

Investigating the Role of Education in Terms of Entrepreneurship

Hamidreza Siminpour¹  | Mohammadbashir Sedighi² 

1. Master of Business Administration, Department of Management, Science and Technology, Amirkabir University of Technology, Tehran, Iran. Email: Siminpour@aut.ac.ir

2. Assistant Professor, Department of Management, Science and Technology, Amirkabir University of Technology, Tehran, Iran. Email: m.sedighiaut.ac.ir

Article Info

Article type:
Research Article

Article history:

Received 9 January 2023
Received in revised form 24 February 2023
Accepted 9 May 2023
Published online 14 June 2023

Keywords:

Entrepreneurial Education,
Entrepreneurial Intention,
Theory of Planned Behavior.

ABSTRACT

Objective: The objective of this study was to investigate the impact of entrepreneurship education on the tendency towards innovative (entrepreneurial) activities among higher education students in Tehran, using Ajzen's theory of planned behavior, and to compare the role of academic and non-academic education in this regard.

Methods: The statistical population of this study consisted of students from the top 5 universities in Tehran. A sample of 400 students was selected for the study. Structural equation modeling was used to test the research hypotheses.

Findings: The study found a positive and significant relationship between students' intention and tendency towards innovative (entrepreneurial) activities and their attitudes towards entrepreneurship, mental norms, perceived behavior control, academic training, and entrepreneurial skills. The study also confirmed the relationship between demographic characteristics and the intention of students' innovative activities.

Conclusion: Entrepreneurship education can be a valuable solution to promote innovative activities and create employment opportunities for higher education graduates. The study suggests that academic and non-academic education should be used together to enhance entrepreneurship education.

Cite this article: Siminpour, H., & Sedighi, M. (2023). Investigating the Role of Education in Terms of Entrepreneurship. *Journal of Entrepreneurship and Innovation Research*, 2(1), 29-44.



© The Author(s).

Publisher: Scientific Association of Entrepreneurship & Innovation in IRAN.

بررسی نقش آموزش بر قصد کارآفرینی دانشجویان ایرانی

حمیدرضا سیمین پور^۱ | محمدبشیر صدیقی^۲

۱. گروه آموزشی مطالعات علم و فناوری، دانشکده مدیریت، علم و فناوری دانشگاه صنعتی امیرکبیر (پلی تکنیک تهران)، تهران، ایران. رایانامه: Siminpour@aut.ac.ir

۲. گروه آموزشی مطالعات علم و فناوری، دانشکده مدیریت، علم و فناوری، دانشگاه صنعتی امیرکبیر (پلی تکنیک تهران)، تهران، ایران رایانامه: m.sedighiaut.ac.ir

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	هدف: هدف این پژوهش، بررسی تأثیر آموزش های کارآفرینی بر گرایش کارآفرینی دانشجویان آموزش عالی در ایران و مقایسه نقش آموزش های آکادمیک با آموزش های غیرآکادمیک است.
تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۰/۱۹	روش تحقیق: برای این پژوهش، ۴۰۰ دانشجو از ۵ دانشگاه برتر شهر تهران به عنوان نمونه انتخاب شدند. فرضیات پژوهش با استفاده از مدل سازی معادلات ساختاری و روش حداقل مربعات جزئی آزمون شدند.
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۱/۱۲/۵	یافته ها: با بررسی شواهد، ارتباط مستقیم و معنادار تأثیر انواع آموزش ها بر قصد کارآفرینی دانشجویان ایرانی و تأثیرپذیری مستقیم قصد فعالیت های نوآورانه دانشجویان از نگرش های شخصی، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتار درک شده در کنار آموزش های آکادمیک، مهارت های کارآفرینی و ویژگی های جمعیت شناختی تأیید شد.
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۲/۱۹	نتیجه گیری: با توجه به نتایج این پژوهش، آموزش های کارآفرینی و نوآوری می تواند به عنوان یکی از راه حل های بحران بیکاری دانش آموختگان آموزش عالی در ایران مورد استفاده قرار گیرد. همچنین، در جهت ارتقای آموزش کارآفرینی و فعالیت های نوآورانه، رفتار کارآفرینانه، نظریه رفتار برنامه ریزی شده.
کلیدواژه ها: آموزش کارآفرینی، قصد کارآفرینی، قصد فعالیت های نوآورانه، رفتار کارآفرینانه، نظریه رفتار برنامه ریزی شده.	
استناد: سیمین پور، حمیدرضا و صدیقی، محمدبشیر (۱۴۰۲). بررسی نقش آموزش بر قصد کارآفرینی دانشجویان ایرانی. پژوهش های کارآفرینی و نوآوری. ۲(۱)، ۲۹-۴۴	
© نویسندگان	
	ناشر: انجمن علمی کارآفرینی و نوآوری ایران.

۱. مقدمه

امروزه کارآفرینی به یک اولویت ملی تبدیل شده است که برای نوآوری، ایجاد رقابت، توسعه پایدار اقتصادی، ایجاد شغل و تحقق رفاه در سراسر جهان ضروری می‌باشد (Aloulou, 2016). در حال حاضر کارآفرینی با توجه به اثر مستقیم آن بر اقتصاد و جامعه به‌عنوان پیشران ایجاد فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی، پذیرفته شده است. فرایندهای جدید تولید کار و خدمات، اتوماسیون و دورکاری کمابیش به کاهش نقش منابع انسانی در این حیطه انجامیده است، اما این کاهش نتوانسته به‌طور کلی نقش حضوری منابع انسانی را در روند تولید متوقف کند، زیرا همچنان اعتماد به اتوماسیون و کنترل از راه دور نسبی است. این چنین فضایی که می‌توان آن را برزخی میان خوف و رجا و آزمون و خطا نامید زمینه ساز اهمیت یافتن اندیشه‌های کارآفرینانه در انسان‌ها شده است. علی‌رغم اهمیت کارآفرینی و فعالیت‌های نوآورانه، ارتقای آن‌ها از طریق آموزش همواره با چالش‌های زیادی همراه بوده است (Liñán, 2015). و بررسی‌های مرتبط با تاثیر آن به خصوص بر نیت و رفتار کارآفرینانه فراگیران و دانشجویان ایرانی به عنوان جدی‌ترین گزینه کارآفرینی تقریباً بدون آزمون باقی مانده است، اما سازمان‌های حاکمیتی و دولت‌ها به دلایل گوناگون از جمله ضرورت‌های حفظ ساختار مدیریت قدرت و کنترل‌های اجتماعی و همچنین برخورداری از مقبولیت و مشروعیت حکومت سیاست‌های عمومی و توجه خود را در توسعه و رشد روحیه نوآوری و گسترش فعالیت‌های کارآفرینی افزایش داده‌اند. اخیراً فعالیت‌های نوآورانه و کارآفرینی به‌عنوان یکی از زمینه‌های نوظهور اصلی و مورد علاقه دانشجویان دیده می‌شود (Fayolle, 2015). در این راستا دولت ایران نیز مقابله با چالش‌های اصلی آن را در دستور کار خود قرار داده است. مثال‌های آن فعالیت‌های اخیر معاونت علمی ریاست جمهوری اسلامی ایران، صندوق نوآوری و شکوفایی، ستاد اقتصاد دیجیتال و سازمان فناوری اطلاعات ایران می‌باشد که براساس این رویکرد است که انواعی از تسهیلات و راهکارها را در جهت گسترش کارآفرینی در اختیار قرار می‌دهند، زیرا کشور ایران با وجود اینکه یکی از بزرگترین تولیدکننده‌های نفت و گاز در جهان می‌باشد، همچنان باید تنوع منابع و الگوهای اقتصادی و توسعه بخش‌های غیر نفتی را با توجه به ظهور منابع تجدیدپذیر انرژی در جهان و ناپایداری اقتصادهای تک محصولی و مبتنی بر صادرات مواد خام و منابع تجدیدناپذیر فراهم کند، تا شاید فرصت‌های اشتغال‌های جدید برای تعداد روزافزون شهروندان تحصیل کرده فراهم شود. این موضوع در کنار محدودیت‌های متنوع کشور مانند تحریم‌ها و مشکلات بنیادی اقتصادی مانند تورم، به عنوان یک ضرورت بیشتر نمود پیدا می‌کند.

از سوی دیگر حوزه اقتصاد نوآوری به یکی از مهمترین جریانات اقتصادی در کشورهای در حال توسعه و حتی توسعه یافته تبدیل شده است، تا آنجا که اخیراً یکی از عوامل مهم اشتغال و رشد اقتصادی می‌باشد. هر سال هزاران کسب و کار جدید در جهان راه‌اندازی می‌شوند، به همین علت دولت‌ها و مراکز آموزشی توجه و سرمایه‌گذاری ویژه‌ای در این حوزه انجام داده‌اند. از نگاه آکادمیک، بررسی‌های زیادی بر روی کارآفرینان شده است، اما منابع کمی در مورد قصد کارآفرینی و فعالیت‌های نوآورانه دانشجویان ایرانی وجود دارد. بر اساس مطالعات هندرسون و روبرت یک دیدگاه اینگونه است که کارآفرینان، کارآفرین متولد می‌شوند و دیدگاه دیگر می‌گوید که کارآفرینان در طول زمان و با توجه به شرایط ساخته می‌شوند (Henderson and Robertson, 2000). از سوی دیگر، گرچه توسعه و گسترش کارآفرینی به کمک آموزش همواره با چالش‌هایی همراه بوده و پژوهش‌های مختص آن هنوز در مرحله اکتشافی می‌باشد (Liñán and Fayolle, 2015) اما به دلایل ذکر شده آموزش کارآفرینی مورد توجه قرار گرفته و منابع اختصاص یافته به آن‌ها نیز افزایش یافته است. چنین اقداماتی موجب تمایل سرمایه‌گذاران به ورود به این حوزه را نیز فراهم کرده است و در نتیجه ارزیابی اثربخشی، فایده و کارآمدی این برنامه‌ها از نکات مورد توجه موسسه‌های آموزشی، سازمان‌های دولتی و سرمایه‌گذاران می‌باشد. قابل توجه اینکه علی‌رغم تاکید بسیار و تجویز پژوهش‌گران، اساتید و آموزش‌گران در خصوص مزایای آموزش کارآفرینی، تاثیر آموزش‌های کارآفرینی بر نتیجه و به ویژه بر نگرش‌ها و قصد کارآفرینانه دانشجویان ایرانی تقریباً بدون آزمون باقی مانده است و این اثر بخشی نیازمند بررسی‌های بیشتری است.

