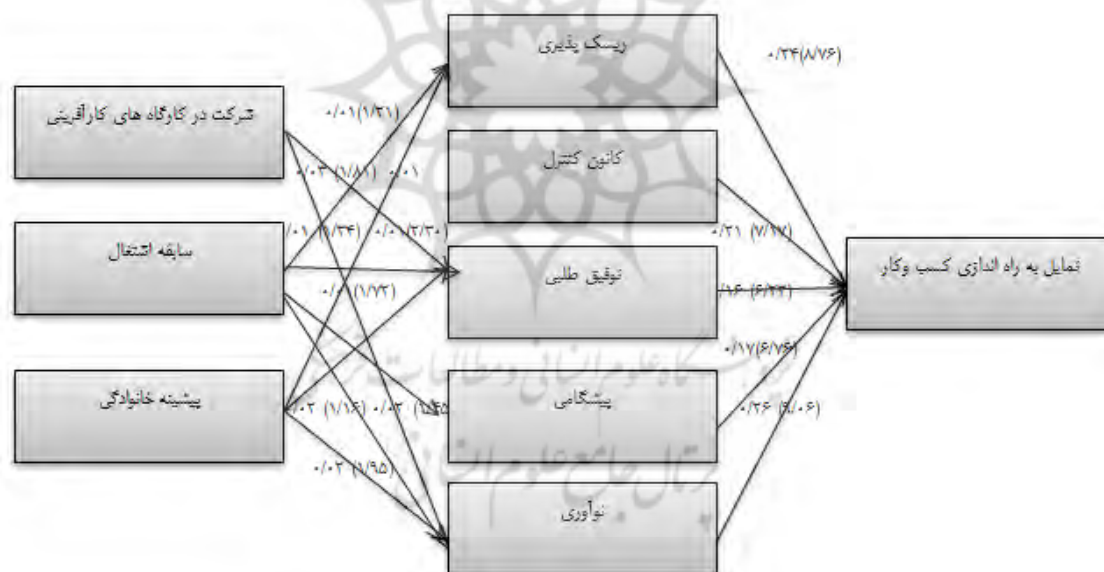
بر اساس نتایج ارائه شده در جدول ۳، مناسب بودن شاخص مقدار اغماض (Tolerance) که مقادیر بین صفر و یک به دست آمده است، همچنین، مقادیر ذکر شده در ستون VIF حاکی از تأیید مقادیر مناسب شاخص مذکور برای تک‌تک متغیرها است.

استقلال خطاها (تفاوت بین مقادیر واقعی و مقادیر پیش‌بینی شده توسط معادله رگرسیون) از دیگر مفروضه‌های اساسی است که در محاسبه رگرسیون مدنظر قرار می‌گیرد. به همین منظور، برای تشخیص میزان استقلال خطاها از آزمون دوربین^۱ _ واتسون^۱ استفاده شد (جدول ۴).

جدول ۴. نتایج محاسبه آزمون دوربین _ واتسون

مدل	R	R Square	Adjusted R Square	Std	Sig	Durbin- Watson
۱	۰/۵۴۳	۰/۳۴۱	۰/۳۳۲	۰/۵۲۱	۰/۰۰۳	۱/۷۹

با استناد به جدول ۴، آماره دوربین واتسون با مقدار (۱/۷۹) در فاصله بین ۱/۵ تا ۲/۵ قرار دارد، لذا فرض عدم همبستگی بین خطاها تأیید می‌شود و نتایج رگرسیون قابل استناد است. همچنین، مقدار ضریب تبیین به دست آمده حاکی از آن است که متغیرهای مورد مطالعه توانسته‌اند حدود ۳۳ درصد از واریانس متغیر وابسته تمایل به راه‌اندازی کسب‌وکار را تبیین نمایند. در ادامه پس از این که مدل رگرسیون چندگانه با استفاده از روش ENTER تأیید گردید، با استفاده از تحلیل مسیر آثار مستقیم و غیرمستقیم هر یک از متغیرها بر متغیر وابسته نیز بررسی گردید. شکل ۲، مدل تحلیل مسیر را به منظور برآورد ضرایب مسیر متغیرها نمایش می‌دهد.



