



Investigating the Impact of Creativity and Intellectual Capital on Opportunity Recognition and Entrepreneurial Intention Among Students with the Mediating Role of Environment and Entrepreneurial Education (Case Study: Students of Islamic Azad University, Qazvin Branch)

Somiyeh Arabi *

Assistant Professor, Faculty of Humanities,
Department of Management, Ghazali Institute of
Higher Education, Qazvin, Iran.

Meysam Daneshzad

Master's Student, Faculty of Humanities,
Department of Management, Ghazali Institute of
Higher Education, Qazvin, Iran.

Abstract

This study investigates the impact of creativity and intellectual capital on opportunity recognition and entrepreneurial intention among students, mediated by the environment and entrepreneurial education at the Islamic Azad University, Qazvin Branch. The research is applied in terms of purpose and descriptive-survey in terms of type, with quantitative data and correlational relationships between data. The statistical population consisted of students from the Islamic Azad University, Qazvin Branch. Considering the potential for incomplete or unreturned questionnaires, the sample size was set at 400, based on the structural equation modeling technique, ranging between 5 and 15 times the number of indicators. Ultimately, 370 valid questionnaires were collected, roughly 11 times the number of items. For descriptive statistics, SPSS21 software was used, and for testing the research hypotheses, structural equation modeling with a sample size of 370 was conducted using LISREL software. The data analysis results indicated that creativity positively affects attitudes toward entrepreneurial education and opportunity recognition. Intellectual capital also influences opportunity recognition and the entrepreneurial environment. Entrepreneurial intention is influenced by attitudes toward entrepreneurial education, opportunity recognition, and the entrepreneurial environment. Additionally, creativity, mediated by attitudes toward entrepreneurial education and opportunity recognition, positively affects entrepreneurial intention. Intellectual capital, mediated by opportunity recognition and the entrepreneurial environment, also positively affects entrepreneurial intention.

Keywords: creativity, intellectual capital, attitude toward entrepreneurial education, entrepreneurial environment, opportunity recognition, entrepreneurial intention

Received: 14/February/2024

Accepted: 30/April/2024

eISSN: 3041-8720

ISSN: 2981-2267

بررسی تأثیر خلاقیت و سرمایه ذهنی بر شناخت فرصت و قصد کارآفرینی دانشجویان از طریق میانجی‌گری محیطی و آموزش کارآفرینی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین)

استادیار، دانشکده علوم انسانی، گروه مدیریت، مؤسسه آموزش عالی غزالی،
قزوین، ایران.

سمیه عربی *

دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشکده علوم انسانی، گروه مدیریت، مؤسسه آموزش
عالی غزالی، قزوین، ایران.

میثم دانش‌زاد

چکیده

در این تحقیق، تأثیر خلاقیت و سرمایه ذهنی بر شناخت فرصت و قصد کارآفرینی دانشجویان با میانجی‌گری محیط و آموزش کارآفرینی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین بررسی شد. تحقیق از نظر هدف، کاربردی و از نظر نوع، توصیفی-پیمایشی، از نظر ماهیت داده‌ها، کمی و از حیث روابط بین داده‌ها، همبستگی بود. جامعه آماری مطالعه حاضر را دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین تشکیل دادند. با توجه به اینکه تعدادی از پرسشنامه‌ها ممکن بود برگردند و یا اینکه ناقص باشند، محقق حجم نمونه را با توجه به تکنیک معادلات ساختاری بین ۵ و ۱۵ برابر تعداد سنج‌ها ۴۰۰ نفر در نظر گرفت و در نهایت به ۳۷۰ پرسشنامه سالم یعنی تقریباً ۱۱ برابر تعداد گویه‌ها دسترسی داشت. جهت بررسی آمار توصیفی تحقیق از نرم‌افزار SPSS21 و برای بررسی فرضیات تحقیق از تکنیک معادلات ساختاری با حجم نمونه ۳۷۰ نفر، در نرم‌افزار لیزرل استفاده شد. نتایج تحلیل داده‌ها نشان داد، خلاقیت بر نگرش به آموزش کارآفرینی و شناخت فرصت‌ها تأثیر مثبتی دارد. سرمایه ذهنی نیز بر شناخت فرصت‌ها و محیط کارآفرینی تأثیرگذار است. قصد کارآفرینی تحت تأثیر نگرش به آموزش کارآفرینی، شناخت فرصت‌ها و محیط کارآفرینی است. همچنین، خلاقیت با نقش میانجی نگرش به آموزش کارآفرینی و شناخت فرصت‌ها بر قصد کارآفرینی، تأثیر مثبت دارد. سرمایه ذهنی نیز با نقش میانجی شناخت فرصت‌ها و محیط کارآفرینی بر قصد کارآفرینی تأثیر مثبت دارد.

کلیدواژه‌ها: خلاقیت، سرمایه ذهنی، نگرش به آموزش کارآفرینی، محیط کارآفرینی، شناخت فرصت‌ها، قصد کارآفرینی

۱- مقدمه

خلاقیت، این امکان را ایجاد می‌کند تا فرد بتواند روش‌های جدیدی را برای کارهایش به کار ببرد. خلاقیت ممکن است به سودآوری زیاد برای برخی از کسب‌وکارها بینجامد. سرمایه ذهنی برای رشد افراد در فعالیت‌هایشان کمک‌کننده است. شناخت فرصت در کارآفرینی نیز اقدامی است که روند کاری در کارآفرین را بهبود می‌بخشد. افراد کارآفرین با شناخت فرصت می‌توانند به نتایج بهتری دست یابند. زمانی که نیازها در بازار قابل شناسایی باشد، کارآفرین بهتر می‌تواند موقعیت‌های موجود را برای شناخت فرصت‌ها بررسی کند. قصد کارآفرینی، باور و نیت فرد برای شروع کسب‌وکار آگاهانه جهت تحقق هدف در آینده است. ایده‌ها و دیدگاه‌های کارآفرینی می‌تواند منجر به اعمال کارآفرینی شود.

این فصل مشتمل بر بیان مسئله، اهمیت و ضرورت انجام تحقیق، اهداف، سؤالات و غیره است. فصل حاضر بدین دلیل تحریر شده است که یک شمای کلی از فرآیند انجام تحقیق برای خواننده فراهم گردد. بدین طریق می‌توان اطلاعات کلی را پیرامون انجام تحقیق به خواننده ارائه داد تا محقق با فواید انجام تحقیق آشنا شود.

۲- پیشینه تحقیق

۲-۱- پیشینه تحقیقات داخلی

تحقیقی با عنوان پیش‌بینی قصد کارآفرینی دانشجویان بر اساس سرمایه ذهنی و انطباق‌پذیری مسیر شغلی را انجام دادند. پژوهش با هدف پیش‌بینی قصد کارآفرینی دانشجویان بر اساس سرمایه ذهنی و انطباق‌پذیری مسیر شغلی انجام گرفت. یافته‌ها نشان داد که بین سرمایه ذهنی (خودکارآمدی، امیدواری، خوش‌بینی و تاب‌آوری) و انطباق‌پذیری مسیر شغلی (دغدغه، کنترل، کنجکاوی و اعتماد) با قصد کارآفرینی دانشجویان، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین، نتایج تحلیل رگرسیون آشکار کرد که تقریباً ۲۰ درصد از کل واریانس قصد کارآفرینی دانشجویان بر اساس سرمایه ذهنی و انطباق‌پذیری مسیر شغلی قابل پیش‌بینی است که متغیر انطباق‌پذیری مسیر شغلی، سهم بیشتری داشت؛ بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که سرمایه ذهنی و انطباق‌پذیری مسیر شغلی از متغیرهای مرتبط با قصد کارآفرینی دانشجویان بوده که نیازمند توجه و برنامه‌ریزی هستند (شیخ‌الاسلامی و همکاران، ۱۴۰۱).

پژوهش دیگر، نقش میانجی قصد کارآفرینانه (مورد مطالعه: شرکت‌های تجهیزات پزشکی) بود. هدف این پژوهش، تبیین نقش سرمایه ذهنی کارآفرینانه در ایجاد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید با میانجی‌گری قصد کارآفرینانه است. یافته‌های پژوهش نشان داد، سرمایه ذهنی کارآفرینانه بر ایجاد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید، تأثیر مستقیم و مثبت می‌گذارد. در ضمن، سرمایه ذهنی کارآفرینانه از طریق متغیر میانجی قصد کارآفرینانه به‌طور غیرمستقیم بر ایجاد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید تأثیر مثبت می‌گذارد (کهن هوش‌نژاد و همکاران، ۱۴۰۰). در یک تحقیق به بررسی نقش سرمایه ذهنی در ارتقای کارآفرینی روستایی استان آذربایجان شرقی پرداختند. نتایج حاصل از آزمون همبستگی اسپیرمن نشان داد که تمامی متغیرهای تحقیق با تقویت کارآفرینی، رابطه مثبت و معناداری دارد. همچنین در آزمون رگرسیون چندگانه خطی، متغیرهای امیدواری، اعتمادبه‌نفس، خودکارآیی، خوش‌بینی و تاب‌آوری توانایی تبیین ۸۸/۰ درصد از تغییرات متغیر تقویت کارآفرینی را دارد (حیدری ساربان و مجنونی توخانه، ۱۳۹۹).

پژوهش دیگر با عنوان تأثیر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی سبزوار انجام شد. بر اساس نتایج آزمون تی مستقل برای نمرات تفاوت پس‌آزمون و پیش‌آزمون متغیرهای قصد کارآفرینانه، نگرش به کارآفرینی، هنجارهای ذهنی و تلقی از کنترل رفتاری، تنها متغیر تلقی از کنترل رفتاری بین دو گروه آزمایش و

کنترل معنادار بود؛ یعنی میانگین تلقی از کنترل رفتاری گروه آموزش دیده به طور معناداری بالاتر از میانگین تلقی از کنترل رفتاری گروه آموزش ندیده بود (قناعتی و همکاران، ۱۳۹۸).

