



## بررسی تاثیر نوآوری، آموزش و ویژگی‌های شخصیتی بر قصد کارآفرینی دانش‌آموزان و دانشجویان: مطالعه موردی مجتمع آموزشی استان البرز

فائمه کارگر پاسخده<sup>۱</sup> و مهدی زکی پور<sup>۲\*</sup>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۱/۲ و تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۴/۱۱

### چکیده

نقش نوآوری در افزایش قصد کارآفرینی می‌تواند از طریق ایجاد فرصت‌های جدید کسب و کار و توسعه مهارت‌های کارآفرینی فردی، تأثیرگذار باشد. آموزش نیز می‌تواند افراد را به دستیابی به اطلاعات و مهارت‌های لازم برای راه‌اندازی و مدیریت کسب و کار ترغیب کند. همچنین، ویژگی‌های شخصیتی مانند انگیزه برای پیروی از اهداف شخصی و توانایی مدیریت ریسک نیز می‌تواند نقش آفرین در قصد کارآفرینی داشته باشد. هدف این پژوهش بررسی تاثیر نوآوری، آموزش و ویژگی‌های شخصیتی بر قصد کارآفرینی دانش‌آموزان و دانشجویان بوده است. این تحقیق از نظر هدف کاربردی و در دسته تحقیق‌های توصیفی-پیمایشی قرار دارد. جامعه آماری پژوهش شامل مدیران مجتمع آموزشی استان البرز که شامل ۸ نفر بودند. ابزار جمع‌آوری اطلاعات پرسشنامه می‌باشد که از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد. برای سنجش روایی پرسشنامه از روایی محتوایی (CV) استفاده گردید. برای آزمون اعتبار پرسشنامه از آلفای کرونباخ استفاده گردید که عدد ۰/۷۸۷ به دست آمد. در این تحقیق برای بررسی روابط بین اجزا از مدل‌سازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار لیزرل استفاده شده است. بر طبق نتایج به دست آمده، رابطه آموزش کارآفرینی با نیاز به دستاورد با ضریب تأثیر ۰,۲۴، رابطه درک نوآوری با شناسایی فرصت‌های کارآفرینی با ضریب تأثیر ۰,۱۹؛ با نیت کارآفرینی با ضریب تأثیر ۰,۱۷؛ با فرهنگ حمایت از نوآوری و حمایت‌های سیاسی با ضریب تأثیر ۰,۲۰ بی‌معنی شناسایی شد. همچنین، می‌توان ادعا کرد که در مجتمع آموزشی البرز به این شاخص‌ها برای قصد کارآفرینی توجه نشده است؛ بنابراین ضروری است با تقویت در این شاخص‌ها نسبت به تقویت مجتمع آموزشی اقدام شود. سرانجام، با توجه به اینکه مدل ارائه شده در آزمون‌های آماری عملکرد مطلوبی داشته است، لذا اعتبار آن نیز نتیجه گرفته شده است. بر طبق یافته‌های تحقیق تاثیر نوآوری، آموزش و ویژگی‌های شخصیتی

<sup>۱</sup>. دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران؛

fkpasokhdeh@gmail.com

<sup>۲</sup>. استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران، (نویسنده مسئول)؛

mehdzakipour@gmail.com

بر قصد کارآفرینی دانش‌آموزان و دانشجویان، مربوط به بحث‌های مرتبط با توسعه مهارت‌ها و روحیات کارآفرینانه در جامعه است که در حل مسائل توسعه فردی و اقتصادی جامعه بسیار حائز اهمیت است.

**واژه‌های کلیدی:** نوآوری، ویژگی‌های شخصیتی، آموزش، قصد کارآفرینی.

## مقدمه

امروزه دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی در عرصه‌های متعددی از جمله ابعاد مدیریت دانش آموزان و دانشجویان در سطح ملی و بین‌المللی، با یکدیگر در رقابت هستند. آن‌ها نیازمند اعتبار، شهرت، تولید کارهای پژوهشی سطح بالا و راضی‌نگاه داشتن محصلان و کارآفرینی و پاسخ‌گویی به نیازهای رو به رشد جامعه‌اند (محبت و همکاران، ۱۳۹۸). از سویی دیگر دنیای امروزه، دنیای تغییرات، پیچیدگی‌ها و تلاطم‌های غیرقابل پیش‌بینی محیطی است و سرعت روزافزون هزاره سوم و تغییرات شدید اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی دنیای امروز، مستلزم نوع جدیدی از تفکر به نام تفکر استراتژیک است (الزویی، ۲۰۱۶). تفکر استراتژیک یک فرآیند تحلیلی و سیستماتیک است که شامل تدوین اهداف، انتخاب راهبردها و برنامه‌ریزی برای دستیابی به اهداف و راهبردها است. این نوع تفکر در مورد طراحی و تدوین راهبردها و تصمیم‌گیری‌های طولانی مدت برای یک سازمان یا یک شرکت استفاده می‌شود (آلن، ۲۰۱۹). علاقه به آموزش کارآفرینی از زمانی که کارآفرینان یکی از محرک‌های کلیدی رشد کسب‌وکار در سرتاسر جهان شدند، افزایش یافته است. توجه به فعالیت‌های کارآفرینانه دانشجویان و دانش‌آموزان از مناظر مختلفی حائز اهمیت است. برای مثال، توجه به این موضوع باعث توسعه مهارت‌های کارآفرینانه در میان آنها می‌شود. فعالیت‌های کارآفرینانه، به دانش‌آموزان و دانشجویان فرصتی را می‌دهد تا مهارت‌های کلیدی کارآفرینی را تجربه کنند و توسعه دهند. این شامل مهارت‌هایی مانند برنامه‌ریزی استراتژیک، تحلیل بازار، مدیریت مالی، بازاریابی، مهارت‌های ارتباطی و مهارت‌های رهبری است. تقویت این مهارت‌ها به دانشجویان و دانش‌آموزان اجازه می‌دهد در مسیر کارآفرینی خود موفقیت بیشتری به دست آورند (بویکو و همکاران، ۲۰۱۹). همچنین، فعالیت‌های کارآفرینانه می‌تواند فرصت‌های شغلی جدید ایجاد کند. با توسعه ایده‌ها و راه‌اندازی کسب و کارهای خود، دانشجویان و دانش‌آموزان می‌توانند به عنوان کارآفرینان سرآمد در صنایع مختلف شناخته شوند و به خود اشتغال ایجاد کنند (نودیرا، ۲۰۲۲). همچنین، این فعالیت‌ها می‌توانند به رشد و توسعه اقتصادی منطقه و جامعه کمک کنند. به علاوه، فعالیت‌های کارآفرینانه باعث تقویت روحیه کارآفرینی در دانشجویان و دانش‌آموزان می‌شود. آنها با مواجهه با چالش‌ها، ریسک‌ها و موانع در مسیر کارآفرینی، یاد می‌گیرند که

<sup>۱</sup> Al-Zu'bi

<sup>۲</sup>Allen

<sup>۳</sup>Boiko

<sup>۴</sup>Nodir

با تحمل شکست‌ها و پشتکار به دستاوردهای بزرگی دست خواهند یافت. این روحیه کارآفرینی در زمینه‌های مختلف زندگی آنها تأثیرگذار خواهد بود (آربانو و همکاران، ۲۰۲۰).

مجتمع فنی البرز با دارا بودن امکانات و تجهیزات مناسب پذیرای دانش آموزان و دانشجویان برای تقویت روحیه کارآفرینانه در سطح استان البرز می‌باشد. در قدم اول این مجتمع در حوزه آموزش، فعالیت خود را آغاز و پس از کسب موفقیت‌های متعدد اقدام به توسعه فعالیت‌های خود در حوزه‌های مختلف نموده که امروزه در استان گیلان، استان زنجان، جزیره کیش، هشتگرد و فردیس مجموعه‌های آموزشی و دفاتر فعالیت دیگر راه اندازی و با توجه به موفقیت در آموزش‌های فن‌آوری اطلاعات و درخواست مکرر سازمان‌ها از سراسر کشور جهت انجام پروژه‌های فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات و همچنین پروژه‌های مشاوره مدیریت و کسب و کار اقدام به راه اندازی واحدهای مربوطه با جذب نیروهای متخصص و متعهد در سطح کشور گردید و هم اکنون این شرکت یکی از معتبرترین شرکت‌های حوزه فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات در کشور می‌باشد که با صدها سازمان خصوصی و دولتی در حوزه‌های فعالیت خود دارای قرارداد و تفاهم‌نامه است.

