



Investigating the Relationship between Source of Control and Digital Entrepreneurship Intention with the Moderating Role of Entrepreneurship Education Based on the Theory of Planned Behavior

Babak Shayesteh^{✉1} | Sepideh Moazen² | Abdolamir Mansori³

1. Department of Entrepreneurship, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran.
(Corresponding Author). E-mail: b.shayesteh@yahoo.com
2. Department of Public Administration, Faculty of Management, Islamic Azad University, South Tehran Branch, Tehran, Iran.
E-mail: sepidehmoazen1371@gmail.com
3. Department of Economics, Faculty of Economics, University of Tehran, Tehran, Iran.
E-mail: a.mansori@yahoo.com

Article Info

ABSTRACT

Article type:
Research Article

Article history:
Received: 31 May 2023
Received in revised form:
24 Jun 2023
Accepted: 24 Jun 2023
Available online: 24 Jun
2023

Keywords:
Entrepreneurship
Education;
Digital Entrepreneurship
Intention;
Digital Entrepreneurship;
Source of Control;
Planned Behavior.

Digital entrepreneurship is an emerging approach of innovation, so it is necessary to conduct more studies on this issue. For this purpose, the current research was conducted with the aim of determining the relationship between the source of control and the intention of digital entrepreneurship with the moderating role of entrepreneurship education based on the theory of planned behavior. The statistical population of the current study consisted of all students of management, information technology and computer fields of Shahid Bahonar University of Kerman, of which 380 people were selected by stratified random sampling. The data collection tool in this research was questionnaires and the validity and reliability of these questionnaires were examined using confirmatory factor analysis. The data was analyzed using the partial least squares method and with the help of SmartPLS software. The findings of the research showed that the source of internal control has a positive and significant relationship with the attitudes and behavioral control of digital entrepreneurship but it does not have a significant relationship with relational mental norms. In addition, entrepreneurship education plays a positive moderating role in the relationships between source of control, planning and digital entrepreneurship intention. At the end of this research, it was suggested that the trainers should pay more attention to the attitude and perceived behaviors of the learners in entrepreneurship training and that these trainings should be related to the source of internal control and planning behaviors (attitude and perceived behaviors) of the learners.

Education and Management of Entrepreneurship, 2023, Vol. 2, No. 2, pp 1-20

Cite this article: Shayesteh, B., Moazen, S., & Mansori, A. (2023). Investigating the Relationship between Source of Control and Digital Entrepreneurship Intention with the Moderating Role of Entrepreneurship Education Based on the Theory of Planned Behavior. *Education and Management of Entrepreneurship*, 2 (2), 1-20. doi: 10.22126/eme.2023.9198.1029 (in Persian).



© The Author(s).
DOI: <https://doi.org/10.22126/eme.2023.9198.1029>

Publisher: Razi University



بررسی رابطه بین منبع کنترل و قصد کارآفرینی دیجیتال با نقش تعدیل‌گری آموزش کارآفرینی بر اساس نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده

بابک شایسته^۱ | سپیده مؤذن^۲ | عبدالامیر منصوری^۳

۱. گروه کارآفرینی، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

(نویسنده مسئول). رایانامه: b.shayesteh@yahoo.com

۲. گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، تهران، ایران.

رایانامه: sepidehmoazen1371@gmail.com

۳. گروه اقتصاد، دانشکده اقتصاد، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

رایانامه: a.mansori@yahoo.com

چکیده

اطلاعات مقاله

کارآفرینی دیجیتال رویکردی نوظهور از نوآوری است؛ بنابراین لازم است مطالعات بیشتری پیرامون این موضوع صورت گیرد. بدین منظور این پژوهش با هدف بررسی رابطه بین منبع کنترل و قصد کارآفرینی دیجیتال با نقش تعدیل‌گری آموزش کارآفرینی بر اساس نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده انجام شد. جامعه آماری پژوهش شامل همه دانشجویان رشته های مدیریت، فناوری اطلاعات و کامپیوتر دانشگاه شهید باهنر کرمان بود که از این میان تعداد ۳۸۰ نفر به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسش‌نامه بود که روایی و پایایی آن با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی بررسی و تأیید شد. داده‌ها با استفاده از روش حداقل مربعات جزئی و به کمک نرم‌افزار Smart PLS نسخه ۳ تجزیه و تحلیل شدند. یافته‌های پژوهش نشان داد که منبع کنترل درونی، رابطه مثبت و معناداری با نگرش‌ها و کنترل رفتاری کارآفرینی دیجیتال دارد اما با هنجارهای ذهنی رابطه معناداری ندارد. افزون بر این، آموزش کارآفرینی نقش تعدیل‌کننده مثبتی در روابط بین منبع کنترل، برنامه‌ریزی و قصد کارآفرینی دیجیتال ایفا می‌کند. در پایان پژوهش پیشنهاد شد که مربیان در آموزش‌های کارآفرینی به نگرش و رفتارهای ادراک‌شده فراگیران توجه بیشتری داشته و این آموزش‌ها مرتبط با منبع کنترل درونی و رفتارهای برنامه‌ریزی (نگرش و رفتارهای ادراک‌شده) فراگیران باشد.

نوع مقاله:

مقاله علمی- پژوهشی

تاریخچه مقاله:

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۳/۱۰

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۰۴/۰۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۴/۰۳

دسترسی آنلاین: ۱۴۰۲/۰۴/۰۳

کلیدواژه‌ها:

آموزش کارآفرینی،

قصد کارآفرینی دیجیتال،

کارآفرینی دیجیتال،

منبع کنترل،

رفتار برنامه‌ریزی شده.

آموزش و مدیریت کارآفرینی، دوره ۲، شماره ۲، سال ۱۴۰۲، صفحات ۲۰-۱

استناد: شایسته، بابک؛ مؤذن، سپیده؛ منصوری، عبدالامیر (۱۴۰۲). بررسی رابطه بین منبع کنترل و قصد کارآفرینی دیجیتال با نقش

تعدیل‌گری آموزش کارآفرینی بر اساس نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده. *آموزش و مدیریت کارآفرینی*، ۲ (۲)، ۱-۲۰. doi: 10.22126/eme.2023.9198.1029



نویسندگان ©

DOI: <https://doi.org/10.22126/eme.2023.9198.1029>

ناشر: دانشگاه رازی

مقدمه

رشد مداوم تجارت الکترونیک و تکامل فناوری اطلاعات باعث رشد کارآفرینی دیجیتال شده است (ژو و لی^۱، ۲۰۲۳؛ چانگ و همکاران^۲، ۲۰۱۸؛ وانگ و همکاران^۳، ۲۰۱۶). مزیت‌های کلیدی کسب‌وکارهای آنلاین نسبت به شرکت‌های سنتی شامل هزینه‌های راه‌اندازی کمتر، دسترسی جغرافیایی وسیع‌تر و تعامل بیشتر با مشتریان است (وانگ و همکاران، ۲۰۱۶). کارآفرینی دیجیتال یک رویکرد نوظهور از نوآوری است. از آنجا که کارآفرینی دیجیتال در مقایسه با مدل‌های کسب‌وکار سنتی دارای مزیت‌هایی از قبیل داشتن هزینه‌های عملیاتی کمتر و آستانه پایین‌تر برای استارت‌آپ‌ها است، به تدریج به نوعی از کارآفرینی تبدیل شده است که به راحتی توسط نسل جوان پذیرفته شده و در دسترس است (چانگ^۴، ۲۰۲۰).

حوزه نوآوری و کارآفرینی که به عنوان کارآفرینی دیجیتالی شناخته می‌شود، حوزه‌ای است که به نسل امروزی مرتبط است و انتخاب روزافزونی از مکان‌ها برای مطالعه فرصت‌های شغلی مرتبط با کارآفرینی را فراهم می‌کند (کراوس^۵، ۲۰۱۹). ایجاد و پیگیری فرصت‌های کارآفرینی از طریق استفاده از سیستم‌های عامل فنی و احتمالاً سایر تجهیزات تخصصی، ارتباطی و اطلاعاتی تعریفی است که بیشتر معنای اصطلاح «کارآفرینی دیجیتال» را نشان می‌دهد. در نتیجه، کارآفرینی دیجیتال می‌تواند به خوبی تحت طیفی از گروه‌های مختلف مورد استفاده قرار گیرد. این زیرمجموعه‌ها (مانند بازاریابی محصول، فروش محصول، محصولات و خدمات، سیستم‌های ذخیره و توزیع، فرایندهای مدیریت و سیستم‌های عملیات تجاری)، همراه با زیرمجموعه‌های جدیدی که ممکن است در نتیجه بهبود و توسعه فناوری پدیدار شوند که در معرض تغییر به عنوان یک نتیجه مستقیم از پیشرفت تکنولوژی است (آنتونیزی^۶، ۲۰۲۰).

مطالعات نشان داده است یکی از عوامل تأثیرگذار بر کارآفرینی دیجیتال، قصد کارآفرینی است (بازن^۷، ۲۰۲۰). قصد به معنای ارزیابی یک شخص نسبت به یک رفتار خاص است، به همین ترتیب، هر چه سطح مثبت بودن در مورد پیامدهای شروع یک راه‌اندازی بالاتر باشد، مطلوبیت اجرای آن بیشتر خواهد بود (جونوسالو و همکاران^۸، ۲۰۱۵). قصد، مقدمه کلیدی عمل است و مطالعه قصد کارآفرینی می‌تواند درک افراد از شناخت و الگوهای رفتاری کارآفرینی را عمیق‌تر کند. شکل‌گیری قصد کارآفرینی محصول تعامل بین افراد و محیط است (سان و همکاران^۹، ۲۰۱۷).

یکی از دلایلی که برخی از مدیران کارآفرین در شرایط محیطی - حمایتی قصد کارآفرینی دیجیتال پایینی دارند، نداشتن رفتار برنامه‌ریزی شده مناسب است. از آنجا که کارآفرینی دیجیتال یک کار برنامه‌ریزی شده و دقیق است، نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده به عنوان یکی از نظریه‌های مهمی است که در زمینه قصد کارآفرینی مطرح است (فایول و همکاران^{۱۰}، ۲۰۱۴). بر اساس نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده (آجزن^{۱۱}، ۲۰۰۲)، کنترل رفتاری

1. Zhou & Lee
2. Chang et al.
3. Wang et al.
4. Chang
5. Kraus
6. Antonizzi
7. Bazan
8. Joensuu-Salo et al.
9. Sun et al.
10. Fayolle et al.
11. Ajzen

ادراک‌شده، هنجارهای ذهنی و نگرش نسبت به انجام یک کار، موجب می‌شود قصد فرد در انجام آن عمل تقویت شود. در این راستا دائو^۱ (۲۰۲۱) نشان داد که در نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده، بجز هنجارهای ذهنی بقیه عوامل بر قصد کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری دارند. الجباری^۲ (۲۰۱۹) در پژوهش خود نشان داد که ارضای نیازهای روان‌شناسی از طریق نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده بر قصد کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری دارد.

