



Conceptualizing the Improvement of Entrepreneurial Behavior Among Students at Razi University with an Emphasis on the Development of Entrepreneurship Education

Nader Naderi^{1✉} | Meisam Khodadousti² | Ehsan Khosravi³

1. Corresponding Author, Department of Management and Entrepreneurship, Faculty of Economics and Accounting, Razi University, Kermanshah, Iran. E-mail: m.khodadosti@razi.ac.ir
2. Department of Management and Entrepreneurship, Faculty of Economics and Accounting, Razi University, Kermanshah, Iran. E-mail: n.naderi@razi.ac.ir
3. Department of Management and Entrepreneurship, Faculty of Economics and Accounting, Razi University, Kermanshah, Iran. E-mail: e.khosravi1369@gmail.com

Article Info

ABSTRACT

Article type:
Research Article

Article history:
Received:
23. 12. 2023
Revised:
17. 11. 2024
Accepted:
17. 11. 2024

Keywords:
Entrepreneurial Attitude,
Entrepreneurial Behavior,
Entrepreneurship
Education Development,
Entrepreneurial Role
Modeling,
Skill Development.

Introduction: Entrepreneurial behavior, which is a vital factor in achieving sustainable socioeconomic development, can significantly contribute to national development by creating job opportunities, promoting innovation, and improving the national economy. In this regard, entrepreneurship education stands out as an effective tool for fostering and enhancing entrepreneurial behavior, as it can play a fundamental role in shaping such behavior by influencing people's attitudes, enhancing their practical skills, and motivating them. However, despite the theoretical emphasis on the importance of entrepreneurship education, practical gaps persist in developing comprehensive and applicable models for enhancing students' entrepreneurial behavior. This study aimed to propose a holistic model to improve entrepreneurial behavior among students at Razi University, with a particular focus on developing entrepreneurship education.

Methodology: The research adopted the mixed-methods approach. In the qualitative phase, semi-structured interviews were conducted with 15 faculty members at Razi University. Data were then analyzed through qualitative content analysis and coding. Interviews continued until theoretical saturation was achieved. In the quantitative phase, a questionnaire was designed based on qualitative findings and distributed among 374 students. The sample was selected using simple randomization and Cochran's formula. The collected data were analyzed using structural equation modeling (SEM) with AMOS software.

Findings: The qualitative findings identified ten key factors influencing entrepreneurial behavior: (1) improving educational and communicative infrastructure, (2) teaching psychological traits, (3) leveraging experiences, (4) changing attitudes toward entrepreneurial behavior, (5) teaching skills, (6) enhancing behavioral improvement, (7) creating role models, (8) strengthening entrepreneurial intentions, (9) adopting educational strategies, and (10) motivating students. The quantitative analysis validated these findings, demonstrating significant factor loadings (ranging from 0.53 to 0.82) for all identified variables in the final model. Among these factors, changing attitudes toward entrepreneurial behavior (factor loading = 0.82), improving entrepreneurial intentions (0.76), and teaching skills (0.69) were the most influential.

Conclusion/ Implications: This study aimed to present a comprehensive model for improving entrepreneurial behavior among students at Razi University. The results indicated that entrepreneurship education plays a significant role in the formation and reinforcement of entrepreneurial behaviors through various factors. From a theoretical perspective, this research provides a conceptual model for improving students' entrepreneurial behavior, which can serve as a reference framework in future studies aimed at developing entrepreneurial behaviors. From a practical standpoint, the findings can assist policymakers and universities in designing entrepreneurship education programs. It is recommended that universities foster entrepreneurial behavior among students by enhancing educational and communicational infrastructures, creating opportunities for interaction with successful entrepreneurs, and offering practical, skills-based courses. Furthermore, educational managers should adopt strategies that increase students' motivation to enter the field of entrepreneurship and guide them toward choosing this career path.

Cite this article:

Khodadousti, M., Naderi, N., & Khosravi, E. (2025). Conceptualizing the Improvement of Entrepreneurial Behavior Among Students at Razi University with an Emphasis on the Development of Entrepreneurship Education. *Journal of Entrepreneurship Research*, 4(1), 37-52.

DOI: <https://doi.org/10.22034/jer.2024.2015048.1071>



© The Author(s).

Publisher: Ilam University Press.

مفهوم‌پردازی بهبود رفتار کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه رازی

با تأکید بر توسعه آموزش کارآفرینی

نادر نادری^۱ | میثم خدادوستی^۲ | احسان خسروی^۳

۱. نویسنده مسئول، گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشکده اقتصاد و حسابداری، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران. رایانامه: m.khodadosti@razi.ac.ir

۲. گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشکده اقتصاد و حسابداری، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران. رایانامه: n.naderi@razi.ac.ir

۳. گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشکده اقتصاد و حسابداری، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران. رایانامه: e.khosravi1369@gmail.com

چکیده

اطلاعات مقاله

مقدمه: رفتار کارآفرینانه یکی از عوامل مهم در دستیابی به توسعه پایدار اقتصادی و اجتماعی است که می‌تواند با ایجاد شغل، تقویت نوآوری و بهبود سطح اقتصادی جامعه، تأثیر قابل‌توجهی بر پیشرفت کشورها داشته باشد. در این میان، آموزش کارآفرینی یکی از ابزارهای مؤثر برای ایجاد و تقویت این رفتار است. این نوع آموزش می‌تواند با تأثیرگذاری بر نگرش افراد، افزایش مهارت‌های عملی و ایجاد انگیزه، نقش مهمی در شکل‌گیری رفتارهای کارآفرینانه ایفا کند. با این حال، علی‌رغم تأکیدات نظری بر اهمیت آموزش کارآفرینی، در عمل، شکاف‌هایی در تدوین مدل‌های جامع و کاربردی برای ارتقای رفتار کارآفرینانه دانشجویان مشاهده می‌شود. بر این اساس هدف پژوهش حاضر ارائه مدلی جامع برای بهبود رفتار کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه رازی با تأکید بر توسعه آموزش کارآفرینی است.

روش‌شناسی: این پژوهش با رویکرد آمیخته (کیفی-کمی) انجام شد. در مرحله کیفی، مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته با ۱۵ نفر از اساتید دانشگاه رازی انجام شد. این مصاحبه‌ها با روش تحلیل محتوای کیفی بررسی و کدگذاری شدند. فرایند مصاحبه تا زمان اشباع نظری ادامه یافت. در مرحله کمی، پرسشنامه‌ای بر اساس یافته‌های کیفی طراحی و بین ۳۷۴ دانشجو توزیع گردید. نمونه‌ها به روش تصادفی ساده و با استفاده از فرمول کوکران انتخاب شدند. داده‌های جمع‌آوری شده با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری و نرم‌افزار AMOS تحلیل شدند.

یافته‌ها: نتایج تحلیل کیفی نشان داد که ده عامل اصلی بر رفتار کارآفرینانه تأثیرگذار هستند: (۱) بهبود زیرساخت‌های آموزشی و ارتباطی، (۲) آموزش خصوصیات روان‌شناختی، (۳) بهره‌گیری از تجارب، (۴) تغییر نگرش نسبت به رفتار کارآفرینانه، (۵) آموزش مهارت‌ها، (۶) آموزش بهبود رفتاری، (۷) الگوسازی، (۸) بهبود قصد کارآفرینانه، (۹) راهبردهای آموزشی و (۱۰) انگیزه دهی به دانشجویان. تحلیل کمی نیز نشان داد که این عوامل با ضرایب بار عاملی معنادار (بین ۰/۵۳ تا ۰/۸۲) در مدل نهایی تأثیرگذار هستند. در این میان، تغییر نگرش نسبت به رفتار کارآفرینانه (بار عاملی ۰/۸۲)، بهبود قصد کارآفرینانه (۰/۷۶) و آموزش مهارت‌ها (۰/۶۹) بیشترین تأثیر را داشتند.

نتیجه‌گیری / دستاوردها: پژوهش حاضر با هدف ارائه مدلی جامع برای بهبود رفتار کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه رازی انجام شد و نتایج نشان داد که آموزش کارآفرینی از طریق عوامل مختلفی در شکل‌گیری و تقویت رفتارهای کارآفرینانه نقش ایفا می‌کند. از منظر نظری، این پژوهش مدلی مفهومی برای بهبود رفتار کارآفرینانه دانشجویان ارائه می‌دهد که می‌تواند به‌عنوان یک چارچوب مرجع در مطالعات آتی برای توسعه رفتارهای کارآفرینانه مورد استفاده قرار گیرد. از نظر عملی، یافته‌های این پژوهش می‌تواند به سیاست‌گذاران و دانشگاه‌ها در طراحی برنامه‌های آموزشی کارآفرینی کمک کند. در این راستا پیشنهاد می‌شود دانشگاه‌ها با تقویت زیرساخت‌های آموزشی و ارتباطی، ایجاد فرصت‌های تعامل با کارآفرینان موفق و ارائه دوره‌های عملی و مهارت‌محور، به ارتقای رفتار کارآفرینانه در دانشجویان بپردازند. همچنین، مدیران آموزشی باید استراتژی‌هایی را اتخاذ کنند که انگیزه دانشجویان را برای ورود به حوزه کارآفرینی افزایش دهند و آنان را به‌سوی انتخاب این مسیر شغلی هدایت کنند.

نوع مقاله:

مقاله علمی - پژوهشی

تاریخ دریافت:

۱۴۰۲/۱۰/۰۲

تاریخ بازنگری:

۱۴۰۳/۰۸/۰۲

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۳/۰۸/۰۲

کلیدواژه‌ها:

رفتار کارآفرینانه، آموزش مهارت‌ها، نگرش کارآفرینانه، توسعه آموزش کارآفرینی، الگوسازی کارآفرینانه.

