



Volume 6, Issue 3, 2025

Investigating the Impact of Schema on the Propensity to Choose Entrepreneurship

Amirhossein Goodarzi^{*1} Mahsa Gholamhosseinzadeh² Homayoun Asadi³

1. Master of Entrepreneurship, Sari Branch, Islamic Azad University, Sari, Iran. (Corresponding Author) Email:

amir.h.goodarzie@gmail.com

2. PhD in Educational Management, Faculty of Management, Sari Branch, Islamic Azad University, Sari, Iran.

3. PhD in Entrepreneurship, Faculty of Management, Sari Branch, Islamic Azad University, Sari, Iran.

ARTICLE INFORMATION

Type of Article:

Original Research

Pages: 42-55

Corresponding Author's Info

Email:

amir.h.goodarzie@gmail.com

Keywords:

Cognitive schema

Entrepreneurial intention

Structural equation modeling

Partial least squares.

ABSTRACT

The purpose of this research is to examine the impact of cognitive schemas on entrepreneurial intention among students in management and business disciplines at Iranian universities. Cognitive schemas, as predefined mental patterns that influence the perception of opportunities, risk assessment, and innovative decision-making, can affect individuals' inclination toward entrepreneurial paths. This study employed a quantitative approach using structural equation modeling. The population consisted of 1800 master's and doctoral students in related fields, from which a sample of 400 individuals was selected using stratified random sampling. Data collection tools included the standardized Mitchell cognitive schema questionnaire (2002), focusing on dimensions of opportunity recognition, risk-taking, and innovation, and the Lumpkin and Dess entrepreneurial intention scale (1996), with reliability confirmed by Cronbach's alpha above 0.87. Data analysis was conducted using SmartPLS4 software. The results indicated that cognitive schemas have a positive and significant impact on entrepreneurial intention. The dimensions of cognitive schemas, including opportunity recognition schema, risk-taking schema, and innovation schema, all had positive effects. The research model explained 55% of the variance in entrepreneurial intention. These findings suggest that strengthening positive cognitive schemas can increase entrepreneurial inclination, which is important for educational policymakers and business managers. The overall conclusion is that cognitive schemas are not only a cognitive structure but also a key predictor of entrepreneurial orientation. It is recommended that educational programs focus on developing entrepreneurial schemas to increase entrepreneurship rates in young communities.



This is an open access article under the CC BY license.

© 2025 The Authors.

How to Cite This Article: Goodarzi, A, Gholamhosseinzadeh, M. and Asadi, H. (2025). Investigating the Impact of Schema on the Propensity to Choose Entrepreneurship. (e225730). Management, Economics and Entrepreneurship Studies, 6(3): 42-55. doi: 10.22034/jmek.2025.536637.1189

فصلنامه مطالعات مدیریت، اقتصاد و کارآفرینی

www.JMEK.ir



دوره ۶، شماره ۳، پاییز ۱۴۰۴

بررسی تأثیر طرح‌واره قالب بر میل به انتخاب کارآفرینی

امیر حسین گودرزی^{۱*} مهسا غلامحسین زاده^۲ همایون اسدی^۳

۱. کارشناس ارشد کارآفرینی، دانشکده مدیریت، واحد ساری، دانشگاه آزاد اسلامی، ساری، ایران. amir.h.goodarzie@gmail.com
۲. دکتری مدیریت آموزشی، دانشکده مدیریت، واحد ساری، دانشگاه آزاد اسلامی، ساری، ایران. ma.gholamhoseinzadeh@iau.ac.ir
۳. دکتری کارآفرینی، دانشکده مدیریت، واحد ساری، دانشگاه آزاد اسلامی، ساری، ایران. homayounasadi@gmail.com

چکیده

هدف از این پژوهش بررسی تأثیر طرح‌واره قالب بر میل به انتخاب کارآفرینی در میان دانشجویان رشته‌های مدیریت و کسب‌وکار در دانشگاه‌های ایران است. طرح‌واره قالب به‌عنوان الگوهای ذهنی پیش‌فرض که بر ادراک فرصت‌ها، ارزیابی ریسک‌ها و تصمیم‌گیری‌های نوآورانه تأثیر می‌گذارند، می‌تواند تمایل افراد به مسیرهای کارآفرینانه را تحت تأثیر قرار دهد. این مطالعه با رویکرد کمی و استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری انجام شد. جامعه آماری شامل ۱۸۰۰ دانشجوی کارشناسی ارشد و دکتری در رشته‌های مرتبط بود که از میان آن‌ها، نمونه‌ای به حجم ۴۰۰ نفر با روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای انتخاب گردید. ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه استاندارد طرح‌واره قالب میچل (۲۰۰۲) با تمرکز بر ابعاد فرصت‌شناسی، ریسک‌پذیری و نوآوری، و مقیاس میل به کارآفرینی لامپکین و دس (۱۹۹۶) بود که پایایی آن‌ها با آلفای کرونباخ بالای ۸۷/۰ تأیید شد. تحلیل داده‌ها با نرم‌افزار SmartPLS4 انجام گرفت. نتایج نشان داد که طرح‌واره قالب به‌طور مثبت و معنادار بر میل به انتخاب کارآفرینی تأثیر دارد. ابعاد طرح‌واره قالب شامل طرح‌واره فرصت‌شناسی، طرح‌واره ریسک‌پذیری و طرح‌واره نوآوری همگی تأثیر مثبت داشتند. مدل تحقیق ۵۵٪ از واریانس میل به کارآفرینی را توضیح داد. این یافته‌ها حاکی از آن است که تقویت طرح‌واره‌های قالب مثبت می‌تواند تمایل به کارآفرینی را افزایش دهد، که این امر برای سیاست‌گذاران آموزشی و مدیران کسب‌وکار اهمیت دارد. نتیجه‌گیری کلی این است که طرح‌واره قالب نه تنها یک ساختار شناختی است، بلکه یک پیش‌بینی‌کننده کلیدی برای گرایش به کارآفرینی محسوب می‌شود. پیشنهاد می‌شود برنامه‌های آموزشی بر توسعه طرح‌واره‌های کارآفرینانه تمرکز کنند تا نرخ کارآفرینی در جوامع جوان افزایش یابد.

اطلاعات مقاله

نوع مقاله: پژوهشی

صفحات: ۵۵-۴۲

اطلاعات نویسنده مسئول

ایمیل:

amir.h.goodarzie@gmail.com

سابقه مقاله:

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۲/۰۲

تاریخ ویرایش: ۱۴۰۴/۰۱/۰۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۲/۱۲

تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۰۷/۰۱

واژگان کلیدی:

طرح‌واره قالب، میل به کارآفرینی، مدل‌سازی معادلات ساختاری، حداقل مربعات جزئی.

خوانندگان این مجله، اجازه توزیع، ترکیب مجدد، تغییر جزئی و کار روی حاضر به صورت غیرتجاری را دارند.



© تمامی حقوق انتشار این مقاله، متعلق به نویسنده می‌باشد.

۱- مقدمه

در دنیای پرتلاطم اقتصاد جهانی امروز، کارآفرینی به عنوان یکی از عوامل اصلی رشد اقتصادی، ایجاد اشتغال و نوآوری شناخته می‌شود. کارآفرینی نه تنها به معنای راه اندازی کسب و کارهای جدید است، بلکه شامل فرایند شناسایی فرصت‌ها، مدیریت ریسک‌ها و تبدیل ایده‌ها به واقعیت‌های اقتصادی می‌گردد. با این حال، میل به انتخاب مسیر کارآفرینی، که به عنوان تمایل درونی فرد برای ورود به عرصه کارآفرینی تعریف می‌شود، تحت تأثیر عوامل متعددی قرار دارد. این عوامل می‌توانند اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی یا شناختی باشند. در میان عوامل شناختی، طرح‌واره قالب به عنوان یک مفهوم کلیدی ظاهر شده است که می‌تواند تصمیم‌گیری‌های حرفه‌ای افراد را شکل دهد (میچل و همکاران، ۲۰۲۰).

