



Investigating the Impact of Entrepreneurship Education on Enhancing Students' Entrepreneurial Behavior

Aboulghasem Arabyoon¹ | Tayebeh Nikraftar² | Mohammad Baniameryan³ |
Mohammad Hamid Mollaei⁴

1. Technological Entrepreneurship Department, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran. (Corresponding Author). E-mail: arabuiun@ut.ac.ir
2. Technological Entrepreneurship Department, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran. E-mail: nikraftar@ut.ac.ir
3. Technological Entrepreneurship Department, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran. E-mail: mohammad.bani1376@ut.ac.ir
4. Technological Entrepreneurship Department, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran. E-mail: mollaei.hamid@ut.ac.ir

Article Info

ABSTRACT

Article type:
Research Article

Article history:

Received: 23 Feb 2025

Received in revised form:
09 Mar 2025

Accepted: 10 Mar 2025

Available online: 10 Mar 2025

Keywords:

Entrepreneurship
Education, Entrepreneurial
Behavior,
Entrepreneurship,
Entrepreneurial Intentions.

Entrepreneurship is a vital pillar in the economic and social progress of societies, playing a prominent role, especially in job creation and reducing unemployment. ¹ Given the importance of this issue, entrepreneurship education in universities is recognized as a key tool for cultivating potential entrepreneurs and strengthening essential skills in this field. ² This research aims to investigate the impact of entrepreneurship education on students' entrepreneurial behavior. This research is applied in terms of purpose and qualitative in terms of approach. The study population included experts in the field of entrepreneurship, entrepreneurship management, and university entrepreneurs. For the selection of participants, a purposive sampling method of the snowball type was used, and with the theoretical saturation criterion, 15 people were selected as the sample size. In this research, thematic analysis using MAXQDA2024 software was used to analyze qualitative data. The research results showed that entrepreneurship education improves entrepreneurial behavior in various dimensions, including entrepreneurial intentions and purposes, intellectual and attitudinal skills, networking and mentoring, the supportive role of the government, and the duties of universities. In particular, entrepreneurship education provides a basis for improving students' motivation and ability to start new businesses. ³ The findings also showed that entrepreneurship education provides a basis for improving and developing support networks and access to the resources needed to launch start-up businesses. The findings of this study provide significant achievements for policymakers, planners, and instructors of higher education in Iran and can help promote the culture of entrepreneurship and the country's economic growth.

Education and Management of Entrepreneurship, 2025, Vol. 3, No. 4, pp 43-61

Cite this article: Arabyoon, A., Nikraftar, T., Baniameryan, M., Mollaei, M. H. (2025). Investigating the Impact of Entrepreneurship Education on Enhancing Students' Entrepreneurial Behavior. *Education and Management of Entrepreneurship*, 3(4), 43-61. doi: 10.22126/eme.2025.11751.1143 (in Persian).



© The Author(s).

DOI: <https://doi.org/10.22126/eme.2025.11751.1143>

Publisher: Razi University

Extended Abstract**Introduction**

Entrepreneurship is considered a cornerstone of economic and social development in societies, directly impacting job creation and unemployment reduction. In recent years, entrepreneurship education has gained attention as a key tool for strengthening entrepreneurial capacities in universities and nurturing potential entrepreneurs. Universities, as unique environments, provide numerous opportunities for experiential learning and enhancing entrepreneurial skills among students. In this context, the primary objective of this research is to investigate the impact of entrepreneurship education on students' entrepreneurial behavior, as entrepreneurship education can significantly influence students' motivation and capabilities to start new businesses. Furthermore, improving students' attitudes and understanding of entrepreneurial challenges and management processes is another goal of this research, which can contribute to more effective decision-making in the path of launching entrepreneurial businesses.

Research Method

This research is applied in terms of purpose and qualitative in terms of approach. The study population included all experts, such as specialists, scholars, faculty members, and entrepreneurial activists in various fields of entrepreneurship, entrepreneurship management, and university entrepreneurs at the University of Tehran. Purposive sampling was used for sample selection, and sampling continued until theoretical saturation was achieved, with 15 individuals ultimately selected as the sample size. The main data collection tool was semi-structured interviews. The use of semi-structured interviews allowed researchers to gather diverse perspectives and expert opinions in greater depth, contributing to greater clarity in the analysis process. For data analysis, MAXQDA 2024 software and thematic analysis were used, which were appropriate for identifying and analyzing various concepts and dimensions of the impact of entrepreneurship education on entrepreneurial behavior. This method facilitated the extraction of meaningful patterns from the interviews and accurate analysis of the results.

Results and Discussion

The research results showed that entrepreneurship education significantly impacts various aspects of entrepreneurial behavior. Among these, entrepreneurial intentions and students' intellectual and attitudinal skills received the most significant impact from entrepreneurship education. Additionally, entrepreneurship education, particularly in networking and mentoring, plays a crucial role in strengthening entrepreneurial behavior. These findings also highlight the importance of government support and the role of universities in creating entrepreneurship-supportive environments that encourage students to participate in entrepreneurial activities. This study also found that entrepreneurship education can significantly impact students' decision-making power and problem-solving skills. The identified factors indicate that internal and external motivations, such as social and governmental support, can directly affect the level of entrepreneurial activities and students' risk-taking. Specifically, enhancing managerial and cognitive capabilities in entrepreneurial decision-making can help reduce the failure rate in start-up businesses.

Conclusion and Recommendations

The results of this research emphasize the necessity of paying special attention to entrepreneurship education in universities. It is suggested that universities introduce entrepreneurship programs as compulsory and experiential courses for students in various disciplines and strengthen financial and social support for these programs. Furthermore, creating real opportunities for students to gain entrepreneurial experience through incubators and internships can significantly increase their entrepreneurial intentions and behavior. Governments should also provide the ground for the growth of an entrepreneurial culture in the country through their support. Additionally, developing the necessary infrastructure to support entrepreneurship and creating collaboration networks between universities and industries can help accelerate the process of launching businesses. Therefore, it is recommended that entrepreneurship education programs in universities be continuously evaluated and updated based on the needs of the job market and the real world so that students can acquire the practical and theoretical skills necessary for success in the entrepreneurial world.



بررسی تأثیر آموزش کار آفرینی بر بهبود رفتار کار آفرینانه دانشجویان

ابوالقاسم عربیون^۱ | طبیبه نیک‌رفتار^۲ | محمد بنی‌عامریان^۳ | محمد حمید ملائی^۴

۱. گروه کارآفرینی فناورانه، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.
(نویسنده مسئول). رایانامه: arabiun@ut.ac.ir

۲. گروه کارآفرینی فناورانه، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.
رایانامه: nikraftar@ut.ac.ir

۳. گروه کارآفرینی فناورانه، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.
رایانامه: mohammad.bani1376@ut.ac.ir

۴. گروه کارآفرینی فناورانه، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.
رایانامه: mollaei.hamid@ut.ac.ir

چکیده

اطلاعات مقاله

کارآفرینی یکی از ارکان حیاتی در پیشرفت اقتصادی و اجتماعی جوامع است و به‌ویژه در زمینه اشتغال‌زایی و کاهش معضل بیکاری نقش برجسته‌ای ایفا می‌کند. با توجه به اهمیت این مقوله، آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها به‌عنوان یکی از ابزارهای کلیدی برای پرورش کارآفرینان بالقوه و تقویت مهارت‌های ضروری در این زمینه شناخته می‌شود. هدف پژوهش حاضر، بررسی تأثیر آموزش کارآفرینی بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان است. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از لحاظ رویکرد، کیفی است. جامعه مورد مطالعه شامل خبرگان حوزه کارآفرینی، مدیریت کارآفرینی و کارآفرینان دانشگاهی است. برای انتخاب مشارکت‌کنندگان، از روش هدفمند از نوع گلوله‌برفی استفاده شد و با معیار اشباع نظری پانزده نفر به‌عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. در پژوهش حاضر، برای تحلیل داده‌های کیفی از روش تحلیل مضمون با استفاده از نرم‌افزار MAXQDA²⁰²⁴ بهره گرفته شد. نتایج پژوهش نشان داد که آموزش کارآفرینی سبب بهبود رفتار کارآفرینانه در ابعاد مختلف از جمله نیت و مقاصد کارآفرینانه، مهارت‌های فکری و نگرشی، شبکه‌سازی و مربی‌گری، نقش حمایتی دولت و وظایف دانشگاه‌ها می‌شود. به‌طور خاص، آموزش کارآفرینی زمینه بهبود انگیزش و توانمندی دانشجویان را برای شروع کسب‌وکارهای جدید فراهم می‌سازد. همچنین یافته‌ها نشان دادند که آموزش کارآفرینی زمینه بهبود و توسعه شبکه‌های حمایتی و دسترسی به منابع لازم برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای نوپا را فراهم می‌کند. یافته‌های پژوهش دستاوردهای قابل توجهی را برای سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان و مدرسان آموزش عالی ایران به‌همراه دارد و می‌تواند به ارتقاء فرهنگ کارآفرینی و رشد اقتصادی کشور کمک نماید.

نوع مقاله:

مقاله علمی - پژوهشی

تاریخچه مقاله:

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۲/۰۵

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۱۲/۱۹

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۲۰

دسترسی آنلاین: ۱۴۰۳/۱۲/۲۰

کلیدواژه‌ها:

آموزش کارآفرینی،
رفتار کارآفرینانه،
کارآفرینی،
مقاصد کارآفرینی.