استناد:

خدادوستی، میثم، نادری، نادر. و خسروی، احسان. (۱۴۰۴). مفهوم‌پردازی بهبود رفتار کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه رازی با تأکید بر توسعه آموزش کارآفرینی. *مجله پژوهش‌های کارآفرینی*، ۴ (۱)، ۳۷-۵۲.

DOI: <https://doi.org/10.22034/jer.2024.2015048.1071>

ناشر: انتشارات دانشگاه ایلام

© نویسندگان.



مقدمه

کارآفرینی برای توسعه اقتصادی و پایداری در سرتاسر جهان حیاتی شناخته شده است و نقش به‌سزایی در ارتقای توسعه اجتماعی و اقتصادی یک کشور دارد (Jabeen & Faisal, 2018). کارآفرینی یک عنصر کلیدی برای هر کشوری است که هدف آن رقابت‌پذیری در بازار جهانی است و به‌طور کلی به‌عنوان روشی برای ارتقاء اقتصادی، ایجاد خلاقیت و نوآوری در نظر گرفته می‌شود (Boldureanu et al., 2020). در حقیقت، آموزش کارآفرینی استعدادهای نوآورانه را پرورش می‌دهد که نیروی محرکه مهمی برای توسعه آینده هستند. در حال حاضر، استراتژی‌های توسعه مبتنی بر نوآوری، خواسته‌های جدیدی را در آموزش کارآفرینی مطرح می‌کنند. با این حال، بیشتر تحقیقات و بحث‌های فعلی در این زمینه بر ساخت کارکنان آموزشی در اکوسیستم آموزش کارآفرینی (Ruskovaara & Pihkala, 2015)، توسعه برنامه درسی و اینکه آیا آموزش کارآفرینی می‌تواند بر قصد کارآفرینی (Pittaway & Cope, 2016) اثر بگذارد، متمرکز است. گرچه در مورد اینکه آیا می‌توان کارآفرینی را از طریق آموزش تشویق کرد یا خیر، توافق نظر حاصل نشده است، ولی مطالعات زیادی به سهم مثبت آموزش کارآفرینی در توسعه دانش مردم، بهبود مهارت‌ها و همچنین تقویت نگرش و قصد کارآفرینی تأکید کرده‌اند (Packham et al., 2010; Barba-Sánchez & Atienza, 2016; Sahuquillo, 2016). در سال‌های گذشته، دانشگاه‌های اروپایی گام‌های مهمی برای ادغام آموزش کارآفرینی در برنامه‌های دانشگاهی در تمامی مؤسسات آموزش عالی برداشته‌اند. این اقدامات عمدتاً شامل معرفی دروس تئوری کارآفرینی در برنامه‌های درسی برای دانشجویان کارشناسی و کارشناسی ارشد و سازمان‌دهی رویدادهای ترویج کارآفرینی است. این رویدادها با هدف ایجاد و توسعه یک نگرش طرفدار کارآفرینی در بین دانشجویان و تجهیز آن‌ها به دانش در مورد کارآفرینی انجام می‌شود تا آن‌ها را به کارآفرینی به‌عنوان یک گزینه شغلی مناسب نگاه کنند (Lina et al., 2019). گنجاندن رشته‌های خاص مربوط به ایجاد شرکت در برنامه‌های علمی (Veciana et al., 2005)، ایجاد واحدهای حمایتی خوداشتغالی و توسعه بستر دانشگاه، یا کارگاه‌های خلاقیت و کارآفرینی چند نمونه از ابتکارات توسعه‌یافته در دانشگاه‌ها با هدف تشویق دانشجویان به ایجاد شرکت هستند (Barba-Sánchez & Atienza-Sahuquillo, 2016). علاوه بر این، مؤسسات آموزشی سالانه تلاش می‌کنند تا الگوهای کارآفرینی را در کلاس‌های درس به دانش‌آموزان ارائه دهند (Bosma et al., 2012). ارتباط با جامعه تجاری و مشارکت دانشجویان در این فرآیند از طریق زیرساخت‌های کسب‌وکار تسهیل شده است. انجمن‌های کارآفرینی دانشجویی و مراکز انتقال فناوری در چندین دانشگاه اروپایی راه‌اندازی شده‌اند، اما هنوز تعداد کمی از این مراکز وجود دارد (Boldureanu et al., 2020). بر اساس تئوری شناخت اجتماعی، ویژگی‌های فردی و محیطی فراگیران در تحقق آموزش کارآفرینی تأثیر زیادی دارد. مطالعه عمیق مکانیسم آموزش کارآفرینی که منجر به نوآوری و توسعه می‌شود، می‌تواند تحقیقات در مورد آموزش کارآفرینی را بیشتر بهبود بخشد (Morris et al., 2013). مفهوم دیگری که مورد توجه قرار گرفته است، رفتار کارآفرینانه است. رفتار کارآفرینانه، فعالیتهایی است که افراد در شرایط عدم اطمینان با استفاده از منابع و امکانات سازمان نوآورانه را انجام می‌دهند. پژوهشگران، رفتار کارآفرینانه را به‌عنوان مجموعه‌ای از ارزش‌ها (باورها) را در فرد ایجاد می‌کند و باعث ایجاد انگیزه درونی و خودمختاری در رفتار کارآفرینانه می‌شود و ارزش‌های فرد را در جهت کسب دانش، مهارت‌های لازم و تجربه (خودکارآمدی و اعتمادبه‌نفس)، مشارکت مؤثر در کارآفرینی، خودمختاری، خودکارآمدی و ارزش کارآفرینی سوق می‌دهد (Khoshmaram et al., 2020). چندین مطالعه به بررسی ارتباط بین آموزش کارآفرینی و رفتار کارآفرینانه پرداخته‌اند (Cui, 2021; Rauch & Hulsink, 2015; Hameed et al., 2021).

آموزش کارآفرینی می‌تواند نقش به‌سزایی در پرورش افراد متخصص داشته باشد و تا حدود زیادی می‌تواند به رونق اقتصادی کشور کمک نماید و میزان اشتغال‌زایی را افزایش دهد. رفتار کارآفرینانه به‌عنوان یک مشوق برای تمایل به سمت کارآفرینی بسیار کارساز و مؤثر است. با این حال، بر اساس ادبیات مروری انجام شده تحقیقی در رابطه با مدلی برای بهبود رفتار کارآفرینانه دانشجویان با تأکید بر توسعه آموزش کارآفرینی به‌صورت آمیخته یافت نشد؛ بنابراین، مطالعه حاضر با هدف ارائه مدلی برای

بهبود رفتار کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه رازی با تأکید بر توسعه آموزش کارآفرینی به صورت رویکرد آمیخته انجام شد. نتایج این مطالعه ضمن شناسایی ابعاد توسعه آموزش کارآفرینی تأثیرگذار بر رفتار کارآفرینانه از نظر متخصصین، مدلی را ارائه می‌دهد که با مطالعه آن می‌توان به صورت کامل و جامع و همچنین سریع ابعاد را مشاهده کرد.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

توسعه آموزش کارآفرینی

در ایران، معمولاً آموزش کارآفرینی در مقیاس بزرگ توسط دانشگاه‌ها ارائه می‌شود. آموزش کارآفرینی که اخیراً محبوبیت زیادی پیدا کرده است، به عنوان شناخت فرصت، جمع منابع در حضور ریسک و ایجاد یک سرمایه‌گذاری تجاری تعریف می‌شود. بیچاره و تولوز (Bechard & Toulouse., 1998)، آن را به عنوان مجموعه‌ای از آموزه‌های رسمی تعریف می‌کنند که اطلاعات، آموزش و آموزش هرکسی که علاقه‌مند به ایجاد کسب‌وکار کوچک و یا توسعه تجاری است، می‌باشد. آموزش کارآفرینی یک رشته دانشگاهی نسبتاً جدید است. ماهیت آن چند رشته‌ای، با تأکید زیاد در اقتصاد، مدیریت، بازاریابی و امور مالی و مرتبط با رشته‌های دیگر مانند روانشناسی، جامعه‌شناسی و مردم‌شناسی می‌باشد. آموزش کسب‌وکار فراتر از آموزه‌های کتاب‌های درسی و شامل طیف گسترده‌ای از ایده‌های زندگی است که عملاً از زندگی و تجربیات حاصل می‌شوند و توسعه آن به عنوان یک عامل کلیدی در رشد اقتصادی هر کشور شناخته شده است (Unachukwu., 2009). در خصوص تأثیر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه، ذکر این نکته ضروری است که کارآفرینی را می‌توان آموزش داد. این مسئله نشان می‌دهد، آموزش کارآفرینی می‌تواند با بهبود خلاقیت و ایده‌پردازی و کمک به اجرای این خلاقیت‌ها و ایده‌ها، منجر به شکل‌گیری قصد کارآفرینانه شود (Remeikiene, 2013). به همین خاطر لازم است، آموزش کارآفرینی در برنامه‌های درسی دانشگاه‌ها و کالج‌ها، گنجانده شود. به عبارت دیگر، یکی از متولیان مهم و کلیدی کارآفرینی، دانشگاه‌ها و سایر محیط‌های آموزشی می‌باشد. توسعه ظرفیت محیط‌های آموزشی در جهت ارتقاء عملکرد کارآفرینی همواره مورد توجه بوده و علی‌رغم افزایش چشمگیر ادبیات آموزش کارآفرینی در سال‌های اخیر، هنوز کمبود پژوهشی در خصوص آموزش کارآفرینی وجود دارد. در کل باید اشاره کرد که بخش اعظمی از کارآفرینی توسط دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی ایجاد می‌شود که این مراکز می‌توانند به توسعه کارآفرینی کمک نمایند و آن را بسط دهند.