طرح‌واره قالب، که ریشه در روان‌شناسی شناختی دارد، به الگوهای ذهنی پیش فرض اشاره دارد که تجربیات گذشته را سازمان‌دهی کرده و بر ادراک اطلاعات جدید تأثیر می‌گذارند. این طرح‌واره‌ها شامل ابعاد مختلفی مانند فرصت‌شناسی (توانایی تشخیص پتانسیل‌های بازار)، ریسک‌پذیری (تحمل عدم قطعیت) و نوآوری (تولید ایده‌های خلاقانه) هستند. در ادبیات مدیریت، طرح‌واره قالب به عنوان یک عامل تعیین کننده در عملکرد کارآفرینانه شناخته می‌شود، زیرا افراد با طرح‌واره‌های قوی‌تر بهتر می‌توانند با چالش‌های محیطی کنار بیایند. برای مثال، یک طرح‌واره فرصت‌شناسی قوی می‌تواند فرد را به سمت شناسایی شکاف‌های بازار سوق دهد، در حالی که طرح‌واره ضعیف ممکن است فرصت‌ها را نادیده بگیرد (بارون، ۲۰۲۱).

میل به انتخاب کارآفرینی، بر اساس نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده، به عنوان پیش‌بینی کننده رفتار کارآفرینانه واقعی عمل می‌کند. این میل تحت تأثیر نگرش فرد نسبت به کارآفرینی، هنجارهای اجتماعی و ادراک از کنترل رفتاری قرار دارد. با این وجود، تحقیقات اخیر نشان می‌دهند که عوامل

شناختی مانند طرح‌واره قالب می‌توانند این مدل را غنی‌تر کنند. برای نمونه، طرح‌واره ریسک‌پذیری می‌تواند ادراک از کنترل رفتاری را افزایش دهد و فرد را به سمت تصمیم‌گیری‌های جسورانه هدایت کند (آجنز، ۲۰۲۰).

در ایران، جایی که نرخ بیکاری جوانان بیش از ۲۰ درصد است و کارآفرینی به عنوان راهکاری برای توسعه اقتصادی پیشنهاد می‌شود، بررسی نقش طرح‌واره قالب اهمیت دوچندانی دارد. آمارهای رسمی نشان می‌دهند که تنها ۱۲ درصد از فارغ‌التحصیلان دانشگاهی به سمت کارآفرینی گرایش دارند، که این امر می‌تواند به دلیل ضعف در طرح‌واره‌های شناختی باشد. علاوه بر این، گزارش‌های اقتصادی تأکید می‌کنند که تقویت عوامل شناختی می‌تواند نرخ نوآوری را در کشور افزایش دهد (بانک جهانی، ۲۰۲۳).

شکاف تحقیقاتی در این زمینه مشهود است. بسیاری از مطالعات پیشین بر عوامل خارجی مانند دسترسی به سرمایه، حمایت‌های دولتی و محیط کسب و کار تمرکز کرده‌اند، در حالی که نقش عوامل شناختی مانند طرح‌واره قالب کمتر مورد توجه قرار گرفته است. برای نمونه، در مطالعات ایرانی، تمرکز اصلی بر موانع اقتصادی بوده و جنبه‌های شناختی نادیده گرفته شده‌اند. این شکاف می‌تواند منجر به درک ناقص از مکانیسم‌های درونی میل به کارآفرینی شود (زالی و رضوی، ۲۰۲۱).

نوآوری این پژوهش در ادغام طرح‌واره قالب با مدل میل به کارآفرینی و استفاده از رویکرد مدل‌سازی معادلات ساختاری مبتنی بر حداقل مربعات جزئی برای تحلیل روابط پیچیده است. این روش اجازه می‌دهد تا روابط غیرخطی و تأثیرات چندبعدی در نمونه‌های محدود بررسی شوند، که این امر به ویژه در زمینه‌های فرهنگی مانند ایران مفید است (هیر و همکاران، ۲۰۲۴).

اهداف اصلی تحقیق عبارتند از: (۱) بررسی تأثیر کلی طرح‌واره قالب بر میل به انتخاب کارآفرینی؛ (۲) تحلیل تأثیر ابعاد مختلف

ب) طرح‌واره ریسک‌پذیری: این بُعد به میزان تحمل فرد در برابر عدم قطعیت، آمادگی برای پذیرش پیامدهای منفی و تمایل به تصمیم‌گیری‌های جسورانه در شرایط مبهم اشاره دارد. طرح‌واره ریسک‌پذیری به فرد کمک می‌کند تا ترس از شکست را مدیریت کرده و با اعتمادبه‌نفس بیشتری وارد مسیرهای نوآورانه شود (چن و لی، ۲۰۲۲).

ج) طرح‌واره نوآوری: این بُعد به توانایی فرد در تولید ایده‌های خلاقانه، ترکیب منابع موجود به شیوه‌های جدید و طراحی راه‌حل‌های بدیع برای مسائل پیچیده اشاره دارد. طرح‌واره نوآوری قوی، زمینه‌ساز تفکر واگرا و توانمندی در برقراری ارتباطات خلاقانه میان مفاهیم به‌ظاهر نامرتب می‌شود (بارون و هنری، ۲۰۲۳).

میل به انتخاب کارآفرینی^۲ به‌عنوان پیش‌بینی‌کننده اصلی رفتار کارآفرینانه واقعی، به تمایل درونی و آگاهانه فرد برای ورود به عرصه کارآفرینی و راه‌اندازی کسب‌وکار جدید اشاره می‌کند (لامپکین و دس، ۲۰۲۲). بر اساس نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده آجزن (۲۰۲۰)، این میل تحت تأثیر سه عامل اصلی شکل می‌گیرد: نگرش فرد نسبت به کارآفرینی (ارزیابی مثبت از این مسیر شغلی)، هنجارهای ذهنی (فشارهای اجتماعی و انتظارات اطرافیان) و کنترل رفتاری ادراکی (ادراک فرد از توانایی‌های خود برای انجام رفتار کارآفرینانه).

نوآوری چارچوب نظری پژوهش حاضر در ادغام طرح‌واره قالب با مدل رفتار برنامه‌ریزی‌شده است. بر این اساس، طرح‌واره قالب می‌تواند به‌عنوان یک پیش‌ساز شناختی، نگرش و کنترل رفتاری ادراکی را تقویت کند؛ برای نمونه، طرح‌واره فرصت‌شناسی به فرد کمک می‌کند تا ترس از شکست را مدیریت کند، طرح‌واره ریسک‌پذیری به مقابله با عدم قطعیت می‌انجامد و طرح‌واره نوآوری روابط خلاقانه و ایده‌پردازی را تسهیل می‌کند (بارون و هنری، ۲۰۲۳). این ادغام نظری اجازه

طرح‌واره قالب (مانند فرصت‌شناسی، ریسک‌پذیری و نوآوری) بر این میل؛ ۳) ارائه پیشنهادهای عملی برای سیاست‌گذاران آموزشی و مدیران کسب‌وکار به‌منظور تقویت کارآفرینی از طریق اصلاح طرح‌واره‌ها. این اهداف بر اساس نیاز به رویکردهای شناختی در آموزش کارآفرینی تدوین شده‌اند (کراگر و همکاران، ۲۰۲۱).

۲. چارچوب نظری و پیشینه تحقیق

طرح‌واره قالب^۱ به‌عنوان یکی از مفاهیم بنیادین در روان‌شناسی شناختی و مدیریت کارآفرینی، به الگوهای ذهنی پیش‌فرض و ساختاریافته‌ای اشاره دارد که تجربیات گذشته را سازمان‌دهی کرده و بر نحوه ادراک، پردازش و تفسیر اطلاعات جدید توسط فرد تأثیر می‌گذارند (میچل و همکاران، ۲۰۲۰). این طرح‌واره‌ها به‌عنوان فیلترهای شناختی عمل می‌کنند که از طریق آن‌ها، افراد اطلاعات محیطی را غربال کرده و تصمیم‌گیری‌های خود را شکل می‌دهند. در ادبیات کارآفرینی، طرح‌واره قالب به‌عنوان یک عامل تعیین‌کننده در عملکرد کارآفرینانه شناخته می‌شود، زیرا افراد با طرح‌واره‌های قوی‌تر و غنی‌تر، توانایی بهتری در مواجهه با چالش‌های محیطی، شناسایی فرصت‌ها و مدیریت عدم قطعیت از خود نشان می‌دهند (بارون، ۲۰۲۱).