براساس موارد اشاره شده در بالا، انتظار می‌رود که به بررسی تاثیر نوآوری، آموزشی و ویژگی‌های شخصیتی بر قصد کارآفرینی دانش آموزان و دانشجویان در مجتمع آموزشی استان البرز بپردازیم. برای این منظور، در هر بعد عوامل تأثیرگذاری وجود خواهند داشت تا برای تحقق اهداف کارآفرینانه و تقویت این قابلیت در میان دانشجویان و دانش آموزان کمک کنند. با توجه به اینکه سازمان‌های دولتی بخصوص مراکز آموزشی برای پرورش کارآمد دانش آموزان و دانشجویان برای چابک شدن نیاز به کوچک شدن دارند و کشور برای پیشرفت و اشتغال‌زایی نیاز به کمک بخش خصوصی دارد، به نظر می‌رسد توجه به افزایش تمایل به کارآفرینی کاملاً محسوس می‌باشد و بدین منظور ترویج فرهنگ کارآفرینی، آموزش و پرورش کارآفرینان و تشویق آنها برای انتخاب آگاهانه از طریق رشد عوامل شخصیتی مانند اعتماد به نفس، میزان ریسک‌پذیری و نیاز به موفقیت در محیطی که با عوامل اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و... متعددی احاطه شده است، امری ضروری است.

بنابراین هدف اصلی این تحقیق، بررسی تاثیر نوآوری، آموزش و ویژگی‌های شخصیتی بر قصد کارآفرینی دانش‌آموزان و دانشجویان است که در دوره‌های کارآفرینی مجتمع آموزشی استان البرز به عنوان یک شرکت تراز اول که در حوزه فعالیت خود با چندین شرکت و سازمان در کشور قرارداد همکاری انعقاد کرده است اجرا شده است.

## مبانی نظری و پیشینه پژوهش

### نوآوری

نوآوری بیش از ۴۰ تعریف مختلف دارد، اما در تعریفی که سازمان همکاری و توسعه اقتصادی ارائه نموده است: نوآوری خلق، تولید، جذب و بهره‌برداری از یک ارزش افزوده در حوزه اقتصادی و اجتماعی، نوسازی و گسترش محصولات، خدمات و بازارها، توسعه روش‌های جدید تولید، و همچنین ایجاد سیستم‌های جدید مدیریت می‌باشد. نوآوری هم یک فرآیند و هم یک خروجی می‌باشد. در تعریف دیگری که توسط پیتر دراگر (۲۰۰۲)، یکی از افراد مشهور در حوزه کسب و کار مطرح شده است: نوآوری فعالیتی خاص برای کارآفرینی است، چه در کسب و کار فعلی باشد چه در سرمایه‌گذاری در بخش عمومی و یا یک کسب و کار جدید که توسط یک شخص انجام گرفته است. نوآوری ابزاریست که کارآفرین از آن جهت ایجاد و یا افزایش ارزش و درآمد استفاده می‌کند. در تعریف دیگری از کانتر (۲۰۰۶)، نوآوری شامل یک اختراع اصلی و استفاده خلاقانه از آن است. به عبارت دیگر نوآوری را به شکل خلق، جذب و تحقق ایده‌ها، خدمات، محصولات و فرآیندهای جدید تعریف می‌کند. بنابراین در ساده‌ترین تعریف: نوآوری، بکارگیری ایده‌های نوین ناشی از خلاقیت است. در واقع به پیاده ساختن ایده‌ی ناشی از خلاقیت که به صورت یک محصول یا خدمت تازه ارائه شود، نوآوری می‌گویند. نوآوری با ایده پردازی و اختراع تفاوت دارد. اختراع به معنای «پدید آوردن محصول جدید» است، اما نوآوری فراتر از آن است و به معنای «معرفی محصولی تازه» است که با ابداع و عرضه صورت می‌گیرد (چن و همکاران، ۲۰۲۱).

<sup>۱</sup>INNOVATION

<sup>۲</sup>OECD

<sup>۳</sup>peter drucker

<sup>۴</sup>Kanter

<sup>۵</sup>Chen

### ویژگی های شخصیتی

خود کلمه شخصیت از کلمه لاتین Persona نشأت گرفته که به نقاب نمایشی اشاره دارد و توسط اجراکنندگان به منظور نمایش نقش های مختلف یا پنهان کردن هویت آن‌ها استفاده می‌شود. شخصیت الگوهای نسبتاً پایدار از رفتارها، احساس و افکار در افراد است که او را منحصر به فرد می‌کند. اعتقاد بر این است که شخصیت از درون فرد نشأت می‌گیرد و در طول زندگی نسبتاً ثابت می‌ماند (فان و روتمان، ۲۰۲۱). شخصیت اهمیت بسیاری در کیفیت زندگی دارد. به همین دلیل است که هر ویژگی شخصیتی اصلی که توسط روان‌شناسان مورد بررسی قرار گرفته است، با یک یا چند نتیجه مرتبط، به هم پیوند خورده است. حال ممکن است این ویژگی‌ها مربوط به تلاش برای دستیابی به سلامت روان باشد و یا تلاش برای افزایش رضایت در روابط عاشقانه! این امر نشان می‌دهد که شخصیت و ویژگی‌های شخصیتی تا چه اندازه در زندگی فرد اهمیت دارد (بلیدرن و همکاران، ۲۰۲۱). ویژگی‌های شخصیتی موضوع جذابی است که می‌تواند درک و ارتباط بین افراد را عمیق‌تر کند. ویژگی‌های شخصیتی به صورتی مجموعه‌ای از خصوصیات و ویژگی‌های روانی یک فرد هستند که شامل رفتارها، اعتقادات، ارزش‌ها، نگرش‌ها و واکنش‌ها می‌شوند. تأثیر ویژگی‌های شخصیتی بر عملکرد، رفتار و روابط اجتماعی یک فرد بسیار زیاد است. مثلاً، ویژگی‌هایی مانند استمرار بخشش، انطباق‌پذیری، قدرت تحمل، مهارت‌های ارتباطی و همدلی می‌توانند بر توانایی یک فرد در مواجهه با چالش‌ها و موقعیت‌های مختلف تأثیرگذار باشند. برخی از ویژگی‌های شخصیتی شامل آگاهی از خویشتن، انعطاف‌پذیری، اصول‌گرایی، خلاقیت، پشتکار، احساس مسئولیت، اعتماد به نفس، همدلی، صداقت، صلح‌طلبی، دقت، سخاوت‌مندی و انضباط می‌باشند. اطلاعات در مورد ویژگی‌های شخصیتی می‌توانند به شناخت بهتر خود و دیگران کمک کرده و در ارتباطات شخصی و حرفه‌ای مؤثر باشند (لئو و همکاران، ۲۰۲۳).

### آموزش

مهم‌ترین رکن توسعه در ابعاد فردی، سازمانی و اجتماعی، آموزش است که سازندگی و بهبود و تعالی انسان را به همراه دارد. آموزش تجربه‌ای است مبتنی بر یادگیری و به منظور ایجاد تغییرات نسبتاً پایدار در فرد، تا او را قادر به انجام کار

<sup>۱</sup>Phan & Rauthmann

<sup>۲</sup>Bleidorn

<sup>۳</sup>Luo

و بهبود بخشی توانایی‌ها، تغییر مهارت‌ها، دانش، نگرش و رفتار اجتماعی کند. بنابراین آموزش به مفهوم تغییر دانش، نگرش و تعامل با همکاران است. آموزش مستلزم استفاده از برنامه‌های پیش‌بینی شده‌ای است که شایستگی‌های موجود در کارکنان را تقویت و موجب کسب دانش، مهارت و توانایی‌های تازه در فرد می‌شود، به گونه‌ای که بهبود عملکرد شغلی را تسهیل می‌کند (رحمانوا و همکاران، ۲۰۲۱).

کلمه "آموزش" معادل واژه انگلیسی "Instruction" یا "Teaching" است. این دو واژه در انگلیسی به معنای آموزش، تعلیم و تدریس آمده است. تدریس و آموزش، در اصطلاح، از هم متفاوتند که به آن اشاره خواهیم کرد. همچنان آموزش به معنی آموختن، یاددادن و تعلیم در برابر تربیت نیز می‌باشد. آموزش، در اصطلاح به چند معنا آمده است:

- تحریک و راهنمای یادگیری؛
- هنر کمک کردن به یادگیری در دیگری؛
- فراهم آوردن شرایط و اوضاع و احوالی که یادگیری را برای دانش آموزان و دانشجویان، در داخل و خارج از مکان درسی، آسان کند (گودیر، ۲۰۱۵).