این عدم اطمینان به خصوص در دانشجویان دانشگاه‌های برتر نمود بیشتری دارد. اغلب پژوهش‌ها و تمرکز محققان حوزه کارآفرینی به فرآیندهای راه‌اندازی کسب و کار که مرحله‌ی بعد از تصمیم‌گیری می‌باشد، معطوف شده است و همین موضوع موجبات غفلت در مرحله تصمیم‌گیری را فراهم آورده است. این در حالی است که قبل از مرحله راه‌اندازی باید مرحله تصمیم‌گیری

تقویت و هدایت شود. این که چه دلایلی منجر می‌شود تا یک دانشجو از میان گزینه‌های شغلی متنوع و مهاجرت در مقاطع تحصیلی بالاتر راه‌اندازی یک کسب و کار را برگزیند در مرحله تصمیم‌گیری بررسی می‌شود. بر طبق پژوهش سال ۲۰۱۰ موریانو و گورگی وسکی مهم‌تر از آنکه چه کسی تصمیم می‌گیرد اقدام به رفتار نوآورانه و کارآفرینی کند این است که چه عواملی باعث این تصمیم شده است. با توجه به اینکه فعالیت نوآورانه و کارآفرینی یک اقدام آگاهانه و داوطلبانه می‌باشد، به کمک بررسی روند تصمیم‌گیری برای این اقدام می‌توان آن را به طور دقیق تحلیل و بررسی کرد. به عبارت دیگر باتوجه به اینکه پیش‌نیاز رفتار نوآورانه و کارآفرینی، قصد و نیتی می‌باشد که منجر به تصمیم‌گیری برای کارآفرین بودن و خلق کسب و کار جدید می‌شود، می‌توان مدل‌های تصمیم‌گیری را بررسی نمود (Aloulou, 2016). از طرف دیگر برنامه‌ریزی دقیق، زمان کافی، فکر و اندیشه نوآور از ملزومات انجام فعالیت‌های نوآورانه کارآفرینی می‌باشد. لذا می‌توان تصمیم کارآفرینانه را از نگاه رفتار برنامه‌ریزی شده در نظر گرفت و در نتیجه برای پیش‌بینی آن می‌توان از مدل‌های رفتار برنامه‌ریزی شده مبتنی بر نیت به خوبی بهره برد (Bird, 1988). با توجه به نکات فوق بر اساس نظر پژوهش‌گران به منظور تحلیل و اندازه‌گیری چگونگی تاثیر برنامه‌های آموزش کارآفرینی بر نگرش‌ها و قصد کارآفرینی و فعالیت‌های نوآورانه نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده از جن چارچوب معتبری را فراهم می‌آورد (Aloulou, 2016). بی‌شک استفاده از مدل‌های مبتنی بر نیت که ابزاری مناسب برای توضیح و تفسیر شکل‌گیری قصد فعالیت‌های نوآورانه و کارآفرینی می‌باشند، به اندازه‌گیری و بررسی اثر برنامه‌های آموزشی کارآفرینی در آموزش عالی اعم از آموزش‌های آکادمیک و غیر آکادمیک مهارت‌محور کمک می‌کند و همین موضوع امکان بهبود طراحی و برنامه‌ریزی‌های مرتبط با آن به عنوان روزه ای به سوی حل بحران بیکاری دانش‌آموختگان آموزش عالی را فراهم می‌آورد.

در نهایت هدف اصلی این پژوهش، بررسی و تحلیل قصد (انگیزه) دانشجویان ایرانی در انجام فعالیت‌های نوآورانه و کارآفرینانه با استفاده از نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده می‌باشد. در این پژوهش یک مدل توسعه یافته ارائه می‌شود که عوامل ذهنی، روانی، شخصی، اجتماعی، مهارتی، آموزشی و تحصیلی متاثر بر قصد دانشجویان در انتخاب فعالیت‌های نوآورانه را نشان دهد. بطور خاص در این پژوهش بررسی می‌شود که آیا تحصیلات دانشگاهی با توجه به اینکه ذاتا دانشجو را ماهر می‌کند، می‌تواند منجر به فعالیت‌های نوآورانه شود و یا خیر؟ و نقش آن با آموزش‌های غیر آکادمیک و مهارت‌های کارآفرینی مقایسه می‌شود.

۲. مرور ادبیات و پیشینه پژوهش

مدت‌هاست که کارآفرینی با توجه به رابطه با رفاه اجتماعی و ثروت ملی مورد توجه سیاست‌گذاران و ذی‌انفعان قرار گرفته است، زیرا از آن می‌توان به‌عنوان دارویی برای مسائل اقتصادی مانند بیکاری استفاده کرد. مشارکت در فعالیت‌های نوآورانه منجر به بهره‌وری، اشتغال‌زایی و توسعه اقتصادی می‌شود. گروه‌های مختلف مانند پژوهش‌گران، سیاست‌گذاران و سازمان‌های بین‌المللی بر نتایج مثبت کارآفرینی اتفاق نظر دارند، از این رو در راستای توسعه و پیشرفت آن تلاش می‌کنند. پژوهش‌ها نشان می‌دهند که قصد افراد وابسته بر شناخت، انگیزه و ادراک آن‌هاست. کارآفرینی به مفهوم امروزی سابقه‌آی طولانی دارد، اما علی‌رغم این سابقه تعریف مشخصی برای آن وجود ندارد. به نقل از شارما و چیسمن در سال ۱۹۹۹ قدیمی‌ترین تعریف مربوط به زمانی است که ریچارد کانتیلون در سال ۱۷۳۴ کارآفرینی را به معنای خوداشتغالی معرفی کرد (Sitaridis and Kitsios, 2017). اما یکی از دقیق‌ترین تعریف‌ها توسط شومپتیر در سال ۱۹۳۴ ارائه شد: «کارآفرین شخصی است که با استفاده از فرصت‌ها، ارزش جدید ایجاد می‌کند که می‌تواند به شکل محصول جدید، فرآیند جدید، بازار جدید، عرضه جدید و منابع اولیه جدید باشد (Solesvik, Westhead, 2012). نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده یکی از موثرترین نظریه‌ها در پیش‌بینی رفتار انسان‌هاست که در همه زمینه‌ها مورد استفاده قرار گرفته است. بر اساس این نظریه رفتار افراد از قصد درونی آن‌ها شکل می‌گیرد و قصد انجام یک رفتار خاص نتیجه سه پیش‌بینی شناختی نگرش‌های شخصی (ATT)، هنجارهای ذهنی (SN) و کنترل رفتار درک شده (PBC) می‌باشد. مدل‌های پیش‌بینی دیگری مانند مدل برد، مدل رویداد کارآفرینانه، مدل کارآفرین نوظهور و مدل بالقوه کارآفرینی در عرض و یا در امتداد نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده توسعه یافته‌اند، اما نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده با توجه به اینکه چارچوب منسجم در پیش‌بینی رفتار افراد نشان می‌دهد، نسبت به سایر مدل‌ها برتری دارد. مطالعات زیادی در پیش‌بینی قصد کارآفرینی افراد به

