



The effect of entrepreneurial intention on entrepreneurship education in companies located in the Science and Technology Park of Kerman city

Rouhollah Sohrabi¹, Mehdi Ajalli*², Seyed Amir Mohammad Mokhtari³

1. Associate Professor of OPM, Faculty of Economics and Social Sciences, Bu-Ali Sina University, Hamedan, Iran.

2. Assistant Professor, Department of Management, Faculty of Management and Accounting, Bu-Ali Sina University, Hamedan, Iran.

3. Master's in Business Management, Faculty of Economic and Social Sciences, Bu-Ali Sina University, Hamedan, Iran.

Received Date: 04 January 2025 Accepted Date: 03 March 2025

Abstract

Background and Aim: Notably, researchers have found a consistent relationship between start-up intention (how likely an individual is to pursue a new venture) and entrepreneurship education intentions (how likely an individual is to pursue entrepreneurship education). However, despite the benefits of entrepreneurship education, many people without entrepreneurial knowledge continue to start new companies. The main purpose of this research is to investigate the effect of entrepreneurial intention on entrepreneurship education with the moderating role of entrepreneurial enthusiasm in Science and Technology Park of Kerman city.

Methods: This research is applied in terms of purpose. In terms of data collection method, it is descriptive-survey type. The statistical population of this research is the entrepreneurs of knowledge-based companies under the Kerman Science and Technology Park, which is about 150 people. The selected sample of this research was 99 of these people. The data collection tool was a standard questionnaire and the data analysis tool was SPSS and Smart-PLS software of version 4. The research findings showed that there is a significant and positive relationship between entrepreneurial intention and entrepreneurial enthusiasm.

Findings and Conclusion: The findings showed that there is a significant and positive relationship between entrepreneurial intention and entrepreneurship education. Also, the findings showed that there is a significant and positive relationship between entrepreneurial passion and entrepreneurship education. Finally, the findings showed that there is no significant and positive relationship between entrepreneurial passion in the relationship between entrepreneurial intention and entrepreneurship education. The findings of the research model also showed that this model is well fitted. At the end, practical suggestions based on the output of each of the research hypotheses were presented to the studied organization. By placing entrepreneurial intention in the foreground, not only the relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intention has received less attention in the literature, but also the role of entrepreneurial passion in the relationship between entrepreneurial intention and entrepreneurship education has been less discussed. Also, the high failure rate of start-ups shows that entrepreneurship training has received less attention from educational centers. On the other hand, none of the studies carried out in the past have examined the relationship between the three components of entrepreneurship education, entrepreneurial intention and entrepreneurial enthusiasm, while considering the conditions of the country and the increasing risks of creating a business, the existence of effective and practical training. It is very necessary and it is a problem that can have a significant impact on the creation and development of businesses and reducing their failure rate, and this review can help to form more effective trainings in this field.

Key words: Entrepreneurial intention; Entrepreneurship education; entrepreneurial passion; Kerman Science and Technology Park , Kerman.

* Corresponding Author Email: m.ajalli@basu.ac.ir

Cite this article: Ajalli, M. , Sohrabi, R. and Mokhtari, S. A. M. (2026). The effect of entrepreneurial intention on entrepreneurship education in companies located in the Science and Technology Park of Kerman city. Journal of Sustainable Urban & Regional Development Studies (JSURDS), 6(4), 31-50.



شاپا: ۰۷۶۴-۲۷۸۳

دوره ۶، شماره ۴، شماره پیاپی ۲۲، زمستان ۱۴۰۴

Journal Homepage <https://www.srds.ir/>
https://www.srds.ir/article_216846.html?lang=fa

تأثیر قصد کار آفرینانه بر آموزش کار آفرینی در شرکت‌های مستقر در پارک علم و فناوری شهر کرمان

روح اله سهرابی^۱، مهدی اجلی^{۲*}، سید امیر محمد مختاری^۳

۱. دانشیار گروه مدیریت تولید و عملیات، دانشکده علوم اقتصادی و اجتماعی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران
۲. استادیار گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران
۳. کارشناس ارشد مدیریت کسب و کار، دانشکده علوم اقتصادی و اجتماعی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۰/۱۵ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۱۳

چکیده

زمینه و هدف: به طور قابل توجهی، محققان ارتباط ثابتی بین قصد راه‌اندازی کار و نیت آموزش کارآفرینی پیدا کرده‌اند. با این حال، علیرغم مزایای آموزش کارآفرینی، بسیاری از افراد فاقد دانش کارآفرینی به راه‌اندازی شرکت‌های جدید ادامه می‌دهند. هدف اصلی این پژوهش بررسی تأثیر قصد کارآفرینانه بر آموزش کارآفرینی با نقش میانجی اشتیاق کارآفرینانه در پارک علم و فناوری شهر کرمان است.

روش بررسی: این پژوهش از نظر هدف از نوع کاربردی بوده و از لحاظ شیوه گردآوری داده‌ها نیز از نوع توصیفی است. جامعه آماری این پژوهش، ۱۵۰ کارآفرین شرکت‌های دانش‌بنیان زیرمجموعه پارک علم و فناوری شهر کرمان می‌باشد که ۱۰۲ نفر از آن‌ها به عنوان حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه استاندارد بود که پس از جمع‌آوری اطلاعات، تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS18 و SmartPLS4 انجام شد.

یافته‌ها و نتیجه‌گیری: یافته‌های مدل پژوهش نشان داد که ضرایب مسیر و معنی‌داری رابطه بین قصد کارآفرینی با اشتیاق کارآفرینانه به ترتیب برابر با ۰/۹۱۷ و ۵۵/۷۸۰ بود، از این‌رو رابطه معنی‌دار و مثبتی بین قصد کارآفرینی با اشتیاق کارآفرینانه وجود دارد. همچنین این ضرایب در رابطه بین قصد کارآفرینی با آموزش کارآفرینی برابر با ۰/۵۲۱ و ۷/۴۰۳ بود، لذا رابطه معنی‌دار و مثبتی بین قصد کارآفرینی با آموزش کارآفرینی وجود دارد. در نهایت ضرایب رابطه بین اشتیاق کارآفرینانه با آموزش کارآفرینی برابر با ۰/۴۸۳ و ۶/۸۸۱ بود، از این‌رو رابطه معنی‌دار و مثبتی بین اشتیاق کارآفرینانه با آموزش کارآفرینی وجود دارد. با توجه به نتایج، پیشنهاد می‌شود با تدوین استانداردهای شرکت‌های موفق، و بررسی عملکرد دوره‌ای کسب و کارهای نوپا براساس استانداردها و ارائه خدمات مشاوره برای برطرف نمودن انحرافات، احتمال موفقیت کسب و کارهای نوپا را افزایش داد.

کلید واژه‌ها: قصد کارآفرینانه، آموزش کارآفرینی، اشتیاق کارآفرینانه، کسب و کارها، پارک علم و فناوری، کرمان.

* نویسنده مسئول m.ajalli@basu.ac.ir

ارجاع به این مقاله: اجلی، مهدی، سهرابی، روح اله و مختاری، سید امیرمحمد. (۱۴۰۴). تأثیر قصد کارآفرینانه بر آموزش کارآفرینی در شرکت‌های مستقر در پارک علم و فناوری شهر کرمان. فصلنامه مطالعات توسعه پایدار شهری و منطقه‌ای، ۶(۴)، ۳۱-۵۰.

مقدمه و بیان مسأله

بیکاری دغدغه جهانی همه کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه است. نرخ بیکاری در سراسر جهان به ویژه در وضعیت کرونا و بحران‌های (جنگ‌های) اخیر جهانی افزایش یافته است. سیاست‌ها و استراتژی‌های مختلفی در سراسر جهان برای کاهش بیکاری اتخاذ شده است. یکی از راه‌حل‌های جایگزین برای کاهش معضل بیکاری، کارآفرینی است، زیرا کارآفرینی به‌طور فزاینده‌ای به‌عنوان عامل مهم رشد اقتصادی، نوآوری و ایجاد شغل در نظر گرفته می‌شود (Shah et al. 2020).

کارآفرینی فرآیندی است که در آن فرد دارای فکر و ایده جدید با فراهم کردن منابع از طریق ایجاد یک کسب‌وکار که به همراه ریسک‌های اجتماعی و مالی است، خدمت و یا محصولی جدید را به بازار عرضه می‌نماید (احمدپورداریانی و مقیمی، ۱۳۹۶). کارآفرینی موتور محرک توسعه اقتصادی است و به آن «تخریب خلاق» نیز گفته می‌شود، به این معنی که کارآفرین، تعادل ایستای اقتصاد را تخریب و تعادل پویا که لازمه توسعه اقتصاد است را ایجاد می‌کند (Lounsbury, 1988). پژوهش‌ات اقتصادی که در سطح گسترده‌ای صورت پذیرفته است، نشان می‌دهند که فعالیت‌های کارآفرینی عمدتاً با ایجاد شغل، رشد اقتصادی و نوآوری همراه است (Gelderens et al. 2013). بر اساس آمار دیدبان جهانی کارآفرینی در سال ۲۰۱۸، فعالیت‌های کارآفرینانه در حال افزایش بوده و سهم بزرگی از فعالیت‌های اقتصادی را نیز در بر گرفته است. بر اساس آمار این مرکز، شاخص کارآفرینی جهانی ۳ درصد نسبت به سال ۲۰۱۷ افزایش پیدا کرده است.

در مطالعه‌ای که در ایالات متحده آمریکا انجام گرفت، میزان شکست همه استارت‌آپ‌های ایالات متحده آمریکا پس از پنج سال بیش از ۵۰ درصد و پس از ۱۰ سال بیش از ۷۰ درصد بود (پاتریک، ۲۰۱۷). علاوه بر این، ۲۰ درصد استارت‌آپ‌ها در سال اول شکست خوردند، بیش از ۵۰ درصد استارت‌آپ‌ها پس از ۵ سال شکست خوردند و بیش از ۷۰ درصد استارت‌آپ‌ها پس از ۱۰ سال در آمریکا منحل شدند (Hering, 2020).

بر اساس اعلام اداره آمار کار ایالات متحده در سال ۲۰۱۹، ۲۰٪ از مشاغل در سال اول شکست خوردند و ۴۵٪ از مشاغل در ۵ سال اول فعالیت خود، منحل شدند (Harison, 2021). با در نظر گرفتن این مشاهدات، برنامه‌های آموزشی حرفه‌ای متمرکز در ایالات متحده آمریکا برای تشویق توسعه ذهنیت کارآفرینی مورد تأکید قرار گرفت. این برنامه‌ها از یادگیری مبتنی بر پروژه برای توسعه یک مهارت جامع و غیرشناختی مرتبط با ذهنیت کارآفرینی استفاده کردند (Rodriguez, S., & Lieber, 2020). تجارب در ایالات متحده از نظر جغرافیایی محدود نیست زیرا از هر پنج کسب‌وکار جدید در اروپا یکی در سال اول شکست خورده است و تقریباً دو سوم آنها به مدت سه سال و کمتر از نیمی برای پنج سال زنده مانده‌اند. بر این اساس، در سرتاسر آفریقا، کارآفرینانی که با مسائل متعددی مانند عدم جهت‌گیری نیازهای بازار، منابع مالی ناکافی، کیفیت پایین محصول، مسائل داخلی سازمانی دست و پنجه نرم می‌کنند، نیاز به آموزش کارآفرینی را دوچندان می‌کند (GreenTec & WeeTracker, 2020).

آموزش کارآفرینی در حال حاضر در بسیاری از کشورها مورد توجه قرار گرفته است، به این دلیل که می‌تواند یکی از بهترین روش‌ها برای تشویق و حمایت از کارآفرینی باشد و پژوهشگران و صاحب‌نظران نیز بر این باور هستند که از طریق آموزش می‌توان به سطح بالاتری در کارآفرینی دست یافت (Oosterbeek et al. 2010).

آموزش کارآفرینی می‌تواند دانشجویان را با مجموعه‌ای از دانش، مهارت و نگرش مواجه کند و برای بازار کار نامشخص و پیچیده آینده آماده کند (Harms, 2015). آموزش کارآفرینی به عنوان یک برنامه مفهوم‌سازی شده است که افراد را قادر می‌سازد فرصت‌های منحصربه‌فرد را شناسایی کرده و از آن‌ها استفاده کنند و یک سرمایه‌گذاری تجاری ایجاد نمایند. آموزش کارآفرینی همچنین می‌تواند بستری برای حمایت از توسعه دانش و مهارت‌های کارآفرینی باشد، از توسعه منابع شخصی و عاطفی حمایت کند، و افراد را در به کارگیری دانش، مهارت‌ها و منابع شخصی در فرآیندهای ارزش‌آفرینی توانمند سازد (Rasmussen et al. 2015).

در مفهوم کارآفرینی، قصد کارآفرینی ویژگی مهم و برجسته‌ای است، اما این واقعیت وجود دارد که افراد قبل از اینکه به عرصه کارآفرینی ورود پیدا کنند، باید قصد کارآفرینانه در آن‌ها شکل گیرد، چرا که قصد کارآفرینانه پیش‌نیاز ضروری برای فعالیت‌های

کارآفرینانه است و بهترین پیش‌بینی‌کننده رفتارهای کارآفرینانه می‌باشد (یزدانی، ۱۳۹۱). قصد کارآفرینانه می‌تواند قدم اول در راه‌اندازی یک کسب‌وکار باشد (Chell, 20027). محققان (Nabi et al. 2011)، قصد کارآفرینانه را به این صورت تعریف می‌کنند: باور و آگاهی فردی که می‌خواهد یک کسب و کار ریسک‌پذیر جدید راه‌اندازی کند و قصد دارد که این فعالیت را در آینده انجام دهد. شکل‌دهی قصد برای انجام فعالیت کارآفرینانه اولین گام در فرآیند ایجاد یک کسب‌وکار مخاطره‌آمیز است (Lakovleva et al. 2011).

