

بررسی تأثیر ویژگی‌های شخصیتی و رفتاری در تبیین قصد کارآفرینانه دانشجویان (مطالعه موردی: دانشگاه شاهد)

محمد اوتادی^۱ - سعید صفری^{۲*}

۱. کارشناس ارشد مدیریت کارآفرینی، گروه مدیریت صنعتی و کارآفرینی دانشگاه شاهد

۲. دانشیار گروه مدیریت صنعتی و کارآفرینی دانشگاه شاهد

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۸/۷

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۱۰/۷

چکیده

این مقاله به بررسی تأثیر سه ویژگی شخصیتی شامل گرایش به ریسک‌پذیری، کانون کنترل و شخصیت پیش‌فعال، بر شکل‌گیری قصد کارآفرینانه دانشجویان، با توجه به نقش میانجی‌گر مؤلفه‌های مدل رفتار برنامه‌ریزی‌شده (TPB)، می‌پردازد. همچنین بررسی تفاوت بین گروهی که خود یا والدین آن‌ها تحصیلات یا تجربه قبلی کارآفرینی داشته‌اند و گروهی که این ویژگی‌ها را نداشته‌اند، از اهداف تحقیق است. این پژوهش، کمی و از نظر هدف، کاربردی از نوع توصیفی-همبستگی است. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسش‌نامه بسته-پاسخ و برگرفته از ادبیات پژوهش است و داده‌ها به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌بندی‌شده، جمع‌آوری شد. جامعه آماری، تمام دانشجویان دانشگاه شاهد در سال تحصیلی ۱۳۹۸ هستند. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از مدل‌سازی معادلات ساختاری و حداقل مربعات جزئی، در نمونه‌ای به تعداد ۴۴۳ نفر، استفاده شد. نتایج حاکی از اعتبار مدل رفتار برنامه‌ریزی‌شده، در پیش‌بینی قصد کارآفرینانه دانشجویان است. گرایش به ریسک‌پذیری و کانون کنترل به صورت مستقیم، اثر مثبت و معنادار بر قصد کارآفرینانه داشتند، ولی شخصیت پیش‌فعال، اثر مستقیم معناداری بر قصد نداشت. در بررسی اثر میانجی‌گری، مشاهده شد که هر سه مؤلفه مدل رفتار برنامه‌ریزی‌شده، به صورت جزئی مکمل، رقابتی و یا کامل، رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی و قصد را میانجی‌گری می‌کنند. همچنین دو گروه مورد مطالعه، در برخی روابط تفاوت معناداری با هم دارند.

واژه‌های کلیدی: قصد کارآفرینانه، نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده، ویژگی‌های شخصیتی، دانشگاه شاهد

مقدمه

اشتغال و بیکاری، از جمله موضوعات اساسی اقتصاد هر کشوری است. گزارش مرکز آمار ایران در بهار ۱۳۹۷، نشان می‌دهد نرخ بیکاری جمعیت ۱۰ ساله و بیشتر، ۱۲/۱ درصد بوده است و ۳۶/۴ درصد از جمعیت همگی بیکاران را فارغ‌التحصیلان آموزش عالی تشکیل داده‌اند. این نشان می‌دهد، تعداد زیادی از دانشجویان حتی بعد از فارغ‌التحصیلی به دنبال تأسیس کسب‌وکار جدید نرفته‌اند. همچنین بانک جهانی هر سال با بررسی شاخص‌هایی، سهولت انجام کسب‌وکار^۱ را در کشورها بررسی می‌کند. اولین شاخص سهولت کسب‌وکار، اقدام برای تأسیس یک کسب‌وکار جدید است. ایران در سال ۲۰۱۹، رتبه ۱۲۸ این گزارش را داشت که نسبت به سال قبل از آن، چهار رتبه تنزل داشت. شاخص تأسیس یک کسب‌وکار جدید با ۶۷/۷۹ امتیاز، دارای رتبه ۱۷۳ در میان ۱۹۰ کشور بوده است. این موضوع می‌تواند توجه محققان کارآفرینی را جلب کند و حکایت از بوروکراسی شدید اداری و قوانین دست‌وپاگیر، هزینه‌بر و زمان‌بر، برای تأسیس یک کسب‌وکار جدید دارد (World Bank Group, Doing Business, 2019). شومپتر^۲، کارآفرینی را به علت نقش آن در ایجاد نوآوری، محور کلیدی توسعه اقتصادی تلقی می‌کند و معتقد است که توسعه اقتصادی با پدیدار شدن ترکیبات جدید حاصل می‌شود. آنچه از ترکیبات جدید حاصل می‌شود را "کسب‌وکار مخاطره‌آمیز"^۳، و فردی را که دست به تخریب خلاق می‌زند، کارآفرین می‌نامد (احمدپور داریانی و مقیمی، ۱۳۹۷). توجه به نظریه‌هایی که تمایل اشخاص را به شروع یک کسب‌وکار جدید تبیین و پیش‌بینی می‌کنند، از دهه‌های ۱۹۸۰ و ۹۰ و با توسعه فزاینده ادبیات قصد کارآفرینانه^۴، به سرعت روبه‌رشد بوده است. شرایط اقتصادی، تیم‌های کارآفرینانه، بازاریابی، تأمین مالی و حمایت دولتی بسیار مهم هستند، ولی هیچ‌کدام به تنهایی یک کسب‌وکار جدید مخاطره‌آمیز

۱ Ease of Doing Business

۲ Schumpeter

۳ Enterprise

۴ Entrepreneurial Intention

راه‌اندازی نمی‌کنند. برای ایجاد یک کسب‌وکار جدید، در نهایت یک انسان لازم است که همه این امکانات و احتمالات در ذهن او یک‌جا جمع می‌شود. این شخص به ممکن بودن نوآوری باور پیدا می‌کند، و این انگیزه را دارد تا برای راه‌اندازی کامل کسب‌وکار جدید، ثابت‌قدم بماند و استقامت داشته باشد (Shaver & Scott, 1991).

این پژوهش با ترکیب نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده و سه ویژگی شخصیتی کارآفرینانه، به دنبال بررسی نقش میانجی‌گر مؤلفه‌های نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده، بین ویژگی‌های شخصیتی و قصد کارآفرینانه است. در انتها به بررسی تفاوت احتمالی در شکل‌گیری قصد کارآفرینانه بین دانشجویان با ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مختلف (تحصیلات کارآفرینی، رشته تحصیلی، تجربه پیشین کارآفرینی و جنسیت) خواهیم پرداخت. این مطالعه، به دنبال تبیین دلایل این موضوع است که چرا دانشجویان تجاری‌سازی ایده‌های‌شان را بعد از فارغ‌التحصیلی از دانشگاه دنبال نکرده و کسب‌وکار خود را ایجاد نمی‌کنند؟ همچنین به این سؤال‌ها پاسخ خواهد داد که آیا ویژگی‌های شخصیتی و جمعیت‌شناختی دانشجویان، بر قصد کارآفرینانه در جهت تأسیس یک کسب‌وکار جدید، تأثیرگذار است؟ آیا مؤلفه‌های مدل رفتار برنامه‌ریزی‌شده، نقش میانجی‌گر بین ویژگی‌های شخصیتی و قصد کارآفرینانه ایفا می‌کند؟

