



Volume 5, Issue 3, 2024

An Examination of the Mediating Role of Entrepreneurial Capacities in the Effect of Entrepreneurship Education on Students' Entrepreneurial Intentions

Mehdi Jannati^{*1}

1. M.Sc., Department of New Business Management (Entrepreneurship Concentration), Sari Branch, Islamic Azad University, Sari, Iran. (Corresponding Author) Email: m.jannati1174@gmail.com

ARTICLE INFORMATION

Type of Article:

Original Research

Pages: 14-27

Corresponding Author's Info

Email:

m.jannati1174@gmail.com

Keywords:

*Entrepreneurial Capacities,
Entrepreneurship Education,
Entrepreneurial Intentions,
University Students.*

ABSTRACT

The primary objective of this study is to investigate the mediating role of entrepreneurial capacities in the impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial intentions of students at Islamic Azad University, Mazandaran Province. In terms of purpose, this research is applied, and regarding data collection, it is a descriptive-survey study. The statistical population comprises all management students of Islamic Azad Universities in Mazandaran Province, totaling 2,565 individuals. Based on the Cochran formula, a sample of 335 individuals was selected using convenience random sampling. To measure the variables, a standard questionnaire (Zhao & Lee, 2020) was utilized. The content validity of this instrument was confirmed by the academic supervisor. Furthermore, the reliability was assessed using Cronbach's alpha, yielding a coefficient of 0.841, indicating acceptable reliability. After data collection, the information was analyzed using SPSS and SmartPLS4 software through structural equation modeling. The results indicate that entrepreneurship education has a positive and significant effect on both entrepreneurial capacities and entrepreneurial intentions of students. Additionally, the findings reveal that entrepreneurial capacities exert a positive and significant effect on students' entrepreneurial intentions. Consequently, the mediating role of entrepreneurial capacities in the relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions is confirmed. Therefore, offering entrepreneurship training courses can serve as an effective strategy to strengthen individual capacities and foster entrepreneurial intentions among students, warranting special attention from educational policymakers.



This is an open access article under the CC BY license. © 2024 The Authors.

How to Cite This Article: Jannati, M. (2024). An Examination of the Mediating Role of Entrepreneurial Capacities in the Effect of Entrepreneurship Education on Students' Entrepreneurial Intentions. *Management, Economics and Entrepreneurship Studies*, 5(3): 14-27. doi: 10.22034/jmek.2024.461085.1139



فصلنامه مطالعات مدیریت، اقتصاد و کارآفرینی

فصلنامه مطالعات مدیریت، اقتصاد و کارآفرینی

www.JMEK.ir

دوره ۵، شماره ۳، پاییز ۱۴۰۳

بررسی نقش میانجی ظرفیت‌های کارآفرینی در تأثیر آموزش کارآفرینی بر نیت کارآفرینانه دانشجویان

مهدی جنتی^{*}

۱. کارشناس ارشد، گروه مدیریت کسب و کار جدید، گرایش کارآفرینی، واحد ساری، دانشگاه آزاد اسلامی، ساری، ایران.

چکیده

هدف از این پژوهش، بررسی نقش میانجی ظرفیت‌های کارآفرینی در تأثیر آموزش کارآفرینی بر نیت کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی استان مازندران است. این تحقیق از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش گردآوری داده‌ها، توصیفی-پیمایشی از نوع همبستگی است. جامعه آماری پژوهش را کلیه دانشجویان رشته‌های مدیریت دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان مازندران تشکیل می‌دهند که تعداد آن‌ها ۲۵۶۵ نفر می‌باشد. بر اساس فرمول کوکران، حجم نمونه ۳۳۵ نفر تعیین و از روش نمونه‌گیری تصادفی در دسترس استفاده شد. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه استاندارد بوده و روایی محتوایی آن به تأیید اساتید راهنما و مشاور رسید. همچنین، پایایی پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۴۱ محاسبه گردید که نشان‌دهنده پایایی قابل قبول ابزار است. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزارهای SPSS و SmartPLS4 و تکنیک مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شده است. نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌ها حاکی از آن است که آموزش کارآفرینی بر ظرفیت‌های کارآفرینی و نیت کارآفرینانه دانشجویان تأثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین، یافته‌ها نشان داد که ظرفیت‌های کارآفرینی نیز بر نیت کارآفرینانه دانشجویان تأثیر مثبت و معنادار دارد و نقش میانجی ظرفیت‌های کارآفرینی در رابطه بین آموزش کارآفرینی و نیت کارآفرینانه به طور کامل تأیید می‌گردد. بر این اساس، ارائه دوره‌های آموزشی کارآفرینی می‌تواند به عنوان راهکاری مؤثر و عملی در جهت تقویت ظرفیت‌های فردی و شکل‌گیری نیت کارآفرینانه در بین دانشجویان مورد توجه ویژه سیاست‌گذاران آموزشی قرار گیرد.

اطلاعات مقاله

نوع مقاله: پژوهشی

صفحات: ۲۷-۱۴

اطلاعات نویسنده مسئول

ایمیل:

m.jannati1174@gmail.com

سابقه مقاله:

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۳/۱۷

تاریخ ویرایش: ۱۴۰۳/۰۵/۱۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۶/۲۳

تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۰۷/۰۱

واژگان کلیدی:

ظرفیت‌های کارآفرینی، آموزش کارآفرینی، نیت کارآفرینانه، دانشجویان.



۱- مقدمه

کارآفرینی به عنوان موتور محرکه و چرخنده اصلی اقتصاد هر کشوری شناخته می شود و بررسی عوامل مؤثر بر آن همواره در کانون توجه پژوهشگران، اقتصاددانان و سیاست گذاران قرار داشته است (شایسته و همکاران، ۱۴۰۲). در هزاره سوم، گذار از اقتصادهای سنتی به اقتصادهای دانش بنیان، نقش کارآفرینی را بیش از پیش برجسته ساخته است. در سال های اخیر، موضوع آموزش کارآفرینی به دلیل نقش بی بدیل آن در توسعه جوامع، مورد توجه ویژه ای قرار گرفته است. عمده ترین دلیل این اقبال عمومی آن است که افزایش تعداد کارآفرینان در سطح جامعه، نه تنها به کاهش معضلات بنیادینی نظیر بیکاری، فقر و توزیع نامتقارن ثروت کمک می کند، بلکه موجبات ارتقای سطح کیفی زندگی و توسعه متوازن منطقه ای را نیز فراهم می آورد (مختاری بایع کلایی و کهن قاضیانی، ۱۴۰۲).