بر اساس پژوهش‌ها و مطالعات مختلفی که انجام شده، مشخص شده است که مهارت‌ها و ویژگی‌های کارآفرینانه اکثر کارآفرینان اکتسابی است و نه وراثتی، در واقع اگرچه وراثت و یا ویژگی‌های شخصیتی بر تمایل فرد به انجام فعالیت‌های کارآفرینانه تأثیر دارند، اما قصد کارآفرینی بیشتر توسط عوامل محیطی ایجاد می‌شود و وجود یک فرهنگ کارآفرینانه در محیط زندگی افراد نقش مهمی در ایجاد و تقویت قصد کارآفرینانه دارد (یزدانی، ۱۳۹۱).

در پژوهشی، محققان (Cardon et al. 2013) برای اولین بار، مفهوم اشتیاق کارآفرینانه را معرفی کردند. آن‌ها اشتیاق کارآفرینانه را احساس شدید مثبتی می‌دانند که به صورت آگاهانه قابل دستیابی است و از طریق فعالیت در فعالیت‌های کارآفرینانه تجربه می‌شود که با شخصیت فرد کارآفرین مرتبط است. اشتیاق کارآفرینانه منبع انگیزشی قدرتمندی است که تفکرات فرد کارآفرین را در جهت فعالیت‌های کارآفرینانه تحریک می‌کند. اولین بار، اقتصاددان برجسته دانشگاه استنفورد (Paul Romer, 1986)، عنوان کرد که برخلاف نظریه اقتصادی نئوکلاسیک که در آن "سرمایه" و "نیروی کار" نقش کلیدی در تولید، بازی می‌کنند و دانش به عنوان عامل سوم، نقش مهم‌تری در اقتصادهای پیشرفته ایفا می‌نماید. پل رومر اظهار کرد که دانش، یکی از پایه‌های اساسی سرمایه است و رشد اقتصادی پایدار تنها از این راه اتفاق می‌افتد. شرکت‌های دانش‌بنیان با توجه به نیاز بازاریابی برای محصولات، ایده‌یابی و نیز تأمین و جذب سرمایه و بالا بردن ظرفیت جذب دانش در بنگاه‌های خود در پی آن هستند تا از مدل‌های کسب‌وکار جدید استفاده نمایند. پارک‌های علم و فناوری با توجه به برخورداری از پتانسیل‌های بالا برای کشف و شناسایی فرصت‌ها، شرایطی را فراهم کرده‌اند تا با ایجاد شرکت‌های مختلفی، زمینه را برای کشف و تشخیص این فرصت‌ها مهیا کنند. از آنجایی که شرکت‌ها و مؤسسه‌های دانش‌بنیان، شرکت‌ها و مؤسسه‌های خصوصی یا تعاونی‌ای هستند که به منظور هم‌افزایی علم و ثروت، توسعه اقتصاد دانش‌محور، تحقق اهداف علمی و اقتصادی (شامل گسترش و کاربرد اختراع و نوآوری) و تجاری‌سازی نتایج پژوهش و توسعه (شامل طراحی و تولید کالا و خدمات) در حوزه فناوری‌های برتر و با ارزش افزوده فراوان، به ویژه در تولید نرم‌افزارهای مربوطه، تشکیل می‌شوند (الله‌یاری‌فرد و عباسی، ۱۳۹۰)، می‌توان نتیجه گرفت که شرکت‌های دانش‌بنیان مستقر در این مراکز با تکیه بر خودباوری و خودکارآمدی افراد سازمان، در کشف فرصت‌ها پیش‌رو هستند و بررسی‌ها نشان می‌دهند که تاکنون مطالعه‌ای در رابطه با تأکید بر آموزش کارآفرینانه، قصد راه‌اندازی و اشتیاق کارآفرینانه در شرکت‌های دانش‌بنیان انجام نگرفته است و از آنجایی که در شرکت‌های دانش‌بنیان، مهارت دانش و توانایی‌های بالای افراد، نقشی اساسی را اقتصاد دانش‌محور امروزی ایفا می‌کنند، از این رو لزوم پژوهش در رابطه با آموزش کارآفرینانه مشهود است. بنابراین هدف اساسی این پژوهش، بررسی تأثیر قصد بر آموزش و اشتیاق کارآفرینی در پارک علم و فناوری کرمان خواهد بود. پارک علم و فناوری استان کرمان در سال ۱۳۸۶ در راستای برنامه‌های توسعه‌ی اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی و در چارچوب ماموریت‌های وزارت علوم، پژوهش‌ات و فناوری با هدف گسترش فعالیت‌های دانش‌بنیان و ارتقای سطح فناوری در این منطقه شکل گرفته است. وجود ظرفیت‌های منطقه‌ای فراوان در استان به ویژه اقلیم چهارفصل و منابع طبیعی سرشار آن، پتانسیل بالای صنعتی، معدنی، کشاورزی و برخورداری از منابع انسانی متخصص در سایه‌ی دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی و پژوهشی، پارک علم و فناوری استان کرمان را به عنوان اولین پارک علم و فناوری منطقه جنوب شرق کشور دارای جایگاه و اعتبار ویژه‌ای کرده است. توجه به موضوع ایجاد پارک علم و فناوری در اساسنامه دانشگاه تحصیلات تکمیلی صنعتی و فناوری پیشرفته به عنوان سازمان مؤسس ضمن تقویت جایگاه قانونی پارک، گواهِ اهتمام و نگاه توسعه‌ای و آینده‌نگر بنیانگذاران و مسئولان مجموعه می‌باشد. مرکز رشد فناوری کرمان نیز به عنوان یکی از زیرمجموعه‌های پارک

علم و فناوری استان کرمان از سال ۱۳۸۱ با رویکرد فعالیت در حوزه فناوری های جدید و هم چنین با توجه به پتانسیل علمی، صنعتی، کشاورزی و معدنی استان از واحدهای فناوری نوپا حمایت‌های مادی و معنوی به عمل می‌آورد.

به طور خلاصه، آموزش کارآفرینی نقش بسیار کلیدی در کاهش بیکاری (بهبود اشتغال)، بهبود رشد اقتصادی و نوآوری برعهده دارد و می‌توان با قصد کارآفرینی و ایجاد اشتیاق در افراد زمینه بهبود فضای کارآفرینی و توسعه اقتصادی و اجتماعی را فراهم نمود که این امر نشان از اهمیت آموزش کارآفرینی در جوامع دارد. با بررسی متغیر قصد کارآفرینی در ادبیات، مشخص شد که نقش اشتیاق کارآفرینی در رابطه بین قصد و آموزش کارآفرینی کمتر مورد بحث قرار گرفته است. همچنین نرخ بالای شکست استارت-آپ‌ها نشان از این است که آموزش کارآفرینی کمتر مورد توجه مراکز آموزشی قرار داشته است. از طرف دیگر بررسی های انجام شده در گذشته هیچکدام به بررسی ارتباط سه مولفه آموزش کارآفرینی، قصد کارآفرینانه و اشتیاق کارآفرینانه نپرداخته‌اند درحالی که با توجه به شرایط کشور و افزایش ریسک‌های ایجاد کسب و کار، وجود آموزش‌های موثر و کاربردی امری بسیار ضروری است و مساله-ای است که می‌تواند بر ایجاد و توسعه کسب و کارها و کاهش میزان شکست آنها تاثیر بسزایی داشته باشد و این بررسی می‌تواند به شکل گرفتن آموزش‌های موثرتر در این زمینه کمک کند. بر همین اساس سوال اصلی پژوهش این است که چه رابطه‌ای بین قصد کارآفرینانه و آموزش کارآفرینی با نقش تعدیلگر اشتیاق کارآفرینانه در شرکت‌های مستقر در پارک علم و فناوری کرمان وجود دارد؟

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

آموزش کارآفرینی به عنوان یک برنامه مفهومی است که افراد را قادر می‌سازد فرصت‌های منحصر به فرد را شناسایی کرده، از آنها استفاده کنند و یک سرمایه‌گذاری تجاری ایجاد کنند (Egwakhe et al. 2022). آموزش کارآفرینی امروزه مورد توجه بسیاری از سازمان‌ها و مراکز آموزش عالی قرار گرفته است. در محیط‌های به شدت رقابتی امروزی این امر می‌تواند باعث ایجاد شور و اشتیاق در میان متقاضیان و داوطلبان کارآفرینی قرار گرفته و نیت و در نهایت اقدام به رفتارهای کارآفرینانه را تقویت نماید. قصد کارآفرینانه تمایل آگاهانه و مشتاقانه یک فرد برای راه اندازی یک کسب و کار جدید است (Thompson, 2009).

قصد کارآفرینی یک سازه روانشناختی است (که معمولاً در پژوهش‌ات کارآفرینی استفاده می‌شود) که به قصد تبدیل شدن به یک فرد کارآفرین یا فرآیند عمدی برای شروع یک تجارت اشاره دارد. نیت‌ها برای توصیف پیش‌بینی خود برای درگیر شدن در یک رفتار استفاده شده است. در ادبیات روان‌شناختی، نیت بهترین پیش‌بینی‌کننده رفتار برنامه‌ریزی شده هستند، به‌ویژه زمانی که مشاهده این رفتار دشوار است. اشتیاق منبع انگیزشی قدرتمندی است که ویژگی‌های مرتبط با موافق بودن مانند جهت‌گیری اجتماعی و جمعی، اعتماد، نوع دوستی، مهربانی و فروتنی را در بر می‌گیرد (Burch et al. 2019).

مشهورترین تعریف از اشتیاق کارآفرینانه، تعریفی است که توسط کاردن و همکارانش بیان گردیده است. آنها اشتیاق کارآفرینانه را این‌گونه تعریف نمودند: احساسات مثبت شدید آگاهانه قابل دستیابی که با مشارکت در فعالیت‌های کارآفرینی مرتبط با نقش‌هایی قابل توجه و برجسته برای هویت شخصی کارآفرین تجربه می‌شود. با توجه به اهمیت فعالیت‌های کارآفرینانه در توسعه اقتصادی و اجتماعی و همچنین نقش مهمی که اشتیاق کارآفرینانه در ایجاد و توسعه مشاغل کارآفرینانه برعهده دارد، پژوهشگران شروع به بررسی عوامل شخصی، زمینه‌ای و پیامدهای مربوط به اشتیاق کارآفرینانه کرده‌اند. پیامدهای اشتیاق کارآفرینانه در مدیران می‌تواند در سطح کارکنان و سازمان دیده شود. اشتیاق کارآفرینانه می‌تواند خلاقیت را پرورش داده و الگوهای اطلاعاتی لازم را برای کشف و بهره‌برداری از فرصت‌های محتمل تشخیص دهد. همچنین با توانایی مدیران در افزایش سرمایه و استخدام و انگیزش کارمندان کلیدی ارتباط دارد. تحقیقات کیفی و کمی نیز وجود دارد که به پیش‌بینندهای اشتیاق کارآفرینانه مرتبط با فرد و زمینه در ارتباط است (قاسمی حسین آبادی و همکاران، ۱۴۰۱).

علیرغم مزایای آموزش کارآفرینی، بسیاری از افراد فاقد دانش کارآفرینی به راه‌اندازی شرکت‌های جدید ادامه می‌دهند (Lyons, E. & Zhang, 2018). علاوه بر این، پژوهش‌ات علمی که بررسی می‌کنند چرا دسته‌های خاصی از افراد با قصد راه‌اندازی بالا به دنبال آموزش‌های کارآفرینی هستند و دیگران با همان تمایل از آموزش‌های کارآفرینی صرف نظر می‌کنند، بسیار کم است (Nabi

(et al. 2011). کمبود پژوهش در این زمینه مشکل ساز است و مانع برداشتن گام‌های لازم توسط محققان و مربیان برای متقاعد کردن افراد علاقه‌مند به کارآفرینی برای به دست آوردن دانش کارآفرینی مورد نیازشان می‌شود. پس از اینکه اهمیت آموزش کارآفرینی روشن شد و همچنین مواردی همچون کارآفرین و خصوصیات کارآفرین مورد بررسی قرار گرفتند، بسیاری از کشورها، فعالیت‌های خود را برای توسعه کارآفرینی در مراکز آموزشی شروع کردند و آموزش کارآفرینی به موضوعی با اهمیت تبدیل شد. برای بسیاری از نویسندگان، کارآفرینی مانند عبور از دل طوفان است، زیرا تبدیل کردن یک ایده به محصول بسیار دشوار است. محققین به این سوال پرداخته‌اند که چرا برخی توان روحی و روانی و انگیزشی برای عبور از این طوفان را داشته‌اند و برخی نتوانسته‌اند از این طوفان عبور کنند؟ در پاسخ به این سوال به مفهومی به نام اشتیاق کارآفرینانه رسیده‌اند. اشتیاق کارآفرینانه احساسات شدید مثبت فرد کارآفرین است که به صورت آگاهانه به دست می‌آید. اشتیاق باعث می‌شود که فرد کارآفرین در فرآیند پیچیده کارآفرینی محکم و استوار بماند (Cardon et al. 2013). اشتیاق کارآفرینانه می‌تواند پایداری را افزایش دهد؛ به لحاظ تجربی بین پایداری، اشتیاق کارآفرینانه و خودکارآمدی رابطه وجود دارد (Li et al. 2020).