مروری بر مبانی نظری و پیشینه پژوهش

یک کارآفرین نوپا، برای راه‌اندازی کسب‌وکار جدید و مخاطره‌آمیز خود، وارد یک سفر کارآفرینانه^۱ می‌شود. داستان سفر این کارآفرین نوپا از قصد کارآفرینانه‌ی او شروع شده و تا خروج احتمالی‌اش از کارآفرینی، ادامه می‌یابد (Hanage et al, 2014). قصد کارآفرینانه به‌عنوان نقطه شروع سفر کارآفرینانه، وضعیت ذهنی کارآفرین است که توجه، تجربه و اقدام او را در جهت یک کسب‌وکار هدایت می‌کند و مبنای مهمی برای توسعه یک شرکت جدید، محسوب می‌شود (Bird, 1988). نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده، یک چارچوب کاملاً پذیرفته شده برای پیش‌بینی قصد رفتاری است. بسیاری از پژوهش‌ها، اعتبار و کاربردی بودن این نظریه

۱ Entrepreneurial Journey

را در بسترهای فرهنگی و پژوهشی مختلف، تأیید کرده‌اند (Kruger et al, 2000; Schlaegel and Koenig, 2014; Liñán and Fayolle, 2015; Munir et al, 2019). این نظریه سه مؤلفه تعیین کننده قصد را معرفی می‌کند که شامل نگرش‌ها به رفتار^۱ (میزانی که یک شخص، مطلوبیت و جذابیت رفتار موردنظر را درک می‌کند)، هنجارهای اجتماعی درک شده^۲ (فشاری که شخص از طرف گروه‌های مرجع تأثیرگذار مثل خانواده، دوستان و الگوها، برای انجام رفتار موردنظر درک می‌کند)، و کنترل رفتاری درک شده^۳ (خود-ارزیابی و ادراک یک شخص از شایستگی و توانایی خودش برای انجام یک اقدام یا وظیفه) است. در چارچوب مدل رفتار برنامه‌ریزی شده، در مورد رابطه مثبت بین نگرش و قصد کارآفرینانه اجماع وجود دارد (Kautonen et al, 2013; Roy et al, 2017). باین حال مطالعات گذشته نتایج بعضاً ناسازگاری در مورد هنجارهای اجتماعی درک شده نشان داده‌اند (Kruger et al, 2000). همچنین کنترل رفتاری درک شده به همراه قصد، می‌تواند به صورت مستقیم برای پیش‌بینی رفتار استفاده شود و خود نیز بر قصد، اثر مثبت دارد (Ajzen, 1991). در مجموع مطالعات پیشین به صورت تجربی، رابطه مثبت بین مؤلفه‌های مدل رفتار برنامه‌ریزی شده و قصد کارآفرینانه را تأیید کرده‌اند. به این ترتیب فرضیه زیر پیشنهاد می‌شود:

H1: (a) نگرش نسبت به کارآفرینی، (b) هنجارهای اجتماعی درک شده و (c) کنترل رفتاری درک شده، اثر معنادار و مثبت بر قصد کارآفرینانه دانشجویان دارند. لینان و فایول (۲۰۱۵)، در یک بررسی مروری ادبیات قصد کارآفرینانه، شرح داده‌اند که عوامل متعددی برای درک بهتر قصد کارآفرینانه مورد توجه محققان بوده است و اهمیت متغیرهای فردی مثل ویژگی‌های شخصیتی و آموزش در توسعه قصد، توسط مطالعات تجربی تصدیق شده‌اند (Liñán et al, 2011; Paul and Shrivatava, 2016). ژائو^۴ و همکاران (۲۰۱۰)،

۱ Attitude Toward Behaviour/ Entrepreneurship (ATE)

۲ Social Norms (SN)

۳ Perceived Behaviourial Control (PBC)

۴ Zhao

در یک فراتحلیل به بررسی رابطه پنج ویژگی شخصیتی برجسته با قصد و عملکرد کارآفرینانه پرداختند. منکه^۱ (۲۰۱۸)، به بررسی تأثیر صلاحیت‌های کارآفرینانه (دانش، مهارت‌ها، ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه، انگیزه‌ها، عزت‌نفس) بر مؤلفه‌های مدل TPB پرداخته است. گرایش به ریسک‌پذیری به صورت سنتی به عنوان یکی از ویژگی‌های رفتار کارآفرینانه مشخص شده و یکی از عوامل تأثیرگذار در مدل رفتار برنامه‌ریزی شده است (Lüthje & Franke, 2003; Kruger et al, 2000; Nabi & linan, 2013; Zhao et al, 2010; Munir et al, 2019). گرایش به ریسک‌پذیری را می‌توان به عنوان توانایی مدیریت موقعیت‌هایی در نظر گرفت که شامل ریسک هستند (Roy et al, 2017). بنابراین فرضیه‌های زیر پیشنهاد می‌شوند:

H2: گرایش به ریسک‌پذیری بر (a) قصد کارآفرینانه، (b) کنترل رفتاری درک شده، (c)

نگرش نسبت به کارآفرینی و (d) هنجارهای اجتماعی دانشجویان، اثر مثبت دارد.

مفهوم کانون کنترل، اولین بار توسط روتر^۲ در سال ۱۹۶۶ پیشنهاد شد. این مفهوم یکی از ابعاد شخصیتی است که درصدد تبیین تفاوت رفتار افراد برحسب مسؤولیت‌پذیری آنهاست. افرادی که کانون کنترل درونی دارند، به باور خود، وقایع و پیامدهای مؤثر بر زندگی‌شان را در کنترل دارند. آنها این نتایج را به مهارت‌ها، ویژگی‌ها، تلاش‌ها و اقدامات خود نسبت می‌دهند و خود را عامل اصلی و مسؤول موفقیت و شکست‌های‌شان می‌دانند. در مقابل، افرادی که کانون کنترل بیرونی دارند، پیامدها و نتایج زندگی‌شان را به علل بیرونی، شانس، سرنوشت، عوامل محیطی، بخت بد و شرایط غیرمنصفانه نسبت می‌دهند و مسؤولیت کارشان را برعهده نمی‌گیرند (قلی پور، ۱۳۹۶). افراد با کانون کنترل داخلی بالا، به قصد کارآفرینانه بیشتری گرایش دارند (Roy et al, 2017; Munir et al, 2019). بعضی تحقیقات، کانون کنترل را به عنوان پیش‌نیاز مؤلفه‌های TPB مورد توجه قرار داده‌اند (Rosique-Blasco et al, 2017). این درحالی است که تحقیقات دیگری تأثیر کانون کنترل را بر نگرش نسبت به رفتار بررسی کرده‌اند (Lüthje & Franke, 2003). براین اساس فرضیه‌های زیر پیشنهاد می‌شود:

۱ Menke

۲ Rotter

H3: کانون کنترل بر (a) قصد کارآفرینانه، (b) کنترل رفتاری درک شده، (c) نگرش نسبت به کارآفرینی و (d) هنجارهای اجتماعی دانشجویان، اثر مثبت دارد.