آموزش و مدیریت کارآفرینی، دوره ۳، شماره ۴، سال ۱۴۰۳، صفحات ۶۱-۴۳

استناد: عربیون، ابوالقاسم؛ نیک‌رفتار، طبیبه؛ بنی‌عامریان، محمد؛ ملائی، محمد حمید (۱۴۰۳). بررسی تأثیر آموزش کارآفرینی بر بهبود رفتار کارآفرینانه دانشجویان. *آموزش و مدیریت کارآفرینی*، ۳(۴)، ۶۱-۴۳. doi: 10.22126/eme.2025.11751.1143



© نویسندگان

DOI: <https://doi.org/10.22126/eme.2025.11751.1143>

ناشر: دانشگاه رازی

مقدمه

در سال‌های اخیر، دانشجویان زیادی به کارآفرینی پرداخته و نقش محوری دانشگاه‌ها را در زمینه تقویت نوآوری و استارت‌آپ مشخص‌تر کرده‌اند. با توجه به اهمیت روزافزون کارآفرینی، تلاش‌های بسیاری در جهت آموزش کارآفرینان انجام شده است. آموزش کارآفرینی^۱ نقش مرتبگی را در تمامی سطوح کارآفرینی ایفا می‌کند. آموزش، به‌ویژه آموزش در سطح دانشگاه‌ها، آموزش فنی و حرفه‌ای، به‌عنوان عامل تقویت‌کننده قصد کارآفرینی تلقی شده و می‌تواند نیت‌های دانشجویان، آگاهی و توانایی‌های لازم آن‌ها برای شروع یک کسب‌وکار را افزایش دهد (روچا و همکاران^۲، ۲۰۲۳).

نقش دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی به‌عنوان محیط‌های آموزشی حامی کسب ذهنیات و شایستگی‌های کارآفرینی است که در آن دانشجویان می‌توانند در یادگیری تجربی، شبکه‌سازی و قرار گرفتن در معرض الگوهای کارآفرینی شرکت کنند. در محیط دانشگاه، دانشجویان در یادگیری منفعل نیستند. دانشجویان در این محیط نقش فعالی در رشد خود دارند و هویت آنان به‌عنوان سنگ بنای دیدگاه‌ها و ایده‌های تجاری منحصربه‌فرد پذیرفته می‌شود. آموزش کارآفرینی به خودی خود نمی‌تواند قصدی برای ایجاد کسب‌وکار را روشن نماید. کارآفرینی شامل شبکه پیچیده‌ای از عناصر مرتبط است که با یکدیگر بر کارآفرینی در یک منطقه یا یک صنعت خاص تأثیر می‌گذارد و آن را شکل می‌دهد.

ایزنبرگ^۳ (۲۰۱۰) به نقل از آرواجی و همکاران^۴ (۲۰۲۳) در خصوص اکوسیستم کارآفرینی حامی، بر همکاری چندین ذینفع، از کارآفرینان و سرمایه‌گذاران گرفته تا مؤسسات آموزشی و نهادی دولتی و حاکمیتی، تأکید می‌کند. این هم‌افزایی مشترک محیطی را ایجاد می‌کند که در آن کارآفرینان می‌توانند به‌راحتی به منابع ضروری دسترسی پیدا کنند؛ بنابراین آموزش، تأمین مالی، ایجاد یک محیط مساعد برای نوآوری و توسعه، کسب‌وکار و علاقه شخصی همگی بر قصد کارآفرینی مؤثرند. برخی از محققان معتقدند که قصد کارآفرینی به‌عنوان پیش‌درآمد رفتار کارآفرینانه، به‌عنوان رفتارهای فردی قبل از درگیر شدن در کارآفرینی، مانند برنامه‌ریزی، آمادگی، تلاش و موارد مشابه عمل می‌کند که نشان‌دهنده ارزیابی‌های ذهنی کارآفرینان از پیگیری فعالیت‌های کارآفرینانه است (یائو^۵، ۲۰۱۶).

آموزش کارآفرینی، مفهومی نسبتاً جدید، فاقد تعریف دقیق از نظر محتوا و دامنه است. فایول یک تعریف جامع ارائه می‌دهد و آموزش کارآفرینی را به‌عنوان هر برنامه یا فرایند آموزشی طراحی شده برای پرورش نگرش‌ها و مهارت‌های کارآفرینانه توصیف می‌کند (فایول و همکاران^۶، ۲۰۰۶). در حالی که لینان^۷ (۲۰۰۴) بر اهمیت آن در کمک به افراد در تصمیم‌گیری شغلی تأکید می‌کند. محققان زیادی در این زمینه معتقدند که آموزش کارآفرینی شامل تقویت توانایی دانشجویان و دانش‌آموزان برای شناسایی فرصت‌های کارآفرینی، ارائه آموزش در مهارت‌های ضروری برای تأسیس شرکت‌های موفق، تقویت اعتماد به‌نفس آن‌ها و تقویت ظرفیت و تمایل آن‌ها برای تبدیل ایده‌های نوآورانه به سرمایه‌گذاری‌های کارآفرینانه است (جونز^۸، ۲۰۰۴). بنابر نظر محققین، آموزش کارآفرینی

1. Entrepreneurship Education Programs (EEPs)
2. Rocha et al.
3. Izenberg
4. Olarewaju et al.
5. Yao
6. Fayolle et al.
7. Linan
8. Jones

شامل هر برنامه یا فرایند آموزشی با هدف تقویت کارآفرینی افراد، انتقال دانش کارآفرینی و مهارت‌ها، ارتقاء کیفیت و توانایی‌های کارآفرینی افراد و پرورش دادن افراد کارآفرین است.

آموزش کارآفرینی در سال‌های اخیر رشد قابل توجهی داشته و به‌عنوان ابزاری کلیدی و حیاتی در تقویت ابتکارات کارآفرینانه ظاهر شده است. این افزایش علاقه به ظرفیت آن در افزایش نگرش‌ها، مقاصد و قابلیت‌ها و مهارت کارآفرینانه دانشجویان نسبت داده می‌شود. دیدگاه غالب در بین پژوهشگران کارآفرینی این است که آموزش کارآفرینی به‌طور قابل توجهی قصد کارآفرینی را تقویت می‌کند و حداقل تأثیر آن بر قصد کارآفرینی است (چن و همکاران^۱، ۲۰۱۳). در سطح جهانی نرخ شکست کارآفرینی ۷۰ درصد است و در بین دانشجویان این درصد بیشتر است؛ برای مثال نرخ شکست در بین دانشجویان چینی ۹۰ درصد است (سونگ و همکاران^۲، ۲۰۱۳).

بیکاری یکی از بزرگ‌ترین معضلات اجتماعی کشور است که مسائل اجتماعی گوناگونی را با خود به همراه می‌آورد. یکی از راه‌کارهای کاهش آن ارائه مهارت‌های لازم به افراد است تا بتوانند به‌صورت خودانگیخته کسب‌وکار راه‌اندازی کنند. آموزش کارآفرینی می‌تواند بر قصد افراد به راه‌اندازی کسب‌وکار تأثیر گذارد. تغییر رویکرد دانشجویان و دانش‌آموختگان از کارجویی به کارآفرینی به سبب درک همین مطلب است که در دنیای امروز دانش‌آموخته‌ها نسبت به سایرین دارای مزیت رقابتی هستند که پا از حوزه دانش و محفوظات خود فراتر می‌گذارند و در حل مسائل عملی آن محدوده تخصصی، مهارت پیدا می‌کنند و موفق عمل می‌کنند. یکی از چالش‌های پیش‌روی جوامع مختلف، دانش‌آموختگانی هستند که توانایی فردی و مهارت لازم برای راه‌اندازی کسب‌وکار ندارند. این امر، آماده‌سازی فارغ‌التحصیلان دانشگاهی را از طریق توسعه فرهنگ کارآفرینی در آنان ضروری می‌سازد.

آنچه مسلم است، این آماده‌سازی نباید بعد از فارغ‌التحصیلی باشد؛ بلکه برای تحقق این امر، لازم است طی فرایند و حین تحصیل، مقدمات لازم فراهم گردد و موانع و محدودیت‌ها برطرف شوند. یکی از مهم‌ترین این اقدامات تحت تأثیر قرار دادن نگرش و نیت کارآفرینانه دانشجویان است. برنامه‌های آموزش کارآفرینی به‌طور معنی‌داری باعث افزایش قابلیت‌های کارآفرینی و نیت کارآفرینانه دانشجویان در جهت ایجاد یک کسب‌وکار جدید یا خوداشتغالی می‌شود. همچنین، نتایج مطالعات مختلفی نیز حاکی از تأثیر معنادار دوره‌های آموزش کارآفرینی بر ویژگی‌های روان‌شناختی یا قابلیت‌های کارآفرینی افراد است (یائو، ۲۰۱۶). بیکاری زیاد دانش‌آموختگان در نظام آموزش عالی ایران، بر ضرورت انجام پژوهش‌هایی در نظام آموزش عالی در جهت بهبود نیت و رفتار کارآفرینانه دانشجویان تأکید دارد.

مروری بر ادبیات و پیشینه تحقیق

آموزش رفتار کارآفرینی

نظریه یادگیری اجتماعی برای مطالعه کارآفرینی مورد استفاده قرار گرفته و نتایج قابل تأملی به دست آمده است؛ برای مثال زاپکائو و همکاران^۳ (۲۰۱۵) نشان دادند که قرار گرفتن در معرض الگوهای نقش کارآفرینی، به‌ویژه والدین، به‌طور قابل توجهی بر نگرش افراد نسبت به خوداشتغالی و تصمیم‌گیری آن‌ها در مورد قصد کارآفرینی تأثیر می‌گذارد. این امر از نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده پشتیبانی می‌کند و بر نقش یادگیری مشاهده‌ای از الگوهای نقش از طریق نظریه یادگیری اجتماعی تأکید می‌کند.