سالانه هزاران کسب و کار جدید در سراسر جهان راه اندازی می شوند؛ به همین دلیل، دولت ها و نهادهای آموزشی، سرمایه گذاری های کلان و توجه ویژه ای را به این حوزه معطوف داشته اند. از منظر آکادمیک، اگرچه مطالعات متعددی بر روی ویژگی های شخصیتی و رفتاری کارآفرینان انجام شده است، اما ادبیات پژوهشی در خصوص سازه پیش بینی کننده «نیات کارآفرینانه» در میان دانشجویان ایرانی همچنان با کمبود منابع غنی و بومی مواجه است. در این راستا، دو دیدگاه عمده وجود دارد؛ دیدگاه نخست معتقد است که کارآفرینان، ذاتاً کارآفرین متولد می شوند، در حالی که دیدگاه دوم استدلال می کند که کارآفرینان در بستر زمان و تحت تأثیر شرایط محیطی و آموزشی پرورش می یابند. با وجود اینکه توسعه و ترویج کارآفرینی از مجرای آموزش همواره با چالش های متعددی همراه بوده و پژوهش های اختصاصی در این زمینه هنوز در مراحل اکتشافی قرار دارند (لینان و فایول، ۲۰۱۵)، اما ضرورت های اقتصادی باعث شده تا منابع مالی و انسانی بیشتری به برنامه های آموزشی اختصاص یابد. چنین اقداماتی

موجب ترغیب سرمایه گذاران برای ورود به این اکوسیستم شده و در نتیجه، ارزیابی اثربخشی، فایده و کارآمدی این برنامه ها به یکی از دغدغه های اصلی مؤسسات آموزشی، سازمان های دولتی و سرمایه گذاران تبدیل شده است (سیمین پور و صدیقی، ۱۴۰۲).

بررسی ادبیات موضوع نشان می دهد که بخش عمده ای از مطالعات پیشین و نظریه های پایه در کشورهای غربی تدوین و آزمون شده اند. علیرغم افزایش توجه جهانی به این مقوله و جهانی شدن مفهوم کارآفرینی، تعداد مقالات و پژوهش های تجربی مرتبط با آموزش کارآفرینی در کشورهای آسیایی و در حال توسعه، در مقایسه با هم تایان غربی خود بسیار کم رنگ تر است (وو و وو، ۲۰۰۸). در کشور ایران نیز با عنایت به تأکیدات مکرر بر توسعه بخش خصوصی و اهمیت حیاتی شرکت های کوچک و متوسط، توجه به کارآفرینی دوجندان شده است. در سال های اخیر، با درک عمیق تر تأثیرات شگرف کارآفرینی بر شاخص های اقتصادی، دولت ها رویکرد جدی تری نسبت به تقویت این حوزه اتخاذ کرده اند؛ رویکردی که در آن، گنجانیدن سرفصل های آموزش کارآفرینی در برنامه های درسی و فرآیندهای یادگیری دانشگاه ها از بیشترین تأکید برخوردار است (نگوین و همکاران، ۲۰۲۰؛ هوانگ و همکاران، ۲۰۲۰).

با این وجود، کانون تمرکز اغلب پژوهش های حوزه کارآفرینی، فرآیندهای عملیاتی راه اندازی کسب و کار بوده است که مرحله ای پس از تصمیم گیری محسوب می شود. این تمرکز افراطی، موجب غفلت پژوهشگران از مرحله حساس «تصمیم گیری» شده است. این در حالی است که پیش از هرگونه اقدام عملی و تزریق سرمایه، باید مرحله شناختی تصمیم گیری و شکل گیری نیت در افراد تقویت و هدایت شود. اینکه یک دانشجو در میان گزینه های شغلی متعدد در بازار کار، ادامه تحصیل در مقاطع بالاتر، یا مهاجرت، نهایتاً مسیر پرچالش راه اندازی یک کسب و کار مستقل را برمیگزیند، ریشه در همین مرحله تصمیم گیری و باورهای درونی او دارد. بر مبنای پژوهش

موریانو و گورگی‌وسکی (۲۰۱۰)، اهمیت شناسایی عواملی که منجر به اتخاذ تصمیم برای رفتار کارآفرینانه می‌شوند، بسیار بیشتر از صرف شناسایی فرد تصمیم‌گیرنده است. از آنجا که فعالیت کارآفرینانه یک اقدام کاملاً آگاهانه و داوطلبانه است، تحلیل دقیق روند تصمیم‌گیری می‌تواند به درک عمیق‌تر این پدیده کمک شایانی نماید (سیمین‌پور و صدیقی، ۱۴۰۲).

برای آنکه این جنبش اقتصادی در مسیر درست و پایداری توسعه یابد و از اتکای صرف به منابع طبیعی فاصله گیرد، نیاز به انجام تحقیقات بیشتر و بومی‌سازی شده به‌طور فزاینده‌ای احساس می‌شود. در بافتار ایران، تنها مطالعات معدودی به بررسی آموزش کارآفرینی با تکیه بر ظرفیت‌های کارآفرینی به عنوان یک سازه کلیدی پرداخته‌اند. به‌ندرت پژوهشی یافت می‌شود که به‌طور اختصاصی به واکاوی نقش آموزش کارآفرینی در شکل‌گیری و توسعه نیت کارآفرینانه دانشجویان، با در نظر گرفتن نقش میانجی و واسطه‌ای «ظرفیت‌های کارآفرینی» در رابطه میان آموزش و نیت پرداخته باشد. از این‌رو، مطالعه حاضر با هدف پر کردن این شکاف پژوهشی عمیق و ارائه شواهدی تجربی در بافتار دانشگاه‌های ایران انجام شده است تا مشخص گردد چگونه مداخلات آموزشی می‌توانند از طریق ارتقای ظرفیت‌های درونی، به خلق نیت پایدار کارآفرینانه منجر شوند.

۲. چارچوب نظری و پیشینه تحقیق

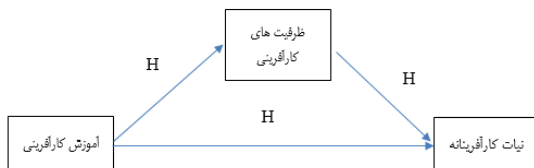
در طول دهه‌های گذشته، کارآفرینی به‌عنوان نیروی محرکه اصلی پیشرفت اقتصادی و اجتماعی در بسیاری از کشورهای جهان ظهور کرده و توجه بسیاری از محققان، اقتصاددانان و سیاست‌گذاران عمومی را به خود جلب کرده است (پژیک باخ و همکاران، ۲۰۱۸). در پرتو این امر، آموزش کارآفرینی به‌طور فزاینده‌ای مورد بررسی قرار گرفته است، زیرا انتظار می‌رود آموزش مناسب و عملی باعث تقویت نیت و رفتار کارآفرینانه در بین جوانان شود (هوانگ و همکاران، ۲۰۲۰). با این وجود، نتایج به‌دست‌آمده در ادبیات پژوهش یکدست نیستند. در حالی

که اکثر مطالعات تجربی نشان می‌دهند که آموزش کارآفرینی بر اهداف و نیت کارآفرینی تأثیر مستقیم و معناداری می‌گذارد (هوبر و همکاران، ۲۰۱۴؛ والتر و بلاک، ۲۰۱۶؛ وو و وو، ۲۰۰۸)، برخی از نویسندگان ادعاهای متفاوتی دارند (نبی و همکاران، ۲۰۱۸؛ اوزارالی و ریونبرگ، ۲۰۱۶). این تناقضات، پژوهشگران را به این سمت سوق داده است که ماهیت رابطه بین این دو عامل را پیچیده‌تر و غیرمستقیم بدانند و نقش متغیرهای میانجی را در این بین پررنگ‌تر کنند (نگوین و همکاران، ۲۰۲۳؛ لی و وو، ۲۰۲۰؛ شوز و همکاران، ۲۰۲۱؛ اندو بهری، ۲۰۲۰).