در جدول ۱، خلاصه‌ای از پیشینه پژوهش‌های مهم داخلی و خارجی ارائه شده است:

جدول ۱. خلاصه پیشینه پژوهش‌های داخلی و خارجی

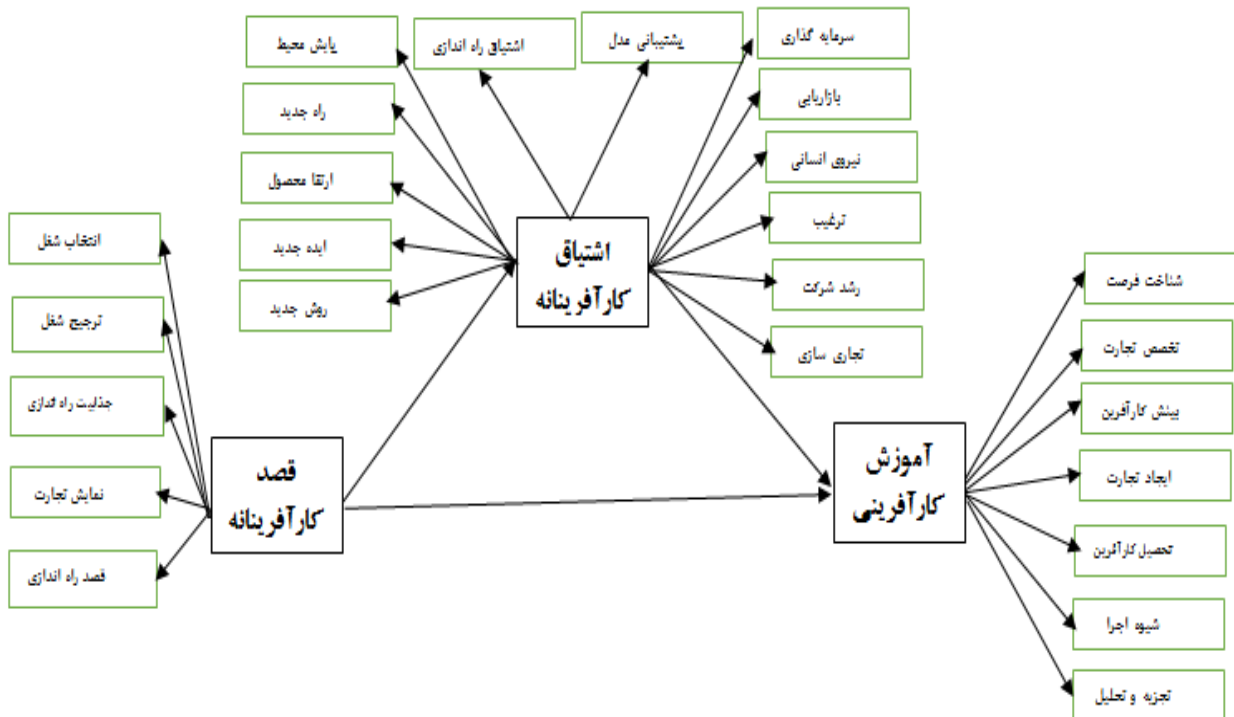
نویسنده و سال	موضوع	یافته‌ها
اجلی (۱۴۰۴)	تحلیل و ارزیابی چالش‌های تطبیق عملیات مدیریت کیفیت با صنعت ۴/۰ در صنعت لاستیک منطقه شمال غرب کشور	خروجی نشان داد که چالش کلیدی چهارم (کمبود مهارت‌ها) با بالاترین وزن در رتبه اول جای گرفته است و چالش‌های سیزدهم (امنیت سایبری و حفاظت از داده‌ها) و اول (کمبود حمایت مدیریت) در رتبه‌های دوم و سوم قرار گرفتند. همچنین چالش پانزدهم (سرعت اینترنت) با کمترین اهمیت در رتبه آخر قرار گرفت. در پایان، پیشنهادها کاربردی به صنعت ارائه شد.
اجلی (۱۴۰۳)	بررسی عوامل تأثیرگذار مدیریت منابع انسانی سبز بر شیوه‌های مدیریت زنجیره تأمین سبز و عملکرد پایدار شهری	خروجی آزمون حاکی از تأثیر مثبت: "عملیات مدیریت منابع انسانی سبز بر شیوه‌های مدیریت زنجیره تأمین سبز (داخلی و خارجی) و عملکرد پایداری" و "شیوه‌های مدیریت زنجیره تأمین سبز داخلی و خارجی بر عملکرد پایداری" است. سپس، با استفاده از تکنیک "تحلیل نسبت ارزیابی وزن‌دهی ترجیحی با عنوان سوارا" و نظرات خبرگان، سه سازه اصلی پژوهش مورد ارزیابی قرار گرفتند و اولویت‌بندی آنها تعیین شد. نتیجه نشان داد که سازه اول (شیوه‌های مدیریت منابع انسانی سبز) در رتبه اول از لحاظ تأثیرگذاری بر عملکرد پایدار شهری قرار گرفت لذا شیوه‌های آن (توسعه و آموزش، توانمندسازی، پاداش، مدیریت عملکرد، استخدام) طی پرسشنامه‌ای در اختیار مجدد خبرگان و متخصصان قرار گرفت و ارزیابی نهایی آنها صورت گرفت. تحلیل نهایی نشان داد که شیوه دوم (توانمندسازی نیروی انسانی) با بالاترین وزن در اولویت اول بهبود وضعیت عملکرد پایدار شهری قرار دارد.
پژوهان و تیربند (۱۴۰۳)	واکاو تأثیرپذیری قصد کارآفرینانه از محیط یادگیری در دروس کارآفرینی با توجه به نقش میانجی نگرش دانشجویان به کسب و کار	نتایج نشان داد که نگرش دانشجویان به کسب و کار سبب ارتقاء قصد کارآفرینانه آنها شده است. یافته‌ها نشان داد که محیط یادگیری به صورت غیرمستقیم و از طریق تقویت متغیر «نگرش دانشجویان نسبت به کسب و کار» تأثیر معناداری بر قصد کارآفرینانه دارد. با توجه به یافته‌های پژوهش، آموزش کارآفرینی و فراهم نمودن محیط یادگیری دروس کارآفرینی و کسب دانش راه‌اندازی کسب و کار می‌تواند زمینه را برای توسعه توانمندی‌های کارآفرینانه فراهم نموده و با تأثیر مثبتی که بر نگرش کارآفرینانه دانشجویان می‌گذارد، قصد کارآفرینی را در آنها تقویت می‌نماید.
اجلی و علیزادگان (۱۴۰۳)	بررسی تاثیر سرمایه فکری بر عملکرد سازمانی و عملیات مدیریت دانش در فرمانداری شهرستان همدان	نتایج نهایی آزمون فرضیات نشان داد که سرمایه فکری بر عملکرد سازمانی کارکنان فرمانداری شهرستان همدان تأثیر معناداری ندارد و سرمایه فکری بر عملیات مدیریت دانش کارکنان فرمانداری شهرستان همدان تأثیر معناداری دارد. عملیات مدیریت دانش بر عملکرد سازمانی کارکنان فرمانداری شهرستان همدان تأثیر معناداری دارد.
اجلی (۱۴۰۳)	بررسی تأثیر ابعاد کلیدی انقلاب صنعتی چهارم	نتیجه حاکی از آن است که "هوش مصنوعی" با بیشترین وزن در رتبه اول،

و ابعاد "فناوری بلاکچین" و "اینترنت اشیا" در رتبه‌های دوم و سوم قرار گرفتند. همچنین بعد "رباتیک" با کمترین وزن در اولویت ششم اهمیت جای گرفت.	بر پایداری محیط‌زیستی و اجتماعی شهری در صنعت روی شهر زنجان
یافته‌ها نشان داده است که برخلاف پیش‌بینی نظریه‌های نامبرده، اشتیاق کارآفرینی نیز تأثیر مستقیم و مثبتی بر قصد کارآفرینی نشان داد؛ همچنین اشتیاق کارآفرینی میانجی جزئی رابطه بین نگرش فردی و قصد کارآفرینی در هر دو کشور به شمار می‌رود؛ اما اشتیاق رابطه بین هنجارهای ذهنی و قصد کارآفرینی را در ایران به صورت کامل و در انگلستان به صورت جزئی میانجی‌گری می‌نماید؛	دروچی و تصویری (۱۴۰۲) بررسی عوامل موثر بر قصد کارآفرینی در ایران و انگلستان با بررسی نقش میانجی‌گری اشتیاق
یافته‌ها حاکی از آن است که مدیریت راهبردی منابع انسانی بر عملکرد نوآوری از طریق نقش میانجی قابلیت نوآوری؛ مدیریت راهبردی منابع انسانی بر قابلیت نوآوری؛ مدیریت راهبردی منابع انسانی بر عملکرد نوآوری، و قابلیت نوآوری بر عملکرد نوآوری تأثیر مثبت و معناداری دارد. در نهایت پیشنهاد شد مدیریت منابع انسانی در سیاست‌گذاری‌ها و اقدامات خود، جانب احتیاط را کنار گذاشته و انجام ابتکارات متهورانه نظیر جذب مبتنی بر شایستگی، جبران خدمات نوآورانه و تشویق، مدیریت عملکرد نتیجه محور و توانمندسازی سرمایه‌های انسانی را سرلوحه‌ی کار خود قرار دهد به نحوی که زمینه برای خلاقیت و نوآوری فراهم شود و به برنامه‌های توسعه قابلیت‌های نوآوری به منظور توسعه خدمات نوین و ارائه برنامه‌هایی به منظور ایجاد دانش جدید بر اساس دانش موجود توجه نمایند.	اجلی و همکاران (۱۴۰۱) بررسی تأثیر مدیریت استراتژیک منابع انسانی با قابلیت نوآوری بر عملکرد نوآوری
یافته‌ها نقش میانجی سازه‌های خودکارآمدی، هوشیاری و اشتیاق کارآفرینی در تأثیر اکوسیستم کارآفرینی بر قصد کارآفرینی را تایید کرد. همچنین نقش میانجی اشتیاق و هوشیاری کارآفرینی در رابطه بین اکوسیستم و خودکارآمدی کارآفرینی تایید شد. در نهایت خودکارآمدی کارآفرینی به طور معنی‌داری روابط بین اشتیاق و هوشیاری کارآفرینی بر قصد کارآفرینی را میانجی‌گری می‌نماید.	نداف و همکاران (۱۴۰۱) مدل‌سازی تأثیر اکوسیستم کارآفرینی بر قصد کارآفرینی: نقش میانجی خودکارآمدی، اشتیاق و هوشیاری کارآفرینی
نتایج آزمون تحلیل عاملی تاییدی و سنجش بارهای عاملی نشان داد که متغیر مدیریت استراتژیک منابع انسانی به میزان ۷۴٪ از تغییرات عملکرد سازمانی، مدیریت استراتژیک منابع انسانی به میزان ۶۷٪ از تغییرات قابلیت مدیریتی، مدیریت استراتژیک منابع انسانی به میزان ۵۷٪ از تغییرات محوریت کارآفرینانه را تبیین می‌کند؛ لذا مدیریت استراتژیک منابع انسانی به طور مستقیم تأثیر بیشتری بر عملکرد سازمانی (نسبت به متغیرهای قابلیت مدیریتی و محوریت کارآفرینانه) دارد. همچنین قابلیت مدیریتی به میزان ۵۸٪ از تغییرات عملکرد سازمانی و محوریت کارآفرینانه به میزان ۴۸٪ از تغییرات عملکرد سازمانی را تبیین می‌کند. نهایتاً عملکرد سازمانی به میزان ۶۳٪ ناشی از تغییرات عملکرد مالی و ۵۲٪ ناشی از تغییرات عملکرد کارکنان است. به عبارتی عملکرد مالی تأثیر بیشتری بر عملکرد سازمانی دارد. همچنین با آزمون ضرایب معناداری و مقادیر t مشخص شد که ضریب مربوط به تمامی مسیرها از جمله مسیرهای مدیریت استراتژیک منابع انسانی به قابلیت مدیریتی (۵/۴۶۹)، مدیریت استراتژیک منابع انسانی به محوریت کارآفرینانه (۴/۷۴۸)، مدیریت استراتژیک منابع انسانی به عملکرد سازمانی (۷/۳۸۷)، قابلیت مدیریتی به عملکرد سازمانی (۵/۲۹۴) و محوریت کارآفرینانه به عملکرد سازمانی (۶/۳۷۴)، از ۱/۹۶ بیشتر است که معنادار بودن این مسیرها و مناسب بودن مدل ساختاری را نشان می‌دهد. لذا تمامی فرضیه‌های پژوهش نیز تایید می‌شوند.	اجلی و همتی (۱۴۰۱) بررسی تأثیر مدیریت استراتژیک منابع انسانی بر عملکرد سازمانی با نقش میانجی قابلیت مدیریتی و محوریت کارآفرینانه
نتایج نشان داد هر سه نوع اشتیاق بر موفقیت کارآفرینان مؤثر است و مؤلفه «اشتیاق تأسیسی» بیشترین میزان تأثیر را بر موفقیت تعاونی کشاورزی داشته است.	صمدی و همکاران (۱۴۰۱) تأثیر اشتیاق کارآفرینانه مدیران بر موفقیت تعاونی‌های کشاورزی استان همدان