تحقیقی با عنوان نقش خلاقیت در توسعه قصد کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی غرب ایران انجام گرفت. هدف این پژوهش آن بود که با استفاده از نظریه رفتار برنامه ریزی شده، نقش خلاقیت در توسعه و شکل گیری قصد کارآفرینانه و پیش آیندهای آن را بررسی کند. نتایج به دست آمده از مدل یابی معادله های ساختاری نشان داد که دو متغیر انگیزشی شامل نگرش و کنترل رفتاری درک شده، رابطه مثبت و معناداری با قصد کارآفرینانه دارند در حالی که رابطه هنجارهای ذهنی معنادار نبود. همچنین، خلاقیت رابطه مثبت و معناداری با نگرش و کنترل رفتاری داشت. البته، خلاقیت به صورت غیرمستقیم و به واسطه کنترل رفتاری درک شده و نگرش نسبت به کارآفرینی با قصد کارآفرینانه ارتباط داشت (کریمی، ۱۳۹۸).

تحقیقی با عنوان رابطه سرمایه اجتماعی با قصد کارآفرینی دانشجویان کشاورزی دانشگاه تهران انجام شد. این پژوهش به منظور بررسی تأثیر ابعاد مختلف سرمایه اجتماعی بر نیت کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی و توسعه مدلی در جهت تقویت آن صورت گرفت. نتایج تحقیق نشان داد که از بین ابعاد ساختاری، رابطه ای و شناختی سرمایه اجتماعی، سرمایه اجتماعی ساختاری از طریق متغیر میانجی امکان پذیری درک شده تأثیر مثبت و معناداری بر قصد کارآفرینی دانشجویان دارد. علاوه بر آن، مقدار ضریب تبیین (R^2) برای متغیر قصد کارآفرینی، ۰/۴۲ بود. در پایان با توجه به نتایج تحقیق، پیشنهادهایی ارائه شده است (شکیبا و همکاران، ۱۳۹۵).

تحقیقی با عنوان تأثیر آموزش کارآفرینی و سودمندی آن بر قصد کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی دانشگاه های غرب کشور انجام داده شد. هدف این پژوهش آن بود که با استفاده از نظریه رفتار برنامه ریزی شده، تأثیر آموزش کارآفرینی مشخص شود و سودمندی های ناشی از این گونه برنامه ها تعیین گردد. بنا بر نتایج، تأثیر آموزش کارآفرینی بر عامل های انگیزشی (نگرش، کنترل رفتاری درک شده، هنجارهای ذهنی) و قصد کارآفرینانه دانشجویان، مثبت و معنادار بود. نتایج بیانگر آن بودند که در بخش سودمندی های برنامه (یادگیری، الهام بخش بودن و منابع رشد)، تنها یادگیری با تغییر نگرش و قصد کارآفرینانه رابطه مثبت و معناداری داشت (کریمی، ۱۳۹۸).

تحقیقی با عنوان قصد کارآفرینانه دانشجویان، تأثیر نگرش و محیط ادراک شده (مورد مطالعه: دانشگاه علامه طباطبائی) انجام شد. پژوهش حاضر بر آن بود تا آثار عوامل محیطی ادراک شده و نگرش دانشجویان دانشگاه علامه طباطبائی بر قصد کارآفرینانه آنان را بررسی نماید. داده های گردآوری شده از نمونه ای ۸۱۸ نفری از دانشجویان دانشگاه علامه طباطبائی نشان داد که "نگرش به تغییر"، "نگرش نسبت به کارآفرینی"، "حمایت های محیطی" و "موانع محیطی درک شده" از سوی دانشجویان با قصد آن ها برای مشارکت در فعالیت های کارآفرینانه ارتباط معناداری دارد (سپهر، ۱۳۹۴).

تحقیقی با عنوان بررسی تأثیر خودکارآمدی کارآفرینانه بر تقویت کارآفرینی دانشجویان مطالعه موردی دانشجویان پیام نور شهرستان بیجار انجام گرفت. نتایج نشان داد که هر شش شاخص تأثیر مثبت و معناداری بر قصد کارآفرینی دارند. از میان شاخص ها، مهارت شناخت فرصت های بازار و توسعه محصول جدید و مهارت شناسایی هدف اصلی، سهم بیشتری در پیش بینی قصد کارآفرینی داشتند (فولادی و باغبان، ۱۳۹۹).

۲-۲- پیشینه تحقیقات خارجی

تحقیقی با عنوان سنجش تأثیر نگرش دانشجویان مدیریت کسب و کار نسبت به آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی انجام شد. هدف از این مطالعه، بررسی مؤلفه های شناختی، عاطفی و رفتاری نگرش دانشجویان نسبت به آموزش

کارآفرینی در دانشگاه‌ها/کالج‌های هند، اندازه‌گیری تأثیر نگرش دانشجویان نسبت به آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی و بررسی نقش متغیرهای کنترل (به‌عنوان مثال، به‌عنوان جنسیت و پیشینه خانوادگی کارآفرینی) در رابطه نگرش به آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرینی بود. نتایج نشان داد که تأثیر مثبت و معنادار نگرش نسبت به آموزش کارآفرینی و محیط کارآفرینی بر قصد کارآفرینی است (Jena, 2020).

تحقیقی با عنوان شناسایی و پیش‌بینی عوامل قصد کارآفرینی دانشجویان گردشگری و میهمان‌نوازی انجام گرفت. این مطالعه با هدف کشف اینکه آیا آموزش کارآفرینی ممکن است روی قصد کارآفرینی دانشجویان تأثیر بگذارد یا خیر، انجام شد. نتایج نشان داد آموزش تجربی، خلاقیت و سرمایه ذهنی از طریق شناخت فرصت بر قصد کارآفرینی تأثیر می‌گذارند. ریسک‌پذیری و آسیب اجتماعی نیز در این رابطه تعدیلگر هستند (Zhang et al., 2020).

در یک تحقیق بررسی کردند که آیا سرمایه اجتماعی و سرمایه ذهنی می‌توانند عملکرد کارآفرینی نسل جدید کارگران مهاجر در چین را بهبود بخشند؟ این تحقیق به بررسی روابط بین سرمایه روانی کارآفرینان، سرمایه اجتماعی و نتایج کارآفرینی برای نسل جدید کارگران مهاجر در استان شانسی پرداخت. از مدل معادلات ساختاری برای تأیید ارتباط بین سرمایه اجتماعی، سرمایه ذهنی و عملکرد کارآفرینی استفاده می‌شود. سرمایه ذهنی نسل جدید کارگران مهاجر، تأثیر چشم‌گیری در شناخت فرصت‌های کارآفرینی و درک محیط کارآفرینی نسبت به سرمایه اجتماعی دارد. هم شناخت فرصت کارآفرینی و هم ادراک محیط کارآفرینی از نسل جدید کارگران مهاجر منجر به بهبود عملکرد کارآفرینی می‌شود. با وجود این، نقش واسطه شناخت فرصت، فرصت کارآفرینی برجسته‌تر از درک محیط کارآفرینی است (Ma et al., 2018).

تحقیقی با عنوان رابطه خلاقیت، نگرش کارآفرینی و قصد کارآفرینی (مطالعه موردی دانشجویان پلی‌تکنیک مالنگ) انجام شد. این مطالعه با هدف تحلیل نگرش کارآفرینی به‌عنوان واسطه‌گر اثر خلاقیت به قصد کارآفرینی صورت پذیرفت. نتایج حاصل از این مطالعه نشان می‌دهد که دانشجویان خلاق به دنبال ایجاد مشاغل جدید در آینده هستند و این امر نشان می‌دهد که خلاقیت می‌تواند باعث ایجاد تفکر مثبت و قصد دانشجویان به سمت کارآفرینی شود. نگرش نیز در این رابطه نقش میانجی دارد (Kusmintarti et al., 2017).

تحقیقی با عنوان مطالعه تأثیر کارآفرینی دانشجویی دانشگاه بر خودکارآمدی کارآفرینی و قصد کارآفرینی؛ تمرکز بر تأثیر واسطه شناخت فرصت انجام شد. هدف از این مطالعه، بررسی مجدد اهمیت شناخت فرصت به‌عنوان یک واسطه‌گر و افزودن خودکارآمدی کارآفرینی بود که به‌عنوان یک متغیر وابسته، به‌عنوان یکی دیگر از عوامل اصلی ایجادکننده فعالیت‌های نوپا با هدف کارآفرینی شناخته می‌شود. کارآفرینی تا حدودی بر خودکارآمدی کارآفرینی و قصد کارآفرینی تأثیر می‌گذارد. در ضمن، تأثیر واسطه شناخت فرصت بین کارآفرینی و خودکارآمدی کارآفرینی و بین کارآفرینی و قصد کارآفرینی تأیید شد (Kang & Yang, 2016).

تحقیقی با عنوان نگرش و تمایل کارآفرینی؛ نقش واسطه شناخت فرصت کارآفرینی انجام گرفت که هدف آن، بررسی رابطه نگرش (نگرش به پول، نگرش به شروع کار) و قصد کارآفرینی است. این مقاله قصد دارد نقش تشخیص فرصت کارآفرینی را به‌عنوان واسطه بین نگرش و قصد کارآفرینی درک کند. یافته‌های این مطالعه نشان داد که هر دو نگرش (نگرش به پول و نگرش به شروع کار) بر قصد کارآفرینی تأثیر می‌گذارند. رابطه بین نگرش به شروع و کارآفرینی با شناخت فرصت واسطه شد (Dahalan et al., 2015).

۳- بیان مسئله

کارآفرینی، نقش اساسی در رونق اقتصادی و ثبات اجتماعی بسیاری از کشورهای توسعه یافته داشته است (Jena, 2020). قصد کارآفرینی بازنمایی شناختی از اقداماتی است که توسط افراد انجام می شود تا یا بتوانند سرمایه گذاری های جدید مستقلی ایجاد کنند یا ارزش های جدیدی را در شرکت های موجود ایجاد کنند (Kusmintarti et al., 2017). تقویت هدف کارآفرینی دانشجویان، نه تنها به حلقه اصلی در توسعه اجتماعی و نوآوری اجتماعی تبدیل شده بلکه با ارتقای نوآوری و ایجاد فرصت های شغلی به توسعه اقتصادی یک کشور یا منطقه نیز کمک می کند (Ando et al., 2018). به عبارت دیگر، کارآفرینی ابزاری عالی برای ارتقای رشد اقتصادی و ایجاد اشتغال فراهم می کند. از دیدگاه آموزش مبانی، دانشجویان دانشگاه از سرمایه انسانی بالاتر و پتانسیل و امکان فوق العاده کارآفرینی برخوردار هستند؛ بنابراین، چگونگی موفقیت در توسعه سرمایه انسانی از دانشگاه به کسب و کار در هنگام رویارویی با رقابت جهانی، به یک مسئله مهم تبدیل شده است.