شکل ۲. مدل مسیر عوامل مؤثر بر راه‌اندازی کسب‌وکار

چنان که در شکل ۲، مشاهده می‌شود متغیرهای نوآوری، پیشگامی، ریسک‌پذیری، مرکز کنترل درونی، توفیق‌طلبی دارای ارتباط مستقیمی با تمایل به راه‌اندازی کسب‌وکار هستند. همچنین، متغیرهای شرکت در کارگاه‌های کارآفرینی، پیشینه خانوادگی و سابقه اشتغال اثر غیرمستقیمی بر تمایل به راه‌اندازی کسب‌وکار دارند که میزان اثر و سطح معناداری آن‌ها در جدول (۵) شرح داده شده است. به منظور وضوح و روشن‌سازی مطالب فوق ضرایب مسیر و تفاسیر متغیرها در ادامه نمایش داده شده است.

^۱ Durbin- Watson test

جدول ۵. خلاصه اطلاعات تحلیل مسیر مؤلفه‌های اثرگذار بر تمایل دانشجویان به راه‌اندازی کسب‌وکار

اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم	متغیر	از طریق
-	۰/۰۳۶**	سابقه اشتغال	ریسک‌پذیری
-	۰/۰۱۹**	پیشینه خانوادگی	توفیق‌طلبی
-	۰/۰۱۴**	شرکت در کارگاه کارآفرینی	پیشگامی
-	۰/۰۱۹**	سابقه اشتغال	نوآوری
-	۰/۰۲۲**	پیشینه خانوادگی	
-	۰/۰۱۳**	سابقه اشتغال	
-	۰/۰۲۳**	شرکت در کارگاه کارآفرینی	
-	۰/۰۲۸**	سابقه اشتغال	
-	۰/۰۳۹**	پیشینه خانوادگی	
۰/۲۴**	-	ریسک‌پذیری	
۰/۲۱**	-	مرکز کنترل درونی	
۰/۱۶**	-	توفیق‌طلبی	
۰/۱۷**	-	پیشگامی	
۰/۲۶**	-	نوآوری	

** p≤/01

با استناد به نتایج به‌دست آمده از جدول ۵، می‌توان بیان نمود که از بین متغیرهای مورد مطالعه متغیر نوآوری ($Beta = 0/26$) بیشترین میزان اثر بر تمایل به راه‌اندازی کسب‌وکار را دارد. متغیرهای ریسک‌پذیری ($Beta = 0/24$)، مرکز کنترل درونی ($Beta = 0/21$)، پیشگامی ($Beta = 0/17$)، توفیق‌طلبی ($Beta = 0/16$)، نیز به ترتیب بر متغیر وابسته اثرگذاری مستقیم دارند. در این بین، متغیرهای شرکت در کارگاه کارآفرینی ($Beta = 0/03$)، سابقه اشتغال ($Beta = 0/09$) و پیشینه خانوادگی ($Beta = 0/08$) به‌طور غیرمستقیم بر تمایل به راه‌اندازی کسب‌وکار اثرگذارند.

بحث و نتیجه‌گیری

مطالعات زیادی بر روی فرآیند کارآفرینی انجام گرفته است که هر کدام قسمتی از این فرآیند را تشریح کرده‌اند. ولی در حالت عمومی فرآیند کارآفرینانه شامل تمام کارکردها، فعالیت‌ها و واکنش‌هایی می‌شود که در رابطه با درک فرصت و راه‌اندازی کسب‌وکار است. کارآفرینی فرآیندی از ارائه اندیشه‌های نو، بهره‌گیری از امکانات و فرصت‌های موجود با تکیه بر دانش، پیشه و کار مربوط به آن و پذیرش خطر است که عوامل گوناگون را در کنار یکدیگر قرار می‌دهد تا بهره‌برداری از منابع و فعال شدن آن‌ها در جهت بهره‌وری میسر گردد و مؤسسات بهره‌ور و خلاق ایجاد شوند که موجب رشد و توسعه همه‌جانبه باشند. مطالعه حاضر نیز با هدف مدل‌سازی مؤلفه‌های اثرگذار بر تمایل دانشجویان به راه‌اندازی کسب‌وکار انجام شد.

مطابق نتایج به‌دست آمده از روش تحلیل مسیر رگرسیونی متغیرهای نوآوری، پیشگامی، ریسک‌پذیری، مرکز کنترل درونی و توفیق‌طلبی توانستند ۳۳ درصد از واریانس متغیر تمایل به راه‌اندازی کسب‌وکار را تبیین نمایند که در این بین متغیر نوآوری اثرگذارترین متغیر مطالعه بود که تحت تأثیر سه متغیر شرکت در کارگاه‌های کارآفرینی، سابقه اشتغال، پیشینه خانوادگی قرار گرفت. می‌توان گفت با توجه به این‌که نوآوری نوعی تمایل رفتاری است که در فرد ایجاد می‌شود و کسب‌وکارهایی که به نوآوری توجه نمی‌کنند، سرنوشتی جز نابودی نخواهند داشت، لذا افراد می‌توانند با شرکت در کارگاه‌های کارآفرینی و افزایش