از دیدگاه الگوی رفتار برنامه‌ریزی شده آژن^۴ (۱۹۹۱) تعامل بین عوامل فردی و اجتماعی و وجود عوامل

1. Chen et al.
2. Song et al.
3. Zapkau et al.
4. Ajzen

مختلفی که در آن به کار گرفته شده، باعث ارتباط و تعامل بیشتر با عوامل فردی و محیطی در جامعه شده است که از آن می‌توان به‌عنوان یک ابزار ارزشمند و قوی در بررسی نیت کارآفرینانه بهره گرفت. همچنین از سوی دیگر به عقیده محققان، نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده آژن چارچوب معتبری را به‌منظور تحلیل و اندازه‌گیری چگونگی تأثیر برنامه‌های آموزش کارآفرینی بر نگرش‌ها و نیت‌ها و رفتار کارآفرینانه فراگیران فراهم می‌آورد. بر اساس الگوی رفتار برنامه‌ریزی شده، نگرش در باره رفتار، هنجارهای ذهنی و باور به خودکارآمدی به‌عنوان پیشگوکننده‌های نیت در راه‌اندازی فعالیت‌های کارآفرینانه به‌شمار می‌روند. تفاوت این نظریه با سایر الگوها، به دلیل در اختیار داشتن متغیر هنجار ذهنی است که در الگوهای دیگر به آن اشاره نشده است.

آموزش کارآفرینی در کشورهای مختلف به روش‌های گوناگون نظری (برگزاری دوره‌های منظم کارآفرینی، سخنرانی‌ها) و پلتفرم‌های عملی انجام می‌شود؛ بنابراین مدرسان کارآفرینی در دانشگاه‌ها معمولاً با چند پرسش اساسی روبه‌رو هستند:

سؤال اول اینکه آیا آموزش کارآفرینی با نیت کارآفرینی دانشجویان همبستگی مثبت یا منفی دارد؟

سؤال دوم اینکه چه مکانیسم‌هایی آموزش کارآفرینی را با نیت کارآفرینی مرتبط می‌کند؛ به عبارت دیگر چه متغیرهایی در این زمینه نقش دارند؟

سؤال سوم اینکه چگونه مدرسان دانشگاهی باید نیت و نگرش کارآفرینی دانشجویان را تقویت کنند. افزون بر این، سیستم آموزشی مرسوم اغلب بر دانش نظری تمرکز می‌کند تا مهارت‌های عملی. مهارت‌های عملی مورد نیاز برای موفقیت کارآفرینی مستلزم مجموعه مهارت‌های منحصربه‌فردی است که شامل تفکر انتقاد، حل مسئله و سازگاری است که ممکن است به‌اندازه کافی در یک سیستم آموزشی که برای اشتغال سنتی طراحی شده است پرورش داده نشود (موریس و کونگ^۱، ۲۰۲۰).

سیکاندو و همکاران^۲ (۲۰۱۶) نیاز به فرایند «مهندسی مجدد» در برنامه‌های درسی با هدف تقویت برنامه‌های آموزش حرفه‌ای پیشبرد محتوا از طریق ترکیب دانش و مهارت‌ها و در برخی موارد، اجرای تجربیات یادگیری نوآورانه طراحی شده برای توسعه ایده مبتنی بر فناوری در استارت‌آپ‌های جدید را لازم می‌دانند. از طرفی دیگر لینچ و همکاران^۳ (۲۰۲۱) معتقدند که تفکر طراحی یک آموزش است که می‌تواند به دانشجویان علوم مهندسی در پیشبرد کارآفرینی کمک کند. دانشجویان علوم مهندسی با مباحث بازاریابی و فروش آشنایی و مهارت کمی دارند هرچند در تولید محصول مهارت دارند اما از ذهنیت‌های کارآفرینی فاصله دارند؛ بنابراین توسعه ذهنیت‌های کارآفرینی در دانشجویان فارغ‌التحصیل فنی باید در اولویت مؤسسات آموزش عالی باشد. (سیکاندو و همکاران، ۲۰۱۶) بر اساس نظریه یادگیری اجتماعی باید به موارد زیر در کارآفرینی توجه کنیم:

یادگیری مشاهده‌ای

یادگیری تجربی از کارآفرینان موفق به دانشجویان اجازه می‌دهد تا با الگوهای نقش کارآفرینی در ارتباط باشند که به‌نوبه خود بر ادراکات و رفتارهای آن‌ها تأثیر می‌گذارد. نظریه یادگیری بندورا^۴ (۱۹۷۷) به نقل از شین و ونکاتارامن^۵ (۲۰۰۰) با تأکید بر اهمیت یادگیری مشاهده‌ای به کسب رفتارها و مهارت‌های جدید اشاره دارد. افزون بر این، مشاهده کارآفرینان موفق و به‌کارگیری دانش نظری آن‌ها در یک محیط و توجه به توانایی آن‌ها در

1. Morris & König

2. Secundo et al.

3. Lynch et al.

4. Bandora

5. Shane & Werkatarman

شناسایی فرصت‌ها و تصمیم‌گیری آگاهانه می‌تواند به قصد کارآفرینی دانشجویان کمک نماید. از طرف دیگر، با مشاهده شکست‌های کارآفرینان بالقوه درک واقع‌بینانه‌تری از چالش‌های مرتبط با کارآفرینی به دست می‌آید. در اکوسیستم کارآفرینی، امکان یادگیری مشاهده‌ای از طریق تعامل و همکاری با بازیگرانی مانند کارآفرینان، دولت، سرمایه‌گذاران و مراکز رشد/ شتاب‌دهنده‌ها و حمایت‌های دانشگاه و مربیان حاصل می‌شود. افزون بر این، دانشجویان می‌توانند زمینه‌های کسب‌وکار را تجربه کنند و دیدگاهی انتقادی از پیشینه تحصیلی خود در این زمینه ایجاد کنند (شین و ونکاتارامن، ۲۰۰۰).

برنامه‌های مربی‌گری و گروه همسالان

مربی‌گری نیز یکی دیگر از عوامل کلیدی است. داشتن یک مربی که بتواند تجربیات خود را با کارآفرینان تازه‌کار به اشتراک بگذارد و آن‌ها را در مسیر درست راهنمایی کند، بسیار ارزشمند است. مربیان می‌توانند به دانشجویان کمک کنند تا از اشتباهات رایج در کارآفرینی اجتناب کنند و از تجربیات موفق دیگران بهره‌برداری کنند. تعامل با هم‌تایان از طریق محیط‌های یادگیری مشارکتی به دانشجویان این فرصت را می‌دهد تا با متخصصان با تجربه ارتباط برقرار کنند و از بینش‌ها، راهنمایی‌ها و توصیه‌های آن‌ها استفاده نمایند. تعاملات همسالان در محیط یادگیری مشارکتی باعث تحریک بحث و به اشتراک‌گذاری دانش می‌شود. در محیط‌های آموزشی، یادگیری مشارکتی با افزایش تفکر انتقادی، مهارت‌های حل مسئله و درک عمیق‌تر موضوع مرتبط است (جانسن و جانسن، ۱۹۸۹). افزون بر امکان مشاهده، داشتن فرصتی برای قرار گرفتن در برنامه‌های مربی‌گری با کارآفرینان همراه با یادگیری هم‌تایان از افراد با زمینه‌های مختلف قدرت اکوسیستم و نتایج یادگیری را افزایش می‌دهد.

در نهایت، آموزش کارآفرینی نه تنها به افراد کمک می‌کند تا در کسب‌وکار خود موفق شوند، بلکه به آن‌ها این امکان را می‌دهد که به‌عنوان شهروندان فعال و خلاق در جامعه عمل کنند. این نوع آموزش به ترویج نوآوری و رشد اقتصادی کمک می‌کند و می‌تواند در ایجاد جوامع پایدارتر و متنوع‌تر نقش مهمی ایفا کند. به همین دلیل، بسیاری از دولت‌ها و نهادهای آموزشی در سراسر جهان به سرمایه‌گذاری در آموزش کارآفرینی به‌عنوان یکی از راه‌های اساسی برای مقابله با بیکاری و افزایش رشد اقتصادی توجه دارند. گرچه آموزش کارآفرینی در طول سال‌ها افزایش یافته است، ادغام روش‌های آموزشی متنوع به‌عنوان یک استراتژی آموزشی نوآورانه و دگرگون‌کننده هنوز برای بسیاری از دانشجویان کارشناس در سراسر جهان واقعیت ندارد؛ بنابراین لازم است آموزش کارآفرینی از لحاظ نظری در دوره‌های اجباری برنامه‌های درسی گنجانیده شود.

محتوای آموزش کارآفرینی در کالج‌ها و دانشگاه‌ها، تجربه اساتید و محیط کلی کارآفرینی دانشگاه ارتباط نزدیکی با علایق کارآفرینی دانشجویان دارد که می‌تواند منجر به شکل‌گیری ادراکات مثبت دانشجویان از فعالیت‌های کارآفرینانه و تغییر نگرش کارآفرینانه آن‌ها شود. آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها، نگرش و انگیزه دانشجویان را شکل می‌دهد، ادراکات را تغییر می‌دهد و انگیزه را از راه تجربه افزایش می‌دهد. افزون بر این دانش افراد را غنی‌تر می‌کند؛ و اشتیاق و علاقه دانشجویان را افزایش و به هدایت چالش‌های کارآفرینی کمک می‌کند. در نتیجه دانش‌آموزان تحصیل‌کرده مهارت‌هایی را توسعه می‌دهند که نگرش‌ها را تغییر می‌دهند. به‌ویژه در میان کسانی که بیشتر از آموزش کارآفرینی آگاه هستند. تحقیقات نشان می‌دهد که نگرش نقش اساسی در شکل دادن به رفتار ایفا می‌کند. قصد رفتاری بر نگرش، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتاری درک‌شده مؤثر است (شیری و همکاران، ۱۴۰۲).