از دیگر عوامل مرتبط با قصد کارآفرینی منبع کنترل است (لستاری^۳، ۲۰۲۳). منبع کنترل به معنی میزان توانایی فرد در کنترل و مدیریت رویدادها و نتایج حاصل از کاری که انجام می‌دهد تعریف شده است (ژیا و ما^۴، ۲۰۲۰)؛ بنابراین نشان‌دهنده باورها و ارزیابی‌هایی است که فرد از شکست‌ها و موفقیت‌های خود به عمل می‌آورد (ازدمیر و بکتاس^۵، ۲۰۲۱). منبع کنترل به دو نوع منبع کنترل درونی و بیرونی دسته‌بندی می‌شود. افراد دارای منبع کنترل درونی موفقیت‌ها و شکست خود را ناشی از توانایی و یا عدم توانایی خود می‌دانند در حالی که افراد با منبع کنترل خارجی، موفقیت‌ها و شکست خود را ناشی از عوامل بیرونی همچون دیگران، بخت یا اقبال می‌دانند (اسانتی^۶، ۲۰۱۹). آرکورفول و هیلتون^۷ (۲۰۲۲) در پژوهش خود نشان دادند که بین منبع کنترل درونی با قصد کارآفرینی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و منبع کنترل تا ۲۱٪ به قصد کارآفرینی کمک می‌کند.

از سویی وقتی فراگیران در باره کارآفرینی اطلاعات کمی دارند، آموزش‌های کارآفرینی تأثیر قابل توجهی بر قصد کارآفرینی آن‌ها می‌گذارد. آموزش کارآفرینی تمرکز بر آموزش مهارت‌هایی دارد که برای راه‌اندازی یک کسب‌وکار لازم و ضروری است و مانند پلی ارتباط‌دهنده بین نظریه و عمل است. در عصر حاضر به دلیل تحولات و پیشرفت فناوری و ارتباطات، این نوع آموزش بیش از پیش مورد نیاز است (جونز و همکاران^۸، ۲۰۱۷). آموزش کارآفرینی موجب توسعه همه مهارت‌های ضروری برای کارآفرینی می‌شود و در پی آن، موفقیت برای کارآفرینی را به دنبال دارد (واردانا و همکاران^۹، ۲۰۲۰). آموزش کارآفرینی در اکثر کشورهای پیشرفته به عنوان یک ضرورت انکارناپذیر تلقی می‌شود و این تفکر که کارآفرینان دارای ویژگی ذاتی هستند رد شده است. سرا و همکاران^{۱۰} (۲۰۲۰) و بیان و همکاران^{۱۱} (۲۰۲۱) در مطالعات خود نشان دادند که آموزش کارآفرینی تأثیر قابل توجهی بر قصد کارآفرینی دانشجویان دارد و موجب می‌شود که اهداف کارآفرینی و طرز فکر آنان تغییر کند.

چالش‌های همه‌گیری کووید-۱۹ به کارآفرینی دیجیتال دامن زده و فرصت‌های جدید زیادی ایجاد کرده است (تجویدی و تجویدی^{۱۲}، ۲۰۲۱). علی‌رغم افزایش کارآفرینی دیجیتال و حمایت دولتی مرتبط، قصد راه‌اندازی کسب‌وکار مبتنی بر اینترنت در میان دانشجویان کم است. برای مثال، در سال ۲۰۲۱ انجمن تحقیقات جهانی کارآفرینی گزارش داد که تنها ۱۵/۵٪ از بزرگ‌سالان در تایوان قصد راه‌اندازی کسب‌وکار در سه سال آینده را داشتند. علاوه بر این، آمارهای کلیدی مربوط به کارآفرینی دیجیتال نگرانی‌ها را در مورد ادامه توسعه در بخش تجارت مبتنی بر اینترنت افزایش می‌دهد. برای مثال، یک مطالعه نشان داد که بیش از ۹۰٪

1. Dao
2. Al-Jubari
3. Lestari
4. Xia & Ma
5. Ozdemir & Bektas
6. Asante
7. Arkorful & Hilton
8. Jones et al.
9. Wardana et al.
10. Çera et al.
11. Bian et al.
12. Tajvidi & Tajvidi

استارت‌آپ‌های آنلاین در ۱۲۰ روز اول به دلیل دانش و مهارت‌های ناکافی بازاریابی اینترنتی شکست می‌خورند (اسکلدون^۱، ۲۰۱۹). در ایران نیز به دلیل وجود مسائل فراوانی همچون ذهنیت نادرست، عدم وجود مشوق، نبود برنامه‌ریزی مناسب و آموزش در زمینه کارآفرینی دیجیتال سبب شده است که بسیاری از مدیران کارآفرین فقط به کارآفرینی سنتی توجه داشته باشند و فعالیت در زمینه کارآفرینی دیجیتال بسیار ضعیف و محدود باشد؛ لذا در این پژوهش به شناسایی عوامل کلیدی مؤثر بر ایجاد قصد کارآفرینی دیجیتال پرداخته شده است. بنابراین بر اساس مطالب بیان شده و چالش‌های مطرح شده، این پژوهش به دنبال پاسخ‌گویی به این سؤال است که چه رابطه‌ای بین منبع کنترل و قصد کارآفرینی دیجیتال با نقش تعدیل‌گری آموزش کارآفرینی بر اساس نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده در دانشجویان وجود دارد؟

ضرورت و اهمیت پژوهش حاضر در این است که قصد کارآفرینی شاخصی غیرقابل انکار برای اقدام کارآفرینی است، همچنین درک مقاصد کارآفرینی به مدیران کارآفرین و تصمیم‌گیرندگان این امکان را می‌دهد تا دیدگاه شفافی از نحوه ایجاد یک قصد، میزان ارزش‌ها و بینش‌ها داشته باشند و انگیزه‌های پدیدآورندگان کسب‌وکار جدید می‌تواند بر قصد آن‌ها برای شروع واقعی یک سرمایه‌گذاری جدید تأثیر بگذارد (وانگ و همکاران، ۲۰۱۱). تمرکز بر مقاصد کارآفرینی بسیار مهم است زیرا پیش‌بینی‌کننده و نشان‌دهنده رفتارهای واقعی کارآفرینی است، بنابراین زمانی که فردی قصد کارآفرین شدن را دارد، به احتمال زیاد درک مثبتی از آن رفتار خواهد داشت و یک تجارت واقعی را تشکیل می‌دهد. طبق بررسی به‌عمل آمده، قصد کارآفرینی مطابق نظریه‌های خودکارآمدی (وانگ و همکاران، ۲۰۲۰)، ویژگی‌های شخصیتی و نظریه خودتعیین‌گری (وانگ و همکاران، ۲۰۱۶)، نظریه تعیین هدف (چانگ و همکاران، ۲۰۱۸) و نظریه خودکارآمدی و روان‌شناسی مثبت (چانگ و همکاران، ۲۰۲۰) مورد بررسی قرار گرفته است؛ با این حال مطالعه‌ای در زمینه بررسی نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده در حیطه موضوع پژوهش حاضر یافت نشده است که نشان‌دهنده شکاف قابل توجهی در ادبیات موضوع است. از طرفی پیچیدگی مدیریت در کارآفرینی دیجیتال نسبت به زمینه‌های کارآفرینی سنتی موجب شده است که این افراد همواره با چالش‌های فراوانی روبه‌رو شوند. علاوه بر این، مدیران کارآفرین دیجیتال باید با تغییرات فناوری اطلاعات سازگار شوند و دانش خود را به‌روز کنند تا بتوانند نیازهای مصرف‌کنندگان را برآورده سازند. از طرفی، مدیریت یک گروه مجازی از افراد با زمینه‌های فرهنگی متفاوت می‌تواند دشوار باشد (تجویدی و تجویدی، ۲۰۲۱)؛ بنابراین، کارآفرینان دیجیتال در طول فرایند شروع و حفظ سرمایه‌گذاری‌های آنلاین به تعهد و پشتکار زیادی نیاز دارند و این نیازمند رفتار برنامه‌ریزی‌شده است. لذا کارآفرینی دیجیتال موضوعی است که سزاوار توجه بیشتر است؛ کارآفرینی دیجیتال دارای میزان شکست بالایی بوده (اسکلدون، ۲۰۱۹) و پیچیدگی مدیریتی بالایی دارد (تجویدی و تجویدی، ۲۰۲۱) و نیاز است که در این زمینه مطالعات گسترده‌تری انجام گیرد. لازم به ذکر است که اهمیت کاربردی این تحقیق در آن است که به گسترش مبانی نظری نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده و قصد کارآفرینی کمک می‌کند و نتایج حاصل از این مطالعه می‌تواند به عنوان چراغ راهی جهت راهنمایی کارآفرینان دیجیتال باشد.

مبانی نظری

نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده

نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده یک چارچوب مفهومی بسیار محبوب است که در مطالعه رفتار انسان کاربرد دارد

(آجزن، ۲۰۰۱). طبق این نظریه مهم‌ترین عامل در تعیین رفتار یک شخص، قصد فرد است که موجب انجام یک عمل خاص می‌شود و سپس ترکیبی از نگرش‌ها و هنجارهای ذهنی در رتبه‌های بعدی قرار می‌گیرند. نگرش فرد نسبت به رفتار شامل عقیده رفتاری بارز و ارزشیابی از نتایج رفتار و هنجارهای ذهنی شامل عقیده هنجاری و انگیزه برای اطاعت است. این نظریه یک قاعده کلی برای نگرش‌ها از طریق رفتارها فراهم می‌کند و توسط آجزن (۲۰۱۰) ارائه گردید. مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده این نظریه شامل نگرش نسبت به رفتار، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتار درک شده است. نگرش به معنی ارزیابی مثبت یا منفی فرد نسبت به رفتار است (آشوگ و همکاران، ۱۳۹۲). هنجارهای ذهنی به معنای درکی است که فرد از عوامل بیرونی در انجام دادن یا ندادن رفتار دارد (آجزن، ۲۰۱۱). کنترل رفتار درک شده به معنای ارزیابی فرد از سخت یا آسان بودن یک رفتار است و میزان استفاده شخص از مهارت‌ها، منابع و فرصت‌های مورد نیاز در جهت انجام رفتار را بیان می‌کند (مونتانو و کاسپرزیک^۱، ۲۰۱۵). در زمینه کارآفرینی، نگرش به عنوان ارزیابی مثبت یا منفی یک فرد در مورد راه‌اندازی یک کسب‌وکار جدید است. هنجارهای ذهنی به عنوان درک فرد از فشار اجتماعی و انتظارات افراد مهم مانند خانواده و دوستان برای شروع و یا عدم شروع یک کسب‌وکار اشاره دارد. کنترل رفتاری درک‌شده به درجه کنترلی که خود فرد بر فرایند ایجاد یک کسب‌وکار جدید دارد گفته می‌شود (فرستچنر^۲، ۲۰۱۳).