انگیزه، تمایل به خلاقیت و میل به نوآوری را ارتقا بخشند؛ زیرا آموزش کارآفرینی می‌تواند اثرات بسیار زیادی را در جامعه به‌دنبال داشته باشد. این اثرات را می‌توان در ابعاد فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و اقتصادی مورد بررسی قرار داد. از ابعاد بسیار مهم کارآفرینی، ایجاد شغل و استخدام افراد در این‌گونه شرکت‌های نوپا است که خود می‌تواند اثرات اقتصادی، اجتماعی و سیاسی خاصی را به‌دنبال داشته باشد. این مسئله به‌ویژه از لحاظ سیاسی و اجتماعی و به‌خاطر کاهش تنش‌های ناشی از بیکاری و همچنین، جنبه‌های روانی آن بر افراد بیکار، می‌تواند یک مزیت غیرقابل انکار برای آموزش کارآفرینی محسوب شود که در پی آن تمایل به راه‌اندازی کسب‌وکار و شناخت فرصت نیز بهبود یابد. نتایج مطالعه با مطالعه (Tunali & Senr, 2019) همسو است.

افزون بر این متغیر ریسک‌پذیری که تحت عنوان مجموعه اقداماتی که پیامدها و یا احتمال نتایج مبهم دارند تعریف می‌شود و شامل یک سری اقدامات جسورانه در جهت کار با منابع ناشناس در سازمان‌هایی با محیط‌های نامطمئن است می‌تواند بر تمایل به راه‌اندازی کسب‌وکار اثربخش باشد؛ چرا که افراد با رویکرد ریسک‌پذیرانه، تمایل بیشتری برای تمرکز و تلاش دارند. این افراد می‌توانند با شرایط سخت و پرخطر راحت‌تر برخورد کنند و سختی کار را تحمل نمایند. افرادی که دارای ریسک‌پذیری هستند برای رسیدن به موفقیت از هیچ نوع تلاش و پشتکاری فروگذاری نمی‌کنند. این مفهوم خود تحت اثر دو متغیر پیشینه خانوادگی و سابقه اشتغال قرار گرفته است، احتمال می‌رود افرادی که خود یا بستگان‌شان اقدام به فعالیت کارآفرینی نموده‌اند به سبب آشنایی با محیط کسب‌وکار این ویژگی را بیشتر در خود پرورش داده‌اند. افزون بر این، مرکز کنترل درونی از دیگر عوامل اثرگذار بر راه‌اندازی کسب‌وکار است که به اعتقاد افراد در مورد چگونگی کنترل محیط اطراف اشاره دارد که براساس آن فرد موفقیت‌ها و شکست‌های خود را ارزیابی می‌کند. بیشتر افرادی که دارای منبع کنترل درونی هستند از سطوح بالای خلاقیت برخوردار بوده و باور دارند که می‌توانند بر محیط اثرگذار باشند. نتایج با مطالعه بلورساز و همکاران (۱۳۸۴) همسو است.

