



Volume 4, Issue 4, 2023

Comparative evaluation of perceptions, tendencies and entrepreneurial activities of students of Mazandaran University of Elmi -karbordi Mazandaran University

Neda Moammaei^{*1} Fereydoon Sadeghi² Aliasghar khosravi³

1. Range management faculty, Mazandaran university, sari, Iran. (Corresponding Author)

Email: neda1698@yahoo.com

2. Management Researcher, Tajhiz Sanat Negin Pasargad Industrial and Mining Research Center, Ahvaz, Iran.

3. Department of Management, Adib Mazandaran Institute of Higher Education, Sari, Iran.

ARTICLE INFORMATION

Type of Article:

Original Research

Pages: 25-44

Corresponding Author's Info

Email:

neda1698@yahoo.com

Keywords:

Entrepreneurial Perceptions,
Entrepreneurial Orientation,
Entrepreneurial Activity,
Global Entrepreneurship
Monitor, Social Network.

ABSTRACT

The purpose of this study is to comparatively evaluate the entrepreneurial perceptions, orientations, and activities of students at the University of Applied Science and Technology (Mazandaran branch) and the University of Mazandaran. The conceptual framework is derived from the Global Entrepreneurship Monitor (GEM) model. The research employs a mixed-methods design (qualitative and quantitative). The qualitative part utilizes a coding method, while the quantitative part is descriptive-survey. The statistical population comprises 1,000 senior undergraduate students from both universities. Using the Krejcie and Morgan formula and stratified random sampling, 211 students were selected. The main data collection tool is the standard APS questionnaire based on the GEM protocol. Data were analyzed using binomial tests, Chi-square, logistic regression, and Social Network Analysis (SPLS). Findings indicate that opportunity perception and necessity-driven entrepreneurial activity are significantly higher among students at the University of Mazandaran. Conversely, perceived capabilities, entrepreneurial intention, fear of failure, opportunity-driven entrepreneurial activity, and the impact of perceptions and orientations on entrepreneurial activities are significantly higher in students at the University of Applied Science and Technology. In the social network analysis, the entrepreneurial and market domains had the greatest impact on the students' entrepreneurial networks. The results suggest that the applied nature of education and lived experiences play a decisive role in shaping students' entrepreneurial behavior.



This is an open access article under the CC BY license. © 2023 The Authors.

How to Cite This Article: Moammaei, N.; Sadeghi, F. and khosravi, A. (2023). Comparative evaluation of perceptions, tendencies and entrepreneurial activities of students of Mazandaran University of Elmi -karbordi Mazandaran University. Management, Economics and Entrepreneurship Studies, 4(4): 25-44. doi: 10.22034/jmek.2024.150136

فصلنامه مطالعات مدیریت، اقتصاد و کارآفرینی

www.JMEK.ir



فصلنامه مطالعات مدیریت، اقتصاد و کارآفرینی

دوره ۴، شماره ۴، زمستان ۱۴۰۲

ارزیابی مقایسه‌ای ادراکات، گرایش‌ها و فعالیت‌های کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه علمی کاربردی واحد مازندران و دانشگاه مازندران

ندا معمائی^{۱*} فریدون صادقی^۲ علی اصغر خسروی^۳

۱. گروه آموزشی مرتجع‌داری، دانشگاه مازندران، ساری، ایران

۲. پژوهشگر حوزه مدیریت، مرکز تحقیقات صنعتی و معدنی تجهیز صنعت نگین پاسارگاد، اهواز، ایران.

۳. گروه مدیریت، مؤسسه آموزش عالی ادیب مازندران، ساری، ایران.

چکیده

هدف از پژوهش حاضر، ارزیابی مقایسه‌ای ادراکات، گرایش‌ها و فعالیت‌های کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه علمی کاربردی واحد مازندران و دانشگاه مازندران است. چارچوب مفهومی پژوهش بر اساس مدل دیدبان جهانی کارآفرینی (GEM) تدوین شده است. روش تحقیق از نوع طرح آمیخته (کیفی و کمی) است. در بخش کیفی از روش کدگذاری و در بخش کمی از روش توصیفی-پیمایشی استفاده شده است. جامعه آماری شامل ۱۰۰۰ نفر از دانشجویان سال چهارم مقطع کارشناسی هر دو دانشگاه است که با استفاده از فرمول کرجسی و مورگان و روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای، ۲۱۱ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار اصلی گردآوری داده‌ها، پرسشنامه استاندارد APS مبتنی بر پروتکل GEM است. برای تحلیل داده‌ها از آزمون‌های دوجمله‌ای، کای اسکوتر، رگرسیون لجستیک و تحلیل شبکه اجتماعی (SPLS) استفاده شد. یافته‌ها نشان داد که ادراک فرصت و کارآفرینی اجباری در دانشجویان دانشگاه مازندران بیشتر است؛ اما درک قابلیت، قصد کارآفرینانه، ترس از شکست، کارآفرینی فرصت‌گرا و همچنین میزان تاثیرگذاری ادراکات و گرایش‌ها بر فعالیت کارآفرینانه در دانشجویان دانشگاه علمی کاربردی به طور معناداری بالاتر ارزیابی شد. در تحلیل شبکه اجتماعی نیز حوزه‌های کارآفرینی و بازار بیشترین اثرگذاری را بر شبکه کارآفرینان داشتند. نتایج بیانگر آن است که ماهیت کاربردی آموزش‌ها و تجربیات زیسته در شکل‌گیری رفتار کارآفرینانه دانشجویان نقش تعیین‌کننده‌ای دارد.

اطلاعات مقاله

نوع مقاله: پژوهشی

صفحات: ۴۴-۲۵

اطلاعات نویسنده مسئول

ایمیل:

neda1698@yahoo.com

سابقه مقاله:

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۶/۲۴

تاریخ ویرایش: ۱۴۰۲/۰۸/۰۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۹/۱۶

تاریخ انتشار: ۱۴۰۲/۱۰/۰۱

واژگان کلیدی:

ادراکات کارآفرینانه، گرایش کارآفرینانه، فعالیت کارآفرینانه، دیدبان جهانی کارآفرینی، شبکه اجتماعی.



۱- مقدمه

کارآفرینی به یکی از موضوعات مورد علاقه دانشگاهیان و متخصصان تبدیل شده است. بسیاری از کشورها توجه جدی به کارآفرینی نشان داده اند زیرا از آن به عنوان پادزهر بسیاری از چالش های پیش روی کشورها، به ویژه کشورهای در حال توسعه یاد می شود. کارآفرینی به عنوان موتور رشد اقتصادی، اجتماعی، اشتغال و نوآوری به رسمیت شناخته شده است. این ادعاها به اهمیت کارآفرینی اشاره دارد. بسیاری از نویسندگان موافقت دارند که کارآفرینی بهترین عامل رشد اقتصادی، ایجاد مشاغل، ایده های خلاقانه و بهره وری است (ملنگا، ۲۰۱۹). موضوع اساسی کارآفرینی شناخت فرصت ها و پیگیری آنها است. محققان کارآفرینی استدلال کردند که نیاز به یافتن راه هایی برای تقویت و پرورش توسعه کارآفرینی است و حتی آن را به موسسات درجه سوم می رسانند. حیاتی بودن کارآفرینی توجه برخی از موسسات عالی را به خود جلب کرده است، که اکنون مطالعات کارآفرینی را ارائه می دهند و همچنین سیاستگذاری که قوانینی مناسب برای فعالیت کارآفرینی وضع می کنند. محققان دو نوع کارآفرینی را شناسایی کردند. کارآفرینی مبتنی بر فرصت و ضرورت. نویسندگان استدلال کردند که افراد نه تنها به دلیل فرصت ها (مبتنی بر فرصت) به سمت کارآفرینی سوق پیدا می کنند بلکه می توانند با شرایط نامساعد مانند از دست دادن شغل، ناامیدی از مشاغل فعلی یا هنگامی که به نظر می رسد درآمد قادر به تأمین زندگی آنها نیست، آنها را به سمت کارآفرینی سوق دهد. داوسون و هنلی (۲۰۱۲) نیز با این ادعا موافق بودند که افراد وقتی به نظر می رسد درآمد شغلی آنها را کم است یا به ظاهر کاهش می یابد، به سمت کارآفرینی می روند (ملنگا، ۲۰۱۹).

آموزش کارآفرینی غالباً در چارچوب بنیاد یادگیری، یعنی "آموزش عالی"، آموزش مداوم، برنامه های آموزشی مدرسه یا دوره های آموزش فنی تعریف می شود. چو (۱۹۹۸) تأکید کرد که آموزش کارآفرینی از آنجا که اطلاعات و شایستگی های

مربوط به کارآفرینی انگیزه شخص را برای تأسیس یک شرکت نوآورانه تحریک می کند، اهمیت دارد. این هدف شکل گیری تجارت را تشویق می کند، زیرا دانش و مهارت های مربوط به شرکت انگیزه افراد را برای شروع فعالیت های جدید تحریک می کند. چو (۱۹۹۸) همچنین استدلال کرد که اگر استعداد کارآفرینی متولد شود و در آینده نتواند رشد کند، ارزش آموزش کارآفرینی از بین خواهد رفت. محققان تأکید کردند که آموزش کارآفرینی باید تصمیمات افراد را با درج باورهای خود تقویت کند و آنها را قادر به تشخیص اشتباهات به عنوان بخشی از فرایند یادگیری کند. دیکسون و همکاران (۲۰۰۸) استدلال کرد که یک رابطه مثبت بین دانش کارآفرینی فرد و انتخاب یک کارآفرین وجود دارد. افراد دارای آموزش کارآفرینی می توانند به طور موثری تجارت جدیدی را به نمایش بگذارند. مطالعات قبلی نشان داده است که آموزش کارآفرینی به روشی عملگرا نقشی اساسی در افزایش کیفیت و خصوصیات کارآفرینی دارد. این بدان معنی است که آموزش به دست آمده در مورد کارآفرینی می تواند باعث ایجاد خلاقیت کارآفرینی در میان افرادی شود که دانش مربوط به کارآفرینی را کسب کرده اند. با روشنگری دانش اساسی کارآفرینی، افراد می توانند ایده های خلاقانه ای را که در ذهن آنها پنهان شده است ارائه دهند و با شروع پروژه های تجاری یا سرمایه گذاری های جدید می توانند چنین ایده هایی را بفروشند (شهاب و همکاران، ۲۰۱۸). امروزه دانشگاه ها و صنعت علاوه بر آموزش و ارائه تولید و خدمات جدید، به مراکزی برای ایجاد ایده های تجربی و شکل گیری استعدادهای انسانی در فناوری های نوین تبدیل شده اند. به ویژه دانشگاه ها می توانند با ارائه برنامه های درسی مطابق با نیازهای صنعت و بازار به آموزش دانشجویان در رشته های مرتبط با کسب و کارها بپردازند. اما بررسی های موجود حاکی از این است که در ایران با توجه به تعداد دانشگاه ها و دانشجویان، ظرفیت های کارآفرینانه برای راه اندازی و توسعه کسب و کار در جهت تأمین نیاز های موجود و در حال رشد

تلاش عملی برای راه اندازی کسب و کار جدید توسط دانشجویان می باشد. سوال اصلی ما در این تحقیق این است که آیا تفاوتی بین دانشجویان دانشگاه علمی کاربردی واحد مازندران و دانشگاه مازندران از نظر میزان سطح ادراکات، گرایش ها و فعالیت های کارآفرینانه وجود دارد؟

به منظور پاسخگویی به مسئله تحقیق با دانشجویان سال چهارم مقطع کارشناسی در هر دو دانشگاه (بر اساس روش نمونه گیری تصادفی گروه بندی شده) در قالب پرسشنامه APS برنامه دیدبان جهانی کارآفرینی مصاحبه شده و پس از گردآوری داده های حاصله شاخص های مربوط به ادراکات (درک فرصت ها، درک قابلیت ها) و گرایشات (قصد و ترس از شکست) و فعالیت های کارآفرینانه (راه اندازی عملی کسب و کار نو ظهور، جدید و یا تثبیت شده) دانشجویان هر دو دانشگاه محاسبه و مقایسه می شود.