کمک توسعه نظریه رفتاربرنامه‌ریزی شده انجام شده است، جامعه نمونه اغلب این پژوهش‌ها را دانشجویان سال‌های مختلف مانند دانشجویان سال اول در نروژ، دانشجویان مهندسی در روسیه، دانشجویان کارشناسی ارشد رشته کسب‌وکار در ایالات متحده، دانشجویان مدیریت کشور فرانسه، فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌های هلند و بسیاری مطالعات دیگر در کشورهای مختلف تشکیل داده‌اند. اما مطالعات کمی در کشورهای در حال توسعه خاورمیانه به ویژه ایران، که دارای شرایط اقتصادی ویژه‌ای هستند، انجام شده است. با توجه به اینکه کارآفرینی در سال‌های اخیر به محرک اصلی اشتغال و رشد اقتصادی تبدیل شده است، دولت‌ها و موسسه‌های آموزشی مایل به ارتقای کارآفرینی جامعه هستند (اکس و همکاران، ۲۰۰۵)، زیرا یکی از وظایف دانشگاه‌ها توسعه اجتماعی و اقتصادی جامعه می‌باشد. این آموزش‌ها می‌تواند به افزایش دانش، مهارت‌ها و نگرش‌های شخصی دانشجویان برای ایجاد یک کسب و کار جدید و کارآفرینی کمک کند (احمد و همکاران، ۲۰۱۷؛ فیتزه و بوید، ۲۰۱۷؛ گاریدولوپز و همکاران، ۲۰۱۸؛ ایلون و همکاران، ۲۰۱۸). به کمک این آموزش‌ها می‌توان افرادی را که از ابتدا کارآفرین متولد نشده‌اند، را به سمت کارآفرینی هدایت کرد (هندرسون و روبرتسون^۱، ۲۰۰۰). در قرن بیست و یکم، آموزش کارآفرینی به عنوان یکی از عوامل اساسی که می‌تواند تصمیمات شغلی دانشجویان و دانش‌آموختگان را تحت تأثیر قرار دهد، شناخته می‌شود (دوی زینگیان و همکاران، ۲۰۱۹؛ رابرت و همکاران، ۲۰۱۸؛ لوج و فرانک^۲، ۲۰۰۴؛ فایول، ۲۰۱۳). بر اساس پژوهش‌ها معرفی مفهوم رویکردهای فعالیت‌های نوآورانه و کارآفرینی در آموزش عالی می‌تواند بر درک دانش‌جویان نسبت به کارآفرینی و همچنین آگاهی آنها نسبت به سایر گزینه‌های شغلی تأثیر بگذارد (کسن و همکاران، ۲۰۱۵؛ کبرد و پترسون، ۲۰۱۷). بنابراین، آموزش کارآفرینی می‌تواند با افزایش سودآوری، روحیه کارآفرینی، نگرش‌های کارآفرینانه و شانس بقا، بر عملکرد کارآفرینان تأثیر بگذارد (هومهر، ۲۰۱۸). و در نتیجه اهمیت آموزش فعالیت‌های نوآورانه و کارآفرینی در اقتصاد برای توسعه و رشد سریع اقتصادی و ایجاد یک فضای مثبت و پویا مشخص می‌شود (کسن و همکاران، ۲۰۱۵؛ وارنک^۳، ۲۰۱۳). دلایل متنوعی برای افزایش ایجاد کسب و کار جدید ناشی از آموزش در حوزه کارآفرینی برای پژوهش و تحقیق وجود دارد. اول آن که آموزش ترکیبی امور حسابداری اقتصادی و مالی به همراه امور بازاریابی، برندسازی، فروش و دیگر موارد به دانشجویان امکان توسعه طرح کسب‌وکار را داده و به دنبال آن امکان کارآفرینی را فراهم می‌آورد. دوم با توجه قرار گرفتن در محیط آموزش و هم‌کلاسیان هم‌سو امکان تیم‌سازی و تأسیس کسب و کارهای جدید افزایش می‌یابد. سوم آموزش کارآفرینی پیوند میان صنعت و دانشگاه‌ها را ایجاد کرده و می‌تواند موجبات انتقال فناوری از دانشگاه‌ها به بازار کار باشد. از سوی دیگر این مهم می‌تواند به کمک افزایش دانش، مهارت‌ها و نگرش‌های شخصی دانشجویان در جهت کارآفرینی اتفاق افتد. این آموزش‌ها می‌تواند به افرادی که ذاتاً کارآفرین نیستند، کارآفرینی را بیاموزد. در قرن ۲۱، آموزش کارآفرینی به عنوان یکی از عوامل کلیدی شناخته می‌شود که می‌تواند بر تصمیمات شغلی دانشجویان تأثیرگذار باشد. آموزش کارآفرینی می‌تواند با افزایش نگرش‌های کارآفرینانه بر عملکرد کارآفرینان تأثیر گذار باشد و در نتیجه اهمیت این آموزش‌ها بر توسعه و رشد اقتصادی مشخص می‌شود. در ادامه در جدول شماره ۱ پیشینه مرتبط با قصد کارآفرینی آمده است. آنچه از این جدول مشخص می‌شود آن است که در پیش بینی قصد فعالیت‌های نوآورانه یک دستورالعمل کلی وجود ندارد و نتایج ممکن است با توجه به فرهنگ‌های مختلف متفاوت باشد. این تفاوت‌های فرهنگی در کنار فقدان پژوهش‌های مستقیم کافی در حوزه قصد کارآفرینی دانشجویان ایرانی، اهمیت موضوع را بیش از پیش مشخص می‌کند.

^۱ Henderson and Robertson

^۲ Franke , Luthje

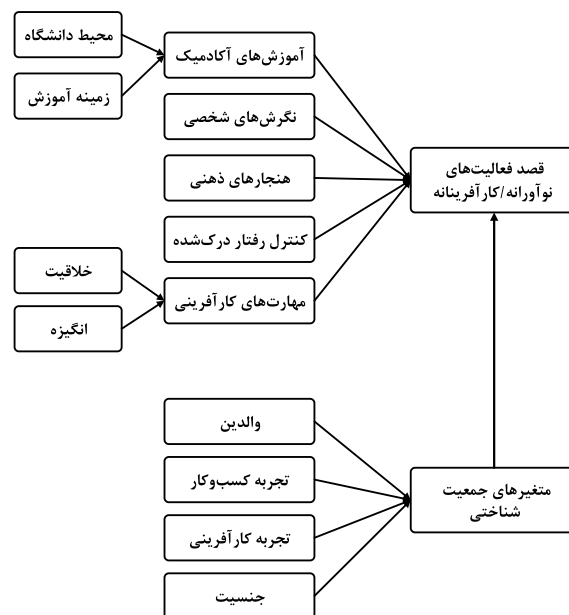
^۳ Warnecke

جدول ۱: پیشینه پژوهش

نام پژوهش‌گر	سال پژوهش	عنوان پژوهش	نتایج پژوهش
روی فراگوسو، ویمار روچا ^۱	۲۰۲۰	بررسی عوامل موثر بر قصد کارآفرینی دانشجویان برزیل و پرتغال	پس از بررسی آماری ۶۰۰ پرسش‌نامه پر شده در دو کشور، به این نتیجه رسیدند که خودکارآمدی و نگرش‌های شخصی عوامل اصلی پیش‌بینی کننده بوده و اثرات اجتماعی کشورها قابل توجه نیستند.
ویرجینا باربا سانچز و همکاران ^۲	۲۰۱۷	نقش آموزش بر قصد کارآفرینی دانشجویان مهندسی	نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که آموزش‌های قبلی و استقلال فردی سهم بسیار مثبتی بر کارآفرینی مهندسان دارند، اما این موضوع در شرایط اجتماعی مختلف، متفاوت عمل می‌کند.
آرانز و آروباب ^۳	۲۰۱۸	موانع و قصد کارآفرینی دانشجویان کارشناسی کشور اندونزی	با بررسی ۱۰۵۳ دانشجوی کارشناسی دانشگاه‌های مختلف نگرش‌های شخصی را به عنوان اصلی‌ترین عامل موثر بر قصد و محدودیت‌های مالی و کمبود آموزش را به عنوان اصلی‌ترین موانع آن مطرح نمود.
خالیف و دیا ف ^۴	۲۰۱۶	بررسی اثر آموزش‌های کارآفرینی بر قصد کارآفرینی	این تحقیق که بر روی ۴۰۰ دانشجوی امارت متحده عربی اتفاق افتاده است، نشان می‌دهد که آموزش‌های کارآفرینی بر روی قصد دانشجویان بر فعالیت‌های کارآفرینانه اثر چندانی ندارد.
ساناوی و شاراهیلی ^۵	۲۰۱۹	اندازه‌گیری قصد کارآفرینی دانشجویان عربستان سعودی به کمک نظریه رفتار برنامه‌ریزی	نتیجه این تحقیق نشان می‌دهد که نوآوری به عنوان قوی‌ترین عامل پیش‌بینی کننده رفتار کارآفرینی وجود دارد.
فایول و گیلی ^۶	۲۰۱۵	ارزیابی تاثیر آموزش‌های کارآفرینی	نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که برنامه‌های آموزشی کارآفرینی تاثیر بسیار قوی‌ای بر قصد کارآفرینی دانشجویان دارد.
ابراهیم الجباری ^۷	۲۰۱۸	قصد کارآفرینی دانشجویان مالزیایی	این مطالعه که بر روی ۴۳۸ دانشجوی سال سوم و چهارم دانشگاه‌های دولتی مالزی انجام شد، نشان می‌دهد که عوامل نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده، اثر غیر مستقیم شدیدی بر روی قصد کارآفرینی دانشجویان دارد.
کلارا گیور ^۸	۲۰۱۹	قصد کارآفرینی در محیط یک دانشگاه بین‌المللی	نتیجه این پژوهش نشان می‌داد، دانش‌جویان به احتمال زیاد از طریق آموزش مهارت‌های کارآفرینانه را کسب می‌کنند. این مهارت‌ها نقش مهمی در قصد کارآفرینی آن‌ها بعد از ماهر کردنشان دارند.
لینان و همکاران	۲۰۱۱	عوامل موثر بر قصد کارآفرینی: بررسی نقش آموزش	نتایج این پژوهش نشان داد که نگرش فردی و کنترل رفتاری درک شده مهم‌ترین عوامل موثر بر قصد کارآفرینانه هستند. در این پژوهش همچنین نقش موثر آموزش در ایجاد این قصد و نگرش‌ها مورد بررسی قرار گرفت.