در این میان، «ظرفیت‌های کارآفرینی» به‌عنوان یکی از سازه‌های کلیدی و ملزومات انجام فعالیت‌های کارآفرینانه شناخته می‌شود. ظرفیت کارآفرینی به مجموعه‌ای از توانمندی‌ها، دانش، بینش و مهارت‌هایی اشاره دارد که فرد را برای شناسایی فرصت‌ها، مدیریت ریسک، تخصیص بهینه منابع و راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید آماده می‌سازد. از منظر تئوریک، آموزش کارآفرینی تنها به انتقال دانش محدود نمی‌شود، بلکه با ایجاد تغییرات شناختی و تقویت خودکارآمدی، ظرفیت‌های فردی را برای مواجهه با عدم قطعیت‌های محیطی ارتقا می‌دهد. وقتی دانشجویان از طریق دوره‌های آموزشی با مفاهیم بازار، مدل‌های کسب‌وکار و استراتژی‌های رقابتی آشنا می‌شوند، ترس آن‌ها از شکست کاهش یافته و تمایل به کارآفرینی در آن‌ها تقویت می‌گردد. از سوی دیگر، «نیت کارآفرینانه» به‌عنوان پیش‌نیاز رفتار کارآفرینی، حالتی ذهنی و شناختی است که منجر به تصمیم‌گیری آگاهانه برای کارآفرین بودن و خلق کسب‌وکار جدید می‌شود. بر اساس نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده (آرژن)، چارچوب معتبری برای تحلیل و اندازه‌گیری چگونگی تأثیر برنامه‌های آموزشی بر نگرش‌ها، هنجارهای ذهنی و در نهایت نیت کارآفرینی فراهم می‌شود (آلولو، ۲۰۱۶). استفاده از مدل‌های مبتنی بر نیت، ابزاری مناسب برای توضیح و تفسیر شکل‌گیری نیت فعالیت‌های

استانزین و همکاران (۲۰۲۰) نشان دادند که یادگیری در رابطه بین قصد کارآفرینانه و عملکرد، به‌طور جزئی نقش میانجی را ایفا می‌کند. باربا و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهشی تأثیر مثبت آموزش کارآفرینی بر اهداف کارآفرینی را تأیید کردند. همچنین، الغ بولو (۲۰۱۷) نشان داد که آموزش منجر به افزایش ظرفیت در اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه کارآفرینی دانشجویان شده است. این همسویی نتایج در بافتارهای مختلف جغرافیایی و فرهنگی، نشان‌دهنده جهان‌شمول بودن تأثیر آموزش بر تغییر نگرش‌ها و ارتقای ظرفیت‌های ذهنی و عملی افراد برای ورود به دنیای کارآفرینی است.

با توجه به مبانی نظری و پیشینه پژوهش مرور شده، مشخص می‌گردد که آموزش کارآفرینی می‌تواند با ارتقای ظرفیت‌های درونی دانشجویان، بستر لازم برای شکل‌گیری نیت کارآفرینانه را فراهم آورد. بر این اساس، مدل مفهومی پژوهش بر پایه مدل انگوین و انگوین (۲۰۲۳) ترسیم شده است که جایگاه آن در متن اصلی به شرح زیر است:



شکل ۱- مدل مفهومی تحقیق (منبع: انگوین و انگوین، ۲۰۲۳)

بر مبنای این مدل و ادبیات پژوهش، فرضیه‌های تحقیق به شرح زیر تدوین می‌گردند:

فرضیه اول: آموزش کارآفرینی بر نیت کارآفرینانه دانشجویان تأثیر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه دوم: آموزش کارآفرینی بر ظرفیت‌های کارآفرینی دانشجویان تأثیر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه سوم: ظرفیت‌های کارآفرینی بر نیت کارآفرینانه دانشجویان تأثیر مثبت و معناداری دارد.

کارآفرینی است و به بررسی اثر برنامه‌های آموزش عالی (اعم از آکادمیک و غیرآکادمیک) کمک شایانی می‌کند.

مرور پیشینه پژوهش نشان می‌دهد که مطالعات متعددی در داخل و خارج از کشور به بررسی ابعاد مختلف آموزش و نیت کارآفرینانه پرداخته‌اند. در زمینه مطالعات داخلی، سیمین‌پور و صدیقی (۱۴۰۲) در تحقیقی بیان کردند که آموزش‌های کارآفرینی و نوآوری می‌تواند به‌عنوان یکی از راه‌حل‌های اساسی بحران بیکاری دانش‌آموختگان آموزش عالی در ایران مورد استفاده قرار گیرد. مختاری بایع کلایی و کهن قاضیانی (۱۴۰۲) نشان دادند که آموزش کارآفرینی از طریق متغیر میانجی ذهنیت کارآفرینانه بر قصد کارآفرینانه تأثیر غیرمستقیم و معناداری دارد و توانسته ۳۵ درصد از تغییرات متغیر قصد کارآفرینانه را تبیین نماید. نتایج تحقیق شایسته و همکاران (۱۴۰۲) نیز حاکی از تأثیر مثبت و معنادار مدیریت دانش بر خودکارآمدی کارآفرینی بود و نشان داد که رهبری کارآفرینانه در رابطه بین مدیریت دانش و خودکارآمدی کارآفرینی نقش میانجی را ایفا می‌کند. همچنین، علایی و همکاران (۱۴۰۲) نشان دادند که در گروه صنعتی ایران خودرو، قابلیت کارآفرینی بر تولید پاک و مزیت رقابتی پایدار تأثیر مثبت و معناداری دارد. فریدون آزما و همکاران (۱۴۰۱) نیز در پژوهشی به طراحی الگوی کارآفرینی دانشگاهی قابلیت‌محور پرداختند و نشان دادند که پیامدهای آن شامل بهبود تجاری‌سازی یافته‌های دانشگاهی، ایجاد مراکز رشد و اشتغال‌زایی مبتنی بر روحیه کارآفرینی در بین مدیران، کارکنان و دانشجویان می‌شود.

در حوزه مطالعات خارجی، انگوین و انگوین (۲۰۲۳) در تحقیقی تأیید کردند که ظرفیت کارآفرینی دانشجویان به‌عنوان یک میانجی جزئی در رابطه بین آموزش کارآفرینی و مقاصد کارآفرینی آن‌ها عمل می‌کند. ژائو و همکاران (۲۰۲۲) بیان کردند که آموزش کارآفرینی تأثیر مثبتی بر درآمد فروش سرمایه‌گذاری جدید، سود قبل از مالیات و تعداد کارکنان دارد.