۲. چارچوب نظری و پیشینه تحقیق

ادراک کارآفرینی:

کارآفرین نماینده ای شناختی است که در یک فضای مصوب فعالیت می کند که به موجب آن نقش های اصلی شامل تفسیر، درک منطقی و کاهش عدم اطمینان تعصبات از فضای کسب و کار را شامل می شود. در محدوده ادراک کارآفرینی، فرصتهای شغلی برای تواناییهای کارآفرین در ایجاد مشاغل مهم است که به موجب آن چنین تلاشهایی توسط کارآفرینان بر استارت آپهای کسب و کار تأثیر مثبت می گذارد، طبق یافته های انجام شده توسط رنکو (۲۰۱۰) محرک اصلی ادراک کارآفرینی امکان پذیری درک شده است، در حالی که در دسترس بودن منابع درک شده به عنوان ویژگی اصلی در این زمینه دیده می شود (اسل و همکاران، ۲۰۲۰). بنابراین یک کارآفرین به مخزن هر اقدام کارآفرینی تبدیل می شود. با اشاره به این تعریف این اصطلاح به شدت تحت تأثیر تصور کارآفرینان قرار دارد و به نحوه درک کارآفرین از تجربیات،

جامعه ایجاد نشده است (یداللهی، ۱۳۸۸). برای جلوگیری یا کنترل روند بحران بیکاری هنوز ضرورت دارد که هر سال بیش از یک میلیون و دویست هزار شغل جدید ایجاد شود. از این جهت در پاسخ به این نیاز، ایجاد و توسعه کارآفرینی و فرهنگ آن بویژه میان جوانان و علی الخصوص دانشجویان کشور (به عنوان کارآفرینان بالقوه) یکی از کاربردی ترین راهبرد ملی تلقی می شود. البته یافته های GEM نشان می دهد که با افزایش تحصیلات، کارآفرینی نوپا در ایران مانند اکثر کشورهای عضو GEM افزایش یافته است. امروزه توجه به ادراکات و گرایشات کارآفرینانه دانشجویان از این جهت حائز اهمیت است که دانشگاه ها علاوه بر کارکرد آموزشی و پژوهشی، وظیفه ایجاد و توسعه روحیه کارآفرینانه نیز عهده دارند. دانشگاه ها باید با هدایت دانشجویان آن ها را برای ورود به مسیر کارآفرینی آماده سازند. بنابراین از آن جایی که تربیت دانشجویان به عنوان کارآفرینان بالقوه از وظایف دانشگاه کارآفرین به شمار می آید این تحقیق بر آن است تا دو دانشگاه مازندران و دانشگاه علمی کاربردی واحد مازندران به عنوان قطب علمی در شمال کشور را از منظر ادراکات، گرایش ها و فعالیت های کارآفرینانه دانشجویان، ارزیابی و مقایسه نماید. البته دانشگاه جامع علمی کاربردی واحد مازندران برای توسعه فرهنگ کارآفرینی، درس مبانی کارآفرینی را در قالب سه واحد برای دانشجویان ارائه می نماید. از این رو در این تحقیق تلاش می شود ادراکات، گرایش ها و فعالیت های کارآفرینانه دانشجویان این دو دانشگاه با یکدیگر مقایسه شوند تا از این طریق سهم این دو دانشگاه در ایجاد ادراکات، گرایش ها و فعالیت های کارآفرینانه دانشجویان (در قالب پروتکل و تعاریف عملیاتی GEM) روشن گردد. بر اساس برنامه پژوهشی GEM، ادراکات کارآفرینانه شامل درک فرصت ها و درک قابلیت ها کارآفرینانه (توانایی راه اندازی کسب و کار جدید) می باشد. همچنین گرایشات کارآفرینانه شامل قصد کارآفرینانه و ترس از شکست بوده و سرانجام فعالیت کارآفرینانه شامل

هویت و مجموعه ای از شبکه های اجتماعی بستگی دارد. تصورات در مورد فرصت های بازار نیز در میان کارآفرینان متفاوت است، زیرا نظرات مختلف، سطح ارزیابی و انتظارات در مورد محیط کسب و کار آنها متفاوت است. ساهای (۲۰۱۹) ادراک کارآفرینی را به عنوان کلید توسعه فرصت های کارآفرینی تبدیل می کند. مطالعات گسترده توسط رنکو (۲۰۱۰) نتیجه گرفتند که هرچه درک قوی تر باشد، مقاصد ایجاد یک فعالیت تجاری قوی تر است. ادراک کارآفرینی معمولاً منجر به آغاز و پافشاری کارآفرینان برای شروع بنگاه های اقتصادی می شود (اسل و همکاران، ۲۰۲۰).

دلیل درک قابلیت های فردی و تشخیص فرصت های کارآفرینانه موضوعی کاملاً ادراکی است. به عبارت دیگر، ادراک مردم از توانایی ها و قابلیت هایشان است نه قابلیت های واقعی شان. شاید افراد واقعاً توانایی انجام کاری را نداشته باشند ولی فکر می کنند که می توانند فرصت کارآفرینانه ای را به زعم خود شناسایی کنند نه این که واقعاً فرصتی وجود داشته باشد (اسل و همکاران، ۲۰۲۰). به هر حال، هرچقدر برداشت مردم از توانایی های خود منفی باشد میزان فعالیت های کارآفرینانه آن ها نیز پایین خواهد بود. انواع ادراکات فردی در رابطه با کارآفرینی را می توان در درک قابلیت، تشخیص (درک) فرصت ها، ترس از شکست و قصد کارآفرینانه دانست. البته طبیعی است این ادراکات فردی به شدت تحت تأثیر شرایط چارچوب (محیط) کارآفرینانه حاکم بر کسب و کارها می باشد. به عبارت روشن تر مردم در محیط مناسب کسب و کار، قابلیت های خود را بهتر درک کرده و فرصت های کارآفرینانه خوبی را تشخیص می دهند که این امر منجر به شکل گیری فعالیت های کارآفرینانه بالقوه می گردد (زالی، رضوی، ۱۳۸۷).

گرایش کارآفرینی:

وقتی ادبیات کارآفرینی بررسی می شود، ویژگی ها و گرایش های شخصیت کارآفرینانه نیز به منظور درک مفهوم کارآفرینی قابل توجه است. در این زمینه، کارآفرینان را می توان افرادی

دانست که دارای ویژگی های شخصیتی منحصر به فردی هستند که مستعد شروع کار هستند. علاوه بر این، ویژگی های فردی باید از نظر رابطه بین کارآفرینان و توانایی های آنها در نظر گرفته شود. همچنین در ادبیات یافته هایی در مورد گرایش به کارآفرینی وجود دارد که نادیده گرفته شده است. گرایش به کارآفرینی را می توان تحت پنج عامل بررسی کرد که می تواند به عنوان نیاز به موفقیت، نیاز به استقلال، گرایش به خلاقیت، ریسک پذیری و خودکنترلی بیان شود. افراد کارآفرین دارای انگیزه بالا، پرنرزی و دارای ظرفیت های کاری زیادی هستند. آنها با انگیزه بالا و نیازهای موفقیت بالا، تمایل خود به رهبر بودن را نشان می دهند. افرادی که نیاز بالایی به موفقیت دارند، آینده نگر، اعتماد به مهارت هایشان، داشتن یک دید خوش بینانه، وظیفه گرا، بسیار پرنرزی، مصمم، داشتن مسئولیت و مایل به کار طولانی و متمرکز هستند تا به اهداف خود برسند. افراد کارآفرین استقلال را ترجیح می دهند، همیشه یک قدم جلوتر باشند و بیشتر به طور مستقل کار کنند. در حالی که یک فرد کارآفرین از یک طرف راه حل های خلاقانه ای برای حل مشکلات تشکیل می دهد. از طرف دیگر، تمایل دارد جنبه های زندگی را از هر زاویه ببیند. روند نوآوری و نیاز به موفقیت در افراد کارآفرین می تواند به توسعه خدمات، محصولات جدید و حتی بهبود فرآیند کمک کند. افرادی که گرایش به خلاقیت دارند دارای مشخصات زیر هستند. قادر به تولید ایده های بدیع و خلاق، داشتن پیش بینی های قوی، تغییر جهت و تطبیق پذیری. توانایی ریسک پذیری عمدتاً با فرایندهای تصمیم گیری مرتبط است. افراد کارآفرین قبل از اینکه ریسک کنند، نتایج قابل تحمل و برخی فرصت های دیگر را ارزیابی می کنند. به نظر می رسد ریسک پذیری یک فرآیند پرماجرا باشد، اما افراد دارای ریسک دارای ویژگی های زیر هستند: تعهد شخصی، آگاهی از توانایی خود، تفکر تحلیلی، تصمیم گیری منطقی و جهت گیری هدف. ویژگی دیگر گرایش کارآفرینی خودکنترلی است. منبع کنترل به عنوان اعتقادی تعریف می

مدیریت عملیاتی این امر اثبات می شود. گرایش کارآفرینی به عنوان پیکربندی سازمانی با تصدیق اینکه شرکتهای کارآفرین دارای ویژگیهای ساختاری، فرایندی و فرهنگی هستند که در مجموع آنها را قادر به تولید بازدهی نوآورانه، از جمله خلاقیت، سازگار است. بنابراین، "کارآفرین بودن" باید به معنای وجود همه و همه این مظاهر کارآفرینی شناخته شود. (والس و همکاران، ۲۰۱۹).

فعالیت کارآفرینی:

کارآفرینی با زمینه نهادی که در آن اتفاق می افتد ارتباط تنگاتنگی دارد. موسسات شامل مفاهیمی از فرهنگ، محیط قانونی، سنت و تاریخ و انگیزه های اقتصادی هستند که با محدود کردن و امکان بخشیدن به فعالیتها و تصمیمات، تعامل اجتماعی را سازمان می دهند. برخلاف دیدگاههای فردگرایانه تر، مبتنی بر منابع و خردگرایی، پیش فرض اصلی نهادهای شدن فعالیتهای کارآفرینی این است که ارزشها، قوانین، انتظارات و زیرساختهای مادی غالب در کشورها اغلب فعالیتهای کارآفرینی را شکل می دهند. تئوری نهادی که در مورد کارآفرینی اعمال می شود، حاکی از آن است که کارآفرینان باید از موسسات موجود پیروی کنند تا مورد تأیید مخاطبان مهم و ذینفعان قرار گیرند (سو و همکاران، ۲۰۱۷). کارآفرینان با متقاعد کردن سازندگان منابع بالقوه در مورد مشروعیت، مناسب بودن و مطلوبیت فعالیتهای پیشنهادی خود نسبت به یک سیستم ارزیابی، هدفشان تأمین منابع انسانی و مالی ضروری است (ایجدنبرگ، ۲۰۱۸). به عنوان مثال، عوامل نهادی مشترکی که بر فعالیت های کارآفرینی تأثیر می گذارند عبارتند از: شرایط بازار و حقوق مالکیت، ساختار خانواده، سیاست رسمی و در دسترس بودن سرمایه. توسعه نهادی ناکافی می تواند توسعه سرمایه گذاری جدید را پیچیده کند در حالی که یک محیط نهادی پیشرفته تر با تنظیم بیش از حد محدود می تواند فعالیت ها را با مشکل روبرو کند. علاوه بر این، تحقیقات نشان داده است که روابط غیررسمی، مانند