توفیق‌طلبی نیز به سبب ایجاد موقعیت‌های به‌منظور پیدا کردن راه‌حلی برای مشکلات و مشارکت در فعالیت‌ها و موقعیت‌هایی که نتیجه آن به توانایی‌ها و تلاش فرد بستگی دارد، تحت اثر هر سه متغیر پیشینه خانوادگی، شرکت در کارگاه‌های کارآفرینی و سابقه اشتغال بر تمایل به راه‌اندازی کسب‌وکار مؤثر است. پیشگامی شامل جست‌وجوی فرصت‌های جدید و اقدام سریع هستند که بازتابی از جهت‌گیری‌ها و فعالیت‌های مدیریت عالی در سازمان است که می‌تواند به‌میزان قابل‌توجهی به‌طور مستقیم و غیرمستقیم از طریق سابقه اشتغال بر متغیر وابسته اثرگذار باشد. درنهایت، باید عنوان داشت در دنیای رقابتی امروز، کارآفرینی برای بقای جوامع حیاتی است و افراد خلاق و نوآور که منبع تولید نوآوری و کارآفرینی هستند، مثل شاهرگ حیاتی می‌باشند که در صورت قطع شدن آن حیات جامع محکوم به زوال و نابودی است، لذا پرورش روحیات و ویژگی‌های کارآفرینانه از ضرورت‌های توسعه جوامع محسوب می‌شود؛ چرا که ما در زمانی زندگی می‌کنیم که روند دگرگونی در فناوری‌ها، با شتاب فراوان افزایش می‌یابد و موج‌هایی می‌آفریند که همه صنایع را دربر می‌گیرد. نمی‌توان جلوی دگرگونی‌ها و تغییرات را گرفت یا خود را از آن‌ها پنهان کرد. باید نگاه‌ها را بر آن‌ها دوخته و برای رویارویی با آن‌ها آماده شد. برای مقابله با تغییرات عصر حاضر، پرورش افراد توانمند و کارآمد که می‌توانند با راه‌اندازی کسب‌وکار مناسب راه‌های توسعه و پیشرفت را هموار سازند، بسیار ضرورت دارد. درنهایت، با توجه به‌میزان اثرگذاری نوآوری بر تمایل به راه‌اندازی کسب‌وکار در بین دانشجویان پیشنهاد می‌گردد متولیان امر با ایجاد یک نظام ارتباطی و مشارکت‌جویانه در دانشگاه‌ها امکان رشد و پرورش دانشجویان را توسعه دهند و با هدف‌گذاری درست برای دانشجویان در حین تحصیل و استفاده از استعدادهای آن‌ها زمینه انجام نوآوری و در راستای تشکیل یک جامعه توانمند را فراهم سازند.

منابع

- احمدپورداریانی، محمود. (۱۳۹۳). کارآفرینی، تعاریف، نظریات، الگوها. چاپ دوم، تهران. انتشارات پردیس.
- اردکانی، سعید، حاتمی نسب، حسن. و طالیفر، رضا. (۱۳۸۸). خلاقیت و رفتار کارآفرینانه. کنفرانس خلاقیت‌شناسی، مدیریت و مهندسی نوآوری. تهران، پژوهشکده خلاقیت و مدیریت نوآوری ایران.
- امیا، رضا، سعیدی، پرویز. و دیده‌خانی، حسین. (۱۴۰۲). شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه آموزش کارآفرینی در نظام آموزشی عالی ایران. مجله رهبری و مدیریت آموزشی، ۶۱ (۲۴)، ۹۳-۱۱۶.
- بارانی، شهرزاد، زرافشانی، کیومرث، دل‌انگیزان، سهراب. و حسینی لرگانی، سیده مریم. (۱۳۸۹). تأثیر آموزش کارآفرینی بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه پیام نور کرمانشاه: با رویکرد مدل‌سازی معادله ساختاری. فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، ۵۷ (۳)، ۸۵-۱۰۵.
- بلورساز، هنر، قاضی، قادر، بهاری، سعید. و لطفی کاشانی، فرح. (۱۳۸۴). خودپنداری، منبع کنترل و رضایت شغلی. نشریه تازه‌های روان‌درمانی، ۴ (۵)، ۱۵۶-۱۴۷.
- حیدری، احمد. (۱۳۸۳). کارآفرینی دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی. مجله اطلاعات سیاسی-اقتصادی، ۱۱ (۱)، ۳۳-۴۱.
- خاکی، غلامرضا. (۱۳۸۷). روش تحقیق با رویکردی به پایان‌نامه نویسی. چاپ اول. وزارت فرهنگ و آموزش عالی، انتشارات کانون فرهنگی درایت.
- سعیدی مهرآباد، محمد. و مهتدی، محمد مهدی. (۱۳۸۷). تأثیر آموزش کارآفرینی بر توسعه رفتارهای کارآفرینانه (مطالعه موردی: آموزش‌های کارآفرینی وزارت کار و امور اجتماعی). توسعه کارآفرینی، ۱ (۲)، ۷-۱۹.
- شائمی برزکی، علی. و تیموری، هادی. (۱۳۸۵). رابطه کارآفرینی و نوآوری در سطح خرد و کلان. مجموعه مقالات نخستین کنفرانس ملی مدیریت تحول، شیراز، دانشگاه پیام‌نور شیراز.
- فرهادی، مرتضی. (۱۳۹۰). کار در فتوت نامه‌ها مرام نامه‌های صنفی-طریقتی خود انگیخته و خود پذیرفته پیشه‌وران ایرانی. فصلنامه برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، ۸ (۳)، ۱۵۶-۱۴۳.
- کریمی، آصف. و رحمانی، سوما. (۱۳۹۴). تأثیر گرایش کارآفرینانه بر عملکرد کسب و کارها با میانجیگری فرآیند خلق دانش (مورد مطالعه: کسب و کارهای کوچک و متوسط). ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، ۵ (۳)، ۱۴۳-۱۷۱.
- مهرآرا، اسداله. (۱۳۸۶). کارآفرینی فرهنگی. کارآفرینی بومی ضرورتی برای توسعه کارآفرینی در آموزش عالی. همایش ملی آموزش عالی و کارآفرینی گذشته، حال، آینده، سمنان، دانشگاه سمنان.
- عسگری‌نژاد، منیره. و معصومی، محمدرضا. (۱۴۰۱). بررسی تأثیر محیط دانشگاه بر قصد کارآفرینانه دانشجویان. فصلنامه جامعه‌شناسی سیاسی ایران، ۲۷ (۱۶)، ۷۶۲۳-۷۶۳۸.
- واحدیان، عابدین. (۱۳۸۲). نوآوری چیست. چهارمین همایش مراکز تحقیق و توسعه صنایع و معادن، تهران، انجمن تخصصی مراکز تحقیق و توسعه صنایع و معادن.
- نورائی، مریم. محمدی ملقرنی، عطاالله، نوروش ایرج. و بهمن پور، کاوه. (۱۴۰۰). ریسک‌پذیری و خوش‌بینی مدیران: نشریه حسابداری مدیریت، ۴۸ (۳)، ۲۳۱-۲۱۵.
- یزدخواستی، بهجت. و شیرازی، سمانه. (۱۳۸۹). بررسی عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی، اولین کنفرانس بین‌المللی مدیریت و نوآوری، شیراز، دانشگاه شیراز.
- Bhagavatula, S., Elfring, T., Tilburg, A. V., & Gerhard, G. V. B. (2010). How Social and Human Capital Influence Opportunity Recognition and Resource Mobilization in India's Handloom Industry. *Journal of Business Venturing*, 25(3), 245-260.
- Coulthard, M. (2012). The Role of Entrepreneurial Orientation on Firm Performance and the Potential Influence of Relational Dynamism. Monash University. *Business and Economics*, 34(3), 73-59.
- Covin, J.G., & Miles, M.P. (1999). Corporate entrepreneurship and the pursuit of competitive advantage. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23(3), 47- 63.