رفتار کارآفرینانه

رفتار کارآفرینانه به مجموعه‌ای از ارزش‌ها (باورها)، اقدامات، نگرش‌ها و تصمیم‌گیری‌های فردی یا گروهی اطلاق می‌شود که با هدف کشف، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌های جدید در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی یا فناورانه صورت می‌گیرد. این رفتار معمولاً با ویژگی‌هایی مانند نوآوری، ریسک‌پذیری حساب‌شده، پیشگامی، انعطاف‌پذیری، تعهد به کار و تلاش مستمر همراه است (Khoshmaram et al., 2020). این مجموعه از ارزش‌ها باهم ترکیب می‌شوند تا فرد را قادر سازند رفتار کارآفرینانه قابل تشخیصی را از خود بروز دهد. در راستای بروز رفتار کارآفرینانه، کمبود مهارت یا دانش منجر به کاهش اعتمادبه‌نفس برای انجام رفتار کارآفرینانه می‌شود. به طور مشابه، تغییر در ارزش‌ها، باورها یا نیازهای اساسی فرد منجر به عدم مشارکت در فرآیند کارآفرینی و کناره‌گیری از ابراز رفتار کارآفرینانه می‌شود (Kirkley, 2016). در حقیقت، رفتار کارآفرینانه، ارزش‌ها یا باورهای عمیقی است که نمی‌توان به صراحت یا مستقیماً شناسایی کرد (Krueger, 2007) و در کل سه ساختار کلیدی، یعنی خودمختاری، هویت شخصی و خودکارآمدی برای بیان رفتار کارآفرینانه اساسی هستند. مردم به طور طبیعی تمایل به تقلید، کاوش، پذیرفتن و درونی کردن نقش‌های اجتماعی محیطی دارند. از آنجاکه نیروی بالقوه کارآفرینان می‌تواند به جامعه کمک شایانی نماید، محققان سعی کرده‌اند تا شخصیت، مهارت‌ها و نگرش‌های کارآفرینان را همانند شرایط پرورش‌دهنده کارآفرین، مورد تجزیه و تحلیل قرار دهند. تحقیقات مختلفی در خصوص بررسی ارتباط صفات و ویژگی‌های شخصیتی با کارآفرینی صورت پذیرفته است که در طی آن صاحب‌نظران کوشیده‌اند تا نیمرخ روان‌شناختی کارآفرینان را شناسایی کنند. افرادی که ویژگی‌های

کارآفرینانه آن‌ها برانگیخته شود، اقدام به رفتار کارآفرینانه از جمله راه‌اندازی یک کسب‌وکار، ایجاد یک حرفه برای خود و دیگران و در نهایت ثبت اختراع برای خود می‌کنند. ویژگی‌های شخصی افراد و محیطی که در آن قرار دارند بر ویژگی‌های کارآفرینی افراد تأثیرگذار بوده و وجود این نوع ویژگی‌ها بر بروز رفتارهای کارآفرینانه تأثیرگذار است (Zampetakis & Moustakis, 2007). در حقیقت باید اشاره کرد که رفتار کارآفرینی شامل مجموعه‌ای از فعالیت‌ها و شیوه‌ها و همچنین استفاده از ترکیبات منابع نوآورانه برای شناسایی و پیگیری فرصت‌ها است. رفتار کارآفرینانه حاصل تمایل به تغییر وضع موجود با بهره‌گیری از خلاقیت و نوآوری است. همچنین ریسک‌پذیری، توانایی تشخیص فرصت‌ها، توانایی بهره‌برداری از فرصت‌ها، توانایی مواجهه با ابهامات محیط، بهره‌مندی از قانون کنترل درونی و تمایل زیاد به کسب موفقیت، از مهم‌ترین ویژگی‌های رفتار کارآفرینانه است.

پیشینه تجربی

قبری و رحمتی (Ghanbari & Rahmati, 2022)، مطالعه‌ای با عنوان تأثیر آموزش کارآفرینی مبتنی بر عمل بر رفتار کارآفرینانه با توجه به نقش میانجی قصد کارآفرینی و جهت‌گیری کارآفرینانه انجام دادند. نتایج این تحقیق نشان داد که جهت‌گیری کارآفرینانه نه تنها بر رفتار کارآفرینانه تأثیر مثبت و مستقیم دارد بلکه رابطه میان آموزش کارآفرینانه بر رفتار کارآفرینانه را نیز میانجی‌گری می‌کند و در صورتی که قصد کارآفرینی این تأثیر را بر رفتار کارآفرینانه نداشته باشد، رابطه میان آموزش کارآفرینانه بر رفتار کارآفرینانه را نیز میانجی‌گری نمی‌کند. طهماسبی و همکاران (Tahmasbi et al., 2017)، مطالعه‌ای با عنوان تأثیر آموزش‌های کارآفرینی بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان حضوری و مجازی دانشکده کارآفرینی انجام دادند. نتایج حاصل از تحقیق نشان داد که بین دانشجویان حضوری و مجازی در خصوص نگرش، کنترل رفتار ادراک شده، قصد کارآفرینانه و رفتار کارآفرینانه میان دانشجویان حضوری و مجازی تفاوت معنی‌داری وجود دارد و دانشجویان مجازی نسبت به دانشجویان حضوری در هر متغیر قوی‌تر هستند. در واقع، دانشجویان مجازی رفتار کارآفرینانه قوی‌تری نسبت به دانشجویان حضوری از خود نشان می‌دهند. بارانی و همکاران (Barani et al., 2010)، مطالعه‌ای با عنوان تأثیر آموزش کارآفرینی بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه پیام نور کرمانشاه (رویکرد مدل‌سازی معادله ساختاری)، انجام دادند. این محققین گزارش کردند که نیت کارآفرینانه دانشجویان با نگرش نسبت به کارآفرینی، هنجارهای ذهنی، باور به خودکارآمدی و رفتار کارآفرینانه ارتباط مثبتی دارد. سعیدی مهرآباد و مهتدی (Saeedi Mehrabad & Mohtadi, 2008)، پژوهشی با عنوان تأثیر آموزش کارآفرینی بر توسعه رفتارهای کارآفرینانه در وزارت کار و امور اجتماعی انجام دادند. این محققین اشاره کردند که برنامه‌های آموزشی به‌عنوان یکی از راهکارهای توسعه و ترویج کارآفرینی است.

جینا (Jena, 2020)، مطالعه‌ای با عنوان سنجش تأثیر نگرش مدیریت بازرگانی دانشجویان نسبت به آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی انجام دادند. نتایج حاکی از تأثیر مثبت و معنادار نگرش نسبت به آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی بود. ندوفیری (Ndofirepi, 2020)، مطالعه‌ای با عنوان رابطه آموزش کارآفرینانه با اهداف کارآفرینی با نقش میانجی ویژگی‌های روان‌شناختی انجام دادند. تأثیر متغیر آموزش کارآفرینی با نیاز به موفقیت، تمایل به ریسک‌پذیری، منبع کنترل درونی و نیت هدف کارآفرینی رابطه مثبت و معناداری داشت. لیو و همکاران (Liu et al., 2019)، مطالعه‌ای با عنوان تحقیق در مورد تأثیر آموزش کارآفرینی و خودکارآمدی کارآفرینانه بر قصد کارآفرینی دانشجویان انجام دادند. نتایج این مطالعه نشان داد که آموزش کارآفرینی دانشجویان دانشگاهی تأثیر مثبت و معناداری بر قصد کارآفرینی آن‌ها دارد، اما تأثیر آشکاری بر نگرش کارآفرینی ندارد. ثانیاً، خودکارآمدی کارآفرینانه دانشجویان تأثیر مثبت و معناداری بر نگرش کارآفرینانه و قصد کارآفرینی دارد و نگرش کارآفرینانه نقش واسطه‌ای جزئی در رابطه بین خودکارآمدی کارآفرینانه و قصد کارآفرینی دارد. راسکواارا و پیه‌کالا (Ruskovaara & Pihkala, 2015)، پژوهشی را با عنوان آموزش کارآفرینی در مدارس با تأکید بر نقش مربیان، انجام دادند و گزارش کردند که آموزش‌های کارآفرینانه بر نیت و هدف‌گذاری دانش‌آموزان برای کارآفرینی اثرگذار است.

به‌طورکلی، با توجه به مبانی نظری و پیشینه، بیشتر تحقیقات انجام شده در زمینه آموزش کارآفرینی، بر روی رفتار یا ابعاد رفتار تأکید داشته‌اند. همچنین مطالعات بررسی شده رویکرد کمی داشته‌اند، اما رویکرد پژوهش حاضر، ترکیبی است. بر این اساس، ابتدا با بهره‌گیری از رویکرد کیفی، ابعاد توسعه آموزش کارآفرینی و رفتار کارآفرینانه شناسایی و سپس از طریق روش‌های کمی، ابعاد مدل رفتار کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه رازی بررسی شده است.