بنابراین می‌توان گفت آموزش به مجموعه فعالیت‌هایی گفته می‌شود که به صورت طراحی شده و سازمان‌یافته، برای انتقال دانش، مهارت و ارزش‌ها به افراد انجام می‌شود. این فعالیت‌ها ممکن است در قالب کلاس‌ها، دوره‌های آموزشی، مدارس، دانشگاه‌ها، آموزش‌های حرفه‌ای یا آموزش‌های آنلاین ارائه شود (فون اش و همکاران، ۲۰۲۰). هدف آموزش، تسهیل فرایند یادگیری و افزایش دانش، مهارت و توانایی‌های افراد است. این فرایند معمولاً از تعیین نیازهای آموزشی، طراحی دروس و دوره‌های آموزشی، تدریس، ارزیابی و بازخورد تشکیل می‌شود تا بهترین نتیجه از فرایند آموزش به دست آید. به عنوان یک فرایند مهم، آموزش به افراد این امکان را می‌دهد تا توانایی‌ها و مهارت‌های خود را بهبود بخشند و از فرصت‌های شغلی و توسعه حرفه‌ای بیشتری بهره‌مند شوند (راد، ۲۰۰۴).

---

<sup>1</sup>Rahmonova

<sup>2</sup>Goodyear

<sup>3</sup>Von Esch

<sup>4</sup>Read

## کارآفرینی

کارآفرینی همانند سایر واژه‌های مطرح در علوم انسانی هنگامی قابل تحلیل و تبیین می‌باشد که بتوان تعریفی یا تعاریف روشن و مشخصی از آن ارائه نمود. از آنجا که مفاهیم علوم انسانی در زمره مفاهیم و پدیده‌های قطعی علوم تجربی به شمار نمی‌رود، ارائه تعریفی مشخص که مورد قبول تمامی متخصصان و صاحب‌نظران باشد کاری دشوار و غیرممکن است. کارآفرینی نیز واژه‌ای است که تعریفی واحد و یکسان برای آن وجود نداشته و از ابتدای طرح آن در محافل علمی براساس دیدگاه‌های اقتصادی، اجتماعی، روانشناسی و مدیریت تعاریف متعددی برای آن شده است (براتون و همکاران، ۲۰۲۳). به طور کلی در تعریف واژه کارآفرینی سه نوع کارآفرینی بیشتر مورد توافق و توجه محققان و صاحب‌نظران قرار گرفته است که شامل کارآفرینی مستقل، سازمانی و شرکتی می‌گردد. کارآفرینی مستقل عبارت است از فرآیند نوآوری و بهره‌گیری از فرصت‌ها با تلاش و پشتکار بسیار و همراه با پذیرش ریسک‌های مالی، روحی و اجتماعی که با انگیزه توفیق‌طلبی، رضایت شخصی، استقلال و کسب سود مالی صورت می‌پذیرد. در این تعریف هر یک از فعالیت‌های زیر نوآوری محسوب می‌شوند: ارایه‌ی محصول یا خدمت جدید، ارایه‌ی روش جدید در فرآیند تولید محصول یا خدمت جدید، گشایش بازاری تازه برای تولید محصول یا خدمت جدید، یافتن منابع جدید برای تولید محصول یا خدمت جدید، ایجاد هرگونه ساختار و تشکیلات جدید (چاندرآ، ۲۰۲۲). کارآفرینی سازمانی به معنای پروسه‌ای است که در آن یک سازمان، به صورت کارآفرینانه عمل کرده و می‌تواند الگوهای تجاری نوآورانه و خلاقانه را در داخل سازمان به اجرا بگذارد. در این رویکرد، افراد در سازمان می‌توانند ایده‌ها و فرصت‌های جدید را شناسایی و تحلیل کنند و سپس آنها را به عمل آورده و پروژه‌ها و طرح‌هایی را طراحی و اجرا کنند که به بهبود و توسعه سازمان و رشد و سودآوری آن کمک می‌کنند (کو و لیو، ۲۰۲۱). در این کارآفرینی، موفقیت سازمان به شدت وابسته به توانایی آن در شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های جدید و نوآوری است. این به معنای ایجاد تغییر در فرآیندها، محصولات، خدمات و استراتژی‌های سازمان است. به علاوه، ایجاد محیطی سازنده برای رشد و توسعه ایده‌ها و نوآوری‌ها در سازمان نیز جزء عوامل کلیدی کارآفرینی سازمانی است. کارآفرینی شرکتی به معنای اقدام برای تاسیس و راه‌اندازی

<sup>۱</sup>Entrepreneurship

<sup>۲</sup>Bruton

<sup>۳</sup>Chandra

<sup>۴</sup>Ko & Liu



یک شرکت جدید است که هدف ایجاد ارزش اقتصادی و رشد فعالیت‌های تجاری است. در این نوع از کارآفرینی، فرد یا گروهی به نام کارآفرین، برنامه‌ریزی، مدیریت و کنترل شرکت جدید را بر عهده می‌گیرند. کارآفرینان شرکتی به نوعی خودمختاری کسب و کار می‌پردازند و با توجه به فرصت‌ها و تهدیدات موجود در بازار، تصمیمات را اتخاذ و خط راه خود را تعیین می‌کنند. آنها می‌توانند ایده‌های خلاقانه و نوآورانه را به سرمایه‌گذاری صنعتی تبدیل کنند و با تکیه بر منابع و توانمندی‌های شرکت، کسب و کار را به سمت رشد و توسعه هدایت کنند (تیوم و همکاران، ۲۰۲۱).

### پیشینه پژوهش

در این قسمت محققان به بررسی مطالعات داخلی و خارجی انجام گرفته مربوط به موضوع پرداخته‌اند. علیمراد و شریف (۱۴۰۱)، اهمیت تفکر خلاق و آموزش ارزش‌های کارآفرینی در مدارس را بررسی کردند. نتایج نشان داد که دانش‌آموزان با آموزش‌های کارآفرینانه، نه تنها به مهارت‌هایی از قبیل مهارت تصمیم‌گیری، حل مساله، هدف‌گذاری، تفکر انتقادی، تفکر خلاق و غیره، مجهز می‌شوند، بلکه مهارت‌ها و توانمندی‌های علمی، کاربردی و تقاضامحور را نیز فرا می‌گیرند. افراد توانمند و با مهارت با مجهز شدن به هوشیاری و آگاهی کارآفرینانه، فرصتی‌هایی در جهت اشتغال‌زایی در حوزه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی خلق می‌کنند. به عبارت دیگر، با تفکر و نگاه متفاوت و نو به بررسی مسائل، مشکلات، نیازها و فرصت‌های محیط اطراف می‌پردازند و از آنها در جهت خلق ارزش استفاده می‌کنند. فرمانی و نژاد محمد نامقی (۱۴۰۰)، در این تحقیق به منظور ارائه یک مدل مفهومی جهت بررسی و تبیین تأثیر هوش استراتژیک بر توسعه سازمان و رفتار کارآفرینی با توجه به نقش میانجی رهبری تحول‌گرا صورت گرفته است. نتایج نشان داده است که هوش استراتژیک تأثیر مثبت و معناداری بر توسعه سازمان، رفتار کارآفرینی و رهبری تحول‌گرا دارد. قوامی و همکاران (۱۳۹۸)، عوامل تأثیرگذار بر کارآفرینی سازمانی فناورانه را مورد ارزیابی قرار دادند. برای این منظور، مدلی مفهومی برای کارآفرینی سازمانی فناورانه (کارآفرینی فناورانه در سازمان‌ها) با رویکرد کسب و کارهای الکترونیک ارائه شده است تا موجب افزایش سودآوری سازمان‌ها از طریق به کارگیری هوش تجاری منتج از تحلیل داده‌های بزرگ و اتخاذ تصمیمات دقیق شود. حسینی و همکاران (۱۳۹۶)، شایستگی‌های کارآفرینانه اعضای هیئت علمی دانشگاه‌های دولتی ایران را شناسایی کردند. پس از تحلیل داده‌ها به روش تحلیل مضمون، در

مجموع ۶۹ خرده شایستگی کارآفرینانه به دست آمد که با کمک روش گروه کانونی در نه شایستگی کارآفرینانه اصلی جای گرفتند. این شایستگی‌ها شامل شایستگی فرصت، شایستگی تعهد، شایستگی ارتباطات، شایستگی مدیریت، شایستگی مصالحه و پیشبرد دو نقش هیئت علمی و کارآفرین، شایستگی رشد و توسعه، شایستگی کسب و کار، شایستگی راهبردی، و شایستگی فنی تخصصی بودند.

