

تأثیر اشتیاق کارآفرینانه بر قصد کارآفرینانه در دانشجویان (مطالعه موردی: مجتمع آموزش عالی گناباد)

مرتضی هندیجانی فرد^۱، مصطفی عبودی^۲*

۱- کارشناس ارشد کارآفرینی، گروه کارآفرینی سازمانی، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران، Hendijanifard@ut.ac.ir

۲- کارشناس ارشد مدیریت کارآفرینی، گروه کارآفرینی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران،

mostafa.obudi@yahoo.com

چکیده

پژوهش‌های بسیاری در ادبیات نظری کارآفرینی، بر تأثیر عوامل درون فردی بر قصد کارآفرینانه تأکید داشته‌اند. یکی از عوامل درونی که می‌تواند قصد کارآفرینانه را تحت تأثیر قرار دهد، اشتیاق کارآفرینانه است. از این رو، پژوهش حاضر، به سنجش تأثیر اشتیاق کارآفرینانه بر قصد کارآفرینانه در دانشجویان مقطع کارشناسی رشته‌های مدیریت و مهندسی صنایع در مجتمع آموزش عالی گناباد پرداخته است. بدین منظور، از مطالعه موردی و روش تحقیق توصیفی و همبستگی استفاده شد و پرسشنامه ۵ گزینه‌ای طیف لیکرت بین ۱۳۳ نفر از دانشجویان مورد مطالعه که به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شده بودند، توزیع گردید. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها، از مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی به کمک نرم‌افزار Smart PLS 3 استفاده شد. نتایج تحقیق نشان داد که اشتیاق کارآفرینانه بر قصد کارآفرینانه، تأثیر قوی، مثبت و معناداری دارد. یافته‌ها همچنین نشان داد که اشتیاق ابداعی و اشتیاق تأسیسی، بر قصد کارآفرینانه تأثیر مثبت و معناداری دارند. در پایان، پیشنهادات کاربردی و پیشنهاداتی جهت پژوهش‌های آتی، مطرح گردیدند.

واژه‌های کلیدی: اشتیاق کارآفرینانه، قصد کارآفرینانه، مطالعه موردی، مجتمع آموزش عالی گناباد

۱- مقدمه

بدون شک، کارآفرینی، نقش برجسته‌ای در رشد اقتصادی کشورها ایفا می‌کند [۱]. اقدامات کارآفرینانه، تنها مختص مراکز رشد و شرکت‌های دانش‌بنیان نیست، بلکه همه احاد جامعه از جمله دانشجویان و جوانان نیز می‌توانند فرصت‌های کارآفرینی و خود اشتغالی را شناسایی و از آن‌ها بهره‌برداری کنند [۲]. محیط کسب و کار در آینده به خلاقیت جوانان متکی خواهد بود. با این وجود، آگاهی اندکی نسبت به دیدگاه‌های آنان در مورد کارآفرینی وجود دارد [۳].

پژوهش‌ها در حوزه کارآفرینی، کماکان در حال کاوش و جستجوی علل تمایل برخی افراد به راه‌اندازی کسب و کار و عدم تمایل به این امر در برخی دیگر هستند [۱]. مطالعات بسیاری اظهار نموده‌اند که مفهوم قصد کارآفرینانه^۱، می‌تواند منجر به رفتار کارآفرینانه شود و آن را به خوبی پیش‌بینی می‌کند [۱][۴][۵][۶][۷]. قصد کارآفرینانه عبارت است از عقیده و آگاهی هشیارانه یک فرد برای ایجاد یک کسب و کار جدید و تمایل وی جهت برنامه‌ریزی برای این کار در آینده [۸]. ارزیابی نقش و اهمیت مدل‌ها، ضوابط و نقشه‌های ذهنی و الگوها و صفات شناختی می‌تواند چگونگی شکل‌گیری قصد کارآفرینانه و فرآیند