آموزش کارآفرینی به عنوان یکی از نیروهای خلاقانه و تأثیرگذار در نظر گرفته می شود که سلامت اقتصاد رقابتی هر کشوری را تعیین می کند. در ادبیات اذعان شده است که دانش و مهارت های کارآفرینی را می توان آموزش و توسعه داد؛ به شرط آنکه محیط مناسب فراهم شود. این آموزش نقش مهمی در روند ایجاد ظرفیت کارآفرینی ایفا می کند. در دوره های اخیر، تعداد برنامه های کارآفرینی در سطح جهانی چشم گیر بوده است؛ گرچه مشارکت همیشه منجر به کارآفرینی نوپا نمی شود ولی این امر غالباً با این اعتقاد صورت گرفته است که آموزش به بهترین نحو برای تجهیز دانشجویان به دانش و مهارت های لازم برای پیشرفت در محیط های کاری انجام می شود. با این حال، از نظر تجربه کارآفرینی، در مورد مؤلفه های اساسی برنامه آموزش کارآفرینی مؤثر، بحث و گفتگو وجود دارد (Jena, 2020). محققین، کارآفرینی را روشی توصیف می کنند که به وسیله آن، "فرصت های ایجاد کالاها و خدمات آینده کشف، ارزیابی و بهره برداری می شود". کارآفرینان فرصتی را با استفاده از مجموعه منحصر به فرد از منابع و مهارت های کمیاب به امید بازگشت آینده (دنباله های آینده) دنبال می کنند. تشخیص فرصت کارآفرینی ممکن است به عوامل مختلفی از جمله خلاقیت، سرمایه های روان شناختی و غیره مرتبط باشد. شناخت فرصت و بهره برداری از آن ها برای کارآفرینان اهمیت دارد؛ هر دو سرمایه گذاری های جدید ایجاد می کنند، برنامه های نوآورانه را توسعه داده، پیاده سازی نموده و خدمات جدیدی را آغاز می کنند. اگرچه بسیاری از فرآیندهای مرتبط با فعالیت های کارآفرینی (مثلاً شناخت فرصت، ارزیابی و بهره برداری) مشابه هستند ولی تفاوت های چشم گیری در منبع فرصت ها و فعالیت ها و انگیزه های پشتیبانی وجود دارد (Dahalan et al., 2015).

از طرفی، خلاقیت عبارت است از فرآیندهای ذهنی که به راه حل ها، نظرها، ادراکات، نظریه ها یا تولیداتی منجر می شود که منحصر به فرد و نو هستند. خلاقیات تولید یک اندیشه نو است (میرمحمدی و رحیمیان، ۱۳۹۳) و سرمایه ذهنی نیز یک وضعیت توسعه ای مثبت ذهنی با مشخصه های متعهد شدن و انجام تلاش لازم برای موفقیت در کارها و وظایف چالش است (خواجه پور و همکاران، ۱۳۹۴). این سرمایه عبارت است از مجموعه ای از صفات و توانمندی های مثبت افراد و سازمان ها که می تواند مانند یک منبع قوی در رشد و ارتقای فرد و سازمان نقش داشته باشد (حسین زاده و رستگار، ۱۳۹۲). این دو متغیر نیز با میانجی گری دیگر عوامل بر قصد کارآفرینی تأثیر گذارند.

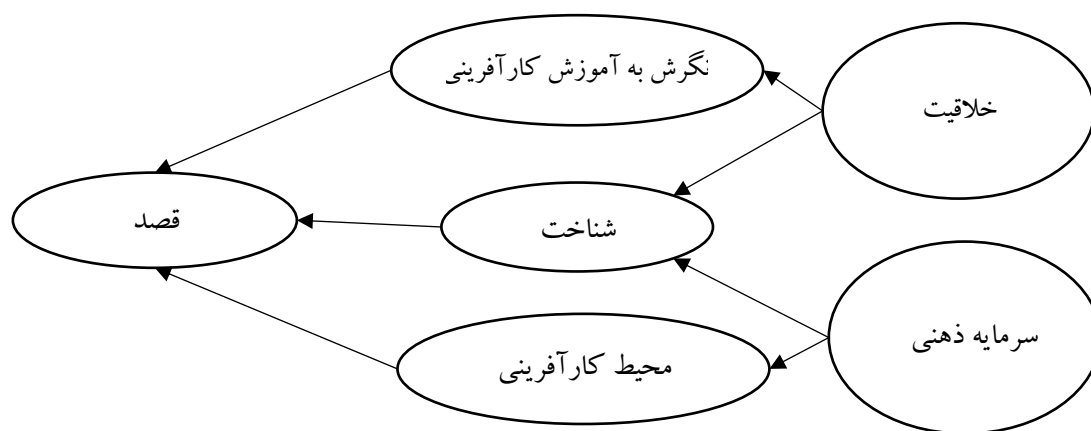
گذشته از مفاهیم و تعاریف مختلف کارآفرینی، این نکته قابل انکار نیست که رشد و پرورش افراد برخوردار از شاخصه ها و ویژگی های کارآفرینانه، هیچ گاه در خلأ اتفاق نمی افتد بلکه این مهم نیازمند یک جریان آموزشی هدفمند و قبول مسئولیت توسط نظام آموزشی و نهادهای وابسته به آن در سطوح و مقاطع تحصیلی مختلف به ویژه مقطع آموزش عالی است. بسیاری از دانشجویان پس از فارغ التحصیلی از دانشگاه، برنامه ای برای ادامه زندگی خود نداشته

و چون دارای تحصیلات دانشگاهی شده‌اند، ترجیح می‌دهند در سازمانی استخدام شده و کارمند باشند. این وضعیت در حالی است که علم آن‌ها می‌تواند به موفقیت بیشتر در بازار کسب‌وکار به کمک آنان آمده و موفقیت‌های بزرگی برای آن‌ها رقم بزند. دانشجویان باید بتوانند با تفکر ایجاد شغل برای خود و هم‌رده‌هایشان یک مقطع تحصیلی را به پایان برسانند و به‌جای اینکه متقاضی کار در جامعه شوند، متقاضی کارمند و کارگر شده و از بار بیکاری بکاهند. عوامل زیادی وجود دارند که می‌توانند قصد کارآفرینی را در افراد تقویت کنند. لذا، محقق بر آن شد تا با انجام این تحقیق در میان جوانانی که از دانشگاه فارغ‌التحصیل می‌شوند و قرار است که وارد بازار کار شوند، پاسخی برای سؤال زیر پیدا کند:

آیا خلاقیت و سرمایه ذهنی بر شناخت فرصت و قصد کارآفرینی با میانجی‌گری نگرش به آموزش کارآفرینی، محیط کارآفرینی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین تأثیرگذار است؟

۴- مدل مفهومی پژوهش

مدل مفهومی این پژوهش برگرفته از مقالات (Jena, 2020; Zhang et al., 2020; Ma et al., 2018; Kusmintarti et al., 2017) و بومی‌سازی شده توسط محقق بوده که شامل متغیر مستقل، متغیر وابسته و متغیر میانجی است و روابط بین این متغیرها به‌وسیله خطوط ارتباطی مشخص شده است. در مدل الگو (Jena, 2020; Zhang et al., 2020; Ma et al., 2018; Kusmintarti et al., 2017)، روابط بین متغیرها به‌صورت نقش میانجی‌گری مورد بررسی قرار گرفته است که برای ایجاد نوآوری، توسعه و بومی‌سازی مدل با بررسی سایر تحقیقات مرتبط، روابط مستقیم بین متغیر نیز مورد سنجش قرار می‌گیرد.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش (Jena, 2020; Zhang et al., 2020; Ma et al., 2018; Kusmintarti et al., 2017)

۵- فرضیه‌های تحقیق

- فرضیه اول: خلاقیت بر نگرش به آموزش کارآفرینی تأثیر مثبت دارد.
- فرضیه دوم: خلاقیت بر شناخت فرصت‌ها تأثیر مثبت دارد.
- فرضیه سوم: سرمایه ذهنی بر شناخت فرصت‌ها تأثیر مثبت دارد.
- فرضیه چهارم: سرمایه ذهنی بر محیط کارآفرینی تأثیر مثبت دارد.
- فرضیه پنجم: نگرش به آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی تأثیر مثبت دارد.
- فرضیه ششم: شناخت فرصت‌ها بر قصد کارآفرینی تأثیر مثبت دارد.
- فرضیه هفتم: محیط کارآفرینی بر قصد کارآفرینی تأثیر مثبت دارد.

فرضیه هشتم: خلاقیت با نقش میانجی نگرش به آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی تأثیر مثبت دارد.
 فرضیه نهم: خلاقیت با نقش میانجی شناخت فرصت‌ها بر قصد کارآفرینی تأثیر مثبت دارد.
 فرضیه دهم: سرمایه ذهنی با نقش میانجی شناخت فرصت‌ها بر قصد کارآفرینی تأثیر مثبت دارد.
 فرضیه یازدهم: سرمایه ذهنی با نقش میانجی محیط کارآفرینی بر قصد کارآفرینی تأثیر مثبت دارد.

۶- روش تحقیق

روش تحقیق به کاررفته در این پژوهش از نوع توصیفی است. در تحقیقات توصیفی می‌توان جامعه مورد مطالعه را از طریق پیمایش تحت بررسی و آزمون قرار داد. پیمایش عبارت از جمع‌آوری اطلاعاتی است که با طرح و نقشه و به‌عنوان راهنمای عملی توصیف یا پیش‌بینی و یا به‌منظور تجزیه و تحلیل روابط برخی متغیرها صورت می‌گیرد. پیمایش توصیفی به توصیف پدیده‌های خاص در محیطی معین می‌پردازد. این پژوهش از لحاظ نوع روش پیمایشی مورد استفاده، یک تحقیق پیمایشی از نوع مقطعی است. روش مقطعی به‌منظور گردآوری داده‌ها درباره یک یا چند صفت در یک مقطع از زمان از طریق نمونه‌گیری از جامعه انجام شد. همچنین، با توجه به هدف اصلی پژوهش، به لحاظ ارتباط بین متغیرها، این پژوهش توصیفی از نوع همبستگی به شمار می‌آید. با توجه به هدف پژوهش می‌توان آن را از نظر هدف از نوع کاربردی به شمار آورد. همچنین از نظر زمان اجرای تحقیق نیز مقطعی است زیرا داده‌ها یک بار و به‌منظور پاسخ به پرسش‌های پژوهش جمع‌آوری شده است.