همچنین، در میان مطالعات خارجی می‌توان به مقالات زیر اشاره کرد. برای مثال، واتاناکوم و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۲۰) در این مطالعه بررسی عوامل مؤثر بر نوآوری، نگرش نسبت به کارآفرینی و نیت کارآفرینی دانشجویان مقطع کارشناسی، و درک رابطه علی بین نوآوری و نیت کارآفرینی در بین دانشجویان کارشناسی انجام شده است. نتایج نشان داد که نوآوری می‌تواند به طور مؤثر قصد کارآفرینی را در بین دانشجویان مقطع کارشناسی پیش‌بینی کند. تو و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۲۱) در این مطالعه به طور تجربی تأثیر ابعاد گرایش کارآفرینی اجتماعی را بررسی می‌کنند. بینش اجتماعی، کنش‌پذیری اجتماعی، نوآوری و انگیزه ریسک‌پذیری بر قصد کارآفرینی دانشجویان تحصیلات تکمیلی نسبت به کارآفرینی اجتماعی برای راه‌اندازی کسب و کار بررسی شده است. یافته‌ها نشان داد که پیش‌پذیری اجتماعی، نوآوری و انگیزه ریسک‌پذیری دانشجویان فارغ‌التحصیل به طور قابل توجهی بر قصد کارآفرینی اجتماعی آنها تأثیر می‌گذارد. با این حال، بینش اجتماعی دانش‌آموزان تأثیر مستقیمی ندارد، بلکه از طریق نگرش‌های کارآفرینانه اجتماعی بر قصد کارآفرینی اجتماعی تأثیر غیرمستقیم دارد. تیووم و همکاران (۲۰۲۱) در این مطالعه به بررسی عوامل مؤثر بر نیت کارآفرینی دانشجویان اقتصاد در حال تحصیل پرداخته است. این مطالعه با اقتباس از گفتمان جهت‌گیری کارآفرینی و رویکرد شبکه، تأثیر نوآوری، فعال بودن، ریسک‌پذیری و پیوندهای شبکه‌ای را بر قصد کارآفرینی دانشجویان بررسی کرده است. یافته‌ها نشان داد که ابعاد جهت‌گیری کارآفرینی فردی نوآوری، ریسک‌پذیری و تحقق اهداف کارآفرینی تأثیر می‌گذارد. همچنین، این مطالعه نشان داد که پیوندهای شبکه از نظر آماری تأثیر معناداری بر قصد کارآفرینی دانشجویان دارد. نوع دانشگاه رابطه بین پیوندهای شبکه، رفتار ریسک‌پذیر و نیت کارآفرینی را تعدیل می‌کند. الممری و الشلاقی<sup>۳</sup> (۲۰۲۲) این مطالعه تأثیر ابعاد جهت‌گیری کارآفرینی را بر قصد دانشجویان برای راه‌اندازی کسب و کارهای

<sup>۱</sup>Wathanakom

<sup>۲</sup>Tu

<sup>۳</sup>Al-Mamary & Alshallaqi

جدید در دانشگاه های عربستان بررسی کرده اند. نتایج نشان داد که بین قصد کارآفرینی و خودمختاری بیشتر، نوآوری، ریسک پذیری و فعال بودن رابطه قوی وجود دارد. در مقابل، رفتار رقابتی و پرخاشگرانه ارتباط قوی با قصد کارآفرینی ندارد. اختر و همکاران (۲۰۲۲) در این مطالعه تأثیر خلاقیت و نوآوری بر نیت دانشجویان نسبت به کارآفرینی آنلاین در بنگلادش بررسی شده است. نتایج نشان داد که خلاقیت و نوآوری از نظر آماری تأثیر مثبت و معناداری بر قصد دانشجویان برای مشارکت در کارآفرینی آنلاین دارد. لیاو و همکاران (۲۰۲۲) در این مطالعه از نظریه رفتار برنامه ریزی شده و نظریه شغلی شناختی اجتماعی برای بررسی تأثیر آموزش کارآفرینی، ذهنیت کارآفرینی و واسطه های شناختی بر قصد کارآفرینی و شایستگی های کارآفرینی استفاده شده است. نتایج نشان داد که آموزش کارآفرینی و واسطه های شناختی برای تحریک رفتار کارآفرینانه حیاتی هستند. همچنین نتایج نشان می دهد که ذهنیت کارآفرینی از آموزش کارآفرینی شکل می گیرد و نقشی حیاتی در هدایت قصد کارآفرینی دارد.

### شکاف تحقیق

بر اساس عوامل متعددی که منجر به توسعه کارآفرینی در مطالعات مختلفی که بررسی شده است، می شود. همان طور که به صورت مختصر نشان داده شد، هر یک از محققان از جنبه یا بعد خاصی به عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی توجه کرده اند و مهم تر از همه اینکه به عامل نوآوری که کلید اصلی کارآفرینی است یا اشاره نشده و یا به طور سطحی مورد مطالعه قرار گرفته است. در صورتی که کشورهای توسعه یافته اساسی ترین راه اشتغال زایی و کارآفرینی خصوصاً در بخش آموزشی را نوآوری می دانند و تلاش محقق بر این است که عامل نوآوری را پررنگ نماید. این از دو جنبه با اهمیت است اولاً موجب افزایش درآمد با کاهش هزینه ها می گردد دوماً موجب جایگزینی شغل و حرفه های جدید با شغل های سنتی که در حال نابودی است می شود. علاوه بر نقش نوآوری، نقش سیستم آموزشی و همچنین ویژگی های شخصیتی مورد توجه قرار می گیرد. بنابراین، مهم ترین نوآوری های تحقیق به صورت زیر تعیین می گردد:

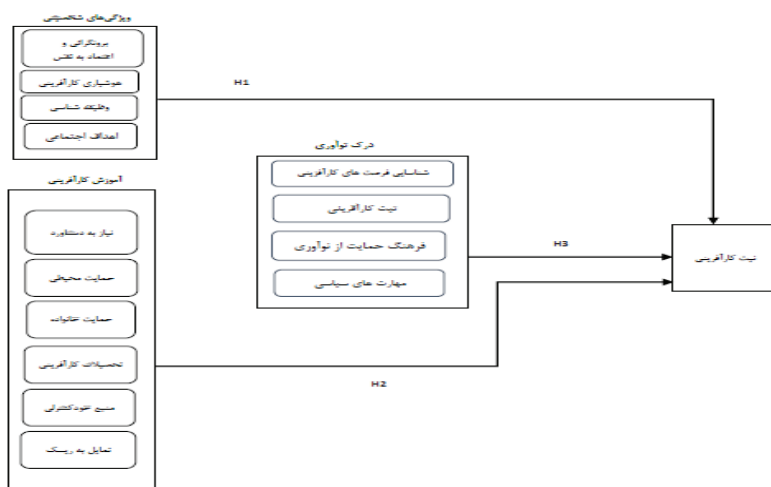
- تبیین نقش عوامل همچون نوآوری، آموزش، ویژگی های شخصیتی، مهارت های سیاسی و فرصت های کارآفرینی بر نیت و قصد کارآفرینی در میان دانشجویان و دانش آموزان؛

- تبیین ابعاد ویژگی های شخصیتی تأثیر گذار بر نوآوری در میان دانشجویان و دانش آموزان؛

- تبیین ابعاد ویژگی‌های آموزش کارآفرینی بر نوآوری در میان دانشجویان و دانش آموزان؛
- تبیین روابط بین مولفه‌ها و ابعاد تأثیرگذار بر کارآفرینی دانشجویان و دانش آموزان؛

### فرضیات و مدل مفهومی پژوهش

- ۱- عوامل ویژگی‌های شخصیتی مانند برونگرایی و اعتماد به نفس؛ هوشیاری و کارآفرینی؛ وظیفه شناسی و اهداف اجتماعی تأثیر بسزایی بر قصد و نیت کارآفرینی دارند.
- ۲- آموزش کارآفرینی با در نظر گرفتن عواملی همچون نیاز به دستاورد؛ حمایت محیطی؛ حمایت خانواده؛ تحصیلات کارآفرینی بر قصد کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری دارد.
- ۳- درک از نوآوری با در نظر گرفتن عواملی مانند منبع خود کنترلی، تمایل به ریسک، شناسایی فرصت‌های کارآفرینی، فرهنگ حمایت از نوآوری و مهارت‌های سیاسی بر قصد کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری دارد.