^۱ Rui Frago, Weimar Rocha-junior^۲ Virginia Barba-Sánchez, Carlos Atienza-Sahuquillo^۳ N. Arranz, M. F. Arroyabe & J. C. Fdez. de Arroyabe^۴ Khalifa and Dhiaf^۵ Sharahili^۶ Fayolle and Gailly^۷ Ibrahim al-Jibari^۸ Clara Gieure

با توجه به بررسی پژوهش‌های انجام شده، که عمده آن‌ها در جدول فوق آمده‌اند، در میابیم که قصد کارآفرینی و فعالیت‌های نوآورانه دانشجویان در کشورها و فرهنگ‌های متفاوت، از الگوهای متفاوتی پیروی کرده و همین مهم نیاز به بررسی عوامل تاثیر گذار بر قصد فعالیت‌های نوآورانه و کارآفرینی در ایران مستقل از پژوهش‌های دیگر را نشان می‌دهد. از سوی دیگر اهمیت آموزش و ویژگی‌های شخصیتی به عنوان جدی‌ترین کاندیدای تاثیرگذاری بر قصد فعالیت‌های نوآورانه با توجه به تکرار آن‌ها در پژوهش‌های اخیر محرز می‌گردد. در ادامه مدل مفهومی پژوهش و فرضیات مرتبط با آن آورده شده است.



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

با بررسی‌های مرتبط با پیشینه پژوهش و بررسی مدل‌های نظری مختلف استفاده شده در آن‌ها نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده آجزن (۱۹۹۱) به عنوان مدل پایه پژوهش انتخاب شد. مهم‌ترین دلیل محبوبیت و اعتبار نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده جزئیات بیشتر و انسجام در توضیح قصد فعالیت‌های نوآورانه و کارآفرینی می‌باشد (وان گلدرن، ۲۰۰۸). ستون‌های بنیادی نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده نگرش‌های شخصی، کنترل رفتار درک شده و هنجارهای ذهنی می‌باشد، که این مدل ضمن تلفیق آن‌ها به خوبی قصد فعالیت‌های نوآورانه اشخاص را توضیح می‌دهد. نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده سابقه موفقیت آمیزی در استفاده‌های پژوهشی در حوزه پیش‌بینی قصد کارآفرینی دارد. مثال‌هایی همچون پیش‌بینی قصد فعالیت‌های نوآورانه و کارآفرینی دانشجویان و دانش‌آموزان در آمریکا توسط آشیو، کلی^۱ و همکاران در سال ۲۰۰۱، دانشجویان ارشد کسب و کار ایالت متحد توسط کروگر و همکاران در سال ۲۰۰۰، فارغ‌التحصیلان رشته کسب و کار چهار دانشگاه کشور هلند توسط وان‌جلدرن و همکاران در سال ۲۰۰۸، دانشجویان سال اول کشور نروژ توسط کلورید در سال ۱۹۹۶، دانشجویان رشته‌های ارشد مدیریت کشور فرانسه توسط فایول در سال ۲۰۰۱۵، در کشور آلمان توسط جاکوب و ریچتر^۲ در سال ۲۰۰۵، در کشور اسپانیا و تایوان توسط لینان و چن^۳ در سال ۲۰۰۹،

۱ Autio & Keeley

۲ Jacob & Richter

۳ Linan & Chen

در آفریقای جنوبی توسط موریانو^۱ در سال ۲۰۰۵ و پژوهش گیرد و بگریم^۲ در سال ۲۰۰۸ را می توان از سوابق پژوهشی در توسعه این نظریه نام برد. نتایج پژوهش های گذشته نشان می دهد مؤلفه های نظریه رفتار برنامه ریزی شده تاثیر معنا دار و مثبتی بر قصد فعالیت های نوآورانه و کارآفرینی می گذارند، اگرچه شدت تاثیر آن ها بر «قصد» در پژوهش های گوناگون متفاوت است. از سوی دیگر در تکمیل نظریه پایه رفتار برنامه ریزی شده، با توجه به فرهنگ کشور ایران و اینکه اغلب استعداد های برتر و گزینه های مستعد انجام فعالیت های نوآورانه کشور، مشغول به تحصیل در دانشگاه ها در مقاطع مختلف هستند، در مدل نظری اهمیت بررسی تاثیر تحصیلات و آموزش ها بر قصد دانشجویان مشخص می شود، تا شاید بتوان به کمک آن پیش بینی دقیق تری از قصد دانشجویان به دست آورد. به همین منظور ۲ ساختار تحصیلات آکادمیک (AE) و مهارت های کارآفرینی (ES) نیز به مدل نظری اضافه شده است. تحصیلات آکادمیک آموزشی است، که یادگیری را هدف اصلی می داند و به طور خاص در مدرسه، کالج و دانشگاه انجام می شود و در انتها یادگیرنده به اخذ مدرک گواهی فارغ التحصیلی نائل می گردد. مهارت های کارآفرینی، مجموعه ای از مهارت های فردی، شخصیتی، فنی و مدیریتی برای تبدیل ایده به عمل و دستیابی به اهداف می باشد که می تواند به صورت ارثی و یا کسب شده توسط آموزش و مطالعه باشد. آموزش آکادمیک و مهارت های کارآفرینی به همراه ۳ ساختار پیش فرض نظریه رفتار برنامه ریزی شده پنج ساختار اصلی مدل پژوهش را تشکیل می دهند و البته هر کدام عوامل اثرگذار مرتبط خود را دارند. ما قصد داریم با ادغام پیش فرض های ذهنی و نتایج آموزشی، مدلی جامع تر را ارائه دهیم، که بتواند پیش بینی دقیق تری از قصد نوآوری دانشجویان ایرانی، به عنوان مستعدترین گروه انجام رفتار های نوآورانه در ایران ارائه دهد. تصویر مدل نظری پژوهش در شکل ۱ آورده شده است. فرض ما این است که فلش هایی که روابط بین مؤلفه ها در مدل نظری را دارند، همگی تاثیر مستقیم و مثبت در یک رابطه را نشان می دهند و در ادامه خلاصه فرضیاتی آورده شده است.

۱) ساختار های پیش فرض نظریه رفتار برنامه ریزی شده (TBP)^۳ بر فعالیت های نوآورانه (IA)^۴ تاثیر مثبت و معناداری دارد.

۲) آموزش های آکادمیک (AE)^۵ بر قصد انجام فعالیت های نوآورانه (IA) تاثیر مثبت و معناداری دارد.

۳) مهارت های کارآفرینی (ES)^۶ بر قصد انجام فعالیت های نوآورانه (IA) تاثیر مثبت و معناداری دارد.

۴) مابین ویژگی های جمعیتی شناختی (D)^۷ و قصد انجام فعالیت های نوآورانه (IA) ارتباط معناداری وجود دارد.

۳. روش پژوهش

با توجه به اینکه هدف اصلی این پژوهش توسعه نظریه رفتار برنامه ریزی شده می باشد، لذا نتیجه حاصل از این حیث یک پژوهش کمی و کاربردی محسوب می شود. حوزه این پژوهش قصد انجام کارآفرینی و فعالیت های نوآورانه دانشجویان کشور ایران در سال ۱۴۰۰ و قبل از آن می باشد. جامعه آماری پژوهش دانشجویان ایرانی می باشند، اما به علت سهولت دسترسی و تلاش در حذف اثر عواملی چون تفاوت فرهنگ شهر های مختلف کشور جمع آوری داده ها از دانشگاه های برتر شهر تهران انجام شد. از طرف دیگر اکثر فعالیت های نوآورانه کشور در دانشگاه های برتر شهر تهران انجام شده و اغلب ورودی ها و دانشجویان مستعد به سمت دانشگاه های برتر هدایت می شوند. از اثر گذاری و پیشرو بودن دانشگاه های شهر تهران در صنعت آموزش عالی نیز نمی توان چشم پوشی کرد. در نهایت با عنایت به دلایل فوق جامعه آماری از دانشگاه های صنعتی شریف، تهران، علوم پزشکی تهران، صنعتی امیرکبیر (پلی تکنیک تهران)، شهید بهشتی و علوم پزشکی شهید بهشتی انتخاب شد. در انتخاب دانشگاه ها و جامعه نمونه سعی بر آن بود تا تنوع رشته های دانشگاهی، مقطع تحصیلی و عوامل محیطی نیز لحاظ شود، به همین علت علاوه بر دانشگاه های وزارت