منبع کنترل

منبع کنترل به عنوان یک عامل مؤثر در تصمیم‌گیری تعریف‌شده است. منبع کنترل دارای دو بعد بیرونی و درونی است. منبع بیرونی شامل عامل محیطی مانند جامعه و فرهنگ است. در مقابل منبع درونی شامل انگیزه شخصی برای دستیابی به اهداف خود است و این یک فرایند دوطرفه است مانند دانشگاه‌ها که سعی می‌کنند برنامه‌های درسی و محیط خود را برای حمایت و ترویج کارآفرینی مناسب‌تر کنند. عوامل درونی تأثیر فراوانی در تصمیم‌گیری افراد دارد (لی و همکاران^۳، ۲۰۲۱). منبع کنترل درونی بالا نشان‌دهنده این باور است که مهارت‌ها، تلاش و توانایی فرد می‌تواند نتایج را تغییر دهد و او می‌تواند با تلاش فراوان به اهداف خود دست یابد (راتر^۴، ۱۹۶۶). منبع کنترل بیرونی بالا این باور را منعکس می‌کند که نیروهای خارجی نتایج فرد را تعیین می‌کنند و سرنوشت او به وسیله شانس کنترل می‌شود (لی، ۲۰۰۸). مفهوم ساختاری منبع کنترل توسط راتر (۱۹۶۶) و مقیاس تجدید نظر شده لولنسون و همکاران^۵ (۱۹۷۴) به‌طور جامع در ادبیات مدیریتی و سازمانی مورد بررسی قرار گرفته است. منبع کنترل هم‌اکنون به عنوان یکی از تأثیرگذارترین ویژگی‌های کارآفرینی شناخته‌شده است. منبع کنترل یک فرد میزان کنترل او بر زندگی است. منبع کنترل داخلی مهم‌ترین مسیر شغلی و نیات کارآفرینی بالاتر را برای کسب‌وکارهای موفق تعیین می‌کند. همچنین این اعتقاد مردم است که با اعمال آن محیط را کنترل می‌کنند. افرادی که منبع کنترل بالاتری دارند ریسک می‌کنند و کسب‌وکارهای موفق‌تری را ایجاد می‌کنند (گورول^۶، ۲۰۰۶). آن‌ها به اعمال خود برای کنترل محیط اعتقاد دارند. افرادی که امتیاز بالاتری در احساس کنترل دارند معمولاً چشم‌اندازهای روشنی برای آینده خود دارند. کارآفرینان زمانی که منبع کنترل داخلی آن‌ها حیاتی‌تر است، نیات عالی‌تری نشان می‌دهند (کریستیانسن و ایندارتی^۷، ۲۰۰۴). افراد تحت کنترل

1. Montano & Kasprzyk
2. Fretschner
3. Li et al.
4. Rotter
5. Lolenson et al.
6. Gurol
7. Kristiansen & Indarti

درونی با موفقیت علائق خود را نشان می‌دهند و به‌طور مثبت بر برخوردهای حیاتی غلبه می‌کنند. آن‌ها بجای تکیه بر افراد، به‌تنهایی تعامل اجتماعی را مدیریت می‌کنند.

آموزش کارآفرینی

آموزش کارآفرینی به مجموعه‌ای از دوره‌ها و فعالیت‌های آموزشی با هدف بهبود نگرش‌ها و مهارت‌های کارآفرینان اطلاق می‌شود (می و همکاران^۱، ۲۰۲۰). آموزش کارآفرینی در ادبیات نظری به دسته‌های مختلفی تقسیم‌بندی شده است. لینان و فایول^۲ (۲۰۱۵) چهار نوع آموزش را برای کارآفرینی پیشنهاد داده‌اند: ۱- آموزش برای کارآفرینی؛ ۲- آموزش در رابطه با کارآفرینی؛ ۳- آموزش آگاهی کارآفرینی و ۴- آموزش راه‌اندازی. آنان آموزش کارآفرینی را در سه بعد تعریف کرده‌اند؛ ۱- یادگیری برای کارآفرینی؛ ۲- آموزش کارآفرینان به کمک دانش عملی و ۳- تربیت مربیان کارآفرین با ارائه دانش نظری در مورد عوامل موفقیت و شکست کارآفرینی. آموزش کارآفرینی برای پرورش قصد کارآفرینی، دانش و مهارت‌های مرتبط با کارآفرینی (برای مثال برنامه‌ریزی کسب‌وکار، ارائه ایده‌های نوین) خودکارآمدی و رفتار پویای لازم برای مدیریت رشد کسب‌وکار، ضروری است (لینان و فایول، ۲۰۱۵). لاتانچسگر (۲۰۱۱) آموزش کارآفرینی را به دو دسته تقسیم کرده است: ۱- آموزش برای کارآفرینی (ارائه دانش عملی به فراگیران) و ۲- آموزش در مورد کارآفرینی (ارائه دانش نظری به فراگیران در مورد عوامل موفقیت و شکست کارآفرینی).

استهولمن و همکاران^۳ (۲۰۱۸) معتقدند آموزش کارآفرینی می‌تواند تمایل به کارآفرین شدن را افزایش دهد (پلتیر و اسکوتی^۴، ۲۰۱۰). برخی محققان ارزش آموزش کارآفرینی را تأیید کردند؛ آن‌ها استدلال کردند که آموزش کارآفرینی به ایجاد پیوند بین فرد و جامعه و اقتصاد و ارتباط آموزش عالی و اقتصاد کمک می‌کند (لینگاپا^۵، ۲۰۲۰). آموزش و پرورش و همچنین آموزش عالی نقش مهمی در آماده‌سازی جوانان برای بازار کار ایفا می‌کنند. آموزش حرفه‌ای به عنوان مهم‌ترین عامل در هموارسازی مسیر انتقال از دانشگاه و مدرسه به محیط کسب‌وکار است (ایچهورست^۶، ۲۰۱۸). پاردوگارسیا و باراک^۷ (۲۰۲۰) در مطالعات خود دریافتند که یک برنامه آموزشی فرصت مناسبی را برای دانشجویان جهت توسعه خلاقیت و کارآفرینی ایجاد می‌کند. روش‌های مورد استفاده برای سنجش کارایی برنامه‌های آموزش کارآفرینی عمدتاً بر سه حوزه متمرکز هستند: قصد کارآفرینی، فعالیت کارآفرینانه و مهارت‌های اکتسابی (لاگوناسانچز و همکاران^۸، ۲۰۲۰).

قصد کارآفرینی

اسکالتن و همکاران^۹ (۱۹۹۹) معتقد هستند که قصد کارآفرینی شناخت، ترجیح و تمایل رفتار درونی کارآفرین برای ایجاد یک کسب‌وکار جدید است. ایندارتی و کریستیانسن^{۱۰} (۲۰۰۳) قصد کارآفرینی را به عنوان یک نگرش و انتظار ذهنی از کارآفرینان بالقوه در مورد اینکه آیا آن‌ها در فعالیت‌های کارآفرینی شرکت می‌کنند یا

1. Mei et al.
2. Liñán & Fayolle
3. Stholmen et al.
4. Peltier & Scovotti
5. Lingappa
6. Eichhorst
7. Pardo-Garcia & Barac
8. Laguna-Sánchez et al.
9. Scholten et al.
10. Indarti & Kristiansen

خیر تعبیر می‌کنند. تامپسون^۱ (۲۰۰۹) قصد کارآفرینی را به عنوان این باور تعریف می‌کند که کارآفرینان قصد راه‌اندازی یک کسب‌وکار را دارند. به‌طور کلی قصد کارآفرینی حالتی روان‌شناختی است که توجه را به سمت اهداف تجاری خاص جهت دستیابی به نتایج کارآفرینانه هدایت می‌کند. وانگ و همکاران (۲۰۱۶) قصد کارآفرینی دیجیتال را به عنوان ارزیابی فرد از احتمال راه‌اندازی کسب‌وکار دیجیتال تعریف می‌کنند.

قصد کارآفرینی در حال تبدیل شدن به یک موضوع قابل تحقیق است. پیش از این، موانعی مانند کمبود بودجه و مواد اولیه و کارکنان غیرماهر به عنوان عوامل بازدارنده اصلی در راه‌اندازی و توسعه فعالیت‌های کارآفرینی تلقی می‌شدند. با این حال، با توجه به مقررات مختلف توسعه که توسط مقامات دولتی ایجاد شده است، قصد کارآفرینی به عنوان یک جزء مهم ظاهر گردیده است. قصد کارآفرینی را می‌توان به عنوان تمایل به راه‌اندازی یک تجارت یا کار برای خود توصیف کرد. جهت‌گیری‌های شخصی که ممکن است به توسعه سرمایه‌گذاری منجر شود نیز آرزوهای کارآفرینی محسوب می‌شوند.

قصد کارآفرینی یکی از مهم‌ترین متغیرها در شروع، رشد و توسعه کارآفرینی است (محمد و همکاران^۲، ۲۰۲۳). قصد کارآفرینی خودکفایی و ابتکار عمل را تشویق می‌کند. طبق مطالعات بیهقی^۳ (۲۰۱۹) و الفرایح^۴ (۲۰۲۲)، قصد شروع یک کسب‌وکار به عنوان یک عنصر تعیین‌کننده در تصمیم‌گیری برای دنبال کردن یک حرفه به عنوان یک کارآفرین در نظر گرفته می‌شود. برای کشف عواملی که بر قصد کارآفرینی افراد تأثیر می‌گذارند، به درک کامل مؤلفه‌هایی که قصد آن‌ها را هدایت می‌کنند، نیاز است. النادی و گیث^۵ (۲۰۲۱) دریافتند که اگر قصد کارآفرینی وجود نداشته باشد، هیچ گام کارآفرینی وجود نخواهد داشت. از این رو، محققان به منظور درک بهتر چگونگی و چرایی مشارکت مردم در ایجاد سرمایه‌گذاری، بر قصد کارآفرینی متمرکز شده‌اند.

پیشینه پژوهش

رامادانی و همکاران^۶ (۲۰۲۳) پژوهشی تحت عنوان تأثیر ضریب ناملايمات و منبع کنترل بر قصد کارآفرینی دانشجویان دانشگاه ملاورمان انجام دادند. یافته‌ها نشان داد که ضریب ناملايمات و منبع کنترل بر نیت کارآفرینی تأثیر می‌گذارند. آرکورفول و هیلتون (۲۰۲۲) در پژوهش خود نشان دادند که بین منبع کنترل درونی با قصد کارآفرینی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و منبع کنترل تا ۲۱٪ به قصد کارآفرینی کمک می‌کند. محمود و همکاران^۷ (۲۰۲۳) در پژوهش خود نشان دادند که ضریب ناملايمات و منبع کنترل بر قصد کارآفرینی تأثیر می‌گذارند و این تمایل در دانش‌آموزان برای عمل به مقاصد مذکور، مانند شرکت در سمینارها و انجام تحقیق در مورد موضوعات کارآفرینی دیده می‌شود.

یان و همکاران^۸ (۲۰۲۳) پژوهشی با هدف بررسی رابطه بین آموزش کارآفرینی و مقاصد کارآفرینی را با استفاده از نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده انجام دادند. نتایج این پژوهش نشان داد رفتار برنامه‌ریزی‌شده با نگرش کارآفرینی همبستگی مطلوبی دارد. همچنین نتایج دیگر این پژوهش نشان داد آموزش کارآفرینی بر مقاصد کارآفرینی تأثیر معناداری می‌گذارد. مارتینز گریو و همکاران^۹ (۲۰۲۱) در یک پژوهش فراتحلیل، به بررسی

1. Thompson
2. Mohamed et al.
3. Baihaqi
4. Alferaih
5. Elnadi & Gheith
6. Ramadani et al.
7. Mahmud et al.
8. Yan et al.
9. Martínez-Gregorio et al.