- Drexhage, J., & Murphy, D. (2012). Sustainable Development: From Brundtland to Rio 2012. *International Institute for Sustainable* .
- Glover, J. A., & Sautter, F. (1976). An Investigation of the Relationship of Four Components of Creativity to Locus of Control. *Journal of Social Behavior and Personality*, 4(2), 257-26.
- Karimi, M., Chizari, H., & Biemans, S. (2012). Environmental of Impact The Molder Intentions Entrepreneurial. *Students on Factors Cultural*, 5(3), 105-124 .
- Lumpkin, G. T., Cogliser, C. C., & Schneider, D. R. (2011). Understanding and measuring autonomy: An entrepreneurial orientation perspective. *Entrepreneurship theory and practice*, 33(1), 47-69.
- Lumpkin, G.T., & Dess, G.G. (2001). Linking two dimensions of entrepreneurial orientation to firm performance. *Journal of Business Venturing*, 16(5), 429-451.
- Matviuk, M. (2012). Sweden Peruvian of study A of Jornal. Expectations Leadership Entrepreneurs, Business of Academy American Action. *Journal. Education Entrepreneurship*, 3(7), 185-194.
- Miller, D. (1983). the correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management science*, 29(7), 770-791.
- Lumpkin T, G; & Frese, Michael. (2009). Entrepreneurial Orientation and Business Performance: an Assessment of Past Research and Suggestions for the Future. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2(6), 134-145.
- Raugh, A. (2009). Entrepreneurial orientation and business performance: Cumulative empirical evidence. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33 (2), 761-788.
- Schade, C, M., Minniti., P., KoellKuckertz, A., Berger, E., & Gauding, A. (2019). Responding to the greatest challenges? Value creation in ecological startups. *Journal of Cleaner Production*, 2(3), 1138-1147.
- Tunali, C, . & Senr, S. (2019). The Determinants of Entrepreneurship in Turkey. *Procedia .Computer*, 158 (9), 648-652.
- Venkatraman, N. (1997). Strategic Orientation of business enterprises: The construct, dimensionality and measurement. *Management Science*, 3(5), 942- 962 .
- Wang, H., Tsui, A., & Xin, K. (2011). CEO leadership behaviors, organizational performance, and employees attitudes. *Leadership Quarterly*, 2(2), 92-105.