روش‌شناسی پژوهش

مطالعه حاضر با هدف ارائه مدلی برای بهبود رفتار کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه رازی با تأکید بر توسعه آموزش کارآفرینی انجام شد. در این سیستم، پژوهشگران به دنبال واکاوی و مفهوم‌سازی مرتبط با موضوع پژوهش هستند. جامعه مورد مطالعه شامل اساتید کارآفرینی در دانشکده کارآفرینی و دیگر دانشکده‌ها همانند دانشکده کشاورزی در دانشگاه رازی بود. در مطالعه حاضر، نمونه‌ها به‌صورت هدفمند انتخاب شدند و برای انتخاب شرکت‌کنندگان بعدی نیز از نمونه‌گیری گلوله برفی و نظری استفاده گردید و پس از انجام مصاحبه‌های اولیه و تحلیل داده‌های به‌دست‌آمده، برای شناسایی رابطه بین متغیرها و تشکیل مقوله‌ها، نمونه‌گیری نظری به‌کار گرفته شد. با در نظر گرفتن این نکته که معیار قضاوت در مورد زمان متوقف کردن نمونه‌برداری نظری، کفایت نظری مقوله‌ها و داده‌هاست، در این مطالعه اشباع نظری بعد از ۱۵ مصاحبه به تأیید رسید و اطلاعات جدیدی اضافه نشد. مصاحبه‌ها با تعیین وقت قبلی صورت گرفت و در همان جلسه صدای افراد ثبت و ضبط شد و بعد از مصاحبه خلاصه نظرات تایپ شد و هر مصاحبه ۴۰ تا ۵۰ دقیقه به طول انجامید. در این روش ابتدا مسئله پژوهش مشخص شد، سپس سؤالات و اهداف تبیین گردید، سپس افراد مورد مطالعه انتخاب گردیدند و تا اشباع نظری مصاحبه‌ها ادامه یافت. در ادامه کدگذاری و شکل‌گیری مفاهیم انجام شد و نهایتاً نتایج گزارش گردید. در تحقیقات کیفی برای ارزیابی روایی از مفاهیمی مانند اعتبار‌پذیری، اعتماد‌پذیری، تأیید‌پذیری و انتقال‌پذیری بر اساس روش لینکلن و گوبا (Lincoln & Guba, 1985) استفاده می‌گردد. در پژوهش حاضر قابلیت اعتبار نتایج با استفاده از تکنیک‌های کنترل‌های اعضا، استفاده از محققان مختلف در جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها و خود‌بازبینی محقق مورد ارزیابی قرار گرفتند. برای بررسی تأیید‌پذیری نتایج حاصل از تحقیق، کلیه یادداشت‌ها، اسناد و مصاحبه‌های ضبط‌شده پس از تحلیل توسط محقق، مجدداً در اختیار تیم پژوهش و دیگر محققان قرار گرفت تا تناسب بین داده‌های خام با نتایج حاصل از داده‌ها تأیید گردد. برای اطمینان یافتن از قابلیت انتقال یافته‌های مطالعه، محقق تلاش کرد تا به‌دقت و با ذکر جزئیات به توصیف شرایط انجام تحقیق بپردازد. برای اعتماد‌پذیری نیز پژوهشگر در تمام مصاحبه‌ها در تلاش بود که جستجو‌کننده متعهدی برای داده‌های مصاحبه‌ها باشد و برای بررسی پایایی نیز از ضریب کاپا استفاده شد و میزان توافق به‌دست‌آمده ۰/۸۶ بود که نشان دهنده توافق و پایایی عالی بود. در بخش کمی، به‌دنبال تهیه پرسشنامه حاصل از بخش کیفی پژوهش، پرسشنامه بین دانشجویان در رشته‌های مختلف دانشگاه رازی توزیع شد. چون حجم جامعه دانشجویان در مقاطع مختلف حدود ۱۴۰۰۰ نفر بود، از طریق فرمول کوکران ۳۷۴ نفر به‌صورت تصادفی ساده انتخاب شدند و پرسشنامه‌ها بین آن‌ها توزیع شد. روایی اولیه پرسشنامه‌ها به‌صورت صوری توسط هفت نفر از اساتید گروه کارآفرینی تأیید شد و برای بررسی پایایی از روش آلفای کرونباخ استفاده گردید. همچنین تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از کدگذاری، تحلیل محتوا، آماره‌های توصیفی، مدل‌سازی معادلات ساختاری و در محیط نرم‌افزارهای (SPSS) و (AMOS)، انجام گرفت.

یافته‌ها

بررسی مشخصات جمعیت شناختی افراد شرکت‌کننده در مطالعه نشان داد که از ۱۵ نفر مورد مصاحبه ۱۳ نفر مرد (۸۶/۷۰ درصد) و ۲ نفر زن (۱۳/۳۰ درصد) بودند. همچنین تمامی افراد مورد مطالعه دارای مدرک تحصیلی دکترا بودند. میانگین سنی افراد مورد مطالعه ۴۰/۳۹ ± ۹/۶۵ سال بود. افراد مورد مطالعه دارای ۸/۲۱ ± ۱۰/۲۱ سال سابقه تدریس کارآفرینی و حوزه‌های مرتبط با کارآفرینی بودند.

برای انجام تحلیل محتوا در این مطالعه، ابتدا متن مصاحبه‌ها خط به خط مورد تحلیل قرار گرفت و با حذف مفاهیم بی‌ربط و نامناسب و ادغام مفاهیم مشابه، مفاهیم کلیدی استخراج و کدگذاری (باز و محوری) شدند. در این مطالعه ۴۲ کد اولیه به دست آمد (جدول ۱). بر اساس نتایج به دست آمده در این جدول، کدهای محوری اصلی شامل بهبود زیرساخت‌های آموزشی و ارتباطی، آموزش خصوصیات روان‌شناختی، بهره‌گیری و استفاده از تجارب، تغییر نگرش نسبت به رفتار کارآفرینانه، آموزش بهبود رفتاری، بهبود قصد کارآفرینانه، آموزش مهارت‌ها، راهبردهای آموزشی، الگوسازی و دادن انگیزه به دانشجویان بود.

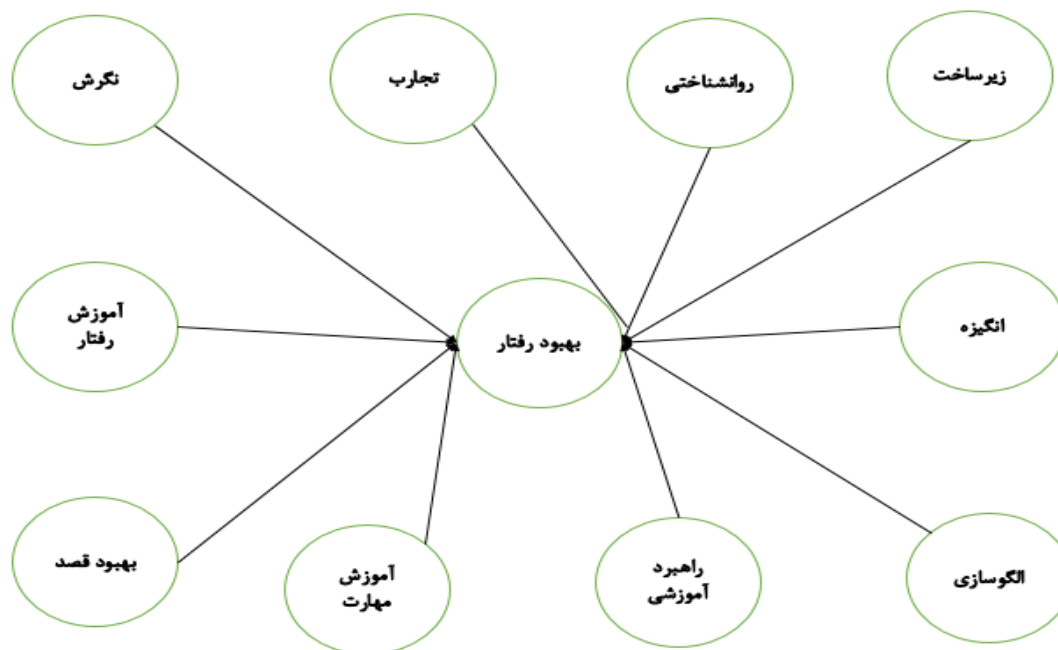
جدول ۱. تحلیل محتوا داده‌های پژوهش

کدگذاری محوری زیر طبقات	فراوانی	کدگذاری باز مفاهیم
بهبود زیرساخت‌های آموزشی و ارتباطی	۸	دسترسی به اطلاعات جهانی برای تغییر رفتار، تمایل و قصد کارآفرینانه
	۹	دسترسی به منابع روز برای تغییر در نگرش کارآفرینانه
	۱۰	توانایی ارتباط با دیگر کارآفرینان در سطح جهان برای تغییر در نگرش کارآفرینانه
	۷	دسترسی به سیستم‌های نوآورانه در سطح جهان برای مشاهده‌ی نوآوری‌های روز به منظور تغییر در نگرش
آموزش خصوصیات روان‌شناختی	۸	افزایش ارتباط بین مراکز و کارگاه‌های کارآفرینانه با دانشگاه به منظور تغییر در نگرش
	۱۵	آموزش ریسک‌پذیری دانشجویان به منظور پذیرش کارآفرینی
	۱۳	دادن انگیزه و روحیه کارآفرینی بین دانشجویان برای تغییر رفتار کارآفرینانه
	۱۰	آموزش مسئولیت‌پذیری بین دانشجویان برای افزایش پذیرش رفتار کارآفرینانه
بهره‌گیری و استفاده از تجارب	۱۲	آموزش کارهای نوآورانه به منظور تغییر در تمایل کارآفرینانه
	۱۵	دادن اعتماد به نفس به دانشجویان به منظور افزایش روحیه و تمایل کارآفرینانه
	۱۰	قرار دادن تجربه‌ی اساتید در اختیار دانشجویان به منظور دادن انگیزه به دانشجویان
	۱۴	به‌کارگیری و پیاده‌سازی تجارب دانشگاهی در زمینه کارآفرینی توسط اساتید برای تغییر در تمایل دانشجویان
تغییر نگرش نسبت به رفتار کارآفرینانه	۸	استفاده از یادگیری‌ها و تجارب قبلی برای تغییر دادن رفتار دانشجویان برای بهبود تمایل کارآفرینانه
	۹	دعوت از کارآفرینان موفق در سر کلاس‌ها و سمینارها برای بهبود قصد کارآفرینانه
	۱۰	بهره‌گیری از تجارب افراد موفق به منظور تغییر دادن تمایل دانشجویان
	۸	دادن تفکر برای رضایت‌بخش بودن کارآفرینی توسط اساتید دانشگاه
آموزش بهبود رفتاری	۱۲	دادن انگیزه به دانشجویان برای ایجاد کارآفرینی در صورت وجود منابع و فرصت‌ها توسط اساتید دانشگاه
	۸	آموزش پذیرش کمبودهای کارآفرینانه و حرکت در جهت جلو توسط اساتید دانشگاه به دانشجویان
	۷	دادن نگرش برای نپذیرفتن شغل دولتی و پذیرش شغل‌های کارآفرینانه توسط اساتید دانشگاه
	۱۲	دادن آموزش به دانشجویان برای پذیرش یک کسب‌وکار جدید و توانایی کنترل و مدیریت آن
بهبود قصد کارآفرینانه	۹	دادن آموزش به دانشجویان برای راه‌اندازی و تثبیت یک کار توسط اساتید دانشگاه
	۱۳	آموزش جزئیات کافی علمی برای راه‌اندازی کسب‌وکار توسط اساتید دانشگاه
	۱۱	دادن آموزش برای شناخت و توسعه یک دیدگاه جدید برای کسب‌وکار
	۸	دادن روحیه برای کارآفرین شدن تحت هر شرایطی توسط اساتید و دانشگاه
آموزش مهارت‌ها	۹	هدف دادن به دانشجویان برای تبدیل به کارآفرین حرفه‌ای شدن
	۱۱	آموزش برای ایجاد یک کسب‌وکار درآمدزا در آینده
	۱۲	دادن آموزش و انگیزه برای قصد راه‌اندازی کسب‌وکار در آینده‌ای نزدیک
	۹	آموزش مهارت‌های کارآفرینانه و به‌کارگیری آن‌ها در راستای افزایش در رفتار کارآفرینانه
راهبردهای آموزشی	۱۱	آموزش مهارت‌ها در راستای کارآفرینی و به‌کارگیری در بازار کار برای بهبود تمایل کارآفرینانه
	۱۰	تلاش برای ایجاد شبکه‌های گسترده در دانشگاه در زمینه‌های مختلف مهارتی برای آموزش مهارت‌های کارآفرینانه
	۶	آموزش دانشجویان در راستای به‌کارگیری در بازار کار با هدف تغییر در نگرش به کارآفرینی
	۸	بازدید دانشجویان از پروژه‌های موفق کارآفرینی در تمامی رشته‌های با پتانسیل کارآفرینی به منظور تغییر در تمایل دانشجویان در جهت کارآفرینی
	۱۰	بازدیدهای مستمر دانشجویان از کارآفرینی‌های موفق به منظور تغییر در تمایل دانشجویان در جهت کارآفرینی
	۹	قرار دادن درس کارآفرینی در تمامی رشته‌های بالقوه برای ایجاد کارآفرینی به منظور دادن نگرش در جهت کارآفرینی در دانشجویان