تأثیر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی و پیامدهای مرتبط پرداختند. نتایج این پژوهش نشان داد آموزش‌های کارآفرینی در افزایش قصد کارآفرینی و خودکارآمدی کارآفرینی مؤثر است.

دائو^۱ (۲۰۲۱) پژوهشی با هدف تأثیر رشته‌های تحصیلی بر قصد کارآفرینی دانشجویان به کمک بسط نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده انجام داد. یافته‌های اصلی نشان داد که در نظریه برنامه‌ریزی شده رفتار، بجز هنجارهای ذهنی بقیه عوامل بر قصد کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری دارند و خطرات ادراک شده تأثیر منفی بر قصد کارآفرینی افراد می‌گذارد. ژانگ و همکاران^۲ (۲۰۱۹) پژوهشی تحت عنوان «چگونه یادگیری کارآفرینی بر قصد فرد نسبت به کارآفرینی تأثیر می‌گذارد: یک رویکرد رفتار برنامه‌ریزی شده» انجام داد. یافته‌ها نشان داد که رابطه مثبتی بین یادگیری کارآفرینانه و قصد کارآفرینی وجود دارد و اثرات میانجی یادگیری کارآفرینی بر قصد کارآفرینی از طریق نگرش‌ها و کنترل رفتاری درک شده، با قرار گرفتن در معرض کارآفرینی تعدیل می‌شود.

اگان و همکاران^۳ (۲۰۱۷) یک نظرسنجی طولی از دانشجویان بازرگانی در یکی از دانشگاه‌های بریتانیا انجام دادند و به یادگیری و الهامات کارآفرینی بالاتری در آنها نسبت به هم‌تایان غیرآموزش دیده دست یافتند. آن‌ها دریافتند که آموزش کارآفرینی دانش و مهارت‌های کسب و کار دانشجویان را به میزان قابل توجهی بهبود بخشیده و مشارکت آن‌ها را در مشاغل کوچک پس از فارغ التحصیلی به میزان قابل توجهی افزایش داده است. چانگ (۲۰۲۰) پژوهشی باهدف بررسی تأثیر تفکر مثبت در رابطه بین خودکارآمدی دیجیتال و قصد کارآفرینی دیجیتال انجام داد. نتایج این مطالعه نشان داد که خودکارآمدی کارآفرین دیجیتال تأثیر مثبت و معناداری بر نیت کارآفرینی دیجیتال دارد؛ درحالی‌که تفکر مثبت تأثیری ندارد و تفکر مثبت در واقع رابطه بین خودکارآمدی کارآفرینی دیجیتال و نیت کارآفرینی دیجیتال را تعدیل می‌کند.

الماماری^۴ (۲۰۲۲) پژوهشی تحت عنوان درک قصد و رفتار کارآفرینی در پرتو مدل رفتار برنامه‌ریزی شده از دیدگاه کارآفرینی دیجیتال انجام داد. نتایج این پژوهش نشان داد نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده برای کمک به توسعه زمینه کارآفرینی و به‌طور کلی حمایت از قصد کارآفرینی دیجیتال مؤثر است. الجباری (۲۰۱۹) پژوهشی با هدف بررسی تأثیر مستقیم و غیرمستقیم ارضای نیازهای روان‌شناسی از راه نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده بر قصد کارآفرینی پرداخت. یافته‌های مطالعه از یکپارچگی نظری مدل پشتیبانی می‌کند که در آن ارضای نیازهای روان‌شناختی پایه، تأثیر مثبتی بر نگرش نسبت به کارآفرینی، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتاری درک شده دارد و به‌نوبه خود تأثیر مثبتی بر قصد کارآفرینی دارد. یافته‌ها نشان‌دهنده میانجی‌گری کامل نگرش نسبت به کارآفرینی و کنترل رفتاری ادراک شده به دلیل تأثیر مستقیم ناچیز ارضای نیاز بر قصد کارآفرینی است، در حالی که در مورد هنجارهای ذهنی اثر میانجی مشاهده نشد. خلیلی خضرآبادی و حسنی (۱۴۰۱) پژوهشی تحت عنوان "تأثیر آموزش کارآفرینی و هویت اجتماعی کارآفرینانه بر قصد کارآفرینانه دانشجویان؛ نقش میانجی خودکارآمدی کارآفرینی" انجام دادند. یافته‌های این پژوهش نشان داد خودکارآمدی کارآفرینی دانشجویان در رابطه‌ی بین هویت کارآفرینانه با قصد کارآفرینی، نقش میانجی دارد، لیکن آموزش‌های کارآفرینی نتوانسته‌اند به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم ارتباطی معنادار با گسترش قصد کارآفرینانه دانشجویان داشته باشند.

مالکی و جوکار (۱۴۰۱) در پژوهش خود نشان دادند خودکارآمدی کارآفرینی بر قصد کارآفرینی استراتژیک با نقش میانجی‌گری هنجارهای ذهنی مؤثر است. مرادی‌نژاد (۱۴۰۱) پژوهشی با عنوان تأثیر عوامل محیطی بر

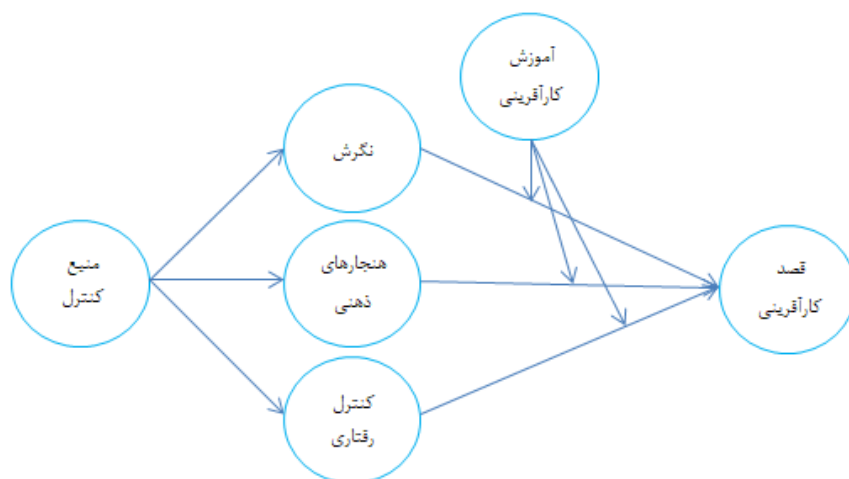
1. Dao
2. Zhang et al.
3. Egan et al.
4. Al-Mamary

قصد کارآفرینانه دانش‌آموزان مدارس متوسطه شهرستان دزفول انجام داد. یافته‌ها نشان داد که حمایت رابطه‌ای درک شده تأثیر مثبت و معناداری بر قصد کارآفرینانه دانش‌آموزان دارد؛ ولی اثر متغیرهای حمایت آموزشی و ساختاری درک شده بر قصد کارآفرینانه دانش‌آموزان مورد مطالعه تأیید نشد.

قنبری و رحمتی (۱۴۰۱) پژوهشی تحت عنوان تأثیر آموزش کارآفرینی مبتنی بر عمل بر رفتار کارآفرینانه با توجه به نقش میانجی قصد کارآفرینی و جهت‌گیری کارآفرینانه انجام دادند. یافته‌ها نشان داد جهت‌گیری کارآفرینانه نه تنها بر رفتار کارآفرینانه تأثیر مثبت و مستقیم دارد بلکه رابطه میان آموزش کارآفرینانه و رفتار کارآفرینانه را نیز میانجی‌گری می‌کند. در صورتی که قصد کارآفرینی این تأثیر را بر رفتار کارآفرینانه نداشته و به دنبال آن، رابطه میان آموزش کارآفرینانه و رفتار کارآفرینانه را نیز میانجی‌گری نمی‌کند.

بر اساس مبانی نظری و پیشینه بیان‌شده فرضیات پژوهش به شرح زیر است:

- ۱- منبع کنترل بر نگرش نسبت به کارآفرینی دیجیتال تأثیر معناداری دارد.
- ۲- منبع کنترل بر هنجارهای ذهنی نسبت به کارآفرینی دیجیتال تأثیر معناداری دارد.
- ۳- منبع کنترل بر کنترل رفتارهای درک شده نسبت به کارآفرینی دیجیتال تأثیر معناداری دارد.
- ۴- نگرش نسبت به کارآفرینی بر قصد کارآفرینی دیجیتال تأثیر معناداری دارد.
- ۵- هنجارهای ذهنی در مورد کارآفرینی بر قصد کارآفرینی دیجیتال تأثیر معناداری دارد.
- ۶- کنترل رفتاری درک شده نسبت به کارآفرینی بر قصد کارآفرینی دیجیتال تأثیر معناداری دارد.
- ۷- آموزش کارآفرینی به طور مثبت، تأثیر نگرش به کارآفرینی را بر قصد کارآفرینی دیجیتال تعدیل می‌کند.
- ۸- آموزش کارآفرینی به طور مثبت، تأثیر هنجارهای ذهنی در مورد کارآفرینی را بر قصد کارآفرینی دیجیتال تعدیل می‌کند.
- ۹- آموزش کارآفرینی به طور مثبت تأثیر کنترل رفتارهای درک شده کارآفرینی را بر قصد کارآفرینی دیجیتال تعدیل می‌کند.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر روش پژوهش در زمره پژوهش‌های توصیفی از نوع همبستگی است که در مقطعی از زمان و به شیوه پیمایشی انجام شده است.

جامعه آماری پژوهش حاضر را کلیه دانشجویان رشته مدیریت، فناوری اطلاعات و کامپیوتر دانشگاه شهید

باهنر کرمان تشکیل می‌دهند که مجموع آن‌ها ۱۴۵۰ نفر بود. در روش معادلات ساختاری تعیین حجم نمونه می‌تواند بین ۵ تا ۱۵ مشاهده به ازای هر متغیر اندازه‌گیری شده تعیین شود. با توجه به اینکه مجموعاً تعداد گویه‌های مطرح شده در پرسش‌نامه‌های این پژوهش ۵۶ گویه است، لذا حجم نمونه می‌تواند بین ۲۸۰ تا ۸۴۰ نفر انتخاب شود که در این پژوهش ۳۸۰ نفر در نظر گرفته شد و به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای با انتساب متناسب انتخاب شدند (مطابق جدول ۱).

جدول ۱. معرفی جامعه آماری و انتساب نمونه‌ها (یافته‌های پژوهش)

رشته کامپیوتر	رشته فناوری اطلاعات	رشته مدیریت	مجموع
تعداد افراد در هر گروه جامعه آماری	۴۵۰	۶۰۰	۱۴۵۰
نسبت افراد در هر گروه جامعه	٪۳۱	٪۴۱	٪۱۰۰
تعداد افراد نمونه در هر گروه	۱۱۹	۱۵۸	۳۸۰

مطابق جدول ۱، تعداد ۱۰۳ نفر از رشته کامپیوتر، ۱۱۹ نفر از رشته فناوری اطلاعات و ۱۵۸ نفر از رشته مدیریت انتخاب شدند.