نگرش رفتاری به معنای ارزیابی فرد از رفتار است که بر قصد تأثیر مثبت یا منفی دارد. «هنجارهای ذهنی» فشارهایی هستند که افراد مهم زندگی مانند خانواده و دوستان بر افراد وارد می‌کنند. برای مثال اگر افراد مهم انتظاراتی از رفتارهای خاص افراد داشته باشند یا از آن‌ها حمایت کنند؛ این افراد به احتمال زیاد قصد کنش اجتماعی دارند. «کنترل رفتاری درک شده» برابر با خودکارآمدی است و سطوح بالاتر قصد رفتار را تقویت می‌کند. تحقیقات نشان می‌دهد که نگرش کارآفرینانه به شدت با قصد ارتباط دارد و به‌عنوان یک میانجی بین آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرینی عمل می‌کند (گوران و بهاروند، ۱۴۰۲)

نگرش کارآفرینی

نیت و نگرش دانشجویان در کارآفرینی دو عنصر اساسی هستند که نقش کلیدی در موفقیت یا شکست فرایند کارآفرینی ایفا می‌کنند. نیت به معنای تمایل و اراده فرد برای ورود به حوزه کارآفرینی و شروع کسب‌وکار خود است، در حالی که نگرش به دیدگاه و احساسات فرد نسبت به کارآفرینی و چالش‌های مرتبط با آن اشاره دارد. هر دو عامل تحت تأثیر عوامل فردی، آموزشی و محیطی قرار دارند و نقش مهمی در تصمیم‌گیری و عملکرد کارآفرینی دانشجویان دارند. نگرش دانشجویان نسبت به کارآفرینی معمولاً تحت تأثیر آموزش و اطلاعات دریافتی است. دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی که به دانشجویان مهارت‌ها و دانش لازم برای کارآفرینی را ارائه می‌دهند، می‌توانند نگرش مثبتی نسبت به این حوزه ایجاد کنند. آموزش کارآفرینی که شامل برنامه‌های عملی، مشاوره‌های حرفه‌ای و فرصت‌های شبکه‌سازی است، می‌تواند به دانشجویان کمک کند تا به‌طور عملی با چالش‌های کارآفرینی آشنا شوند و نگرش مثبتی نسبت به آن پیدا کنند. برعکس، اگر آموزش ناکافی یا نامناسب باشد، ممکن است نگرش منفی و ترس از شکست در دانشجویان ایجاد شود (شیری و همکاران، ۱۴۰۲)

فرهنگ کارآفرینی نیز یکی دیگر از عوامل مهم تأثیرگذار بر نگرش دانشجویان است. در جوامع و دانشگاه‌هایی که کارآفرینی به‌عنوان یک مسیر ارزشمند و محترم تلقی می‌شود، نگرش دانشجویان نسبت به کارآفرینی مثبت‌تر خواهد بود. در این محیط‌ها، افراد به کارآفرینی به‌عنوان فرصتی برای رشد و پیشرفت نگاه می‌کنند، در حالی که در جوامعی که کارآفرینی با ریسک بالا و عدم اطمینان همراه است، ممکن است نگرش‌ها منفی‌تر باشد (سیکاندو و همکاران، ۲۰۱۶).

دانشجویان کارآفرین باید مجموعه‌ای از شایستگی‌ها و صلاحیت‌ها را برای دنبال کردن فرایند کارآفرینی به دست آورند و توسعه دهند. این صلاحیت‌ها می‌تواند با آموزش کارآفرینی تقویت شود (کارپنتر و ویلسون، ۲۰۲۲). بنابر گفته هاسه و لوآتینچلاگر^۱ (۲۰۱۱) کارآفرینان به دانش و اطلاعات واقعی در مورد فرایند ایجاد کسب‌وکار مانند ایجاد توانایی‌های قوی در مذاکره، رهبری، خلاقیت، تحمل ریسک، فرصت‌جویی و مهارت‌های ارتباطی نیاز دارند. دانشجویانی که در رشته‌های علوم بازرگانی تحصیل می‌کنند معمولاً از همه‌ی این جنبه‌ها آگاهی بیشتری دارند و از آمادگی‌های بیشتری برای ایجاد کسب‌وکار برخوردار هستند، زیرا از پیشینه آموزشی مرتبط برخوردار بوده‌اند. آموزش کارآفرینی به‌شدت با اهداف کارآفرینی دانشجویان مرتبط است.

نگرش کارآفرینانه که به‌عنوان تمایل فرد نسبت به کارآفرینی تعریف می‌شود، شامل برداشت از مزایا و معایب آن می‌شود. نگرش مثبت به کارآفرینی می‌تواند باعث افزایش انگیزه و پشتکار دانشجویان برای ورود به حوزه کارآفرینی شود، در حالی که نگرش منفی ممکن است آن‌ها را از دنبال کردن این مسیر بازدارد. به گفته محققان روان‌شناسی اجتماعی «نگرش» بازتاب شناخت فردی، از جمله خودارزیابی و ارزیابی دیگران، رویدادها و فعالیت‌ها

است. نیت کارآفرینی قوی برای موفقیت کارآفرینی حیاتی تلقی می‌شود. آموزش کارآفرینی روحیه کارآفرینی را پرورش داده و بر ادراک و اشتیاق افراد تأثیر می‌گذارد؛ بنابراین نگرش مثبت نسبت به کارآفرینی را افزایش می‌دهد. برخی از محققان استدلال می‌کنند که چنین نگرش‌ها، نیات رفتاری نسبت به کارآفرینی را شکل می‌دهد. در حالی که برخی دیگر معتقدند نگرش کارآفرینانه به‌عنوان پلی بین پس‌زمینه شخصی، به‌ویژه آموزشی و روحیه کارآفرینی عمل می‌کند (گوران و بهاروند، ۱۴۰۲).

نگرش به‌معنای دیدگاه و احساسات دانشجویان نسبت به کارآفرینی و چالش‌های مرتبط با آن است. نگرش مثبت به کارآفرینی می‌تواند باعث افزایش انگیزه و پشتکار دانشجویان برای ورود به این حوزه شود، در حالی که نگرش منفی ممکن است آن‌ها را از دنبال کردن این مسیر بازدارد. نگرش دانشجویان نسبت به کارآفرینی معمولاً تحت تأثیر آموزش و اطلاعات دریافتی است. دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی که به دانشجویان مهارت‌ها و دانش لازم برای کارآفرینی را ارائه می‌دهند، می‌توانند نگرش مثبتی نسبت به این حوزه ایجاد کنند.

پیشینه پژوهش

حبیبی و همکاران (۱۴۰۳) تحقیقی با عنوان تأثیر راهبردی آموزش کارآفرینی بر تمایل و رفتار کارآفرینی از طریق نقش واسطه‌ای نگرش، یادگیری و منابع کارآفرینی انجام دادند. نتایج حاصل از تحقیق نشان داد که آموزش کارآفرینی از طریق نگرش، یادگیری و منابع کارآفرینی بر تمایل و رفتار کارآفرینی تأثیر مثبت، معنادار و راهبردی دارد.

شیری و همکاران (۱۴۰۲) تحقیقی با عنوان مفهوم‌پردازی عوامل زمینه‌ای قصد کارآفرینانه در نظام آموزش عالی ایران انجام دادند. نتایج پژوهش نشان داد که متغیرهای نگرش نسبت به کارآفرینی، هنجارهای ذهنی، کنترل رفتاری درک‌شده و همچنین، حمایت دانشگاهی درک‌شده و حمایت محیطی درک‌شده تأثیر مثبت و معناداری بر قصد کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی در نظام آموزش عالی ایران داشتند؛ ولی تأثیر حمایت دولتی درک‌شده بر قصد کارآفرینانه دانشجویان تأیید نشد.

عبدی و همکاران (۱۴۰۲) تحقیقی با عنوان شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر تاب‌آوری رفتار کارآفرینانه، در دانشگاه فنی و حرفه‌ای استان البرز انجام دادند. نتایج نشان داد که عوامل مؤثر بر تاب‌آوری رفتار کارآفرینانه در دانشگاه عبارت‌اند از: عوامل توسعه‌دهنده با وزن ۰/۴۶ رتبه اول، بازدارنده‌های محیطی با وزن ۰/۲۰ رتبه دوم، محرک‌های محیطی با وزن ۰/۱۸ رتبه سوم و محدودکننده با وزن ۰/۱۳ رتبه چهارم. این پژوهش به تاب‌آوری رفتار کارآفرینانه، نگاهی جامع داشته و با توجه به موقعیت کشور و سازمان، عوامل مؤثر بر تاب‌آوری رفتار کارآفرینانه در دانشگاه را ارائه کرده است.

واعظی و زیودار (۱۴۰۰) تحقیقی با عنوان عوامل مؤثر بر شکل‌گیری رفتار کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه سیستان و بلوچستان انجام دادند. نتایج نشان داد که در بین دانشجویان دانشگاه سیستان و بلوچستان «هوشیاری کارآفرینانه» اثر مهم و معناداری بر «قصد کارآفرینانه» دارد و در مقابل، «ویژگی رقابت»، اثر معناداری بر «قصد کارآفرینانه» ندارد و اثر تقاطعی «ویژگی رقابت و هوشیاری کارآفرینانه» بر «قصد کارآفرینانه»، معنادار نیست. از طرفی، «قصد کارآفرینانه» اثر مثبت و چشم‌گیری بر «رفتار کارآفرینانه» دارد و «شخصیت پیش‌گام»، دارای اثر مثبت و معناداری بر شکل‌گیری «رفتار کارآفرینانه» است. به‌علاوه، اثر «قصد کارآفرینانه» بر «رفتار کارآفرینانه»، تحت تأثیر مقادیر بالا یا کم «شخصیت پیش‌گام» قرار نمی‌گیرد، هرچند «شخصیت پیش‌گام» بر «رفتار کارآفرینانه» مؤثر است.