۷- نمونه آماری

جامعه آماری عبارت است از «تعدادی از عناصر مطلوب موردنظر که حداقل دارای یک صفت مشخصه باشند». صفت مشخصه، صفتی است که بین همه عناصر جامعه آماری، مشترک و متمایزکننده جامعه آماری از سایر جوامع باشد. با توجه به گسترده شدن کارآفرینی و اینکه نرخ افراد تحصیل کرده و بیکار در حال افزایش است، این پرسشنامه بین دانشجویان ارائه گردید تا میزان تمایل این افراد که احتمال کارآفرینی آن‌ها بالاتر است، سنجیده شود. از این رو، جامعه آماری مطالعه حاضر، دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین است. جهت جمع‌آوری پرسشنامه از این جامعه آماری با مراجعه به مؤسسه و کسب مجوز از مدیریت، پرسشنامه‌های تأییدشده از طرف استاد راهنما بین دانشجویان توزیع شد. پس از مشخص شدن تعداد سؤالات پرسشنامه نیز این عدد با توجه به حجم نمونه در تکنیک معادلات ساختاری (بین ۵ و ۱۵ برابر تعداد گویه‌ها) مورد بررسی قرار گرفت. حجم نمونه با توجه به تکنیک معادلات ساختاری بین ۵ و ۱۵ برابر تعداد سنجه‌ها مشخص شد (هومن، ۱۳۹۳).

محاسبه تعداد نمونه:

$$5 \times Q = n \leq 15 \times Q = n$$

$$5 \times 34 = 170 \leq \text{نمونه تعداد} \leq 15 \times 34 = 510$$

با توجه به اینکه تعدادی از پرسشنامه‌ها ممکن است برنگردند و یا اینکه ناقص باشند، محقق حجم نمونه را ۴۰۰ نفر در نظر گرفت تا حداقل به ۳۷۰ پرسشنامه سالم، یعنی تقریباً ۱۱ برابر تعداد گویه‌ها دسترسی داشته باشد. نمونه‌گیری در این تحقیق به روش تصادفی ساده انجام پذیرفت. برای جمع‌آوری ۳۷۰ پرسشنامه سالم، محقق ۳۸۳ پرسشنامه توزیع کرد که نرخ بازگشت به‌صورت زیر است:

$$\frac{370}{383} = 0.966$$

۸- پایایی متغیرهای پژوهش

برای سنجش پایایی متغیرهای پژوهش از آلفای کرونباخ که توسط نرم‌افزار اسپاس اندازه‌گیری می‌شود و پایایی ترکیبی که به واسطه نرم‌افزار اسمارت‌پی‌ال‌اس اندازه‌گیری می‌شود، استفاده گردید.

جدول ۱. پایایی متغیرهای پژوهش

شاخص	تعداد سؤالات	آلفای کارونباخ	مقدار آلفای کرونباخ کل پرسشنامه
خلاقیت	۳	۰/۷۳۴	۰/۸۳۱
امید	۴	۰/۷۲۹	
خودکارآمدی	۴	۰/۷۳۸	
خوش‌بینی	۳	۰/۷۱۵	
تاب‌آوری	۳	۰/۷۲۵	
سرمایه ذهنی	۱۴	۰/۷۶۳	
نگرش به آموزش کارآفرینی	۴	۰/۷۴۰	
محیط کارآفرینی	۵	۰/۷۴۸	
شناخت فرصت‌ها	۴	۰/۷۳۳	
قصد کارآفرینی	۴	۰/۷۴۴	

همان‌طور که از داده‌های جدول ۱ مشخص است، میزان ضرایب آلفای کرونباخ محاسبه‌شده در تمامی موارد بزرگ‌تر از ۰/۷ بوده که از اعتبار بالای پرسشنامه حکایت دارد.

۹- روایی متغیرهای پژوهش

در تحقیق حاضر برای تعیین اعتبار پژوهش از اعتبار سازه‌ای به وسیله آزمون تحلیل عاملی به کمک نرم‌افزار استفاده شد. تحلیل عاملی را به سبب نیرومندی، ظرافت و نزدیکی آن به هسته هدف علمی می‌توان ملکه روش‌های تحلیل نامید. تحلیل عاملی به ما می‌گوید کدام آزمون‌ها یا وسایل اندازه‌گیری به یکدیگر تعلق دارند و کدام یک چیز واحدی را اندازه‌گیری می‌کنند. درنهایت، تحلیل عاملی، روش ریاضی پیچیده‌ای برای تحلیل مجموعه کوچک‌تری از متغیرها بوده که عامل خوانده می‌شود. در این روش، طیف وسیعی از پرسش‌ها به پاسخ‌دهندگان ارائه و پاسخ آن‌ها برای یافتن الگویی در پاسخ‌ها بررسی گردید. تحلیل عاملی، نه تنها عامل‌هایی را می‌پذیرد که مقدار ویژه آن‌ها به‌طور قابل‌ملاحظه‌ای بزرگ‌تر از یک باشد بلکه این اصل مبتنی بر معیار کایرز است. این آزمون که برای بررسی معناداری گویه‌های تحقیق مورد استفاده قرار می‌گیرد، عددی است بین ۰ - ۱؛ اگر مقدار بار عاملی بالاتر از ۰/۵ باشد، گویه معنادار است. در غیر این صورت، گویه معنادار نبوده و می‌بایست از مدل نهایی حذف شود.

۱۰- بررسی نرمال بودن متغیرها

برای اجرای روش‌های آماری و محاسبه آماره آزمون مناسب و استنتاج منطقی درباره فرضیه‌های پژوهش، مهم‌ترین عمل قبل از هر اقدامی، انتخاب روش آماری مناسب است. برای این منظور، آگاهی از توزیع داده‌ها از اولویت اساسی برخوردار است. در این پژوهش از آزمون معتبر کولموگروف-اسمیرنوف جهت بررسی فرض نرمال بودن داده‌های پژوهش استفاده شده است. در این آزمون، بررسی نرمال بودن داده‌ها با توجه به فرضیات زیر انجام شده است:

- داده‌ها دارای توزیع نرمال هستند: H_0

- داده‌ها دارای توزیع نرمال نیستند: H_1

با توجه به جدول آزمون اسمیرنف-کولموگروف، اگر سطح معناداری برای کلیه متغیرهای مستقل و وابسته بزرگ‌تر از سطح آزمون (۰/۰۵) باشد، توزیع داده‌ها نرمال است.

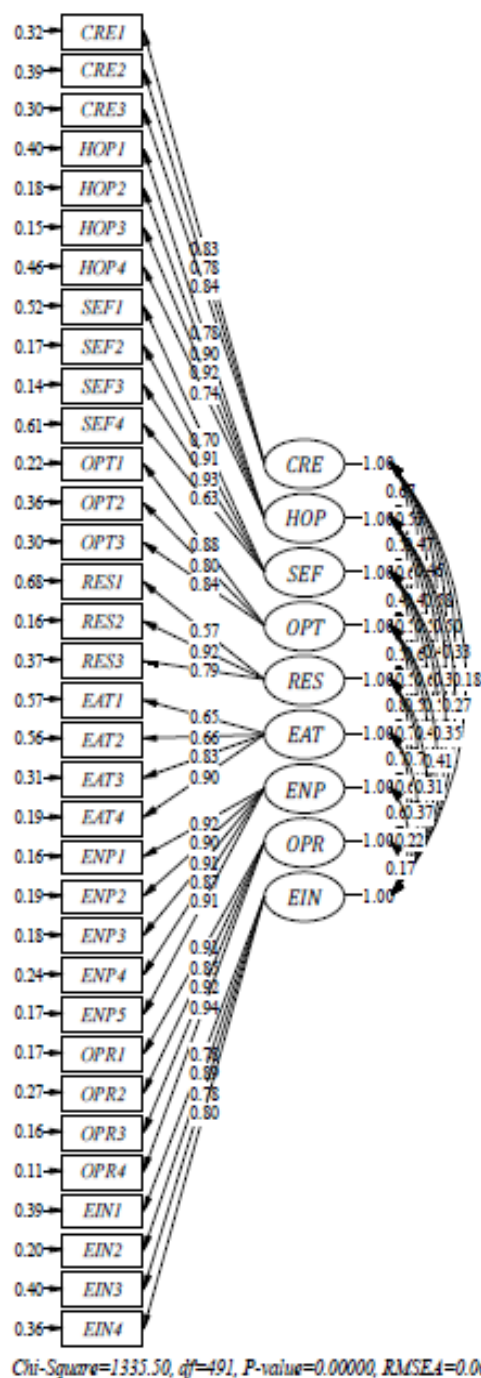
جدول ۲. نتایج آزمون کولموگروف-اسمیرنوف متغیرهای پژوهش

متغیر	آماره آزمون K-S	سطح معناداری	نتیجه آزمون
خلاقیت	۱/۰۰۶	۰/۰۶۷	نرمال است
امید	۰/۸۳۳	۰/۱۲۵	نرمال است
خودکارآمدی	۱/۰۴۷	۰/۰۷۹	نرمال است
خوش‌بینی	۰/۸۷۵	۰/۲۵۸	نرمال است
تاب‌آوری	۱/۱۰۹	۰/۰۵۹	نرمال است
سرمایه ذهنی	۱/۰۰۵	۰/۰۹۰	نرمال است
نگرش به آموزش کارآفرینی	۱/۱۴	۰/۰۵۵	نرمال است
محیط کارآفرینی	۰/۷۴۶	۰/۳۶۵	نرمال است
شناخت فرصت‌ها	۰/۹۸۶	۰/۱۴۹	نرمال است
قصد کارآفرینی	۱/۰۴۸	۰/۰۶۳	نرمال است

همان‌طور که از جدول ۲ مشخص است، سطح معناداری آزمون کولموگروف-اسمیرنوف برای همه متغیرهای پژوهش بزرگ‌تر از مقدار ۰/۰۵ است. در نتیجه، تمامی متغیرها دارای توزیع نرمال هستند.