شود که فرد کنترل می کند چه رویدادهایی را زندگی می کند. افراد انتظار مشترکی دارند که وضعیت، اعمال و وقایع آنها تحت کنترل خود یا دیگران باشد. این اعتقاد راسخ وجود دارد که کسانی که دارای منبع کنترل داخلی هستند منشأ موفقیت ها و ناکامی های شخصی آنها هستند. افرادی که دارای منبع کنترل بیرونی هستند، تصور می کنند که کنترل وقوع حوادث همیشه خارج از خودشان نیست، از جمله شانس، سرنوشت، افراد قدرتمند دیگر و معتقدند که آنها با احاطه بر آنها رفتارها و زندگی نیروهای پیچیده و بزرگ را هدایت می کنند. افرادی با منبع کنترل داخلی، بسیاری از آنها مسئولیت وقایع را به عهده می گیرند و پاسخگوی همه پیامدهای موفقیت یا شکست در هر شرایطی هستند (بالتاکی، ۲۰۱۷). چندین مفهوم سازی از گرایش کارآفرینی پدید آمده است. دو مکتب فکری برجسته پیرامون کوین و اسلیون (۱۹۸۹) سازمان یافته اند. تفاوتهای مفهومی برجسته شده بین میلر / کوین - اسلیون و لامپیکن - دس معمولاً بر چگونگی مشخص کردن کارآفرینی سازمانی بر اساس مجموعه ای از ابعاد مانند نوآوری، فعالیت، خطرپذیری، تهاجم رقابتی و خودمختاری متمرکز است (والس و همکاران، ۲۰۱۹). از نظر میلر / کوین - اسلیون، زیر مجموعه ای از سه بعد متغیر برای وجود گرایش کارآفرینانه حیاتی است (نوآوری، پیش فعالی و ریسک پذیری)، در حالی که لامپیکن - دس فرض کوواریانس را در میان مجموعه وسیع تری از ابعاد (معرفی تهاجم رقابتی و خودمختاری) نشان می دهند. کارآفرین بودن به طور گسترده ای توسط سازمان ها به رسمیت شناخته شده است گرایش کارآفرینی. به عنوان سبک مدیریت عالی اهداف برتر مدیریتی، اعتقادات، منطق، تصمیمات و ارتباطات را نشان می دهد که تعهد سازمانی به گرایش کارآفرینی را نشان می - دهد (والس و همکاران، ۲۰۱۹). در واقع، کوین و اسلین (۱۹۸۸) مشاهده کردند که بنگاههای کارآفرینی آنها هستند که در آنها مدیران ارشد دارای سبکهای مدیریتی کارآفرینی هستند، که با تصمیمات استراتژیک شرکتهای و فلسفه های

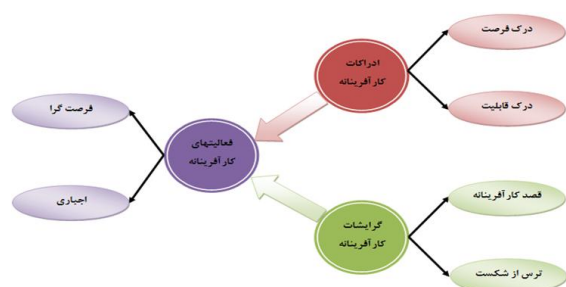
انجمن های کوچک و شبکه های محلی، ممکن است به پر کردن خلا نهادی ناشی از یک زیرساخت رسمی ناکافی کمک کند. فعالیتهای کارآفرینانه ممکن است حتی در صورت عدم شناسایی قانونی، ممکن باشد، گرچه این روابط می تواند پرهزینه باشد و مانع توسعه سرمایه گذاری جدید شود. بر این اساس، تمرکز بر اقدام کارآفرینی نهادینه شده به دانشمندان اجازه می دهد تا از روابط بین کارآفرینی و تنظیمات نهادی که در آن بوجود می آید، قدردانی کنند (ایجدنبرگ، ۲۰۱۸). با این وجود، درک فعالیت های کارآفرینان در محیط های چالش برانگیز، یعنی آنچه که آنها واقعاً، هنگام ایجاد یک سرمایه گذاری جدید انجام می دهند، شاید بیشترین جنبه تحقیق در مورد ایجاد سرمایه گذاری باشد. یک دلیل برای این امر این است که تجزیه و تحلیل محیط های نهادی می تواند در سطوح مختلف خرد (یعنی فرد) انجام شود (ایجدنبرگ، ۲۰۱۸). فعالیت کارآفرینانه به مجموعه فعالیت و شیوه هایی اطلاق می شود که فرد در سطوح مختلف مسئولیت، به طور مستقل با هدف ایجاد و بهره گیری خلاقانه از منابع، در جهت شناسایی و استفاده از فرصت ها و با ادراک قوی از کارآمدی خود، به راه اندازی و توسعه کسب و کار مستقل می پردازد. رفتار کارآفرینانه طی فرآیندی انجام می شود که شامل: قصد راه اندازی کسب و کار یا بروز رفتار کارآفرینانه، کسب دانش در زمینه کارآفرینی و کسب و کار مورد نظر، کسب تجربه در باره فرایند کارآفرینی و کسب و کار مورد نظر و جست و جو برای شناخت فرصت و بهره برداری از آن ها است. برخلاف رویکرد روانشناختی که بر ویژگی های شخصیتی فرد تأکید دارد، رویکرد رفتاری بر فعالیتهای کارآفرین تأکید دارد. در این دیدگاه پدیده کارآفرینی همچون یک فرآیند انگاشته می شود که در آن سازمان های جدید ایجاد می شوند. ایجاد و تأسیس سازمان های جدید نتیجه فرآیندی پیچیده و رخدادی محتوایی می باشد که متغیرهای بسیاری بر آن تأثیر می گذارند.

اسل و همکاران (۲۰۲۰) در تحقیق "تجزیه و تحلیل اثرات واسطه ای دوگانه دانش و ادراک کارآفرینی بر قصد کارآفرینی در محیط " بیان داشتند نرخ بیکاری جوانان یک چالش اساسی برای دولتهای قبلی غنا بوده است. شواهدی وجود دارد که نشان می دهد چگونه مداخلات مختلف اقتصادی برای رفع این شکاف نتوانسته اند نتایج مورد انتظار را به همراه داشته باشند. دینفعان مدنظر این مداخلات در باتلاقی از آنچه آنها بعنوان فرصتهایی در محیط تصور می کنند که گاه با دولت متفاوت هستند. این به دلیل تأثیرپذیری از دو عامل اصلی دانش و درک آنها است. این مطالعه برای آشکار کردن رابطه ای که بین محیط کارآفرینی و اهداف کارآفرینی وجود دارد و اینکه چگونه دانش و درک جوانان واسطه این رابطه است، انجام می شود. یک نظرسنجی از نمونه ای از ۱۸۷ جوان با استفاده از پرسشنامه استفاده شد و نتایج با استفاده از مدل معادلات ساختاری حداقل مربعات جزئی (PLS SEM) مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. به طور کلی، متغیرهای دانش و ادراک کارآفرینی یک میانجیگری جزئی را در رابطه آنها با محیط کارآفرینی و قصد کارآفرینی نشان دادند. ادراک کارآفرینی تأثیر واسطه ای بالاتر این دو واسطه را بر هدف کارآفرینی نشان داد. ادراک کارآفرینی بالاترین آلفای کرونباخ با ۰/۹۰ نسبت به دیگر متغیرها را نشان داد. تئوری قصد کارآفرینی نشان می دهد چگونه تعاملات تحت تأثیر محیط کارآفرینی قرار می گیرند. نیاز به ایجاد یک فضای کارآفرینانه حمایتی در تغییر درک جوانان برای تقویت دانش خود در زمینه کارآفرینی برای مشارکت در مشاغل تجاری بسیار مهم است. این موارد برای سیاست گذاران، مجریان و مربیان کارآفرینی بسیار مهم است.

ازکان و همکاران (۲۰۲۰) در تحقیق "تأثیر روش استدلال علمی اجتماعی بر ادراک کارآفرینی دانشجویان" نشان دادند هدف این تحقیق بررسی تأثیر استفاده از روش استدلال علمی اجتماعی بر ادراک کارآفرینی دانش آموزان در دوره دبیرستان

کارآفرینی، مدلی را توسعه می دهند و در آن فرصت ها و مهارت های درک شده رابطه بین سن و فعالیت کارآفرینی را توضیح می دهند. ما ضمن کنترل جنسیت و تنوع بالقوه بین کشورها، داده ها را از مانیتور جهانی کارآفرینی جهانی (GEM، ۲۰۱۳) تجزیه و تحلیل کردیم. نتایج نشان داد که سن با فعالیت کارآفرینی تأثیر منفی دارد و فرصتها و مهارتهای درک شده برای کارآفرینی واسطه این رابطه است. به طور کلی، این یافته ها نشان می دهد که تحقیقات کارآفرینی باید سن را به عنوان یک متغیر قابل توجه تلقی کند.

پژوهش های انجام شده در داخل و خارج کشور حاکی از درجه اهمیت مسأله ارزیابی مقایسه ای ادراکات، گرایش ها و فعالیت های کارآفرینانه دانشجویان است. با ارائه سایر پژوهش های انجام شده و ضمن بررسی ارتباط یافته های قدیم با یافته های جدید؛ در پرتو نتایج پژوهش های گذشته انتظار می رود که نتایج پژوهش حاضر مکمل یافته های قبلی شود. همچنین هر مدل مفهومی به عنوان نقطه شروع و مبنایی جهت انجام مطالعات و تحقیقات است به گونه ای که متغیرهای مورد نظر تحقیق و روابط میان آنها را مشخص میکند. این مدل با هدف تبیین و درک مناسبتر روابط متغیرهای فعالیتهای کارآفرینانه، ادراکات کارآفرینانه و گرایشات کارآفرینانه بنا شده است. مستند بر مطالب ذکر شده و موضوع پایان نامه (ارزیابی مقایسه ای ادراکات، گرایش ها و فعالیت های کارآفرینانه دانشجویان)، مدل مورد بررسی در این تحقیق به شکل زیر می باشد:



شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش

است. در این مطالعه، از طرح نیمه آزمایشی با گروه کنترل پیش آزمون پس آزمون، به عنوان یکی از تحقیقات کمی استفاده شد. گروه های آزمایش و کنترل از دانش آموزانی تشکیل شد که در سال تحصیلی ۲۰۱۷-۲۰۱۸ در چهار کلاس در یک مدرسه راهنمایی مشخص تحصیل می کردند. در این مطالعه، دروس با استفاده از روش استدلال علمی اجتماعی در گروه آزمایشی تدریس می شد در حالی که فعالیت ها و برنامه آموزش علوم ترکیه همچنان در گروه کنترل استفاده می شد. از مقیاس درک کارآفرینی در آموزش علوم به عنوان ابزار جمع آوری اطلاعات در این مطالعه استفاده شد. این مقیاس به منظور تعیین ادراک کارآفرینی دانش آموزان دبیرستانی تدوین شد. مقیاس شامل ۵ عامل و ۲۸ ماده است. یافته های تحقیق نشان داد که اختلاف امتیاز معنی داری به نفع گروه آزمایش وجود دارد. علاوه بر این، یافته های نمرات زیر عامل نیز اختلاف معناداری را به نفع گروه آزمایش نشان داد. با توجه به نتایج مطالعه، روش استدلال علمی-اجتماعی بر کارآفرینی دانشجویان تأثیر مثبت گذاشت. علاوه بر این، نتایج نشان می دهد که روش استدلال علمی اجتماعی بر عزت نفس دانش آموزان، درک و خلاقیت نوآوری، رهبری و تمایل به برجستگی، مهارت های اجتماعی و کار گروهی و گرایش به خطر پذیری دانش آموزان تأثیر مثبت می گذارد. روش استدلال علمی اجتماعی همچنین ممکن است بر ویژگی های کارآفرینی تأثیر بگذارد که نتیجه یادگیری دانشجویان طبق برنامه آموزش علوم ترکیه ۲۰۱۳ و ۲۰۱۸ است.