شخصیت پیش فعال به عنوان یک گرایش رفتاری برای تغییر محیط، تعریف می شود. افراد پیش فعال توسط نیروهای موقعیتی محدود نمی شوند، فرصت ها را تشخیص می دهند و در جهت آن ها اقدام می کنند، ابتکار به خرج می دهند، برای تأثیر بر محیط شان اقدام می کنند و تا زمانی که تغییرات معناداری حاصل شود، ثابت قدم می مانند؛ درحالی که افراد غیرپیش فعال، غیرفعال و منفعل هستند و در شناسایی، بهره برداری از فرصت ها و ایجاد تغییرات ناتوانند. افراد غیرپیش فعال ترجیح می دهند به جای تغییر شرایط، با آن تطبیق پیدا کنند و سازگار شوند (Bateman and Crant, 1993). برخی محققان نیز شخصیت پیش فعال را به عنوان یکی از عوامل پیش بینی کننده قصد کارآفرینانه، بررسی کرده اند (Rosique-Blasco et al, 2017). بنابراین فرضیه های زیر پیشنهاد می شود:

H4: شخصیت پیش فعال بر (a) قصد کارآفرینانه، (b) کنترل رفتاری درک شده، (c) نگرش نسبت به کارآفرینی و (d) هنجارهای اجتماعی دانشجویان، اثر مثبت دارد.

درک فرآیند کارآفرینانه از طریق ویژگی های شخصیتی پیچیده است و برای تبیین این فرآیند و تبیین قصد کارآفرینانه، نقش میانجی گری سه مؤلفه TPB پیشنهاد شده است (Nabi & Linan, 2013; Feder and Nitu-Antonie, 2017; Munir et al, 2019). بنابراین فرضیه های زیر پیشنهاد می شود:

H5: کنترل رفتاری درک شده، نقش میانجی بر رابطه (a) ریسک پذیری، (b) کانون کنترل، (c) شخصیت پیش فعال و قصد کارآفرینانه دانشجویان دارد.

H6: نگرش نسبت به کارآفرینی، نقش میانجی بر رابطه (a) ریسک پذیری، (b) کانون کنترل، (c) شخصیت پیش فعال و قصد کارآفرینانه دانشجویان دارد.

H7: هنجارهای اجتماعی، نقش میانجی بر رابطه (a) ریسک پذیری، (b) کانون کنترل، (c) شخصیت پیش فعال و قصد کارآفرینانه دانشجویان دارد.

آموزش‌های مرتبط با کارآفرینی در دانشگاه‌ها باعث افزایش هوشیاری دانشجویان نسبت به فرصت‌ها و تغییر در درک امکان‌پذیری و قصد کارآفرینانه‌ی آن‌ها می‌شود (باقرصاد، زالی، و همکاران، ۱۳۹۲). صفری و غلام‌رضایی (۲۰۱۱)، در پژوهشی به تحلیل و ارزیابی پتانسیل کارآفرینانه دانشجویان و قابلیت‌های آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌های دولتی و خصوصی پرداخته و با بررسی دانش، نگرش و رفتار دانشجویان، بر نقش دانشگاه‌ها در توسعه‌ی اقتصادی کشور از طریق توسعه کارآفرینی تأکید کرده‌اند. ضیاء و وقار موسوی (۱۳۹۵)، در پژوهشی بیان کردند که ویژگی‌های شخصیتی و انگیزه کارآفرینانه، رابطه کسب مهارت‌های کارآفرینی و قصد را تعدیل می‌کنند و بر اثربخشی آموزش رسمی کارآفرینی به شدت مؤثرند. مارکز^۱ و همکاران (۲۰۱۲)، نیز به بررسی تأثیر مستقیم عوامل روانشناسی (ویژگی‌های شخصیتی)، تحصیلات کارآفرینی و عوامل جمعیت‌شناختی (سن، جنسیت، تحصیلات و پیشینه خانوادگی)، بر شکل‌گیری قصد کارآفرینانه دانش‌آموزان دبیرستانی پرداخته‌اند. از این رو منطقی به نظر می‌رسد که فرضیه‌های زیر پیشنهاد شود:

H8a: تأثیر ویژگی‌های شخصیتی بر سه مؤلفه مدل رفتار برنامه‌ریزی‌شده و بر قصد کارآفرینانه دانشجویان گروهی که خود یا والدین‌شان تحصیلات یا تجربه قبلی کارآفرینی داشته و گروهی که این ویژگی‌ها را نداشته‌اند، تفاوت معنادار دارد.

H8b: تأثیر سه مؤلفه مدل رفتار برنامه‌ریزی‌شده بر قصد کارآفرینانه دانشجویان گروه اول و دوم، تفاوت معنادار دارد.

مدل مفهومی این پژوهش که برگرفته از آجزن (۱۹۹۱) و مونیر و همکاران (۲۰۱۹) است، در شکل ۱ نمایش داده شده است.

روش‌شناسی

این پژوهش کمی، از نوع توصیفی-همبستگی و از نظر هدف، کاربردی است. جامعه‌ی آماری شامل تمام دانشجویان دانشگاه شاهد در سال تحصیلی ۱۳۹۸ (N=۶۰۰۷) است (منبع:

آموزش دانشگاه). حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ($d=0/05; Z=1/96; p=q=0/5$)، به تعداد ۳۶۱ نمونه محاسبه شده ($n=361$) و به روش نمونه گیری تصادفی طبقه بندی شده انجام شد (۳۷ درصد نمونه از دانشکده علوم انسانی، ۲۲/۴ درصد از فنی و مهندسی، ۱۴ درصد از پزشکی و دندانپزشکی، ۱۱/۳ درصد از علوم پایه، و بقیه از دانشکده های هنر، کشاورزی، پرستاری و مامایی و پرديس بوده اند). با توجه به امکانات پژوهش، محقق برای افزودن بر اعتبار نتایج تحقیق و پرهیز از عوامل ناخواسته ای که ممکن بود کار تعمیم را دچار مشکل کند (حافظنیا، ۱۳۹۶، ص ۱۶۸-۱۷۰)، با پیش بینی لازم، ۴۸۴ پرسش نامه توزیع و جمع آوری کرد. ابزار گردآوری داده ها، پرسش نامه بسته-پاسخ و برگرفته از ادبیات پژوهش و دوبخشی بود. در بخش اول، ویژگی های فردی و پیشینه دانشجویان مورد پرسش قرار گرفت. در بخش دوم نیز چهل پرسش برای سنجش متغیرها، بر اساس مقیاس ۵ درجه ای لیکرت استفاده شد. برای اطمینان از پایایی گویه های پرسش نامه، یک پیش-آزمون از ۵۹ نفر از اعضای جامعه آماری صورت گرفت و در نتیجه سه گویه از متغیر کانون کنترل حذف شد. آلفای کرونباخ سازه های پژوهش بالاتر از ۰/۷ بود و پایایی ابزار سنجش تأیید شد. روایی ظاهری و محتوایی پرسش نامه نیز مورد تأیید استادان قرار گرفت و اصلاحاتی در چیدمان پرسش ها و جمله بندی ها انجام شد. در ادامه ۴۸۴ پرسش نامه حضوری توزیع و جمع آوری شد که در نهایت ۴۱ پرسش نامه (۸/۵ درصد) به علت ناقص بودن اطلاعات تأیید نشد و ۴۴۳ پرسش نامه تکمیل شده، تأیید شدند. در جدول ۱، منابع و تعداد گویه های پرسش نامه، گزارش کاملی از بارهای عاملی گویه ها، ضرایب t ، آلفای کرونباخ، پایایی مرکب^۱ و روایی همگرا با ملاک متوسط واریانس استخراج شده^۲، نمایش داده شده که بیانگر پایایی و روایی مناسب مدل اندازه گیری است.