شکل ۱- مدل مفهومی تحقیق (نک و گرین، ۲۰۱۱؛ فیلیس و رنتچلر، ۲۰۱۰؛ و اتاناکوم و همکاران، ۲۰۲۰)

### روش‌شناسی پژوهش

از حیث دسته بندی پژوهش برحسب هدف، این پژوهش یک پژوهش کاربردی است. چرا که هدف پژوهش افزایش دانش در موضوعی است که در عمل می‌تواند مورد استفاده مشخصی داشته باشد. بررسی نقش عواملی همچون نوآوری، آموزش، ویژگی‌های شخصیتی بر نیست و قصد کارآفرینی در میان دانشجویان و دانش آموزان موضوع اصلی تحقیق است. این تحقیق از نظر نوع، یک تحقیق کمی بشمار می‌رود که شامل تعیین میزان تأثیرگذاری هر یک از عوامل با استفاده از معادلات ساختاری است. اینکار با استفاده از آزمون‌های آماری و تحلیل‌های مربوطه همراه است. جامعه آماری متشکل از مدیران مجتمع آموزشی استان البرز در این پژوهش هستند. برای اشیاع نظر، از ده مدیر از لایه‌های مختلف این مجتمع آموزشی به عنوان مشارکت‌کنندگان استفاده شده است. حجم نمونه در این تحقیق با استفاده از رابطه کوکران محاسبه شده است. برای نمونه‌گیری نظری هدفمند از روش گلوله برفی استفاده شده است. اطلاعات گردآوری شده از دو روش کتابخانه‌ای و میدانی (پرسشنامه) استفاده شده است. اعتبارسنجی براساس روایی داخلی با استفاده از محاسبه شاخص روایی محتوایی و پایایی براساس محاسبه مقدار آلفای کرونباخ انجام شده است. چارچوب پیشنهادی شامل مراحل است که بیان می‌شود:

#### فاز صفر: تجزیه و تحلیل مصاحبه و پرسشنامه

تجزیه و تحلیل پرسشنامه با توجه به گزینه‌های پیشنهادی براساس طیف لیکرت انجام می‌شود. براساس این طرح هر سؤال با پنج گزینه روبرو می‌شود. درصد پاسخ‌گویی هر یک از خبرگان به هر یک از سوالات براساس گزینه‌های انتخابی معیار انتخاب یا عدم انتخاب شاخص در نظر گرفته شده می‌شود.

#### فاز اول: شناسایی عوامل مؤثر بر درک و نیت نوآوری

در این فاز عوامل تحت تأثیر را به دو دسته تقسیم می‌نماییم. دسته اول متغیرهای مشاهده شده و دسته دوم متغیرهای پنهان یا مکنون هستند. متغیرهای مشاهده شده آن دسته از متغیرهایی هستند که بر اثر مطالعه درون سازمانی به عنوان معیاری که می‌تواند بر فرآیند تأثیرگذار باشند شناخته می‌شوند. متغیرهای پنهان به دو دسته تقسیم می‌شوند، متغیرهای وابسته و متغیرهای مستقل. بار عاملی در واقع چیزی است که به دنبال تعیین آن می‌باشیم، که میزان رابطه متغیرها با یکدیگر بر مبنای آن سنجیده می‌شود. در جدول ۱، متغیرهای عملیاتی در نظر گرفته شده در این تحقیق نشان داده شده است.

جدول ۱- متغیرهای عملیاتی تحقیق

شماره گویه در پرسشنامه	تعداد گویه‌ها	منبع تعریف عملیاتی متغیر	ابعاد	نقش متغیر	نام متغیر	کد
۱ و ۱۴	۴	شراهیلی، (۲۰۲۰)؛ بهرامی (۲۰۱۴)	برونگرایی و اعتماد به نفس	متغیر عملیاتی اصلی	ویژگی های شخصیتی	۱
۲ و ۱۵		تک و گرین (۲۰۱۱)؛ الممری و الشلاقی (۲۰۲۲)	هوشیاری کارآفرینی			
۳ و ۱۶		فیلیس و رنتچلر (۲۰۱۰)؛ تیووم و همکاران (۲۰۲۲)	وظیفه شناسی			
۴ و ۱۷		زهرا و جورج (۲۰۰۲)، تو و همکاران (۲۰۲۲)	اهداف اجتماعی			
۵ و ۱۸	۴	شراهیلی (۲۰۲۰)؛ واتاناکو و همکاران (۲۰۲۱)	نیاز به دستاورد	متغیر عملیاتی اصلی	آموزش کارآفرینی	۲
۶ و ۱۹		واتاناکو و همکاران (۲۰۲۰)؛ تیووم و همکاران (۲۰۲۲)	حمایت محیطی			
۷ و ۲۰		بهرامی و همکاران (۲۰۱۴)؛ واتاناکو و همکاران (۲۰۲۰)	حمایت خانواده			
۸ و ۲۱		زهرا و جورج (۲۰۰۲)؛ ابلدریم و همکاران (۲۰۱۸)	تحصیلات کارآفرینی			

ادامه جدول ۱- متغیرهای عملیاتی تحقیق

شماره گویه در پرسشنامه	تعداد گویه‌ها	منبع تعریف عملیاتی متغیر	ابعاد	نقش متغیر	نام متغیر	رتبه
۲۲ و ۹	۶	تیوو و همکاران (۲۰۲۲)؛ شراهیلی (۲۰۲۰)	منبع خودکنترلی	متغیر عملیاتی اصلی	درک نوآوری	۳
۲۳ و ۱۰		تیووم و همکاران (۲۰۲۲)؛ شراهیلی (۲۰۲۰)	تمایل به ریسک			
۲۴ و ۱۱		شراهیلی (۲۰۲۰)؛ الممری و الشلاقی (۲۰۲۲)	شناسایی فرصت های کارآفرینی			
۲۵ و ۱۲		الممری و الشلاقی (۲۰۲۲)؛ شراهیلی (۲۰۲۰)	نیت کارآفرینی			
۲۶ و ۱۳		اختر و همکاران (۲۰۲۲)؛ واتاناکو و همکاران (۲۰۲۲)	فرهنگ حمایت از نوآوری			
۲۷ و ۱۴		فیلیس و رنتجلر (۲۰۱۰)؛ لیانو و همکاران (۲۰۲۲)	مهارت های سیاسی			

ماخذ: یافته‌های تحقیق

**فاز دوم: تعیین میزان تأثیر هر یک از عوامل بر روی نوآوری**

در این فاز در واقع به دنبال ارائه یک مدل مفهومی از فرآیند مورد نظر می‌باشیم که به خوبی بتواند روابط موجود بین عوامل را نشان دهد. به بیان دیگر در این مرحله به دنبال روابط منطقی بین متغیرهای پنهان با یکدیگر می‌باشیم.

### فاز سوم: تعیین میزان همبستگی بین عوامل اثر گذار

در این فاز، بعد از رسم مدل اولیه در نرم افزار LISREL و گرفتن اجرا از مدل اولیه، بارهای عاملی توسط آن مشخص می‌گردد.

### فاز چهارم: طراحی مدل تحلیل عوامل و نحوه تبدیل وضعیت فعلی به وضعیت مطلوب پیشنهادی

در این فاز با توجه به خروجی نرم افزار LISREL مقدار P برای مدل بررسی می‌شود که با توجه به اینکه تحلیل آماری در فاصله اطمینان ۹۵ درصد انجام می‌گیرد هر چه مقدار P به سمت صفر میل نماید مطلوب تر است.

## یافته‌های پژوهشی

### تحلیل نتایج پرسشنامه

در جداول ۲، درصد تأثیر گذاری زیرمعیارهای، معیارهای اصلی تحقیق با استفاده از محاسبه مقدار CVR مطابق با خروجی های جمع آوری شده پرسشنامه نشان داده شده است. مطابق با جدول ۲ مقدار CVR برای مناسب بودن یا نبودن هر زیرمعیار محاسبه شده است. با توجه به اینکه در این تحقیق ۸ مشارکت کننده حضور دارند در صورتی که مقدار محاسبه شده بیشتر از ۰.۸۵ باشد، زیرمعیار در تحلیل بررسی نقش نوآوری، آموزشی و ویژگی‌های شخصیتی در قصد کارآفرینی مورد استفاده قرار می‌گیرد. برای این منظور، در محاسبه مقدار CVR مشارکت کنندگانی که گویه را ضروری یا تا حدی ضروری دانسته اند در محاسبه مقدار CVR لحاظ شده است.

جدول ۲- مقدار CVR مقوله های توصیه شده برای متغیرهای عملیاتی تحقیق

متغیر عملیاتی اصلی	زیر متغیر عملیاتی	مقدار CVR (درصد)	وضعیت
ویژگی های شخصیتی	برونگرایی و اعتماد به نفس	۱۰۰	مناسب است
	هوشیاری کارآفرینی	۱۰۰	مناسب است
	وظیفه شناسی	۱۰۰	مناسب است
	اهداف اجتماعی	۱۰۰	مناسب است



ادامه جدول ۲- مقدار CVR مقوله های توصیه شده برای متغیرهای عملیاتی تحقیق

متغیر عملیاتی اصلی	زیر متغیر عملیاتی	مقدار CVR (درصد) > ۰.۸۵	وضعیت
آموزش کارآفرینی	نیاز به دستاورد	۱۰۰	مناسب است
	حمایت محیطی	۱۰۰	مناسب است
	حمایت خانواده	۹۵	مناسب است
	تحصیلات کارآفرینی	۹۵	مناسب است
	منبع خودکنترلی	۱۰۰	مناسب است
	تمایل به ریسک	۱۰۰	مناسب است
درک نوآوری	شناسایی فرصت های کارآفرینی	۹۵	مناسب است
	نیت کارآفرینی	۱۰۰	مناسب است
	فرهنگ حمایت از نوآوری	۱۰۰	مناسب است
	مهارت های سیاسی	۱۰۰	مناسب است

ماخذ: یافته‌های تحقیق

نتایج موجود در جدول ۲، براساس تجزیه و تحلیل نتایج موجود پرسشنامه تحقیق حاضر به دست آمده است. براساس این پرسشنامه، که ضروری بودن یا نبودن مقوله ها را در معرض قضاوت مشارکت کنندگان قرار داده می شود نشان می دهد که تمامی زیرمعیارهای در نظر گرفته شده برای مقوله ها، از اعتبار لازم برای حضور در مدل پژوهش برخوردار هستند.