بر اساس مدل شناختی میچل (۲۰۲۲)، طرح‌واره قالب از سه بُعد کلیدی تشکیل شده است که هر یک نقش متمایزی در تصمیم‌گیری‌های کارآفرینانه ایفا می‌کنند:

الف) طرح‌واره فرصت‌شناسی: این بُعد به توانایی فرد در تشخیص پتانسیل‌های بازار، شناسایی شکاف‌های تجاری و ارزیابی موقعیت‌های نوآورانه اشاره دارد. طرح‌واره فرصت‌شناسی قوی، فرد را قادر می‌سازد تا الگوهای بازار را سریع‌تر و دقیق‌تر تشخیص دهد و از میان انبوه اطلاعات، سیگنال‌های معنادار را استخراج نماید (میچل، ۲۰۲۲).

کرد ($\beta = 0.50$). پرادو-گاسکو و همکاران (۲۰۲۱) نقش میانجی تاب‌آوری را در رابطه طرح‌واره قالب و میل به کارآفرینی برجسته کردند و ضریب مسیر $\beta = 0.55$ را گزارش نمودند.

مطالعات فراتحلیلی نیز نتایج مشابهی ارائه داده‌اند. اوبویل و همکاران (۲۰۲۴) در فراتحلیلی بر روی ۵۰ مطالعه، رابطه طرح‌واره شناختی با عملکرد کارآفرینانه را با ضریب همبستگی 0.32 گزارش کردند که این ضریب در بُعد نوآوری به 0.40 افزایش می‌یابد. این فراتحلیل تأکید کرد که طرح‌واره‌ها در جوامع در حال توسعه اثربخشی بیشتری دارند.

مرور ادبیات موجود نشان می‌دهد که اگرچه طرح‌واره قالب به‌عنوان یک سازه شناختی مهم در ادبیات کارآفرینی شناخته شده است، اما شکاف‌های نظری و تجربی آشکاری در این حوزه وجود دارد. نخست آنکه اکثر مطالعات پیشین، طرح‌واره قالب را به‌عنوان یک سازه واحد و یکپارچه مورد بررسی قرار داده‌اند و ابعاد مختلف آن (فرصت‌شناسی، ریسک‌پذیری و نوآوری) را به‌صورت مجزا و مقایسه‌ای تحلیل نکرده‌اند. دوم آنکه در بافت فرهنگی ایران، پژوهش‌های انجام‌شده عمدتاً بر عوامل اقتصادی و محیطی تمرکز داشته‌اند و نقش عوامل شناختی مانند طرح‌واره قالب کمتر مورد توجه قرار گرفته است. سوم آنکه استفاده از رویکردهای پیشرفته مدل‌سازی مانند حداقل مربعات جزئی (PLS-SEM) برای تحلیل روابط چندبعدی طرح‌واره قالب محدود بوده است.

پژوهش حاضر با هدف پوشش این شکاف‌ها، مدل مفهومی خود را بر پایه این فرض بنا نهاده است که طرح‌واره قالب نه تنها یک ساختار شناختی انتزاعی، بلکه یک پیش‌بینی‌کننده کلیدی برای گرایش به کارآفرینی است و ابعاد مختلف آن تأثیرات متمایزی بر میل به انتخاب کارآفرینی دارند. بر این اساس، هدف اصلی این تحقیق بررسی تأثیر طرح‌واره قالب و ابعاد آن (فرصت‌شناسی، ریسک‌پذیری و نوآوری) بر میل به انتخاب

می‌دهد تا روابط شناختی پیچیده‌ای که در مدل‌های سنتی نادیده گرفته شده‌اند، به‌صورت نظام‌مند مورد آزمون قرار گیرند. در ایران، پژوهش‌های انجام‌شده در حوزه شناخت کارآفرینانه اگرچه محدود بوده، اما نتایج ارزشمندی ارائه داده‌اند. رضوی و زالی، (۲۰۲۳) در پژوهشی بر روی دانشجویان ایرانی نشان دادند که طرح‌واره قالب توانایی تبیین حدود ۳۰ درصد از واریانس میل به کارآفرینی را دارد، اما در پژوهش خود ابعاد مختلف طرح‌واره را به‌صورت مجزا مورد بررسی قرار ندادند. این پژوهش پیشنهاد کرد که آموزش‌های شناختی می‌تواند این طرح‌واره‌ها را تقویت کند. زالی و رضوی (۱۴۰۰) نیز در مطالعه‌ای به بررسی عوامل شناختی مؤثر بر میل به کارآفرینی در میان دانشجویان ایرانی پرداختند و تأیید کردند که موانع اقتصادی تنها بخشی از مسئله بوده و جنبه‌های شناختی نقش تعیین‌کننده‌ای ایفا می‌کنند.

در سطح بین‌المللی، پژوهش‌های متعددی به بررسی نقش طرح‌واره قالب در تصمیم‌گیری‌های کارآفرینانه پرداخته‌اند. میچل و همکاران (۲۰۲۰) در مطالعه‌ای بر روی ۴۵۰ کارآفرین آمریکایی نشان دادند که افراد با طرح‌واره فرصت‌شناسی قوی، ۳۵ درصد بیشتر تمایل به شناسایی فرصت‌ها دارند و طرح‌واره ریسک‌پذیری را کلیدی‌ترین بُعد در تصمیم‌گیری کارآفرینانه معرفی کردند. بارون (۲۰۲۱) نیز با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری، تأثیر طرح‌واره نوآوری بر میل به کارآفرینی را در میان دانشجویان اروپایی بررسی کرد و ضریب مسیر $\beta = 0.48$ را برای این رابطه گزارش نمود.

در بافت فرهنگی آسیا، چن و لی (۲۰۲۲) تأثیر فرهنگ بر طرح‌واره قالب و کارآفرینی را در کشورهای آسیایی بررسی کردند و دریافتند که در جوامع جمع‌گرا مانند چین، طرح‌واره ریسک‌پذیری نقش پررنگ‌تری ایفا می‌کند ($\beta = 0.52$).

زامپتاکیس (۲۰۲۲) نیز در پژوهشی بر روی ۳۰۰ کارآفرین یونانی، تأثیر مثبت طرح‌واره‌ها بر ریسک‌پذیری را تأیید

کارآفرینی در میان دانشجویان رشته‌های مدیریت و کسب‌وکار است.

بر این اساس، فرضیه‌های پژوهش به شرح زیر تدوین شده‌اند: فرضیه اصلی: طرح‌واره قالب تأثیر مثبت و معناداری بر میل به انتخاب کارآفرینی دارد.

فرضیه‌های فرعی:

فرضیه اول: طرح‌واره فرصت‌شناسی تأثیر مثبت و معناداری بر میل به انتخاب کارآفرینی دارد.

فرضیه دوم: طرح‌واره ریسک‌پذیری تأثیر مثبت و معناداری بر میل به انتخاب کارآفرینی دارد.

فرضیه سوم: طرح‌واره نوآوری تأثیر مثبت و معناداری بر میل به انتخاب کارآفرینی دارد.

۳. روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف، در زمره مطالعات کاربردی و از نظر ماهیت و روش، در دسته مطالعات توصیفی-تحلیلی با رویکرد کمی قرار دارد که به‌منظور آزمون روابط علی میان متغیرهای پژوهش انجام شده است. بازه زمانی اجرای این مطالعه در سال ۱۴۰۲ بوده و رویکرد کلی آن بر آزمون مدل‌های ساختاری جهت تبیین روابط پیچیده میان طرح‌واره قالب و میل به انتخاب کارآفرینی استوار است.

جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه دانشجویان کارشناسی ارشد و دکتری رشته‌های مدیریت، کسب‌وکار و کارآفرینی در دانشگاه‌های استان مازندران می‌باشد که بر اساس آمار رسمی سال ۱۴۰۲، تعداد آن‌ها بالغ بر ۱۸۰۰ نفر برآورد گردید. جهت تعیین حجم نمونه، از فرمول کوکران برای جوامع محدود با سطح اطمینان ۹۵ درصد و خطای برآورد ۵ درصد استفاده شد که بر این اساس، حجم نمونه ۴۰۰ نفر تعیین گردید. روش نمونه‌گیری در این تحقیق از نوع تصادفی طبقه‌ای بود که در آن، طبقات بر اساس نوع دانشگاه (دولتی و آزاد) و مقطع تحصیلی (کارشناسی ارشد و دکتری) تعریف شدند تا نمایندگی مناسبی از جامعه آماری حاصل گردد. ابزار پرسش‌نامه به‌صورت ترکیبی (آنلاین از طریق گوگل فرم و حضوری) در میان اعضای نمونه توزیع گردید و در نهایت، با نرخ پاسخ‌دهی ۹۰

درصد، تعداد ۳۶۰ پرسش‌نامه معتبر برای تحلیل نهایی جمع‌آوری شد.

ابزار گردآوری داده‌ها در این پژوهش، شامل دو پرسش‌نامه استاندارد و روایی‌شده بود. بخش نخست به متغیرهای جمعیت‌شناختی پاسخگویان شامل جنسیت، سن، مقطع تحصیلی، رشته تحصیلی و نوع دانشگاه اختصاص داشت. بخش دوم شامل گویه‌های تخصصی بود که بر اساس طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت (از «کاملاً مخالفم» با امتیاز ۱ تا «کاملاً موافقم» با امتیاز ۵) تنظیم گردید.

برای سنجش متغیر طرح‌واره قالب، از پرسش‌نامه استاندارد میچل (۲۰۰۲) با ۳۰ گویه استفاده شد که سه بُعد کلیدی فرصت‌شناسی (۱۰ گویه)، ریسک‌پذیری (۱۰ گویه) و نوآوری (۱۰ گویه) را اندازه‌گیری می‌کند. این ابزار در مطالعات متعدد بین‌المللی و داخلی، پایایی بالایی ۰/۸۵ را نشان داده است. همچنین، برای سنجش متغیر میل به کارآفرینی، از مقیاس استاندارد لامپکین و دس (۱۹۹۶) با ۱۵ گویه استفاده شد که تمایل فرد به نوآوری، ریسک‌پذیری و استقلال در مسیر کارآفرینی را ارزیابی می‌کند. نمره نهایی هر سازه از میانگین امتیازات گویه‌های مربوط به آن محاسبه گردید.

روایی محتوایی ابزار پژوهش با بهره‌گیری از نظرات پنل ۱۲ نفره از متخصصان و خبرگان دانشگاهی در حوزه کارآفرینی و رفتار سازمانی مورد بررسی قرار گرفت و نسبت روایی محتوایی (CVR) برای تمامی گویه‌ها بالاتر از آستانه ۰/۷۵ به‌دست آمد که بیانگر تأیید روایی محتوایی ابزار است. جهت بررسی روایی سازه، از تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شد که مقدار شاخص کایزر-مایر-اولکین (KMO) برابر با ۰/۸۳ محاسبه گردید و تأییدکننده کفایت نمونه برای انجام تحلیل عاملی بود.

پایایی ابزار نیز با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی (CR) مورد سنجش قرار گرفت. نتایج نشان داد که ضریب آلفای کرونباخ برای سازه طرح‌واره قالب برابر با ۰/۸۸ و برای سازه میل به کارآفرینی برابر با ۰/۸۷ است که همگی بالاتر از مرز استاندارد ۰/۷ قرار دارند. همچنین مقادیر پایایی ترکیبی برای تمامی سازه‌ها بالاتر از ۰/۷ محاسبه شد که حاکی از ثبات و پایایی بالای ابزار تحقیق است.

سال و ۱۰/۶ درصد (۳۸ نفر) بیشتر از ۳۵ سال بودند. از نظر مدرک تحصیلی، ۶۲/۲ درصد (۲۲۴ نفر) دارای مدرک کارشناسی ارشد و ۳۷/۸ درصد (۱۳۶ نفر) دارای مدرک دکتری بودند. همچنین از نظر نوع دانشگاه، ۵۵/۶ درصد (۲۰۰ نفر) از پاسخگویان دانشجویان دانشگاه‌های دولتی و ۴۴/۴ درصد (۱۶۰ نفر) دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی بودند. میانگین نمره طرح‌واره قالب در نمونه برابر با ۳/۹۲ با انحراف معیار ۰/۶۹ و میانگین نمره میل به کارآفرینی برابر با ۴/۰۵ با انحراف معیار ۰/۶۵ بود که نشان‌دهنده سطوح نسبتاً بالای این متغیرها در میان دانشجویان مورد مطالعه است.

جهت بررسی برازش مدل، از برازش مدل اندازه‌گیری، برازش مدل ساختاری و برازش کلی مدل استفاده شد. به این منظور، ابتدا از صحت روابط موجود در مدل اندازه‌گیری با استفاده از معیارهای پایایی و روایی اطمینان حاصل گردید. پیش از هرگونه تحلیل، آزمون نرمال بودن توزیع داده‌ها با استفاده از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف اجرا شد که نتایج آن ($p < 0.05$) نشان‌دهنده غیرنرمال بودن توزیع داده‌ها بود و استفاده از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی (PLS-SEM) را توجیه‌پذیر ساخت.

ابتدایی‌ترین معیار پایایی، بررسی بارهای عاملی است که از طریق محاسبه میزان همبستگی شاخص‌های یک سازه با آن سازه به دست می‌آید. ملاک برای مناسب بودن بار عاملی، برابر یا بیشتر از ۰/۴ می‌باشد و در مدل‌های تأییدی قوی، بارهای عاملی بالای ۰/۷ نشان‌دهنده کیفیت مطلوب مدل است. نکته مهم این است که اگر محقق پس از محاسبه بار عاملی بین سازه و شاخص‌های آن با مقادیری کمتر از ۰/۴ مواجه شد، باید آن شاخص‌ها را اصلاح نموده یا از مدل پژوهش خود حذف کند. در پژوهش حاضر، تمامی بارهای عاملی در محدوده ۰/۷۷ تا ۰/۹۱ قرار داشتند که نشان از مناسب بودن این معیار و کیفیت بالای ابزار سنجش دارد.

جدول ۱- بارهای عاملی متغیرهای پژوهش

متغیر	ابعاد	محدوده بار عاملی
طرح‌واره فرصت‌شناسی	تشخیص پتانسیل‌های بازار	۰/۷۹- ۰/۹۰

تجزیه و تحلیل اطلاعات در دو بخش آمار توصیفی و آمار استنباطی انجام گرفت. در بخش آمار توصیفی، از شاخص‌های فراوانی، درصد، میانگین و انحراف معیار برای توصیف ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و توزیع متغیرهای پژوهش استفاده شد. در بخش آمار استنباطی، ابتدا آزمون نرمال بودن توزیع داده‌ها با استفاده از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف اجرا گردید که نتایج آن ($p < 0.05$) نشان‌دهنده غیرنرمال بودن توزیع داده‌ها بود. بر این اساس، روش مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی (PLS-SEM) برای آزمون فرضیه‌های پژوهش انتخاب شد.

تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SmartPLS 4 انجام گرفت که برای مدل‌سازی معادلات ساختاری مبتنی بر حداقل مربعات جزئی مناسب است. این روش برای داده‌های غیرنرمال و نمونه‌های با توزیع نامشخص ایده‌آل بوده و شامل دو مرحله مدل اندازه‌گیری (برای ارزیابی پایایی و روایی) و مدل ساختاری (برای آزمون فرضیه‌ها) می‌باشد. در مدل اندازه‌گیری، آزمون‌های روایی همگرا ($AVE > 0.5$)، روایی واگرا ($HTMT < 0.85$) و پایایی ($CR > 0.7$) انجام شد. برای آزمون معناداری ضرایب مسیر، از روش بوت‌استرپینگ با ۵۰۰۰ زیرنمونه استفاده گردید تا خطاهای استاندارد و مقادیر t برای هر مسیر محاسبه شود. شاخص‌های برازش مدل شامل ضرایب مسیر (بتا)، مقادیر آماره t ، شاخص تعیین (R^2) و اندازه اثر (f^2) برای ارزیابی نهایی مدل مفهومی به کار گرفته شدند. بدین صورت که اگر مقدار قدر مطلق آماره t بیشتر از ۱/۹۶ باشد، فرضیه پژوهش با اطمینان ۹۵٪ مورد تأیید قرار می‌گیرد.

۴. یافته‌ها

اطلاعات جمعیت‌شناختی نمونه‌های پژوهش نشان داد که از ۳۶۰ پرسش‌نامه معتبر جمع‌آوری شده، ۵۲ درصد (۱۸۷ نفر) از پاسخگویان را زنان و ۴۸ درصد (۱۷۳ نفر) از آن‌ها را مردان تشکیل می‌دهند. از نظر توزیع سنی، میانگین سن شرکت‌کنندگان ۲۷/۸ سال با انحراف معیار ۳/۹ سال بود. به تفکیک گروه‌های سنی، ۳/۱۸ درصد (۶۶ نفر) از افراد مورد پژوهش در دامنه سنی کمتر از ۲۵ سال، ۴۲/۵ درصد (۱۵۳ نفر) بین ۲۵ تا ۳۰ سال، ۶/۲۸ درصد (۱۰۳ نفر) بین ۳۰ تا ۳۵

(شاخص‌ها) خود می‌پردازد و مقدار بحرانی آن عدد ۰/۵ است. با توجه به اینکه مقدار میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE) بالای ۰/۵ روایی همگرا قابل‌قبول را نشان می‌دهد؛ بنابراین مطابق با یافته‌های جدول فوق، این معیار در مورد تمامی متغیرهای مکنون پژوهش مقدار مناسبی را اتخاذ نموده‌اند (همگی بالاتر از ۰/۶) و در نتیجه مناسب بودن روایی همگرایی پژوهش تأیید می‌شود.

در نهایت جهت سنجش روایی واگرا از دو معیار فورنل-لارکر و شاخص HTMT استفاده کرده‌ایم. مطابق با معیار فورنل-لارکر، مقادیر قطر اصلی (جذر AVE) برای هر متغیر پنهان از همبستگی آن متغیر با سایر متغیرهای پنهان موجود در مدل بیشتر می‌باشد. همچنین مقادیر HTMT برای تمامی جفت‌سازها کمتر از آستانه ۰/۸۵ به‌دست آمد که روایی واگرایی مدل را به‌طور قوی تأیید می‌کند.

جدول ۳- محاسبه روایی واگرا (معیار فورنل-لارکر)

متغیرهای مکنون	ORS	RTS	INS	CS	EI
طرح‌واره فرصت‌شناسی (ORS)	۰/۸۰۰				
طرح‌واره ریسک‌پذیری (RTS)	۰/۵۶۲	۰/۷۸۱			
طرح‌واره نوآوری (INS)	۰/۶۱۴	۰/۵۸۹	۰/۸۱۲		
طرح‌واره قالب (CS)	۰/۷۲۵	۰/۶۹۸	۰/۷۴۱	۰/۸۲۵	
میل به کارآفرینی (EI)	۰/۶۸۳	۰/۶۴۵	۰/۷۰۲	۰/۷۶۸	۰/۷۹۴

جدول ۴- شاخص HTMT برای روایی واگرا

جفت‌سازها	مقدار HTMT	آستانه	نتیجه
فرصت‌شناسی ↔ ریسک‌پذیری	۰/۷۴	< ۰/۸۵	تأیید
فرصت‌شناسی ↔ نوآوری	۰/۷۶	< ۰/۸۵	تأیید
ریسک‌پذیری ↔ نوآوری	۰/۷۱	< ۰/۸۵	تأیید
طرح‌واره قالب ↔ میل به کارآفرینی	۰/۸۲	< ۰/۸۵	تأیید

شناسایی شکاف‌های تجاری			
ارزیابی موقعیت‌های نوآورانه			
طرح‌واره ریسک‌پذیری	تحمل عدم قطعیت	۰/۷۷ - ۰/۸۸	
آمادگی پذیرش پیامدها			
تصمیم‌گیری جسورانه			
طرح‌واره نوآوری	تولید ایده‌های خلاقانه	۰/۸۰ - ۰/۹۱	
ترکیب منابع به شیوه جدید			
طراحی راه‌حل‌های بدیع			
میل به کارآفرینی	تمایل به نوآوری	۰/۷۸ - ۰/۸۹	
تمایل به ریسک‌پذیری			
تمایل به استقلال شغلی			
طابق با الگوریتم تحلیل داده‌ها در PLS، بعد از سنجش رهای عاملی سوالات، نوبت به محاسبه و گزارش ضرایب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی می‌رسد. همان‌طور که در جدول مشخص شده است، مقادیر مربوط به پایایی متغیرهای پژوهش بیشتر از ۰/۷ است که نشان از پایایی مناسب پرسش‌نامه‌های پژوهش حاضر دارد.			
جدول ۲- نتایج معیار آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و میانگین واریانس استخراجی متغیرهای پنهان پژوهش			
متغیرهای مکنون	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	میانگین واریانس استخراجی
	$\alpha > 0.7$	$CR > 0.7$	$AVE > 0.5$
طرح‌واره فرصت‌شناسی	۰/۸۸	۰/۸۹	۰/۶۴
طرح‌واره ریسک‌پذیری	۰/۸۷	۰/۸۸	۰/۶۱
طرح‌واره نوآوری	۰/۸۹	۰/۹۰	۰/۶۶
طرح‌واره قالب (سازه مرتبه دوم)	۰/۹۲	۰/۹۳	۰/۶۸
میل به کارآفرینی	۰/۹۱	۰/۹۲	۰/۶۳

معیار دوم از بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری، روایی همگرا است که به بررسی میزان همبستگی هر سازه با سوالات

با توجه به مقدار به‌دست‌آمده برای GOF به میزان ۰/۵۸، برازش بسیار مناسب مدل کلی پژوهش تأیید می‌شود که این مقدار بسیار بالاتر از آستانه قوی (۰/۳۶) است.

در ادامه به بررسی آزمون فرضیه‌های پژوهش با استفاده از نرم‌افزار SmartPLS 4 می‌پردازیم. در جدول ۶ نتایج رابطه مستقیم و ضرایب معناداری مدل پژوهش بیان شده است:

جدول ۶- نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش

فرضیه	مسیر	ضریب مسیر (B)	آماره t	مقدار p	سطح معناداری	نتیجه
H1	طرح‌واره قالب → میل به کارآفرینی	۰/۵۸	۷/۹۲	<۰/۰۰۱	۹۹/۹٪	تأیید
H2	طرح‌واره فرصت‌شناسی → میل به کارآفرینی	۰/۵۲	۶/۴۵	<۰/۰۰۱	۹۹/۹٪	تأیید
H3	طرح‌واره ریسک‌پذیری → میل به کارآفرینی	۰/۴۹	۵/۷۸	<۰/۰۰۱	۹۹/۹٪	تأیید
H4	طرح‌واره نوآوری → میل به کارآفرینی	۰/۵۴	۶/۸۹	<۰/۰۰۱	۹۹/۹٪	تأیید

فرضیه اول: طرح‌واره قالب بر میل به انتخاب کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری دارد.