قنبری و رحمتی (۱۴۰۱)	تأثیر آموزش کارآفرینی مبتنی بر عمل بر رفتار کارآفرینانه با توجه به نقش میانجی قصد کارآفرینی و جهت‌گیری کارآفرینانه	نتایج نشان داد که از میان مؤلفه‌های موجود جهت‌گیری کارآفرینانه نه تنها بر رفتار کارآفرینانه تأثیر مثبت و مستقیم دارد بلکه رابطه میان آموزش کارآفرینانه بر رفتار کارآفرینانه را نیز میانجی‌گری می‌کند. در صورتی که قصد کارآفرینی این تأثیر را بر رفتار کارآفرینانه ندارد و به دنبال آن رابطه میان آموزش کارآفرینانه بر رفتار کارآفرینانه را نیز میانجی‌گری نمی‌کند.
مردانشاهی (۱۳۹۶)	تأثیر نگرش به کسب و کار بر گرایش به رفتار کارآفرینانه در دانشجویان رشته‌های کشاورزی (مطالعه موردی: دانشجویان جدیدالورود دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری)	نتایج نشان داد که رابطه معنی‌داری بین نگرش به کسب و کار و گرایش به رفتار کارآفرینانه وجود دارد.
رضائی و همکاران (۱۳۹۵)	تأثیر گرایش به یادگیری و اشتیاق به کار بر قصد کارآفرینانه دانشجویان کارشناسی ارشد رشته‌های کشاورزی دانشگاه زنجان	نتایج نشان داد که قصد کارآفرینانه بیشتر دانشجویان مورد بررسی در حد پایین و متوسط بود و دو متغیر گرایش به یادگیری و اشتیاق به کار تأثیر مثبت و معنی‌داری بر قصد کارآفرینانه دانشجویان داشته است.
کریمی و همکاران (۱۳۹۵)	تأثیر آموزش کارآفرینی و سودمندی آن بر قصد کارآفرینانه‌ی دانشجویان کشاورزی دانشگاه‌های غرب کشور	نتایج تأثیر آموزش کارآفرینی بر عامل‌های انگیزشی (نگرش، کنترل رفتاری درک شده و هنجارهای ذهنی) و قصد کارآفرینانه دانشجویان مثبت و معنادار بود. نتایج نشان داد در بخش سودمندی‌های برنامه (یادگیری، الهام‌بخش بودن و منابع رشد) تنها یادگیری با تغییر نگرش و قصد کارآفرینانه رابطه مثبت و معناداری داشت.
صفا و منگلی (۱۳۹۴)	تأثیر خودکارآمدی کارآفرینانه بر قصد کارآفرینانه‌ی دانشجویان کشاورزی دانشگاه زنجان	نتایج نشان می‌دهد که قصد کارآفرینانه و خودکارآمدی کارآفرینانه بیشتر دانشجویان مورد بررسی در حد متوسط به پایین بود و خودکارآمدی کارآفرینانه تأثیر مثبت و معنی‌داری بر متغیر وابسته قصد کارآفرینانه دارد.
باقرصاد و همکاران (۱۳۹۲)	تأثیر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی دانشجویان رشته‌های فنی و حرفه‌ای	نتایج پژوهش نشان داد که آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی و درک امکان‌پذیری دانشجویان رشته‌های فنی و حرفه‌ای تأثیرگذار است. همچنین تأثیرگذاری آموزش بر نگرش‌های فردی، هنجارهای اجتماعی و دانش کارآفرینی دانشجویان مورد تأیید قرار نگرفت.
آیینی (۱۳۹۰)	عوامل تعیین کننده قصد کارآفرینانه دانشجویان دختر رشته مدیریت دولتی، صنعتی و بازرگانی دانشگاه علامه طباطبائی	نتایج نشان می‌دهد که از میان عوامل شناسایی شده، نگرش نسبت به رفتار بیشترین تأثیر را بر قصد کارآفرینی دانشجویان دارد. همچنین اختلاف معناداری نیز در میانگین قصد کارآفرینی با توجه به رشته و مقطع تحصیلی دانشجویان، مشاهده شده است.
Wang et al.) (2023)	تأثیر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی: میانجیگری خودکارآمدی کارآفرینانه و مدل تعدیل‌کننده سرمایه روان‌شناختی	نتایج نشان داد که: آموزش کارآفرینی تأثیر مثبت قابل توجهی بر نیت کارآفرینی دارد. همچنین خودکارآمدی کارآفرینی نقش میانجی کاملی دارد و سرمایه روان‌شناختی بالاتر می‌تواند به طور مثبت تأثیر خودکارآمدی کارآفرینانه را بر قصد کارآفرینی تنظیم کند.
Egwakhe et al.) (2022)	آموزش کارآفرینی و عملکرد راه اندازی کسب و کار: آیا ویژگی‌های شخصی یک کاتالیزور رشد است؟	نتایج نشان داد از آنجایی که مشاغل یقه سفید همیشه محدود خواهند بود در حالی که تعداد فارغ التحصیلان سالانه همچنان در حال افزایش است، نیاز به معرفی استراتژیک، حفظ و تشویق برنامه‌های راه اندازی کسب و کار از طریق آموزش کارآفرینی با القای ویژگی‌های شخصی وجود دارد.
Bhatt et al.) (2022)	چگونه ویژگی‌های شخصی رابطه بین قصد راه-اندازی و آموزش کارآفرینی را تعدیل می‌کند	نتایج نشان می‌دهد که برون‌گرایی، گشودگی به تجربه، توافق‌پذیری، اثربخشی کارآفرینی درک شده و تمایل به ریسک، شانس افرادی را که قصد راه‌اندازی بالایی دارند، را افزایش می‌دهد، در حالی که نگاه کردن به آموزش به عنوان ابزار این رابطه را افزایش می‌دهد.
Shah et al.) (2020)	نقش تعدیل کننده آموزش کارآفرینی در شکل گیری قصد کارآفرینی	نتایج نشان داد که نگرش نسبت به کارآفرینی، هنجارهای ذهنی و خودکارآمدی پیش‌بینی‌کننده‌های معنادار قصد کارآفرینی هستند، اما آموزش کارآفرینی با تقویت ضرایب مسیر نگرش به کارآفرینی و خودکارآمدی این رابطه را تعدیل می‌کند.
Weerasinghe,) (2020)	آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرینی در بین دانش آموزان سطح عادی در منطقه آموزشی کلانیا در سریلانکا	نتایج نشان داد بین ابعاد آموزش کارآفرینی مانند دانستن چستی، دانش چرایی، دانستن چه کسی و قصد کارآفرینی رابطه مثبت وجود دارد که با یافته‌های چندین پژوهش قبلی همسو است.
Ghamkhari,)	تأثیر نگرش دانشجویان به آموزش کارآفرینی با	نتایج نشان داد که هر یک از مؤلفه‌های نگرش (عاطفی، رفتاری و شناختی) و

محیط کارآفرینی تأثیر معناداری بر قصد کارآفرینی دارند. نتایج همچنین تأثیر گروه‌های کنترل (جنسیت و سابقه خانوادگی کارآفرین) را بر رابطه بین نگرش و قصد کارآفرینی تأیید کرد.	توجه به نقش تعدیل‌کننده جنسیت و پیشینه خانواده	(2020)
یافته‌ها نشان داد که کیفیت آموزش کارآفرینی به طور مثبت بر قصد کارآفرینی تأثیر می‌گذارد، و خودکارآمدی کارآفرینی نقش واسطه ایفا می‌کند. رابطه بین کیفیت آموزش کارآفرینی و خودکارآمدی کارآفرینی تحت تأثیر تعدیل‌گرایی کارآفرینی قرار می‌گیرد، هر چه سطح گرایش کارآفرینی قوی‌تر باشد، رابطه مثبت بین کیفیت آموزش کارآفرینی و خودکارآمدی کارآفرینی قوی‌تر است و هر چه سطح جهت‌گیری کارآفرینی قوی‌تر باشد، اثر میانجی بین خودکارآمدی کارآفرینانه و قصد کارآفرینی قوی‌تر است.	پژوهش در مورد مکانیسم کیفیت آموزش کارآفرینی، خودکارآمدی کارآفرینانه و قصد کارآفرینی در علوم اجتماعی، علوم مهندسی و تجربی	Jiang et al. (2017)
نتایج نشان داد مطلوبیت درک شده به طور قابل‌توجهی بر قصد کارآفرینی تأثیر می‌گذارد در حالی که هیچ تأثیر قابل‌توجهی از امکان‌سنجی درک‌شده وجود ندارد. تأثیر منفی قابل‌توجهی از قرار گرفتن در معرض و تأثیر مثبت قابل‌توجهی از آموزش کارآفرینی وجود دارد. مردان و افرادی که از دانشگاه‌های فناوری و/یا سوابق تحصیلی خوبی دارند قصد کارآفرینی بالاتری نسبت به زنان و افراد سایر دانشگاه‌ها و پیشینه‌ها دارند. همچنین اثرات تعاملی مثبت معناداری بر اساس جنسیت، نوع دانشگاه و رشته تحصیلی بر رابطه بین آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرینی وجود دارد.	نقش آموزش کارآفرینی به عنوان پیش‌بینی‌کننده قصد کارآفرینی دانشجویان	Zhang et al. (2014)
همبستگی معنادار اما کوچک بین آموزش کارآفرینی و مقاصد کارآفرینی پیدا شد. این همبستگی نیز بیشتر از آموزش کسب و کار و مقاصد کارآفرینی است. اما پس از کنترل مقاصد کارآفرینی قبل از آموزش، رابطه بین آموزش کارآفرینی و مقاصد کارآفرینی پس از تحصیل معنادار نبود.	رابطه بین آموزش کارآفرینی و مقاصد کارآفرینی: مروری فرا تحلیلی	(Bae et al. 2014)

مرور آثار قبلی و تجزیه و تحلیل روش‌ها و یافته‌های آنها نشان داد که تعداد زیادی از این پژوهش‌ها همچون این پژوهش از پرسشنامه استفاده کرده‌اند و هیچ مدل محاسباتی ارائه نکرده‌اند. همچنین در بسیاری از این پژوهش‌ها تنها به بررسی رابطه دویه دوی این متغیرها پرداخته شده است، بنابراین آنچه این مطالعه را منحصر به فرد می‌کند، پیش‌بینی همه کاستی‌های ادبیات فعلی است، که باعث می‌شود تمام راه‌های ممکن برای پیشرفت در زمینه رابطه بین قصد کارآفرینانه، اشتیاق کارآفرینانه و آموزش کارآفرینی مورد توجه قرار گیرد. براین اساس، بررسی پژوهش‌ها پیشین نشان می‌دهد در این پژوهش‌ها رابطه بین دو متغیر از سه متغیر این مطالعه، بطور کلی و با شاخص‌های کلی مورد ارزیابی قرار گرفته است. همچنین در این پژوهش‌ها وضعیت واسطه متغیر اشتیاق کارآفرینانه یا نادیده گرفته شده یا تنها با برخی از شاخص‌ها مورد ارزیابی قرار گرفته است و سایر جوانب در این پژوهش‌ها مغفول مانده است. اما در این پژوهش بطور همزمان هم رابطه هر سه متغیر مورد بررسی قرار گرفته است و هم نقش تعدیلگری اشتیاق کارآفرینانه در رابطه بین قصد کارآفرینانه و آموزش کارآفرینی بررسی شده است. از طرف دیگر نمونه موردبررسی در این پژوهش نیز جزو محدود پژوهش‌اتی است که شرکت‌های مستقر در پارک علم و فناوری را مورد مطالعه قرار داده است. براساس مباحث مطرح شده، مدل مفهومی پژوهش در شکل ۱ نشان داده شده است:



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

بر این اساس، فرضیه‌های پژوهش به صورت زیر مطرح می‌شوند:

- قصد کارآفرینی بر اشتیاق کارآفرینانه در شرکت‌های مستقر در پارک علم و فناوری استان کرمان تأثیر مثبت دارد.
 - قصد کارآفرینی بر آموزش کارآفرینی در شرکت‌های مستقر در پارک علم و فناوری استان کرمان تأثیر مثبت دارد.
 - اشتیاق کارآفرینانه بر آموزش کارآفرینی در شرکت‌های مستقر در پارک علم و فناوری استان کرمان تأثیر مثبت دارد.
- مرور آثار قبلی و تجزیه و تحلیل روش‌ها و یافته‌های آنها نشان داد که تعداد زیادی از این پژوهش‌ها همچون این پژوهش از پرسشنامه استفاده کرده‌اند و هیچ مدل محاسباتی ارائه نکرده‌اند. همچنین در بسیاری از این پژوهش‌ها تنها به بررسی رابطه دوی این متغیرها پرداخته شده است، بنابراین آنچه این مطالعه را منحصر به فرد می‌کند، پیش‌بینی همه کاستی‌های ادبیات فعلی است، که باعث می‌شود تمام راه‌های ممکن برای پیشرفت در زمینه رابطه بین قصد کارآفرینانه، اشتیاق کارآفرینانه و آموزش کارآفرینی مورد توجه قرار گیرد. با توجه به تغییرات مداوم که در یک حوزه پژوهش‌اتی نشان می‌دهد. براین اساس، بررسی پژوهش‌ات پیشین نشان می‌دهد در این پژوهش‌ات رابطه بین دو متغیر از سه متغیر این مطالعه، بطور کلی و با شاخص‌های کلی مورد ارزیابی قرار گرفته است. همچنین در این پژوهش‌ات وضعیت تعدیلگری متغیر اشتیاق کارآفرینانه یا نادیده گرفته شده یا تنها با برخی از شاخص‌ها مورد ارزیابی قرار گرفته است و سایر جوانب در این پژوهش‌ات مغفول مانده است. اما در این پژوهش بطور همزمان هم رابطه هر سه متغیر مورد بررسی قرار گرفته است و هم نقش تعدیلگری اشتیاق کارآفرینانه در رابطه بین قصد کارآفرینانه و آموزش کارآفرینی بررسی شده است. از طرف دیگر نمونه در این پژوهش نیز جزو محدود پژوهش‌اتی است که شرکت‌های مستقر در پارک علم و فناوری را مورد مطالعه قرار داده است.

روش پژوهش

این پژوهش از نظر هدف از نوع کاربردی و از لحاظ گردآوری داده‌ها، توصیفی است. از روش توصیفی به منظور جمع‌آوری ادبیات و پیشینه پژوهش استفاده شده است و به منظور گردآوری اطلاعات در زمینه مبانی نظری و ادبیات پژوهش از منابع کتابخانه‌ای و

مقالات، کتب، پایان‌نامه‌ها و اینترنت استفاده شده است. برای سنجش آموزش کارآفرینی از پرسشنامه استاندارد ساپتونو^۱ و همکاران (۲۰۱۹) که در مقیاس ۵ درجه ای لیکرت طراحی شده است استفاده می‌شود. برای سنجش قصد کارآفرینانه از پرسشنامه استاندارد آنجوم^۲ و همکاران (۲۰۲۱) که در مقیاس ۵ درجه ای لیکرت طراحی شده است استفاده می‌شود. برای سنجش اشتیاق کارآفرینانه از پرسشنامه استاندارد آنجوم و همکاران (۲۰۲۱) استفاده می‌شود که بر اساس سه مولفه اشتیاق کارآفرینانه یعنی اشتیاق تاسیسی، اشتیاق توسعه‌ای و اشتیاق ابداعی در مقیاس ۵ درجه‌ای لیکرت طراحی شده است. جامعه آماری در این پژوهش، کارآفرینان شرکت‌های دانش‌بنیان زیرمجموعه پارک علم و فناوری شهر کرمان می‌باشند که اندازه آن ۱۵۰ نفر می‌باشد. برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران بر اساس رابطه زیر استفاده شد:

$$n = \frac{\frac{z^2 pq}{d^2}}{1 + \frac{1}{N} \left[\frac{z^2 pq}{d^2} - 1 \right]}$$

در این فرمول N حجم جامعه است.