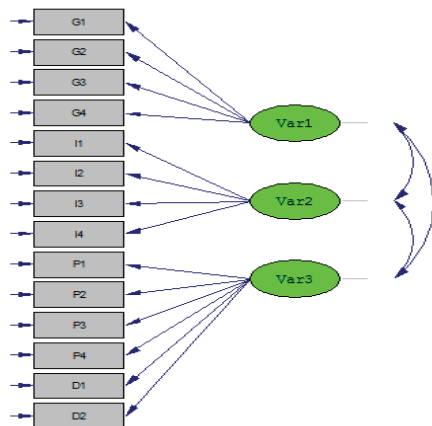
### تحلیل تأثیرگذاری متغیرها

در این بخش استنباط روابط نظری بین مقوله های شناسایی شده در قالب مدل طراحی شده در نرم افزار لیزرل ارائه می گردد. در شکل ۲ مدل مفهومی پژوهش برای تدوین و تبیین مدل اندازه گیری تأثیر عوامل بر روی قصد و نیت کارآفرینی نشان داده شده است. همچنین، در شکل ۲، مدل شکل گرفته شده براساس روابط تعریف شده در مدل مفهومی به عنوان مدل اندازه گیری قصد کارآفرینی نشان داده شده است. به منظور تعریف مدل مفهومی در نرم افزار لیزرل، ابتدا لازم است متغیرهای پنهان و آشکار تحقیق را در آن تعریف نماییم. این متغیرها مطابق با جدول ۳ تعریف شده اند.

جدول ۳- تعریف متغیرهای آشکار و پنهان در نرم افزار

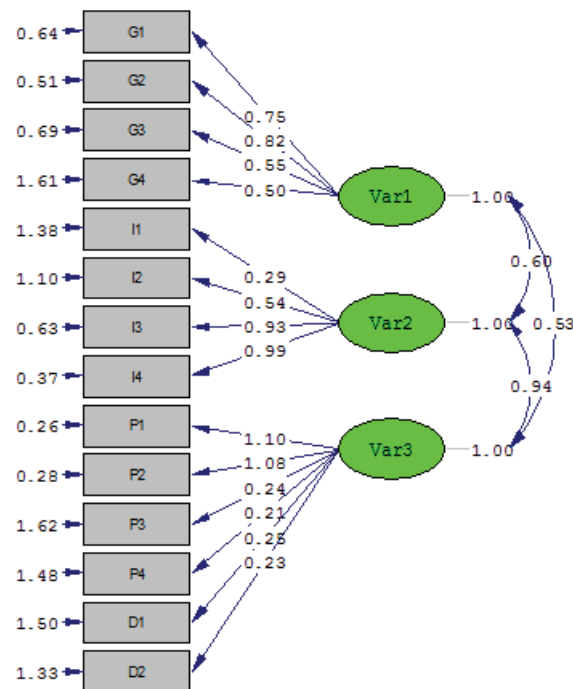
کد	عوامل	مقوله های تحلیل
G1	برونگرایی و اعتماد به نفس	ویژگی های شخصیتی (Var1)
G2	هوشیاری کارآفرینی	
G3	وظیفه شناسی	
G4	اهداف اجتماعی	
I1	نیاز به دستاورد	آموزش کارآفرینی (Var2)
I2	حمایت محیطی	
I3	حمایت خانواده	
I4	تحصیلات کارآفرینی	
P1	منبع خودکنترلی	درک نوآوری (Var3)
P2	تمایل به ریسک	
P3	شناسایی فرصت های کارآفرینی	
P4	نیت کارآفرینی	
D1	فرهنگ حمایت از نوآوری	
D2	مهارت های سیاسی	

ماخذ: یافته‌های تحقیق



شکل ۲- مدل مفهومی طراحی شده در نرم افزار لیزرل

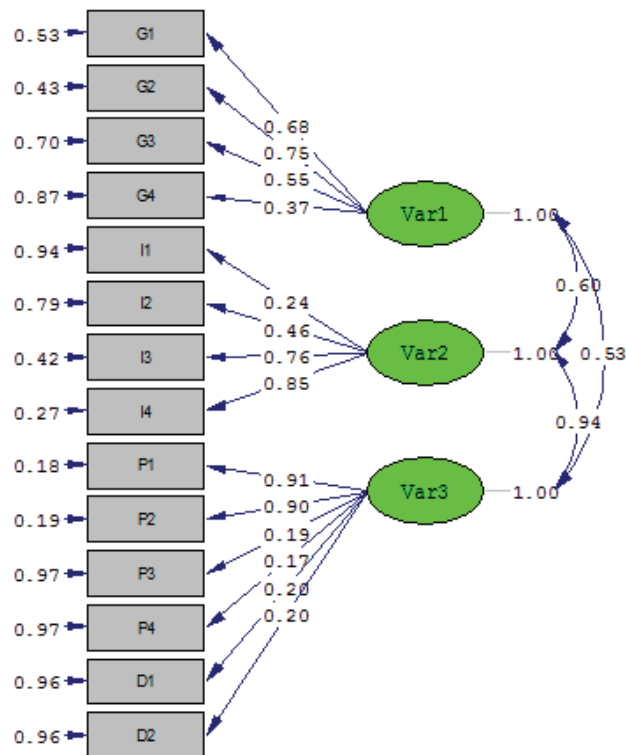
با اجرای نرم افزار تحت مدل اولیه، بارهای عاملی روابط تعریف شده در مدل نهایی تعیین می شوند. از طریق تحلیل بارهای عاملی می توان حضور یا عدم حضور عوامل در نظر گرفته شده در مدل نهایی را مشخص کرد. در شکل ۳، بارهای عاملی تخمینی روابط بین جنبه های ویژگی های شخصیتی، آموزش کارآفرینی و درک نوآوری و زیرمعیارهای آنها به منظور تبیین یک مدل برای قصد کارآفرینی نشان داده شده است. هر چه مقدار بارهای عاملی تخمینی بیشتر باشد ارتباط آن مقوله با زیرمعیارهای خود قوی تر است.



شکل ۳- مدل تخمینی بارهای عاملی

علاوه بر بارهای تخمینی، در شکل ۴ بارهای عاملی تأییدی استاندارد نشان داده شده است. در این حالت، تمامی مقادیر بارهای عاملی روابط تعریف شده در مقیاس صفر و یک قرار می گیرند. پرواضح است هر چه مقدار بارهای عاملی به عدد یک نزدیک تر باشد، رابطه مقوله با زیرمعیارهای خود قوی تر است. با توجه به اینکه بار عاملی کمتر از ۰٫۳، رابطه

ضعیف در نظر گرفته می‌شود، رابطه آموزش کارآفرینی با نیاز به دستاورد با ضریب تأثیر ۰,۲۴، رابطه درک نوآوری با شناسایی فرصت‌های کارآفرینی با ضریب تأثیر ۰,۱۹؛ با نیت کارآفرینی با ضریب تأثیر ۰,۱۷؛ با فرهنگ حمایت از نوآوری و حمایت‌های سیاسی با ضریب تأثیر ۰,۲۰ بی‌معنی شناسایی می‌شوند. لذا می‌توان از مدل این زیر معیارها را کنار گذاشت. همچنین، می‌توان ادعا کرد که در مجتمع آموزشی البرز به این شاخص‌ها برای قصد کارآفرینی توجه نمی‌شود؛ بنابراین ضروری است با تقویت در این شاخص‌ها نسبت به تقویت مجتمع آموزشی اقدام شود.



شکل ۴- مدل استاندارد بارهای عاملی

بنابراین، در جدول ۴ تصمیم نهایی در خصوص باقی ماندن یا نماندن زیرمعیارها نشان داده شده است.

جدول ۴- وضعیت مقولات مدل نهایی

وضعیت		کد	عوامل	مقوله های قصد کارآفرینی
باقی می ماند	باقی نمی ماند			
	*	G1	برونگرایی و اعتماد به نفس	ویژگی های شخصیتی (Var1)
	*	G2	هوشیاری کارآفرینی	
	*	G3	وظیفه شناسی	
	*	G4	اهداف اجتماعی	
*		I1	نیاز به دستاورد	آموزش کارآفرینی (Var2)
	*	I2	حمایت محیطی	
	*	I3	حمایت خانواده	
	*	I4	تحصیلات کارآفرینی	
	*	P1	منبع خودکنترلی	درک نوآوری (Var3)
	*	P2	تمایل به ریسک	
*		P3	شناسایی فرصت های کارآفرینی	
*		P4	نیت کارآفرینی	
*		D1	فرهنگ حمایت از نوآوری	
*		D2	مهارت های سیاسی	

ماخذ: یافته های تحقیق

#### اعتبارسنجی مدل

در جدول ۵ نتایج مربوط به اعتبارسنجی مدل نشان داده شده است.