۱-۱۰-۱ نتایج تحلیل عاملی تأییدی پرسشنامه تحقیق

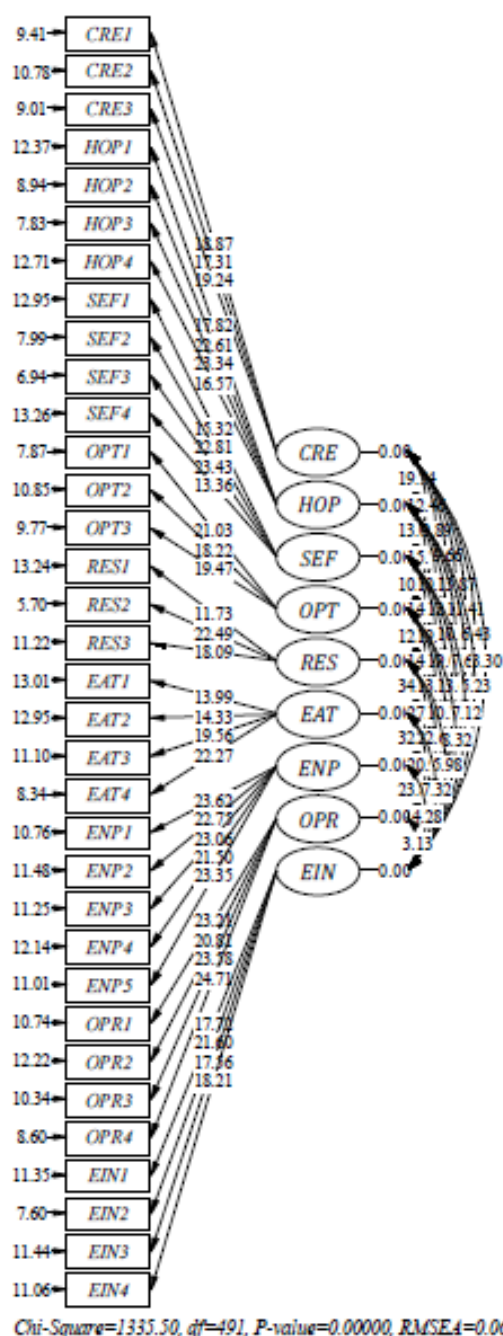
در شکل ۲، تحلیل عاملی تأییدی پرسشنامه تحقیق ارائه شده است.



شکل ۲. بار عاملی استاندارد تحلیل عاملی پرسشنامه تحقیق

CRE = خلاقیت، HOP = امید، SEF = خودکارآمدی، OPT = خوش‌بینی، RES = تاب‌آوری، EAT = نگرش به آموزش کارآفرینی، OPR = شناخت فرصت‌ها، ENP = محیط کارآفرینی، EIN = قصد کارآفرینی

بعد از محاسبه بار عاملی استاندارد باید آزمون معناداری صورت گیرد. مقادیر آماره معناداری بارهای عاملی در شکل ۳ نمایش داده شده است.



شکل ۳. آماره معناداری تحلیل عاملی پرسشنامه تحقیق

CRE = خلاقیت، HOP = امید، SEF = خودکارآمدی، OPT = خوش بینی، RES = تاب آوری، EAT = نگرش به آموزش
کارآفرینی، OPR = شناخت فرصت‌ها، ENP = محیط کارآفرینی، EIN = قصد کارآفرینی

با توجه به شکل‌های ۲ و ۳ مشخص شد که بار عاملی برای هیچ سؤالی کمتر از ۰/۵ نیست؛ بنابراین، هیچ سؤالی از تحلیل حذف نخواهد شد. در ادامه به بررسی کفایت مدل اندازه‌گیری ارائه‌شده در بالا پرداخته خواهد شد. برای بررسی کفایت مدل از یک سری شاخص‌های برازش همانند جدول ۳ استفاده شده است.

جدول ۳. شاخص‌های برازش مدل اندازه‌گیری پرسشنامه تحقیق

نتیجه	مقدار مطلوب	نام شاخص	شاخص برازش
۲/۷۱۹	<۳/۰۰	شاخص مجذور کای	Chi-square/df
۰/۰۶۱	<۰/۰۸	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد	RMSEA
۰/۰۴۲	<۰/۰۵	شاخص میانگین مجذور باقی‌مانده‌ها	RMR
۰/۹۴	>۰/۹۰	شاخص نیکویی برازش	GFI
۰/۹۰	>۰/۹۰	شاخص نرم‌شده برازندگی	NFI
۰/۹۱	>۰/۹۰	شاخص برازندگی فزاینده	IFI
۰/۹۱	>۰/۹۰	شاخص برازش تطبیقی	CFI

یکی از بهترین شاخص‌های برازندگی مدل‌های معادلات ساختاری، شاخص برازندگی ریشه میانگین مجذورات تقریب خطا (RMSEA) است. این مقدار که به‌واقع همان آزمون انحراف هر درجه آزادی است، برای مدل‌هایی که برازندگی خوبی داشته باشند، باید مقداری کمتر از ۰/۰۸ باشد. از این‌رو، مدل‌هایی که عدد میانگین خطای مجذورات آن‌ها بیشتر از مقدار ۰/۰۸ باشد، از برازش ضعیفی برخوردارند. شاخص دیگر، برازندگی حاصل تقسیم مقدار کای دو بر درجه آزادی است که این مقدار باید کمتر از ۳ باشد (هومن، ۱۳۹۳).

با توجه به خروجی لیزرل، مقدار χ^2 دو ۱۳۳۵/۵۰ و درجه آزادی ۴۹۱ محاسبه شده است؛ بنابراین، مقدار حاصل تقسیم کای دو بر درجه آزادی برای مدل مفهومی پژوهش برابر با ۲/۷۱۹ بوده که مقدار قابل‌قبولی است. در ضمن، خروجی مدل مقدار شاخص برازندگی ریشه میانگین مجذورات تقریب خطا را برابر با ۰/۰۶۱ نشان داد که مقدار قابل‌قبولی است. دو شاخص مطرح‌شده در بالا و باقی شاخص‌های برازندگی مقدار قابل‌قبولی دارند. برای درک بهتر نتایج تحلیل عاملی تأییدی بارهای عاملی، سؤالات به همراه آماره معناداری، باقیمانده، آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و میانگین واریانس استخراج‌شده برای هر شاخص در جدول ۴ آورده شده است.

جدول ۴. مقادیر بار عاملی، آماره معناداری، آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و میانگین واریانس پرسشنامه تحقیق

سازه	گویه	بار عاملی	آماره معناداری	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	AVE
خلاقیت (CRE)	CRE1	۰/۸۳	۱۸/۸۷	۰/۸۴۷	۰/۸۵۸	۰/۶۶۸
	CRE2	۰/۷۸	۱۷/۳۱			
	CRE3	۰/۸۴	۱۹/۲۴			
امید (HOP)	HOP1	۰/۷۸	۱۷/۸۲	۰/۸۷۸	۰/۹۰۴	۰/۷۰۳
	HOP2	۰/۹۰	۲۲/۶۱			
	HOP3	۰/۹۲	۲۳/۳۴			
	HOP4	۰/۷۴	۱۶/۵۷			
خودکارآمدی (SEF)	SEF1	۰/۷۰	۱۵/۳۲	۰/۸۶۷	۰/۸۷۵	۰/۶۴۲
	SEF2	۰/۹۱	۲۲/۸۱			
	SEF3	۰/۹۳	۲۳/۴۳			
	SEF4	۰/۶۳	۱۳/۳۶			
خوش‌بینی (OPT)	OPT1	۰/۸۸	۲۱/۰۳	۰/۸۷۱	۰/۸۷۸	۰/۷۰۷
	OPT2	۰/۸۰	۱۸/۲۲			
	OPT3	۰/۸۴	۱۹/۴۷			
تاب‌آوری (RES)	RES1	۰/۵۷	۱۱/۷۳	۰/۹۰۳	۰/۹۱۲	۰/۵۹۸
	RES2	۰/۹۲	۲۲/۴۹			
	RES3	۰/۷۹	۱۸/۰۹			

سازه	گویه	بار عاملی	آماره معناداری	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	AVE
نگرش به آموزش کارآفرینی (EAT)	EAT1	۰/۶۵	۱۳/۹۹	۰/۸۳۷	۰/۸۴۹	۰/۵۸۹
	EAT2	۰/۶۶	۱۴/۳۳			
	EAT3	۰/۸۳	۱۹/۵۶			
	EAT4	۰/۹۰	۲۲/۲۷			
محیط کارآفرینی (ENP)	ENP1	۰/۹۲	۲۳/۶۲	۰/۹۱۷	۰/۹۵۶	۰/۸۱۴
	ENP2	۰/۹۰	۲۲/۷۵			
	ENP3	۰/۹۱	۲۳/۰۶			
	ENP4	۰/۸۷	۲۱/۵۰			
	ENP5	۰/۹۱	۲۳/۳۵			
شناخت فرصت‌ها (OPR)	OPR1	۰/۹۱	۲۳/۲۱	۰/۹۳۴	۰/۹۴۸	۰/۸۲۰
	OPR2	۰/۸۵	۲۰/۸۱			
	OPR3	۰/۹۲	۲۳/۵۸			
	OPR4	۰/۹۴	۲۴/۷۱			
قصد کارآفرینی (EIN)	EIN1	۰/۷۸	۱۷/۷۲	۰/۸۸۰	۰/۸۸۷	۰/۶۶۲
	EIN2	۰/۸۹	۲۱/۶۰			
	EIN3	۰/۷۸	۱۷/۵۶			
	EIN4	۰/۸۰	۱۸/۲۱			

بر اساس جدول ۴، آلفای کرونباخ برای همه سازه‌ها بالای ۰/۷ بوده که اعتبار همگرایی بالایی را نشان می‌دهد و بیان می‌کند که سازه‌ها (متغیرهای پنهان) از اعتبار بالایی جهت برازش مدل برخوردارند. مقادیر پایایی ترکیبی (CR) برای تمامی سازه‌ها بالاتر از مقدار ۰/۷ گزارش شده که نشان می‌دهد سازه‌ها از پایایی ترکیبی مناسبی برخوردار هستند. برای بررسی روایی همگرا، شاخص میانگین واریانس استخراج شده (AVE) محاسبه شد. روایی همگرا زمانی وجود دارد که پایایی ترکیبی از ۰/۷ و AVE از ۰/۵ بزرگ‌تر باشند. همچنین، پایایی ترکیبی باید از AVE بزرگ‌تر باشد؛ در این صورت، شرط روایی همگرا وجود خواهد داشت. با توجه به جدول ۴، هر ۳ شرط فوق برقرار بوده و پرسشنامه از روایی همگرا برخوردار است.