سلطان‌زاده (۱۳۹۹) پژوهشی با عنوان شناسایی عوامل مؤثر بر کارآفرینی آموزشی در دانشگاه‌های دولتی کشور انجام داد. بر اساس نتایج پژوهش شش عامل ساختار اقتصادی (۳ عامل فرعی)، ساختار فرهنگی (۳ عامل فرعی)، ساختار اجتماعی (۲ عامل فرعی)، ساختار آموزشی (۴ عامل فرعی)، ساختار محیط بیرونی (۲ عامل فرعی) و ویژگی‌های فردی (۲ عامل فرعی) مؤثر بر توسعه کارآفرینی آموزشی در دانشگاه‌های دولتی شناسایی شد.

مارچ^۱ (۲۰۲۴) مقاله‌ای با عنوان قصد کارآفرینی دانشجویان و عوامل مؤثر بر آن: مروری بر ادبیات نظام‌مند انجام داد. یافته‌ها نشان داد که چهار دسته اصلی عوامل وجود دارد: عوامل زمینه‌ای مانند محیط اقتصادی، اجتماعی و سیاسی، عوامل انگیزشی مانند نیازهای شخصی، ویژگی‌ها و ویژگی‌های شخصیتی افراد و عوامل فردی و پیشینه افراد مانند خانواده، تحصیلات و همسالان.

شن^۲ (۲۰۲۲) پژوهشی با عنوان نقش آموزش کارآفرینی در تعیین رفتار واقعی کارآفرینی انجام داد. نتایج نشان داد که هر دو آموزش رسمی و غیر رسمی به‌طور معناداری رفتار کارآفرینانه را پیش‌بینی می‌کنند، در حالی که قصد کارآفرینی نیز میانجی‌گر رابطه بین آموزش رسمی و غیر رسمی و رفتار کارآفرینانه است.

با توجه به بررسی‌های انجام شده در ادبیات تحقیق مشخص شد که عوامل مختلفی نظیر قصد کارآفرینی، ویژگی‌های شخصیتی، عوامل محیطی، یادگیری و منابع کارآفرینی و خودکارآمدی نقش مهمی در رفتار کارآفرینی افراد دارد ولی نقش آموزش کارآفرینی کمتر مورد توجه قرار داده شده است.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از نظر ماهیت، کیفی است. جامعه مورد مطالعه در پژوهش شامل متخصصان و صاحب‌نظران حوزه کارآفرینی، مدیریت کارآفرینی و کارآفرینان دانشگاهی بود. در انتخاب خبرگان جهت انجام مصاحبه برای نمونه‌گیری از روش گلوله‌برفی استفاده شد و با روش اشباع نظری پانزده نفر به‌عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. برای انجام مصاحبه از روش مصاحبه نیمه ساختاریافته استفاده شد. به این ترتیب که ابتدا سوالات پژوهشی طرح شد و دیدگاه‌های جدید خبرگان نیز مورد توجه قرار گرفت و در موارد لازم پرسش‌های جدید مطرح شد. در این روش نتایج قابل قبول و تأثیرگذاری در جهت شناخت مؤلفه‌ها حاصل گردید. پس از گردآوری داده‌های کیفی و استخراج مفاهیم به‌صورت کیفی، گویه‌ها، مؤلفه‌ها و ابعاد مؤثر بر نقش آموزش در کارآفرینی استخراج شد.

برای این منظور از روش تحلیل محتوای کیفی استفاده گردید. تحلیل محتوا یک روش پژوهش کیفی است که برای شناسایی، تحلیل و تفسیر الگوهای معنایی داده‌های کیفی استفاده می‌شود. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از کدگذاری در سه مرحله استفاده شد که در مرحله اول به شناسایی مفاهیم مهم مصاحبه‌ها و تبدیل آن‌ها به کدهای باز استفاده شد و سپس در مرحله دوم به کدگذاری محوری و دسته‌بندی عوامل در گروه‌های مختلف اقدام و در نهایت به کدگذاری انتخابی و ارائه یک مدل پرداخته شد. جهت بررسی روایی و پایایی داده‌ها نیز از نظرات دو داور خارجی و مقایسه با ادبیات پژوهش استفاده گردید و با استفاده از نرم‌افزار MaxQDA نسخه ۲۴ به تحلیل محتوا اقدام گردید.

یافته‌ها

کدهای استخراجی

از روش تحلیل محتوا به‌ویژه برای استخراج مقوله‌ها در انواع مصاحبه در پژوهش‌های کیفی استفاده می‌شود. در

جدول ۱ کدهای استخراجی از متن مصاحبه‌ها نشان می‌دهد؛ که برای نیات کارآفرینی بیست کد، برای رفتار کارآفرینانه هفت کد، برای نقش دانشگاه‌ها سی و دو کد، برای مهارت‌های فکری و نگرش سیزده کد، برای مهارت‌های عملی ده کد، برای شبکه‌سازی و مربی‌گری پانزده کد، نقش حمایتی دولت سی و سه کد، برای آموزش کارآفرینی نوزده کد و برای خودکارآمدی هم پنج کد شناسایی شدند.

جدول ۱. کدهای استخراجی

کدهای سیستم
نیات کارآفرینانه

نیات کارآفرینانه اولین گام کارآفرینی؛ برنامه‌های آموزشی کارآفرینی (EPPs) قصد کارآفرینی دانشجویان را از سایر مقاصد جدا می‌کند. تصمیم‌گیری در مورد آموزش کارآفرینی تحت تأثیر مفروضات ذهنی است. آموزش جرعه تجدیدنظر در نیات کارآفرینی؛ مفروضات ذهنی دانشجویان بر تصمیمات و مقاصد یادگیری تأثیر دارد. EPPs دانشجویان را قادر می‌سازد تا انتخاب‌های آگاهانه‌ای داشته باشند. نیات کارآفرینی همیشه با حل مسئله همراه است. دانشجویانی که به EPPs می‌پیوندند تمایل بیشتری به خلاقیت دارند. مقاصد دانشجویان با مجموعه‌ای از آموزش‌ها قابل تجدید نظر شدن هستند. قصد کارآفرینی آمل ذهنی کارآفرینان بالقوه؛ قصد کارآفرین به‌عنوان پیش‌درآمد برای رفتار کارآفرینانه؛ قصد کارآفرینانه نشان‌دهنده ارزیابی ذهنی کارآفرینان برای فعالیت‌های کارآفرینانه و آموزش کارآفرینی برای پرورش نگرش‌ها و مهارت کارآفرینانه است. آموزش کارآفرینی به‌طور قابل توجهی قصد کارآفرینی را تقویت می‌کند. آموزش کارآفرینی الهامات و نگرش‌های کارآفرینی را افزایش می‌دهد. داشتن مقاصد کارآفرینانه مقدم بر رفتار کارآفرینانه است. مقاصد کارآفرینی وضعیت ذهنی برای تأسیس سرمایه‌گذاری جدید؛ قصد کارآفرینانه با عوامل بیرونی مانند حمایت اجتماعی ارتباط مستقیم دارد. قصد کارآفرینانه با عوامل داخلی مانند نگرش کارآفرینی و خودکارآمدی ارتباط مستقیم دارد. نگرش کارآفرینی و خودکارآمدی با نیات کارآفرینی ارتباط دارد.

رفتار کارآفرینانه

رفتار کارآفرینانه ناشی از عوامل فردی و محیطی؛ نگرش نقش اساسی در شکل دادن رفتار کارآفرینانه دارد. محتوای آموزشی کارآفرینی با رفتار کارآفرینی ارتباط نزدیک دارد. بین آموزش اجباری کارآفرینی و رفتار کارآفرینانه حداقل ۲ سال لازم؛ شروع رفتار کارآفرینانه با آموزش کارآفرینی ارتباط مستقیم دارد. آموزش کارآفرینی رفتار کارآفرینانه را پس از فارغ‌التحصیلی تحریک می‌کند. آموزش کارآفرینانه تأثیر مثبتی بر رفتار کارآفرینانه دارد.

کمک به راه‌اندازی سایت‌های تجاری؛ حمایت از کارآفرینان با اعطای جوایز؛ برگزاری مسابقات مختلف کارآفرینی؛ تأکید بر دوره‌های کارآفرینی؛

آموزش دانش جدید توانایی‌های تشخیصی فرصت کارآفرینان را بهبود می‌بخشد. آموزش کارآفرینی پتانسیل خوداشتغالی را افزایش می‌دهد. نقش محوری دانشگاه‌ها در تقویت نوآوری و استارت‌آپ؛ کالج‌ها و دانشگاه‌ها نقش محوری در پرورش آرمان‌های کارآفرینی دارند.