بوهلمن و همکاران (۲۰۱۷) در تحقیق "چشم انداز طول عمر در مورد فرصت های کارآفرینی درک شده، رابطه منفی بین سن و فعالیت کارآفرینی" نشان دادند محققان و متخصصان به طور فزاینده ای به کارآفرینی به عنوان ابزاری برای مبارزه با بیکاری جوانان و بهبود ثبات مالی در سنین بالاتر علاقه مند هستند. با این حال، تنها مطالعات کمی تاکنون ارتباط سن و فعالیت کارآفرینی را بررسی کرده اند. نظریه های طول عمر و

هدف اصلی: «ارزیابی مقایسه ای ادراکات، گرایش ها و فعالیت های کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه علمی کاربردی واحد مازندران و دانشگاه مازندران»

اهداف فرعی:

- ۱-مقایسه میزان «درک فرصت ها» بین دانشجویان دانشگاه علمی کاربردی واحد مازندران و دانشگاه مازندران.
- ۲-مقایسه میزان «درک قابلیت ها» بین دانشجویان دانشگاه علمی کاربردی واحد مازندران و دانشگاه مازندران.
- ۳-مقایسه میزان «قصد کارآفرینانه» بین دانشجویان دانشگاه علمی کاربردی واحد مازندران و دانشگاه مازندران.
- ۴-مقایسه میزان «ترس از شکست» بین دانشجویان دانشگاه علمی کاربردی واحد مازندران و دانشگاه مازندران.
- ۵-مقایسه میزان «فعالیت های کارآفرینانه اجباری» بین دانشجویان دانشگاه علمی کاربردی واحد مازندران و دانشگاه مازندران.
- ۶-مقایسه میزان «فعالیت های کارآفرینانه فرصت گرا» بین دانشجویان دانشگاه علمی کاربردی واحد مازندران و دانشگاه مازندران.
- ۷-مقایسه تاثیر «ادراکات کارآفرینانه» بر «فعالیت های کارآفرینانه» دانشجویان دانشگاه مازندران و دانشجویان دانشگاه علمی کاربردی واحد مازندران.
- ۸-مقایسه تاثیر «گرایش های کارآفرینانه» بر «فعالیت های کارآفرینانه» دانشجویان دانشگاه مازندران و دانشجویان دانشگاه علمی کاربردی واحد مازندران.
- ۹-بررسی میزان تأثیر «ادراکات کارآفرینانه» بر «فعالیت های کارآفرینانه» دانشجویان.
- ۱۰-بررسی میزان تأثیر «گرایش های کارآفرینانه» بر «فعالیت های کارآفرینانه» دانشجویان.

۳. روش تحقیق

این پژوهش از جنبه طرح تحقیق، آمیخته یا ترکیبی (کیفی و کمی) است. این تحقیق به دنبال ارزیابی مقایسه ای ادراکات،

گرایش ها و فعالیت های کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه علمی کاربردی و دانشگاه مازندران می باشد. از حیث کیفی، این تحقیق مبتنی بر مصاحبه های حضوری با دانشجویان مقطع کارشناسی هر دو دانشگاه است که برقراری تماس مستقیم با دانشجویان را فراهم می آورد و با کمک آن می توان به ارزیابی عمیق ادراک ها، گرایش ها و فعالیت های کارآفرینانه پرداخت. از حیث کمی نیز روش تحقیق مورد استفاده پیمایشی است (مبتنی بر تکمیل پرسشنامه نظرسنجی از دانشجویان). به عبارت دیگر، برای بررسی ویژگی های یک جامعه آماری و پاسخ به سوال های پژوهشی از نوع اینکه ماهیت شرایط موجود چگونه است و چه رابطه ای میان رویدادها وجود دارد، روش پژوهش پیمایشی به کار می رود (سرمد و همکاران، ۱۳۸۷).

جامعه آماری این تحقیق شامل دانشجویان سال چهارم دانشگاه جامع علمی کاربردی و دانشگاه مازندران هستند که در زمان انجام تحقیق تعداد ۱۰۰۰ نفر می باشند. در این جامعه، ۴۷ درصد آن را دانشجویان سال چهارم دانشگاه علمی کاربردی واحد مازندران و ۵۳ درصد را دانشجویان سال چهارم دانشگاه مازندران در مقطع کارشناسی تشکیل می دهند. همچنین ۴۶ درصد از جامعه را مردان و ۵۴ درصد را زنان شامل می شوند. بر اساس فرمول کرجسی و مورگان، برای سطح اطمینان ۹۵ درصد و خطای مجاز ۰/۰۶، اندازه نمونه ۲۱۱ نفر تعیین گردید. به منظور گردآوری داده های مورد نیاز، از روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای استفاده می شود. از این رو، پس از محاسبه تعداد دانشجویان دختر و پسر در هر دانشگاه به نسبت جنسیت در جامعه آماری، نمونه ها به صورت متناسب انتخاب شدند تا نماینده دقیقی از جامعه باشند.

روش اصلی گردآوری داده ها، پرسشنامه نظر سنجی از دانشجویان است که با استفاده از پروتکل استاندارد پرسشنامه APS دیده بان جهانی کارآفرینی (GEM) تکمیل می شود. این پرسشنامه متشکل از هفت بلوک اصلی است: کارآفرینان نوظهور، صاحبان کسب و کار، کارآفرینان بالقوه، کل نمونه

۴. یافته‌ها

در این بخش، یافته‌های حاصل از بررسی تفاوت در میزان «درک فرصت‌ها»، «درک قابلیت‌ها»، «قصد کارآفرینانه»، «ترس از شکست»، «فعالیت‌های کارآفرینانه اجباری» و «فعالیت‌های کارآفرینانه فرصت‌گرا»ی دانشجویان دو دانشگاه ارائه می‌گردد. همچنین نتایج تاثیر ادراکات و گرایش‌ها بر فعالیت‌های کارآفرینانه و تحلیل شبکه‌های اجتماعی تشریح می‌شود.

جدول ۱- بررسی متغیرهای جمعیت شناختی حجم نمونه آماری

پاسخ دانشگاه	بلی	خیر	تمییز	پاسخ نمی‌دهد	مجموع
فراوانی درصد	فراوانی درصد	فراوانی درصد	فراوانی درصد	فراوانی درصد	
کارآفرینی فرصت‌گرا و اجباری					
دانشگاه	۳۵٪	۵۴٪	۰٪	۰٪	۱۱۱٪
مازندران	۳۵٪	۵۴٪	۰٪	۰٪	۱۱۱٪
دانشگاه جامع	۳۵٪	۵۴٪	۰٪	۰٪	۱۱۱٪
مجموع	۳۵٪	۵۴٪	۰٪	۰٪	۱۱۱٪
درک فرصت کارآفرینی					
دانشگاه	۴۵٪	۴۴٪	۳۱٪	۱٪	۱۱۱٪
مازندران	۴۵٪	۴۴٪	۳۱٪	۱٪	۱۱۱٪
دانشگاه جامع	۴۵٪	۴۴٪	۳۱٪	۱٪	۱۱۱٪
مجموع	۴۵٪	۴۴٪	۳۱٪	۱٪	۱۱۱٪
درک قابلیت کارآفرینی					
دانشگاه	۴۸٪	۴۳٪	۱۹٪	۱٪	۱۱۱٪
مازندران	۴۸٪	۴۳٪	۱۹٪	۱٪	۱۱۱٪
دانشگاه جامع	۴۸٪	۴۳٪	۱۹٪	۱٪	۱۱۱٪
مجموع	۴۸٪	۴۳٪	۱۹٪	۱٪	۱۱۱٪
قصد کارآفرینانه					
دانشگاه	۶۳٪	۳۶٪	۴٪	۵٪	۱۱۱٪
مازندران	۶۳٪	۳۶٪	۴٪	۵٪	۱۱۱٪
دانشگاه جامع	۶۳٪	۳۶٪	۴٪	۵٪	۱۱۱٪
مجموع	۶۳٪	۳۶٪	۴٪	۵٪	۱۱۱٪
ترس از شکست					
دانشگاه	۳۱٪	۷۸٪	۲٪	۲٪	۱۱۱٪
مازندران	۳۱٪	۷۸٪	۲٪	۲٪	۱۱۱٪
دانشگاه جامع	۳۱٪	۷۸٪	۲٪	۲٪	۱۱۱٪
مجموع	۳۱٪	۷۸٪	۲٪	۲٪	۱۱۱٪
استفاده از تسهیلات بانکی					
دانشگاه	۱۰٪	۲۹٪	۱٪	۰٪	۱۱۱٪
مازندران	۱۰٪	۲۹٪	۱٪	۰٪	۱۱۱٪
دانشگاه جامع	۱۰٪	۲۹٪	۱٪	۰٪	۱۱۱٪
مجموع	۱۰٪	۲۹٪	۱٪	۰٪	۱۱۱٪
دوره های آموزشی کارآفرینی					
دانشگاه	۷۳٪	۲۸٪	۹٪	۱٪	۱۱۱٪
مازندران	۷۳٪	۲۸٪	۹٪	۱٪	۱۱۱٪
دانشگاه جامع	۷۳٪	۲۸٪	۹٪	۱٪	۱۱۱٪
مجموع	۷۳٪	۲۸٪	۹٪	۱٪	۱۱۱٪
راه اندازی کسب و کار در ایران					
دانشگاه	۲۴٪	۷۸٪	۹٪	۰٪	۱۱۱٪
مازندران	۲۴٪	۷۸٪	۹٪	۰٪	۱۱۱٪
دانشگاه جامع	۲۴٪	۷۸٪	۹٪	۰٪	۱۱۱٪
مجموع	۲۴٪	۷۸٪	۹٪	۰٪	۱۱۱٪
لغز مجوزهای کسب و کار در ایران					
دانشگاه	۱۰٪	۹۱٪	۱۰٪	۰٪	۱۱۱٪
مازندران	۱۰٪	۹۱٪	۱۰٪	۰٪	۱۱۱٪
دانشگاه جامع	۱۰٪	۹۱٪	۱۰٪	۰٪	۱۱۱٪
مجموع	۱۰٪	۹۱٪	۱۰٪	۰٪	۱۱۱٪

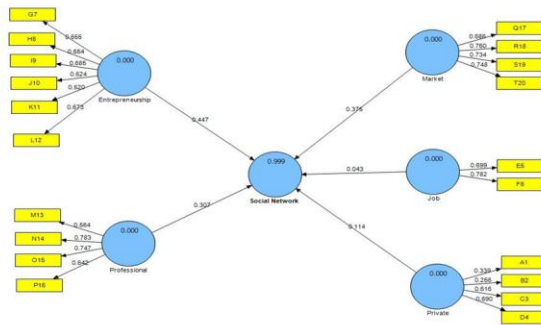
منبع: یافته‌های پژوهش

برای بررسی فرضیات پژوهش از آزمون دو جمله ای استفاده شد. از دو فرضیه صفر و یک برای بررسی آزمون دو جمله ای استفاده گردید که در فرضیه صفر مقایسه متغیر مورد نظر دارای نسبت های یکسان هستند. ولی در فرضیه یک مقایسه متغیرهای مورد نظر دارای نسبت های یکسان نیستند. شرط آزمون دو جمله ای به شرح زیر می باشد:

آماري (ادراکات و قابلیت‌های کارآفرینانه)، کل نمونه آماری (زمینه‌های اجتماعی و فرهنگی)، کل نمونه آماری (سرمایه‌گذاری غیررسمی)، و مشخصات جمعیت‌شناختی. فرآیند انجام مصاحبه و تکمیل پرسشنامه با منطق خاص خود در تمام مراحل دنبال می‌گردد و متناسب با وضعیت دانشجویان (کارآفرینان نوظهور، صاحبان کسب‌وکار یا کارآفرینان بالقوه) سوالات مرتبط پرسیده می‌شوند. قسمتی از سوالات برای همه دانشجویان مشترک و بخشی ویژه موقعیت کارآفرینی آن‌هاست.