آماره p درصد توزیع صفت در جامعه یعنی نسبت افرادی است که دارای صفت مورد مطالعه هستند.

آماره q نیز درصد افرادی است که فاقد صفت مورد مطالعه هستند.

اگر میزان p و q مشخص نباشد از حداکثر مقدار آنها یعنی ۰/۵ استفاده می‌شود.

در سطح خطای ۵٪ مقدار z برابر ۱/۹۶ و Z₂ برابر ۳/۸۴۱۶ است.

مقدار d نیز تفاضل نسبت واقعی صفت در جامعه با میزان تخمین پژوهشگر برای وجود آن صفت در جامعه است. دقت نمونه‌گیری به این عامل بستگی دارد و اگر بخواهید نمونه‌گیری دارای بیشترین دقت باشد از حداکثر مقدار d برابر ۰/۰۵ استفاده می‌شود. با قرار دادن اعداد در فرمول بالا تعداد نمونه ۱۰۸ نفر به دست می‌آید که در عمل ۱۰۸ پرسشنامه بین نمونه پژوهش توزیع و ۱۰۲ پرسشنامه گردآوری شد که از این تعداد به علت ناقص بودن برخی از پرسشنامه‌ها در نهایت ۹۹ پرسشنامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. پرسشنامه مورد استفاده در این پژوهش از چهار بخش تشکیل شده است:

- بخش اول این پرسشنامه، مربوط به ویژگی‌های جمعیت‌شناختی جامعه مورد مطالعه (سن، جنسیت، تحصیلات و وضعیت تاهل) بود.
- بخش دوم این پرسشنامه، مختص سوالات مربوط به اندازه‌گیری متغیر آموزش کارآفرینی با شماره ۸-۱ است.
- بخش سوم پرسشنامه، سوالات ۱۳-۹ مربوط به متغیر قصد کارآفرینانه است.
- و در بخش چهارم، سوالات مربوط به متغیر اشتیاق کارآفرینانه با شماره ۲۸-۱۴ مورد اندازه‌گیری قرار گرفت. این سوالات براساس طیف ۵ امتیازی لیکرت از ۱، کاملاً مخالفم تا ۵، کاملاً موافقم امتیازبندی شده است. ضریب آلفای کرونباخ براساس ۹۹ پرسشنامه جمع‌آوری شده حاصل می‌شود که مقادیر آن به همراه مقادیر روایی مرکب و میانگین واریانس استخراج شده و نیز ضریب آلفای کرونباخ در جدول ۲ ارائه شده است:

جدول ۲. شاخص‌های پایایی و روایی ابزار اندازه‌گیری

متغیر	تعداد گویه‌ها	ضریب آلفای کرونباخ	پایایی مرکب (CR) ^۲	میانگین واریانس استخراجی (AVE) ^۴
اشتیاق کارآفرینانه	۱۵	۰/۹۰۲	۰/۹۲۵	۰/۴۴
قصد کارآفرینانه	۵	۰/۹۲۵	۰/۹۳۸	۰/۷۶۹
آموزش کارآفرینی	۸	۰/۸۷۸	۰/۹۲۶	۰/۵۵۱

^۱ Saptono

^۲ Anjum

^۳ Composite Reliability

^۴ Average Variance Extracted

مقادیر روایی مرکب برای همه متغیرهای پژوهش بالاتر از ۰/۹۰ است، این مقادیر نشان می‌دهد پرسشنامه پژوهش از روایی بسیار مناسبی برخوردار است. مقادیر بالای ۰/۵۰ میانگین (داوری و رضازاده، ۱۳۹۳) واریانس استخراج شده نیز نشان می‌دهد که ابزار اندازه‌گیری به خوبی توانسته متغیرهای مربوطه را تبیین نماید. از طرف دیگر مقادیر بالای ۰/۸۰ ضریب آلفای کرونباخ متغیرهای پژوهش نیز نشان می‌دهد که پرسشنامه پژوهش از پایایی بسیار خوبی برخوردار است. در این پژوهش به منظور بررسی متغیرهای جمعیت شناختی شامل جنسیت، سن، وضعیت تاهل و تحصیلات از شاخص‌های فراوانی و درصد فراوانی استفاده شد. به منظور انجام تحلیل‌های توصیفی، از نرم‌افزار SPSS نسخه ۱۸ استفاده می‌شود. همچنین برای بررسی وضعیت فرضیه‌های پژوهش از رویکرد تحلیل عاملی تأییدی با استفاده از نرم‌افزار SmartPLS نسخه ۴ استفاده شد.

یافته‌ها

در جدول ۳، خلاصه‌ای از آمار توصیفی (جنسیت، سن، تاهل، تحصیلات) پاسخ‌دهندگان به سوالات ارائه شده است:

جدول ۳. آمار توصیفی پاسخ‌دهندگان

جنسیت		
جنسیت	فراوانی	درصد
مذکر	۶۸	۶۸/۶۹
مونث	۳۱	۳۱/۳۱
جمع	۹۹	۱۰۰
سن پاسخ‌دهندگان		
سن	فراوانی	درصد
کمتر از ۲۵ سال	۱۰	۱۰/۱
۲۵-۳۰ سال	۱۵	۱۵/۱۵
۳۰-۳۵ سال	۲۵	۲۵/۲۵
۳۵-۴۰ سال	۲۰	۲۰/۲۰
۴۰ سال و بیشتر	۲۹	۲۹/۳۰
جمع	۹۹	۱۰۰
وضعیت تاهل پاسخ‌دهندگان		
وضعیت تاهل	فراوانی	درصد
مجرد	۲۷	۲۷/۲۷
متاهل	۷۲	۷۲/۷۳
جمع	۹۹	۱۰۰
سطح تحصیلات پاسخ‌دهندگان		
سطح تحصیلات	فراوانی	درصد
لیسانس	۵۳	۵۳/۵۴
فوق لیسانس	۳۷	۳۷/۳۷
دکتری	۹	۹/۰۹
جمع	۹۹	۱۰۰

همچنین بررسی و تحلیل میزان پاسخگویی پاسخ‌دهندگان به متغیرهای پژوهش نشان می‌دهد که ۸۷ نفر از پاسخ‌دهندگان به سوالات آموزش کارآفرینی، ۹۵ نفر به سوالات قصد کارآفرینی و ۸۵ نفر نیز به سوالات اشتیاق کارآفرینی پاسخ داده‌اند. میانگین و انحراف معیار اشتیاق کارآفرینی به ترتیب ۵۰/۶۸ و ۱۱/۶۹ و بیشتر از سایر متغیرهاست. میانگین و انحراف معیار آموزش کارآفرینی به ترتیب ۲۷/۳۲ و ۷/۳۶ و در رتبه دوم قرار دارد. همچنین میانگین و انحراف معیار قصد کارآفرینی به ترتیب ۱۶/۲۹ و ۵/۹۳ و در رتبه پایین‌تر از سایر متغیرها قرار دارد.

ارزیابی مدل اندازه‌گیری پژوهش

در این بخش از پژوهش بطور خاص تحلیل عاملی تاییدی متغیرهای پژوهش بیان گردیده است و نتایج به دست آمده از این تحلیل بیان گردیده است. تحلیل عاملی تاییدی هماهنگی داده‌ها را با ساختار عاملی مشخص مورد ارزیابی قرار می‌دهد. براین اساس تحلیل عاملی تاییدی توانایی سوالاتی که معرف سازه یا متغیر مکنون برگزیده است را مورد بررسی قرار می‌دهد. به همین دلیل، تحلیل عاملی تاییدی شکل توسعه یافته تحلیل عاملی معمولی است. تحلیل عاملی تاییدی نوعی از مدلسازی معادلات ساختاری محسوب می‌شود که در آن آزمون فرضیه‌های خاص پیرامون ساختار بارهای عاملی انجام شده است. بنابراین شدت رابطه بین متغیر پنهان و متغیر آشکار توسط بار عاملی بیان می‌شود. بار عاملی مقداری بین ۰ و ۱ دارد. هرگاه بار عاملی کمتر از ۰/۳۰ باشد، رابطه مورد نظر ضعیف و از آن رابطه صرف‌نظر می‌شود. اما هرگاه مقدار بار عاملی بزرگ‌تر از ۰/۵۰ باشد (داوری و رضازاده، ۱۳۹۳)، بسیار مطلوب است. مقادیر مربوط به بارهای عاملی و مقادیر T مربوط به سوالات پژوهش در جدول ۴ ارائه گردیده است:

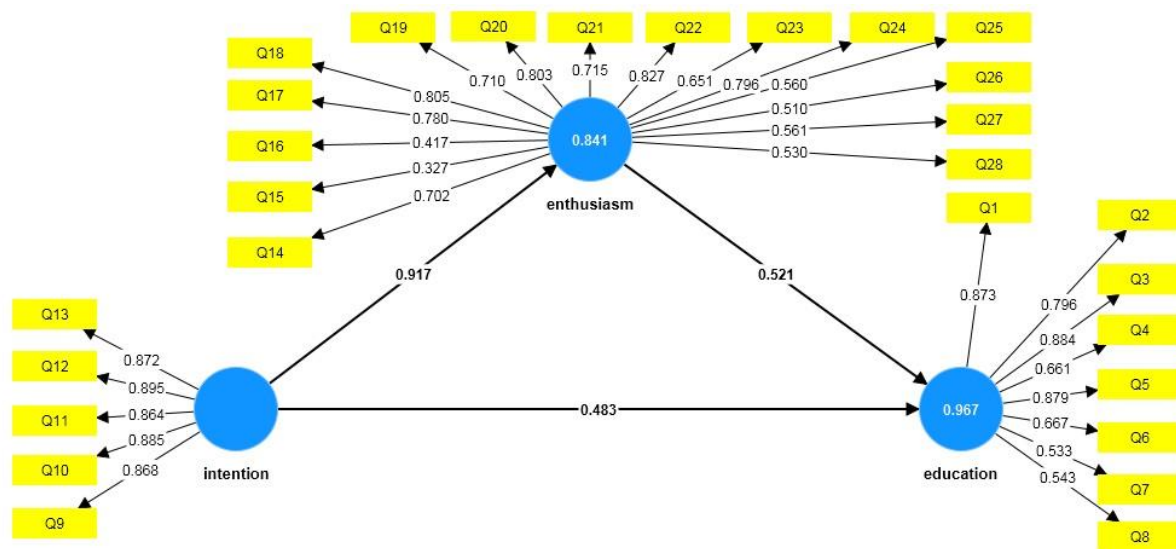
جدول ۴. بارهای عاملی مربوط به سوالات پژوهش

متغیر	گویه	کد گویه	بار عاملی	T
اشتقاق	درک روش‌های جدید برای حل و فصل الزامات بازار بکر، که می‌تواند محقق شود، هیجان‌انگیز است.	Q14	۰/۷۰۲	۱۰/۰۱۸
	من به دنبال ایده‌های تازه برای محصولات/خدمات هستم تا آنها را پیشنهاد کنم و آنها را واقعی کنم.	Q15	۰/۳۲۷	۲/۹۳۴
کارآفرینانه	من انگیزه دارم محصولات/خدمات موجود را ارتقا دهم.	Q16	۰/۴۱۷	۴/۱۶۵
	ارائه راه‌حل‌های جدید و بهبود یافته برای مشکلات، بخش مهمی از شخصیت من است.	Q17	۰/۷۸۰	۱۴/۵۱۹
	بررسی محیط کار برای یافتن فرصت‌های تازه به من انگیزه می‌دهد.	Q18	۰/۸۰۵	۱۷/۳۵۱
	راه‌اندازی یک شرکت جدید به من احساس اشتیاق می‌دهد.	Q19	۰/۷۱۰	۱۰/۹۶۱
	داشتن کسب و کار شخصی به من انرژی می‌دهد.	Q20	۰/۸۰۳	۱۸/۳۲۷
	ارائه پشتیبانی از یک مدل کسب و کار جدید در طول موفقیت‌های نوظهور آن، شگفت‌انگیز است.	Q21	۰/۷۱۵	۱۲/۷۰۷
	پیشگام بودن در یک سرمایه‌گذاری یک عنصر اساسی از شخصیت من است.	Q22	۰/۸۲۷	۲۳/۹۵۴
	من دوست دارم افراد مناسب برای بازاریابی محصول/خدمت خود را پیدا کنم.	Q23	۰/۶۵۱	۹/۵۸۰
	جمع‌آوری افراد مناسب برای کار در کسب و کار من هیجان‌انگیز است.	Q24	۰/۷۹۶	۱۷/۱۰۳
	ترغیب کارمندان و خودم برای بهتر کردن شرکت‌مان به من انگیزه می‌دهد.	Q25	۰/۵۶۰	۶/۸۷۶
	پرورش و رشد شرکت‌ها بخش مهمی از شخصیت من است.	Q26	۰/۵۱۰	۴/۹۷۲
	من واقعاً از تجاری‌سازی محصولات/خدمات جدید لذت می‌برم.	Q27	۰/۵۶۱	۵/۳۲۵
	توسعه شرکت‌مان با ارائه محصولات و خدمات جدید مرا هیجان زده می‌کند.	Q28	۰/۵۳۰	۴/۸۱۳
	من شغلی را به عنوان یک کارآفرین انتخاب خواهم کرد.	Q9	۰/۸۶۸	۲۶/۵۲۰
	من ترجیح می‌دهم کارآفرین باشم تا کارمند یک شرکت و سازمان.	Q10	۰/۸۸۵	۳۹/۸۵۱
	این ایده جذاب است که یک روز کسب و کار خود را راه‌اندازی کنید.	Q11	۰/۸۶۴	۲۷/۵۰۷
	من آزادی می‌خواهم که بتوانم تجارت خودم را به نمایش بگذارم	Q12	۰/۸۹۵	۳۱/۶۳۴
	قصد راه‌اندازی یک شرکت در آینده را دارم.	Q13	۰/۸۷۲	۲۶/۵۲۰
آموزش کارآفرینی به من امکان می‌دهد فرصت‌های تجاری فعلی را شناسایی کنم.	Q1	۰/۸۷۳	۳۵/۴۵۵	
آموزش کارآفرینی باعث می‌شود که من تخصص کسب و کار را داشته باشم.	Q2	۰/۷۹۶	۱۷/۷۰۶	
آموزش کارآفرینی به بینش من در زمینه کارآفرینی افزود.	Q3	۰/۸۸۴	۴۰/۹۰۸	
آموزش کارآفرینی به من می‌فهماند که چگونه یک کسب و کار ایجاد کنم.	Q4	۰/۶۶۱	۹/۹۷۰	
من پس از گذراندن تحصیلات کارآفرینی به کارآفرینی علاقه‌مند هستم.	Q5	۰/۸۷۹	۳۷/۹۵۷	
من می‌خواهم یک کسب و کار راه‌اندازی کنم اگر تحصیلات کارآفرینی داشته باشم.	Q6	۰/۶۶۷	۹/۵۷۸	
از طریق آموزش کارآفرینی، متوجه شدم که چگونه یک کسب و کار خوب و درست راه‌اندازی کنم.	Q7	۰/۵۳۳	۴/۹۳۱	
مراحل و تجزیه و تحلیل که در آموزش کارآفرینی آموزش داده شده است باعث شد من به کارآفرینی روی آورم.	Q8	۰/۵۴۳	۵/۳۲۳	

نتایج جدول ۵ نشان می‌دهد که همه بارهای عاملی در این جدول حداقل در سطح ۰/۳۰ قرار دارد، براساس این معیار هیچکدام از سوالات پژوهش از ادامه تحلیل حذف نمی‌شود. بنابراین می‌توان بیان نمود که سوالات پژوهش بخوبی معرف متغیر مربوطه خواهند بود.