جنسیت به عنوان متغیر کنترل، توسط یک متغیر دو حالت (۰ برای مردان و ۱ برای زنان)، اندازه گیری شده است. در این پژوهش از مدل سازی معادلات ساختاری و حداقل مربعات

۱ Composite Reliability

۲ Average Variance Extracted

جزئی (SEM-PLS) در آزمون فرضیه‌ها و اثر متغیر کنترل، تحلیل میانجی‌گری و تحلیل چندگروهی (MGA-PLS)، توسط نرم‌افزار ۳.۲.۸ SmartPLS استفاده شده است.

جدول ۱. نتایج سنجش مدل اندازه‌گیری

منبع	روایی همگرا ۰/۵ <	پایایی مرکب ۰/۷ <	آلفای کرونباخ $\alpha > ۰/۷$	ضرایب t > ۱/۹۶ < ۱/۹۶-	بار عاملی > ۰/۶	سازه‌های پژوهش
Linan & Chen (2009); Lüthje & Franke (2003)	۰/۶۶۲	۰/۹۲۱	۰/۸۹۶	۳۱/۳۰۹ ۴۲/۶۷۸ ۳۸/۴۴۴ ۵۵/۲۴۷ ۵۵/۸۸۱ ۲۱/۰۷۵	۰/۷۸۹ ۰/۸۴۹ ۰/۸۲۱ ۰/۸۷۲ ۰/۸۵۰ ۰/۶۸۸	نگرش به کارآفرینی ATE1 ATE2 ATE3 ATE4 ATE5 ATE6
Linan & Chen (2009);	۰/۶۳۳	۰/۸۳۸	۰/۷۱۰	۲۹/۷۴۷ ۳۶/۷۷۹ ۲۸/۳۰۳	۰/۷۹۱ ۰/۸۱۹ ۰/۷۷۷	هنجارهای اجتماعی SN1 SN2 SN3
Linan & Chen (2009);	۰/۶۴۲	۰/۹۰۰	۰/۸۶۰	۴۷/۱۷۸ ۴۷/۳۵۵ ۳۸/۲۳۸ ۴۴/۱۹۵ ۳۰/۵۶۲	۰/۸۱۷ ۰/۸۳۴ ۰/۷۹۷ ۰/۸۱۶ ۰/۷۳۹	کنترل رفتاری درک‌شده PBC1 PBC2 PBC3 PBC4 PBC5
Lüthje & Franke (2003)	۰/۸۱۸	۰/۹۰۰	۰/۷۷۸	۵۱/۴۳۲ ۴۷/۰۲۱	۰/۹۰۵ ۰/۹۰۴	کانون کنترل LoC1 LoC2
Lüthje & Franke (2003); Zhao et al(2005)	۰/۵۰۱	۰/۸۰۰	۰/۶۷۸	۱۱/۹۵۱ ۲۳/۵۲۰ ۱۴/۵۸۷ ۱۹/۳۰۴	۰/۶۵۶ ۰/۷۵۶ ۰/۶۸۹ ۰/۷۲۶	گرایش به ریسک‌پذیری RTP1 RTP2 RTP3 RTP4
Kickul & Gundry(2002)	۰/۵۴۴	۰/۸۲۶	۰/۷۱۹	۱۶/۵۸۰ ۱۹/۶۰۴ ۲۹/۰۸۸ ۲۳/۳۳۷	۰/۶۸۲ ۰/۷۰۶ ۰/۷۹۹ ۰/۷۵۷	شخصیت پیش‌فعال PP1 PP2 PP3 PP4
Linan et al (2011)	۰/۶۹۸	۰/۹۲۰	۰/۸۹۱	۲۶/۱۳۶ ۴۳/۱۶۶ ۶۸/۵۵۹ ۶۲/۱۱۴ ۴۱/۹۵۱	۰/۷۵۴ ۰/۸۴۵ ۰/۸۷۹ ۰/۸۵۸ ۰/۸۳۵	قصد کارآفرینانه EI1 EI2 EI3 EI4 EI5

تجزیه و تحلیل یافته‌ها

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه مورد مطالعه در این تحقیق در جدول ۲ آمده است.

جدول ۲. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه

درصد از کل نمونه	تعداد		
۶۵	۲۸۸	مرد	جنسیت
۳۵	۱۵۵	زن	
۳۱/۸	۱۴۱	کارشناسی	مقطع تحصیلی
۵۶/۴	۲۵۰	ارشد	
۱۱/۸	۵۲	دکترا	
۱۶/۹	۷۵	بله	تجربه قبلی کارآفرینی
۸۳/۱	۳۶۸	خیر	
۲۵/۷	۱۱۴	بله	تجربه کارآفرینی والدین
۷۴/۳	۳۲۹	خیر	
۳۱/۶	۱۴۰	بله	دانش پیشین در زمینه کارآفرینی
۶۸/۴	۳۰۳	خیر	
۱۰/۴	۴۶	بله	تحصیلات کارآفرینی
۸۹/۶	۳۹۷	خیر	

تحلیل استنباطی

در این پژوهش از مدل‌سازی معادلات ساختاری و حداقل مربعات جزئی (SEM-PLS) و نرم‌افزار ۳.۲.۸ SmartPLS استفاده شده است. اطلاعات جدول ۱، بیانگر پایایی و روایی مناسب مدل اندازه‌گیری است. ضرایب همبستگی بین متغیرها و ملاک روایی واگرا فورنل و لارکر، در جدول ۳ به صورت یک ماتریس آمده است. قطر اصلی این ماتریس، جذر AVE است. لازمه تأیید روایی واگرا نیز این است که جذر AVE، از همه ضرایب همبستگی آن متغیر با متغیرهای دیگر بیشتر باشد.

روایی واگرای هر گویه نیز با بررسی بارهای عاملی متقابل^۱ بررسی شد. باتوجه به این که همبستگی هر گویه با سازه خودش، بزرگتر از همبستگی آن گویه با سازه‌های دیگر بود،

۱ Cross Loading

روایی واگرایی هر گویه پرسش‌نامه نیز مورد تأیید قرار گرفت. یک گویه از قصد، سه گویه از نگرش و چهار گویه از کنترل رفتاری درک‌شده نیز برای برازش مطلوب مدل و رسیدن ملاک‌های پایایی و روایی مطلوب، در مدل نهایی حذف شدند. همچنین با استفاده از آزمون تک‌عاملی هارمن^۱، خطای واریانس روش مشترک^۲ (CMV) مشاهده نشد و اولین عامل استخراج‌شده، فقط ۳۵/۰۸۲ درصد از کل واریانس را تبیین کرده است.