چنانچه جذر میانگین واریانس استخراج شده (\sqrt{AVE}) برای یک متغیر بزرگ‌تر از همبستگی آن متغیر با سایر متغیرها باشد، روایی تشخیصی برای آن متغیر وجود دارد. در جدول ۵، اعداد روی قطر اصلی جذر میانگین واریانس استخراج شده هستند.

جدول ۵. جذر AVE و همبستگی بین شاخص‌های پرسشنامه تحقیق

شاخص‌ها	CRE	HOP	SEF	OPT	RES	EAT	ENP	OPR	EIN
CRE	۰/۸۱۷								
HOP	۰/۶۷	۰/۸۳۸							
SEF	۰/۶۳	۰/۵۳	۰/۸۰۱						
OPT	۰/۴۷	۰/۶۰	۰/۴۸	۰/۸۴۱					
RES	۰/۴۶	۰/۴۶	۰/۵۷	۰/۵۳	۰/۷۷۳				
EAT	۰/۵۸	۰/۵۵	۰/۶۶	۰/۵۹	۰/۶۳	۰/۷۶۷			
ENP	۰/۵۰	۰/۴۵	۰/۶۴	۰/۵۳	۰/۷۵	۰/۵۹	۰/۹۰۲		
OPR	۰/۳۳	۰/۳۶	۰/۵۴	۰/۴۶	۰/۷۰	۰/۶۸	۰/۶۹	۰/۹۰۶	
EIN	۰/۴۳	۰/۲۷	۰/۳۵	۰/۴۱	۰/۳۱	۰/۳۷	۰/۲۲	۰/۵۷	۰/۸۱۴

همان‌طور که از داده‌های جدول ۵ مشخص است، جذر میانگین واریانس استخراج‌شده برای هر متغیر بیشتر از همبستگی آن متغیر با سایر متغیرها است؛ بنابراین، روایی تشخیصی متغیرهای پرسشنامه تحقیق مورد تأیید است.

جدول ۶. نتایج حاصل از ارزیابی مدل ساختاری

ردیف	مسیر	ضریب مسیر (β)	انحراف استاندارد (SE)	عدد معنی‌داری (t-value)	نتیجه آزمون
۱	خلاقیت \leftarrow نگرش به آموزش کارآفرینی	۰/۴۵	۰/۰۵۷	۶/۱۲	تأیید
۲	خلاقیت \leftarrow شناخت فرصت‌ها	۰/۲۶	۰/۰۷۵	۲/۸۷	تأیید
۳	سرمایه روان‌شناختی \leftarrow شناخت فرصت‌ها	۰/۳۷	۰/۰۷۸	۴/۵۵	تأیید
۴	سرمایه روان‌شناختی \leftarrow محیط کارآفرینی	۰/۴۸	۰/۰۴۹	۶/۰۱	تأیید
۵	نگرش به آموزش کارآفرینی \leftarrow قصد کارآفرینی	۰/۳۹	۰/۰۶۵	۵/۳۷	تأیید
۶	شناخت فرصت‌ها \leftarrow قصد کارآفرینی	۰/۳۱	۰/۰۶۰	۴/۱۹	تأیید
۷	محیط کارآفرینی \leftarrow قصد کارآفرینی	۰/۵۲	۰/۰۶۴	۷/۰۶	تأیید

در ادامه با توجه به خروجی مدل مفهومی پژوهش به بیان و بررسی فرضیه‌های پژوهش پرداخته خواهد شد.

فرضیه اول: خلاقیت بر نگرش به آموزش کارآفرینی تأثیر مثبت دارد

در جدول ۶، آماره معناداری بین متغیر خلاقیت و نگرش به آموزش کارآفرینی برابر ۶/۱۲ بوده که بزرگ‌تر از مقدار ۱/۹۶ است. این مقدار نشان می‌دهد که ارتباط میان خلاقیت و نگرش به آموزش کارآفرینی در سطح اطمینان ۹۵ درصد، معنادار است. در ضمن، ضریب مسیر مابین این دو متغیر برابر ۰/۴۵ است که میزان تأثیر مثبت خلاقیت بر نگرش به آموزش کارآفرینی شرکت را نشان می‌دهد. به عبارت دیگر، یک واحد تغییر در خلاقیت، موجب افزایش ۰/۴۵ واحدی در نگرش به آموزش کارآفرینی خواهد شد؛ یعنی خلاقیت بر نگرش به آموزش کارآفرینی، تأثیر مثبت و مستقیمی دارد؛ بنابراین، فرضیه پژوهش تأیید شد.

فرضیه دوم: خلاقیت بر شناخت فرصت‌ها تأثیر مثبت دارد

مطابق با جدول ۴، آماره معناداری بین متغیر خلاقیت و شناخت فرصت‌ها برابر ۲/۸۷ بوده که بزرگ‌تر از مقدار ۱/۹۶ است. این مقدار نشان می‌دهد که ارتباط میان خلاقیت و شناخت فرصت‌ها در سطح اطمینان ۹۵ درصد، معنادار است. همچنین، ضریب مسیر مابین این دو متغیر برابر ۰/۲۶ است که میزان تأثیر مثبت خلاقیت بر شناخت فرصت‌ها شرکت را نشان می‌دهد. به عبارت دیگر، یک واحد تغییر در خلاقیت، موجب افزایش ۰/۲۶ واحدی در شناخت فرصت‌ها خواهد شد؛ یعنی خلاقیت بر شناخت فرصت‌ها تأثیر مثبت و مستقیمی دارد؛ بنابراین، فرضیه پژوهش تأیید شد.

فرضیه سوم: سرمایه ذهنی بر شناخت فرصت‌ها تأثیر مثبت دارد

بر اساس جدول ۶، آماره معناداری بین متغیر سرمایه ذهنی و شناخت فرصت‌ها برابر ۴/۵۵ بوده که بزرگ‌تر از مقدار ۱/۹۶ است. این مقدار نشان می‌دهد که ارتباط میان سرمایه ذهنی و شناخت فرصت‌ها در سطح اطمینان ۹۵ درصد، معنادار است. علاوه بر آن، ضریب مسیر مابین این دو متغیر برابر ۰/۳۷ است که میزان تأثیر مثبت سرمایه ذهنی بر شناخت فرصت‌ها شرکت را نشان می‌دهد. به عبارت دیگر، یک واحد تغییر در سرمایه ذهنی موجب افزایش ۰/۳۷ واحدی در شناخت فرصت‌ها خواهد شد؛ یعنی سرمایه ذهنی بر شناخت فرصت‌ها تأثیر مثبت و مستقیم دارد؛ بنابراین، فرضیه پژوهش تأیید شد.

فرضیه چهارم: سرمایه ذهنی بر محیط کارآفرینی تأثیر مثبت دارد

در جدول ۶، آماره معناداری بین متغیر سرمایه ذهنی و محیط کارآفرینی برابر $6/01$ بوده که بزرگتر از مقدار $1/96$ است. این مقدار نشان می‌دهد که ارتباط میان سرمایه ذهنی و محیط کارآفرینی در سطح اطمینان ۹۵ درصد، معنادار است. در ضمن، ضریب مسیر مابین این دو متغیر برابر $0/48$ است که میزان تأثیر مثبت سرمایه ذهنی بر محیط کارآفرینی شرکت را نشان می‌دهد. به عبارت دیگر، یک واحد تغییر در سرمایه ذهنی، موجب افزایش $0/48$ واحدی در محیط کارآفرینی خواهد شد؛ یعنی سرمایه ذهنی بر محیط کارآفرینی تأثیر مثبت و مستقیمی دارد؛ بنابراین، فرضیه پژوهش تأیید شد.

فرضیه پنجم: نگرش به آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی تأثیر مثبت دارد

مطابق جدول ۶، آماره معناداری بین متغیر نگرش به آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرینی برابر $5/37$ بوده که بزرگتر از مقدار $1/96$ است. این مقدار نشان می‌دهد که ارتباط میان نگرش به آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرینی در سطح اطمینان ۹۵ درصد، معنادار است. همچنین، ضریب مسیر مابین این دو متغیر برابر $0/39$ است که میزان تأثیر مثبت نگرش به آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی شرکت را نشان می‌دهد. به عبارت دیگر، یک واحد تغییر در نگرش به آموزش کارآفرینی موجب افزایش $0/39$ واحدی در قصد کارآفرینی خواهد شد؛ یعنی نگرش به آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی تأثیر مثبت و مستقیمی دارد؛ بنابراین، فرضیه پژوهش تأیید شد.

فرضیه ششم: شناخت فرصت‌ها بر قصد کارآفرینی تأثیر مثبت دارد

بر اساس جدول ۶، آماره معناداری بین متغیر شناخت فرصت‌ها و قصد کارآفرینی برابر $4/19$ بوده که بزرگتر از مقدار $1/96$ است. این مقدار نشان می‌دهد که ارتباط میان شناخت فرصت‌ها و قصد کارآفرینی در سطح اطمینان ۹۵ درصد، معنادار است. علاوه بر آن، ضریب مسیر مابین این دو متغیر برابر $0/31$ است که میزان تأثیر مثبت شناخت فرصت‌ها بر قصد کارآفرینی شرکت را نشان می‌دهد. به عبارت دیگر، یک واحد تغییر در شناخت فرصت‌ها موجب افزایش $0/31$ واحدی در قصد کارآفرینی خواهد شد؛ یعنی شناخت فرصت‌ها بر قصد کارآفرینی تأثیر مثبت و مستقیمی دارد؛ بنابراین، فرضیه پژوهش تأیید شد.

فرضیه هفتم: محیط کارآفرینی بر قصد کارآفرینی تأثیر مثبت دارد

مطابق جدول ۶، آماره معناداری بین متغیر محیط کارآفرینی و قصد کارآفرینی برابر $7/06$ بوده که بزرگتر از مقدار $1/96$ است. این مقدار نشان می‌دهد که ارتباط میان محیط کارآفرینی و قصد کارآفرینی در سطح اطمینان ۹۵ درصد، معنادار است. در ضمن، ضریب مسیر مابین این دو متغیر برابر $(0/52)$ است که میزان تأثیر مثبت محیط کارآفرینی بر قصد کارآفرینی شرکت را نشان می‌دهد. به عبارت دیگر، یک واحد تغییر در محیط کارآفرینی، موجب افزایش $0/52$ واحدی در قصد کارآفرینی خواهد شد؛ یعنی محیط کارآفرینی بر قصد کارآفرینی تأثیر مثبت و مستقیمی دارد؛ بنابراین، فرضیه پژوهش تأیید شد.