جدول ۱. تحلیل محتوا داده‌های پژوهش

کدگذاری محوری زیر طبقات	فراوانی	کدگذاری باز مفاهیم
	۹	بهره‌گیری از اساتید مجرب کارآفرینی در رشته‌های بالقوه کارآفرینی به‌منظور دادن انگیزه و قصد برای کارآفرینی
	۸	شرکت دادن دانشجویان در سمینارها و کنفرانس‌های مرتبط با کارآفرینی به‌منظور دیدن دانش و تجربه‌های نو و دیدار با متخصصین و افراد موفق به‌منظور تمایل یافتن در جهت کارآفرینی
	۱۲	مشارکت دادن دانشجویان در رویدادهای استارت‌آپی برای دادن تمایل به‌منظور کارآفرینی
الگوسازی	۹	دادن انگیزه در دانشجویان به‌منظور الگوسازی از کارآفرین‌های موفق در حوزه‌های مرتبط به‌منظور دادن قصد برای انجام کارآفرینی
	۱۴	الگو قرار دادن افراد نخبه، باتجربه، با انگیزه و متخصص در زمینه کارآفرینی توسط اساتید به‌منظور دادن تمایل در جهت کارآفرینی
	۱۳	به‌کارگیری اصول موفقیت و راهبردهای دیگر کارآفرینان موفق از طریق دعوت از آن‌ها در سر کلاس به‌منظور دادن انگیزه به آن‌ها
دادن انگیزه به دانشجویان	۱۲	دادن انگیزه و امید برای شروع کار توسط اساتید
	۱۵	فراهم کردن تسهیلات انگیزشی و ترغیبی توسط دانشگاه به‌صورت زنجیره‌ای به گروه‌های دانشجویی برای شروع فعالیت کارآفرینانه با هدف افزایش تمایل به انجام کارآفرینی
	۱۲	فراهم کردن فناوری‌های روز و در اختیار قرار دادن اطلاعات نو دنیا توسط دانشگاه در دانشجویان به‌منظور دادن تمایل برای انجام کارآفرینی
	۱۲	افزایش دادن استقلال، انگیزه و اعتمادبه‌نفس در دانشجویان توسط دانشگاه از طریق برگزاری کلاس‌ها و آموزش‌ها به‌منظور دادن نگرش کارآفرینانه
	۱۴	افزایش انگیزه برای خوداشتغالی توسط اساتید و دادن انگیزه برای نرفتن سراغ شغل‌های دولتی توسط اساتید به‌منظور افزایش تمایل برای کارآفرینی

پس از استخراج مفاهیم (شکل ۱)، محققین با کمک مدل معادلات ساختاری به بررسی و تأیید مدل پرداختند.



شکل ۱. عوامل مؤثر بر بهبود رفتار کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه رازی

در بخش کمی ۳۷۴ نفر مورد مطالعه قرار گرفتند. نتایج بخش توصیفی نشان داد که میانگین سنی افراد مورد مطالعه 7 ± 85 سال بود. از این تعداد، ۲۱۵ نفر مرد (۵۷ درصد) و ۱۵۹ نفر زن (۴۳ درصد) بودند. همچنین از این تعداد، ۱۹۵ نفر از افراد مورد مطالعه دانشجوی کارشناسی، ۱۱۵ نفر دانشجوی کارشناسی ارشد و ۶۴ نفر دانشجوی دکترا بودند.

پس از شناسایی مؤلفه‌های کلیدی، پرسشنامه‌ای بر اساس کدهای استخراج‌شده و با طیف لیکرت طراحی و بین ۸۹ نفر از افراد خارج از جامعه آماری اصلی توزیع شد. برای سنجش روایی سازه، از تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول استفاده شد که نتایج حاکی از مطلوبیت تمامی گویه‌ها بود (مقادیر واریانس استخراجی برای تمامی گویه‌ها بزرگ‌تر از ۰/۵۰ بود و میزان CR نیز بزرگ‌تر از ۱/۶۹ بود). این شاخص‌ها نشان‌دهنده روایی مناسب تمامی گویه‌ها بود و در نتیجه هیچ سؤالی از پرسشنامه حذف نشد. جهت بررسی پایایی نیز از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که نتایج برای همه مؤلفه‌ها مقدار بالاتر از ۰/۷۰ را نشان داد. این یافته‌ها گویای قابلیت اعتماد مناسب پرسشنامه برای هر یک از سازه‌های مورد بررسی بود.

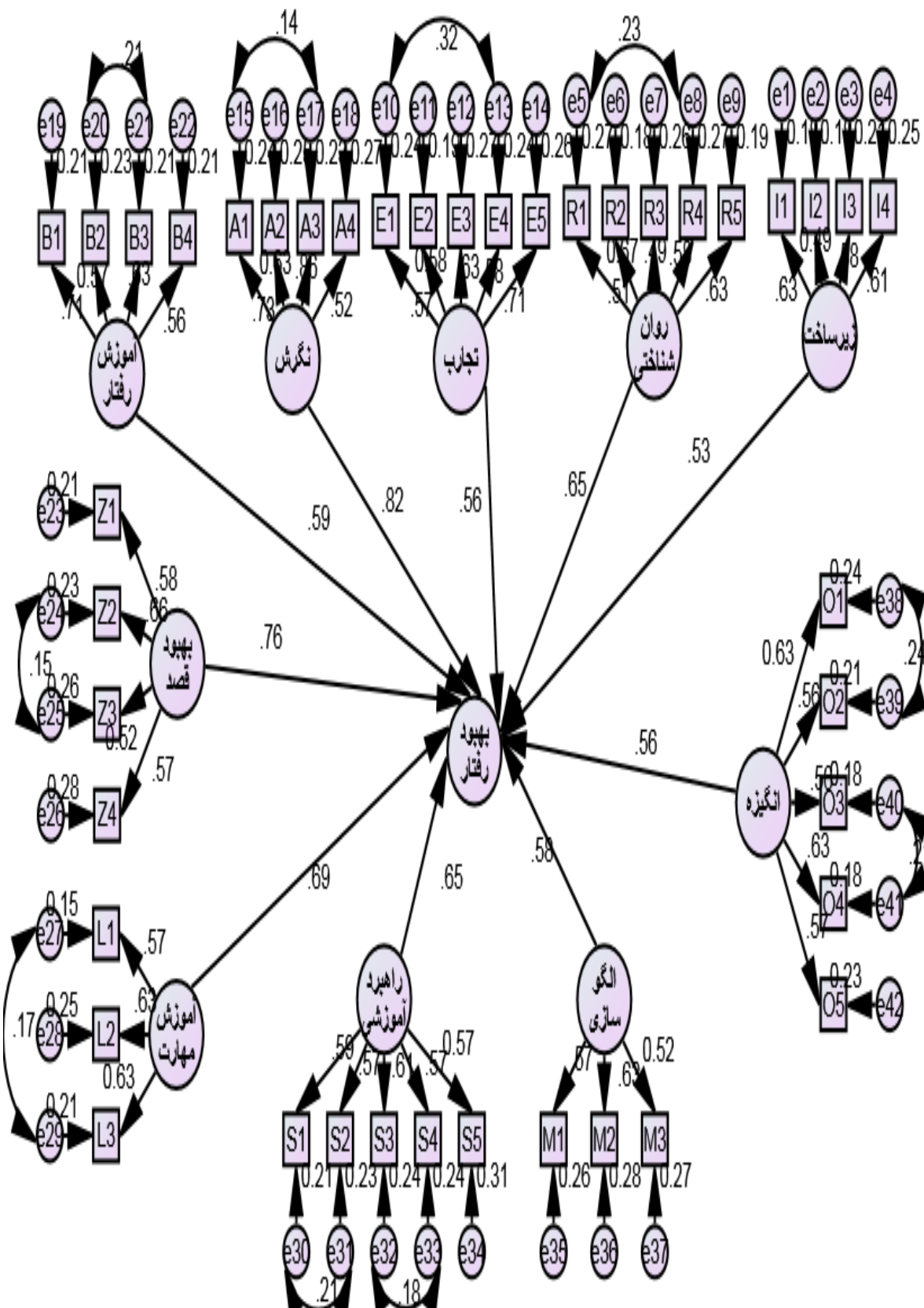
در ادامه برای بررسی و تبیین مدل نهایی از تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم استفاده گردید. در این مرحله، پرسشنامه‌های طراحی‌شده به صورت کامل میان ۳۷۴ نفر از جامعه آماری توزیع و جمع‌آوری شد. پیش از اجرای تحلیل نهایی، دو پیش‌شرط اساسی مورد بررسی قرار گرفت. شرط اول، با توجه به استانداردهای تحلیل عاملی، حجم نمونه می‌بایست بیش از ۱۰۰ نفر باشد که در این مطالعه با ۳۸۴ پاسخگو، این شرط به خوبی رعایت شده است. شرط دوم، برای اطمینان از نرمال بودن توزیع داده‌ها، از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف استفاده شد. نتایج این ارزیابی به همراه شاخص‌های توصیفی شامل میانگین، انحراف معیار و وضعیت نرمالیتۀ داده‌ها در جدول ۲ ارائه گردیده است.