جدول ۳. روایی واگرا در سطح سازه (فورنل و لارکر)

هنجارهای اجتماعی	ریسک پذیری	پیش‌فعالی	کنترل رفتاری درک‌شده	کانون کنترل	جنسیت	قصد	نگرش	
							۰/۸۱۴	نگرش
						۰/۸۳۵	۰/۷۳۵	قصد
					۱/۰۰۰	۰/۰۸۷	۰/۰۲۸	جنسیت
				۰/۹۰۵	۰/۱۲۸	۰/۰۷۹	۰/۱۵۸	کانون کنترل
			۰/۸۰۱	۰/۱۶۳-	۰/۱۲۵-	۰/۶۶۱	۰/۵۴۸	کنترل رفتاری درک‌شده
		۰/۷۳۷	۰/۴۱۸	۰/۱۷۰	۰/۰۱۳	۰/۵۰۹	۰/۴۹۵	پیش‌فعالی
	۰/۷۰۸	۰/۵۴۲	۰/۲۶۴	۰/۰۲۲	۰/۰۵۵-	۰/۴۰۹	۰/۳۷۸	ریسک‌پذیری
۰/۷۹۶	۰/۲۷۹	۰/۳۵۴	۰/۴۸۶	۰/۱۲۸-	۰/۰۲۰-	۰/۵۴۸	۰/۴۸۰	هنجارهای اجتماعی

در این مطالعه روابط بین متغیرهای پنهان و فرضیه‌های پژوهش، با استفاده از PLS-SEM، روش بوت استرپینگ^۳ و آماره^۳ تی (t) و توسط ۱۰۰۰ زیر-نمونه آزمون شد (جدول ۴ و شکل ۱). مقدار ضریب تعیین قصد کارآفرینانه، نشان داد که ۶۷/۷ درصد از واریانس قصد کارآفرینانه توسط متغیرهای مستقل تبیین شده‌اند که نشان دهنده مقدار قابل توجهی است. همچنین تمام ضرایب Q^2 (Stone-Geisser criterion) نیز مثبت بودند که نشان می‌دهد، مدل پژوهش به خوبی قادر است روابط را پیش‌بینی کند (شکل ۱).

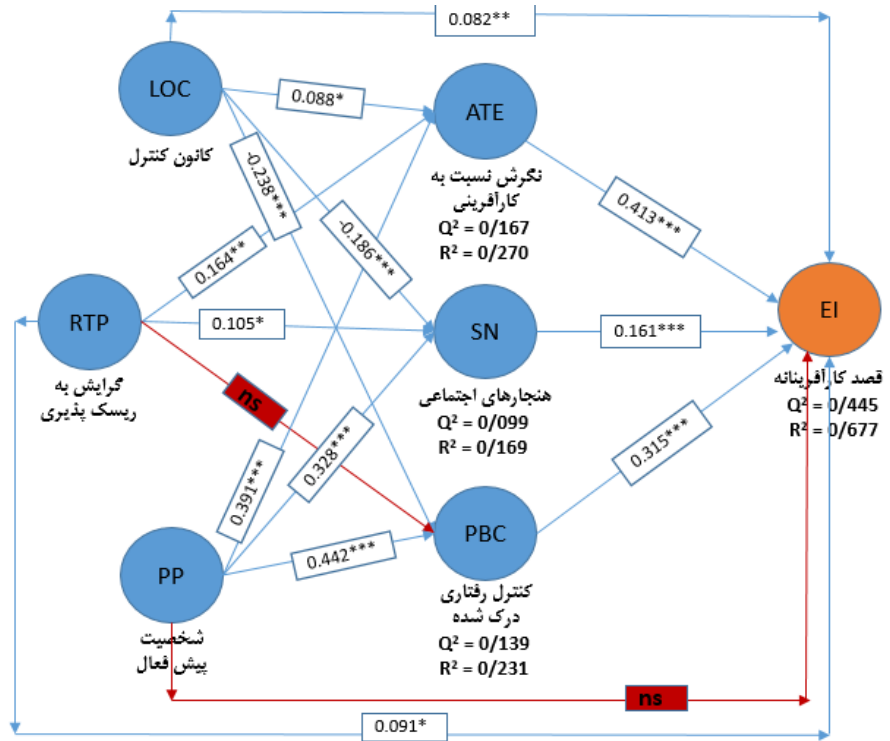
باتوجه به اطلاعات شکل ۱، فرضیه H1 تأیید می‌شود؛ به این معنا که نگرش، هنجارهای

۱ Harman Single Factor Test

۲ Common Method Variance

۳ Bootstrapping

اجتماعی درک شده و کنترل رفتاری درک شده، اثر معنادار و مثبت بر قصد کارآفرینانه دانشجویان دارند.



شکل ۱. مدل مفهومی و نتایج آزمون مدل به همراه ضرایب تعیین و Q^2 متغیرهای وابسته و

میانجی (دو مسیر قرمز از لحاظ آماری معنادار نبودند، ns, Not Significant)

(* $p < 0/05$ ** $p < 0/01$ *** $p < 0/001$)

در مورد فرضیه H2، گرایش به ریسک پذیری بر قصد کارآفرینانه، نگرش و هنجارهای اجتماعی دانشجویان، اثر مثبت دارد، ولی اثر معناداری بر کنترل رفتاری درک شده، دیده نشده و فرضیه H2b تأیید نشد. در مورد H3، کانون کنترل بر قصد کارآفرینانه و نگرش اثر مثبت داشت، ولی برخلاف انتظار، بر کنترل رفتاری درک شده و هنجارهای اجتماعی، اثر معکوس مشاهده شد. به این ترتیب فرضیه‌های H3b و H3d رد شدند. در مورد H4، شخصیت پیش فعال

بر کنترل رفتاری درک‌شده، نگرش و هنجارهای اجتماعی، اثر مثبت داشت، ولی اثر معناداری بر قصد دیده نشد و فرضیه H4a رد شد.

در جدول ۴، خلاصه‌ای از نوع میانجی‌گری (Zhao et al, 2010) و آزمون فرضیه‌های ۵، ۶ و ۷ آمده است. در خصوص فرضیه H5، کنترل رفتاری درک‌شده، نقش میانجی بر رابطه کانون کنترل و شخصیت پیش‌فعال، با قصد کارآفرینانه دانشجویان داشت، ولی میانجی‌گر رابطه ریسک‌پذیری و قصد نبود و فرضیه H5a تأیید نشد. در مورد فرضیه H6، نگرش، نقش میانجی بر رابطه ریسک‌پذیری، کانون کنترل و شخصیت پیش‌فعال با قصد کارآفرینانه دانشجویان داشت و کاملاً تأیید شد. در خصوص فرضیه H7، هنجارهای اجتماعی، نقش میانجی بر رابطه کانون کنترل و شخصیت پیش‌فعال با قصد کارآفرینانه داشت، ولی میانجی‌گر رابطه ریسک‌پذیری و قصد نبود و فرضیه H7a رد شد.

جدول ۴. اثر غیرمستقیم ویژه یا غیرکلی

روابط	Sample (O)	P Value	فرضیه	نوع میانجی‌گری (Zhao et al, 2010)
قصد -> نگرش -> کانون کنترل	۰/۰۳۶	۰/۰۴۳	H6b	میانجی‌گری جزئی (مکمل)
قصد -> نگرش -> پیش‌فعالی	۰/۱۶۲	۰/۰۰۰	H6c	فقط اثر غیرمستقیم
قصد -> نگرش -> ریسک‌پذیری	۰/۰۶۸	۰/۰۰۳	H6a	میانجی‌گری جزئی (مکمل)
قصد -> کنترل رفتاری درک‌شده -> کانون کنترل	-۰/۰۷۵	۰/۰۰۰	H5b	میانجی‌گری جزئی (رقابتی)
قصد -> کنترل رفتاری درک‌شده -> پیش‌فعالی	۰/۱۳۹	۰/۰۰۰	H5c	فقط اثر غیرمستقیم
قصد -> کنترل رفتاری درک‌شده -> ریسک‌پذیری	۰/۰۰۹	۰/۵۶۶	H5a	فقط اثر مستقیم
قصد -> هنجارهای اجتماعی -> کانون کنترل	-۰/۰۳۰	۰/۰۱۰	H7b	میانجی‌گری جزئی (رقابتی)
قصد -> هنجارهای اجتماعی -> پیش‌فعالی	۰/۰۵۳	۰/۰۰۱	H7c	فقط اثر غیرمستقیم
قصد -> هنجارهای اجتماعی -> ریسک‌پذیری	۰/۰۱۷	۰/۱۰۶	H7a	فقط اثر مستقیم