فرضیه هشتم: خلاقیت با نقش میانجی نگرش به آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی تأثیر مثبت دارد

برای بررسی نقش میانجی‌گری متغیر نگرش به آموزش کارآفرینی از خروجی معادلات ساختاری بهره گرفته شد. در جدول ۷، اثر مستقیم، غیرمستقیم و اثر کلی بین خلاقیت و قصد کارآفرینی محاسبه شده است.

جدول ۷. اثرات غیرمستقیم بین خلاقیت و قصد کارآفرینی

اثر غیرمستقیم	مسیر	
	به متغیر	از متغیر
۰/۱۷۶	قصد کارآفرینی	خلاقیت

همان‌طور که از جدول ۷ مشخص است، اثر غیرمستقیم متغیر خلاقیت و قصد کارآفرینی با تأثیر متغیر میانجی نگرش به آموزش کارآفرینی برابر با ۰/۱۷۶ است.

جدول ۸. نتایج نهایی فرضیات

ردیف	مسیر	ضریب مسیر	عدد معناداری	نتیجه آزمون
۱	خلاقیت بر نگرش به آموزش کارآفرینی تأثیر مثبت دارد.	۰/۴۵	۶/۱۲	عدم رد
۲	خلاقیت بر شناخت فرصت‌ها تأثیر مثبت دارد.	۰/۲۶	۲/۸۷	عدم رد
۳	سرمایه ذهنی بر شناخت فرصت‌ها تأثیر مثبت دارد.	۰/۳۷	۴/۵۵	عدم رد
۴	سرمایه ذهنی بر محیط کارآفرینی تأثیر مثبت دارد.	۰/۴۸	۶/۰۱	عدم رد
۵	نگرش به آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی تأثیر مثبت دارد.	۰/۳۹	۵/۳۷	عدم رد
۶	شناخت فرصت‌ها بر قصد کارآفرینی تأثیر مثبت دارد.	۰/۳۱	۴/۱۹	عدم رد
۷	محیط کارآفرینی بر قصد کارآفرینی تأثیر مثبت دارد.	۰/۵۲	۷/۰۶	عدم رد
۸	خلاقیت با نقش میانجی نگرش به آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی تأثیر مثبت دارد.	۰/۱۷	۴/۷۷	عدم رد
۹	خلاقیت با نقش میانجی شناخت فرصت‌ها بر قصد کارآفرینی تأثیر مثبت دارد.	۰/۰۸	۲/۸۷	عدم رد
۱۰	سرمایه ذهنی با نقش میانجی شناخت فرصت‌ها بر قصد کارآفرینی تأثیر مثبت دارد.	۰/۲۵	۳/۴۹۴	عدم رد
۱۱	سرمایه ذهنی با نقش میانجی محیط کارآفرینی بر قصد کارآفرینی تأثیر مثبت دارد.	۰/۲۵	۶/۲۵	عدم رد

۱۱- پیشنهادهای تحقیق

با توجه به بررسی و آزمون فرضیه‌های موجود در پژوهش می‌توان پیشنهادهایی را بر اساس نتایج هر یک از فرضیه‌ها مطرح نمود. در ادامه، این پیشنهادها ارائه می‌شود:

❖ با توجه به عدم رد فرضیه «محیط کارآفرینی بر قصد کارآفرینی تأثیر مثبت دارد» با ضریب مسیر ۰/۵۲، پیشنهاد زیر ارائه می‌گردد:

- به دانشجویان و فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌ها پیشنهاد می‌شود با توجه به ایده‌های خود می‌توانند در برخی از کنفرانس‌های کارآفرینی شرکت نمایند، در چنین مکان‌هایی به دنبال سرمایه‌گذار بگردند و از این طریق، پول لازم برای شروع کسب‌وکار جدید را فراهم آورند.

- به دانشجویان و فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌ها پیشنهاد می‌شود تمامی اطلاعاتی مربوط به شروع کسب‌وکارهای جدید را مطالعه کرده و منابعی را که می‌توانند در اختیار داشته باشند، زودتر از دیگران شناسایی کرده و مورد استفاده قرار دهند.

- به دانشجویان و فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌ها پیشنهاد می‌شود بر اساس قوانین و مقررات عمل کرده و تمامی مدارک را از ابتدای فعالیت تجاری خود تهیه نمایند تا در صورت اعطای تسهیلات و کمک از طرف دولت، به دلیل نقص مدارک از دریافت آن محروم نشوند.

❖ با توجه به عدم رد فرضیه «سرمایه ذهنی بر محیط کارآفرینی تأثیر مثبت دارد» با ضریب مسیر ۰/۴۸، پیشنهاد زیر ارائه می‌شود:

- به دانشجویان و فارغ التحصیلان دانشگاه‌ها پیشنهاد می‌شود با توجه به توانایی‌هایی که برای شروع یک کسب و کار دارند، مهارت‌های آن را فرا گرفته، از طریق این یادگیری‌ها در طرق مختلف مزیت رقابتی خود را بالا برده و به دنبال ارتقای توانایی‌ها و استعدادهای خود باشند تا در حین کار بتوانند از آن استفاده نمایند.
- به دانشجویان و فارغ التحصیلان دانشگاه‌ها پیشنهاد می‌شود زمانی که به راه‌اندازی یک کسب و کار می‌اندیشند، تنها به خود فکر نکرده و خود را نبینند بلکه یک دایره تولید یا خدمات بزرگ را متصور شوند که با رهبری آن‌ها، چندین نفر مشغول به کار می‌شوند.
- به دانشجویان و فارغ التحصیلان دانشگاه‌ها پیشنهاد می‌گردد دیدگاه منفی خود نسبت به زندگی را از بین ببرند و با امیدواری تلاش کنند و در صورت شکست ناامید نشده و باز هم با قدرت و با تکیه بر توانایی‌های خود برای جمع‌آوری دوباره منابع به مسیر کارآفرینی ادامه دهند.
- ❖ با توجه به عدم رد فرضیه «خلاقیت بر نگرش به آموزش کارآفرینی تأثیر مثبت دارد» با ضریب مسیر ۰/۴۵، پیشنهاد زیر ارائه می‌گردد:
 - به دانشجویان و فارغ التحصیلان دانشگاه‌ها پیشنهاد می‌شود دیدگاه خود نسبت به پیرامونشان را دقیق‌تر کرده و برای هر کار کوچک و بزرگی، ایده و راه‌حل‌های مختلفی را در ذهن خود پرورش دهند تا ایده‌پردازی قوی‌تری داشته باشند. سپس از میان ایده‌ها اجرایی‌ترین آن‌ها را برگزینند. به عنوان مثال، در زمان بروز یک مسئله، خود را ملزم کنند که پنج راه‌حل متفاوت برای آن ارائه کنند.
 - به دانشجویان و فارغ التحصیلان دانشگاه‌ها پیشنهاد می‌شود خلاقیت را فقط در ارائه یک راهکار و یا یک کسب و کار جدید نبینند و گاهی خلاقیت خود را برای بهبود روابط و مسائلی که از قبل در صنعتی وجود داشته‌اند، به کار گیرند.
- ❖ با توجه به عدم رد فرضیه «نگرش به آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی تأثیر مثبت دارد» با ضریب مسیر ۰/۳۹، پیشنهاد زیر ارائه می‌گردد:
 - به دانشجویان و فارغ التحصیلان دانشگاه‌ها پیشنهاد می‌شود با تمرین و ممارست، خود را برای شرایط مختلف اجتماعی، شغلی و خانوادگی سازگار و انعطاف‌پذیر کنند؛ یعنی در صورت بروز مسئله یا مشکلی که برای آن‌ها ناراحتی ایجاد می‌کند، ابتدا به دنبال راه‌حل‌های منطقی باشند و پس از تلاش و نتیجه‌بخش نبودن آن، سعی کنند تا با شرایط سازگار بوده و تصمیمات درست و عاقلانه‌ای اتخاذ کنند.
 - به دانشجویان و فارغ التحصیلان دانشگاه‌ها پیشنهاد می‌شود راحت‌طلبی را کنار گذاشته و برای رسیدن به اهداف شغلی که دارند، سخت تلاش کنند چراکه کارآفرین بودن در کنار ایده و تفکر خلاق، به پشتکار و توانایی فعالیت‌های بلندمدت در طول روز نیاز دارد.
- ❖ با توجه به عدم رد فرضیه «سرمایه ذهنی بر شناخت فرصت‌ها تأثیر مثبت دارد» با ضریب مسیر ۰/۳۷، پیشنهاد زیر ارائه می‌گردد:
 - به دانشجویان و فارغ التحصیلان دانشگاه‌ها پیشنهاد می‌شود روش‌های یادگیری خود را به حضور در کلاس‌های درس محدود نکنند و ضمن شرکت در کلاس‌ها و کارگاه‌های آموزشی آنلاین، به صورت تجربی و حضوری نیز در شرکت‌های کارآفرین و مؤسسات شبیه به آن‌ها حضور داشته باشند.
 - به دانشجویان و فارغ التحصیلان دانشگاه‌ها پیشنهاد می‌شود اهداف خود را برای آینده مشخص نمایند و در کنار آن به محاسبه سرمایه و برآورد سطح دانش و تجربه خود مشغول شوند تا بتوانند با در نظر گرفتن تمامی این مؤلفه‌ها، روش‌ها و راهکارهای مناسبی را برای اجرایی شدن ایده‌هایشان بیابند.

❖ با توجه به عدم رد فرضیه «شناخت فرصت‌ها بر قصد کارآفرینی تأثیر مثبت دارد» با ضریب مسیر ۰/۳۱، پیشنهاد زیر ارائه می‌گردد:

- به دانشجویان و فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌ها پیشنهاد می‌شود در صورت مواجه شدن با شرایطی که می‌تواند منجر به شروع یک کسب‌وکار شود، عجلولانه عمل نکنند و همه جنبه‌های مسئله را بررسی کرده و با نگاهی خلاقانه سعی کنند راه‌حل‌های متنوعی را برای تغییر وضعیت بیابند.