ابزار سنجش در این پژوهش شامل پرسش‌نامه قصد کارآفرینی دیجیتال بارال و همکاران^۱ (۲۰۱۸) شامل ۸ سؤال و ۴ بعد؛ داشتن هدف‌های حرفه‌ای، برنامه‌ریزی راه‌اندازی کسب‌وکار دیجیتال، جدیت برای راه‌اندازی کسب‌وکار دیجیتال و سعی برای راه‌اندازی کسب‌وکار دیجیتال است. بارال و همکاران (۲۰۱۸) ضریب پایایی این پرسش‌نامه را ۰/۸۹ محاسبه کردند.

پرسش‌نامه آموزش کارآفرینی لینان و چن^۲ (۲۰۰۹) با شش گویه در مقیاس لیکرت بود که ابعاد آن؛ آموزش، روش تدریس، توانایی‌های مدرسان، دعوت از کارآفرینان، کارگاه‌ها و آزمایشگاه‌ها و امکانات کمک‌آموزشی را مورد بررسی قرار داد. پرسش‌نامه منبع کنترل راتر (۱۹۶۶) با ۲۳ گویه طراحی شد؛ این پرسش‌نامه دارای ۲۳ ماده است که هر ماده دارای یک جفت سؤال (الف و ب) است. آزمودنی یکی از جملات الف یا ب را بایستی انتخاب کند. یکی از دو جمله هر ماده مربوط به کنترل بیرونی و دیگری مربوط به کنترل درونی است. افرادی که نمره ۹ یا بیشتر بگیرند، دارای منبع کنترل بیرونی و افرادی که نمره کمتر از ۹ بگیرند، دارای منبع کنترل درونی خواهند بود. برای سنجش نگرش از پرسش‌نامه منوزی و همکاران^۳ (۲۰۱۵)، برای سنجش هنجارهای ذهنی از پرسش‌نامه پائول و همکاران^۴ (۲۰۱۶) و برای سنجش کنترل رفتاری درک شده از پرسش‌نامه شین و هانسر^۵ (۲۰۱۶) استفاده گردید.

روایی و پایایی هر یک از پرسش‌نامه‌های مذکور با استفاده از محاسبه پایایی ترکیبی، میانگین واریانس استخراج‌شده و ضریب آلفای کرونباخ مورد بررسی و تأیید قرار گرفت.

یافته‌های پژوهش

ارزیابی مدل اندازه‌گیری

برای بررسی برازش مدل اندازه‌گیری از سه معیار پایایی، روایی همگرا و روایی واگرا استفاده شد. پایایی از سه طریق ضریب بار عاملی، ضرایب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی مورد بررسی قرار گرفت.

1. Barrel et al.
2. Liñán & Chen
3. Menozzi et al.
4. Paul et al.
5. Shin & Hanser

جدول ۲. شاخص‌های روایی و پایایی (مأخذ: یافته‌های پژوهش)

متغیر	گویه‌ها	پایایی ترکیبی CR > 0.7	AVE میانگین واریانس استخراج شده > 0.5	ضریب آلفای کرونباخ Alpha > 0.7
منبع کنترل	-----	۰/۹۲۶	۰/۵۵۹	۰/۹۱۱
رفتار برنامه‌ریزی شده	نگرش هنجارهای ذهنی کنترل رفتاری	۰/۷۵۰	۰/۶۶۷	۰/۸۵۷
آموزش کارآفرینی	آموزش روش تدریس دعوت از کارآفرینان کارگاه‌ها و آزمایشگاه‌ها امکانات کمک آموزشی	۰/۸۶۷	۰/۵۲۳	۰/۸۱۸
قصد کارآفرینی	هدف برنامه‌ریزی جدیت تلاش	۰/۷۵۹	۰/۸۸۲	۰/۸۵۱

با توجه به جدول ۲، مقادیر بار عاملی، ضریب پایایی ترکیبی، واریانس استخراج شده و ضریب آلفای کرونباخ بزرگ‌تر از مقدار آستانه است. بنابراین روایی و پایایی سؤالات مورد تأیید قرار می‌گیرد. یکی دیگر از معیارهای بررسی مدل ساخته شده، روایی واگرا است که شامل بررسی همبستگی یک سازه با شاخص‌هایش در مقابل همبستگی آن سازه با سایر سازه‌ها است.

جدول ۳. روایی واگرا

آموزش کارآفرینی	قصد کارآفرینی	منبع کنترل	نگرش	هنجارهای ذهنی	کنترل رفتاری
۰/۷۲۹	۰/۶۸۹				
	۰/۶۷۱	۰/۷۴۸			
	۰/۷۱۸	۰/۶۵۹	۰/۷۲۳		
	۰/۷۲۷	۰/۶۷۵	۰/۸۱۶		
	۰/۷۲۱	۰/۵۶۰	۰/۷۲۵	۰/۷۴۹	
	۰/۷۰۰	۰/۶۵۸	۰/۶۳۲	۰/۵۷۲	۰/۷۸۶

همان‌طور که در جدول ۳ مشاهده می‌شود مقدار جذر AVE متغیرهای مکنون که در قطر اصلی واقع شده‌اند، از همبستگی میان آن‌ها که در خانه‌های زیرین قرار گرفته‌اند باید بیشتر باشد تا روایی واگرا مورد تأیید قرار گیرد و این امر محقق گردیده است و روایی واگرایی مدل مورد تأیید است.

برازش مدل ساختاری

برای بررسی برازش مدل ساختاری از سه معیار R^2 ، Q^2 و GOF استفاده شد که توضیح هر یک در ادامه آمده است. مقدار R^2 میزان تأثیر یک متغیر برون‌زا بر یک متغیر درون‌زا را مشخص می‌کند. این ضریب فقط برای متغیرهای وابسته به کار می‌رود و برای متغیرهای مستقل این مقدار صفر است. چاین و بانت^۱ (۱۹۹۸) سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ را به عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی بودن برازش بخش ساختاری مدل به‌وسیله معیار R^2 در نظر گرفتند.

از دیگر معیارهای قدرت پیش‌بینی مدل، شاخص Q^2 است. هنسلر و همکاران (۲۰۰۹) سه مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ را برای نشان دادن قدرت پیش‌بینی ضعیف، متوسط و قوی سازه یا سازه‌های برون‌زای مربوط

به آن تعریف کرده‌اند.

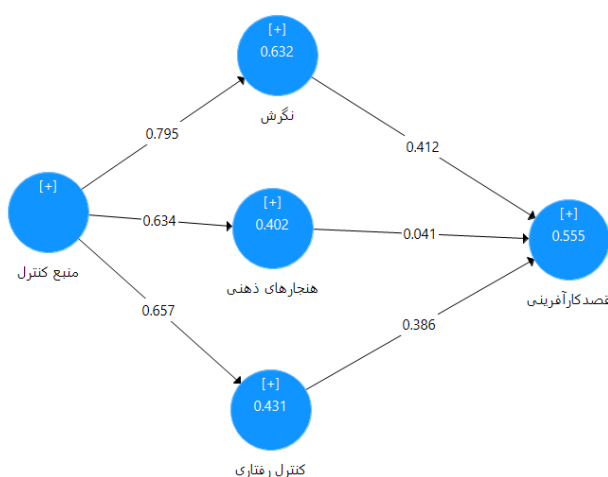
جدول ۴. شاخص‌های برازش مدل

متغیر وابسته	R ²	Q ²
قصد کارآفرینی	۰/۵۵۶	۰/۵۴۲
نگرش	۰/۶۸۰	۰/۶۷۰
هنجارهای ذهنی	۰/۵۴۷	۰/۵۳۳
کنترل رفتاری	۰/۵۳۸	۰/۵۲۴

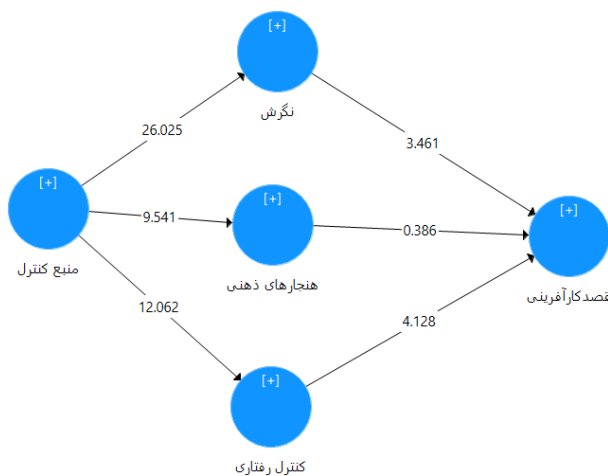
برازش مدل کلی

معیار GOF جهت بررسی قدرت کلی مدل است. معیار GOF توسط تننهاوس و همکاران^۱ (۲۰۰۴) ساخته شد که از طریق حاصل ضرب مجذور میانگین مقادیر اشتراکی و میانگین R² محاسبه می‌گردد این مقدار ۰/۵۳۷ به دست آمده است.

مدل ساختاری به بررسی روابط علی بین متغیرهای مکنون که در حقیقت همان فرضیه‌های پژوهش هستند می‌پردازد. این مدل مجموعه‌ای از آزمون‌ها است که به بیان ضرایب مسیر و معناداری آن‌ها به‌دقت و کیفیت پیش‌بینی رفتار متغیرهای درون‌زا می‌پردازد.



شکل ۲. مدل ساختاری در حالت تخمین ضرایب استاندارد



شکل ۳. مدل ساختاری در حالت معناداری ضرایب

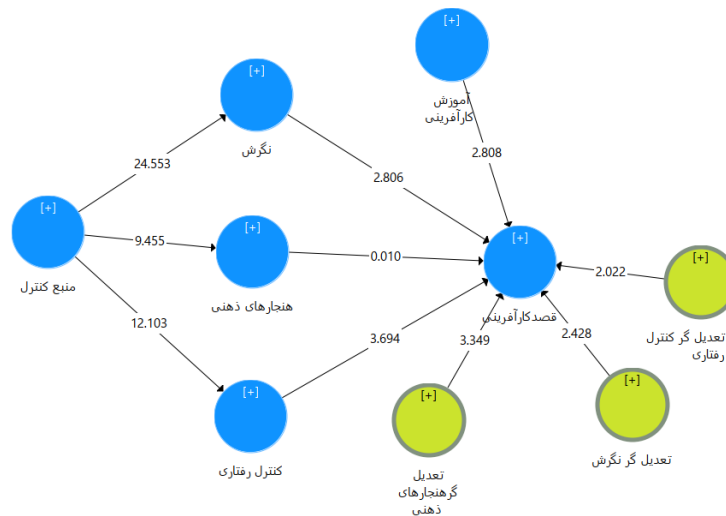
با توجه به اطلاعات مربوط به شکل ۲ مدل ساختاری در حالت تخمین ضرایب استاندارد و شکل ۳ مدل ساختاری در حالت معناداری ضرایب کاملاً مشهود است و نتایج به صورت خلاصه در جدول ۵ بیان گردیده است.