۳. روش تحقیق

پارادایم حاکم بر این تحقیق، پارادایم اثبات‌گرا و رویکرد آن کمی (قیاسی) است. روش مورد استفاده در این پژوهش، توصیفی-پیمایشی از نوع همبستگی بوده و شیوه گردآوری داده‌ها مبتنی بر ابزار پرسشنامه استاندارد می‌باشد. انتخاب این روش به این دلیل است که پژوهشگر به دنبال توصیف دقیق ویژگی‌های جامعه آماری و بررسی روابط علی و معلولی بین متغیرهای پژوهش بدون دستکاری در محیط طبیعی آن‌ها است. جامعه آماری این پژوهش را کلیه دانشجویان رشته‌های مدیریت دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان مازندران تشکیل می‌دهند. بر اساس آمارهای رسمی ثبت‌شده، تعداد کل اعضای این جامعه ۲۵۶۵ نفر برآورد شده است.

جهت تعیین حجم نمونه، با توجه به محدود و مشخص بودن حجم جامعه آماری، از فرمول کوکران استفاده گردید. در این فرمول، با در نظر گرفتن سطح اطمینان ۹۵ درصد (مقدار Z برابر با ۱/۹۶)، حداکثر واریانس ممکن ($p=0/5$ و $q=0/5$) و خطای برآورد ۰/۰۵، تعداد ۳۳۵ نفر به عنوان حجم نمونه نهایی محاسبه و انتخاب شدند. روش نمونه‌گیری در این مطالعه، روش تصادفی در دسترس بوده است. در این روش، پژوهشگر پرسشنامه‌ها را در بین دانشجویانی که دسترسی به آن‌ها امکان‌پذیر بود و مایل به همکاری بودند، توزیع نمود تا با حداقل هزینه و زمان، به داده‌های مورد نیاز و قابل اعتماد دست یابد و تعمیم‌پذیری نتایج در چارچوب جامعه آماری مشخص، حفظ گردد.

ابزار اصلی گردآوری داده‌ها در این پژوهش، پرسشنامه استاندارد طراحی‌شده توسط ژو و لی (۲۰۲۰) است که به‌طور ویژه برای سنجش متغیرهای آموزش کارآفرینی، ظرفیت‌های کارآفرینی و نیت کارآفرینانه تدوین شده است. این پرسشنامه شامل ابعاد و گویه‌های مشخصی است که ساختار آن در جدول ۱ به تفصیل ارائه شده است.

جدول ۱- ابعاد پرسشنامه پژوهش و گویه‌های مربوط به هر بعد

مؤلفه ها	تعداد سوالات
ظرفیت های کارآفرینی	۷
آموزش کارآفرینی	۵
نیت کارآفرینانه	۵

جهت اطمینان از روایی ابزار پژوهش، از روایی محتوایی استفاده شد. بدین منظور، پرسشنامه اولیه در اختیار استاد راهنما و سایر اساتید دانشگاهی آشنا به موضوع پژوهش قرار گرفت. پس از دریافت نظرات اصلاحی و اعمال تغییرات لازم برای شفاف‌سازی گویه‌ها و انطباق آن با بافتار بومی و ادبیات مدیریت در ایران، اعتبار و روایی محتوایی آن مورد تأیید نهایی قرار گرفت. همچنین، برای ارزیابی پایایی پرسشنامه، یک مطالعه مقدماتی (پایلوت) بر روی ۳۰ پرسشنامه اولیه که در میان جامعه هدف توزیع گردید، انجام شد. مقدار ضریب آلفای کرونباخ محاسبه‌شده برای کلیه متغیرها و کل پرسشنامه، بالاتر از حد آستانه ۰/۷ به دست آمد که نشان‌دهنده پایایی قابل قبول و همسانی درونی مناسب ابزار اندازه‌گیری است.

پس از جمع‌آوری داده‌ها، اطلاعات وارد نرم‌افزارهای آماری SPSS و SmartPLS4 گردید. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌ها، از تکنیک پیشرفته مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) با رویکرد حداقل مربعات جزئی (PLS) استفاده شد. انتخاب روش PLS-SEM به دلیل توانایی بالای آن در مدیریت داده‌های غیرنرمال، حجم نمونه متوسط و تمرکز بر پیش‌بینی متغیرهای وابسته، کاملاً توجیه‌پذیر است. فرآیند تحلیل در دو مرحله اصلی انجام پذیرفت: ارزیابی مدل اندازه‌گیری و ارزیابی مدل ساختاری.

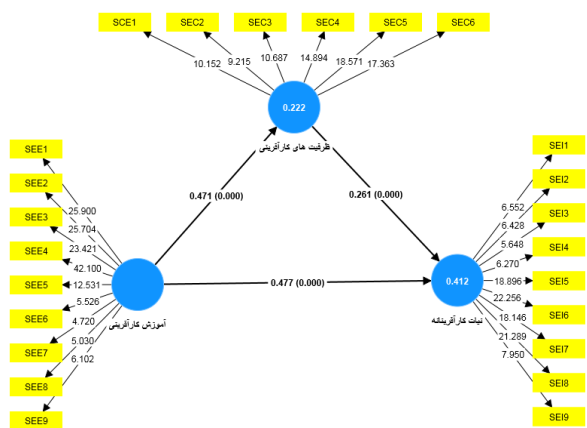
در مرحله اول (مدل اندازه‌گیری)، قدرت رابطه بین عامل (متغیر پنهان) و متغیر قابل مشاهده (گویه‌ها) بوسیله بارهای عاملی سنجیده می‌شود. بر اساس معیارهای کلاین (۲۰۱۰)، اگر بار عاملی کمتر از ۰/۴ باشد، رابطه ضعیف تلقی شده و گویه از مدل حذف می‌گردد؛ بار عاملی بین ۰/۴ تا ۰/۶ قابل قبول و مقادیر

علمی و مستحکم برای آزمون فرضیه‌های پژوهش و دستیابی به نتایج قابل اتکا فراهم می‌آورد.

۴. یافته‌ها

در این بخش، نتایج حاصل از تحلیل داده‌های گردآوری شده با استفاده از تکنیک مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) و با بهره‌گیری از نرم‌افزار SmartPLS نسخه ۴ ارائه می‌گردد. فرآیند ارزیابی مدل در دو مرحله مجزا اما پیوسته انجام پذیرفت: مرحله نخست به ارزیابی مدل اندازه‌گیری اختصاص داشت تا اطمینان حاصل شود که متغیرهای آشکار (گویه‌ها) به درستی متغیرهای پنهان (سازه‌ها) را اندازه‌گیری می‌کنند. مرحله دوم نیز به ارزیابی مدل ساختاری و آزمون روابط علی و فرضیه‌های پژوهش اختصاص یافت.

اولین گام در ارزیابی مدل اندازه‌گیری، بررسی بارهای عاملی استاندارد است که نشان‌دهنده میزان همبستگی میان هر گویه و سازه متبوع خود می‌باشد. بر اساس معیارهای کلاین (۲۰۱۰)، بارهای عاملی باید حداقل ۰/۴ باشند، اما مقادیر بالاتر از ۰/۶ مطلوبیت بیشتری دارند. همان‌گونه که در نمودار ۱ قابل مشاهده است، تمامی گویه‌های مربوط به سازه‌های آموزش کارآفرینی، ظرفیت‌های کارآفرینی و نیت کارآفرینانه دارای بارهای عاملی بالاتر از آستانه ۰/۶ می‌باشند.