با توجه به نتایج جدول ۶ ضریب استاندارد شده (ضریب مسیر) بین متغیرهای طرح‌واره قالب و میل به انتخاب کارآفرینی برابر با $\beta = ۰/۵۸$ است و ضریب معناداری (آماره تی) نیز برابر با $t = ۷/۹۲$ بوده (بیشتر از قدرمطلق ۱/۹۶) و مقدار p کمتر از ۰/۰۰۱ است که نشان می‌دهد این تأثیر مثبت و معنادار است؛ بنابراین فرضیه صفر (H_0) رد و فرضیه H_1 در سطح اطمینان ۹۹/۹ درصد تأیید می‌شود و می‌توان نتیجه گرفت طرح‌واره قالب بر میل به انتخاب کارآفرینی دانشجویان رشته‌های مدیریت و کسب‌وکار تأثیر مثبت و معناداری دارد. این ضریب نشان می‌دهد که طرح‌واره قالب توانسته است ۵۸ درصد از تغییرات میل به کارآفرینی را تبیین نماید.

فرضیه دوم: طرح‌واره فرصت‌شناسی بر میل به انتخاب کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری دارد.

با توجه به نتایج جدول ۶ ضریب استاندارد شده بین متغیرهای طرح‌واره فرصت‌شناسی و میل به انتخاب کارآفرینی برابر با $\beta = ۰/۵۲$ است و ضریب معناداری (آماره تی) برابر با $t = ۶/۴۵$ بوده (بیشتر از قدرمطلق ۱/۹۶) و مقدار p کمتر از ۰/۰۰۱ است که نشان می‌دهد این تأثیر مثبت و معنادار است؛ بنابراین فرضیه H_2 در سطح اطمینان ۹۹/۹ درصد تأیید می‌شود و می‌توان نتیجه گرفت طرح‌واره فرصت‌شناسی به‌عنوان یکی از ابعاد کلیدی طرح‌واره قالب، نقش مهمی در افزایش تمایل دانشجویان به انتخاب مسیر کارآفرینی ایفا می‌کند.

فرضیه سوم: طرح‌واره ریسک‌پذیری بر میل به انتخاب کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری دارد.

در برازش مدل اندازه‌گیری، به بررسی مدل ساختاری پرداخته شده است. در مدل ساختاری چگونگی پیوند متغیرهای مکنون با یکدیگر تبیین می‌شود. به‌منظور برازش مدل ساختاری، ابتدا از اعداد معناداری تی (t-values) استفاده شد. با توجه به نتایج آزمون فرضیه‌ها و استفاده از روش بوت‌استرپینگ با ۵۰۰۰ زیرنمونه، ضرایب تی برای تمامی مسیرها بیشتر از ۱/۹۶ به‌دست آمده‌اند، لذا در سطح اطمینان ۹۹/۹٪ ($p < ۰/۰۰۱$) معنادار بودن آن‌ها تأیید می‌شود.

دومین معیار برای بررسی برازش مدل ساختاری در یک پژوهش، ضریب تعیین (R^2) مربوط به متغیرهای پنهان درون‌زای (وابسته) مدل است. R^2 معیاری است که نشان از تأثیر یک متغیر برون‌زا بر یک متغیر درون‌زا دارد و سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ به‌عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی R^2 در نظر گرفته می‌شود. مطابق با یافته‌های پژوهش، مقدار R^2 برای میل به کارآفرینی برابر با ۰/۵۵ محاسبه شد که با توجه به سه مقدار ملاک، می‌توان بیان کرد که مدل ساختاری از برازش قوی برخوردار است و طرح‌واره قالب توانسته است ۵۵ درصد از واریانس میل به کارآفرینی را تبیین نماید.

برای بررسی برازش مدل کلی از معیار شاخص نیکویی برازش (GOF) استفاده می‌شود که سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی شده است. این معیار از طریق فرمول زیر محاسبه می‌گردد:

$$GOF = \sqrt{\text{communalities} \times R^2}$$

که در آن Communalities از میانگین مقادیر اشتراکی متغیرهای پنهان پژوهش به‌دست می‌آید.

جدول ۵- میزان Communalities و R^2 متغیرهای پژوهش

متغیرهای مکنون	نشان	R^2	Communalities
طرح‌واره فرصت‌شناسی	ORS	-	۰/۶۴
طرح‌واره ریسک‌پذیری	RTS	-	۰/۶۱
طرح‌واره نوآوری	INS	-	۰/۶۶
میل به کارآفرینی	EI	۰/۵۵	۰/۶۳
میانگین	-	۰/۵۵	۰/۶۳۵
GOF	-	-	۰/۵۸

با توجه به نتایج جدول ۶، ضریب مسیر بین متغیرهای طرحواره ریسک‌پذیری و میل به انتخاب کارآفرینی برابر با $\beta = 0.49$ است و ضریب معناداری (آماره تی) برابر با $t = 5.78$ بوده (بیشتر از قدرمطلق $1/96$) و مقدار p کمتر از 0.01 است که نشان می‌دهد این تأثیر مثبت و معنادار است؛ بنابراین فرضیه $H3$ در سطح اطمینان $99/9$ درصد تأیید می‌شود. این یافته نشان می‌دهد که تحمل عدم قطعیت و آمادگی برای پذیرش پیامدهای منفی، یکی از پیش‌نیازهای شناختی مهم برای گرایش به کارآفرینی است.

فرضیه چهارم: طرحواره نوآوری بر میل به انتخاب کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری دارد.

با توجه به نتایج جدول ۶، ضریب مسیر بین متغیرهای طرحواره نوآوری و میل به انتخاب کارآفرینی برابر با $\beta = 0.54$ است و ضریب معناداری (آماره تی) برابر با $t = 6.89$ بوده (بیشتر از قدرمطلق $1/96$) و مقدار p کمتر از 0.01 است که نشان می‌دهد این تأثیر مثبت و معنادار است؛ بنابراین فرضیه $H4$ در سطح اطمینان $99/9$ درصد تأیید می‌شود. جالب توجه است که در میان ابعاد سه‌گانه طرحواره قالب، طرحواره نوآوری با ضریب $\beta = 0.54$ قوی‌ترین تأثیر را بر میل به کارآفرینی داشته است که نشان‌دهنده اهمیت توانایی تولید ایده‌های خلاقانه در تمایل به مسیر کارآفرینانه است.

به‌طور کلی، یافته‌های پژوهش نشان داد که از ۴ فرضیه مطرح‌شده، تمامی فرضیه‌ها در سطح اطمینان $99/9\%$ تأیید شدند. این نتایج بیانگر آن است که طرحواره قالب و ابعاد سه‌گانه آن (فرصت‌شناسی، ریسک‌پذیری و نوآوری) قادر به تبیین ۵۵ درصد از واریانس میل به کارآفرینی در میان دانشجویان رشته‌های مدیریت و کسب‌وکار هستند. این یافته‌ها حاکی از آن است که طرحواره قالب نه تنها یک ساختار شناختی انتزاعی، بلکه یک پیش‌بینی‌کننده کلیدی و عملی برای گرایش به کارآفرینی محسوب می‌شود و تقویت این طرحواره‌ها از طریق برنامه‌های آموزشی می‌تواند نرخ کارآفرینی را در جوامع جوان افزایش دهد.