جدول ۵. بررسی فرضیه‌های پژوهش

روابط	ضریب بتا	آمار t	نتیجه
منبع کنترل ← نگرش نسبت به کارآفرینی دیجیتال	۰/۷۹۵	۲۶/۰۲۵	تأیید
منبع کنترل ← هنجارهای ذهنی کارآفرینی دیجیتال	۰/۶۳۴	۹/۵۴۱	تأیید
منبع کنترل ← کنترل رفتارهای درک شده کارآفرینی دیجیتال	۰/۶۵۷	۱۲/۰۶۲	تأیید
نگرش نسبت به کارآفرینی دیجیتال ← قصد کارآفرینی دیجیتال	۰/۴۱۲	۳/۴۶۱	تأیید
هنجارهای ذهنی در مورد کارآفرینی دیجیتال ← قصد کارآفرینی دیجیتال	۰/۰۴۱	۰/۳۸۶	رد
کنترل رفتاری درک شده نسبت به کارآفرینی دیجیتال ← قصد کارآفرینی دیجیتال	۰/۳۸۶	۴/۱۲۸	تأیید

بررسی نقش تعدیل‌گر

متغیر تعدیل‌گر متغیری است که بر روابط علی بین دو متغیر تأثیر گذاشته روابط بین آن‌ها را تقویت و یا تضعیف می‌کند. در این پژوهش متغیر آموزش کارآفرینی به عنوان متغیر تعدیل‌گر در نظر گرفته شده است که توسط آزمون‌های مربوط به اثر تعدیل‌گری این متغیر مورد سنجش قرار می‌گیرد. برای تحلیل و تفسیر اثر تعدیل‌گری آموزش کارآفرینانه و همچنین تحلیل فرضیه‌های مربوطه، لازم است مقدار بتا و T-value مورد بررسی قرار گیرد.



شکل ۴. نتایج آزمون متغیر تعدیل‌گر آموزش کارآفرینی

پس از بررسی برازش مدل، با استفاده از ضرایب معناداری Z و ضرایب استاندارد شده بار عاملی مربوط به مسیرهای هر یک از فرضیه‌ها به بررسی و آزمون فرضیه‌ها پرداخته شده است. ملاک تأیید فرضیه‌های این پژوهش به این صورت است که ضرایب مسیر مثبت و آماره t بالاتر از ۱/۹۶ باشد که در جدول ۶ نتایج بررسی فرضیه‌ها ارائه شده است:

جدول ۶. بررسی فرضیات پژوهش در حالت وجود متغیر تعدیل‌گر

روابط	ضریب بتا	آمار t	نتیجه
نقش تعدیل‌گری آموزش کارآفرینی در رابطه بین نگرش و قصد کارآفرینی دیجیتال	۰/۰۶	۲/۲۴۸	تأیید
نقش تعدیل‌گری آموزش کارآفرینی در رابطه بین هنجارهای ذهنی و قصد کارآفرینی دیجیتال	۰/۰۳۶	۳/۳۴۹	تأیید
نقش تعدیل‌گری آموزش کارآفرینی در رابطه بین کنترل رفتاری درک شده و قصد کارآفرینی دیجیتال	۰/۰۸۳	۲/۰۲۲	تأیید

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج حاصل از بررسی فرضیه‌ها نشان داد منبع کنترل با ضریب بتا $0/795$ بر نگرش نسبت به کارآفرینی، با ضریب بتای $0/634$ بر هنجارهای ذهنی کارآفرینی و با ضریب بتای $0/657$ بر کنترل رفتارهای درک شده کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری دارد. یافته‌های این پژوهش با تحقیقات (رامادانی و همکاران، ۲۰۲۳؛ آرکورفول و هیلتون، ۲۰۲۲؛ محمود و همکاران، ۲۰۲۳) هم‌سو بوده است. منبع کنترل به عنوان یک ویژگی شخصیتی، شناخت‌های رفتار برنامه‌ریزی‌شده را از طریق تأیید خود فعال می‌کند و به‌طور خاص، افراد دارای منبع کنترل درونی بالا تمایل دارند نگرش مثبتی نسبت به کارآفرینی دیجیتال نشان دهند، این افراد سعی دارند که دانش خود را به‌روز کنند و مهارت‌ها و آمادگی‌های لازم برای مشارکت در کارآفرینی دیجیتال را فراگیرند. اگرچه منبع کنترل قبلاً برای پیش‌بینی قصد کارآفرینی استفاده شده است (برای مثال، تنتاما و عبدالسلام^۱، ۲۰۲۰) پژوهش حاضر آن را در زمینه کارآفرینی دیجیتال اعمال می‌کند.

منبع کنترل، از راه مکانیسم تأیید خود، یک پیش‌بینی‌کننده مؤثر شناخت‌های مرتبط با کارآفرینی (برای مثال، کنترل رفتاری درک‌شده، نگرش‌ها و هنجارهای ذهنی) است که قصد کارآفرینی دیجیتال را تسهیل می‌کند؛ بنابراین، این بررسی با توصیف یک فرایند روان‌شناختی کامل‌تر منبع کنترل را به قصد رفتاری در زمینه کارآفرینی دیجیتال مرتبط می‌کند. همان‌طور که در مقدمه ذکر شد، کارآفرینی دیجیتال مستلزم درجه بالایی از پیچیدگی مدیریت است و نگرش را به یک محرک کلیدی برای قصد کارآفرینی دیجیتال تبدیل می‌کند.

در زمینه کارآفرینی دیجیتال، افراد دارای منبع کنترل داخلی تمایل زیادی به دنبال کردن این نوع کارآفرینی نشان می‌دهند؛ زیرا بر اساس نظریه خود تأیید، افراد دارای منبع کنترل درونی بالا می‌خواهند که دیگران آن‌ها را بسیار تأثیرگذار و قادر به رویارویی با چالش‌های مرتبط با کارآفرینی دیجیتال بدانند؛ بنابراین، این افراد تمایل دارند نگرش مثبتی نسبت به کارآفرینی دیجیتال نشان دهند، به‌طور تهاجمی به دنبال کمک و حمایت از سوی افراد مرتبط در شبکه‌های اجتماعی خود هستند (برای مثال، دوستان، بستگان، همکاران) (هایسو و همکاران^۲، ۲۰۱۶) و به‌طور فعال مهارت‌ها و شایستگی‌های خود را برای غلبه بر چالش‌های مرتبط پرورش می‌دهند. بر اساس موارد فوق، منبع کنترل داخلی می‌تواند به عنوان منبعی جهت استقرار کنترل رفتاری درک شده، هنجارهای ذهنی و نگرش‌ها در زمینه کارآفرینی فرض شود و عکس این موضوع نیز برای منبع کنترل خارجی صادق باشد.

یافته‌های دیگر پژوهش نشان داد نگرش نسبت به کارآفرینی با ضریب بتای $0/412$ و کنترل رفتاری ادراک‌شده نسبت به کارآفرینی دیجیتال با ضریب بتای $0/386$ بر قصد کارآفرینی دیجیتال تأثیر مثبت و معناداری دارد ولی تأثیر هنجارهای ذهنی بر قصد کارآفرینی دیجیتال در این پژوهش تأیید نشد.

یافته‌های این بخش با تحقیقات (چانگ، ۲۰۲۰؛ اماماری، ۲۰۲۲؛ الجباری، ۲۰۱۹؛ مالکی و جوکار، ۱۴۰۱؛ قنبری و رحمتی، ۱۴۰۱) هم‌سو است. در تبیین این نتیجه می‌توان گفت زمانی که مدیران کارآفرین نگرشی مثبت به کارآفرینی دیجیتال داشته باشند سایر افراد از آن‌ها در فرایند کارآفرینی دیجیتال حمایت می‌کنند و این امر سبب می‌شود این افراد راه‌اندازی کارآفرینی دیجیتال را امری امکان‌پذیر تلقی کنند و این عوامل می‌تواند بر قصد کارآفرینی دیجیتال تأثیر مثبت بگذارد. در زمینه تأثیر کنترل رفتاری ادراک‌شده بر قصد کارآفرینی دیجیتال می‌توان گفت زمانی که فرد به این باور برسد که منابع یا فرصت‌های کافی برای انجام دادن کاری در

1. Tentama & Abdussalam

2. Hsiao et al.

اختیار دارد، ذهن او جهت انجام رفتارهای مورد نظر آماده می‌شود و سبب می‌گردد این باور در شخص به وجود آید که توانایی انجام کارهای سخت را خواهد داشت.

دلیل تأثیر نداشتن هنجارهای ذهنی بر قصد کارآفرینی دیجیتال می‌تواند این باشد که راه اندازی یک کسب‌وکار دیجیتال یک ایده نوین است و با توجه به پیشرفت فراوانی که در زمینه تکنولوژی و فناوری حاصل شده است، کارآفرینی که پا به این عرصه می‌گذارد قطعاً به خودباوری کافی رسیده است و دیگران نمی‌توانند بر این خودباوری شخص در انجام این کار تأثیر بگذارند و یا اگر هم تأثیر داشته باشند بسیار اندک است. نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده عمدتاً برای توضیح قصد کارآفرینی در دانشجویان استفاده شده است (برای مثال، الجباری و همکاران، ۲۰۱۹؛ شی و همکاران^۱، ۲۰۲۰). این پژوهش با گسترش نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده به حوزه کارآفرینی دیجیتال به درک علمی در این زمینه کمک می‌کند. با توجه به تفاوت‌های بین کارآفرینی سنتی و دیجیتال (تجویدی و تجویدی، ۲۰۲۱؛ وانگ و همکاران، ۲۰۲۰)، یافته‌های تحقیق در مورد کارآفرینی سنتی به طور مستقیم به زمینه کارآفرینی دیجیتال قابل انتقال نیستند. یافته‌های این تحقیق، نگرش نسبت به کارآفرینی را به عنوان محرک کلیدی پیش‌بینی قصد رفتاری در زمینه کارآفرینی دیجیتال بیان می‌کند، در حالی که هنجارهای ذهنی در مطالعات قبلی به عنوان محرک کلیدی در زمینه کارآفرینی سنتی مشخص شده است (الجباری و همکاران، ۲۰۱۹؛ شی و همکاران، ۲۰۲۰).

یافته‌های دیگر پژوهش حاضر نقش تعدیل‌گری آموزش کارآفرینی با ضریب بتای ۰/۰۶ در رابطه بین نگرش و قصد کارآفرینی دیجیتال، با ضریب بتای ۰/۳۶ در رابطه بین هنجارهای ذهنی و قصد کارآفرینی دیجیتال و با ضریب بتای ۰/۰۴۲ در رابطه بین کنترل رفتاری درک شده و قصد کارآفرینی دیجیتال بوده است. این نتایج با تحقیقات (مارتینز گرگوریو و همکاران، ۲۰۲۱؛ دائو، ۲۰۲۱؛ ژانگ و همکاران، ۲۰۲۱؛ خلیلی خضرآبادی و حسنی، ۱۴۰۱) هم‌سو است. در مطالعات قبلی نشان داده شد که آموزش کارآفرینی قصد کارآفرینی دیجیتال را افزایش می‌دهد (وانگ و همکاران، ۲۰۲۰). در تبیین این نتیجه می‌توان گفت که آموزش کارآفرینی به دانشجویان کمک می‌کند تا حس خودباوری و اعتماد به توانایی‌هایشان و همچنین افزایش استقامتشان در مواجهه با موانع را توسعه دهند. زمانی که دانشجویان آموزش‌های کارآفرینی بیشتری دریافت می‌کنند، تمایل دارند دانش و قابلیت‌های مرتبط خود را افزایش دهند که این امر باعث افزایش خودکارآمدی آن‌ها می‌شود و به نوبه خود اطمینان درک شده از خود را افزایش دهند؛ بنابراین، چنین استنباط می‌شود که آموزش کارآفرینی، روابط رفتارهای ادراک شده-قصد، هنجارهای ذهنی-قصد و نگرش-قصد را تقویت می‌کند. از طرفی دیگر آموزش کارآفرینی، نگرش‌ها و مهارت‌های شناختی را برای کارآفرینی از طریق برنامه‌ها و فرایندهای آموزشی تقویت می‌کند و موجب تقویت ارتباط بین آگاهی و شناخت کارآفرینی می‌شود.