آزمون فرضیه‌ها و برازش مدل

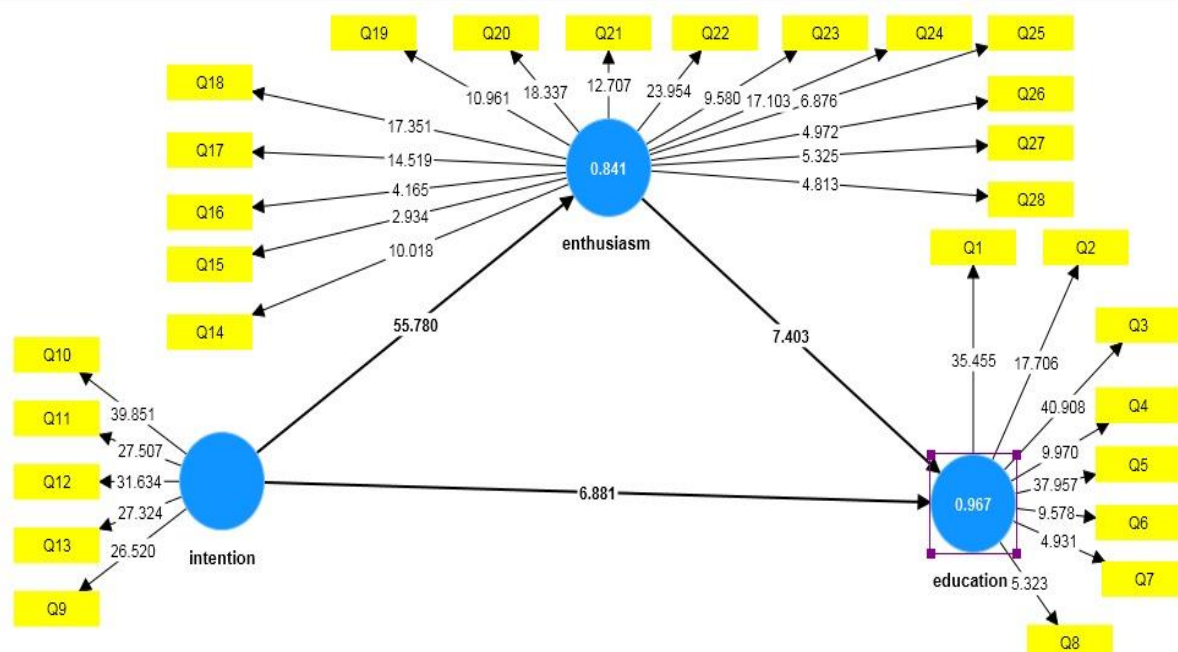
در تحلیل مدلسازی معادلات ساختاری یکی از اصلی‌ترین و در عین حال مهم‌ترین ضریب، ضریب مسیر نامیده شده است. این ضریب در واقع شدت و نوع رابطه بین دو متغیر پنهان را نشان می‌دهد. ضریب مسیر همواره مقداری بین -۱ تا +۱ دارد. اگر این مقدار برابر با صفر شود، نشان می‌دهد که رابطه خطی بین دو متغیر پنهان وجود ندارد. در مدلسازی معادلات ساختاری هرچه ضریب مسیر بین متغیرها به سمت ۱ میل نماید، همبستگی بین متغیرها در تحلیل مسیر مثبت، در مقابل هرچه ضریب مسیر بین متغیرها به سمت -۱ میل نماید، همبستگی بین متغیرها منفی و شدید است و اگر مقدار این ضریب به سمت صفر میل کند، نشان می‌دهد که میزان همبستگی بین متغیرهای پژوهش ضعیف بوده است. در مدلسازی معادلات ساختاری عدد دیگری که نشان داده می‌شود، واریانس تبیین شده یا R^2 است. مقدار R^2 نشان می‌دهد که چند درصد از تغییرات متغیر وابسته بوسیله متغیرهای مستقل آن تبیین شده است (مقدار این ضریب در دایره مربوط به متغیر وابسته ارائه شده است). نتایج آزمون ضرایب مسیر بین متغیرهای پژوهش (آموزش کارآفرینی، اشتیاق کارآفرینانه و قصد کارآفرینانه) در شکل ۲ ارائه شده است:



شکل ۲. نتایج آزمون ضرایب مسیر

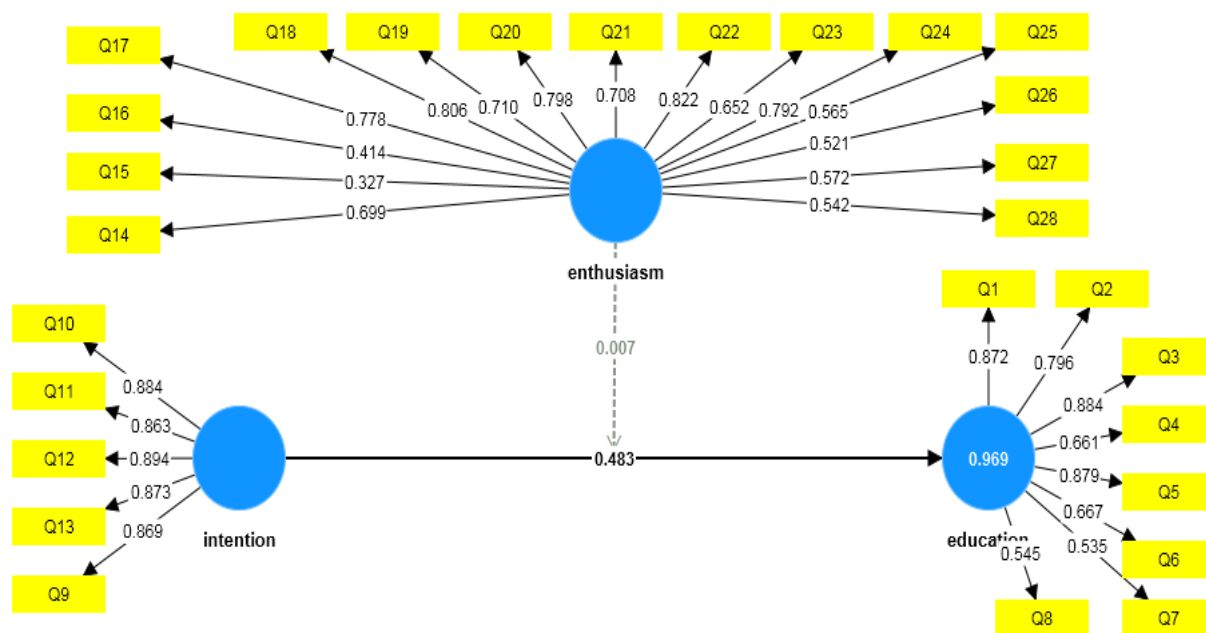
نتایج تحلیل مسیر شکل بالا مربوط به ضرایب مسیر فرضیه‌های پژوهش، نشان می‌دهد که ضریب مسیر بین متغیر قصد کارآفرینانه و اشتیاق کارآفرینانه برابر با ۰/۹۱۷ است. از اینرو رابطه مثبتی بین قصد کارآفرینانه و اشتیاق کارآفرینانه وجود دارد. نتایج شکل ۲ همچنین نشان می‌دهد که ضریب مسیر بین اشتیاق کارآفرینانه و آموزش کارآفرینی برابر با ۰/۵۲۱ است. از اینرو رابطه مثبتی بین اشتیاق کارآفرینانه و آموزش کارآفرینی وجود دارد. قصد کارآفرینانه و آموزش کارآفرینی برابر با ۰/۴۸۳ است. از اینرو رابطه مثبتی بین قصد کارآفرینانه و آموزش کارآفرینی وجود دارد. در این شکل، واریانس تبیین شده یا R^2 نیز نشان داده شده است. مقدار واریانس تبیین شده متغیر وابسته اشتیاق کارآفرینانه نشان می‌دهد که متغیر مستقل قصد کارآفرینانه توانسته ۰/۸۴۱ میزان تغییرات متغیر وابسته اشتیاق کارآفرینانه را تبیین کند. همچنین متغیرهای مستقل قصد کارآفرینانه و اشتیاق کارآفرینانه توانسته‌اند ۰/۹۶۷ تغییرات متغیر وابسته آموزش کارآفرینی را تبیین نمایند. نتایج آزمون مدل معادلات ساختاری فرضیه‌های پژوهش در حالت ضرایب معنی‌داری در شکل ۳ ارائه شده است. این شکل، ضرایب معنی‌داری بین سوالات با متغیر مربوطه و ضرایب معنی‌داری بین متغیرهای وابسته و مستقل را نشان داده است. مقدار آماره t بین سوالات پژوهش و متغیرهای متناظر بالاتر از مقدار ۱/۹۶ و معنی‌دار است. بنابراین رابطه معنی‌داری بین سوالات و متغیر مربوطه وجود دارد. همچنین مقدار آماره t بین متغیر قصد کارآفرینانه و اشتیاق کارآفرینانه برابر با ۵۵/۷۸۰ است. از اینرو رابطه معنی‌داری بین قصد کارآفرینانه و اشتیاق کارآفرینانه وجود دارد. نتایج شکل ۳ همچنین نشان می‌دهد که ضریب معنی‌داری بین اشتیاق کارآفرینانه و آموزش کارآفرینی برابر با ۷/۴۰۳ است. از اینرو رابطه معنی‌داری بین اشتیاق کارآفرینانه و آموزش کارآفرینی

وجود دارد. نتایج این نمودار همچنین نشان می‌دهد که ضریب معنی‌داری بین قصد کارآفرینانه و آموزش کارآفرینی برابر با ۶/۸۸۱ است. از اینرو رابطه معنی‌داری بین قصد کارآفرینانه و آموزش کارآفرینی وجود دارد:



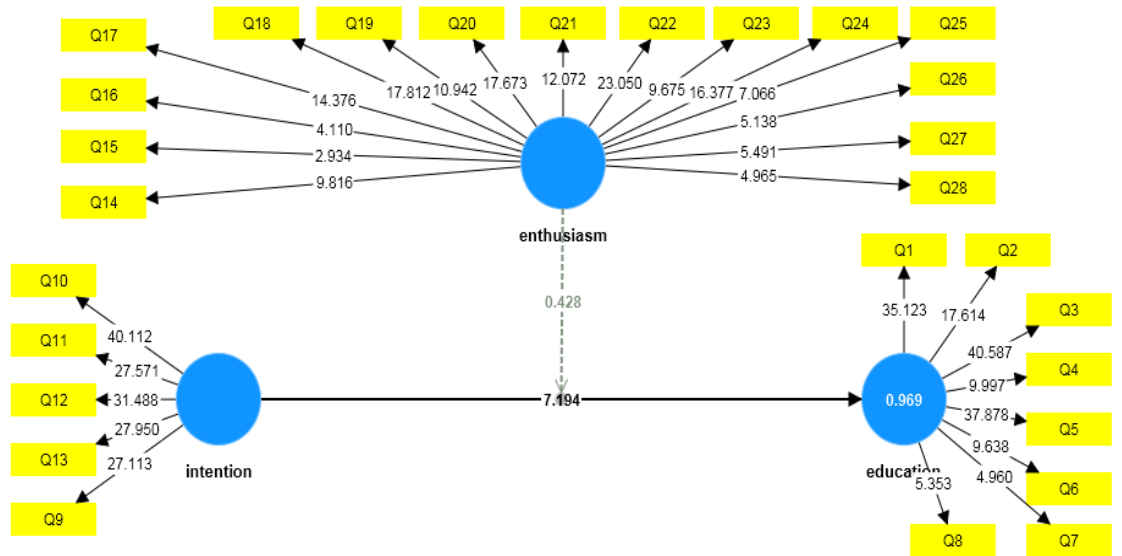
شکل ۳. مقادیر T

در شکل ۴، در قالب فرضیه اصلی پژوهش، رابطه تعدیلگری اشتیاق کارآفرینانه در رابطه بین قصد کارآفرینانه و آموزش کارآفرینی با استفاده از ضریب مسیر مورد بررسی قرار گرفته است. یافته‌های شکل ۴ نشان می‌دهد ضریب مسیر نقش تعدیلگری اشتیاق کارآفرینانه در رابطه بین قصد کارآفرینانه و آموزش کارآفرینی برابر با ۰/۰۰۷ و مثبت است.