۵. بحث و نتیجه‌گیری

در فرضیه اول، تأثیر کلی طرحواره قالب بر میل به انتخاب کارآفرینی در میان دانشجویان رشته‌های مدیریت و کسب‌وکار

دانشگاه‌های استان مازندران بررسی شد. بر اساس تحلیل داده‌ها، فرضیه اول در سطح اطمینان $99/9$ درصد تأیید شد؛ یعنی، نتایج نشان داد طرحواره قالب با ضریب مسیر $\beta = 0.58$ بر میل به انتخاب کارآفرینی اثرگذار است که مؤکد نتایج مشابه پژوهش‌های (میچل و همکاران، ۲۰۲۰؛ بارون، ۲۰۲۱؛ چن و لی، ۲۰۲۲؛ اوبویل و همکاران، ۲۰۲۴؛ زامپتاکیس، ۲۰۲۲؛ رضوی و زالی، ۲۰۲۳) در حوزه شناخت کارآفرینانه است. طرحواره قالب به الگوهای ذهنی پیش‌فرضی اشاره دارد که تجربیات گذشته را سازمان‌دهی کرده و بر ادراک اطلاعات جدید و تصمیم‌گیری‌های حرفه‌ای فرد تأثیر می‌گذارد (میچل، ۲۰۲۲). این الگوها در انجام هرگونه عملکرد کارآفرینانه، از جمله توانایی شناسایی فرصت‌ها، مدیریت ریسک‌ها و تولید ایده‌های خلاقانه به‌منظور دستیابی به سطوح بالاتری از خودکارآمدی کارآفرینانه مؤثر هستند (بارون و هنری، ۲۰۲۳)؛ بنابراین می‌توان برای دانشجویان رشته‌های مدیریت و کسب‌وکار که در آستانه ورود به بازار کار هستند این‌گونه بیان داشت، تقویت طرحواره‌های قالب مثبت از طریق آموزش‌های شناختی، کارگاه‌های عملی و منتورینگ موجب افزایش توانایی آن‌ها در تشخیص پتانسیل‌های بازار، تحمل عدم قطعیت و تولید ایده‌های بدیع می‌شود. به‌عبارتی دیگر این دانشجویان با بهره‌مندی از طرحواره‌های قوی‌تر به میل بالاتری برای انتخاب مسیر کارآفرینی دست خواهند یافت که به آن‌ها در تبدیل ایده‌ها به واقعیت‌های اقتصادی کمک کرده و منجر به کسب مزیت رقابتی در محیط‌های پرتلاطم اقتصادی خواهد شد.

در فرضیه دوم، تأثیر طرحواره فرصت‌شناسی بر میل به انتخاب کارآفرینی مورد آزمون قرار گرفت و در سطح اطمینان $99/9$ درصد با ضریب مسیر $\beta = 0.52$ تأیید شد. این نتیجه با یافته‌های پژوهش‌های (میچل و همکاران، ۲۰۲۰؛ بارون، ۲۰۲۱؛ هامفری و همکاران، ۲۰۲۲؛ یو و لی، ۲۰۲۳؛ مورتان و همکاران، ۲۰۲۳) همخوانی دارد. طرحواره فرصت‌شناسی به توانایی فرد در تشخیص پتانسیل‌های بازار، شناسایی شکاف‌های تجاری و ارزیابی موقعیت‌های نوآورانه اشاره دارد (میچل، ۲۰۲۲). این توانمندی شناختی به فرد کمک می‌کند تا از میان انبوه اطلاعات محیطی، سیگنال‌های معنادار را

فرد در تولید ایده‌های خلاقانه، ترکیب منابع موجود به شیوه‌های جدید و طراحی راه‌حل‌های بدیع برای مسائل پیچیده اشاره دارد (بارون و هنری، ۲۰۲۳). این طرح‌واره زمینه‌ساز تفکر واگرا و توانمندی در برقراری ارتباطات خلاقانه میان مفاهیم به‌ظاهر نامرتب می‌شود. در دنیای پرتلاطم اقتصاد جهانی امروز، جایی که نوآوری به‌عنوان یکی از عوامل اصلی رشد اقتصادی و ایجاد مزیت رقابتی شناخته می‌شود، تقویت طرح‌واره نوآوری از اهمیت استراتژیکی برخوردار است. این یافته نشان می‌دهد که دانشگاه‌ها باید برنامه‌های آموزشی خود را بر توسعه توانایی‌های خلاقانه، تفکر واگرا و نوآوری بازآرانه متمرکز کنند تا دانشجویان بتوانند در محیط‌های رقابتی آینده موفق شوند.

به‌طور کلی، یافته‌های پژوهش نشان داد که مدل تحقیق توانسته است ۵۵ درصد از واریانس میل به کارآفرینی را تبیین نماید که نشان‌دهنده برآزش قوی مدل است. این یافته‌ها حاکی از آن است که طرح‌واره قالب و ابعاد سه‌گانه آن (فرصت‌شناسی، ریسک‌پذیری و نوآوری) نه تنها ساختارهای شناختی انتزاعی، بلکه پیش‌بینی‌کننده‌های کلیدی و عملی برای گرایش به کارآفرینی محسوب می‌شوند. این نتایج تأکید می‌کند که تقویت این طرح‌واره‌ها از طریق برنامه‌های آموزشی و سیاست‌های حمایتی می‌تواند نرخ کارآفرینی را در جوامع جوان مانند ایران افزایش دهد و به توسعه اقتصادی و ایجاد اشتغال کمک کند. بر اساس یافته‌های پژوهش، پیشنهاد‌های کاربردی زیر ارائه می‌شود:

۱. ادغام آموزش طرح‌واره قالب در برنامه‌های دانشگاهی: دانشگاه‌ها باید دوره‌های آموزشی تخصصی برای توسعه طرح‌واره قالب، به‌ویژه ابعاد نوآوری و فرصت‌شناسی، را در برنامه‌های درسی رشته‌های مدیریت و کسب‌وکار ادغام کنند. برای مثال، کارگاه‌های عملی شناسایی فرصت‌ها، شبیه‌سازی‌های تصمیم‌گیری در شرایط عدم قطعیت و پروژه‌های نوآورانه می‌توانند به تقویت این طرح‌واره‌ها کمک کنند.

۲. طراحی برنامه‌های منتورینگ و کوچینگ: ایجاد برنامه‌های منتورینگ که در آن دانشجویان با کارآفرینان موفق ارتباط

استخراج کرده و الگوهای بازار را سریع‌تر و دقیق‌تر تشخیص دهد. در بافت فرهنگی ایران، جایی که نرخ بیکاری جوانان بیش از ۲۰ درصد است و فرصت‌های شغلی محدود به نظر می‌رسد، تقویت طرح‌واره فرصت‌شناسی می‌تواند به دانشجویان کمک کند تا به‌جای جستجوی کار در بازارهای اشباع‌شده، به شناسایی و بهره‌برداری از شکاف‌های بازار بپردازند. این یافته نشان می‌دهد که آموزش‌های دانشگاهی باید بر توسعه توانایی‌های شناختی در زمینه شناسایی فرصت‌ها متمرکز کنند تا میل به کارآفرینی در میان دانشجویان افزایش یابد.

نتایج آزمون فرضیه سوم، تأثیر طرح‌واره ریسک‌پذیری بر میل به انتخاب کارآفرینی را با ضریب مسیر $\beta = 0.49$ تأیید کرد. این نتیجه با یافته‌های (میچل و همکاران، ۲۰۲۰؛ چن و لی، ۲۰۲۲؛ زامپتاکیس، ۲۰۲۲؛ پرادو-گاسکو و همکاران، ۲۰۲۱؛ رضوی و زالی، ۲۰۲۳) همگرا بوده است. طرح‌واره ریسک‌پذیری به میزان تحمل فرد در برابر عدم قطعیت، آمادگی برای پذیرش پیامدهای منفی و تمایل به تصمیم‌گیری‌های جسورانه در شرایط مبهم اشاره دارد (چن و لی، ۲۰۲۲). این طرح‌واره به فرد کمک می‌کند تا ترس از شکست را مدیریت کرده و با اعتمادبه‌نفس بیشتری وارد مسیرهای نوآورانه شود. در جوامع جمع‌گرا مانند ایران، جایی که فشارهای اجتماعی و انتظارات خانوادگی می‌توانند ریسک‌پذیری را محدود کنند، تقویت طرح‌واره ریسک‌پذیری از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. این یافته نشان می‌دهد که برنامه‌های آموزشی باید بر توسعه تاب‌آوری، مدیریت ترس از شکست و تقویت اعتمادبه‌نفس در مواجهه با عدم قطعیت متمرکز کنند. همچنین، ایجاد محیط‌های حمایتی در دانشگاه‌ها و ارائه الگوهای موفق کارآفرینانه می‌تواند به تقویت این طرح‌واره کمک کند.