جدول ۲. آمار توصیفی و بررسی وضعیت نرمالیتۀ داده‌ها

متغیرها	میانگین \pm انحراف معیار	آماره نرمالیتۀ	معناداری	وضعیت نرمالیتۀ
بهبود زیرساخت‌های آموزشی و ارتباطی	۱/۲۵ \pm ۳/۶۵	۰/۰۸۴	۰/۲۵۹	نرمال
آموزش خصوصیات روان‌شناختی	۱/۵۲ \pm ۳/۴۹	۰/۰۹۵	۰/۰۹۲	نرمال
بهره‌گیری و استفاده از تجارب	۱/۳۵ \pm ۳/۵۱	۰/۱۱۴	۰/۰۷۶	نرمال
تغییر نگرش نسبت به رفتار کارآفرینانه	۱/۱۹ \pm ۳/۲۵	۰/۰۹۳	۰/۰۵۸	نرمال
آموزش بهبود رفتاری	۱/۲۵ \pm ۳/۸۵	۰/۰۹۵	۰/۰۹۲	نرمال
بهبود قصد کارآفرینانه	۱/۳۲ \pm ۴/۱۵	۰/۰۸۷	۰/۰۶۲	نرمال
آموزش مهارت‌ها	۱/۴۱ \pm ۳/۷۵	۰/۰۶۶	۰/۴۱۶	نرمال
راهبردهای آموزشی	۱/۲۵ \pm ۴/۱۵	۰/۰۵۶	۰/۴۹۱	نرمال
الگوسازی	۱/۲۳ \pm ۴/۰۶	۰/۰۵۶	۰/۴۹۲	نرمال
دادن انگیزه به دانشجویان	۱/۳۵ \pm ۴/۲۱	۰/۰۵۶	۰/۴۹۲	نرمال

* میانگین‌ها در مقیاس ۵ امتیازی گزارش شده‌اند.

همان‌گونه که نتایج در جدول ۲ نشان می‌دهد، میانگین متغیرها حدود ۳/۵۰ تا ۴/۰۰ بود که نشان می‌دهد وضعیت متغیرها از متوسط تا خوب می‌باشد. نتایج برای آزمون نرمالیتۀ نشان داد که ارزش معناداری برای تمامی متغیرها بزرگ‌تر از ۰/۰۵ است که تأکید‌کننده نرمالیتۀ برای متغیرهای مورد نظر است؛ بنابراین شروط لازم برای انجام تحلیل عاملی تأییدی برقرار است. برای انجام تحلیل عاملی تأییدی از نرم‌افزار AMOS استفاده شد و نتایج در شکل ۲ گزارش شده است.



شکل ۲. مدل نهایی برای بهبود رفتار کارآفرینانه دانشجویان در حالت استاندارد

بر مبنای یافته‌های جدول ۳، مقدار کای اسکوئر به‌دست آمده در این مدل برابر با ۴۱۲/۷۱ بود و با توجه به درجه آزادی ۲۳۵ برای مدل، میزان کای اسکوئر به درجه آزادی برابر با ۱/۷۵ است که کمتر از ۲ است و بنابراین نشان می‌دهد که مدل از برازش خوبی برخوردار است. دیگر شاخص‌ها و مقادیر قابل قبول برای برازش مدل در جدول نشان داده شده است. همان‌گونه که نتایج نشان می‌دهد، مدل از برازش مناسبی برخوردار است و شاخص‌های برازش مناسبی دارند.

جدول ۳. شاخص‌های برازندگی مدل نهایی بهبود رفتار کارآفرینانه دانشجویان

نام شاخص	مقدار	دامنه قابل قبول
کای اسکوئر نسبی (CMIN/DF)	۱/۷۵	حداکثر ۲
شاخص نیکویی برازش (GFI)	۰/۹۸	بزرگ‌تر از ۰/۹۵
شاخص نیکویی برازش تعدیل‌شده (AGFI)	۰/۹۶	بزرگ‌تر از ۰/۸۰
شاخص نیکویی برازش هنجار شده (NFI)	۰/۹۷	بزرگ‌تر از ۰/۹۵
شاخص برازش تطبیقی (CFI)	۰/۹۵	بزرگ‌تر از ۰/۹۰
ریشه میانگین مربعات خطای برآورد شده (RMSEA)	۰/۰۳۹	کمتر از ۰/۰۵

در جدول ۴ نتایج برای تحلیل عاملی تأییدی گزارش شده است. بر اساس نتایج به‌دست آمده، تغییر نگرش نسبت به رفتار کارآفرینانه با بار عاملی ۰/۸۲، بهبود قصد کارآفرینانه با بار عاملی ۰/۷۶، آموزش مهارت‌ها با بار عاملی ۰/۶۹، آموزش خصوصیات روان‌شناختی و راهبردهای آموزشی با بار عاملی ۰/۶۵، آموزش بهبود رفتاری با بار عاملی ۰/۵۹، الگوسازی با بار عاملی ۰/۵۸، بهره‌گیری و استفاده از تجارب و دادن انگیزه به دانشجویان با بار عاملی ۰/۵۶ و بهبود زیرساخت‌های آموزشی و ارتباطی با بار عاملی ۰/۵۳، به ترتیب بیشترین اهمیت را در تبیین مدل نهایی بهبود رفتار کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه رازی با تأکید بر توسعه آموزش کارآفرینی داشتند. این نتایج نشان می‌دهد که تمامی ۱۰ متغیر استخراجی در بخش کیفی در مدل نهایی بهبود رفتار کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه رازی با تأکید بر توسعه آموزش کارآفرینی مؤثر بودند. بر اساس یافته‌ها، تمامی متغیرها سهمی بزرگ‌تر از ۰/۵۰ درصد در تبیین واریانس مدل نهایی را داشتند.

جدول ۴. نتایج پژوهش در خصوص مدل بهبود رفتار کارآفرینانه دانشجویان

متغیرها	ضریب مسیر	خطا	C.R.	معناداری
بهبود زیرساخت‌های آموزشی و ارتباطی	۰/۵۳	۰/۱۰	۶/۲۱	۰/۰۰۱
آموزش خصوصیات روان‌شناختی	۰/۶۵	۰/۱۵	۷/۶۰	۰/۰۰۱
بهره‌گیری و استفاده از تجارب	۰/۵۶	۰/۲۱	۶/۷۰	۰/۰۰۱
تغییر نگرش نسبت به رفتار کارآفرینانه	۰/۸۲	۰/۲۵	۹/۳۰	۰/۰۰۱
آموزش بهبود رفتاری	۰/۵۹	۰/۲۶	۷/۰۰	۰/۰۰۱
بهبود قصد کارآفرینانه	۰/۷۶	۰/۱۷	۸/۷۰	۰/۰۰۱
آموزش مهارت‌ها	۰/۶۹	۰/۱۹	۷/۹۰	۰/۰۰۱
راهبردهای آموزشی	۰/۶۵	۰/۱۸	۷/۶۰	۰/۰۰۱
الگوسازی	۰/۵۸	۰/۲۱	۶/۹۰	۰/۰۰۱
دادن انگیزه به دانشجویان	۰/۵۶	۰/۲۴	۶/۷۰	۰/۰۰۱

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش ترکیبی با هدف طراحی الگوی بهبود رفتار کارآفرینانه در میان دانشجویان دانشگاه رازی با تأکید بر توسعه آموزش کارآفرینی انجام شد. یافته‌های تحقیق منجر به شناسایی ۱۰ عامل تأثیرگذار شد که به ترتیب اهمیت عبارتند از: نگرش نسبت به رفتار کارآفرینانه، بهبود قصد کارآفرینانه، آموزش مهارت‌ها، آموزش خصوصیات روان‌شناختی و راهبردهای آموزشی، آموزش بهبود