- به دانشجویان و فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌ها پیشنهاد می‌شود علایق خود، شایستگی‌ها، رشد بازار، پتانسیل بازار و غیره را با دقت بالاتری نسبت به افراد معمولی انجام داده و تلاش کنند دید خود را نسبت به مسائل بهبود بخشند. استفاده از منابع استفاده‌نشده محلی، استفاده از نیروی انسانی بیکار یا دارای اشتغال ناقص، استفاده از دارایی‌ها و مهارت‌های فردی، پیدا کردن بخش مناسب بازار وقتی تقاضا برای آن وجود دارد، به دست آوردن درصد کوچکی از یک بازار بزرگ، ورود به بازارهای رهاشده، ایجاد کسب‌وکار بر اساس تقلید، تقلید از یک کالا یا خدمات موفق و انتقال تجربیات مفاهیم از یک کسب‌وکار به کسب کار دیگر، ازجمله این امور است.

❖ با توجه به عدم رد فرضیه «خلاقیت بر شناخت فرصت‌ها تأثیر مثبت دارد» با ضریب مسیر ۰/۲۶، پیشنهاد زیر ارائه می‌گردد:

- به دانشجویان و فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌ها پیشنهاد می‌شود فرصت‌های احتمالی را برای خود متصور شده و برنامه‌ریزی‌های فرضی را انجام دهند. برای مثال، فعالیت یک کارآفرین را بررسی کرده و تصمیم‌گیری کنند که اگر به جای وی بودند، چه کارهایی را انجام می‌دادند و از انجام کدام فعالیت صرف‌نظر می‌کردند.

- به دانشجویان و فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌ها پیشنهاد می‌شود با مطالعه کتب ایده‌پردازی و برقراری ارتباط با افراد فعال در این حوزه، دایره اطلاعات و وسعت دید خود نسبت به مسائل را بیشتر کنند تا هر اتفاقی را به‌عنوان ایده‌ای برای شروع یک کار ببینند.

❖ با توجه به عدم رد فرضیه «سرمایه ذهنی با نقش میانجی شناخت فرصت‌ها بر قصد کارآفرینی تأثیر مثبت دارد» با ضریب مسیر ۰/۲۵۳، پیشنهاد زیر ارائه می‌گردد:

- به دانشجویان و فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌ها پیشنهاد می‌شود با یادآوری موفقیت‌های خود و ثبت تمامی آن‌ها در رزومه کاری خویش، امید به موفقیت و خودکارآمدی را مرور کنند تا بتوانند با ذهن آزادتر، فرصت‌های بهتری را شناسایی کنند.

❖ با توجه به عدم رد فرضیه «سرمایه ذهنی با نقش میانجی محیط کارآفرینی بر قصد کارآفرینی تأثیر مثبت دارد» با ضریب مسیر ۰/۲۵۰، پیشنهاد زیر ارائه می‌گردد:

- به دانشجویان و فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌ها پیشنهاد می‌شود با ریزنی‌هایی که انجام می‌دهند، از تأمین منابع و دریافت کمک از دولت و جوامع دیگر مطمئن شده و با خوش‌بینی بالا، اطلاعات خود را از برنامه‌های کمک‌رسانی به کارآفرینان افزایش دهند.

❖ با توجه به عدم رد فرضیه «خلاقیت با نقش میانجی نگرش به آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی تأثیر مثبت دارد» با ضریب مسیر ۰/۱۷۶، پیشنهاد زیر ارائه می‌گردد:

- به دانشجویان و فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌ها پیشنهاد می‌شود ایده‌های خود را برای افزایش انگیزه در یادگیری و شرکت در کارگاه‌های آموزشی کارآفرینی به کار گیرند و با جدیت درباره اجرای ایده‌هایشان، انگیزه لازم برای بهبود نگرش آموزش کارآفرینی را که منجر به قصد کارآفرینی بالاتر می‌شود، افزایش دهند.

❖ با توجه به عدم رد فرضیه «خلاقیت با نقش میانجی شناخت فرصت‌ها بر قصد کارآفرینی تأثیر مثبت دارد» با ضریب مسیر ۰/۰۸۱، پیشنهاد زیر ارائه می‌گردد:

- به دانشجویان و فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌ها پیشنهاد می‌شود روال کاری خود را مشخص کنند تا از جابه‌جایی بین رشته‌های مختلف کاری که موجب سردرگمی و از دست رفتن فرصت می‌شود، دوری کنند.

۱۲- پیشنهاد به محققین آتی

بر اساس یافته‌های تحقیق، چندین پیشنهاد برای تحقیقات آتی مطرح می‌شود:

- بررسی تأثیر عزت‌نفس و اعتماد به نفس بر قصد کارآفرینی دانشجویان

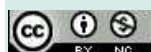
- بررسی تأثیر عوامل اقتصادی و سیاسی بر قصد کارآفرینی دانشجویان

منابع

- حسین‌زاده، طیبه، و رستگار، احمد. (۱۳۹۲). رابطه سرمایه‌های ذهنی و تمایل به ترک شغل با تأکید بر نقش واسطه‌ای فرسودگی شغلی. *مطالعات آموزشی و آموزشگاهی*، ۲(۷)، ۳۴-۵۳.
- حیدری ساربان، وکیل، و مجنونی توتاخانه، علی. (۱۳۹۹). نقش سرمایه ذهنی در ارتقای کارآفرینی روستایی استان آذربایجان شرقی. *اقتصاد فضا و توسعه روستایی*، ۶(۲۲)، ۹۷-۱۱۸.
- خواجه‌پور، نسیم، بشلیده، کیومرث، و بهارلو، مصطفی. (۱۳۹۴). رابطه علی سرمایه ذهنی با قصد ترک شغل، فرسودگی شغلی و عملکرد شغلی: نقش میانجی‌گر استرس شغلی. *مجله مطالعات روان‌شناسی صنعتی و سازمانی*، ۲(۲)، ۶۱-۸۲.
- سپهر، سینا. (۱۳۹۴). قصد کارآفرینانه دانشجویان، تأثیر نگرش و محیط ادراک شده مورد مطالعه: دانشگاه علامه طباطبائی. *کنفرانس سالانه مدیریت و اقتصاد کسب‌وکار، به صورت الکترونیکی*، مؤسسه مدیران ایده‌پرداز پایتخت ویرا.
- شکیبا، حجت، حجازی، سید یوسف، و حسینی، سید محمود. (۱۳۹۵). رابطه سرمایه اجتماعی با قصد کارآفرینی دانشجویان کشاورزی دانشگاه تهران. *پروژه مدیریت آموزش کشاورزی*، ۸، ۸۹-۷۸.
- شیخ‌الاسلامی، علی، کریمیان‌پور، غفار، و کیانی، عارفه. (۱۴۰۱). پیش‌بینی قصد کارآفرینی دانشجویان بر اساس سرمایه ذهنی و انطباق‌پذیری مسیر شغلی. *نشریه پژوهش در نظام‌های آموزشی*، ۱۳، ۸۹-۱۰۳.
- فولادی، مهران، و باغبان، حمزه. (۱۳۹۹). بررسی تأثیر خودکارآمدی کارآفرینانه بر تقویت کارآفرینی دانشجویان مطالعه موردی دانشجویان پیام نور شهرستان بیجار. *مطالعات آموزشی و آموزشگاهی*، ۲(۷)، ۳۴-۵۳.
- قناعتی، مهدی، نوده‌ی، حسن، قدرتی، اکرم، و جلالی‌فر، علی. (۱۳۹۸). تأثیر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی سبزوار. *مجله علمی-پژوهشی دانشگاه علوم پزشکی سبزوار*، ۲۴(۵)، ۳۱۹-۳۲۵.
- کریمی، سعید. (۱۳۹۸). نقش خلاقیت در توسعه قصد کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی غرب ایران. *پروژه مدیریت آموزش کشاورزی*، ۸، ۳-۱۶.
- کهن‌هوش‌نژاد، رضا، خنیفر، حسین، طالبی، کامبیز، و رضائیان، علی. (۱۴۰۰). تبیین نقش سرمایه ذهنی کارآفرینانه در ایجاد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید: نقش میانجی قصد کارآفرینانه (مورد مطالعه: شرکت‌های تجهیزات پزشکی). *مجله علمی مدیریت فرهنگ سازمانی*، ۱۷، ۲۱۸-۱۹۳.
- میرمحمدی، سید محمد، و رحیمیان، محمد. (۱۳۹۳). بررسی تأثیر رهبری اصیل بر خلاقیت فردی کارکنان با توجه به نقش میانجی سرمایه ذهنی. *پروژه مدیریت در ایران*، ۱۸(۳) (پیاپی ۸۵).
- هومن، حیدرعلی. (۱۳۹۳). *مدل‌یابی معادلات ساختاری با کاربرد نرم‌افزار لیزرل (با اصلاحات)*. تهران: سمت.
- Dahalan, N., Jaafar, M., & Rosdi, S. A. M. (2015). Attitude and entrepreneurial intention among rural community: the mediating role of entrepreneurial opportunity recognition. In *SHS Web of Conferences* (Vol. 18, p. 01005). EDP Sciences.

- Jena, R. K. (2020). Measuring the impact of business management Student's attitude towards entrepreneurship education on entrepreneurial intention: A case study. *Computers in Human Behavior*, 107, 106275.
- Kang, J. H., & Yang, D. W. (2016). A study on effect of the university student's entrepreneurship on entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intention: Focusing on mediating effect of opportunity recognition. *Journal of the Korea Academia-Industrial cooperation Society*, 17(1), 493-507.
- Kusmintarti, A., Asdani, A., & Riwayatanti, N. I. (2017). The relationship between creativity, entrepreneurial attitude and entrepreneurial intention (case study on the students of State Polytechnic Malang). *International Journal of Trade and Global Markets*, 10(1), 28-36.
- Ma, H., Topolansky Barbe, F., & Zhang, Y. C. (2018). Can Social Capital and Psychological Capital Improve the Entrepreneurial Performance of the New Generation of Migrant Workers in China?. *Sustainability*, 10(11), 3964.
- Zhang, S. N., Li, Y. Q., Liu, C. H., & Ruan, W. Q. (2020). Critical factors identification and prediction of tourism and hospitality students' entrepreneurial intention. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 26, 100234.

استناد به این مقاله: عربی، سمیه، و دانش‌زاد، میثم. (۱۴۰۳). بررسی تأثیر خلاقیت و سرمایه ذهنی بر شناخت فرصت و قصد کارآفرینی دانشجویان از طریق میانجی‌گری محیطی و آموزش کارآفرینی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین). فصلنامه مطالعات رفتاری و تعالی سازمانی، ۱(۳)، ۵۳-۷۳.



Journal of Behavioral Studies and Organizational Excellence is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.