در ادامه با استفاده از روش تحلیل چند-گروهی^۱، دو گروه دانشجویان با هم مقایسه شدند (جدول ۵). البته قبل از این که تحلیل چند-گروهی انجام شود، با استفاده از رویکرد عدم تغییر

اندازه گیری مدل های مرکب^۱ (MICOM)، هم عدم تغییر پیکربندی^۲ (تنظیمات و آزمون های کاملاً یکسان در دو گروه)، و هم عدم تغییر ترکیبی^۳ (با نمونه ای شامل ۱۰۰۰ جایگشت^۴ در سطح معناداری ۵ درصد)، بین دو گروه تأیید شد.

جدول ۵. تحلیل چندگروهی بین دو گروه فرضیه ۸

گروه ۱: خود یا والدین، تحصیلات یا تجربه قبلی کارآفرینی داشته اند.

گروه ۲: نه خود و نه والدین، تحصیلات یا تجربه قبلی کارآفرینی نداشته اند.

	ضریب مسیر - اختلاف دو گروه	- P Value اختلاف دو گروه	گروه ۱ ضریب مسیر	گروه ۱ P Value	گروه ۲ ضریب مسیر	گروه ۲ P Value
قصد -> نگرش	۰/۰۷۰	۰/۴۰۸	۰/۴۳۹	۰/۰۰۰	۰/۳۶۹	۰/۰۰۰
قصد -> جنسیت	۰/۱۳۷-	۰/۰۲۰	۰/۱۴۴-	۰/۰۰۳	۰/۰۰۷-	۰/۸۶۷
نگرش -> کانون کنترل	۰/۱۶۶	۰/۰۴۶	۰/۱۸۶	۰/۰۰۱	۰/۰۲۱	۰/۷۳۸
قصد -> کانون کنترل	۰/۰۵۹-	۰/۳۲۲	۰/۰۶۱	۰/۲۱۵	۰/۱۲۰	۰/۰۰۴
کنترل رفتاری درک شده -> کانون کنترل	۰/۰۷۱	۰/۴۱۳	۰/۲۲۷-	۰/۰۰۰	۰/۲۹۸-	۰/۰۰۰
هنجارهای اجتماعی -> کانون کنترل	۰/۱۰۶	۰/۲۴۰	۰/۱۴۶-	۰/۰۴۲	۰/۲۵۲-	۰/۰۰۰
قصد -> کنترل رفتاری درک شده	۰/۰۹۳-	۰/۲۷۰	۰/۲۵۴	۰/۰۰۰	۰/۳۴۷	۰/۰۰۰
نگرش -> پیش فعالی	۰/۰۷۵-	۰/۴۶۰	۰/۳۳۴	۰/۰۰۰	۰/۴۰۹	۰/۰۰۰
قصد -> پیش فعالی	۰/۰۶۱	۰/۵۱۷	۰/۰۸۱	۰/۲۱۷	۰/۰۲۰	۰/۷۳۳
کنترل رفتاری درک شده -> پیش فعالی	۰/۰۱۹	۰/۸۶۹	۰/۴۲۵	۰/۰۰۰	۰/۴۰۶	۰/۰۰۰
هنجارهای اجتماعی -> پیش فعالی	۰/۲۰۸-	۰/۰۹۲	۰/۱۹۸	۰/۰۲۷	۰/۴۰۶	۰/۰۰۰
نگرش -> ریسک پذیری	۰/۰۵۰-	۰/۶۲۴	۰/۱۱۵	۰/۱۲۶	۰/۱۶۵	۰/۰۱۰
قصد -> ریسک پذیری	۰/۱۰۶	۰/۱۶۰	۰/۱۵۲	۰/۰۱۲	۰/۰۴۶	۰/۳۷۳
کنترل رفتاری درک شده -> ریسک پذیری	۰/۱۵۵-	۰/۱۲۱	۰/۰۶۵-	۰/۴۵۰	۰/۰۹۰	۰/۲۰۹
هنجارهای اجتماعی -> ریسک پذیری	۰/۰۵۸-	۰/۵۶۸	۰/۰۶۹	۰/۴۲۷	۰/۱۲۸	۰/۰۴۰
قصد -> هنجارهای اجتماعی	۰/۱۴۹-	۰/۰۸۵	۰/۱۰۲	۰/۰۸۳	۰/۲۵۱	۰/۰۰۰

۱ Measurement Invariance of Composite Models

۲ Configural Invariance

۳ Compositional Invariance

۴ Permutation

برای چهار مسیر، تفاوت معنادار بین دو گروه پیدا شد. اثر کانون کنترل بر نگرش و اثر جنسیت بر قصد، و همچنین اثر شخصیت پیش‌فعال بر هنجارهای اجتماعی و اثر هنجارهای اجتماعی بر قصد، در دو گروه تفاوت معنادار داشتند. بنابراین فرضیه H8a و H8b به صورت جزئی تأیید می‌شوند.

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج پژوهش حاضر، اعتبار مدل رفتار برنامه‌ریزی‌شده را در پیش‌بینی قصد کارآفرینانه دانشجویان، تأیید کرد. مؤلفه‌های این مدل به همراه سه ویژگی شخصیتی، توانسته‌اند ۶۷/۷ درصد از واریانس قصد کارآفرینانه را تبیین کنند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد، هر سه مؤلفه مدل رفتار برنامه‌ریزی‌شده، تأثیر معنادار و مثبت بر قصد کارآفرینانه داشته‌اند که با نتایج پژوهش‌های آجرن (۱۹۹۱)، کاتونن (۲۰۱۳)، و روی (۲۰۱۷) مطابقت دارد. از بین این سه مؤلفه، بیشترین تأثیر را نگرش ($\beta = 0/413$) بر قصد داشته است. ولی نتایج پژوهش‌های کروگر و همکاران (۲۰۰۰) و مارکز و همکاران (۲۰۱۲)، هنجارهای اجتماعی را پیش‌بینی کننده معناداری برای قصد ندانستند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد، دانشجویان خوداشتغالی را مطلوب تلقی کرده و به این درک رسیده‌اند که می‌توانند فرآیند راه‌اندازی یک کسب‌وکار جدید را کنترل کنند. در این پژوهش، گرایش به ریسک‌پذیری اثر مستقیم معنادار بر قصد داشت ($\beta = 0/091$; $p < 0/05$) که با نتایج روزیک-بلاسکو و همکاران (۲۰۱۸) هم‌سو است، ولی با نتایج مونیر و همکاران (۲۰۱۹) تفاوت دارد. گرایش به ریسک‌پذیری بیشترین اثر مثبت را بر نگرش ($\beta = 0/164$; $p < 0/01$) و سپس بر هنجارهای اجتماعی داشت، ولی اثر معنادار بر کنترل رفتاری درک‌شده دیده نشد. گرایش به ریسک‌پذیری فقط از طریق میانجی‌گری جزئی مکمل نگرش، به صورت غیرمستقیم هم بر قصد اثر مثبت دارد که منطبق با یافته لوئج و فرانک (۲۰۰۳) است. هنجارهای اجتماعی و کنترل رفتاری درک‌شده نیز نقش میانجی بین گرایش به ریسک‌پذیری و قصد نداشتند. کانون کنترل هم اثر مستقیم مثبت بر قصد کارآفرینانه داشت. کانون کنترل برخلاف انتظار، بر کنترل رفتاری درک‌شده و هنجارهای اجتماعی اثر منفی داشت که هم‌سو با نتایج مونیر و همکاران (۲۰۱۹) نیست، ولی اثر مثبت و معنادار بر نگرش