رفتاری، الگوسازی، بهره‌گیری و استفاده از تجارب و دادن انگیزه به دانشجویان و بهبود زیرساخت‌های آموزشی و ارتباطی. تحلیل‌های انجام شده نشان داد این عوامل به‌صورت نظام‌مند و در تعامل با یکدیگر می‌توانند مدل جامعی برای ارتقای رفتار کارآفرینانه در محیط دانشگاهی ارائه دهند. این الگو بر اهمیت رویکرد همه‌جانبه در برنامه‌ریزی آموزشی کارآفرینی تأکید دارد که هم بعد شناختی (نگرش و قصد) و هم بعد عملی (مهارت‌ها و تجربیات) را پوشش می‌دهد. همان‌گونه که اشاره شد، آموزش کارآفرینانه تأثیر قابل توجهی بر بهبود رفتار کارآفرینانه داشت که این نتایج همراستا با نتایج قنبری و رحمتی (Ghanbari & Rahmati, 2022) برای آموزش کارآفرینانه است که گزارش کردند آموزش کارآفرینانه بر رفتار کارآفرینانه اثرات مثبتی دارد. همچنین همراستا با نتایج به‌دست آمده، طهماسبی و همکاران (Tahmasbi et al., 2017)، گزارش کردند آموزش کارآفرینی به‌صورت حضوری و مجازی بر رفتار کارآفرینانه اثرات مثبتی دارد و سعیدی مهرآباد و مهتدی (Saeedi Mehrabad & Mohtadi, 2008)، نیز بیان داشتند که برنامه‌های آموزشی یکی از راهکارهای توسعه و ترویج کارآفرینی است. همان‌طور که مشخص گردید تمامی مطالعات نشان دادند که آموزش کارآفرینی تأثیر بسزایی در شکل‌گیری و تقویت رفتار کارآفرینانه دارد. این یافته‌ها حاکی از آن است که برنامه‌های آموزشی اثربخش می‌توانند به‌عنوان محرکی قدرتمند برای تغییر نگرش و رفتار افراد در مسیر کارآفرینی عمل کنند. با این حال، باید توجه داشت که آموزش به‌تنهایی کافی نیست و کارایی آن مستلزم وجود بسترها و زیرساخت‌های مناسب است. درواقع، ترکیب آموزش کیفی با امکانات عملی و حمایتی است که می‌تواند به‌طور ملموس منجر به توسعه رفتارهای کارآفرینانه شود. این رویکرد یکپارچه می‌تواند شکاف بین دانش نظری و عمل کارآفرینانه را به‌طور مؤثری پر کند.

یکی از محورهای کلیدی در این پژوهش، ارتقای زیرساخت‌های آموزشی و ارتباطی بود. مطالعات نشان می‌دهد که دسترسی به بسترهای ارتباطی کارآمد نقش بسزایی در بهبود رفتار کارآفرینانه ایفا می‌کند. همچنین، فرآیند یادگیری از الگوهای موفق (چه از طریق مشاهده و چه تعامل مستقیم) می‌تواند به‌ویژه در توسعه مهارت‌های کارآفرینی مؤثر واقع شود. در این تحقیق، دسترسی به اطلاعات به‌روز جهانی و امکان شبکه‌سازی با فعالان حوزه کارآفرینی (اعم از داخلی و بین‌المللی) تأثیر معناداری بر ارتقای نگرش و رفتار دانشجویان داشت که یافته‌های کمی مطالعه نیز این موضوع را تأیید کرد. جالب توجه آنکه هر دو شکل حضوری و مجازی زیرساخت‌ها قابلیت اثرگذاری بر رشد رفتار کارآفرینانه را دارا بودند. با این حال، نکته حائز اهمیت آن است که آموزش‌های ارائه‌شده نباید صرفاً به انتقال مهارت‌های فنی محدود شود، بلکه می‌بایست ابعاد انگیزشی، رفتاری و راهبردهای عملیاتی را نیز پوشش دهد تا تغییرپذیری پایدار ایجاد کند.

آموزش رفتار کارآفرینانه به دانشجویان یکی از راهکارهای مؤثر برای توسعه مهارت‌های کارآفرینی است. دانشگاه‌ها و اساتید نقش کلیدی در این فرآیند ایفا می‌کنند و باید دانشجویان را به سطحی از توانمندی برسانند که بتوانند یک کسب‌وکار را مدیریت و هدایت کنند. این آموزش‌ها نباید صرفاً نظری باشند، بلکه باید جنبه‌های عملی و انگیزشی را نیز پوشش دهند تا دانشجویان ترغیب شوند کارآفرینی را به‌عنوان یک مسیر شغلی جدی در نظر بگیرند. علاوه بر آموزش مهارت‌های فنی، تقویت نگرش، قصد کارآفرینانه و روحیه خطرپذیری نیز ضروری است. اساتید می‌توانند با هدف‌گذاری صحیح، معرفی الگوهای موفق و ایجاد انگیزه، دانشجویان را به سمت کارآفرینی سوق دهند. همچنین، ارائه آموزش‌های کاربردی متناسب با نیازهای بازار کار و توسعه شبکه‌های ارتباطی می‌تواند تأثیر چشمگیری بر شکل‌گیری رفتار کارآفرینانه داشته باشد. در نهایت، تلفیق مهارت‌آموزی، انگیزه‌بخشی و حمایت عملی از دانشجویان، زمینه را برای ظهور کارآفرینان آینده فراهم می‌کند.

راهبردهای آموزشی باید به‌گونه‌ای طراحی شوند که دانشجویان را برای مواجهه با نیازهای واقعی بازار کار آماده سازند، نه اینکه صرفاً به آموزش‌های نظری و گذراندن واحدهای درسی محدود شوند. ایجاد فرصت‌های عملی مانند بازدید از مراکز کارآفرینی و تعامل مستقیم با فعالان این عرصه می‌تواند تأثیر شگرفی بر تغییر نگرش و تقویت روحیه کارآفرینی در دانشجویان داشته باشد. با وجود پتانسیل بالای بسیاری از رشته‌های دانشگاهی برای ورود به بازار کار، غیبت درس کارآفرینی در برنامه‌های درسی یا تدریس آن توسط اساتید غیرمتخصص، فرصت‌های ارزشمند آموزشی را از بین می‌برد. این کاستی‌ها موجب شده است

نظام آموزشی نتواند در پرورش رفتار کارآفرینانه موفق عمل کند. برای جبران این نقصان، راهکارهای مؤثری همچون مشارکت فعال دانشجویان در رویدادهای استارت‌آپی و سمینارهای تخصصی، ایجاد فرصت‌های شبکه‌سازی با کارآفرینان موفق، طراحی کارگاه‌های عملی مبتنی بر چالش‌های واقعی کسب‌وکار و تأسیس مراکز رشد و شتاب‌دهنده‌های دانشجویی قابل اجراست. در این راستا نقش اساتید در این فرآیند حیاتی است. آنان باید با بهره‌گیری از روش‌های آموزشی خلاقانه، صرفاً به انتقال دانش نظری بسنده نکنند، بلکه با ایجاد انگیزه و تغییر نگرش، دانشجویان را به سمت کارآفرینی سوق دهند. دانشگاه‌ها نیز می‌توانند با ارائه تسهیلات ویژه، حمایت‌های مالی و مشاوره‌ای، دانشجویان مستعد را از همان سال‌های تحصیل به عرصه کارآفرینی وارد کنند. همچنین تجربه نشان داده است که مواجهه عملی با الگوهای موفق کارآفرینی و آزمون ایده‌ها در محیط‌های واقعی، مؤثرترین روش برای نهادینه کردن رفتار کارآفرینانه است. این رویکرد آموزشی یکپارچه می‌تواند نسلی از فارغ‌التحصیلان کارآفرین و خلاق پرورش دهد که به‌جای جویای کار بودن، آفریننده فرصت‌های شغلی جدید خواهند بود.

در بخشی دیگر از نتایج مشاهده شد که ویژگی‌های روان‌شناختی نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌گیری رفتار کارآفرینانه دارند. این نتایج با یافته‌های مطالعه ندوفریپی (Ndofirepi, 2020) همسو است که بر تأثیر مثبت عوامل روان‌شناختی بر نیت کارآفرینانه تأکید داشت. بر اساس تحلیل‌های کمی انجام‌شده، عواملی همچون روحیه ریسک‌پذیری، انگیزه درونی بالا و مسئولیت‌پذیری، به‌طور معناداری بر تقویت خودباوری و اعتمادبه‌نفس کارآفرینانه در دانشجویان اثرگذار بودند. داده‌های کمی همچنین نشان داد که دانشجویان برای توسعه رفتار کارآفرینانه نیازمند تحریک‌های روان‌شناختی هدفمند هستند تا بتوانند پتانسیل‌های کارآفرینانه خود را بالفعل کنند. این یافته‌ها بر ضرورت توجه نظام‌مند به ابعاد روان‌شناختی در برنامه‌های آموزش کارآفرینی تأکید دارد.

یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که به‌کارگیری تجربیات عملی نقش محوری در تقویت رفتار کارآفرینانه ایفا می‌کند. در این زمینه، تعامل دانشجویان با اساتید و متخصصان باتجربه می‌تواند به‌عنوان کاتالیزوری برای تغییر نگرش و تقویت نیت کارآفرینانه عمل کند. برای نمونه، دانشجویانی که عمدتاً به دنبال مشاغل دولتی هستند، با الهام‌گیری از تجربیات موفق کارآفرینان و مربیان مجرب، ممکن است انگیزه لازم برای تغییر مسیر شغلی و گرایش به سمت کارآفرینی را کسب کنند. در این فرآیند حیاتی نقش اساتید است. آنان می‌توانند با ارائه تصویری جذاب و رضایت‌بخش از کارآفرینی، تأکید بر جنبه‌های ارزش‌آفرین و اشتغال‌زایی آن و تقویت روحیه فرصت‌شناسی و چالش‌پذیری، تحول اساسی در نگرش دانشجویان ایجاد کنند. این تغییر پارادایم فکری می‌تواند منجر به دو نتیجه مطلوب شود: ۱. گرایش به کارآفرینی مستقل و ۲. توسعه کارآفرینی سازمانی (هیبرید) در مشاغل دولتی. آموزش‌های اثربخش باید بر این اصل تأکید داشته باشند که موانع کارآفرینی قابل حل هستند و دانشجویان می‌توانند با اتکا به خلاقیت و پشتکار، این چالش‌ها را به فرصت تبدیل کنند. چنین رویکردی نه تنها به توسعه اکوسیستم کارآفرینی کمک می‌کند، بلکه زمینه‌ساز ظهور نسلی از فارغ‌التحصیلان نوآور و ارزش‌آفرین خواهد بود.