نمودار ۱- بارهای عاملی، ضرایب و سطح معناداری سنجه‌های مدل در حالت استاندارد

بزرگتر از ۰/۶ بسیار مطلوب ارزیابی می‌شود. پس از تأیید بارهای عاملی، شاخص‌های پایایی ترکیبی (CR) و روایی همگرا (AVE) محاسبه خواهند شد. ضریب پایایی ترکیبی بالاتر از ۰/۷ برای هر سازه نشان‌دهنده پایایی مناسب آن می‌باشد. همچنین، مقدار میانگین واریانس استخراجی (AVE) بالاتر از ۰/۵، روایی همگرای قابل‌قبولی را نشان می‌دهد. برای ارزیابی روایی واگرا نیز از معیار نسبت ناهمگن به تک‌همگن (HTMT) استفاده می‌شود. بر اساس توصیه هنسلر و همکاران (۲۰۱۵)، اگر مقدار HTMT کمتر از ۰/۹۰ باشد، روایی واگرا بین سازه‌های انعکاسی تأیید می‌شود.

در مرحله دوم (مدل ساختاری)، برازش کلی مدل مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. بر اساس معیارهای چین (۱۹۹۸)، مقادیر ۰.۱۹، ۰.۳۳ و ۰.۶۷ به ترتیب نشان‌دهنده قدرت تبیین (R^2)، ضعیف، متوسط و قوی هستند. علاوه بر این، شاخص Q^2 که بیانگر قدرت پیش‌بینی مدل است، برای سازه‌های درون‌زا محاسبه می‌شود و مقادیر ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ به ترتیب نشان‌دهنده قدرت پیش‌بینی ضعیف، متوسط و قوی می‌باشند. همچنین، شاخص‌های برازش کلی مدل شامل ریشه میانگین مربعات باقیمانده استاندارد شده (SRMR) و شاخص برازش هنجار شده (NFI) مورد بررسی قرار می‌گیرند. بر اساس نظر هنسلر و همکاران (۲۰۱۴)، مقدار SRMR کمتر از ۰/۰۸ (یا در حالت محافظه‌کارانه ۰/۱۰) مطلوب است.

در نهایت، برای آزمون معناداری فرضیه‌ها، از روش بوت‌استرپینگ با ۵۰۰۰ زیرنمونه در نرم‌افزار SmartPLS4 استفاده می‌شود. در سطح اطمینان ۹۵ درصد، اگر مقدار آماره t بزرگتر از ۱/۹۶ باشد، رابطه معنادار تلقی می‌گردد. همچنین، بر اساس معیار کلاین (۲۰۱۰)، ضرایب مسیر بالاتر از ۰/۶ قوی، بین ۰/۳ تا ۰/۶ متوسط و کمتر از ۰/۴ ضعیف در نظر گرفته می‌شوند. این چارچوب روش‌شناختی دقیق و نظام‌مند، بستری

در گام بعدی، به منظور ارزیابی روایی واگرا و اطمینان از تمایز مفهومی میان سازه‌های پژوهش، از معیار نسبت ناهمگن به تک‌همگن (HTMT) استفاده شد. بر اساس توصیه هنسلر و همکاران (۲۰۱۵)، مقادیر HTMT باید کمتر از ۰/۹۰ باشند. نتایج حاصل از این بررسی در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول ۳- بررسی روایی واگرا از طریق معیار HTMT

معیار HTMT	آموزش کارآفرینی	ظرفیت های کارآفرینی	نیات کارآفرینانه
آموزش کارآفرینی			
ظرفیت های کارآفرینی	۰/۴۸۵		
نیات کارآفرینانه	۰/۵۳۶	۰/۵۲۲	

منبع: یافته‌های پژوهش

همان‌طور که در جدول ۳ ملاحظه می‌شود، تمامی مقادیر HTMT به طور معناداری پایین‌تر از آستانه ۰/۹۰ قرار دارند. این یافته‌ها تأیید می‌کنند که سازه‌های آموزش کارآفرینی، ظرفیت‌های کارآفرینی و نیات کارآفرینانه از تمایز مفهومی کاملی برخوردار بوده و روایی واگرایی مدل به خوبی برقرار است. پس از تأیید مدل اندازه‌گیری، ارزیابی مدل ساختاری جهت آزمون فرضیه‌ها و بررسی قدرت تبیین مدل آغاز گردید. نخستین شاخص مورد بررسی در این مرحله، ضریب تعیین (R^2) است که میزان واریانس تبیین‌شده در متغیرهای درون‌زا توسط متغیرهای برون‌زای مدل را نشان می‌دهد. بر اساس معیارهای چین (۱۹۹۸)، مقادیر ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ به ترتیب نشان‌دهنده قدرت تبیین ضعیف، متوسط و قوی هستند.

جدول ۴- مقادیر R^2 و Q^2 متغیرهای مکنون

متغیرهای مکنون	R^2	R^2 تعدیل شده	Q^2
ظرفیت های کارآفرینی	۰/۲۲۲	۰/۲۲۰	۰/۱۰۲
نیات کارآفرینانه	۰/۴۱۲	۰/۴۰۹	۰/۱۵۸

منبع: یافته‌های پژوهش

بر اساس یافته‌های جدول ۴، مقدار R^2 برای سازه ظرفیت‌های کارآفرینی برابر با ۰/۲۲۲ به دست آمده است که نشان‌دهنده قدرت تبیین متوسط (بالاتر از ۰/۱۹) است. این بدان معناست

این امر نشان می‌دهد که گویه‌ها از قدرت تبیین‌کنندگی بالایی برخوردار بوده و هیچ گویه‌ای نیاز به حذف از مدل نداشته است. بنابراین، پایایی مدل‌های اندازه‌گیری در سطح گویه‌ها کاملاً تأیید می‌گردد.

پس از تأیید بارهای عاملی، شاخص‌های همسانی درونی، شامل ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی (CR) مورد بررسی قرار گرفتند. نتایج این شاخص‌ها به همراه میانگین واریانس استخراجی (AVE) در جدول ۲ گزارش شده است.

جدول ۲- نتایج آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و روایی همگرا

متغیرهای مکنون	ضریب آلفای کرونباخ	ضریب پایایی ترکیبی	میانگین واریانس استخراجی
آموزش کارآفرینی	۰/۸۴۵	۰/۸۵۷	۰/۶۱۷
ظرفیت های کارآفرینی	۰/۷۸۹	۰/۸۴۷	۰/۵۸۲
نیات کارآفرینانه	۰/۸۴۴	۰/۸۷۴	۰/۶۴۵

منبع: یافته‌های پژوهش

بر اساس یافته‌های جدول ۲، مشخص است که ضرایب آلفای کرونباخ برای تمامی سازه‌ها به طور محسوسی بالاتر از آستانه ۰/۷ قرار دارند. همچنین، مقادیر پایایی ترکیبی () که توسط دیلون-گلدشتاین پیشنهاد شده و در نرم‌افزار PLS با علامت CR نمایش داده می‌شود، همگی بالاتر از ۰/۷ محاسبه شده‌اند که بیانگر پایایی و ثبات درونی مطلوب سازه‌هاست. افزون بر این، شاخص میانگین واریانس استخراجی (AVE) که معیاری برای سنجش روایی همگرا است، برای هر سه سازه مقادیری بالاتر از ۰/۵ (به ترتیب ۰/۶۱۷، ۰/۵۸۲ و ۰/۶۴۵) نشان می‌دهد. این بدین معناست که متغیرهای پنهان توانسته‌اند بیش از نیمی از واریانس متغیرهای آشکار خود را تبیین نمایند و روایی همگرایی مدل اندازه‌گیری به طور کامل تأیید می‌گردد.