پس از جمع‌آوری اطلاعات، داده‌ها کدگذاری شدند. با توجه به اینکه مقیاس اندازه‌گیری از نوع اسمی است، کد ۱ برای پاسخ «بلی» (وقوع حادثه مورد نظر) و کد ۲ برای پاسخ «خیر» (عدم وقوع) در نظر گرفته شد. همچنین کد ۱ برای پاسخ‌دهنده دختر و کد ۲ برای پاسخ‌دهنده پسر استفاده شد. داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. برای بررسی نسبت وجود ادراکات، گرایش‌ها و فعالیت‌ها در هر دانشگاه به طور جداگانه، از «آزمون دو جمله‌ای» که یک آزمون ناپارامتریک است، استفاده شد. برای مقایسه همگونی این متغیرهای کیفی بین دو دانشگاه، از «آزمون کای‌اسکوئر» استفاده گردید. از آنجا که متغیر وابسته در این پژوهش دو سطحی (صفر و یک) است، از تکنیک آماری «رگرسیون لجستیک» برای بررسی میزان تاثیرگذاری متغیرهای مستقل (ادراکات و گرایش‌ها) بر متغیر وابسته (فعالیت کارآفرینانه) و محاسبه نسبت برتری بهره‌گیری شد. در نهایت، به منظور تحلیل شبکه‌های اجتماعی کارآفرینان و بررسی اثرگذاری حوزه‌های پنج‌گانه (نزدیکان، شغل، کارآفرینی، حرفه‌ای و بازار) بر شبکه اجتماعی کارآفرینان در هر دو دانشگاه، از مدل‌سازی معادلات ساختاری (SPLS) استفاده شد. در این مدل، ضرایب مسیر و مقدار T برای بررسی معناداری روابط و AVE برای برازش مدل محاسبه گردید.

بر اساس روابط مستقیم و غیرمستقیم بر اساس نرم افزار SPLS
ارائه می شود.



نمودار ۱- نمودار مدل آزمون شده ی پژوهش نرم افزار SPLS ضرایب و بارهای عاملی

متغیرهای موجود برای تحلیل شبکه های اجتماعی، در طی ۲۰ سوال از نمونه آماری مورد سوال قرار گرفتند، که جهت تحلیل به پنج دسته طبقه بندی گردید:

- حوزه نزدیکان: متشکل از متغیرهای A1, B2, C3, D4
- حوزه شغل: متشکل از متغیرهای E5, F6
- حوزه کارآفرینی: متشکل از متغیرهای G7, H8, I9, J10, K11, L12,
- حوزه حرفه ای: متشکل از متغیرهای M13, N14, O15, P16
- حوزه بازار: متشکل از متغیرهای Q17, R18, S19, T20

پس از آزمون از مدل شبکه های اجتماعی کارآفرینان، توسط نرم افزار SPLS مدل مفهومی آزمون شده در جدول ۴ و ۵ ارائه شده است. اعداد نوشته شده بر روی خطوط در واقع ضرایب بتا حاصل از معادله رگرسیون میان متغیرها است که همان ضریب مسیر است. اعداد داخل هر دایره نشان دهنده ی مقدار R اسکوار (میزان تغییر پذیری کلی متغیر وابسته نسبت به ابعاد مدل) مدلی است که متغیرهای پیش بین آن از طریق فلش به آن دایره وارد شده اند. برای بررسی میزان معنادار بودن ضریب مسیر لازم است تا مقدرا T هر مسیر نشان داده شود. مقدار T ضرایب مسیر نشان می دهد از بین پنج گروه متغیر اثرگذار بر شبکه اجتماعی کارآفرینان، تمامی T های محاسبه

$$H0: P \geq 60$$

$$H1: P_1 \neq P_2$$

جدول ۲- خلاصه نتایج آزمون فرضیات با آزمون دو جمله ای

دانشگاه	میزان نسبت مشاهده	نسبت آزمون	P-Value	فرضیه صفر	فرضیه یک
دانشگاه مازندران	۰.۵۲	۰.۵	۰.۰۴	رد	تائید
دانشگاه جامع	۰.۳۲	۰.۵	۰.۰۰	رد	تائید
دانشگاه مازندران	۰.۵۷	۰.۵	۰.۰۱	رد	تائید
دانشگاه جامع	۰.۶۲	۰.۵	۰.۰۲	رد	تائید
دانشگاه مازندران	۰.۵۷	۰.۵	۰.۰۱	رد	تائید
دانشگاه جامع	۰.۶۰	۰.۵	۰.۰۴	رد	تائید
دانشگاه مازندران	۰.۷۲	۰.۵	۰.۰۰	رد	تائید
دانشگاه جامع	۰.۸	۰.۵	۰.۰۰	رد	تائید
دانشگاه مازندران	۰.۱۱	۰.۵	۰.۰۰	رد	تائید
دانشگاه جامع	۰.۶۳	۰.۵	۰.۰۵	رد	تائید

منبع: یافته های پژوهش

برای تائید یا رد فرضیات از دو فرضیه صفر و یک استفاده شده است. فرضیه صفر مبنی بر تاثیر گذاری متغیر مستقل بر وابسته و فرضیه یک مبنی بر عدم تاثیر گذاری متغیر مستقل بر وابسته است. شرط آزمون رگرسیون لجستیک به شرح زیر می باشد:

$$H0: \beta_{12} = 0$$

$$H1: \beta_{12} \neq 0$$

جدول ۳- بررسی فرضیات تحقیق با آزمون رگرسیون لجستیک

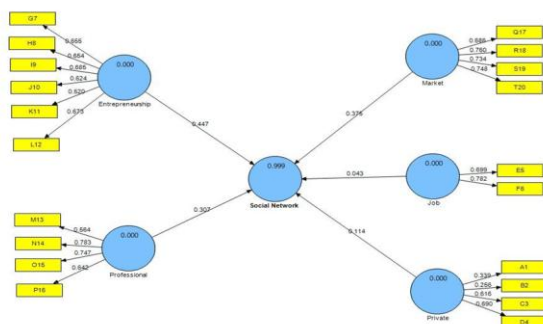
متغیر	پیش ضرایب (B)	متغیر در رگرسیون	سطح معنی داری	همبستگی (EXP B)	فرضیه صفر	فرضیه یک
میزان اثرگذاری گرایشات کارآفرینانه بر فعالیت کارآفرینانه	۰.۱۶	۰.۴۴۴	۰.۰۱۸	۱.۱۷۴	رد	تائید
میزان اثرگذاری ادراکات کارآفرینانه بر فعالیت کارآفرینانه	۰.۲۹	۰.۵۰۵	۱۶	۰.۳۹۵	رد	تائید
میزان اثرگذاری گرایشات کارآفرینانه بر فعالیت کارآفرینانه	۰.۸۳۴	۰.۶۶۳	۰.۰۳۳	۰.۳۰۵	رد	تائید
میزان اثرگذاری ادراکات کارآفرینانه بر فعالیت کارآفرینانه	۰.۶۶۴	۰.۶۹۸	۰.۰۱۷	۰.۲۸۰	رد	تائید

منبع: یافته های پژوهش

ذیلاً میزان اثرگذاری هر یک از متغیرها را در شبکه ی اجتماعی کارآفرینان به همراه ارائه الگوی یکپارچه و متعامل بین متغیرها

(نحوه ی تحلیل اثرگذاری: بالاتر از ۰/۷۱ عالی، ۰/۷۱ تا ۰/۶۳ خیلی خوب، ۰/۶۳ تا ۰/۵۵ خوب، ۰/۵۵ تا ۰/۴۵ متوسط، ۰/۴۵ تا ۰/۳۰ ضعیف، کمتر از ۰/۳۰ اثرگذاری بسیار ضعیف).

آزمون الگوی معادلات ساختاری SPLS در دانشگاه جامع علمی کاربردی:



نمودار ۲- مدل آزمون شده ی پژوهش نرم افزار SPLS ضرایب و بارهای عاملی

شده بیشتر از ۲ است و در سطح اطمینان ۹۵٪ معنی دار است، و مورد تایید می باشد. همچنین AVE محاسبه شده برای کلیه ابعاد مدل بزرگتر از ۰/۵ می باشد که نشان دهنده ی برازش مناسب مدل است. در جدول ۴ نتایج ضرایب مسیر و تی برآوردی مدل شبکه های اجتماعی نشان داده شده است.

جدول ۴- نتایج ضرایب مسیر و تی برآوردی مدل شبکه های اجتماعی

مسیر	ضریب مسیر	T	نتیجه
شبکه اجتماعی ← نزدیکیان	۰,۱۴۱	۴,۳۲۱	تایید
شبکه اجتماعی ← شغل	۰,۴۳۰	۳,۲۴۵	تایید
شبکه اجتماعی ← کارآفرین	۰,۷۴۴	۶,۷۶۵	تایید
شبکه اجتماعی ← حرفه ایی	۰,۳۰۷	۵,۳۴۳	تایید
شبکه اجتماعی ← بازار	۰,۳۷۵	۵,۴۴۲	تایید

منبع: یافته های پژوهش

جدول ۵- نتایج کلی مدل شبکه های اجتماعی

متغیرهای مدل	AVE	پایایی چندگانه	آلفا کرونباخ
	۰,۵۵۸۹	۰,۵۴۹۲	۰,۷۱۳۶
نزدیکیان	۰,۵۵۰۱	۰,۷۰۹۱	۰,۷۸۳۶
کارآفرینی	۰,۰۶۳۵	۰,۸۰۳	۰,۷۰۵۶
حرفه ایی	۰,۵۷۵۴	۰,۷۸۱۱	۰,۷۲۷۳
بازار	۰,۵۳۶۶	۰,۸۲۲۲	۰,۷۱۱۸
شبکه اجتماعی	۰,۵۴۵۲	۰,۸۴۶۸	۰,۸۰۹۵

منبع: یافته های پژوهش

جدول ۶- ضریب برآوردی و اثرگذاری در شبکه ی اجتماعی کارآفرینان

دانشگاه مازندران

متغیرهای مدل	ضرایب عاملی	درجه اثرگذاری
حوزه کارآفرینی	۰,۴۴۷	ضعیف
حوزه بازار	۰,۳۷۵	ضعیف
حوزه حرفه ایی	۰,۳۰۷	ضعیف
حوزه نزدیکیان	۰,۱۱۴	بسیار ضعیف
حوزه همکاران	۰,۰۴۳	بسیار ضعیف

منبع: یافته های پژوهش

جدول ۷- نتایج ضرایب مسیر و تی برآوردی مدل شبکه های اجتماعی

مسیر	ضریب مسیر	T	نتیجه
شبکه ← نزدیکیان اجتماعی	۰,۱۳۰۲	۵,۴۱۱	تایید
شبکه اجتماعی ← شغل	۰,۱۵۰۶	۴,۲۴۳	تایید
شبکه ← کارآفرینی اجتماعی	۰,۳۴۸۲	۶,۳۴۲	تایید
شبکه ← حرفه ایی اجتماعی	۰,۳۲۹۴	۵,۵۶۲	تایید
شبکه اجتماعی ← بازار	۰,۳۵۸۸	۶,۳۱۷	تایید