شکل ۴. آزمون ضریب مسیر نقش تعدیلگر فرضیه اصلی پژوهش

در شکل ۵، رابطه تعدیلگری اشتیاق کارآفرینانه در رابطه بین قصد کارآفرینانه و آموزش کارآفرینی با استفاده از ضریب معناداری مورد بررسی قرار گرفته است. یافته‌های شکل ۵ نشان می‌دهد که برای آزمون فرضیه اصلی پژوهش ضریب معناداری نقش تعدیلگری اشتیاق کارآفرینانه در رابطه بین قصد کارآفرینانه و آموزش کارآفرینی برابر با $0/428$ و کمتر از مقدار استاندارد $1/96$ است. از اینرو نقش تعدیلگری اشتیاق کارآفرینانه در رابطه بین قصد کارآفرینانه و آموزش کارآفرینی مورد تایید قرار نمی‌گیرد:



شکل ۵. آزمون ضریب معناداری نقش تعدیلگر فرضیه اصلی پژوهش

در جدول ۶، نتایج خلاصه اثر مستقیم، اثر غیرمستقیم، اثر کل و آماره t بین متغیرهای پژوهش و نیز وضعیت تایید یا عدم تایید فرضیه‌های پژوهش ارائه شده است. نتایج جدول ۶ نشان می‌دهد که ضریب مسیر و معنی‌داری رابطه بین قصد کارآفرینی با اشتیاق کارآفرینانه به ترتیب برابر با $0/917$ و $55/780$ است، از این‌رو رابطه معنی‌دار و مثبتی بین قصد کارآفرینی با اشتیاق کارآفرینانه وجود دارد. براین اساس فرضیه فرعی اول پژوهش تایید شده است. نتایج نشان می‌دهد که رابطه معناداری بین قصد کارآفرینی با آموزش کارآفرینی رابطه دارد. نتایج جدول ۴ نشان می‌دهد که ضریب مسیر و معنی‌داری رابطه بین قصد کارآفرینی با آموزش کارآفرینی به ترتیب برابر با $0/521$ و $7/403$ است، از این‌رو رابطه معنی‌دار و مثبتی بین قصد کارآفرینی با آموزش کارآفرینی وجود دارد. براین اساس فرضیه فرعی دوم پژوهش تایید شده است. همچنین رابطه معناداری بین اشتیاق کارآفرینانه با آموزش کارآفرینی رابطه دارد. نتایج جدول ۵ نشان می‌دهد که ضریب مسیر و معنی‌داری رابطه بین اشتیاق کارآفرینانه با آموزش کارآفرینی به ترتیب برابر با $0/483$ و $6/881$ است، از این‌رو رابطه معنی‌دار و مثبتی بین اشتیاق کارآفرینانه با آموزش کارآفرینی وجود دارد. براین اساس فرضیه سوم پژوهش نیز تایید شده است.

جدول ۵. اثر مستقیم، غیرمستقیم و کل و آماره t بین متغیرهای پژوهش

فرضیه	فرضیه	اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم	اثر کل	آماره t	تایید یا عدم تایید
۱	قصد کارآفرینی با اشتیاق کارآفرینانه	$0/917$	--	$0/917$	$55/780$	تایید
۲	قصد کارآفرینی با آموزش کارآفرینی	$0/521$	--	$0/521$	$7/403$	تایید
۳	اشتیاق کارآفرینانه با آموزش کارآفرینی	$0/483$	--	$0/483$	$6/881$	تایید

در ادامه به محاسبه شاخص نیکویی برازش (GOF) پرداخته شد. این شاخص با استفاده از مجذور ضرب دو مقدار متوسط مقادیر اشتراک و متوسط واریانس تبیین شده حاصل می‌شود. برای این شاخص مقادیر $0/01$ ، $0/25$ و $0/36$ به ترتیب ضعیف، متوسط و قوی بیان گردیده است. نتایج این دو شاخص برازندگی مدل ساختاری با بهره‌مندی از نرم‌افزار SmartPLS در جدول ۶ ارائه گردیده است:

جدول ۶. شاخص‌های اشتراک و GOF مدل مفهومی پژوهش

شاخص	قصد کارآفرینانه	اشتیاق کارآفرینانه	آموزش کارآفرینی	متوسط شاخص مدل
شاخص اشتراک	۰/۷۶۹	۰/۴۴۰	۰/۵۵۱	۰/۵۸
GOF	-	-	-	۰/۷۲

براساس نتایج جدول ۷، شاخص اشتراک تمام متغیرهای پژوهش مثبت است، براین اساس تمام مدل‌های اندازه‌گیری انعکاسی از کیفیت بسیار خوبی برخوردارند. به عبارت ساده‌تر کلیه شاخص‌ها یا سوالات پژوهش به خوبی توانایی اندازه‌گیری متغیر مورد نظر خود را دارند. هم‌نین مقدار شاخص GOF نشان می‌دهد که برازش کلی مدل بسیار مناسب است. این مقدار برابر ۰/۷۲ است که برازش بسیار خوب مدل پژوهش را نشان می‌دهد. براین اساس در مدل پژوهش، هم مدل‌های اندازه‌گیری انعکاسی، هم مدل‌های اندازه‌گیری ساختاری و هم برازش کلی مدل بسیار خوب است.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

فرضیه اول پژوهش بیان می‌کند قصد کارآفرینی با اشتیاق کارآفرینانه ارتباط دارد. نتایج پژوهش نشان داد که رابطه معنی‌دار و مثبتی بین قصد کارآفرینی و اشتیاق کارآفرینانه وجود دارد. براین اساس فرضیه اول پژوهش تایید شد. براساس این نتایج می‌توان بیان نمود با افزایش میزان قصد کارآفرینی می‌توان میزان اشتیاق کارآفرینانه را در کارآفرینان بطور مثبت افزایش داد. بعبارت دیگر رابطه مستقیم و مثبتی بین قصد کارآفرینی با اشتیاق کارآفرینانه در کارآفرینان وجود دارد. نتایج این پژوهش همراستای با نتایج پژوهش ات رضائی و همکاران (۱۳۹۵)، نداف و همکاران (۱۴۰۱) و (Soltani & Mehrabi, 2020) است که نشان دادند رابطه معنی‌داری بین قصد کارآفرینانه و اشتیاق کارآفرینانه وجود دارد.

فرضیه دوم پژوهش بیان می‌کند قصد کارآفرینی با آموزش کارآفرینی رابطه دارد. نتایج پژوهش نشان داد که رابطه معنی‌دار و مثبتی بین قصد کارآفرینی و آموزش کارآفرینی وجود دارد. براین اساس فرضیه دوم پژوهش تایید شد. براین اساس می‌توان بیان نمود زمانی که کارآفرینان قصد کارآفرین داشته باشند این امر زمینه شرکت در آموزش‌های کارآفرینی را فراهم می‌کند و می‌تواند زمینه موفقیت بهتر آنها از طریق آموزش فراهم شود. به عبارت دیگر افزایش در قصد کارآفرینانه می‌تواند آموزش کارآفرینی را بهبود بخشد. در همین راستا یافته‌های این پژوهش همراستای با یافته‌های پژوهش ات باقرصاد و همکاران (۱۳۹۲)، کریمی و همکاران (۱۳۹۵)، قنبری و رحمتی (۱۴۰۱)، (Bae et al. 2014)، (Zhang et al. 2014)، (Moses et al. 2016)، (Jiang et al. 2017)، (Weerasinghe, 2020)، (Shah et al. 2020)، (Soltani & Mehrabi, 2020)، (Bhatt et al. 2022) و (Wang et al. 2023) است که نشان دادند قصد کارآفرینانه می‌تواند آموزش کارآفرینی را بهبود بخشد.

فرضیه سوم پژوهش بیان می‌کند اشتیاق کارآفرینانه با آموزش کارآفرینی رابطه دارد. نتایج پژوهش نشان داد رابطه معنی‌دار و مثبتی بین اشتیاق کارآفرینانه و آموزش کارآفرینی وجود دارد. براین اساس فرضیه سوم پژوهش تایید شد. براین اساس می‌توان بیان داشت که با افزایش اشتیاق کارآفرینی، میزان آموزش کارآفرینی نیز بهبود می‌یابد. بعبارت دیگر هرچه اشتیاق کارآفرین افزایش پیدا کند، آموزش کارآفرینی نیز به همان نسبت افزایش پیدا می‌کند. یافته‌های این پژوهش همراستای با یافته‌های پژوهش ات رضائی و همکاران (۱۳۹۵)، صمدی و همکاران (۱۴۰۱) و (Moses et al. 2016) و (Soltani & Mehrabi, 2020) است که نشان دادند، رابطه معنی‌دار و مثبتی بین اشتیاق کارآفرینانه با آموزش کارآفرینی وجود دارد.

براساس نتایج کلی آزمون فرضیه‌ها، می‌توان بیان کرد کارآفرینانی که قصد کار آفرینی دارند زمانی که با شور و شوق دنبال کارآفرینی باشند به سمت یادگیری و آموزش کارآفرینی متمایل می‌شوند و می‌توان از طریق آموزش‌های لازم زمینه موفقیت آنها در کسب و کارشان را فراهم نمود. منتها به نظر می‌رسد قصد کارآفرینی تنها بطور مستقیم توانسته بر اشتیاق کارآفرینی و آموزش کارآفرینی تاثیر بگذارد و این تاثیر از طریق نقش تعدیلگر اشتیاق کارآفرینی بر آموزش کارآفرینی نخواهد بود. بعبارت دیگر افرادی که قصد کارآفرینی داشته باشند می‌توانند به سمت دریافت آموزش‌های کارآفرینی بروند و اشتیاق کارآفرینی نیز داشته باشند، اما اشتیاق کارآفرینی، دارای نقش میانجی مثبتی در رابطه بین قصد و آموزش کارآفرینی نیست که دلیل آن می‌تواند شاید تاثیر اندک

یادگیری روش‌ها و راه‌های جدید، اشتیاق راه‌اندازی، مدل کسب و کار، سرمایه‌گذاری و ... بر تقویت قصد کارآفرین برای دریافت آموزش کارآفرینی باشد. یافته‌های این پژوهش مغایر با یافته‌های کریمی و همکاران (۱۳۹۵)، رضائی و همکاران (۱۳۹۵)، نداف و همکاران (۱۴۰۱)، (Jiang et al. 2017)، و (Wang et al. 2023) است که نشان دادند اشتیاق کارآفرینانه تعدیلگر مثبتی در رابطه بین قصد کارآفرینی و آموزش کارآفرینی است.

براساس یافته‌های پژوهش می‌توان پیشنهادات زیر را برای کارآفرینان استان کرمان بطور خاص و سایر کارآفرینان بطور عام ارائه نمود:

➤ از آنجایی که فرضیه اول پژوهش نشان داد قصد کارآفرینانه با اشتیاق کارآفرینانه رابطه دارد، پیشنهاد می‌شود با توجه به اینکه داشتن قصد و اراده لازم برای کارآفرینی می‌تواند کارآفرینان را برای آموزش کارآفرینی ترغیب کند به همین دلیل لازم است با ارائه حمایت‌های قانونی و دولتی از کارآفرینان زمینه تقویت اراده این افراد در کارآفرینی فراهم شود و در همین راستا فرصت‌های آموزشی، برگزاری دوره‌ها و کارگاه‌ها و ... برای آنان فراهم گردد.

➤ از آنجایی که فرضیه دوم پژوهش نشان داد قصد کارآفرینی با آموزش کارآفرینی رابطه دارد، پیشنهاد می‌شود افرادی که قصد کارآفرینی دارند و دوست دارند کسب و کاری را راه‌اندازی کنند، به این افراد از طریق خدمات مشاوره، حمایت‌های سرمایه‌گذاری، ایجاد فضای رقابتی و ... انگیزه راه‌اندازی کسب و کار و موفقیت در آن را تقویت کرد.

➤ از آنجایی که فرضیه دوم پژوهش نشان داد قصد کارآفرینانه با آموزش کارآفرینی رابطه دارد، پیشنهاد می‌شود با فراهم کردن محیط‌های آموزشی کارآفرینی همچون بازی‌ها، شبیه‌سازی‌ها و ... احتمال یادگیری کارآفرینی را افزایش و احتمال شکست کارآفرینان را کاهش و انگیزه آنها برای کار در محیط‌های واقعی را افزایش داد.

➤ از آنجایی که فرضیه دوم پژوهش نشان داد قصد کارآفرینانه با آموزش کارآفرینی رابطه دارد، پیشنهاد می‌شود به افراد مستعد کارآفرینی امکان برخورداری از آموزش‌های کارآفرینی و آشنایی با فرصت‌ها، آموزش تخصصی کسب و کارها، و گذراندن تحصیلات کارآفرینی فراهم شود.

➤ از آنجایی که فرضیه سوم پژوهش نشان داد اشتیاق کارآفرینانه با آموزش کارآفرینی رابطه دارد، پیشنهاد می‌شود با استفاده از خدمات شتاب‌دهنده‌های کارآفرینی زمینه موفقیت و افزایش احتمال موفقیت کارآفرینان فراهم شود و آموزش‌های موردنیاز برای استفاده از خدمات این شتاب‌دهنده‌ها نیز برای کارآفرینان و افراد مستعد کارآفرینی فراهم گردد.

➤ از آنجایی که فرضیه سوم پژوهش نشان داد اشتیاق کارآفرینانه با آموزش کارآفرینی رابطه دارد، پیشنهاد می‌شود با طراحی اکوسیستم کارآمد و پخته برای کارآفرینی، احتمال موفقیت کارآفرینان را در کسب و کارها فراهم کرد و یکی از این شرایط راه‌اندازی دوره‌ها و رشته‌های کارآفرینی در موسسات و دانشگاه‌های ذی‌صلاح و ارائه آموزش‌های فنی و حرفه‌ای با برخورداری از کارآفرینان موفق و اساتید مجرب در این زمینه است.