ادامه جدول ۱. کدهای استخراجی

کدهای سیستم

مفهوم دانشگاه به‌عنوان یک محیط اجتماعی با نظریه یادگیری اجتماعی؛
 نقش دانشگاه به‌عنوان حامی کسب ذهنیت و شایستگی‌های کارآفرینی؛
 ایجاد تعادل بین تئوری و عمل؛
 پشتیبانی برای توسعه ایده‌ها و کسب‌وکار؛
 تدریس برای آموزش کارآفرینی در برنامه‌های مهندسی؛
 آموزش نوآوری و کارآفرینی در کالج‌ها و دانشگاه‌ها بر اساس الگوریتم؛
 جریان‌سازی پایدار در آموزش طراحی؛
 دانشگاه‌ها باید دانشجویان را برای فروش علم و فناوری آموزش بدهند.
 توسعه ایده‌های مبتنی بر فناوری در استارت‌آپ‌ها؛
 بین‌رشته‌ای بودن در برنامه‌های آموزش کارآفرینی موفقیت بیشتری دارد.
 برنامه‌های درسی متأثر از بینش‌های برنامه توسعه باشد.
 باشگاه کارآفرینی دانشجویی ایجاد شود.
 هم‌سو کردن برنامه درسی با نیازهای بازار؛
 ایجاد مراکز تحقیقاتی پایدار؛
 طراحی برنامه‌های درسی و ارتباط آن با کارآفرینی؛
 آموزش کارآفرینی نقش اساسی در شکل‌دهی مهارت‌های ذهنی دارد.
 دانشگاه با آموزش به بهبود عملکرد کمک می‌کند.
 نگاه‌ها به دانشجویان کمک می‌کند تا آنچه آموخته‌اند در سرمایه‌گذاری به کار ببرند.
 همکاری بین مؤسسات آموزشی و فعالان صنعتی؛
 انطباق مستمر برنامه‌های درسی آموزشی با مباحث کارآفرینی؛
 کارآفرینی یک تجربه مرتبط با شغل است پس باید در دانشگاه آموزش داده شود.
 به‌جای دروس انتخابی دروس کارآفرینانه ارائه شود.
 ایجاد سرمایه‌گذاری در دانشگاه‌ها؛
 ارائه دروس اجباری کارآفرینی در برنامه‌های درسی.

مهارت‌های فکری و نگرشی

آموزش کارآفرینی به دانشجویان کمک می‌کند تا پتانسیل‌های خود را بهتر بشناسند.
 داشتن تفکر خلاقانه؛
 داشتن ایده‌های نوآورانه؛
 توانایی شناسایی فرصت‌های جدید؛
 آموزش کارآفرینی نقش اساسی در تفکر استراتژیک؛
 داشتن دید جامع به آینده کسب‌وکار؛
 گسترش نظریه اجتماعی بندورا در دانشگاه؛
 داشتن مهارت فکری در جهت تطبیق با تغییرات بازار؛
 آموزش کارآفرینی به شکل‌دهی پارادایم و مهارت‌های ذهنی کمک می‌کند.
 مهارت تجزیه و تحلیل؛
 کارآفرینی به مهارت‌های فکری برنامه‌ریزی دقیق کسب‌وکار کمک می‌کند.
 مهارت‌های فکری مدیریت ریسک را افزایش می‌دهد.
 آموزش کارآفرینی نگرش خلاقانه برای غلبه بر چالش‌های تجاری پیچیده را آسان می‌کند.

مهارت‌های عملی

ایجاد تعادل بین آموزش‌های آکادمیک و عملی؛
 همکاری با صنایع برای غنی‌سازی تجربیات؛
 یکی از متغیرهای مهم کارآفرینی علائق و توسعه مهارت است؛
 تقویت رویکرد یادگیری عملی و حل مسئله؛

ادامه جدول ۱. کدهای استخراجی

کدهای سیستم

برنامه‌های آموزش حرفه‌ای؛
آموزش با کیفیت؛
مهارت‌های مدیریت مالی و حسابداری؛
مدیریت عملی بازاریابی؛
مدیریت منابع انسانی؛
تفکر انتقادی و حل مسئله.

شبکه‌سازی و مربی‌گری

تجربه اساتید با شکل‌گیری ادراکات کارآفرینی ارتباط دارد.
همکاری افراد با رشته‌های مختلف تیم‌های کارآفرینی؛
تعامل با هم‌تایان از طریق محیط‌های یادگیری مشارکتی؛
سیستم کارآفرینی به‌عنوان یک محیط یادگیری اجتماعی؛
همکاری دانشگاه با کارآفرینان و سرمایه‌گذاران؛
استفاده از مدل‌های یادگیری تعاملی؛
یادگیری عصبی در شبکه‌ها؛
هم‌سویی منابع مالی و انسانی؛
داشتن تیم مؤسس بالقوه؛
برنامه‌های مربی‌گری برای دانشجویان کارآفرین؛
آموزش مداوم برای مربیان؛
استفاده از تجارب دیگر سرمایه‌گذاران؛
کمک به تازه‌کاران و در اختیار قرار دادن تجارب مربیان؛
کمک به دانشجویان برای ساختن شبکه خود؛
شناسایی فرصت‌ها و تشکیل یک تیم استارت‌آپ.

نقش حمایتی دولت

ایجاد فضای مساعد برای کارآفرینی؛
افزایش منابع مالی؛
تأمین بودجه برای رفع مشکلات مالی؛
اجرای تخفیف‌ها؛
معافیت‌های مالیاتی؛
سیاست‌های رسمی با حمایت عملی؛
کارآمدی کارآفرینانه با حمایت نهادی و حمایت از توسعه تجاری شکل می‌گیرد.
ایجاد مدارس ویژه کسب‌وکار؛
حمایت دانشگاه‌ها در تقویت برنامه‌های کارآفرینی؛
حمایت از آموزش کارآفرینی اجباری؛
کمک به مشارکت جامعه در حمایت از کارآفرینی؛
وام‌های کم‌بهره؛
اجرای استراتژی‌هایی برای تأمین مالی فراگیر؛
انرژی‌های تجدیدپذیر؛
تجارت الکترونیک؛
کمک به سرمایه‌گذاری‌های فین‌تک؛
حمایت از فرصت‌ها و مدل‌های تجاری جدید؛
سرمایه‌گذاری‌های مشترک و همکاری با کارآفرینان؛
کمک به مشارکت‌های بین‌المللی؛
همکاری در ایجاد محیط‌های مساعد برای عملیات تجاری؛

ادامه جدول ۱. کدهای استخراجی

کدهای سیستم

تأمین مالی به‌عنوان یک موضوع فراگیر و اصلی؛
 کاهش پیچیدگی‌های نظارتی؛
 برداشتن موانع بوروکراتیک؛
 ابتکارات و سیاست‌های حمایتی دولت؛
 برنامه‌های هدفمند حمایت از استارت‌آپ‌ها؛
 کمک‌های مالی؛
 مشوق‌های مالیاتی؛
 کمک‌های بلاعوض؛
 سیاست‌های سرمایه‌گذاری؛
 ایجاد چارچوب‌های نظارتی شفاف و قابل پیش‌بینی؛
 اعتماد به محیط کسب‌وکار؛
 توسعه زیرساخت‌ها؛

مهارت‌های حاصل از آموزش کارآفرینی

آموزش کارآفرینی اهداف دانشجویان را تقویت می‌کند.
 ایفای نقشی‌های تجاری مستقل؛
 خلاقیت؛
 هوش مالی؛
 حل مسئله؛
 پذیرش فناوری؛
 شبکه‌سازی؛
 ارتباطات؛
 توانایی هدایت ابهامات در حوزه کسب‌وکار؛
 تمرکز بر شناسایی فرصت‌های تجاری؛
 مهارت‌های تفکر خلاق انتقادی؛
 استفاده ماهرانه از منابع موجود؛
 افزایش سازگاری؛
 پویایی کسب‌وکار؛
 بستری برای توسعه مهارت‌های عملی؛
 توانایی به‌کارگیری خلاقیت برای غلبه بر چالش‌های تجاری پیچیده؛
 مدیریت ریسک مؤثر؛
 برنامه‌ریزی دقیق کسب‌وکار؛
 انگیزه و پایداری.

خودکارآمدی

دانشجویان بهتر است اول خودکارآمدی کارآفرینی را تقویت کنند.
 خودکارآمدی با تجربیات آموزشی افزایش می‌یابد.
 خودکارآمدی در واکنش و تسلط بر یک کار ایجاد می‌شود.
 آموزش کارآفرینی به دانش یک موضوع کمک می‌کند.
 خودکارآمدی کارآفرینی مقدمه مقاصد کارآفرینانه

بررسی مؤلفه‌های تأثیرگذار بر آموزش کارآفرینی

۱. قصد و نیت کارآفرینانه

نتایج پژوهش حاضر نشان داد که آموزش کارآفرینی باید با اهداف خاص و مکانیسم‌های یادگیری ویژه‌ای انجام

شود و این کار لازمه داشتن مؤلفه‌های زیادی است. طبق یافته‌ها آموزش کارآفرینی بر مقاصد، نیت و نگرش و الهامات و توسعه ذهنیت‌های دانشجویان مؤثر بوده و آموزش کارآفرینی روابط بین مقاصد کارآفرینی و رفتار کارآفرینی را مشخص می‌کند و ده کد رابطه بین قصد و نیت کارآفرینانه با آموزش کارآفرینی را تبیین می‌نماید. مطالعات متعددی در مورد پیامدهای آموزش کارآفرینی بحث کرده‌اند. مطالعات تجربی زیادی نشان دادند که آموزش کارآفرینی به‌طور کلی اثرات مثبتی بر رفتار کارآفرینانه دارد. چنین نتایجی سیاست‌گذاران، مدیران دانشگاه‌ها و اساتید را تشویق می‌کند تا آموزش کارآفرینی را به‌عنوان دوره‌های درسی اجباری در دستور کار آموزش قرار دهند. رفتار کارآفرینانه، فعالیت‌های دانشجویان و فارغ‌التحصیلان را در ایجاد یک شرکت جدید توصیف می‌کند. بنابراین رفتارهای کارآفرینانه شامل فعالیت‌های حیاتی است که در تعقیب کارآفرینی به‌عنوان انتخاب شغلی انجام می‌شود. آموزش کارآفرینی افراد را برای انجام کارهای کارآفرینانه ترغیب می‌کند و تأثیر مثبتی بر رفتار کارآفرینانه دارد.

۲. شبکه‌سازی و مربی‌گری

طبق یافته‌ها ده کد رابطه بین شبکه‌سازی کارآفرینانه با آموزش کارآفرینی را تبیین می‌نماید. در این خصوص می‌توان بیان داشت توسعه روابط با سایر افراد و تعامل با آن‌ها از طریق تیم‌سازی و به‌کارگیری تجارب سایر کارآفرینان می‌تواند باعث افزایش مهارت‌های مربی‌گری در کارآفرینی دانشجویان گردد.