منبع: یافته های پژوهش

جدول ۸- نتایج کلی مدل شبکه های اجتماعی

متغیرهای مدل	AVE	پایایی چندگانه	آلفا کرونباخ
نزدیکیان	۰,۴۰۹۰	۰,۵۴۹۲	۰,۷۲۷۳
شغل	۰,۶۷۳۲	۰,۷۰۹۱	۰,۸۰۴۷
کارآفرینی	۰,۳۴۰۵	۰,۸۰۳	۰,۷۴۹۷
حرفه ایی	۰,۵۳۷۰	۰,۷۸۱۱	۰,۸۲۱۴
بازار	۰,۵۸۴۸	۰,۸۲۲۲	۰,۸۴۸۴
شبکه اجتماعی	۰,۲۴۵۸	۰,۸۴۶۸	۰,۸۵۷۰

منبع: یافته های پژوهش

جدول ۹- ضریب برآوردی و اثرگذاری در شبکه اجتماعی کارآفرینان
دانشگاه جامع علمی کاربردی

متغیرهای مدل	ضرایب عاملی	درجه اثرگذاری
حوزه بازار	۰,۳۵۸	ضعیف
حوزه کارآفرینی	۰,۳۴۸	ضعیف
حوزه حرفه ایی	۰,۳۲۹	ضعیف
حوزه نزدیکان	۰,۱۳۰	بسیار ضعیف
حوزه همکاران	۰,۱۵۰	بسیار ضعیف

منبع: یافته‌های پژوهش

ف با توجه به پاسخ های پاسخگو یان به سوالات پژوهش در فصل تجزیه و تحلیل داده ها، یافته های حاصله از بررسی تفاوت در میزان «درک فرصت ها»، «درک قابلیت ها»، «قصد کارآفرینانه»، «ترس از شکست»، «فعالیت های کارآفرینانه اجباری»، «فعالیت های کارآفرینانه فرصت گرا» دانشجویان دانشگاه مازندران و دانشجویان دانشگاه علمی کاربردی واحد مازندران مطرح می گردد. هم چنین نتایج تاثیر «ادراکات کارآفرینانه» بر «فعالیت های کارآفرینانه» و تاثیر «گرایش های کارآفرینانه» بر «فعالیت های کارآفرینانه» دانشجویان دو دانشگاه بیان می گردد که شرح یافته ها در جدول زیر آمده است:

جدول ۹- ضریب برآوردی و اثرگذاری در شبکه اجتماعی کارآفرینان
دانشگاه جامع علمی کاربردی

ردیف	سوالات پژوهشی	یافته ها
۱	آیا تفاوتی در میزان «درک فرصت ها» بین دانشجویان دانشگاه علمی کاربردی واحد مازندران و دانشگاه مازندران وجود دارد؟	نسبت وجود درک فرصت کارآفرینانه در گروه دانشگاه مازندران بیش از دانشگاه جامع علمی کاربردی است به نوعی که اختلاف معنی داری بین درصد های محاسبه شده مشاهده می شود
۲	آیا تفاوتی در میزان «درک قابلیت ها» بین دانشجویان دانشگاه علمی کاربردی واحد مازندران و دانشگاه مازندران وجود دارد؟	نسبت وجود درک قابلیت کارآفرینانه در گروه دانشگاه جامع علمی کاربردی واحد مازندران بیش از دانشگاه مازندران است به نوعی که اختلاف معنی داری بین

		درصد های محاسبه شده مشاهده می شود.
۳	آیا تفاوتی در میزان «قصد کارآفرینانه» بین دانشجویان دانشگاه علمی کاربردی واحد مازندران و دانشگاه مازندران وجود دارد؟	نسبت قصد کارآفرینانه در گروه دانشگاه جامع علمی کاربردی بیش از دانشگاه مازندران است به نوعی که اختلاف معنی داری بین درصد های محاسبه شده مشاهده می شود
۴	آیا تفاوتی در میزان «ترس از شکست» بین دانشجویان دانشگاه علمی کاربردی واحد مازندران و دانشگاه مازندران وجود دارد؟	نتایج به دست آمده حاکی از آن است نسبت ترس از شکست در گروه دانشگاه جامع علمی کاربردی بیش از دانشگاه مازندران است به نوعی که اختلاف معنی داری بین درصد های محاسبه شده مشاهده می شود.
۵	آیا تفاوتی در میزان «فعالیت های کارآفرینانه فرصت گرا» بین دانشجویان دانشگاه علمی کاربردی واحد مازندران و دانشگاه مازندران وجود دارد؟	نسبت فعالیت کارآفرینانه فرصت گرا در گروه دانشگاه جامع علمی کاربردی بیش از دانشگاه مازندران است به نوعی نسبت ترس از شکست در دو گروه دانشگاه مازندران و دانشگاه علمی کاربردی یکسان نیست
۶	آیا تفاوتی در میزان «فعالیت های کارآفرینانه اجباری» بین دانشجویان دانشگاه علمی کاربردی واحد مازندران و دانشگاه مازندران وجود دارد؟	فعالیت کارآفرینانه اجباری در میان دانشجویان دانشگاه مازندران بیشتر از دانشجویان دانشگاه علمی کاربردی می باشد. نسبت کارآفرینی اجباری در دو گروه دانشگاه مازندران و دانشگاه علمی کاربردی یکسان نیست
۷	آیا تاثیر «ادراکات کارآفرینانه» بر «فعالیت های کارآفرینانه» دانشجویان دانشگاه مازندران بیشتر از دانشجویان دانشگاه علمی کاربردی واحد مازندران است؟	ادراکات کارآفرینانه در دانشگاه جامع علمی کاربردی قوی تر از دانشگاه مازندران است

حساب می آید. با قاطعیت می توان اذعان نمود که اغلب پژوهش های مشاهده شده در حوزه قصد کارآفرینانه بوده است. همانطور که در مرور ادبیات در فصل دوم آمده در خصوص متغیر های پژوهش مطالعاتی کمتری انجام شده و تمرکز آنان در مواردی خاص بوده است.

نتایج به دست آمده از اولین سؤال پژوهشی در خصوص درک فرصت دانشجویان، که درک از فرصت یا فرصت های کارآفرینی در گرایش به انجام فعالیت یا ایجاد شرکت موثر است. حاکی است که نسبت وجود درک فرصت کارآفرینانه در گروه دانشگاه مازندران بیش از دانشگاه جامع علمی کاربردی است به نوعی که اختلاف معنی داری بین درصد های محاسبه شده مشاهده می شود. این پژوهش با نتایج پژوهش بارانی و همکاران (۱۳۸۷) در پیشینه پژوهش مورد تطابق قرار گرفته است: پژوهشی با عنوان بررسی دلایل گرایش به کارآفرینی دانشجویان علمی - کاربردی کشاورزی (مطالعه موردی: استان کرمانشاه) انجام دادند. بر اساس یافته های این پژوهش آن هایی که رفتار کارآفرینانه را مطلوب درک می کنند و نگرش مثبتی به آن دارند افرادی هستند که توانایی دریافت و ادراک فرصت ها را خواهند داشت. در فرا گرد ادراک، هنگامی که شخص به احساسی توجه می کند برای نظم بخشیدن و طبقه بندی اطلاعات به صورت ادراکی معنی دار، تلاش آگاهانه را آغاز می کند. بنابراین رفتارها، اقدامات و نگرش های فرد تحت تاثیر ادراکاتش می باشد. در این رابطه می توان گفت دانشجویان دانشگاه مازندران و دانشجویان دانشگاه علمی کاربردی واحد مازندران فکر می کنند که می توانند فرصت کارآفرینانه ای را به زعم خود شناسایی کنند.

نتایج به دست آمده در مورد دومین سؤال پژوهشی در خصوص درک قابلیت دانشجویان دو دانشگاه، حاکی است که نسبت وجود درک قابلیت کارآفرینانه در گروه دانشگاه مازندران بیش از دانشگاه جامع علمی کاربردی است به نوعی که اختلاف معنی داری بین درصد های محاسبه شده مشاهده می شود که

۸	آیا تاثیر «گرایش های کارآفرینانه» بر «فعالیت های کارآفرینانه» دانشجویان دانشگاه مازندران بیشتر از دانشجویان دانشگاه علمی کاربردی واحد مازندران است؟	گرایشات کارآفرینانه در دانشگاه جامع علمی کاربردی قوی تر از دانشگاه مازندران است
۹	آیا «ادراکات کارآفرینانه» بر «فعالیت های کارآفرینانه» دانشجویان تاثیر دارد؟	حاکی از آن است که ادراکات کارآفرینانه بر «فعالیت های کارآفرینانه» دانشجویان تاثیر متوسطی دارد
۱۰	آیا «گرایشات کارآفرینانه» بر «فعالیت های کارآفرینانه» دانشجویان تاثیر دارد؟	حاکی از آن است که گرایشات کارآفرینانه بر «فعالیت های کارآفرینانه» دانشجویان تاثیر کمی دارد

منبع: یافته های پژوهش

میزان اثرگذاری هر یک از متغیرها در شبکه ی اجتماعی کارآفرینان دانشگاه مازندران مهمترین عامل اثرگذار در شبکه اجتماعی کارآفرینان دانشگاه مازندران فعالین حوزه کارآفرینی می باشند. پس از آن حوزه بازار دومین عامل اثرگذار بر شبکه اجتماعی کارآفرینان را دارا می باشند. سایر عوامل اثرگذار نیز به ترتیب متخصصین کسب و کار، نزدیکان و همکاران برآورد گردیده اند. میزان اثرگذاری هر یک از متغیرها را در شبکه اجتماعی کارآفرینان دانشگاه جامع علمی کاربردی مهمترین عامل اثرگذار در شبکه ی اجتماعی کارآفرینان دانشگاه جامع علمی کاربردی حوزه ی بازار می باشند. پس از آن حوزه کارآفرینی دومین درجه ی اثرگذاری بر شبکه ی اجتماعی کارآفرینان را دارا می باشند سایر عوامل اثرگذار نیز به ترتیب متخصصین کسب و کار، نزدیکان و همکاران برآورد گردیده اند.

۵. بحث و نتیجه گیری

این پژوهش که در باره مقایسه ادراکات، گرایش ها و فعالیت های کارآفرینانه دانشجویان انجام شد. تقریباً کاری نو به

با نتایج پژوهش حوریه مرادی، و همکاران (۱۳۸۹) با هدف شناسایی قابلیت های کارآفرینی دانشجویان دختر رشته کشاورزی قرابت دارد. یافته ها نشان داد که در بین دانشجویان در مقاطع مختلف تحصیلی و مهارت انگیزه پیشرفت و نیز بین قابلیت انگیزه ی پیشرفت دانشجویان در سال های مختلف تحصیلی و هم چنین بین شغل والدین دانشجویان و قابلیت های کارآفرینی آن ها تفاوت معنی داری وجود دارد؛ اما بین دانشجویان دختر در رشته های مختلف تحصیلی از نظر قابلیت های کارآفرینی تفاوت معنی داری وجود ندارد. در این رابطه می توان اذعان داشت، دانشجویان دو دانشگاه قابلیت (ظرفیت ها) کارآفرینی یا خود کار آمدی رادر خود می بینند که این نوع ادراک شاید به دلیل ماهیت کاربردی بودن آموزش ها در دانشگاه علمی کاربردی واحد مازندران در مقایسه با دانشگاه مازندران برای رفتار کارآفرینانه از جانب دانشجویان علمی کاربردی بیشتر احساس می شود و وضوح دارد. نتایج به دست آمده در مورد سومین سؤال پژوهشی در خصوص قصد کارآفرینانه دانشجویان دو دانشگاه که قصد یا نیت یکی از بهترین عوامل پیشگو کننده رفتار به شمار می رود (لینان و همکاران). حاکی از آن است، نسبت قصد کارآفرینانه در گروه دانشگاه جامع علمی کاربردی بیش از دانشگاه مازندران است به نوعی که اختلاف معنی داری بین درصد های محاسبه شده مشاهده می شود که با نتایج پژوهش مورد اشاره در پیشینه پژوهش به شرح زیر مورد تطابق قرار گرفته است. ادا گورل و لونت آلتیانی و روبرتو دانیل (۲۰۰۹) با عنوان قصد کارآفرینانه دانشجویان تورسیم پژوهشی انجام دادند. این پژوهش رابطه بین ویژگی های کارآفرینی، زمینه اجتماعی – فرهنگی آنها و قصد کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه ها را در بریتانیا و ترکیه مورد بررسی قرار دهد. ۴۰۹ دانشجو برای اندازه گیری قصد کارآفرینانه، ویژگی های کارآفرینانه شامل گرایش به ریسک پذیری، خلاقیت، تحمل ابهام و مرکز کنترل و عوامل اجتماعی – فرهنگی مورد بررسی قرار گرفتند. دریافت ها نشان می دهد

که یک رابطه آماری مهم بین ابتکار، گرایش به ریسک پذیری، خانواده کارآفرین و قصد کارآفرینانه وجود دارد. در یافت ها نشان از آن دارد که تعداد قابل توجهی از دانشجویان دانشگاه مازندران بیشتر در فضای ادامه تحصیل قرار دارند و ورود به مقطع تحصیلات تکمیلی را در سر می پروراند اما در فضای دانشگاه جامع علمی کاربردی واحد مازندران ورود به دنیای کسب و کار و کارآفرینی برای دانشجویان قریب الوقوع تر به نظر می رسد. و تمایل زیادی دارند که داشته های دانشی و مهارتی خود را زودتر به بازار کار ببرند.