در مجموع، این مطالعه به شناسایی و تأیید عوامل کلیدی مؤثر بر شکل‌گیری رفتار کارآفرینانه پرداخت. یافته‌های تحقیق نشان داد که ده عامل اصلی در این فرآیند نقش تعیین‌کننده دارند که عبارتند از: تغییر نگرش نسبت به رفتار کارآفرینانه، بهبود قصد، آموزش مهارت‌ها، آموزش خصوصیات روان‌شناختی و راهبردهای آموزشی، آموزش بهبود رفتاری، الگوسازی، بهره‌گیری و استفاده از تجارب، دادن انگیزه به دانشجویان و بهبود زیرساخت‌های آموزشی و ارتباطی. همچنین تحلیل‌های کمی پژوهش به‌وضوح نشان داد که تمامی این مؤلفه‌ها تأثیر معناداری بر شکل‌گیری رفتار کارآفرینانه دارند. نتایج مدل‌سازی نهایی نیز روابط ساختاری و سهم هر یک از این عوامل را در توسعه کارآفرینی به‌طور کامل تأیید کرد. این یافته‌ها بر ضرورت نگرش سیستمی و همه‌جانبه در برنامه‌ریزی‌های آموزشی کارآفرینی تأکید دارد.

با توجه به نتایج پژوهش حاضر که نشان‌دهنده تأثیر عوامل مختلف بر بهبود رفتار کارآفرینانه است، پیشنهاد می‌شود دانشگاه‌ها رازی با ایجاد بسترهای مناسب، شرایط تعامل مؤثر دانشجویان با کارآفرینان موفق داخلی و بین‌المللی را فراهم آورد. این ارتباط

می‌تواند از طریق راه‌اندازی شبکه‌های تخصصی، برگزاری کارگاه‌های مشترک و برنامه‌های منتورینگ صورت پذیرد. اساتید دانشگاه نیز می‌توانند با ترکیب آموزش‌های نظری و عملی، استفاده از مطالعات موردی واقعی و به‌کارگیری اصول روان‌شناختی، همزمان به انتقال دانش و ایجاد انگیزه در دانشجویان بپردازند. همچنین ضروری است برنامه‌ریزان آموزشی با بازنگری در سرفصل‌های درسی، رویکردی پروژه‌محور و کاربردی را جایگزین روش‌های سنتی تدریس نمایند. توسعه زیرساخت‌های حمایتی مانند مراکز رشد، صندوق‌های حمایتی و سیستم‌های پایش پیشرفت می‌تواند به ایجاد اکوسیستم کارآفرینی پویا در دانشگاه بیانجامد. این اقدامات جامع به تغییر نگرش دانشجویان از جویای کار بودن به کارآفرین شدن و تقویت رفتارهای کارآفرینانه منجر خواهد شد.

References

- Barani, S., Zarafshani, K., Delangizaan, S., & Hosseini Largani, S. M. (2010). The impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial behavior of students at Payame Noor University of Kermanshah: A structural equation modeling approach. *Quarterly Journal of Research and Planning in Higher Education*, 16(3), 85-105. [In Persian]
- Barba-Sánchez, V., & Atienza-Sahuquillo, C. (2016). Entrepreneurial intention among engineering students: The role of entrepreneurship education. *European Research on Management and Business Economics*, 22(1), 8-14. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2015.12.001>.
- Barba-Sánchez, V., & Atienza-Sahuquillo, C. (2016). The development of entrepreneurship at school: The Spanish experience. *Education+Training*, 58(7/8), 783-796. <https://doi.org/10.1108/ET-02-2016-0026>.
- Bechard, J. P., & Toulouse, J. M. (1998). Validation of a didactic model for the analysis of training objectives in entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 13(4), 317-332. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(97\)00009-6](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(97)00009-6).
- Boldureanu, G., Ionescu, A. M., Bercu, A. M., Bedrule-Grigoruta, M. V., & Boldureanu, D. (2020). Entrepreneurship education through successful entrepreneurial models in higher education institutions. *Sustainability*, 12(3), 1267. <https://doi.org/10.3390/su12031267>.
- Bosma, N., Hessels, J., Schutjens, V., Van Praag, M., & Verheul, I. (2012). Entrepreneurship and role models. *Journal of Economic Psychology*, 33(2), 410-424. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2011.03.004>.
- Cui, J. (2021). The influence of entrepreneurial education and psychological capital on entrepreneurial behavior among college students. *Frontiers in Psychology*, 12, 755479. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.755479>.
- Falck, O., Gold, R., & Heblich, S. (2017). Lifting the iron curtain: School-age education and entrepreneurial intentions. *Journal of Economic Geography*, 17(5), 1111-1148. <https://doi.org/10.1093/jeg/lbw039>.
- Ghanbari, M., & Rahmati, M. (2022). The impact of action-based entrepreneurship education on entrepreneurial behavior, considering the mediating role of entrepreneurial intention and orientation. *Operations Management*, 2(6), 63-89. [In Persian]
- Hameed, I., Zaman, U., Waris, I., & Shafique, O. (2021). A serial-mediation model to link entrepreneurship education and green entrepreneurial behavior: Application of resource-based view and flow theory. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(2), 550. <https://doi.org/10.3390/ijerph18020550>.
- Jabeen, F., & Faisal, M. N. (2018). Imperatives for improving entrepreneurial behavior among females in the UAE: An empirical study and structural model. *Gender in Management: An International Journal*, 33(3), 234-252. <https://doi.org/10.1108/GM-05-2017-0057>.
- Jena, R. K. (2020). Measuring the impact of business management students' attitude towards entrepreneurship education on entrepreneurial intention: A case study. *Computers in Human Behavior*, 107, 106275. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106275>.
- Khoshmaram, M., Shiri, N., & Movahedi, R. (2020). Entrepreneurial behavior: The role of values, self-efficacy, and entrepreneurial intention. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(1), 1-20. <https://doi.org/10.1186/s13731-020-00120-8>.
- Kirkley, W. W. (2016). Entrepreneurial behaviour: The role of values. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 22(3), 290-328. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-07-2015-0157>.
- Krueger, N. F. (2007). What lies beneath? The experiential essence of entrepreneurial thinking. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13(1), 123-139. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00170.x>.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). Naturalistic inquiry. *SAGE Publications*. [https://doi.org/10.1016/0147-1767\(85\)90062-8](https://doi.org/10.1016/0147-1767(85)90062-8).

- Lina, S., Li, Q., & Zhao, J. (2019). Entrepreneurial education in European universities: Practice and exploration. *Journal of Entrepreneurship Education*, 22(2), 1-10.
- Liu, X., Lin, C., Zhao, G., & Zhao, D. (2019). Research on the effects of entrepreneurial education and entrepreneurial self-efficacy on college students' entrepreneurial intention. *Frontiers in Psychology*, 10, 869. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00869>.
- Morris, M. H., Kuratko, D. F., & Cornwall, J. R. (2013). *Entrepreneurship programs and the modern university*. Edward Elgar Publishing.
- Ndofirepi, T. M. (2020). Relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial goal intentions: Psychological traits as mediators. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(1), 1-20. <https://doi.org/10.1186/s13731-020-00123-5>.
- Packham, G., Jones, P., Miller, C., Pickernell, D., & Thomas, B. (2010). Attitudes towards entrepreneurship education: A comparative analysis. *Education+ Training*, 52(8/9), 568-586. <https://doi.org/10.1108/00400911011088926>.
- Pittaway, L., & Cope, J. (2016). Entrepreneurship education: A systematic review of the evidence. *International Small Business Journal*, 25(5), 479-510. <https://doi.org/10.1177/0266242607080656>.
- Remeikiene, R., Startiene, G., & Dumciuviene, D. (2013). Explaining entrepreneurial intention of university students: The role of entrepreneurial education. *Management*, 18(1), 22-31.
- Ruskovaara, E., & Pihkala, T. (2015). Entrepreneurship education in schools: Empirical evidence on the teacher's role. *The Journal of Educational Research*, 108(3), 236-249. <https://doi.org/10.1080/00220671.2013.878301>.
- Saeedi Mehrabad, M., & Mohtadi, M. M. (2008). The impact of entrepreneurship education on the development of entrepreneurial behaviors (Case study: Ministry of Labor and Social Affairs). *Entrepreneurship Development*, 1(2), 57-73. [In Persian]
- Tahmasbi, R., Akbari, M., Houshmandzadeh, M., & Ahangar Saleh Bani, A. (2017). The impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial behavior of in-person and virtual students at the Faculty of Entrepreneurship. *Iranian Journal of Engineering Education*, 19(75), 103-128. [In Persian]
- Unachukwu, G. O. (2009). Issues and challenges in the development of entrepreneurship education in Nigeria. *African Research Review*, 3(5), 213-226. <https://doi.org/10.4314/afrr.v3i5.51158>.
- Veciana, J. M., Aponte, M., & Urbano, D. (2005). University students' attitudes towards entrepreneurship: A two countries comparison. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1(2), 165-182. <https://doi.org/10.1007/s11365-005-1127-5>.
- Zampetakis, L. A., & Moustakis, V. (2007). Entrepreneurial behaviour in the Greek public sector. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 13(1), 19-38. <https://doi.org/10.1108/13552550710725174>.