۳. نقش دولت در آموزش کارآفرینی

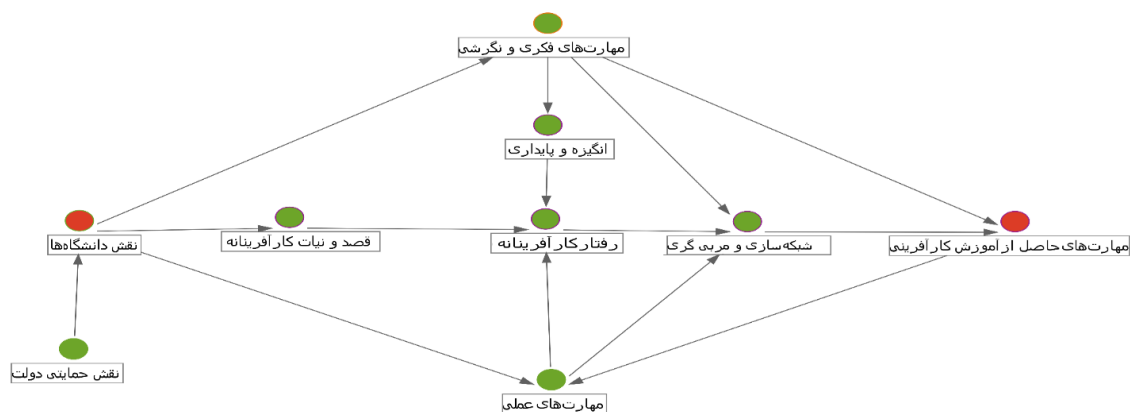
طبق یافته‌ها ده عامل نقش حمایتی دولت را در آموزش کارآفرینی نشان می‌دهد که به‌طور کلی دولت‌ها با توسعه زیرساخت‌های سرمایه‌گذاری و فنی و همچنین حمایت از کارآفرینان و آموزش آن‌ها می‌تواند به توسعه مهارت‌های کارآفرینی در دانشجویان کمک نماید.

۴. نقش دانشگاه در کارآفرینی

بر اساس نتایج تعداد یازده کد نقش دانشگاه‌ها را در توسعه کارآفرینی نشان می‌دهد. دانشگاه‌ها می‌توانند ضمن ارائه آموزش‌های علمی و تخصصی به دانشجویان، با طراحی دوره‌های کارشناسی ارشد و دکتری و یا طراحی دروس کارآفرینی برای همه رشته‌های تحصیلی به پرورش خصلت‌های کارآفرینانه و مهارت‌های مدیریتی در فارغ‌التحصیلان خود موجب افزایش میزان عرضه کارآفرین به بازار کار شوند تا با شناخت و فرصت‌های تازه، زمینه‌های تحقق فرایندهای خلاقانه را فراهم کنند. آماده‌سازی در مورد کارآفرینی نباید بعد از فارغ‌التحصیلی باشد؛ بلکه این امر باید در حین تحصیل انجام شود و لازم است روح کارآفرینی در دانشگاه‌ها پرورش داده شود.

۵. مدل نهایی

نمودار ۱، مدل نهایی پژوهش را نشان می‌دهد این مدل (متغیرها و روابط در آن) به تایید خبرگان پژوهش رسید. بر اساس مدل پژوهش، با حمایت‌های نهادی-دولتی و ایجاد زیرساخت‌های لازم، دانشگاه‌ها می‌توانند قصد و نیت و رفتار دانشجویان و دانش‌آموختگان را تحریک نموده و مهارت‌های نگرشی و فکری و مهارت عملی آنان را ارتقاء و پرورش دهند. این ارتقای مهارت‌ها به شبکه‌سازی‌های لازم برای ایجاد کسب‌وکار کمک می‌کند و در نهایت مهارت‌های کسب شده از طریق آموزش‌های کارآفرینی را پیاده نموده و مدیریت ریسک و برخورد با چالش‌های موجود را به‌راحتی کنترل می‌نمایند.



نمودار ۱. مدل نهایی تحقیق و روابط نظری بین متغیرها

بر اساس نتایج می‌توان بیان داشت که نقش حمایتی دولت در دانشگاه‌ها جهت توسعه کارآفرینی مهم است و از سوی دیگر نقش دانشگاه‌ها در کسب مهارت‌های فکری و نگرشی و نیت کارآفرینی لازم و ضروری است؛ زیرا با افزایش مهارت‌های فکری و نگرشی، انگیزه و پایداری دانشجویان بیشتر شده و رفتار کارآفرینانه آن‌ها تقویت می‌گردد و سپس از طریق شبکه‌سازی می‌توانند به کسب مهارت‌های عملی دست یابند. بر اساس نتایج مهارت‌های حاصل از آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها شامل تقویت اهداف کارآفرینی، ایفای نقش‌های تجاری، خلاقیت، هوش مالی، حل مسئله، پذیرش فناوری، شبکه‌سازی، ارتباطات، هدایت ابهامات و شناسایی فرصت‌ها است.

بحث و نتیجه‌گیری

یکی از بزرگ‌ترین چالش‌های اقتصاد ایران در حال حاضر، مسئله اشتغال و رونق تولید است. یکی از مؤثرترین راهکارهای راهبردی که نه تنها ریشه در فرهنگ ملی و سنت ایرانیان دارد، بلکه از ابزارهای بسیار کارساز توسعه اقتصادی است، «کارآفرینی» است. از این‌رو، اولین گام اصلی و راهبردی جهت حرکت به سوی توسعه، اشاعه فرهنگ کار و توجه ویژه به فرایند کارآفرینی و اهمیت تأثیر آن در رشد و توسعه اقتصادی کشور است. آموزش کارآفرینی در افزایش انگیزه، اعتماد به نفس دانشجویان و نیز مهارت‌های ارتباطی، تأثیر راهبردی دارد. حلقه مفقوده که در جهت افزایش اشتغال جوانان به خصوص جوانان تحصیل کرده تأثیر بزرگی دارد، تمایل به انجام کسب‌وکار جدید به عنوان سیاست علمی مطرح است تا با یک پارادایم و رویکرد علمی بتواند در راستای افزایش اشتغال و توسعه اقتصادی به عنوان یک راهبرد حاکمیتی مورد استفاده قرار گیرد.

در بررسی اثرات آموزش بر کارآفرینی باید بر سه موضوع متمرکز شد. اول دیدگاه دانشجویان در این زمینه، دوم دیدگاه دانشگاه و شبکه‌های حمایتی و سوم روش‌های تدریس و یادگیری دانشجویان برای کارآفرینی. دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی به عنوان محیط‌های حامی کسب‌وکار و شایستگی کارآفرینی، محیط منحصر به فردی را ایجاد می‌کنند که در آن دانشجویان می‌توانند در یادگیری شبکه‌سازی و در معرفی الگوهای نقش کارآفرینی شرکت کنند. مفهوم دانشگاه به عنوان یک محیط اجتماعی با نظریه یادگیری اجتماعی هم‌سویی دارد. دانشگاه‌هایی که از کارآفرینی دانشجویان حمایت می‌کنند و به مقاصد و نیت و رفتارهای کارآفرینانه آنان توجه دارند نیاز به شرایط مالی و سرمایه‌گذاری دولتی و حمایت‌های نهادی و اجتماعی در این زمینه دارند. حمایت دانشگاه از دانشجویان و حمایت‌های مالی از دانشگاه برای توسعه آموزش کارآفرینی لازم و ضروری است.

برای تعیین اثرگذاری آموزش بر کارآفرینی، ارزیابی‌های جامع در مسیرهای شغلی دانشجویان و دانش‌آموختگان

لازم است تا تعیین شود چند درصد این آموزش‌ها مفید بوده است؛ بنابراین انجام تحقیق در حوزه رفتار کارآفرینانه ضروری است. کارآفرینی در سال‌های اخیر به دلیل پتانسیل آن برای رشد اقتصادی، نوآوری و ایجاد شغل مورد توجه جدی قرار گرفته است. در نتیجه، بسیاری از دانشگاه‌ها برنامه‌های کارآفرینی برای ترویج فعالیت‌های کارآفرینانه در بین دانشجویان خود از جمله آموزش کارآفرینی، تجربه کارآفرینی قبلی، کنترل رفتاری درک‌شده و هنجارهای ذهنی را توسعه داده‌اند. این یافته‌ها با تئوری رفتاری برنامه‌ریزی شده مطابقت دارد که بیان می‌کند نگرش‌ها، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتاری درک‌شده، تعیین‌کننده‌های کلیدی مقاصد هستند که به‌نوبه خود رفتار را پیش‌بینی می‌کنند (کاوونن و همکاران^۱، ۲۰۱۵).

چندین مطالعه نشان داده‌اند که دوره‌های آموزش کارآفرینی، برنامه‌های آموزشی و کارگاه‌ها به‌طور مثبتی بر قصد کارآفرینی تأثیر می‌گذارند (شن، ۲۰۲۲). با این حال، مارچ (۲۰۲۴) نشان می‌دهد که بین دانشجویان بازرگانی و دانشجویان رشته‌های دیگر (مانند مهندسی) تفاوت‌هایی وجود دارد. طبق نتایج تحقیق، مهارت‌های حاصل از آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها شامل تقویت اهداف کارآفرینی، ایفای نقش‌های تجاری، خلاقیت، هوش مالی، حل مسئله، پذیرش فناوری، شبکه‌سازی، ارتباطات، هدایت ابهامات و شناسایی فرصت‌ها است. بنابراین، آموزش کارآفرینی در میان بخش‌های مختلف باید بیشتر مورد بررسی قرار گیرد. این یافته نشان می‌دهد که دانشگاه‌ها باید آموزش کارآفرینی را به دانشجویان ارائه دهند تا نیت کارآفرینی آن‌ها را تقویت کنند.