۰/۰۸۲ به دست آمده است که در محدوده قابل قبول قرار دارد و نشان‌دهنده برازش مناسب مدل است. همچنین، شاخص NFI (شاخص بنتلر-بونت) که مدل را از جهت مقایسه بین مقادیر کای-اسکوئر مدل مستقل و مدل اشباع‌شده ارزیابی می‌کند، در این پژوهش برابر با ۰/۴۶۲ محاسبه شده است. افزون بر این، مقادیر معیارهای فاصله شامل d_ULS (مجذور فاصله اقلیدسی) و d_G (فاصله ژئودزیکی) به ترتیب برابر با ۲/۰۱۷ و ۱/۱۰۴ به دست آمده‌اند که با توجه به بزرگتر بودن آن‌ها از آستانه ۰/۰۵، نشان‌دهنده مقادیر مناسب این معیارهای برازش و تأییدکننده برازندگی کلی مدل ساختاری می‌باشند. در نهایت، به منظور آزمون معناداری فرضیه‌های پژوهش و بررسی جهت و شدت روابط میان متغیرها، از روش بوت‌استرپینگ با ۵۰۰۰ زیرنمونه استفاده گردید. نرم‌افزار PLS4 به طور پیش‌فرض روابط را در سطح اطمینان ۹۵ درصد آزمون می‌کند؛ از این رو، مقادیر آماره t بزرگتر از ۱/۹۶ نشان‌دهنده معناداری رابطه در این سطح اطمینان است. همچنین، بر اساس معیارهای کلاین (۲۰۱۰)، ضرایب مسیر بالاتر از ۰/۶ قوی، بین ۰/۳ تا ۰/۶ متوسط و کمتر از ۰/۴ ضعیف در نظر گرفته می‌شوند. نتایج آزمون فرضیه‌ها در جدول ۶ ارائه شده است.

جدول ۵- نتایج برازش کلی مدل با شاخص‌های SRMR و NFI

مسیر	ضریب (مسیر β)	معناداری (T-)	سطح معناداری	نتیجه مسیر
آموزش کارآفرینی > ظرفیت‌های کارآفرینی	۰/۴۷۱	۸/۵۹۱	۰/۰۰۰	قبول
آموزش کارآفرینی > نیت کارآفرینانه	۱/۴۷۷	۱۱/۸۴۸	۰/۰۰۰	قبول
ظرفیت‌های کارآفرینی > نیت کارآفرینانه	۰/۲۶۱	۴/۴۱۳	۰/۰۰۰	قبول

منبع: یافته‌های پژوهش

که آموزش کارآفرینی توانسته است حدود ۲۲/۲ درصد از تغییرات ظرفیت‌های کارآفرینی دانشجویان را تبیین نماید. همچنین، مقدار R^2 برای سازه نیت کارآفرینانه برابر با ۰/۴۱۲ محاسبه شده است که بیانگر قدرت تبیین متوسط و رو به قوی است؛ به طوری که متغیرهای مستقل مدل قادر به تبیین بیش از ۴۱ درصد از واریانس نیت کارآفرینانه دانشجویان می‌باشند. دومین شاخص ارزیابی مدل ساختاری، شاخص پیش‌بینی (Q^2) است که با استفاده از روش کور-بالاوند محاسبه می‌گردد. مقادیر Q^2 بالاتر از صفر نشان‌دهنده قدرت پیش‌بینی مدل برای متغیرهای درون‌زا است. همان‌طور که در جدول ۴ مشاهده می‌شود، مقادیر Q^2 برای ظرفیت‌های کارآفرینی (۰/۱۰۲) و نیت کارآفرینانه (۰/۱۵۸) به دست آمده است. بر اساس معیارهای استاندارد، این مقادیر که بالاتر از ۰/۰۲ هستند، نشان‌دهنده قدرت پیش‌بینی ضعیف تا متوسط مدل برای متغیرهای درون‌زا بوده و برازش پیش‌بینی مدل ساختاری پژوهش را تأیید می‌نمایند.

علاوه بر این، به منظور بررسی برازش کلی مدل ساختاری، از شاخص‌های ریشه میانگین مربعات باقیمانده استانداردشده (SRMR) و شاخص برازش هنجار شده (NFI) استفاده شد. نتایج این شاخص‌ها در جدول ۵ گزارش شده است.

جدول ۵- نتایج برازش کلی مدل با شاخص‌های SRMR و NFI

متغیرهای مکنون	مدل اشباع شده	مدل برآورد شده
SRMR	۰/۰۸۶	۰/۰۸۲
NFI	۰/۴۶۲	۰/۴۶۲
d_ULS	۲/۰۱۷	۲/۰۱۷
d_G	۱/۱۰۴	۱/۱۰۴

منبع: یافته‌های پژوهش

بر اساس نظر هنسler و همکاران (۲۰۱۴)، مقدار SRMR کمتر از ۰/۱۰ (و در حالت محافظه‌کارانه کمتر از ۰/۰۸) مطلوب ارزیابی می‌شود. در مدل برآورد شده، مقدار SRMR برابر با

۵. بحث و نتیجه‌گیری

نتایج حاصل از این پژوهش به‌طور قاطع نشان داد که آموزش کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری بر ظرفیت‌های کارآفرینی و نیت کارآفرینانه دانشجویان دارد. همچنین، یافته‌ها تأیید کردند که ظرفیت‌های کارآفرینی به‌عنوان یک متغیر میانجی کلیدی، بر نیت کارآفرینانه دانشجویان تأثیر مستقیم و معناداری اعمال می‌کند. این یافته‌ها با نتایج پژوهش‌های انگوین و انگوین (۲۰۲۳)، مختاری بایع کلایی و کهن قاضیانی (۱۴۰۲) و سیمین‌پور و صدیقی (۱۴۰۲) همسویی کامل دارد. در تبیین این یافته‌ها می‌توان استدلال کرد که آموزش‌های کارآفرینی، فراتر از انتقال صرف دانش تئوریک، با تقویت خودکارآمدی، بهبود مهارت‌های شناسایی فرصت و مدیریت ریسک، بستر شناختی و روانی لازم را برای شکل‌گیری نیت کارآفرینی فراهم می‌آورند. بر اساس نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده آژن، نیت به‌عنوان پیش‌نیاز اصلی هر رفتار آگاهانه و داوطلبانه، تحت تأثیر نگرش‌ها و کنترل رفتاری درک‌شده قرار دارد که آموزش کارآفرینی مستقیماً این مؤلفه‌ها را ارتقا می‌دهد.