نتایج به دست آمده در مورد چهارمین سؤال پژوهشی در خصوص ترس از شکست دانشجویان دو دانشگاه، نسبت ترس از شکست کارآفرینانه در دانشگاه مازندران از گروه دانشگاه جامع علمی کاربردی واحد مازندران بیشتر است در این رابطه فیتزسیمونز و داگلاس بر این باورند متغیرهای وضعی مانند ترس از شکست سبب می شوند که افراد در فرآیند شکل گیری قصد کارآفرینانه، تمرکز بازدارنده را بپذیرند (فیتزامونس، ۲۰۱۰). با نتایج پژوهش مورد اشاره در پیشینه پژوهش به شرح زیر مورد تطابق قرار گرفته است: در آزمایش ماهون (۱۹۶۰) دانشجویان دارای اجتناب از شکست بالا در برآورد توانایی خود و توانایی لازم در مشاغل مختلف، بر طبق الگوی اتکینسون این افراد مشاغلی را ترجیح داده اند که احتمال شکست در آن ها کاملاً بالاست، چون توانایی آن را نداشتند. برعکس، افرادی که نیاز به پیشرفت در آن ها بالا و اضطراب از شکست پایین بوده، اغلب مشاغلی را انتخاب کرده بودند. به علاوه افرادی که نمره ترس از شکست در آن ها زیاد بود اغلب در ارزیابی توانایی خود دقت نداشتند. یعنی این افراد از انتخاب های واقع بینانه اجتناب می کردن زیرا گرایش منفی بیش تری نسبت به آن ها داشتند. به نظر می رسد این حکایت از این دارد که در گروه دانشجویان دانشگاه جامع علمی کاربردی واحد مازندران بین توانایی آن ها و توانایی لازم برای انجام فعالیت را که برآورد کرده بودند تفاوت وجود داشت. یعنی توانایی مورد نیاز برای

احراز مشاغل را در خود بیشتر احساس می کنند. و این ریشه در این مهم دارد که در یک مقایسه آنها از تجارب و مهارت بیشتری برخوردارند.

نتایج به دست آمده از پنجمین سؤال پژوهشی در خصوص کارآفرینی فرصت گرا دانشجویان دو دانشگاه، اینگونه است که نسبت فعالیت کارآفرینانه فرصت گرا در گروه دانشگاه جامع علمی کاربردی مازندران بیش از دانشگاه مازندران است با نتایج پژوهش مورد اشاره در پیشینه پژوهش به شرح زیر مورد تطابق قرار گرفته است. موضوع محوری علم کارآفرینی، فرصت های نوآورانه می باشد. فعالیت های کارآفرینی با نگاهی فرآیندی شامل: شناسایی ایده های (ایده یابی)، تشخیص و کشف فرصت، بهره برداری از فرصت و نهایتاً خلق ارزش می باشد. بارانی، (۱۳۸۷) پژوهشی با عنوان بررسی دلایل گرایش به کارآفرینی دانشجویان علمی - کاربردی کشاورزی (مطالعه موردی: استان کرمانشاه) انجام دادند. بر اساس یافته های این پژوهش آن هایی که رفتار کارآفرینانه را مطلوب درک می کنند و نگرش مثبتی به آن دارند افرادی هستند که توانایی دریافت و ادراک فرصت ها را خواهند داشت. اطلاعات به دست آمده حاکی از آن است که گروه دانشگاه جامع علمی کاربردی مازندران بیش از دانشگاه مازندران در شش ماه بعدی فرصت های خوبی برای راه اندازی کسب و کار در محل زندگی خودشان سراغ دارند. البته گروه دانشگاه جامع علمی کاربردی مازندران به لحاظ سنی از گروه دانشگاه مازندران بالاتر است از این رو، این مهم آنان را با تجربه تر می نمایاند، ضمن اینکه ارایه در س کارآفرینی به عنوان یک درس اجباری در این دانشگاه در توسعه این نگاه، یعنی فرصت گرایی این گروه بی تأثیر نباید باشد.

نتایج به دست آمده ششمین سؤال پژوهشی در خصوص کارآفرینی اجباری دانشجویان دو دانشگاه نشان از آن دارد که فعالیت کارآفرینانه اجباری در میان دانشجویان دانشگاه مازندران بیشتر از دانشجویان دانشگاه علمی کاربردی می باشد.

در ضمن نسبت کارآفرینی اجباری در دو گروه دانشگاه مازندران و دانشگاه علمی کاربردی یکسان نیست. که با نتایج پژوهش مورد اشاره در پیشینه پژوهش به شرح زیر مورد تطابق قرار گرفته است: اگر فردی، درک امکان پذیری کمتری داشته باشد ولی از درک مطلوبیت بیشتری برخوردار باشد. کماکان به کارآفرینی روی می آورد، برای این که به اندازه کافی دارای قصد کارآفرینانه خواهد بود. این فرد گرچه تمایل زیادی به کارآفرینی دارد ولی در واقع ایده ی کسب و کارش چندان امکان پذیر نبوده و یا توجیه نداشته است. لذا به طور اجتنابناپذیری وارد جرگه کارآفرینی شده است و او را می توان کارآفرین اجباری نامید. سرانجام هنگامی که، درک امکان پذیری و درک مطوبیت راه اندازی کسب و کار جدید برای فرد کم است، وارد جرگه کارآفرینی نشده و کماکان غیر کارآفرین باقی خواهد ماند (فیتز مونس، ۲۰۱۰). در این رابطه اطلاعات به دست آمده اینگونه می نمایاند که دانشجویان دانشگاه علمی کاربردی واحد مازندران کسب و کارشان امکان پذیر بوده و یا توجیه داشته است و در این زمینه به نظر می رسد تجربه بیشتر این گروه از دانشجویان به کمکشان آمده ضمن اینکه ارتباط نزدیک آنان با مدرسان کارآفرینی نیز مزید بر علت است.

نتایج به دست آمده در مورد هفتمین سؤال پژوهشی در خصوص مقایسه میزان تاثیر ادراکات کارآفرینانه بر فعالیت کارآفرینانه در دو دانشگاه، نشان از آن دارد که ادراکات کارآفرینانه در دانشگاه جامع علمی کاربردی قوی تر از دانشگاه مازندران است: در فرا گرد ادراک، هنگامی که شخص به احساسی توجه می کند برای نظم بخشیدن و طبقه بندی اطلاعات به صورت ادراکی معنی دار، تلاش آگاهانه را آغاز می کند. (رضاییان، ۱۳۸۶). بنابراین رفتارها، اقدامات و نگرش های فرد تحت تاثیر ادراکاتش می باشد (زالی و همکاران، ۱۳۸۷) که با نتایج پژوهش مورد اشاره در پیشینه پژوهش به شرح زیر مورد تطابق قرار گرفته است.

نتایج به دست آمده در مورد هشتمین سؤال پژوهشی در خصوص مقایسه میزان تاثیر گرایشات کارآفرینانه بر فعالیت کارآفرینانه در دو دانشگاه نشان از آن دارد که گرایشات کارآفرینانه در دانشگاه جامع علمی کاربردی قوی تر از دانشگاه مازندران است که با نتایج پژوهش مورد اشاره در پیشینه پژوهش به شرح زیر مورد تطابق قرار گرفته است. این تحقیق با جامعه آماری ۲۶۴ نفر و حجم نمونه ۱۵۶ نفر این نتایج به دست آمده است حاکی از آن بود رفتار کارآفرینی در بین دانشجویان در حد متوسط قرار داشت. در حالی که این میزان در بین دانشجویان رشته های مختلف، متفاوت بود ولی بین دانشجویان دختر و پسر ورودی های مختلف چندان وجود نداشت. نظر به شرایط ویژه دانشجویان در دانشگاه جامع علمی کاربردی توجه به متغیرهای سن که به لحاظ سنی مسن تر، برخورداری از تجربه های شخصی بیشتر، سیاستهای دانشگاه جامع بر ارایه اجباری درس کارآفرینی، حضور مدرسان و مربیان کارآفرینی گرایش به کارآفرینی را قوی تر می نمایند.

نتایج به دست آمده در مورد نهمین سؤال پژوهشی در خصوص تأثیر «ادراکات کارآفرینانه» بر «فعالیت های کارآفرینانه» دانشجویان، حاکی از آن است که ادراکات کارآفرینانه بر «فعالیت های کارآفرینانه» دانشجویان تأثیر متوسطی دارد. با نتایج پژوهش مورد اشاره در پیشینه پژوهش به شرح زیر مورد تطابق قرار گرفته است حوریه مرادی، شعبانعلی فمی (۱۳۸۹) با هدف شناسایی قابلیت های کارآفرینی دانشجویان دختر رشته کشاورزی این تحقیق را به اجرا در آوردند. یافته ها نشان داد که در بین دانشجویان در مقاطع مختلف تحصیلی و مهارت انگیزه پیشرفت و نیز بین قابلیت انگیزه پیشرفت دانشجویان در سالهای مختلف تحصیلی و هم چنین بین شغل والدین دانشجویان و قابلیت های کارآفرینی آن ها تفاوت معنی داری وجود دارد؛ اما بین دانشجویان دختر در رشته های مختلف تحصیلی از نظر قابلیت های کارآفرینی تفاوت معنی داری وجود ندارد و نیز بین میزان تحصیلات والدین و قابلیت های

کارآفرینی دانشجویان رابطه معنی داری وجود ندارد. ثانی (۱۳۸۷)، در پژوهشی با عنوان ارزیابی کارآفرینی دانشجویان به منظور توان سنجی کارآفرینی دانشجویان علمی – کاربردی نتایج نشان داد که ۴ درصد متمایل به کارآفرینی می باشند که در صورت برنامه ریزی آموزشی لازم و فراهم نمودن زیرساخت های مورد نیاز می توانند در آیند جزء کارآفرین های بخش کشاورزی قرار گیرند. نظر به یافته پژوهشی که ادراکات کارآفرینانه بر «فعالیت های کارآفرینانه» دانشجویان دو دانشگاه مازندران و علمی کاربردی واحد مازندران تأثیر متوسطی دارد، اینگونه استنباط می گردد که عوامل ناشناخته دیگری در فعلیت های کارآفرینانه دانشجویان دو دانشگاه تأثیر دارد، که قابل بررسی می باشد.