یافت شد که مشابه نتایج لوئج و فرانک (۲۰۰۳) است. کانون کنترل، از طریق هر سه مؤلفه مدل رفتار برنامه‌ریزی شده بر قصد، اثر معنادار غیرمستقیم داشت. در بررسی اثر غیرمستقیم مشخص شد، علامت اثر غیرمستقیم کانون کنترل بر قصد از طریق کنترل رفتاری درک شده و از طریق هنجارهای اجتماعی منفی بوده، ولی علامت اثر مستقیم کانون کنترل بر قصد مثبت است. بنابراین اثر میانجی‌گری جزئی رقابتی مشاهده شد. متغیری که میانجی‌گری جزئی رقابتی بین متغیر مستقل و وابسته داشته باشد، می‌تواند باعث کاهش اندازه اثر متغیر مستقل بر وابسته شود. در مقابل، نگرش اثر میانجی‌گری جزئی مکمل بین کانون کنترل و قصد داشت، چون هر دو رابطه مستقیم و غیرمستقیم مثبت بودند. اثر غیرمستقیم کانون کنترل بر قصد، دارای دو علامت منفی و یک علامت مثبت بود. علامت اثر مستقیم نیز مثبت بود. به چنین شرایطی، مدل میانجی‌گری ناسازگار^۱ گفته می‌شود که در آن اگرچه اثر میانجی‌گری ویژه برای هر متغیر میانجی‌گر ممکن است معنادار باشد، ولی اثر کلی غیرمستقیم می‌تواند معنادار نباشد. در تبیین اثر منفی کانون کنترل بر کنترل رفتاری درک شده، باگری^۲ و همکاران (۱۹۹۲) بیان می‌کنند: ممکن است فردی فکر کند کنترل کاملی بر امور زندگی خود دارد (کانون کنترل داخلی)، ولی از پتانسیلی که تصور می‌کند دارد، استفاده نکند. همچنین آجرن (۱۹۹۱: ۱۸۳)، تصریح می‌کند که کانون کنترل کاملاً با کنترل رفتاری درک شده متفاوت است. بنابراین می‌توان گفت، ممکن است دانشجویان دارای کانون کنترل داخلی بوده و در عین حال، کنترل رفتاری درک شده پایینی داشته باشند. کروگر و همکاران (۲۰۰۰: ۴۱۷-۴۲۴)، معتقدند: در اشخاصی که کانون کنترل داخلی بالا و عمل‌گرایی زیاد دارند، هنجارهای اجتماعی، پیش‌بینی‌کننده ضعیفی برای قصد کارآفرینانه است. بنابراین دانشجویانی که کانون کنترل داخلی دارند، کمتر تحت تأثیر فشار گروه‌های مرجع هستند. شخصیت فعال نیز اثر مستقیم معنادار بر قصد نداشت، ولی بر هر سه مؤلفه مدل رفتار برنامه‌ریزی شده اثر مثبت و معنادار داشت که هم‌سو با

۱ inconsistent

۲ Bagozzi

نتایج مونیرو و همکاران (۲۰۱۹) است. همچنین بیشترین اثر مثبت را بر کنترل رفتاری درک شده ($\beta = 0/442$; $p < 0/001$) و سپس بر نگرش، و کمترین اثر مثبت را بر هنجارهای اجتماعی داشت. باتوجه به این که هر سه اثر غیرمستقیم مؤلفه‌های مدل رفتار برنامه‌ریزی شده بین شخصیت پیش‌فعال و قصد معنادار و مثبت بود، و با توجه به معنادار نبودن اثر مستقیم، نوع میانجی‌گری کامل (فقط اثر غیرمستقیم)، تأیید شد. در نهایت نتایج این پژوهش نشان داد، دو گروه دانشجویان که گروه اول خود یا والدین‌شان تجربه کارآفرینی داشته و یا دانش‌قبلی و تحصیلات کارآفرینی داشته‌اند، و گروه دوم که نه خود و نه والدین‌شان هیچ نوع تجربه، دانش و تحصیلات کارآفرینی از قبل نداشتند، در بعضی روابط تفاوت معنادار دارند (جدول ۵). اثر کانون کنترل بر نگرش، اثر شخصیت پیش‌فعال بر هنجارهای اجتماعی و اثر هنجارهای اجتماعی بر قصد، در دو گروه تفاوت معنادار داشتند. البته دو رابطه آخر در سطح معناداری $p < 0/1$ ، تفاوت آماری معناداری داشتند که این تفاوت‌ها هم‌سو با نتایج مارکز و همکاران (۲۰۱۲) است. دلیل تفاوت می‌تواند این باشد که دانش و تحصیلات و تجربه پیشین کارآفرینی باعث شده است، مسئولیت‌پذیری، تلاش و اعتقاد به پشتکار و دانش به جای شانس و تقدیر، اثر مثبت بیشتری بر نگرش گروه اول نسبت به کارآفرینی بگذارد. همچنین باتوجه به این که گروه اول شخصیت پیش‌فعال بالاتری دارند، به‌جای سازگاری با محیط سعی در اثرگذاری بر محیط به‌صورت فعال دارند. بنابراین اثر کمتری بر تبیین هنجارهای اجتماعی داشته‌اند. در نهایت، اثر هنجارهای اجتماعی بر قصد در گروه اول کمتر بود که می‌تواند به دلیل اعتمادبه‌نفس و تجربه و دانش در زمینه کارآفرینی باشد. همچنین باتوجه به جدول ۵، در گروه اول جنسیت اثر معناداری بر قصد کارآفرینانه داشت ($p = 0/003$) و قصد در مردان بیشتر مشاهده شد ($\beta = -0/144$)، ولی در گروه دوم جنسیت اثر معنادار بر قصد نداشت ($p = 0/867$).

پیشنهادها

این پژوهش محدودیت‌هایی دارد و می‌تواند حاوی پیشنهادهایی برای پژوهش‌های آینده باشد. اول، پژوهش حاضر فقط قصد کارآفرینانه را بررسی کرده و اقدام کارآفرینانه را مورد

بررسی قرار نداده است. دوم، در این پژوهش فقط سه ویژگی شخصیتی مورد توجه قرار گرفت.

سوم، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مثل سن، جنسیت، تجربه پیشین کارآفرینی، دانش و تحصیلات کارآفرینی، تفاوت‌های بین فرهنگی، توجه ویژه به کارآفرینی زنان و عوامل محیطی کسب و کار، می‌توانند در پژوهش‌های بعدی مورد توجه ویژه قرار بگیرند. چهارم، این پژوهش مقطعی است و می‌توان در پژوهش‌های بعدی از مطالعه طولی استفاده کرد.