^۱ Moriano

^۲ Gird & Bagraim

^۳ Theory of Planned Behavior

^۴ Innovation Activities

^۵ Academic Education

^۶ Entrepreneurial Skills

^۷ Demographic Variables

علوم، تحقیقات و فناوری از دانشگاه‌های علوم پزشکی تحت هدایت وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی نیز انتخاب شدند. جامعه آماری این پژوهش دانشجویان و نوافراغ‌التحصیلان ایرانی می‌باشند. در انتخاب نمونه به علت استفاده از روش حداقل مربعات جزئی محدودیتی در حجم جامعه نمونه وجود نداشت، اما با این وجود ۴۰۰ پرسش‌نامه از بین ۴۹۴ پرسش‌نامه تکمیل شده به کمک حذف داده‌های نامناسب انتخاب شدند. داده‌های مورد نیاز این پژوهش به دو صورت جمع‌آوری شد. ابتدا از روش کتابخانه‌ای با مراجعه به وبسایت‌های علمی، کتاب‌ها، مجلات و اسناد معتبر علمی مبانی نظری به دست آمد و در ادامه داده‌های مورد نیاز آماری از طریق طراحی یک پرسش‌نامه ساختارمند گردآوری گردید. ساختار پرسش‌نامه طراحی شده به این صورت است که در ابتدا ویژگی‌های جمعیت شناختی قرار دارد، در ادامه پرسش‌نامه مولفه‌های نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده شامل نگرش شخصی، هنجارهایی ذهنی و کنترل رفتار درک شده را در کنار مولفه‌های آموزش آکادمیک (محیط و رشته) و آموزش‌های غیر آکادمیک (مهارت‌های کارآفرینی) به کمک چند سوال متناظر مورد آزمون قرار می‌دهد و در نهایت قصد دانشجویان به فعالیت‌های نوآورانه و کارآفرینی به کمک سوال‌های متناظر پرسیده می‌شود. این پرسش‌نامه براساس مطالعات سال ۲۰۱۴ و اسم الولو و مطالعات سال ۲۰۰۹ هانس لروی در طیف لیکرت پنج تایی (از کمترین به بیشترین) تنظیم شده است. پرسش‌نامه پژوهش بعد از طراحی اولیه توسط خبرگان کارآفرینی و اساتید دانشگاهی حوزه کارآفرینی بررسی و پس از اصلاحات لازم متخصصان و آزمون نهایی در گروه محدود پرسش‌نامه شوندهگان تایید نهایی گردید. پرسش‌نامه پژوهش پس از تدوین، در بستر گوگل فرم^۱ پیاده‌سازی شده و از مجراهای مختلف اعم از ایمیل، پیام‌رسان‌ها و کانال‌های دانشجویی در اختیار جامعه نمونه قرار گرفت. برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از تکنیک معادلات ساختاری و روش حداقل مربعات جزئی (SEM-PLS) استفاده شده است. روش حداقل مربعات جزئی با توجه به اینکه می‌تواند روابط نهان ما بین چند متغیر را به کمک برازش نشان دهد، یک ابزار مفید در پژوهش‌های توسعه‌ای مدیریت و بازاریابی تبدیل شده است. با توجه به اینکه روش مدل‌سازی معادلات ساختاری روابط مابین چند متغیر در یک ساختار را مورد مطالعه قرار می‌دهد، از آن می‌توان برای بررسی سازه‌های نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده در کنار سازه‌های آموزش آکادمیک و غیرآکادمیک استفاده کرد.

۴. تحلیل‌های آماری

تحلیل‌های آماری این پژوهش به کمک دو نرم‌افزار SPSS در بخش آمار توصیفی و SmartPLS3 در بخش آمار استنباطی انجام شده است. در جدول شماره ۲ توزیع دموگرافی آمده است.

جدول ۲. توزیع دموگرافی پاسخ‌دهندگان

درصد فراوانی تجمیعی	درصد فراوانی	تعداد		
۵۱/۳	۵۱/۳	۲۰۵	مرد	جنسیت
۱۰۰	۴۸/۸	۱۹۵	زن	
۷۶/۵	۷۶/۵	۳۰۶	کم‌تر از ۲۵ سال	سن (بر حسب سال)
۹۲/۳	۱۵/۸	۶۳	۲۵-۳۰	
۹۶/۸	۴/۵	۱۸	۳۱-۳۵	
۹۹	۲/۳	۹	۳۶-۴۰	
۱۰۰	۱	۴	بالاتر از ۴۰	
۴۵/۵	۴۵/۵	۱۸۲	کارشناسی	مقطع تحصیلی
۹۶/۲	۵۰/۷	۲۰۳	کارشناسی ارشد	

^۱ Google form

۱۰۰	۳/۸	۱۵	دکتری	
۸۹/۵	۸۹/۵	۳۵۸	مجرد	وضعیت تاهل
۱۰۰	۱/۵	۴۲	متاهل	
۷۳/۳	۲۶/۷	۱۰۷	بله	تجربه کارآفرینی
۱۰۰	۷۳/۳	۲۹۳	خیر	
-	۱۰۰	۴۰۰	مجموع	

در جدول شماره ۳، راهنمای مدل و متغیرهای توصیفی شامل میانگین و انحراف معیار آمده است. داده‌های جدول شماره ۳ نشان می‌دهد همه متغیرهای مدل (به جز متغیر آموزش‌های آکادمیک) دارای میانگین بالاتر از ۳ هستند. متغیر هنجارهای ذهنی دارای کم‌ترین مقدار انحراف معیار و به معنای پراکندگی بسیار پایین و متغیر آموزش‌های مهارت محور دارای بیشترین مقدار انحراف معیار و بیشترین پراکندگی داده‌ها می‌باشد.

جدول ۳. شاخص مرکزی و پراکندگی

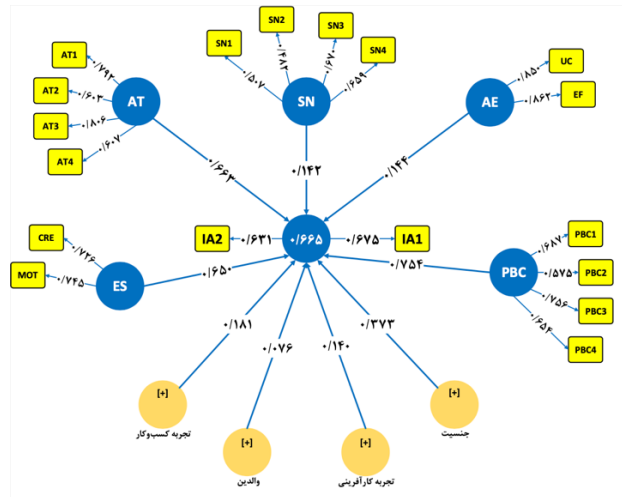
انحراف معیار	میانگین	حجم نمونه	علامت	سازه	
۰/۸۰	۲/۹۸	۴۰۰	UC	محیط دانشگاه	آموزش‌های آکادمیک (AE)
			EF	زمینه آموزشی	
۰/۸۲	۴/۲۷	۴۰۰	PT	نگرش‌های شخصی	
۰/۶۰	۳/۰۸	۴۰۰	SN	هنجارهای ذهنی	
۰/۹۳	۴/۰۲	۴۰۰	PBC	کنترل رفتار درک شده	
۰/۸۵	۳/۴۹	۴۰۰	CRE	خلاقیات	آموزش‌های مهارت محور (ES)
			MOT	انگیزه	
۰/۷۲	۳/۳۲	۴۰۰	IA	قصد کارآفرینی و فعالیت‌های نوآورانه	

برای اطمینان از صحت پژوهش، سوگیری‌های داده‌ها، روایی و پایایی پرسش‌نامه و مدل بررسی شد. با توجه به اینکه پرسش‌نامه این پژوهش بر مبنای خوداظهاری می‌باشد، برای بررسی آن نتیجه با متد سوگیری‌های مشترک (CMB) مقایسه شد. تکنیکی که در بررسی این متد استفاده می‌شود آزمون یکتای فاکتور هارمن^۱ می‌باشد، که مقدار استاندارد آن باید کم‌تر از ۵۰ درصد باشد. این مقدار برای پرسش‌نامه قصد فعالیت‌های نوآورانه ۱۹,۴۹۰ درصد می‌باشد که نشان از عدم سوگیری‌های مشترک داده‌ها می‌باشد. پایایی و روایی مدل از دو لحاظ مدل اندازه‌گیری (آلفای کرونباخ، ضرایب بارهای عاملی، پایایی ترکیبی، روایی همگرا، روایی واگرا و شاخص کیفیت) و مدل ساختاری (ضریب تعیین و معناداری مسیر) بررسی شد. در بررسی ارزیابی تک‌بعدی، سوالات با مقدار کم‌تر از ۰,۴ ضعیف محسوب شده و از پرسش‌نامه حذف می‌گردد. در نتیجه با توجه به جدول پیوست شماره ۱ سوالات IA3، PBC5 و AE6 از پرسش‌نامه حذف می‌گردد. همچنین با توجه به اینکه حاصل برای اکثر سوالات بیشتر از ۰,۶ می‌باشد، نشان از مطلوبیت بسیار بالای مدل می‌باشد.

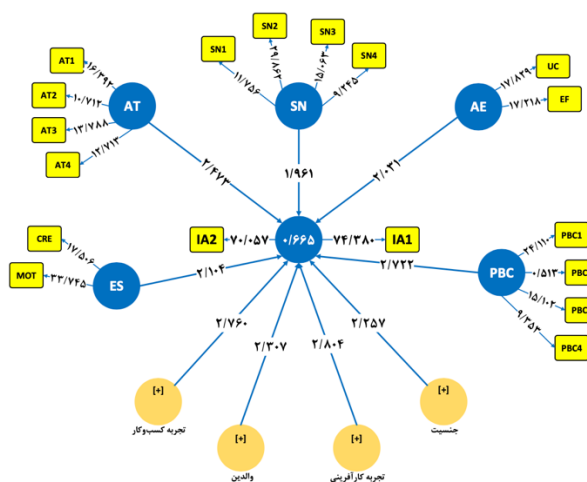
در جدول پیوست شماره ۲ نتایج ارزیابی‌های مدل آمده است. حد پذیرش ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی ۰,۷، حد پذیرش آزمون همگرا ۰,۵ و حد پذیرش آزمون کیفیت ۰,۲ می‌باشد، که نشان دهنده کیفیت پرسش‌نامه انعکاسی می‌باشد. بر اساس نتایج جدول پیوست شماره ۲ می‌توان نتیجه گرفت که پایایی و روایی مدل در سطح مطلوبی قرار دارد. در تکمیل ارزیابی روایی واگرا مدل اندازه‌گیری از روش Fornell-Larker استفاده شد. این آزمون نشان دهنده هم‌بستگی یک سازه و سوالات متناظر آن در مقایسه با سازه‌های دیگر می‌باشد. بر اساس نتایج بررسی روایی واگرا که در جدول پیوست شماره ۳ آمده است، مقدار روی قطر اصلی، بیشتر از مقادیر زیرین خود که معادل هم‌بستگی آن با سازه‌های دیگر است، می‌باشد و در نتیجه روایی واگرا نیز تایید می‌شود.