نتایج به دست آمده در مورد دهمین سؤال پژوهشی در خصوص تأثیر «گرایشات کارآفرینانه» بر «فعالیت های کارآفرینانه» دانشجویان، حاکی از آن است که گرایشات کارآفرینانه بر «فعالیت های کارآفرینانه» دانشجویان تأثیر کمی دارد. گرایش کارآفرینانه فرآیندها، اقدامات و فعالیتهای تصمیم گیری هستند که منجر به یک ورود جدید می شوند. گرایش کارآفرینانه معیار اندازه گیری تمایل به کارآفرینی یک کسب و کار میباشد. نتایج به دست آمده با نتایج پژوهش مورد اشاره در پیشینه پژوهش به شرح زیر مورد تطابق قرار گرفته است. مقدم (۱۳۸۸) پژوهشی با عنوان ارزیابی مقایسه ای نگرش های کارآفرینانه دانشجویان نتایج این تحقیق نشان می دهد نگرش دانشجویان مدیریت کارآفرینی نسبت به ویژگی های شخصیتی کارآفرینی پس از دو سال بهبود یافته است. نگرش دانشجویان ترم آخر برق و دانشجویان ترم اول برق نسبت به ویژگی های روانشناختی کارآفرینی از تفاوت معناداری برخوردار نیستند. مقایسه دانشجویان ترم آخر مدیریت کارآفرینی و دانشجویان ترم آخر برق، از وضعیت بهتر دانشجویان ترم آخر مدیریت کارآفرینی در شاخص ریسک پذیری نشان دارد. نظر به یافته پژوهشی که گرایشات کارآفرینانه بر «فعالیت های کارآفرینانه»

های کسب و کار دانشجویان به صورت جدی تری وارد شوند که دانشگاه مازندران و دانشگاه علمی کاربردی نیز از این قاعده مستثنی نیستند. بهره گیری از استاتید و مربیان برخوردار از مهارت های فنی بازار پسند در امر تدریس، در انتشار و تحقق باورمندی به مهارت و دانش لازم برای آغاز کسب و کار در میان دانشجویان موثر خواهد بود.

- در راستای گرایش به کارآفرینی و توسعه قصد کارآفرینانه، برگزاری جشنواره های کارآفرینی دانشجویی و همچنین آشنایی با زندگی کارآفرینان و فرازاها و فرودهای کسب و کار آنان در تسریع گرایش به رفتارهای کارآفرینانه آنان تأثیر به سزایی خواهد داشت.

- به منظور توسعه فعالیت های کارآفرینانه با ایجاد مراکز مشاوره کارآفرینی و کلینیک های اشتغال در دانشگاه مازندران و دانشگاه علمی کاربردی به عنوان یک اولویت جدی برای دانشجویانی که قبلاً شاغل بوده اند، با تمهیداتی زمینه را برای تشخیص فرصت و انگیزه بهره برداری از فرصت های کسب و کار آنان فراهم آورد.

پیشنهادهایی برای محققین بعدی:

- انجام پژوهش برای سالهای آتی در همین دو دانشگاه به منظور مقایسه یافته ها و نتایج.

- انجام پژوهش در باره عوامل موثر بر درک فرصت کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه مازندران و دانشگاه علمی کاربردی واحد مازندران.

- انجام پژوهش در باره عوامل موثر بر درک قابلیت کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه مازندران و دانشگاه علمی کاربردی واحد مازندران.

- انجام پژوهش در باره عوامل موثر بر درک قابلیت کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه مازندران و دانشگاه علمی کاربردی واحد مازندران.

دانشجویان تأثیر کمی دارد، اینگونه استنباط می گردد که عوامل ناشناخته دیگری در فعالیت های کارآفرینانه دانشجویان دو دانشگاه تأثیر دارد، که قابل بررسی می باشد.

اجرای پژوهشهایی این چنین، مستلزم برخورداری از زمان و اعتبار پولی لازم می باشد. به ویژه انجام مصاحبه وقت بسیار زیادی را می طلبد. هم چنین تعامل با مصاحبه شوندگان دختر به لحاظ فرهنگی از دیگر محدودیت ها در راستای عملیاتی نمودن این پژوهش به شمار می آید.

برپایه یافته های پژوهشی و در چارچوب آنها پیشنهادهای اجرایی زیر ارائه می گردد:

- در راستای گسترش ادراکات، گرایش ها و فعالیت های کارآفرینانه، این دودانشگاه باید فرهنگ کارآفرینانه را در خود نهادینه کنند. در این رابطه می توان گفت که در دانشگاه مازندران نیز مانند دانشگاه علمی کاربردی درس کارآفرینی باید به صورت یک درس اجباری ارائه شود.

- در توسعه ادراکات کارآفرینانه دانشجویان در دانشگاه علمی کاربردی از دانش آموختگان رشته کارآفرینی برای تدریس درس کارآفرینی استفاده گردد یا حداقل کسانی که دوره تربیت مربی کارآفرینی را در مراکز معتبر سپری نموده اند تا درک فرصت های مناسب برای شروع یک کسب و کار در محلی که دانشجویان در آن زندگی می کنند به صورت عالمانه تر بیان، نشان داده و تشریح شود.

- به منظور توسعه درک فرصت های کارآفرینانه، برگزاری دوره های تخصصی آموزش تشخیص فرصت های کسب و کار، همچنین برپایی نمایشگاه های مشاغل، فن بازارها برای دانشجویان دو دانشگاه از سوی معاونت فرهنگی و دانشجویی آن دانشگاه ها الزامی خواهد بود.

- به منظور توسعه درک قابلیت های کارآفرینانه دانشجویان، ایجاد و توسعه دانشگاه های مهارت مدار در کنار دانشگاههای دانش مدار امری لازم است. دانشگاه ها می توانند انعطاف لازم را در ساختار خود ایجاد کنند تا در جهت توسعه مهارت

رضاییان، ع. (۱۳۸۶). مبانی مدیریت رفتار سازمانی. تهران: سمت.

سرمد، ز.، بازرگان، ع.، و حجازی، الهه. (۱۳۸۷). روش‌های تحقیق در علوم رفتاری. تهران: انتشارات آگاه.

ساروخانی، ب. (۱۳۸۳). روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.

مقدم، م. (۱۳۸۸). ارزیابی مقایسه‌ای نگرش‌های کارآفرینانه دانشجویان.

مرادی، ح.، و فمی، ش. (۱۳۸۹). شناسایی قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان دختر رشته کشاورزی.

مومنی، م. (۱۳۸۹). تحلیل داده‌های آماری با استفاده از SPSS. تهران: کتاب نو.

یداللهی، ج. (۱۳۸۸). جزوه درسی تحلیل محیط کسب و کار. تهران: دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران.

زالی، م. ر.، و رضوی، س. م. (۱۳۸۷). پژوهشی در زمینه: موانع توسعه کارآفرینی در ایران. دانشکده کارآفرینی تهران، ۳۶.

Baltaci, A. (2017). A comparison of Syrian migrant students in Turkey and Germany: Entrepreneurial tendencies and career expectations. *European Journal of Educational Research*, 6(1), 15–27.

Bohlmann, C., Rauch, A., & Zacher, H. (2017). A lifespan perspective on entrepreneurship: Perceived opportunities and skills explain the negative association between age and entrepreneurial activity. *Frontiers in Psychology*, 8, 2015. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.02015>

Cho, B. (1998). Study of the effective entrepreneurship education method and

انجام پژوهش در باره عوامل موثر بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه مازندران و دانشگاه علمی کاربردی واحد مازندران.

انجام پژوهش در باره شبکه اجتماعی کارآفرینی دانشجویان دانشگاه مازندران و دانشگاه علمی کاربردی واحد مازندران.

انجام پژوهش در باره عوامل موثر برگرایش کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه مازندران و دانشگاه علمی کاربردی واحد مازندران.

انجام پژوهش در باره موانع توسعه کارآفرینی در دانشگاه ها.

ملاحظات اخلاقی: کلیه اصول اخلاق در پژوهش، همچنین امانت‌داری علمی در استفاده از منابع، استنادها و ارجاعات موردتوجه قرار گرفته و رعایت شده است.

تعارض منافع: نویسندگان اعلام می‌دارند که تدوین و انتشار این مقاله فاقد هرگونه تعارض منافع بوده است.

سهم نویسندگان: نگارش و تدوین مقاله به‌صورت مشترک و با مشارکت برابر تمامی نویسندگان انجام شده است.

تشکر و قدردانی: بدین‌وسیله از تمامی افرادی که در تهیه و تکمیل این مقاله همکاری و مساعدت داشته‌اند، قدردانی می‌شود.

تأمین اعتبار پژوهش: این پژوهش بدون دریافت هرگونه حمایت یا تأمین مالی انجام شده است.

فهرست منابع

آذر، ع.، و مومنی، م. (۱۳۸۸). آمار و کاربرد آن در مدیریت (تحلیل آماری). جلد دوم. تهران: سمت.

بارانی، ش.، زرافشانی، ز.، و زرافشانی، ک. (۱۳۸۷). بررسی دلایل گرایش به کارآفرینی دانشجویان علمی-کاربردی کشاورزی (مطالعه موردی: استان کرمانشاه).

حسن‌زاده، ر.، و مداح، م. (۱۳۸۹). نشر ویرایش.

- Özcan, E., & Balim, A. G. (2021). The effect of socio-scientific argumentation method on students' entrepreneurship perceptions. *Participatory Educational Research*, 8(1), 309–321. <https://doi.org/10.17275/per.21.18.8.1>
- Sahai, R., & Frese, M. (2019). If you have a hammer, you only look for nails: The relationship between the Einstellung effect and business opportunity identification. *Journal of Small Business Management*, 57(3), 927–942. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12346>
- Shahab, Y., Chengang, Y., Arbizu, A. D., & Haider, M. J. (2019). Entrepreneurial self-efficacy and intention: do entrepreneurial creativity and education matter? *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(2), 259–280.
- Su, J., Zhai, Q., & Karlsson, T. (2017). Beyond red tape and fools: institutional theory in entrepreneurship research, 1992-2014. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 41(4), 505-531.
- Wales, W. J., Covin, J. G., & Monsen, E. (2020). Entrepreneurial orientation: The necessity of a multilevel conceptualization. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 14(4), 639–660. <https://doi.org/10.1002/sej.1344>
- its process. *Business Education Research*, 2(1), 27-47.
- Dawson, C., & Henley, A. (2012). “Push” versus “pull” entrepreneurship: an ambiguous distinction?. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 18(6), 697-719.
- Dickson, P. H., Solomon, G. T., & Weaver, K. M. (2008). Entrepreneurial selection and success: does education matter? *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(2), 239-258.
- Eijdenberg, E. L., Thompson, N. A., Verduijn, K., & Essers, C. (2019). Entrepreneurial activities in a developing country: an institutional theory perspective. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(3), 414–432. <https://doi.org/10.1108/ijebr-12-2016-0418>
- Essel, E. O., Min, W., Essel, C. H., & Dumor, K. (2020). Unemployment blues: Analysis of the dual mediating effects of knowledge and perception on entrepreneurial intentions in the environment. *SAGE Open*, 10(3), 215824402093621.
- Fitzsimmons, J., & Douglas, E. (2005). Entrepreneurial attitudes and entrepreneurial intention: A cross-cultural study of potential Entrepreneurs in India, China, Thailand and Australia. Brisbane graduate school of business, Queensland university of technology.
- Mhlanga, U. (2019). Entrepreneurial intention in the public service of South Africa. Nelson Mandela University.