در بافتار اقتصاد ایران که با چالش‌هایی نظیر بیکاری فارغ‌التحصیلان دانشگاهی، تحریم‌های اقتصادی و تورم ساختاری مواجه است، توسعه کارآفرینی از یک انتخاب به یک ضرورت استراتژیک تبدیل شده است. کشور ایران با وجود دارا بودن منابع عظیم نفت و گاز، نیازمند تنوع‌بخشی به الگوهای اقتصادی و توسعه بخش‌های غیرنفتی و دانش‌بنیان است. در این راستا، آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها می‌تواند به‌عنوان یکی از مؤثرترین راهکارها برای تبدیل تهدید بیکاری به فرصت اشتغال‌زایی عمل کند. با این حال، ارتقای اثربخشی این آموزش‌ها مستلزم تلفیق هوشمندانه آموزش‌های آکادمیک (درون‌دانشگاهی) با آموزش‌های غیرآکادمیک و مهارت‌محور (برون‌دانشگاهی) است تا دانشجویان بتوانند در فضایی که گاهی به‌عنوان برزخی میان خوف و رجا توصیف می‌شود، با

بر اساس یافته‌های جدول ۶، نتایج آزمون فرضیه‌ها به شرح زیر تفسیر می‌گردد: در خصوص فرضیه اول، نتایج نشان داد که آموزش کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری بر ظرفیت‌های کارآفرینی دانشجویان دارد. از آنجا که مقدار t -value به‌طور محسوسی بزرگتر از $1/96$ است، این فرضیه در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید می‌گردد. ضریب مسیر $0/471$ نشان‌دهنده یک رابطه متوسط و رو به قوی است؛ بدین معنا که به ازای هر واحد افزایش در ادراک دانشجویان از کیفیت آموزش‌های کارآفرینی، ظرفیت‌های کارآفرینی آن‌ها به میزان $0/471$ واحد افزایش می‌یابد. در خصوص فرضیه دوم، یافته‌ها حاکی از آن است که آموزش کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری بر نیت کارآفرینانه دانشجویان دارد. با توجه به مقدار t -value بسیار بالا، این فرضیه نیز با قوت تأیید می‌شود و ضریب مسیر نشان‌دهنده یک اثرگذاری متوسط و قابل توجه است. این یافته تأیید می‌کند که مواجهه دانشجویان با مفاهیم کارآفرینی، مستقیماً تمایل درونی و انگیزه آن‌ها را برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید افزایش می‌دهد. در خصوص فرضیه سوم، نتایج بیانگر آن است که ظرفیت‌های کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری بر نیت کارآفرینانه دانشجویان دارد. اگرچه ضریب مسیر در محدوده ضعیف (کمتر از $0/3$) قرار دارد، اما به دلیل بزرگتر بودن آماره t از $1/96$ ، این رابطه از نظر آماری کاملاً معنادار بوده و فرضیه سوم نیز تأیید می‌گردد. این نتیجه نشان می‌دهد که ظرفیت‌های کارآفرینی به‌عنوان یک پیش‌نیاز شناختی و مهارتی، نقش تعیین‌کننده‌ای در تبدیل توانمندی‌ها به نیت عملی برای کارآفرینی ایفا می‌کنند.

به‌طور خلاصه، تمامی فرضیه‌های پژوهش مبنی بر تأثیر مثبت و معنادار روابط مستقیم میان متغیرهای مدل تأیید شده‌اند و مدل مفهومی تحقیق از برازش و قدرت تبیین قابل‌قبولی در بافتار جامعه آماری مورد مطالعه برخوردار است.

اتکا به ظرفیت‌های درونی خود، اقدام به خلق کسب‌وکارهای نوآورانه نمایند.

همانند هر پژوهش علمی دیگری، مطالعه حاضر نیز با محدودیت‌هایی مواجه بود که تعمیم‌پذیری نتایج را تحت‌الشعاع قرار می‌دهد. نخستین محدودیت، محدود بودن جامعه آماری به دانشجویان رشته‌های مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی استان مازندران است که تعمیم نتایج به سایر رشته‌های تحصیلی، سایر مقاطع تحصیلی یا دانشگاه‌های دولتی و غیرانتفاعی را با احتیاط مواجه می‌سازد. دومین محدودیت، استفاده از روش نمونه‌گیری در دسترس است که ممکن است باعث ایجاد سوگیری در انتخاب نمونه و کاهش نمایندگی دقیق جامعه آماری شده باشد. سومین محدودیت، ماهیت مقطعی پژوهش است؛ بدین معنا که داده‌ها در یک مقطع زمانی خاص جمع‌آوری شده‌اند و امکان بررسی تغییرات نيات کارآفرینانه دانشجویان در طول زمان و پس از فارغ‌التحصیلی را فراهم نمی‌آورد. در نهایت، اتکا به خوداظهاری پاسخ‌دهندگان در تکمیل پرسشنامه‌ها ممکن است منجر به سوگیری مطلوبیت اجتماعی شده باشد، جایی که پاسخ‌دهندگان تمایل دارند خود را کارآفرین‌تر از آنچه واقعاً هستند، نشان دهند.

با توجه به یافته‌ها و محدودیت‌های ذکرشده، چندین مسیر پژوهشی برای مطالعات آینده پیشنهاد می‌گردد.

اولاً، پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آتی با طراحی مطالعات طولی، تأثیر آموزش‌های کارآفرینی را بر نيات و رفتارهای واقعی کارآفرینانه دانشجویان در بازه‌های زمانی مختلف (مثلاً یک و سه سال پس از فارغ‌التحصیلی) مورد پایش قرار دهند. ثانیاً، انجام پژوهش‌های تطبیقی میان دانشگاه‌های دولتی، آزاد، غیرانتفاعی و پیام نور در استان‌های مختلف کشور می‌تواند تصویری جامع‌تر از اثربخشی سیستم آموزشی کشور ارائه دهد. ثالثاً، استفاده از روش‌های تحقیق کیفی یا آمیخته برای واکاوی عمیق‌تر چرایی و چگونگی تأثیرگذاری دوره‌های آموزشی بر

شکل‌گیری ظرفیت‌های کارآفرینی توصیه می‌شود. در نهایت، پیشنهاد می‌گردد در مدل‌های پژوهشی آینده، نقش متغیرهای میانجی یا تعدیل‌گر دیگری نظیر حمایت ادراک‌شده دانشگاهی، تاب‌آوری روان‌شناختی، سرمایه اجتماعی و ویژگی‌های شخصیتی (مانند ریسک‌پذیری و نیاز به موفقیت) نیز مورد بررسی قرار گیرد تا درک جامع‌تری از اکوسیستم شکل‌گیری نيات کارآفرینانه به دست آید.

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

آزما، فریدون، رضایی، فائزه، سمیعی، روح‌اله، و شجاعی، سامره. (۱۴۰۱). طراحی الگوی کارآفرینی دانشگاهی قابلیت‌محور در دانشگاه آزاد اسلامی استان گلستان. *فصلنامه رشد فناوری*، ۱۹(۷۳)، ۵۷-۶۵.