¹ Harman singles factor test

در نهایت برای بررسی صحت و سقم فرضیات پژوهش روابط میان متغیرهای مدل ساختاری بررسی شد. در مدل درونی ضریبی که مابین سوالات و متغیر به دست می‌آید، برابر است با رگرسیون کم‌ترین مربعات معمولی که ضریب بتای استاندارد شده نام دارد. این ضرایب اثر یک سازه بر دیگری را نشان می‌دهند. علامت مثبت نشان از اثر مستقیم و علامت منفی نشان از اثر معکوس یک سازه بر دیگری دارد. بزرگی به معنی مقدار تغییرات حاصل از یک واحد تغییر در سازه اول بر سازه دوم می‌باشد و در نهایت معناداری به معنی مورد تایید بودن این هم‌بستگی می‌باشد. در شکل شماره ۲ ضریب بتای مدل ساختاری قصد کارآفرینی این پژوهش آمده است، که تمام مقادیر آن مثبت است و نشان از اثر مستقیم سازه‌ها بر یکدیگر دارد. یکی از تکنیک‌های بررسی معناداری مسیر در مدل‌های ساختاری استفاده از آماره مقدار t می‌باشد. اگر مقدار این آماره بزرگ‌تر از ۱,۹۶ و یا کم‌تر از ۱,۹۶ باشد، معنی‌داری آن در سطح حداقل ۹۵ درصد می‌باشد. در صورتی که این آماره بزرگ‌تر از ۲,۵۷۶ و یا کم‌تر از ۲,۵۷۶ باشد معنی‌داری آن در سطح ۹۹ درصد تایید می‌شود. در شکل شماره ۳ ضریب معناداری مدل آمده است.



شکل ۲. مقدار ضریب بتا مدل



شکل ۳. مقدار معناداری مسیر مدل

در جدول شماره ۴، ضریب مسیر و مقدار معناداری روابط آمده است. با توجه به اینکه تمام مقادیر t بالاتر از ۱,۹۶ می‌باشند، معناداری روابط با ضریب اطمینان ۹۵ درصد تایید می‌شود.

جدول ۴. نتایج آزمون فرضیات

فرضیه ۱: ساختارهای (TBP) بر فعالیتهای نوآورانه (IA) تاثیر مثبت و معناداری دارد.			
نتیجه آزمون فرضیه	مقدار t	ضریب مسیر (بتا)	رابطه
تائید فرضیه	۱,۹۶۱	۰,۶۶۳*	نگرش‌های شخصی ← فعالیتهای نوآورانه
تائید فرضیه	۲,۴۷۳	۰,۱۴۲*	هنجارهای ذهنی ← فعالیتهای نوآورانه
تائید فرضیه	۲,۷۲۲	۰,۷۵۴**	کنترل رفتار درک شده ← فعالیتهای نوآورانه
فرضیه ۲: آموزش‌های آکادمیک (AE) بر فعالیتهای نوآورانه (IA) تاثیر مثبت و معناداری دارد.			
تائید فرضیه	۲,۰۳۱	۰,۱۴۴*	محیط آموزشی + دانشگاه ← فعالیتهای نوآورانه
فرضیه ۳: مهارت‌های کارآفرینی (ES) بر فعالیتهای نوآورانه (IA) تاثیر مثبت و معناداری دارد.			
تائید فرضیه	۲,۱۰۴	۰,۶۵۰*	خلاقیت + انگیزه ← فعالیتهای نوآورانه
فرضیه ۴: ویژگی‌های جمعیت شناختی (D.CH) بر فعالیتهای نوآورانه (IA) تاثیر مثبت و معناداری دارد.			
تائید فرضیه	۲,۲۵۷	۰,۳۷۳*	جنسیت ← فعالیتهای نوآورانه
تائید فرضیه	۲,۸۰۴	۰,۱۴۰*	تجربه کارآفرینی ← فعالیتهای نوآورانه
تائید فرضیه	۲,۷۶۰	۰,۱۸۱**	تجربه بیزنس (کسب و کار) ← فعالیتهای نوآورانه
تائید فرضیه	۲,۳۰۷	۰,۰۷۶*	حمایت والدین ← فعالیتهای نوآورانه

با توجه به ضرایب مسیر جدول شماره ۴، هر یک واحد تغییر معادل بتا بر قصد فعالیتهای نوآورانه اثرگذار است. از جدول فوق در میابیم که فرضیه اول مبنی بر تاثیر ساختارهای نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده بر قصد کارآفرینی افراد تایید می‌شود. متغیرهای نگرش‌های شخصی و کنترل رفتار درک شده تاثیر بسیار بیشتری بر قصد کارآفرینی افراد دارند. این نتیجه همسو با پژوهش‌های قبلی کروگر و همکاران در سال ۲۰۰۰، واسیم جی والولو در سال ۲۰۱۶، جنا در سال ۲۰۲۰ و کلارا در سال ۲۰۱۸ می‌باشد. بنابر نتایج فرضیه دوم و سوم مبنی بر اثرگذاری آموزش بر قصد کارآفرینی افراد نیز تایید می‌شود. این نتیجه با پژوهش ابراهیم الجباری و نوریس کراگر در سال ۲۰۱۸ همخوانی دارد. با مقایسه تاثیر آموزش‌های آکادمیک و غیر آکادمیک مشخص می‌شود که آموزش‌های غیر آکادمیک و مهارت محور حدود ۴,۵ برابر موثرتر واقع می‌شوند. در نهایت فرضیه چهارم مبنی بر اثرگذاری ویژگی‌های جمعیت شناختی بر قصد فعالیتهای نوآورانه نیز تایید شد. این نتایج با پژوهش جنا در سال ۲۰۲۰ همخوانی دارد.

۶. بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف کلی بررسی تاثیر نقش آموزش‌های آکادمیک بر قصد کارآفرینی و فعالیتهای نوآورانه و کارآفرینانه دانشجویان ایرانی به کمک توسعه نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده انجام پذیرفت. به منظور آزمون چهار فرضیه اصلی پژوهش و فرضیه‌های وابسته‌های آن به روش مدل سازی معادلات ساختاری از پرسش‌نامه‌های تکمیلی توسط دانشجویان بهره گرفته شد. براساس یافته‌ها و نتایج فرضیه‌های پژوهش، می‌توان دریافت اشخاصی که نگرش مثبتی به انجام فعالیتهای نوآورانه و کارآفرینی دارند و آن را مطلوب دریافت می‌کنند، توانایی درک فرصت‌ها را در جایی که دیگران قادر به آن نیستند، خواهند داشت. در ادامه آن‌ها انجام فعالیت نوآورانه و کارآفرینی را امکان پذیر و در دسترس درک می‌کنند و در نتیجه قصد کارآفرینی درون آن‌ها شکل می‌گیرد. در تایید تاثیر مثبت نگرش‌های شخصی بر قصد انجام فعالیتهای نوآورانه نظریه‌های شناختی و روان‌شناسی اجتماعی نیز هم‌نظر هستند، که موید تاثیر مثبت نگرش‌های شخصی بر قصد فعالیتهای نوآورانه و شروع یک کسب و کار کارآفرینانه می‌باشد. از سوی دیگر یافته‌ها نشان می‌دهند، که تاثیر مثبت هنجارهای ذهنی بر قصد فعالیتهای نوآورانه وجود دارد. هنجارهای

ذهنی از مجموعه ارزش‌های شخصی افراد و باورها شکل می‌گیرد، که آن‌ها نیز از جامعه تاثیر می‌پذیرند. هنگامی که جامعه متشکل از فرهنگ هم‌سو و حمایت‌گر فعالیت‌های نوآورانه و کارآفرینی باشد، و عواملی همچون فردگرایی در سطح بالایی قرار داشته باشد، قصد فرد برای ایجاد یک کسب و کار و نوآوری تقویت خواهد شد. در نتیجه هنجارهای اجتماعی بر قصد افراد تاثیر چشم‌گیری خواهد داشت. هنجارهای جامعه در قالب فرهنگ جامعه تعریف می‌شوند. به عبارتی فرهنگ جامعه نیز بر قصد فعالیت‌های نوآورانه و کارآفرینی اثر می‌گذارد. همچنین نتایج به دست آمده اعتبار نظریه پایه آجزن در گروه مورد مطالعه را تایید کرد.

نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده در گذشته برای تعیین عوامل مرتبط با قصد کارآفرینی در بین دانشجویان مورد استفاده قرار گرفته بود. فرضیه اول بیان کرد که نگرش‌های شخصی، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتاری درک شده نسبت به رفتار کارآفرینانه با قصد کارآفرینی رابطه مثبت دارد. این فرضیه با پژوهش‌های قبلی (کروگر و همکاران، ۲۰۰۰؛ اتویو و همکاران، ۲۰۰۱؛ لینان و چن، ۲۰۰۹؛ آریف و همکاران، ۲۰۱۰؛ فریرا و همکاران، ۲۰۱۲؛ چای، ۲۰۱۴). همچنین نتیجه به دست آمده از این فرضیه با تحقیق‌های واسیم جی و الیولی (۲۰۱۶)، جنا (۲۰۲۰) و کلارا (۲۰۱۸) و در داخل با پژوهش‌های رضایی و رحمانی (۱۳۹۴)، جبعلی (۱۳۹۱) سازگاری دارد.