جدول ۵- مقادیر آماره های محاسبه شده مدل پیشنهادی

$\frac{Chi - square}{df}$	Chi-square	Df	RMSEA	P-value	آماره
۱۷,۷۴	۱۳۱۳,۳۹	۷۴	۰,۲۳۷	۰,۰۰۰	مقدار

ماخذ: یافته های تحقیق

با توجه به اینکه هر چه مقدار P-value به صفر نزدیک تر باشد، نتایج محاسباتی قابل اعتمادتر است؛ مدل از لحاظ مقدار آماره P در وضعیت خیلی مطلوبی قرار دارد. مقدار RMSEA محاسبه شده کمتر از ۰٫۵ می‌باشد پس این مقدار نیز برای مدل در حد مطلوبی گزارش شده است. سرانجام، مقدار  $\frac{Chi-square}{df}$  باید بزرگتر از ۵ گزارش شود با توجه به مقدار ۱۷٫۷۴ محاسبه شده مدل از لحاظ این آماره نیز در وضعیت کاملاً مطلوبی قرار دارد. بنابراین، با بررسی مقادیر آماره‌های مشخص شده برای اعتبار مدل از آنجایی که نتایج تماماً در وضعیت مطلوب قرار دارد اعتبار مدل را نتیجه می‌گیریم. پس می‌توان از نتایج به‌دست آمده طبق این مدل برای تحلیل قصد کارآفرینی در مجتمع استان البرز استفاده کرد.

### نتیجه‌گیری و پیشنهاد

در این تحقیق به بررسی تاثیر نقش نوآوری، آموزش و ویژگی‌های شخصیتی بر قصد کارآفرینی دانش آموزان و دانشجویان در مجتمع آموزشی استان البرز پرداخته شده است. برای این منظور، سه مقوله اصلی و ۱۴ مقوله فرعی در نظر گرفته شده است. در راستای اهداف پژوهش سه فرضیه مد نظر قرار گرفت.

در فرضیه اول تاثیر ویژگی‌های شخصیتی مانند برونگرایی و اعتماد به نفس؛ هوشیاری و کارآفرینی؛ وظیفه‌شناسی و اهداف اجتماعی تأثیر بسزایی بر قصد کارآفرینی سنجیده شده است، براساس نتایج به‌دست آمده طبق ضریب‌های عاملی و مسیر برآورد شده بین ویژگی‌های شخصیتی و سایر عوامل در نظر گرفته شده ارتباط مطلوبی وجود دارد. این بدان معناست که مجتمع آموزشی البرز در بعد شخصیتی در میان دانش آموزان و دانشجویان علاقمند به کارآفرینی اقدامات شایسته‌ای انجام می‌دهد. و می‌توان انتظار داشت کارآموزان در این مجتمع بعد از اتمام دوره آموزشی خود از یک شخصیت و روحیه کارآفرینی برخوردار هستند. پژوهش حاضر با پژوهش‌های شیگل<sup>۱</sup> (۲۰۲۱) که بیان داشت ویژگی‌های شخصیتی بر کارآفرینی تاثیر دارد و همچنین با پژوهش کارابولوت (۲۰۱۶) که نشان داد ویژگی‌های شخصیتی تأثیر مثبتی بر قصد کارآفرینی دارد، همراستا است.

<sup>۱</sup>Schlaegel

<sup>۲</sup>Karabulut

فرضیه دوم تاثیر آموزش کارآفرینی با در نظر گرفتن عواملی همچون نیاز به دستاورد؛ حمایت محیطی؛ حمایت خانواده؛ تحصیلات کارآفرینی؛ منبع خود کنترلی و تمایل بر قصد کارآفرینی سنجیده است، براساس نتایج به دست آمده بر طبق تحلیل مسیر برآورد شده چون ضریب بین آموزش کارآفرینی و نیاز به دستاورد و حمایت محیطی بیشتر از ۰,۳ است و به ترتیب برابر با ۰,۹۱ و ۰,۹۰ می باشد که این نتیجه از سطح آزمون نشان می دهد مجتمع البرز از حیث توجه به دستاوردها و حمایت های محیطی برای کارآفرینان به خوبی عمل می کند. اما ارتباط این گویه با سایر عوامل مانند حمایت خانوار، تحصیلات کارآفرینی، منبع خود کنترلی و تمایل به ریسک کمتر از ۰,۳ است که این نشان می دهد کارآموزان واجد شرایط در این مجتمع از چنین عواملی در حین آموزش بهره نمی برند. پژوهش حاضر با پژوهش های نک و گرین<sup>۱</sup> (۲۰۱۱) که بیان کردند آموزش کارآفرینی به دلیل روش تدریس نه عملی، بلکه کاملاً کتابی و آزادی تصمیم گیری فردی، دقیق تلقی نمی شود و در جایی که ماهیت عملی پیدا کرده است نادیده گرفته می شود. همچنین با پژوهش اوستریک و همکاران (۲۰۱۰)<sup>۲</sup> که رابطه ناچیز بین مقاصد کارآفرینی و تحصیلات مرتبط با کارآفرینی همراه با ادعای تاثیر منفی بر شروع یک سرمایه گذاری جدید کارآفرینی را ارائه دادند، همراستا است.

سرانجام فرضیه سوم درک از نوآوری با در نظر گرفتن عواملی مانند شناسایی فرصت های کارآفرینی، فرهنگ حمایت از نوآوری و مهارت های سیاسی بر قصد کارآفرینی سنجیده است، براساس نتایج به دست آمده بر طبق تحلیل مسیر برآورد شده چون ضریب بین درک نوآوری و شناسایی فرصت های کارآفرینی کمتر از ۰,۳ است کارآموزان واجد شرایط در مجتمع آموزشی البرز از حیث این دو عامل ضعیف هستند. بنابراین، با تقویت در این دو عامل می توانند به کارآفرینان موفق تری تبدیل شوند. اما در مقابل نقطه قوت این افراد نیت کارآفرینی و مهارت های سیاسی می باشد. بنابراین، با توجه به اینکه مشخص شده است افراد واجد شرایط کارآفرینی در مجتمع آموزشی البرز اعم از دانشجویان و دانش آموزان در برخی از شاخص ها ضعیف عمل می کند بهتر است با تقویت در این شاخص ها مانند حمایت خانوار، تحصیلات کارآفرین، منبع خود کنترلی و تمایل به ریسک در بعد آموزش کارآفرینی و شناسایی نیت های کارآفرینی در بعد درک نوآوری نسبت به تقویت سازمان به منظور کارآفرینی اقدام نمایند. پژوهش حاضر با پژوهش های ااتا کانوم و همکاران (۲۰۲۰) که نشان دادند نوآوری تاثیر قابل توجهی بر روی نیت کارآفرینی دارد. همچنین با پژوهش تیووم

<sup>۱</sup>Neck & Greene<sup>۲</sup>Oosterbeek et al

و همکاران (۲۰۲۱) که نشان دادند که نوآوری فردی بر اهداف کارآفرینی تأثیر می‌گذارد. و با نیز با پژوهش اختر و همکاران (۲۰۲۲) نشان دادند که خلاقیت و نوآوری بر کارآفرینی تأثیر گذار است. همچنین با پژوهش مک ادریچ و همکاران که در سال ۲۰۱۶، ادعا کردند که مهارت سیاسی را می‌توان برای توضیح اینکه چگونه کارآفرین فرصت‌های نفوذ اجتماعی را تشخیص می‌دهد استفاده کرد، همراستا است.

سرانجام، با توجه به اینکه همواره در دنیای واقعی تصمیم‌گیری‌ها با عدم قطعیت همراه است، پیشنهاد می‌شود که برای تعیین اهمیت عوامل یا اولویت بندی آنها با رعایت کردن عدم قطعیت در فرآیند تصمیم‌گیری با استفاده از روش‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره استفاده شود.