بر اساس یافته‌های پژوهش پیشنهاد می‌شود مربیان کارآفرینی دیجیتال مواد آموزشی را با توجه به ویژگی‌های شخصیتی فراگیران خود تنظیم کنند. طبق یافته‌های این پژوهش که نشان داد افراد دارای منبع کنترل درونی بالا بهتر از همتایان خود با منبع کنترل بیرونی بالا می‌توانند با چالش‌های کارآفرینی دیجیتال مقابله کنند؛ بنابراین، مربیان کارآفرینی دیجیتال باید مطالب و محتوای درسی خود را طوری تنظیم کنند که نمایه کلی منبع کنترل فراگیران را منعکس کند. از آنجایی که آموزش کارآفرینی تأثیرات مثبت شناخت‌های کارآفرینی دیجیتال را بر قصد کارآفرینی دیجیتال تقویت می‌کند، مربیان باید محتوای دوره خود را طوری طراحی کنند که اطمینان حاصل شود فراگیران به دانش و مهارت‌های مرتبط مجهز هستند.

همچنین، فراگیران به دانش عملی بیشتری نیاز دارند که به آن‌ها کمک می‌کند تا از قدرت فناوری‌های جدید برای ایجاد ارزش مشتریان در تنظیمات آنلاین استفاده کنند. امروزه مشتریان تمایل دارند از طریق کانال‌های آنلاین مختلف با شرکت‌ها ارتباط برقرار کنند؛ بنابراین، هنگام طراحی دوره‌های کارآفرینی دیجیتال، مربیان باید به فراگیران آموزش دهند که چگونه از این رسانه‌ها و ابزارهای جدید برای تعامل با مشتریان به شیوه یادگیری در عمل استفاده کنند.

سپاسگزاری

بدین‌وسیله تیم پژوهش از تمامی افرادی که در انجام این مطالعه یاری رساندند، تشکر و قدردانی می‌نماید.

منابع

- آشوغ، مسعود؛ آقاملایی، تیمور؛ قنبرنژاد، امین؛ تاجور، عبدالحمید (۱۳۹۲). کاربرد نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده برای پیش‌بینی رفتارهای ایمن رانندگی در رانندگان کامیون. *آموزش بهداشت و ارتقای سلامت*، ۱ (۳)، ۱۴-۵.
- خلیلی خضرایادی، مهدیه؛ حسنی، محمد (۱۴۰۱). تأثیر آموزش کارآفرینی و هویت اجتماعی کارآفرینانه بر قصد کارآفرینانه دانشجویان؛ نقش میانجی خودکارآمدی کارآفرینی. *آموزش و مدیریت کارآفرینی*، ۱ (۱)، ۱۸-۱. doi: 10.22126/eme.2023.2434
- قنبری، مزده؛ رحمتی، مریم (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.
- مالکی، مجتبی؛ جوکار، علی‌اکبر (۱۴۰۱). تأثیر خودکارآمدی کارآفرینی بر قصد کارآفرینی استراتژیک با نقش میانجی هنجارهای ذهنی، کنترل رفتاری ادراک‌شده و نگرش نسبت به کارآفرینی. *مطالعات میان‌رشته‌ای مدیریت بازاریابی*، ۱ (۲)، ۶۶-۴۹.

References

- Ajzen, I. (2001). Nature and operation of attitudes. *Annual Review of Psychology*, 52 (1), 27-58.
- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of applied social psychology*, 32 (4), 665-683.
- Ajzen, I. (2010). *Design and evaluation guided by the theory of planned behavior*. Soc psychol Eval, Guilford Publications.
- Ajzen, I., Joyce, N., Sheikh, S., & Cote, N. G. (2011). Knowledge and the prediction of behavior: The role of information accuracy in the theory of planned behavior. *Basic and applied social psychology*, 33 (2), 101-117.
- Alferaih, A. (2022). Starting a new business? Assessing university students' intentions towards digital entrepreneurship in Saudi Arabia. *International Journal of Information Management Data Insights*, 2 (2), 1-12. doi: 10.1016/j.jjime.2022.100087
- Al-Jubari, I. (2019). College students' entrepreneurial intention: Testing an integrated model of SDT and TPB. *Sage Open*, 9 (2), 1-15. doi: 10.1177/2158244019853467
- Al-Mamary, Y. H. S., & Alraja, M. M. (2022). Understanding entrepreneurship intention and behavior in the light of TPB model from the digital entrepreneurship perspective. *International Journal of Information Management Data Insights*, 2 (2), 1-8. doi: 10.1016/j.jjime.2022.100106
- Antonizzi, J., & Smuts, H. (2020). The characteristics of digital entrepreneurship and digital transformation: A systematic literature review. In *Responsible Design, Implementation and Use of Information and Communication Technology: 19th IFIP WG 6.11 Conference on e-Business, e-Services, and e-Society, I3E 2020, Skukuza, South Africa, April 6-8, 2020, Proceedings, Part I 19* (pp. 239-251). Springer International Publishing. doi: 10.1007/978-3-030-44999-5_20
- Arkorful, H., & Hilton, S. K. (2022). Locus of control and entrepreneurial intention: a study in a

- developing economy. *Journal of Economic and Administrative Sciences*, 38 (2), 333-344. doi: 10.1108/JEAS-04-2020-0051
- Asante, E. A., & Affum-Osei, E. (2019). Entrepreneurship as a career choice: The impact of locus of control on aspiring entrepreneurs' opportunity recognition. *Journal of Business Research*, 98 (1), 227-235. doi: 10.1016/j.jbusres.2019.02.006
- Ashoogh, M., Aghamolaei, T., Ghanbarnejad, A., Tajvar, A. (2013). Utilizing the theory of planned behavior to Prediction the safety driving behaviors in truck drivers in Bandar Abbas, *Iranian Journal of Health Education and Health Promotion*, 1 (3), 5-14 (in Persian).
- Baihaqi, J. (2019). Entrepreneurial intentions and its influencing factors: a Survey of student cooperative members in Indonesia. In *2018 International Conference on Islamic Economics and Business (ICONIES 2018)* (pp. 162-166). Atlantis Press. doi: 10.2991/iconies-18.2019.32
- Barrel, M. R. M., Riberio, F. G., & Canever, M. D. (2018). Influence of the university environment in the entrepreneurial intention in public and private universities, *RAUSP Management Journal*, 53 (1), 122-133. doi:10.1016/j.rauspm.2017.12.009
- Bazan, C., Gaultois, H., Shaikh, A., Gillespie, K., Frederick, S., Amjad, A., Yap, S., Finn, C., Rayner, J., & Belal, N. (2020). A systematic literature review of the influence of the university's environment and support system on the precursors of social entrepreneurial intention of students. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9 (4), 1-28. doi: 10.1186/s13731-020-0116-9
- Bian, F., Wu, C. H., Meng, L., & Tsai, S. B. (2021). A study on the relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intention. *International Journal of Technology, Policy and Management*, 21 (1), 1-19. doi: 10.1504/IJTPM.2021.114306
- Çera, E., Çera, G., & Skreli, E. (2021). The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intention: evidence from a transition country. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 43 (4), 548-569. doi: 10.1504/IJESB.2021. 117347
- Chaien, P. M., & Bonett, D. G. (1998). Significance Tests and Goodness-of-Fit in the Analysis of Covariance Structures, *Psychological Bulletin*, 88 (3), 558-600.
- Chang, S. H., Shu, Y., Wang, C. L., Chen, M. Y., & Ho, W. S. (2020). Cyber-entrepreneurship as an innovative orientation: Does positive thinking moderate the relationship between cyber-entrepreneurial self-efficacy and cyber-entrepreneurial intentions in Non-IT students?. *Computers in Human Behavior*, 107 (1), 1-20. doi: 10.1016/j.chb.2019. 03.039
- Chang, S. H., Wang, C. L., Lee, J. C., & Yu, L. C. (2018). Who needs entrepreneurial role models? Driving forces of students' cyber-entrepreneurial career intention. *Eurasia Journal of Mathematics, Science and Technology Education*, 14 (7), 3083-3098. doi: 10.29333/ejmste/91625
- Dao, T. K., Bui, A. T., Doan, T. T. T., Dao, N. T., Le, H. H., & Le, T. T. H. (2021). Impact of academic majors on entrepreneurial intentions of Vietnamese students: An extension of the theory of planned behavior. *Heliyon*, 7 (3), 1-13. doi: 10.1016/j.heliyon.2021. e06381
- Egan, A., Maguire, R., Christophers, L., & Rooney, B. (2017). Developing creativity in higher education for 21st century learners: A protocol for a scoping review. *International Journal of educational research*, 82 (1), 21-27. doi: 10.1016/j.ijer.2016.12.004
- Eichhorst, W., & Rinne, U. (2018). Promoting youth employment in Europe: Evidence-based policy lessons. *European youth labour markets: Problems and policies*, 1 (1), 189-204. doi: 10.1007/978-3-319-68222-8_13
- Elnadi, M., & Gheith, M. H. (2021). Entrepreneurial ecosystem, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial intention in higher education: Evidence from Saudi Arabia. *The International Journal of Management Education*, 19 (1), 1-14. doi: 10.1016/j.ijme. 2021.100458
- Fayolle, A., Liñán, F., & Moriano, J. A. (2014). Beyond entrepreneurial intentions: values and motivations in entrepreneurship. *International entrepreneurship and management journal*, 10 (1), 679-689. doi: 10.1007/s11365-014-0306-7