بر اساس نتایج این تحلیل، متغیر نگرش و کنترل رفتار درک شده بیشترین اثر مستقیم را بر قصد فعالیت‌های نوآورانه و کارآفرینی دانشجویان ایرانی برخوردار از دوره‌های آموزش مرتبط با کارآفرینی به خود اختصاص داده است. با توجه به رابطه قصد فعالیت‌های نوآورانه و رفتار کارآفرینی و از طریق نیت کارآفرینانه نتیجه می‌شود که بالاترین اثر غیرمستقیم را بر رفتار کارآفرینانه این دانشجویان داشته است. به نظر می‌آید تاکید بیشتری در برنامه‌های آموزش کارآفرینی بر بعد نگرش شخصی دانشجویان نسبت به فعالیت‌های نوآورانه وجود داشته باشد، زیرا که آموزش‌ها می‌تواند نگرش شخصی دانشجویان در خصوص فعالیت‌های نوآورانه را مثبت‌تر کند و در نتیجه به قصد فعالیت‌های نوآورانه آن‌ها و ایجاد یک کسب‌وکار جدید منجر شود. در بعضی از پژوهش‌های اخیر تاثیر مثبت برنامه‌های آموزشی بر نگرش شخصی دانشجویان در خصوص ایجاد یک کسب و کار نشان داده شده است (باربوسا و همکاران، ۲۰۰۶؛ استرایتر، ۲۰۰۶). در بعضی پژوهش‌های دیگر نیز اعتقاد عدم تاثیر آموزش بر قصد فعالیت‌های نوآورانه وجود دارد. در هر دو صورت نقش پر رنگ دانشگاه‌ها در تامین زیرساخت لازم بر کسی پوشیده نیست. نتایج پژوهش نشان می‌دهد آموزش‌های آکادمیک تاثیر مستقیم مثبتی بر قصد فعالیت‌های نوآورانه دانشجویان ایرانی دارند. آموزش آکادمیک تاثیر غیر مستقیم زیادی نیز نشان داده است. باور به خودکارآمدی و کنترل رفتاری درک شده از نتایج تحصیلات آکادمیک می‌باشد که به طور غیر مستقیم بر قصد دانشجویان نیز اثر می‌گذارد. بخشی از هنجارهای ذهنی از محیط دانشگاه و آموزش‌های درس‌های جانبی حاصل می‌شود. همچنین فعالیت‌های گروهی دانشگاه جمع‌گرایی را تقویت می‌کند و فرهنگ متفاوتی را در دانشجو نهادینه می‌کند و در نتیجه اثر غیر مستقیم دیگری بر قصد دانشجویان می‌گذارد.

مطالب ذکر شده نشان می‌دهد، که نقش غیر مستقیم آموزش‌های آکادمیک در دانشگاه‌ها همان اندازه اهمیت دارد که نقش مستقیم آن‌ها بر قصد فعالیت‌های نوآورانه اثر می‌گذارد. در نتیجه دانشگاه‌ها باید علاوه بر تدوین برنامه‌های آموزشی مرتبط با رشته‌ها که اصول نوآوری و ایجاد یک کسب‌وکار جدید همانند مباحث حسابداری، بوم مدل کسب و کار را آموزش می‌دهد، با معرفی آینده‌ای روشن در این مسیر نگرش شخصی دانشجویان را مطلوب کند، در کنار آن با آموزش ملزومات نوآوری کنترل رفتار درک شده را بهبود بخشد و در نهایت با ایجاد یک محیط نوآور فرهنگ نوآوری را در دانشجو نهادینه کند. از آنجایی که باور به توانایی‌های فردی و مهارت‌های کارآفرینی مهم‌ترین عامل هدایت قصد کارآفرینی و فعالیت‌های نوآورانه دانشجویانی که آموزش کارآفرینی ندیده‌اند را تشکیل می‌دهد، تا زمانی که شخص به توانایی‌های خود برای نوآوری و تبدیل ایده‌ها به عمل تصور ذهنی مثبت نداشته باشد، تصمیم درستی برای انجام آن فعالیت نوآورانه نخواهد گرفت. در نتیجه باید در آموزش‌های کارآفرینی به این بعد توجه ویژه وجود داشته باشد و صرفاً به بعد نگرش شخصی اکتفا نشود. علت این موضوع آن است که ذهنیت‌های درونی مثبت یا منفی شامل باور به توانایی‌های کارآفرینی و کنترل رفتار درک شده همانند بسیاری از ویژگی‌های شخصی دیگر ثابت نیستند و امکان تغییر آن‌ها از طریق آموزش و انتقال تجربه وجود دارد (لوتانوس و یوسف، ۲۰۰۷). نتایج پژوهش حاضر با نتایج پژوهش استریتر و

همکاران در سال ۲۰۰۶ و همچنین با نتایج پژوهش نوئل در سال ۲۰۰۱ که همگی معتقد به تاثیر مثبت آموزش بر قصد فعالیت‌های نوآورانه دانشجویان بودند، همسو می‌باشد به همین جهت در پژوهش حاضر به بررسی نقش انواع آموزش‌ها پرداختیم که در نتیجه در کنار نظریه آجنز اثر مستقیم آموزش‌های آکادمیک و غیر آکادمیک بر قصد کارآفرینی و فعالیت‌های نوآورانه تایید شد. علی‌رغم تاثیر بیشتر آموزش‌های غیر آکادمیک در مقابل آموزش‌های آکادمیک بر قصد فعالیت‌های نوآورانه دانشجویان ایرانی نباید از اهمیت آموزش‌های آکادمیک و اثرگذاری غیر مستقیم آموزش‌های آکادمیک و دانشگاه‌ها به عنوان یک نهاد اجتماعی غافل شد. زیرا به طور کلی دانشجویان شرکت کننده در دوره‌های آموزشی، نگرش مطلوب‌تری نسبت به کارآفرینی داشته و با توجه به حضور در محیط آموزشی، هنجارهای ذهنی پذیرفته از اجتماع هم‌سو تری با فعالیت‌های نوآورانه و درک بهتر از توانایی فرد خود مبنی بر موفقیت داشتند که خود منجر به قصد انجام فعالیت‌های نوآورانه و به دنبال آن رفتار نوآورانه می‌شد. با توجه به آنکه یک دوره آموزشی مناسب و مطلوب تمام ابعاد نگرش، بینش، مهارت و دانش دانشجو را تحت تاثیر خود قرار می‌دهد، لذا یافته اخیر صحیح به نظر می‌رسد. در نهایت باید گفت نتایج حاصله از این پژوهش کاملاً هم‌سو با نتایج پژوهش‌های لی‌راس ۲۰۱۷، اگلسیاس سانچز ۲۰۱۶، لینان ۲۰۱۵، روی فراگوسو ۲۰۲۰ و ابراهیم‌الجباری ۲۰۱۸ می‌باشد، که نقش پر رنگ آموزش و عوامل شخصیتی بر قصد فعالیت‌های نوآورانه منجر به کارآفرینی را تایید کرده‌اند. از آنجایی که مطالعه در مورد رفتار و قصد فعالیت‌های نوآورانه مابین دانشجویان ایرانی هنوز جدید است، نیاز به پژوهش‌های جدی در این باره می‌باشد، تایید کاربرد نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده در ایران می‌تواند باعث استفاده از مدل قصد کارآفرینی پایه و توسعه یافته پژوهش شده و علاوه بر بررسی جزئی‌تر نقش آموزش به عنوان مثال نقش مقطع تحصیلی، مسیر بررسی دیگر عوامل را نیز هموار کند.