➤ از آنجایی که فرضیه سوم پژوهش نشان داد اشتیاق کارآفرینانه با آموزش کارآفرینی رابطه دارد، پیشنهاد می‌شود با تدوین آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های لازم از کارآفرینان در زمینه ورود به کسب و کارها و ادامه آن کمک کرد و فرهنگ و شرایط آموزشی و آشنایی با این آیین‌نامه‌ها و دریافت مشاوره از کارآفرینان موفق در این زمینه است.

➤ از آنجایی که فرضیه فرعی سوم پژوهش نشان داد اشتیاق کارآفرینانه با آموزش کارآفرینی رابطه دارد، پیشنهاد می‌شود قوانین لازم برای حمایت از کارآفرینان پیشنهاد و تصویب شود تا احتمال موفقیت کسب و کارهای نوپا افزایش یابد و این قوانین نیز مورد آموزش قرار گیرد.

➤ از آنجایی که فرضیه سوم پژوهش نشان داد اشتیاق کارآفرینانه با آموزش کارآفرینی رابطه دارد، پیشنهاد می‌شود با تدوین استانداردهای شرکت‌های موفق، و بررسی عملکرد دوره‌ای کسب و کارهای نوپا براساس استانداردها و ارائه خدمات مشاوره برای برطرف نمودن انحرافات، احتمال موفقیت کسب و کارهای نوپا را افزایش داد.

منابع و مأخذ

- اجلی، مهدی. (۱۴۰۳). ۳. عوامل تأثیرگذار مدیریت منابع انسانی سبز بر شیوه‌های مدیریت زنجیره تأمین سبز و عملکرد پایدار شهری (مطالعه موردی: شهر زنجان). فصلنامه مطالعات توسعه پایدار شهری و منطقه ای ۵(۳). ۳۳-۴۷. https://www.srds.ir/article_209887.html
- اجلی، مهدی. (۱۴۰۳). ۹. تأثیر ابعاد کلیدی انقلاب صنعتی چهارم بر پایداری محیط‌زیستی و اجتماعی شهری (مورد مطالعه: صنعت روی شهر زنجان). فصلنامه مطالعات توسعه پایدار شهری و منطقه ای. ۵(۴). ۱۱۵-۱۲۹. https://www.srds.ir/article_211193.html
- اجلی، مهدی. (۱۴۰۴). ۸. تحلیل و ارزیابی چالش‌های تطبیق عملیات مدیریت کیفیت با صنعت ۴/۰ (مطالعه موردی: صنعت هدف منطقه شمال غرب). فصلنامه مطالعات توسعه پایدار شهری و منطقه ای. ۶(۱). ۱۱۹-۱۳۹. https://www.srds.ir/article_213151.html
- اجلی، مهدی؛ عزیزادگان، محمدرضا (۱۴۰۳). بررسی تأثیر سرمایه فکری بر عملکرد سازمانی و عملیات مدیریت دانش (مورد مطالعه: فرمانداری شهرستان همدان). مدیریت نوآوری و راهبردهای عملیاتی. ۵ (۱). ۱-۱۷. doi: 10.22105/imos.2024.449339.1338
- اجلی، مهدی؛ مظفری، محمد مهدی؛ و طلوعی، هومن. (۱۴۰۱). تأثیر مدیریت استراتژیک منابع انسانی با قابلیت نوآوری بر عملکرد نوآوری. فصلنامه مطالعات مدیریت راهبردی. ۱۳ (۵۱). ۲۴۵-۲۶۴. doi: 10.22034/smsj.2022.157946
- اجلی، مهدی؛ مظفری، محمدمهدی؛ اکبری قلعه جوق، مینا (۱۴۰۰). بررسی تأثیر مدیریت کیفیت فراگیر بر عملکرد سازمانی با نقش میانجی کارآفرینی در شرکت رنگسازی ایران. مدیریت نوآوری و راهبردهای عملیاتی. ۲ (۲). ۱۳۷-۱۵۲. doi: 10.22105/imos.2021.289223.1104
- اجلی، مهدی؛ همتی، احسان (۱۴۰۱). بررسی تأثیر مدیریت استراتژیک منابع انسانی بر عملکرد سازمانی با نقش میانجی قابلیت مدیریت و محوریت کارآفرینانه. مدیریت نوآوری و راهبردهای عملیاتی. ۳ (۳). ۲۳۸-۲۵۷. doi: 10.22105/imos.2021.285884.1091
- آیینی، ز. ۱۳۹۰. شناسایی عوامل تعیین کننده قصد کارآفرینی دانشجویان دختر رشته مدیریت دولتی، صنعتی و بازرگانی دانشگاه علامه طباطبایی. پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه علامه طباطبایی، دانشکده مدیریت و حسابداری.
- باقرصاد، و.، زالی، م.، رضوی، س. م.، و بنادکی، س. س. ۱۳۹۲. تأثیر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی دانشجویان رشته‌های فنی و حرفه‌ای. توسعه کارآفرینی، ۶(۴)، ۳۶-۲۱.
- پژوهان، ا.، تیربند، م. (۱۴۰۳). واکاوی تأثیرپذیری قصد کارآفرینانه از محیط یادگیری در دروس کارآفرینی با توجه به نقش میانجی نگرش دانشجویان به کسب و کار. مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی، ۱۱ (۱)، ۵۷-۸۰.
- داوری، ع. و رضازاده، آ. (۱۳۹۳). مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار PLS، چاپ دوم، سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی.
- دروچی، ح.، تصویری، م.، ۱۴۰۲. بررسی عوامل موثر بر قصد کارآفرینی در ایران و انگلستان با بررسی نقش میانجی‌گری اشتیاق چشم‌انداز مدیریت صنعتی، ۱۳(۴۹)، ۱۰۴-۷۹.
- رضائی، ر.، گلباز، س. ش.، شرفی، ل.، و نجف‌لو، پ. ۱۳۹۵. تأثیر گرایش به یادگیری و اشتیاق به کار بر قصد کارآفرینانه دانشجویان کارشناسی ارشد رشته‌های کشاورزی دانشگاه زنجان. پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، ۳۹، ۱۰۹-۹۴.
- صفا، ل.، و منگلی، ن. ۱۳۹۴. تأثیر خودکارآمدی کارآفرینانه بر قصد کارآفرینانه‌ی دانشجویان کشاورزی دانشگاه زنجان. پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، ۳۳، ۱۵-۳.
- صمدی، ع.، سهرابی، ر.، مهدوی‌نسب، ب.، و سعیدی، مهدی. ۱۴۰۱. بررسی تأثیر اشتیاق کارآفرینانه مدیران بر موفقیت تعاونی‌های کشاورزی استان همدان. نشریه تعاون و کشاورزی، ۱۱(۴۱)، ۳۲-۱.

قاسمی حسین آبادی، م.، موسی خانی، م.، رمضان، م. ۱۴۰۱. طراحی مدل اشتیاق کارآفرینانه مدیران سازمان‌های دولتی (مورد مطالعه: استان اصفهان). مطالعات رفتاری در مدیریت، ۱۳(۳۲)، ۸۳-۶۳.

قنبری، م.، و رحمتی، م. ۱۴۰۱. تأثیر آموزش کارآفرینی مبتنی بر عمل بر رفتار کارآفرینانه با توجه به نقش میانجی قصد کارآفرینی و جهت‌گیری کارآفرینانه. مدیریت عملیات، ۲(۶)، ۸۹-۶۳.

کریمی، س.، ملامیرزایی، ف.، و موحدی، رضا. ۱۳۹۵. تأثیر آموزش کارآفرینی و سودمندی آن بر قصد کارآفرینانه‌ی دانشجویان کشاورزی دانشگاه‌های غرب کشور. پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، ۳۸، ۶۵-۵۱.

مردانشاهی، م.م. ۱۳۹۶. تأثیر نگرش به کسب و کار بر گرایش به رفتار کارآفرینانه در دانشجویان رشته‌های کشاورزی (مطالعه موردی: دانشجویان جدیدالورود دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری). نشریه نامه آموزش عالی، ۱۰(۳۷)، ۱۸۲-۱۵۹.

نداف، م.، محمدی، س.، و موسوی، س. ج. ۱۴۰۱. مدل‌سازی تأثیر اکوسیستم کارآفرینی بر قصد کارآفرینی: نقش میانجی خودکارآمدی، اشتیاق و هوشیاری کارآفرینی. علوم مدیریت ایران، ۱۷(۶۵)، ۸۲-۵۳.

یزدانی، ا. ۱۳۹۱. تأثیر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه علامه طباطبایی، دانشکده مدیریت و حسابداری.

Anjum T., Azadeh A., Muhammad F., & Petra H. (2021) Entrepreneurial intentions among business students: the mediating role of attitude and the moderating role of university support

Bae, T. J., Qian, S., Miao, C., & Fiet, J. O. (2014). The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: A meta-analytic review. *Entrepreneurship theory and practice*, 38(2), 217-254.

Bhatt, A. S. (2022). Shaping entrepreneurial intentions with effective student engagement. *Journal of Entrepreneurship Education*, 25(4), 1-15.

Burch, T., Murphy, G. & Tocher, N. (2019). Entrepreneurship education enrollment intentions: the effect of attitudes, norms and personality. *Journal of Developmental Entrepreneurship*.

Cardon, M. S., Gregoire, D. A., Stevens, C. E., & Patel, P. C. (2013). Measuring entrepreneurial passion: Conceptual foundations and scale validation. *Journal of business venturing*.

Chell, E. (2007). Social enterprise and entrepreneurship: towards a convergent theory of the entrepreneurial process. *International small business journal*.

Egwakhe, A. J., Abdullahi, A. O., Akande, F. I., & Umukoro, E. J. (2022). Entrepreneurship Education and Business Startup Performance: Are Personal Characteristics a Growth-Catalyst? *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(5), 929-948.

Gelderens, M. V., Kautonen, T., & Fink, M., (2013). Robustness of the Theory of Planned Behavior in Predicting Entrepreneurial Intentions and Actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*.

Ghamkhari, S. M. (2020). The Effect of Student's Attitudes toward Entrepreneurship Education with Respect to the Moderating Role of Gender and Family Background. *Iranian journal of educational sociology*, 3(3), 9-18.

GreenTec Capital Africa Foundation & WeeTracker Media. (2020). Tracking the success & failure of African startups. On a path to become the better Africa. Retrieved from <https://weetracker.com/2020/03/12/the-better-africa-report-startups-failed-in-africa/>

Harms, R. (2015). Self-regulated learning, team learning and project performance in entrepreneurship education: Learning in a lean startup environment. *Technological forecasting and social change*.

Harrison, J. (2021). Startup failure rate statistics: The coronavirus effect. Retrieved from <https://hustlelife.net/startup-failure-rate-statistics>.

Hering, H. (2020). Startup survival rate-success and failure statistics. Retrieved from <https://www.nexea.co/startup-survival-rate-success-failure-statistics/>

Jiang, H., Xiong, W., & Cao, Y. (2017). Research on the mechanism of entrepreneurial education quality, entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intention in social sciences, engineering and science education. *Eurasia Journal of Mathematics, Science and Technology Education*, 13(7), 3709-3721.

Lakovleva, T., Kolvereid, L., & Stephan, U. (2011). Entrepreneurial intentions in developing and developed countries. *Education Training*.

Li, C., Murad, M., Shahzad, F., Khan, M. A. S., Ashraf, S. F., & Dogbe, C. S. K. (2020). Entrepreneurial passion to entrepreneurial behavior: role of entrepreneurial alertness entrepreneurial self-efficacy and proactive personality. *Frontiers in Psychology*.

Lounsbury, M. (1998). Collective entrepreneurship: the mobilization of college and university recycling coordinators. *Journal of Organizational Change Management*.

Lyons, E. & Zhang, L. (2018). Who does (not) benefit from entrepreneurship programs? *Strategic Management Journal*.

Moses, C. L., Olokundun, M. A., Akinbode, M., Agboola, M., & Inelo, F. (2016). Entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: The moderating role of passion. *The Social Sciences*, 11(5), 645-653.

Nabi, G., Liñán, F., Iakovleva, T., Kolvereid, L., & Stephan, U. (2011). Entrepreneurial intentions in developing and developed countries.

Oosterbeek, H., Van Praag, M., & Ijsselstein, A. (2010). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation.

Rasmussen, E., & Wright, M. (2015). How can universities facilitate academic spin offs? An entrepreneurial competency perspective. *The Journal of Technology Transfer*, 40(5), 782-799.

Rodriguez, S., & Lieber, H. (2020). Relationship between entrepreneurship education, entrepreneurial mindset, and career readiness in secondary students. *Journal of Experiential Education*, 1(1), 1-22.

Saptono, A., Wibowo, A., Narmaditya, B. S., Kusumojanto, D. D., & Hermawati, M. (2019). Determinant factors of development entrepreneurial education: lesson from senior high school in Indonesia. *Universal Journal of Educational Research*, 7(12), 2837-2843.

Shah, I. A., Amjed, S., & Jaboob, S. (2020). The moderating role of entrepreneurship education in shaping entrepreneurial intentions. *Journal of Economic Structures*, 9, 1-15.

Soltani, A., & Mehrabi, A. (2020). The causal relationship of education with entrepreneurship intention: the mediating role of entrepreneurship motivations. *Industrial and Organizational Psychology Studies*, 7(1), 189-206.

Thompson, E. R. (2009). Individual entrepreneurial intent: Construct clarification and development of an internationally reliable metric.

Wang, X. H., You, X., Wang, H. P., Wang, B., Lai, W. Y., & Su, N. (2023). The Effect of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intention: Mediation of Entrepreneurial Self-Efficacy and Moderating Model of Psychological Capital. *Sustainability*, 15(3), 2562.

Weerasinghe, R. N. (2020). Entrepreneurial Education and Entrepreneurial Intention among Ordinary Level Students in Kelaniya Education Zone in Sri Lanka. *Educational Research*, 2(4), 122-131.

Zhang, Y., Duysters, G., & Cloudt, M. (2014). The role of entrepreneurship education as a predictor of university students' entrepreneurial intention. *International entrepreneurship and management journal*, 10, 623-641.