سیمین‌پور، حمیدرضا، و صدیقی، محمد بشیر. (۱۴۰۲). بررسی نقش آموزش بر قصد کارآفرینی دانشجویان ایرانی. *پژوهش‌های کارآفرینی و نوآوری*، ۲(۱)، ۲۹-۴۴.

شایسته، بابک، احمدی، رضا، و منصوری، عبدالامیر. (۱۴۰۲). بررسی رابطه مدیریت دانش و خودکارآمدی کارآفرینی با نقش

182-209.

<https://doi.org/10.1177/1094428114526928>

Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115-135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>

Hoang, G., Le, T., Tran, A., & Du, T. (2020). Entrepreneurship education and entrepreneurial intentions of university students in Vietnam: The mediating roles of self-efficacy and learning orientation. *Education + Training*, 63(1), 115-133.

<https://doi.org/10.1108/ET-03-2020-0061>

Huber, L., Sloof, R., & Praag, M. (2014). The effect of early entrepreneurship education: Evidence from a field experiment. *European Economic Review*, 72, 76-97. <https://doi.org/10.1016/j.euroecorev.2014.09.002>

Hu, L., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1-55. <https://doi.org/10.1080/10705519909540118>

Kline, R. B. (2010). *Principles and practice of structural equation modeling* (3rd ed.). Guilford Press.

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.

<https://doi.org/10.1108/JMD-02-2017-0045>

Li, L., & Wu, D. (2020). Entrepreneurship education and students' entrepreneurial intention: Does team cooperation matter? *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 10(1), 1-15.

<https://doi.org/10.1186/s40497-019-0192-8>

Liñán, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure

میانجی رهبری کارآفرینانه. آموزش و مدیریت کارآفرینی، ۱۱(۱).

علایی، علی، عسگر نژادباقر، و حمیدزاده اربابی، علیرضا. (۱۴۰۲). تأثیر قابلیت‌های کارآفرینی بر تولید پاک و مزیت رقابتی پایدار: نقش تعدیل‌گر جهت‌گیری بازاریابی اجتماعی (مورد مطالعه گروه صنعتی ایران خودرو). نشریه محیط زیست طبیعی. (مقالات آماده انتشار).

مختاری بایع کلایی، مهران، و کهن قاضیانی، سارا. (۱۴۰۲). بررسی تأثیر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه با نقش میانجی ذهنیت کارآفرینانه (مورد مطالعه: دانشگاه آزاد اسلامی واحد بندرعباس). آموزش و مدیریت کارآفرینی، ۱۱(۲).

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*, 23(2), ۳۹۷-۴۱۶.

<https://doi.org/10.1108/JSBED-09-2015-0128>

Barba-Sánchez, V., & Atienza-Sahuquillo, C. (2018). Entrepreneurial intention among engineering students: The role of entrepreneurship education. *European Research on Management and Business Economics*, 24(1), 53-61.

<https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2017.09.001>

Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach to structural equation modeling. In G. A. Marcoulides (Ed.), *Modern methods for business research* (pp. 295-336). Lawrence Erlbaum Associates.

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.

<https://doi.org/10.1111/jsbm.12065>

Henseler, J., Dijkstra, T. K., Sarstedt, M., Ringle, C. M., Diamantopoulos, A., Straub, D. W., ... & Calantone, R. J. (2014). Common beliefs and reality about PLS: Comments on Rönkkö and Evermann (2013). *Organizational Research Methods*, 17(2),

100730.
<https://doi.org/10.1016/j.ijme.2023.100730>
- Olugbola, S. A. (2017). Exploring entrepreneurial readiness of youth and startup success components: entrepreneurship training as a moderator. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 24(4), 778-799. <https://doi.org/10.1108/JSBED-04-2017-0063>
- Ozaralli, N., & Rivenburgh, N. (2016). Entrepreneurial intention: Antecedents to entrepreneurial behavior in the U.S.A. and Turkey. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6(3), 1-32. <https://doi.org/10.1186/s40497-016-0053-9>
- Pejic Bach, M., Aleksic, A., & Merkak-Skok, M. (2018). Examining determinants of entrepreneurial intentions in Slovenia: Applying the theory of planned behavior and an innovative cognitive style. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 31(1), 1453-1471. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2018.1475968>
- Su, Y., Zhu, Z., Chen, J., Jin, Y., Wang, T., Lin, C., & Xu, D. (2021). Factors influencing entrepreneurial intention of university students in China: Integrating the perceived university support and theory of planned behavior. *Sustainability*, 13(8), 4519. <https://doi.org/10.3390/su13084519>
- Türk, S., Zapkau, F., & Schwens, C. (2020). Prior entrepreneurial exposure and the emergence of entrepreneurial passion: The moderating role of learning orientation. *Journal of Small Business Management*, 58(2), 225-255. <https://doi.org/10.1080/00472778.2019.1659682>
- Vu, T., & Le, C. (2016). What firms must pay bribes and how much? An empirical study of small and medium enterprises in Vietnam. *Integrated Uncertainty in Knowledge Modelling and Decision Making*, entrepreneurship intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>
- 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. <https://doi.org/10.1007/s11365-015-0356-5>
- Mantok, S., Sekhon, H., Sahi, G. K., & Jones, P. (2020). Entrepreneurial orientation and the mediating role of organizational learning amongst Indian S-SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 27(6), 935-955. <https://doi.org/10.1108/JSBED-01-2020-0015>
- Moriano, J. A., Gorgievski, M., Laguna, M., Stephan, U., & Zarafshani, K. (2012). A cross-cultural approach to understanding entrepreneurial intention. *Journal of Career Development*, 39(2), 162-185. <https://doi.org/10.1177/0894845310390883>
- Nabi, G., Walmsley, A., Liñán, F., Akhtar, I., & Neame, C. (2018). Does entrepreneurship education in the first year of higher education develop entrepreneurial intentions? The role of learning and inspiration. *Studies in Higher Education*, 43(3), 452-467. <https://doi.org/10.1080/03075079.2016.1181544>
- Ndofirepi, T. (2020). Relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial goal intentions: Psychological traits as mediators. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(2), 1-20. <https://doi.org/10.1186/s13731-020-00114-9>
- Nguyen, Q. D., & Nguyen, H. T. (2023). Entrepreneurship education and entrepreneurial intention: The mediating role of entrepreneurial capacity. *The International Journal of Management Education*, 21(2),

9978, 689–700. https://doi.org/10.1007/978-3-319-49260-4_58

Walter, S., & Block, J. (2016). Outcomes of entrepreneurship education: An institutional perspective. *Journal of Business Venturing*, 31(2), 216–233. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2015.10.003>

Wu, S., & Wu, L. (2008). The impact of higher education on entrepreneurial intentions of university students in China. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(4), 752–774. <https://doi.org/10.1108/14626000810900643>

Zhao, Y., Zhao, X., Shi, J., Du, H., Marjerison, R. K., & Peng, C. (2022). Impact of entrepreneurship education in colleges and universities on entrepreneurial entry and performance. *Frontiers in Psychology*, 13, 1049232.

<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1049232>