- Fretschner, M., & Weber, S. (2013). Measuring and understanding the effects of entrepreneurial awareness education. *Journal of Small Business Management*, 51 (3), 410-428. doi: 10.1111/jsbm.12019
- Ghanbari, M., & Rahmaty, M. (2022). Effects of Action-Based Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Behavior Considering the Mediating Role of Entrepreneurial Intention and Entrepreneurial Orientation. *Journal of Operations Management*, 2 (6), 63-89 (in Persian).
- Gürol, Y., & Atsan, N. (2006). Entrepreneurial characteristics amongst university students: Some insights for entrepreneurship education and training in Turkey. *Education & training*, 48 (1), 25-38.. doi: 10.1108/00400910610645716
- Hsiao, C., Lee, Y. H., & Chen, H. H. (2016). The effects of internal locus of control on entrepreneurship: The mediating mechanisms of social capital and human capital. *International Journal of Human Resource Management*, 27 (11), 1158-1172. doi: 10.1080/09585192.2015.1060511
- Indarti, N., & Kristiansen, S. (2003). Determinants of entrepreneurial intention. *Gadjah mada international journal of business*, 5 (1), 79-95.
- Joensuu-Salo, S., Varamäki, E., & Viljamaa, A. (2015). Beyond intentions – What Makes a Student Start a Firm? *Education & Training*, 57 (8), 853-873. <https://doi.org/10.1108/ET-11-2014-0142>. doi: 10.1108/ET-11-2014-0142
- Jones, P., Jones, A., Williams-Burnett, N., & Ratten, V. (2017). Let's get physical: Stories of entrepreneurial activity from sports coaches/instructors. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 18 (4), 219-230. doi: 10.1177/1465750317741878
- Khalili Khezarabadi, M., & Hassani, M. (2023). The Impact of Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Social Identity on Entrepreneurial Intention of University Students; The Mediating Role of Entrepreneurial Self-Efficacy. *Education and Management of Entrepreneurship*, 1 (1), 1-18. doi: 10.22126/eme.2023.2434 (in Persian).
- Kraus, S., Palmer, C., Kailer, N., Kallinger, F. L., & Spitzer, J. (2019). Digital entrepreneurship: A research agenda on new business models for the twenty-first century. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25 (2), 353-375. doi: 10.1108/IJEBR-06-2018-0425
- Kristiansen, S., & Indarti, N. (2004). Entrepreneurial intention among Indonesian and Norwegian students. *Journal of Enterprising Culture*, 12 (1), 55-78. doi: 10.1142/S021849580400004X
- Laguna-Sánchez, P., Abad, P., de la Fuente-Cabrero, C., & Calero, R. (2020). A university training programme for acquiring entrepreneurial and transversal employability skills, a students' assessment. *Sustainability*, 12 (3), 796. doi: 10.3390/su12030796
- Latanchesger, C. W. (2011). *Entrepreneurship Education In Malaysia*. Doctoral Theses, Multimedia University.
- Lestari, E. D., Rizkalla, N., & Tan, A. T. (2023). What inspires students to become entrepreneurs? The Influence of Attitude, Subjective Norms, Self-Efficacy, Locus of Control, and Environmental Support on Entrepreneurial Intention. *Journal of Business and Management Review*, 4(3), 210-224. doi: 10.47153/jbmr43.6262023
- Levenson. H & Miller, j (1976). Multidimensional Locus of control in Sociopolitical activists of conservative and liberal ideologies. *Journal of personality and Social Psychology*, 33(1), 199-208.
- Li, G. L., & Sparks, B. A. (2008). Service locus of control: Its conceptualization and measurement. *Journal of Service Research*, 4 (4), 312-324.
- Li, G., Pervaiz, S., & He, Q. (2021). Can universities be a gleam of hope during COVID-19? entrepreneurial intentions approach for academia in Pakistan. *In Frontiers in Education*, 6(1), 717532-717545. Frontiers Media SA. doi: 10.3389/educ.2021.717532
- Liñán, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship theory and practice*, 33 (3), 593-617. doi: 10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x

- Liñán, F., & Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda. *International entrepreneurship and management journal*, 11 (1), 907-933. doi: 10.1007/s11365-015-0356-5
- Lingappa, A. K., Shah, A., & Mathew, A. O. (2020). Academic, family, and peer influence on entrepreneurial intention of engineering students. *Sage Open*, 10 (3), 2158244020933877. doi: 10.1177/2158244020933877
- Lolenson, V. A., Sweeney, P. D., & Dufour, C. L. (1974). Is there a relation between locus of control orientation and depression? *Journal of Abnormal Psychology*, 97 (1), 357-367.
- Mahmud, M. A., Eryanto, H., Ariyanti, N. S., Musadad, A. A., Musyaffi, A. M., & Wibowo, A. (2023). Evaluating the Structural Effect of Family Support and Entrepreneurship Training on Entrepreneurship Intention among Indonesian University Students. *International Journal of Educational Methodology*, 9 (1), 227-236.
- Maleki, M., & jowkar, A. (2022). The effect of entrepreneurial self-efficacy on strategic entrepreneurial intention with the mediating role of mental norms, perceived behavioral control, and attitude towards entrepreneurship; Study case: Saipa company. *Journal of Interdisciplinary Studies of Marketing Management*, 1 (2), 49-66 (in Persian).
- Martínez-Gregorio, S., Badenes-Ribera, L., & Oliver, A. (2021). Effect of entrepreneurship education on entrepreneurship intention and related outcomes in educational contexts: A meta-analysis. *The International Journal of Management Education*, 19 (3), 1-15. doi: 10.1016/j.ijme.2021.100545
- Mei, H., Lee, C. H., & Xiang, Y. (2020). Entrepreneurship education and students' entrepreneurial intention in higher education. *Education Sciences*, 10 (9), 1-18. doi: 10.3390/educsci10090257
- Mohamed, M. E., Elshaer, I. A., Azazz, A. M., & Younis, N. S. (2023). Born Not Made: The Impact of Six Entrepreneurial Personality Dimensions on Entrepreneurial Intention: Evidence from Healthcare Higher Education Students. *Sustainability*, 15 (3), 1-12. doi: 10.3390/su15032266
- Montano, D. E., & Kasprzyk, D. (2015). Theory of reasoned action, theory of planned behavior, and the integrated behavioral model. *Health behavior: Theory, research and practice*, 70 (4), 231.
- Ozdemir, E. Z., & Bektas, M. (2021). The effects of self-efficacy and locus of control on cyberbully/victim status in adolescents. *Journal of Pediatric Nursing*, 61 (1), 15-21. doi: 10.1016/j.pedn.2021.04.004
- Pardo-Garcia, C., & Barac, M. (2020). Promoting employability in higher education: A case study on boosting entrepreneurship skills. *Sustainability*, 12 (10), 4004. doi: 10.3390/su12104004
- Paul, J., Modi, A., & Patel, J. (2016). Predicting green product consumption using theory of planned behavior and reasoned action. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 29 (1), 123-134. doi: 10.1016/j.jretconser.2015.11.006
- Peltier, J. W., & Scovotti, C. (2010). Enhancing entrepreneurial marketing education: The student perspective. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 17 (4), 514-536. doi: 10.1108/14626001011088705
- Ramadani, D. P., Haidar, K., Rahayu, V. P., & Ellyawati, N. (2023). The Effect of Adversity Quotient and Locus of Control on Entrepreneurial Intentions on Universitas Mulawarman Students. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran*, 11 (1), 8-18. doi: 10.26740/jpap.v11n1.p8-18
- Rotter, J. B. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs: General and Applied*, 80 (1), 1-28. doi: 10.1037/h0092976
- Scholten, V., Kemp, R., & Omta, O. (2004). Entrepreneurship for life: The entrepreneurial intention among academics in the life sciences. *In European summer university conference* (pp. 1-15). Twente: University of Twente.

- Shi, Y., Yuan, T., Bell, R., & Wang, J. (2020). Investigating the relationship between creativity and entrepreneurial intention: The moderating role of creativity in the theory of planned behavior. *Frontiers in Psychology*, 11, 1209. doi: 10.3389/fpsyg.2020.01209
- Shin, Y. H., & Hancer, M. (2016). The role of attitude, subjective norm, perceived behavioral control, and moral norm in the intention to purchase local food products. *Journal of foodservice business research*, 19 (4), 338-351. doi: 10.1080/15378020.2016.1181506
- Skeldon, P. (2019). *90% of e-commerce start-ups end in failure within the first 120 days*. retrieved from: [https://internetretailing.net/industry/industry/90-of-ecommerce-start-ups-end-in-failure-within-the-first-120-days-19930\(12/31/2021\)](https://internetretailing.net/industry/industry/90-of-ecommerce-start-ups-end-in-failure-within-the-first-120-days-19930(12/31/2021)).
- Stholman, A., Loccisano, S., Panelli, A., Pennisi, O. A. M., & Serraino, F. (2018). Entrepreneurship education: the effects of challenge-based learning on the entrepreneurial mindset of university students. *Administrative Sciences*, 12 (1), 1-10.
- Sun, H., Lo, C., Liang, B., & Wong, Y. (2017). The impact of entrepreneurial education on entrepreneurial intention of engineering students in Hong Kong. *Management Decision*, 55 (7), 1371-1393. doi: 10.1108/MD-06-2016-0392
- Tajvidi, R., & Tajvidi, M. (2021). The growth of cyber entrepreneurship in the food industry: Virtual community engagement in the COVID-19 era. *British Food Journal*, 123 (10), 3309–3325. doi: 10.1108/BFJ-06-2020-0559
- Tenenhaus, M., Amato, S., & Esposito Vinzi, V. (2004). A global goodness-of-fit index for PLS structural equation modelling. *In Proceedings of the XLII SIS scientific meeting*, 1 (2), 739-742.
- Tentama, F., & Abdussalam, F. (2020). Internal locus of control and entrepreneurial intention: A study on vocational high school students. *Journal of Education and Learning*, 14 (1), 97–102. doi: 10.11591/edulearn.v14i1.13999
- Thompson, E. R. (2009). Individual entrepreneurial intent: construct clarification and development of an internationally reliable metric. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 5 (1), 1042–1087. doi: 10.1111/j.1540-6520.2009.00321.x
- Wang, W., Lu, W., & Millington, J. (2011). Determinants of Entrepreneurial Intention among College Students in USA. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 3(11), 35-44. Retrieved from
- Wang, Y. S., Lin, S. J., Yeh, C. H., Li, C. R., & Li, H. T. (2016). What drives students' cyber entrepreneurial intention: The moderating role of disciplinary difference. *Thinking Skills and Creativity*, 22, 22–35. doi: 10.1016/j.tsc.2016.08.003
- Wang, Y. S., Tseng, T. H., Wang, Y. M., & Chu, C. W. (2020). Development and validation of an internet entrepreneurial self-efficacy scale. *Internet Research*, 30 (2), 653–675. doi: 10.1108/INTR-07-2018-0294
- Wardana, L. W., Narmaditya, B. S., Wibowo, A., Mahendra, A. M., Wibowo, N. A., Harwida, G., & Rohman, A. N. (2020). The impact of entrepreneurship education and students' entrepreneurial mindset: the mediating role of attitude and self-efficacy, *Heliyon*, 6 (9), 901-922. doi: 10.1016/j.heliyon.2020.e04922
- Xia, Y., & Ma, Z. (2020). Social integration, perceived stress, locus of control, and psychological wellbeing among Chinese emerging adult migrants: A conditional process analysis. *Journal of Affective Disorders*, 267 (1), 9- 16. doi: 10.1016/j.jad.2020.02.016
- Yan, J., Huang, T., & Xiao, Y. (2023). Assessing the impact of entrepreneurial education activity on entrepreneurial intention and behavior: role of behavioral entrepreneurial mindset. *Environmental Science and Pollution Research*, 30 (10), 26292-26307. doi: 10.1007/s11356-022-23878-w
- Zhang, F., Wei, L., Sun, H., & Tung, L. C. (2019). How entrepreneurial learning impacts one's intention towards entrepreneurship: A planned behavior approach. *Chinese Management Studies*, 13 (1), 146-170. doi: 10.1108/CMS-06-2018-0556
- Zhou, L., & Lee, H. (2023). Supply Chain Finance Business Model Innovation: Case Study on a Chinese E-Commerce-Centered SCF Adopter. *Systems*, 11 (6), 278-303.