پنجم، توجه به متغیرهای پیش‌بین جدید و طراحی یک مدل جامع ایرانی-اسلامی برای پیش‌بینی قصد و اقدام کارآفرینانه، پیشنهاد می‌شود.

همچنین با توجه به نتایج به دست آمده، پیشنهادات کاربردی زیر به سیاست‌گذاران کارآفرینی در دانشگاه پیشنهاد می‌شود: اول، دانشگاه می‌تواند مهارت‌های کسب و کاری و مهارت‌های مدیریتی دانشجویان را افزایش دهد. صفری و سمیع‌زاده (۱۳۹۱)، در پژوهشی نتیجه گرفتند که آموزش کارآفرینی در وضعیت مناسبی قرار ندارد و دانشجویان را در جهت کسب دانش و مهارت‌های لازم برای ورود به بازار کار و یا تأسیس یک شرکت جدید، کمک نمی‌کند.

دوم، دانشگاه می‌تواند با دعوت از کارآفرینان موفق و متخصص جامعه ایرانی، مخصوصاً با دعوت از کارآفرینان موفق زن ایرانی، قصد کارآفرینانه پسران و دختران دانشجو را تقویت کند.

سوم، دانشگاه می‌تواند در پذیرش دانشجویان برای ورود به دانشگاه، به ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه آن‌ها توجه خاصی داشته باشد.

چهارم، جذب استادان نوآور و خلاق می‌تواند تأثیر بسزایی بر هنجارهای اجتماعی درک‌شده دانشجویان داشته باشد.

منابع

- احمدپورداریانی، محمود و مقیمی، سیدمحمد (۱۳۹۷). مبانی کارآفرینی، چاپ نوزدهم، تهران، نشر فراندیش.
- باقرصاد، وجیه؛ زالی، محمدرضا؛ رضوی، سیدمصطفی و سعید بنادکی، سعیده (۱۳۹۲). "تأثیر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی دانشجویان رشته‌های فنی و حرفه‌ای"، توسعه کارآفرینی، ۶(۴): 21-36.
- حافظ‌نیا، محمدرضا (۱۳۹۶). مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی، تهران، نشر سمت.
- صفری، سعید و سمیع‌زاده، مهدی (۱۳۹۱). "نیازسنجی آموزش دانش و مهارت کارآفرینی در رشته‌های علوم انسانی"، فناوری آموزش، ۷(۱): 65-79.
- ضیاء، بابک و وقارموسوی، مجید (۱۳۹۵). "بررسی تأثیر آموزش‌های رسمی کارآفرینی بر شکل‌گیری قصد کارآفرینانه"، توسعه کارآفرینی، ۹(۱): 99-117.
- قلی‌پور، آریین (۱۳۹۶). مدیریت رفتار سازمانی (رفتار فردی)، چاپ نهم، تهران، نشر سمت.
- Ajzen, I.(1991). "The theory of planned behavior", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2):179-211.
- Bagozzi, R., Baumgartner, H., and Yi, Y.(1992). "State vs. action orientation and the theory of reasoned action", *Consumer Research* 18(4):505-518.
- Bateman, T.S. and Crant, J.M.(1993). "The proactive component of organizational behavior: a measure and correlates", *Journal of Organizational Behavior*, 14(2):103-118
- Bird, B.(1988). "Implementing entrepreneurial ideas: the case for intention", *Academy of Management Review*, 13(3):442-453.
- Feder, E.S. and Nițu-Antonie, R.D.(2017). "Connecting gender identity, entrepreneurial training, role models and intentions", *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 9(1):87-108.
- Hanage, R., Scott, J.M. and Davies, M.A.P.(2014a). "From Intent to Exit: A Longitudinal Study of a Creative Sector Graduate Nascent Entrepreneur/Exprenneur", *British Academy of Management*
- Kautonen, T., Van Gelderen, M., & Tornikoski, E.T.(2013). "Predicting entrepreneurial behaviour: a test of the theory of planned behavior", *Applied Economics*, 45(6):697-707.
- Kickul, J. and Gundry, L. (2002). "Prospecting for strategic advantage: the proactive entrepreneurial personality and small firm innovation", *Journal of Small Business Management*, 40(2):85-97.
- Krueger, N.F., Reilly, M.D. and Carsrud, A.L.(2000). "Competing models of entrepreneurial intentions", *Journal of Business Venturing*, 15(5):411-432.
- Liñán, F. and 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.
- Liñán, F. and Fayolle, A.(2015). "A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda", *International*

- Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4):907-933.
- Liñán, F., Rodríguez-Cohard, J.C. and Rueda-Cantuche, J.M. (2011). "Factors affecting entrepreneurial intention levels: a role for education", *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2):195-218.
- Lüthje, C. and Franke, N. (2003). "The 'making' of an entrepreneur: testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT", *R&D Management*, 33(2):135-147.
- Marques, C.S., Ferreira, J.J., Gomes, D.N., Gouveia Rodrigues, R. (2012), "Entrepreneurship education: how psychological, demographic and behavioural factors predict the entrepreneurial intention", *Education + Training*, 54(8/9): 657-672.
- Menke, C. (2018). "Unraveling entrepreneurial competencies and their relation to entrepreneurial intent", *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 10(6):663-687.
- Munir, H., Cai Jianfeng, Sidra Ramzan, (2019). "Personality traits and theory of planned behavior comparison of entrepreneurial intentions between an emerging economy and a developing country", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, <https://doi.org/10.1108/IJEER-05-2018-0336>
- Nabi, G. and Liñán, F. (2013). "Considering business start-up in recession time: the role of risk perception and economic context in shaping the entrepreneurial intent", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 19(6):633-655.
- Paul, J. and Shrivatava, A. (2016). "Do young managers in a developing country have stronger entrepreneurial intentions? Theory and debate", *International Business Review*, 25(6):1197-1210.
- Rosique-Blasco, M., Madrid-Guijarro, A. and García-Pérez-de-Lema, D. (2017). "The effects of personal abilities and self-efficacy on entrepreneurial intentions", *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14(4):1025-1052.
- Roy, R., Akhtar, F. and Das, N. (2017). "Entrepreneurial intention among science & technology students in India: extending the theory of planned behavior", *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13(4): 1013 - 1041.
- Safari, S., and Gholamrezaei, D. (2011). "Analysis and evaluation of alumni's entrepreneurial potential: A comparative study of public & private universities of Tehran", *African Journal of Business Management* 6(1):258-265.
- Schlaegel, C. and Koenig, M. (2014). "Determinants of entrepreneurial intent: a meta-analytic test and integration of competing models", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2):291-332.
- Shaver, K.G., Scott, L.R. (1991). "Person, process, choice: the psychology of new venture creation", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 16(2):23-45.
- Zhao, H., Hills, G.E., & Siebert, S.E. (2005). "The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions", *Journal of Applied Psychology*, 90(6):1265-1272.
- Zhao, X., Lynch, J.G. Jr and Chen, Q. (2010). "Reconsidering baron and Kenny: myths and truths about mediation analysis", *Journal of Consumer Research*, 37(2):197-206.
- Zhao, H., Siebert, S.E. and Lumpkin, G.T. (2010). "The relationship of personality to entrepreneurial intentions and performance: a meta-analytic review", *Journal of Management*, 36(2):381-404.