همچنین مشخص شد که تجربه کارآفرینی قبلی یک عامل تعیین‌کننده مهم برای قصد کارآفرینی است. چندین مطالعه قبلی (شن، ۲۰۲۲) نشان داد که دانشجویانی که تجربه کارآفرینی قبلی داشتند، به‌احتمال زیاد سطوح بالاتری از قصد کارآفرینی دارند. این یافته بر اهمیت فراهم کردن فرصت‌هایی برای دانش‌آموزان برای کسب تجربه کارآفرینی از طریق دوره‌های کارآموزی، انکوباتورها و سایر برنامه‌های کارآفرینی تأکید می‌کند.

کنترل رفتاری درک‌شده یکی دیگر از عوامل تعیین‌کننده قصد کارآفرینی در بین دانشجویان است. بسیاری از مطالعات نشان داده‌اند که دانش‌آموزانی که خودکنترلی بر رفتارشان در راه‌اندازی یک کسب‌وکار دارند، احتمالاً سطوح بالاتری از قصد کارآفرینی دارند (شن، ۲۰۲۲). این یافته نشان می‌دهد که دانشگاه‌ها باید منابع و حمایت‌های لازم را برای افزایش کنترل رفتاری درک‌شده دانشجویان فراهم کنند. همچنین مشخص شد که هنجارهای ذهنی عوامل تعیین‌کننده مهمی برای قصد کارآفرینی هستند. چندین مطالعه نشان داده‌اند که دانش‌آموزانی که دریافته‌اند همسالان و خانواده آنها از کارآفرینی حمایت می‌کنند، احتمال بیشتری دارد که سطوح بالاتری از قصد کارآفرینی داشته باشند (مارچ، ۲۰۲۴). این یافته بر اهمیت هنجارهای اجتماعی و حمایت از کارآفرینی تأکید می‌کند. پیشنهاد می‌گردد پژوهشی بین دانشجویان دختر و پسر به تفکیک انجام گیرد تا بدین‌وسیله نقش جنسیت در حوزه کارآفرینی و مؤلفه‌های مربوطه مشخص گردد. با توجه به نقش متغیرهای مختلف از جمله «فرهنگ کارآفرینی» جهت موفقیت در حوزه کارآفرینی، پیشنهاد می‌گردد در پژوهش‌های دیگر، سایر متغیرها از جمله متغیر فرهنگ بررسی شود تا نتایج جامع‌تر باشد.

منابع

حبیبی، روزبه؛ همتی نودوست گیلانی، مهناز؛ حسینی، سیده زینب (۱۴۰۳). تأثیر راهبردی آموزش کارآفرینی بر تمایل و رفتار کارآفرینی از طریق نقش واسطه‌ای نگرش، یادگیری و منابع کارآفرینی. *فصلنامه آما و فناوری دفاعی*، ۷(۲)،

۲۱۰-۱۹۱.

- سلطان‌زاده، وحید (۱۳۹۹). شناسایی عوامل مؤثر بر کارآفرینی آموزشی در دانشگاه‌های دولتی کشور. *ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی*، ۱۰(۱)، ۲۰۹-۲۲۴.
- شیری، نعمت‌اله؛ میرک‌زاده، علی‌اصغر؛ زرافشانی، کیومرث (۱۴۰۲). مفهوم‌پردازی عوامل زمینه‌ای قصد کارآفرینانه در نظام آموزش عالی ایران. *آموزش و مدیریت کارآفرینی*، ۲(۴)، ۲۵-۴۲. doi: 10.22126/eme.2023.2495
- عبدی جمایران، علی؛ نیک‌نام، منوچهر؛ رنگریز، حسن (۱۴۰۲). شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر تاب‌آوری رفتار کارآفرینانه، در دانشگاه فنی و حرفه‌ای استان البرز. *فصلنامه علمی کارافن*، ۲۰(۲)، ۲۰۳-۲۲۵.
- گوران، میلاد؛ بهاروند، فتنه (۱۴۰۲). بررسی تأثیر نیمرخ کارآفرینی بر قصد کارآفرینی با تعدیل‌گری محیط دانشگاه (مورد مطالعه: دانشجویان گروه کارآفرینی دانشگاه سیستان و بلوچستان). *آموزش و مدیریت کارآفرینی*، ۲(۲)، ۵۹-۷۸. doi: 10.22126/eme.2023.9435.1041
- واعظی، حکیمه؛ زیودار، مهدی (۱۴۰۰). عوامل مؤثر بر شکل‌گیری رفتار کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه سیستان و بلوچستان. *پژوهشنامه مدیریت اجرایی*، ۱۳(۲۵)، ۱۳۸-۱۶۳.

References

- Abdi Jamiran, A., Niknam, M., & Rangriz, H. (2023). Identifying and ranking factors affecting the resilience of entrepreneurial behavior in Alborz Province Technical and Vocational University. *Karafen Quarterly Scientific Journal*, 20(2), 203-225 (in Persian).
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Chen, S.-Ch., Hsiao, H.-Ch., Chang, J.-Ch., Chou, Ch.-M., Chen, Ch.-P., & Shen, Ch.-H. (2013). Can the entrepreneurship course improve the entrepreneurial intentions of students?. *Int. Entrepren. Manag. J.*, 11(3), 557-569.
- Fayolle, A., Benoit, G., & Narjisse, L. C. (2006). Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: a new methodology. *J. Eur. Ind. Train*, 30(9) 701-720.
- Gouran, M., & Baharvand, F. (2023). Investigating the Impact of Entrepreneurship Profile on Entrepreneurship Intention Considering the Modifying Role of University Environment (Case Study: Entrepreneurship Students in University of Sistan and Baluchestan). *Education and Management of Entrepreneurship*, 2(2), 59-78. doi: 10.22126/eme.2023.9435.1041 (in Persian).
- Haase, H., & Lautenschläger, A. (2011). The 'teachability Dilemma' of entrepreneurship. *The International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), 145-162. doi: 10.1007/s11365-010-0150-3
- Habibi, R., Hemmati Noadoust Gilani, M., & Hosseini, S. Z. (2014). The strategic impact of entrepreneurship education on entrepreneurial intention and behavior through the mediating role of entrepreneurial attitude, learning and resources. *Quarterly Journal of Defense Preparedness and Technology*, 7(2), 191-210 (in Persian).
- Johnson, D. W., & Johnson, R. T. (1989). *Cooperation and competition: Theory and research*. Interaction Book Company.
- Kautonen, T., Van Gelderen, M., & Fink, M. (2015). Robustness of the theory of planned behavior in predicting entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(3), 655-674.
- Lynch, M., Kamovich, U., Longva, K. K., & Steinert, M. (2021). Combining technology and entrepreneurial education through design thinking: Students' reflections on the learning process. *Technological Forecasting and Social Change*, 164, 119689.
- March, A. (2024). Students' Entrepreneurial Intention and Its Influencing Factors: A Systematic Literature Review. *Administrative Sciences*, 14(5), 98.109.
- Morris, T. H., & König, P. D. (2020). Self-directed experiential learning to meet ever-changing entrepreneurship demands. *Education & Training*, 63(1), 23-49.
- Olawejaju, A. D., Gonzalez-Tamayo, L. A., Maheshwari, G., & Ortiz-Riaga, M. C. (2023). Student entrepreneurial intentions in emerging economies: Institutional influences and individual

- motivations. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 30(3), 475-500.
- Rocha, R. G., Paço, A. D., Alves, H., & Gaspar, P. D. (2023). The Portuguese circular entrepreneurial ecosystem: Experts advice on how to overcome the challenges. *Sustainability*, 15(5), 4642.
- Secundo, G., Ndou, V., & Del Vecchio, P. (2016). Challenges for instilling entrepreneurial mindset in scientists and engineers: What works in European universities?. *International Journal of Innovation and Technology Management*, 13(5), Article1640012. doi: 10.1142/S0219877016400125.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226. doi: 10.2307/259271.
- Shen, M. (2022). The role of entrepreneurial education in determining actual entrepreneurial behavior: Does TESOL amplified communication apprehension matter?. *Front. Psychol*, 5(9), 23-44
- Shiri, N., Mirkzadeh, A. A., & Zarafshani, K. (2013). Conceptualizing the contextual factors of entrepreneurial intention in the Iranian higher education system. *Entrepreneurship Education and Management*, 2(4), 42-25. doi: 10.22126/eme.2023.2495 (in Persian).
- Soltanzadeh, V. (2019). Identifying factors affecting educational entrepreneurship in public universities of the country. *Innovation and Creativity in the Humanities*, 10(1), 209-224 (in Persian).
- Song, Z., Niu, L., & Zhang, Y. (2013). Entrepreneurial situation, critical learning events and stakeholder influence capacity. *Chinese Journal of Management (Chinese)*, 10(4), 558-565.
- Tehubijuluw, Z., Yusriadi, Y., Firman, H., & Rianti, M. (2021). Poverty alleviation through entrepreneurship. *Journal of Legal Ethical & Regulatory Issues*, 24(1), 1-20.
- Vaezi, H., & Zivodar, M. (2021). Factors affecting the formation of entrepreneurial behavior of students at the University of Sistan and Baluchestan. *Journal of Executive Management*, 13(25), 138-163 (in Persian).
- Yao, X. & Wu, D. M. (2016). Long, University students' entrepreneurial tendency in China: effect of students' perceived entrepreneurial environment. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 8(1), 60-81.
- Zapkau, F. B., Schwens, C., Steinmetz, H., & Kabst, R. (2015). Disentangling the effect of prior entrepreneurial exposure on entrepreneurial intention. *Journal of Business Research*, 68(3), 639-653.