## منابع و ماخذ

- حسینی، شهیده؛ ابوالقاسمی، محمود؛ یداللهی فارسی؛ جهانگیر؛ رضایی؛ زاده، مرتضی (۱۳۹۶). شناسایی شایستگی‌های کارآفرینانه ی اعضای هیئت علمی دانشگاه‌های دولتی ایران (مورد مطالعه: دانشگاه شهید بهشتی)، علوم تربیتی، ۲۴(۱)، ۱۷۸-۱۵۱.
- علیمراد، هاجر، شریف، حبیب. (۱۴۰۱). اهمیت تفکر خلاق و آموزش ارزش‌های کارآفرینی در مدارس. نشریه ریاضی و جامعه، ۷(۴)، ۸۴-۷۹.
- فرمانی، روح اله؛ نژادمحمد نامقی، احسانه. (۱۴۰۰). ارائه مدلی جهت بررسی عوامل موثر بر رفتار کارآفرینی در حوزه استراتژی سازمانی. دانش کارآفرینی، ۱(۱).
- قوامی، علی؛ صرافی زاده قزوینی، اصغر؛ بدیع زاده، علی؛ عالم تبریز، اکبر (۱۳۹۸). عوامل تاثیرگذار بر کارآفرینی سازمانی فناورانه: با رویکرد کسب و کارهای الکترونیک. فصلنامه مدیریت توسعه فن‌آوری، ۷(۳)، ۶۱-۳۷.
- محبت، هدیه؛ فتحی واجارگاه، کوروش؛ جعفری، پروش (۱۳۹۸). شناسایی مدل و تدوین شایستگی‌های اعضای هیأت علمی دانشگاهها و مؤسسات آموزش عالی ایران: یک مطالعه ی کیفی، آموزش و توسعه منابع انسانی، ۶(۲۱)، ۹۲-۶۷.
- AKHTER, A., KARIM, M. M., & ISLAM, K. (2022). The Impact of Creativity and Innovativeness on Digital Entrepreneurship: Empirical Evidence from Bangladesh. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 9(3), 77-82.
- Allen, G. C. (2019). Understanding China's AI strategy: Clues to Chinese strategic thinking on artificial intelligence and national security.
- Al-Mamary, Y. H., & Alshallaqi, M. (2022). Impact of autonomy, innovativeness, risk-taking, proactiveness, and competitive aggressiveness on students' intention to start a new venture. *Journal of Innovation & Knowledge*, 7(4), 100239.



Al-Zu'bi, H. A. (2016). Strategic Thinking Competencies and their Impact on Strategic Flexibility. *Journal of Current Research in Science*, 4(1), 35.

Bleidorn, W., Hopwood, C. J., Back, M. D., Denissen, J. J., Hennecke, M., Hill, P. L., ... & Zimmermann, J. (2021). Personality trait stability and change. *Personality Science*, 2, ۱-۲۰.

Boiko, V., Kwilinski, A., Misiuk, M., & Boiko, L. (2019). Competitive advantages of wholesale markets of agricultural products as a type of entrepreneurial activity: the experience of Ukraine and Poland. *Економічний часопис-XXI*, 175(1-2), 68-72.

Bruton, G. D., Lewis, A., Cerecedo-Lopez, J. A., & Chapman, K. (2023). A racialized view of entrepreneurship: A review and proposal for future research. *Academy of Management Annals*, 17(2), 492-515.

Chandra, Y. (2022). Non-fungible token-enabled entrepreneurship: A conceptual framework. *Journal of Business Venturing Insights*, 18, e00323.

Chen, L., Gong, Y., Song, Y., & Wang, M. (2021). From creative environment to administrative innovation: Creation and implementation in top management teams. *The Journal of Creative Behavior*, 55(3), 604-621.

Drucker, P. F. (2002). The discipline of innovation. *Harvard business review*, 80(8), 95-۱۰۲.

Fillis, D., & Rentschler, R. (2010). The role of creativity in entrepreneurship. *J. Enterprising Cult.* 18, 49-81.

Goodyear, P. (2015). Teaching as design. *Herdsa review of higher education*, 2(2), 27-۵۰.

Hoppe, M., Westerberg, M., & Leffler, E. (2017). Educational approaches to entrepreneurship in higher education: A view from the Swedish horizon. *Education+ Training*.

Kanter, R. M. (2006). Innovation: the classic traps. *Harvard business review*, 84(11), 72.

Karabulut, A. T. (2016). Personality traits on entrepreneurial intention. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 229, 12-21.

Liao, Y. K., Nguyen, V. H. A., Chi, H. K., & Nguyen, H. H. (2022). Unraveling the direct and indirect effects of entrepreneurial education and mindset on entrepreneurial intention: The moderating role of entrepreneurial passion. *Global Business and Organizational Excellence*, 41(3), 23-40.

Luo, J., Zhang, B., Cao, M., & Roberts, B. W. (2023). The stressful personality: A meta-analytical review of the relation between personality and stress. *Personality and social psychology review*, 27(2), 128-194.

Neck, H. M., & Greene, P. G. (2011). Entrepreneurship education: known worlds and new frontiers. *Journal of small business management*, 49(1), 55-70.

Nodira, T. (2022). Priorities for organizing entrepreneurial activities in the agricultural sector. *Journal of Academic Research and Trends in Educational Sciences*, 1(10), 192-۱۹۹.

Oosterbeek, H., Van Praag, M., & Ijsselstein, A. (2010). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation. *European economic review*, 54(3), 442-454.

Phan, L. V., & Rauthmann, J. F. (2021). Personality computing: New frontiers in personality assessment. *Social and personality psychology compass*, 15(7), e12624.

Rahmonova, S. A. Q. (2021, December). MODERN TEACHING METHODS AND WAYS TOWARD QUALITY IN EDUCATION. In *Interdisciplinary Conference of Young Scholars in Social Sciences (USA)* (pp. 26-28).

Read, J. (2004). 7. research in teaching vocabulary. *Annual Review of Applied Linguistics*, 24, 146-161.

Schlaegel, C., Engle, R. L., Richter, N. F., & Taureck, P. C. (2021). Personal factors, entrepreneurial intention, and entrepreneurial status: A multinational study in three institutional environments. *Journal of International Entrepreneurship*, 1-42.

Tu, B., Bhowmik, R., Hasan, M., Asheq, A. A., Rahaman, M., & Chen, X. (2021). Graduate Students' Behavioral Intention towards Social Entrepreneurship: Role of Social Vision, Innovativeness, Social Proactiveness, and Risk Taking. *Sustainability*, 13(11), 6386.

Twum, K. K., Kwakwa, P. A., Ofori, D., & Nkukpornu, A. (2021). The relationship between individual entrepreneurial orientation, network ties, and entrepreneurial intention of undergraduate students: implications on entrepreneurial education. *Entrepreneurship Education*, 4(1), 39-66.

Urbano, D., Audretsch, D., Aparicio, S., & Noguera, M. (2020). Does entrepreneurial activity matter for economic growth in developing countries? The role of the institutional environment. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16, 1065-1099.

Von Esch, K. S., Motha, S., & Kubota, R. (2020). Race and language teaching. *Language Teaching*, 53(4), 391-421.

Wathanakom, N., Khlaisang, J., & Songkram, N. (2020). The study of the causal relationship between innovativeness and entrepreneurial intention among undergraduate students. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(1), 1-13.

## **Investigating the impact of innovation, education and personality traits on students' entrepreneurship intention: a case study of Alborz educational complex**

*Faegheh Kargar Pasokhdeh and Mehdi Zaki Pour<sup>\*</sup>*

### *Abstract*

In this research, we have studied the influence of the role of innovation, education and personality traits on entrepreneurial intentions. For this purpose, the method of structural equations has been discussed to explain the general pattern in this regard. To build this model, 3 main categories and 14 sub-categories have been considered, and the main categories include three components: personality traits, entrepreneurship education and innovation understanding. According to the results, the relationship between entrepreneurship education and the need for achievement Impact factor 0.24, the relationship between understanding innovation and identifying entrepreneurial opportunities with an impact factor 0.19; with the intention of entrepreneurship with an impact factor of 0.17; They are identified with the culture of supporting innovation and political communities with a meaningless effect coefficient of 0.20. Also, it can be claimed that in the Alborz educational complex, these indicators are not paid attention to for the purpose of entrepreneurship; therefore, it is necessary to strengthen the educational complex by strengthening these indicators. Finally, due to the fact that the presented model performed well in statistical tests, its validity is also concluded. According to the findings of the research, the role of innovation, education and personality traits in the entrepreneurial intention of students is related to the discussions related to the development of entrepreneurial skills and spirits in the society, which is very important in solving the problems of individual and economic development of the society.

**Keywords:** Entrepreneurship, Entrepreneurial Intention, Education, Personality Traits.

---

Ph.D. Candidate in Business Management, Faculty of Management, Qazvin Branch, Islamic Azad university, Qazvin, Iran. Email Address: [fkpasokhdeh@gmail.com](mailto:fkpasokhdeh@gmail.com)

Corresponding Author, Assistant Professor, Department of Business Management, Qazvin Branch, Islamic Azad University, Qazvin, Iran. Email Address: [mehdizakipour@gmail.com](mailto:mehdizakipour@gmail.com).