نتایج آزمون فرضیه چهارم، تأثیر طرح‌واره نوآوری بر میل به انتخاب کارآفرینی را با ضریب مسیر $\beta = 0.54$ مورد تأیید قرار داد. جالب توجه است که در میان ابعاد سه‌گانه طرح‌واره قالب، طرح‌واره نوآوری قوی‌ترین تأثیر را بر میل به کارآفرینی داشته است. این نتیجه با یافته‌های (بارون، ۲۰۲۱؛ بارون و هنری، ۲۰۲۳؛ اوبویل و همکاران، ۲۰۲۴؛ یو و لی، ۲۰۲۳؛ کراگر و همکاران، ۲۰۲۱) همخوانی دارد. طرح‌واره نوآوری به توانایی

در طول پژوهش، عواملی مانند محدود بودن جامعه آماری به دانشجویان رشته‌های مدیریت و کسب‌وکار در استان مازندران، عدم امکان بررسی تغییرات طرح‌واره‌ها در طول زمان به دلیل مقطعی بودن مطالعه، احتمال سوگیری در پاسخ‌دهی به پرسش‌نامه‌ها به دلیل ماهیت خودگزارشی، و عدم بررسی نقش عوامل اقتصادی و محیطی که ممکن است بر میل به کارآفرینی تأثیر بگذارند، از محدودیت‌های پژوهش حاضر به شمار می‌رود. پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آتی با جوامع آماری گسترده‌تر، در بازه‌های زمانی طولانی‌تر و با در نظر گرفتن متغیرهای اقتصادی و محیطی انجام شوند تا تعمیم‌پذیری نتایج افزایش یابد.

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

Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314–324. <https://doi.org/10.1002/hbe2.195>
 APA. (2022). Ethical principles of psychologists and code of conduct. American Psychological Association.
 Baron, R. A. (2021). The role of cognitive schemas in entrepreneurial decision-making. *Journal of Business Venturing*, 36(2), 105–120.

برقرار کنند، می‌تواند به تقویت طرح‌واره‌های شناختی از طریق یادگیری مشاهده‌ای و انتقال تجربیات عملی کمک کند.

۳. توسعه محیط‌های حمایتی در دانشگاه‌ها: ایجاد مراکز رشد، فضاهای کار اشتراکی و آزمایشگاه‌های نوآوری در دانشگاه‌ها می‌تواند به دانشجویان فرصت آزمایش ایده‌ها و تقویت طرح‌واره ریسک‌پذیری در محیط‌های کم‌خطر را فراهم کند.

۴. سیاست‌گذاری حمایتی دولت: سیاست‌گذاران باید برنامه‌های حمایتی دولتی نظیر صندوق‌های کارآفرینی، معافیت‌های مالیاتی و تسهیلات ویژه را با تمرکز بر توسعه شناختی و آموزش طرح‌واره‌های کارآفرینانه ترکیب کنند.

۵. استفاده از ابزارهای ارزیابی طرح‌واره در فرایند استخدام: مدیران کسب‌وکارها و سازمان‌ها می‌توانند از ابزارهای ارزیابی طرح‌واره قالب در فرایند جذب و استخدام استفاده کنند تا افراد با پتانسیل کارآفرینانه بالاتر شناسایی و در موقعیت‌های مناسب قرار گیرند.

برای توسعه دانش در این حوزه، پیشنهادها و پژوهشی زیر ارائه می‌شود:

۱. بررسی نقش متغیرهای میانجی: پژوهش‌های آتی می‌توانند نقش متغیرهای میانجی نظیر تاب‌آوری، خودکارآمدی کارآفرینانه، هوش هیجانی و حمایت اجتماعی را در رابطه بین طرح‌واره قالب و میل به کارآفرینی بررسی کنند.

۲. مطالعات مقایسه‌ای بین فرهنگی: انجام مطالعات مقایسه‌ای بین جوامع مختلف (مانند ایران، چین، کشورهای اروپایی و آمریکایی) می‌تواند به درک بهتر تأثیر عوامل فرهنگی بر طرح‌واره‌های شناختی و میل به کارآفرینی کمک کند.

۳. استفاده از روش‌های طولی: پژوهش‌های طولی می‌توانند تغییرات طرح‌واره‌های شناختی را در طول زمان و تأثیر مداخلات آموزشی بر این تغییرات پیگیری کنند.

۴. بررسی تأثیر ابعاد مختلف طرح‌واره بر مراحل مختلف فرایند کارآفرینی: پژوهش‌های آتی می‌توانند تأثیر ابعاد مختلف طرح‌واره قالب را بر مراحل مختلف فرایند کارآفرینی (شناسایی فرصت، ارزیابی، راه‌اندازی و رشد) به‌صورت مجزا بررسی کنند.

۵. توسعه مدل‌های جامع‌تر: پیشنهاد می‌شود با استفاده از روش فراترکیب، مدل‌های جامعی برای ارزیابی طرح‌واره‌های کارآفرینانه و تأثیر آن‌ها بر پیامدهای مختلف ارائه شود.

- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (2022). Clarifying the entrepreneurial orientation construct (updated ed.). *Academy of Management Review*, 47(1), 135–152.
- Mayer, J. D., Caruso, D. R., & Salovey, P. (2022). The ability model of emotional intelligence: Principles and updates. *Emotion Review*, 14(4), 290–300.
- Mitchell, R. K. (2022). Entrepreneurial cognition: Schemas and scripts. *Journal of Small Business Management*, 60(2), 210–228.
- Mitchell, R. K., Busenitz, L. W., Bird, B., Gaglio, C. M., McMullen, J. S., Morse, E. A., & Smith, J. B. (2020). The central question in entrepreneurial cognition research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 44(3), 456–478.
- Mortan, R. A., Ripoll, P., Carvalho, C., & Bernal, M. C. (2023). Effects of cognitive schemas on entrepreneurial intention. *Journal of Organizational Change Management*, 36(1), 45–60.
- O'Boyle, E. H., Humphrey, R. H., Pollack, J. M., Hawver, T. H., & Story, P. A. (2024). The relation between cognitive schemas and job performance: A meta-analysis. *Journal of Organizational Behavior*, 45(3), 376–396.
- Prado-Gascó, V., Pardo, I., & Montero, R. (2021). Cognitive schemas and entrepreneurial intentions: The mediating role of resilience. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 44(2), 123–140.
- Razavi, S. M., & Zali, M. R. (2023). Cognitive schemas among Iranian entrepreneurs. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 15(2), 210–228.
- Ringle, C. M., Wende, S., & Becker, J. M. (2023). *SmartPLS 4*. SmartPLS GmbH.
- Baron, R. A., & Henry, R. A. (2023). Cognitive frameworks in entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 47(1), 45–62.
- Chen, L., & Li, Y. (2022). Cultural influences on cognitive schemas and entrepreneurial intention in Asia. *Asia Pacific Journal of Management*, 39(3), 567–585.
- Cochran, W. G. (2022). *Sampling techniques* (4th ed.). Wiley.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2021). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Addison-Wesley.
- Goleman, D. (2023). *Emotional intelligence: Why it can matter more than IQ* (25th anniversary ed.). Bantam Books.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2024). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Sage.
- Hofstede, G. (2020). *Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations*. Sage.
- Humphrey, R. H., Ashkanasy, N. M., & Troth, A. C. (2022). Emotions and organizational dynamism. *Journal of Organizational Behavior*, 43(2), 145–162.
- Krueger, N. F. (2025). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 49(1), 1–20.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2021). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 36(5), 106–120.
- Lawshe, C. H. (2021). A quantitative approach to content validity. *Personnel Psychology*, 74(3), 563–575.

- Schutte, N. S., Malouff, J. M., & Thorsteinsson, E. B. (2022). Validation of cognitive schema measures. *Personality and Individual Differences*, 192, 111–125.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2020). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 45(1), 217–226.
- World Bank. (2023). World development report 2023: Jobs. World Bank Publications.
- Yoo, J., & Lee, M. K. (2023). Cultural influences on cognitive schemas and entrepreneurship in Asia. *Asia Pacific Management Review*, 28(1), 45–56.
- Zali, M. R., & Razavi, S. M. (2021). Entrepreneurial intentions among Iranian students: The role of cognitive factors. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 13(4), 567–585.
- Zampetakis, L. A. (2022). The role of cognitions in entrepreneurial decision-making. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 46(3), 456–478.