۷. پیشنهادات کاربردی

نتایج این پژوهش برای دانشگاه‌ها، مدیران، سیاست‌گذاران و سرمایه‌گذاران بخش آموزش و کارآفرینی چند پیشنهاد کاربردی دارد. اول اینکه با توجه تایید تاثیر مثبت برنامه‌های آموزش کارآفرینی بر نگرش‌های شخصی، کنترل رفتار درک شده و هنجارهای ذهنی، به مدیران دانشگاه‌ها توصیه می‌شود برنامه‌ریزی‌های دقیق و منظم به جهت تقویت دوره‌های رسمی و غیر رسمی آموزش کارآفرینی در سطح دانشگاه‌ها را در دستور کار خود قرار دهند. این آموزش‌ها باید هم‌سو با رشته‌های دانشجویان بوده و ملزومات اولیه نوآوری را در اختیار آن‌ها قرار دهد. محیط دانشگاه‌ها را هم‌سو با نوآوری کنند و تمام توجه دانشگاه معطوف به پژوهش‌های بدون ارتباط با صنعت نباشد. دپارتمان‌های مستقل مدیریت، نوآوری و کسب‌وکار تشکیل شود. به سیاست‌گذاران توصیه می‌گردد، معیارهای آموزش کارآفرینی را در ارزیابی‌های رتبه‌بندی دانشگاه‌ها به عنوان ملاک قرار دهند. در کنار آموزش‌ها، برگزاری کارگاه‌های آموزشی یک روزه، کارگاه‌های تولید ایده‌های جدید، کارگاه‌های تیم‌سازی و کارگاه تدوین طرح تجاری نیز می‌تواند اثر بخش باشد. دوم پیشنهاد می‌گردد ارتباط صنعت، سرمایه‌گذاران و فعالان اکوسیستم کارآفرینی در آموزش‌ها حفظ شود. بر اساس اعلام جامعه نمونه سخنرانی‌ها و انتقال تجربه‌های کارآفرینان برتر در دانشگاه‌ها از دلایل قصد کارآفرینی و فعالیت‌های نوآورانه دانشجویان در دانشگاه‌ها می‌باشد. این ارتباط در آموزش، همکاری و انجام فعالیت‌های مشترک می‌تواند منجر به افزایش قصد کارآفرینی دانشجویان شود. در دانشگاه‌ها می‌توان به کمک ایجاد نمایشگاه‌هایی از کسب و کارهای نوپا و تجربیات دانش‌آموختگان دانشگاه را به دانشجویان جدید انتقال داده و موجب بروز انگیزه در آن‌ها گردد. بخشی از دوره‌های آموزشی می‌تواند توسط فعالان صنعت تدوین شده و دانشجویان در مفاهیمی تحت عنوان کارآموزی، پروژه و مدرسه تابستانه در سازمان‌های نوآور بزرگ انجام شود. پیشنهاد سوم استفاده از سیستم‌های تشویقی دانشگاه‌ها به صورتی می‌باشد که دانشجویان را به سمت یادگیری و انجام کارآفرینی حمایت کند. ایجاد مسابقه‌های بین دانشگاهی، حمایت‌های مالی و مجوزهای اختصاصی از دیگر عوامل انگیزه بخش می‌باشد، که در کنار آموزش‌ها باید مورد توجه سیاست‌گذاران و سرمایه‌گذاران قرار گیرد. در نهایت دانشگاه‌ها علاوه بر آموزش‌های مستقیم، با توجه به اثرگذاری بر هنجارهای ذهنی و فرهنگ باید فرهنگ نوآوری را در دانشگاه شکل داده و نگرش به کارآفرینی را برای دانشجویان مطلوب و دست‌یافتنی کنند. همچنین باتوجه به نقش تجربه در کارآفرینی می‌توان از کارآفرینان موفق به

دانشگاهها دعوت نمود تا به بیان تجارب خویش و تحلیل مشکلات و راه‌حل‌هایی که اتخاذ کرده‌اند، بپردازند و به این صورت آموزش نوآوری در دانشگاه‌ها تقویت گردد.

۸. محدودیت‌های پژوهش

در انتها محدودیت‌هایی که در این پژوهش وجود داشت را معرفی می‌کنیم، تا مورد استفاده پژوهش‌گران دیگر قرار گیرد. اولین محدودیت استفاده از یک پرسش‌نامه ساختار یافته و ثابت بود، که ماهیت آن در درک عمیق‌تر روابط علی بین متغیرها محدودیت‌هایی ایجاد می‌کند. علت انتخاب این مدل پرسش‌نامه شرایط پاندمی کرونا و عدم امکان دسترسی به دانشجویان مختلف کشور بود. دومین محدودیت اتکا بر خودگزارشی و خوداظهاری پرسش‌نامه شوندگان است و سومین موضوع بررسی مقطعی این گزارش‌ها می‌باشد که اجازه جمع‌بندی قطعی در مورد آن را نمی‌دهد. این پژوهش بایستی در طول زمان انجام شود تا درک بهتری از عوامل را ایجاد کند. محدودیت دیگر بحران‌های بهداشتی، اجتماعی و اقتصادی هم‌زمان با این پژوهش می‌باشد که ممکن است موجب سوگیری در بعضی از پرسش‌شوندگان شده باشد. بحران‌هایی از قبیل شیوع پاندمی کرونا و عدم امکان واکسیناسیون صحیح، تحریم‌های ظالمانه آمریکا که موجب محدودیت‌هایی در توسعه فناوری شده است، افزایش قیمت‌ها و جهش یک باره قیمت دلار که باعث عدم جذابیت و کفایت حقوق کارمندی می‌باشد و کاهش سرمایه اجتماعی و اعتماد در جامعه که موجب فردگرایی می‌شود. پژوهش‌های آینده می‌تواند اثر این موارد را به طور جداگانه در نتیجه بررسی کند. داده‌های این پژوهش عموماً از دانشجویان دانشگاه‌های مستقر در شهر تهران جمع‌آوری شد، در نتیجه نتایج آن به طور دقیق نمی‌تواند در تمام کشور تعمیم داده شود. پژوهش‌های آتی می‌تواند دامنه را گسترش داده و در سطح مناطق مختلف کشور با شرایط مختلف بررسی شود. همچنین اختلاف کیفیت و نوع آموزش در دانشگاه‌های مختلف نیز می‌تواند به طور جداگانه بررسی شود. در پژوهش‌های آینده به جهت جلوگیری از سوگیری و جانبداری می‌توان داده‌های عینی را در تحلیل‌ها اضافه کرد و در نهایت پیشنهاد می‌شود جهت بررسی طولی نقش آموزش در کارآفرینی، با استفاده از نمونه‌های جدید، بزرگ‌تر و متنوع‌تر پژوهش‌های مداومی انجام شود.

منابع

- آراستی، زهرا؛ سعیدبنادکی، سعیده و ایمانی پور، 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
- آیینی، زینب (۱۳۹۰). شناسایی عوامل تعیین‌کننده قصد کارآفرینی دانشجویان دختر رشته مدیریت دولتی، صنعتی و بازرگانی دانشگاه علامه طباطبایی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی
- طالبی، کامبیز؛ زارع یکتا، محمدرضا (۱۳۸۷). آموزش کارآفرینی دانشگاهی و نقش آن در ایجاد و توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط دانش‌بنیان، *توسعه کارآفرینی*، ۱۱(۱)، ۱۳۱-۱۱۱
- Ajzen, I. (2011). The theory of planned behaviour: Reactions and reflections. *Psychology & Health*, 26, 1113-1127. <https://doi.org/10.1080/08870446.2011.613995>
- Al-Jubari, I., Hassan, A., & Liñán, F. (2019). Entrepreneurial intention among University students in Malaysia: integrating self-determination theory and the theory of planned behavior. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15(4), 1323-1342.
- Aloulou, W. J. (2016). Predicting entrepreneurial intentions of final year Saudi university business students by applying the theory of planned behavior. *Journal of Small Business and Enterprise Development*.

- Barba-Sánchez, V., & Atienza-Sahuquillo, C. (2018). Entrepreneurial intention among engineering students: The role of entrepreneurship education. *European research on ethnic minorities in France. European Research on Management and Business Economics* 24 (1), 53-61. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2017.04.001>
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2015). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: Hysteresis and persistence. *Journal of small business management*, 53(1), 75-93.
- Fragoso, R., Rocha-Junior, W., & Xavier, A. (2020). Determinant factors of entrepreneurial intention among university students in Brazil and Portugal. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 32(1), 33-57.
- Iglesias-Sánchez, P. P., Jambrino-Maldonado, C., Velasco, A. P., & Kokash, H. (2016). Impact of entrepreneurship programmes on university students. *Education+ Training*, 58(2), 209-228. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12, 87-114.
- Krueger, N. F., & Carsrud, A. L. (1993). Entrepreneurial intentions: applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship & Regional Development*, 5(4), 315-330.
- Lee-Ross, D. (2017). An examination of the entrepreneurial intent of MBA students in Australia using the entrepreneurial intention questionnaire. *Journal of Management Development*, 36(9), 1180-1190.
- Linan, F. Chen, Yi-W. (2015). Development and Cross-cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions, *Entrepreneurship Theory and Practice*, <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318>.
- Liñán, F., & 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.
- Makizadeh, Vahid. Khorram, Reza Bahri, (2020). The role of entrepreneurship education and teacher creativity on the entrepreneurial intention of students of Hormozgan Higher Education Centers, *Marine Science Education Quarterly*, 7 (4), 1-1-15.
- Schumpeter, J. A. (2000). Entrepreneurship as innovation. University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship.
- Yang, J. (2013). The theory of planned behavior and prediction of entrepreneurial intention among Chinese undergraduates. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 41(3), 367-376.
- Liñán, F., & 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.
- Bird, B. (1988). Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention. *Academy of Management Review*, 13(3): 442-453.
- Sitaridis, I., & Kitsios, F. (2017). Entrepreneurial intentions of information technology students: the theory of planned behaviour, the role of gender and education. *Journal for International Business and Entrepreneurship Development*, 10(3), 316-335.
- Solesvik, M. Z., Westhead, P., Kolvereid, L., & Matlay, H. (2012). Student intentions to become self-employed: the Ukrainian context. *Journal of small business and enterprise development*, 19(3), 441-460.
- Makizadeh, Vahid. Khorram, Reza Bahri, (2020). The role of entrepreneurship education and teacher creativity on the entrepreneurial intention of students of Hormozgan Higher Education Centers, *Marine Science Education Quarterly*, 7 (4), 1-1-15.
- Ahmed, T., Chandran, V. G. R., & Klobas, J. (2017) specialized entrepreneurship education: Does it really matter? Fresh evidence from Pakistan. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 23(1) 4-19

Fietze, S. and Boyd, B. (2017), "Entrepreneurial intention of Danish students: a correspondence analysis", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 23(4), 656-672