

Designing and Testing a Model of Antecedents of Students' Entrepreneurial Behavior Intention: The Mediating Role of Perceived Fear and the Moderating Role of Gender

Sara Mohammadi ^{1*}, Abdolhadi Darzian Azizi ², Mazyar Arzani Birgani ³

1. Associate Professor, Department of Management, Faculty of Economics and Social Sciences, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran
2. Assistant Professor, Department of Management, Faculty of Economics and Social Sciences, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran
3. MA of Business Administration, Department of Management, Faculty of Economics and Social Sciences, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran

Citation: Mohammadi, S., Darzian Azizi, A., & Arzani Birgani, M. (2023). Designing and testing a model of antecedents of students' entrepreneurial behavior intention: the mediating role of perceived fear and the moderating role of gender. *Industrial and Organizational Psychology Studies*, 10(2), 209-224.

Abstract

Introduction

Nowadays, entrepreneurship is considered as one of the most crucial topics and the main driving force in the economic development of the countries. The purpose of the current research was to design and test a model of the antecedents of students' entrepreneurial behavior intention with the mediation role of perceived fear and the moderating role of gender.

Method

The present research was a descriptive correlational study. The statistical population of the research included all undergraduate and graduate students of Shahid Chamran University of Ahvaz, and due to the difficulty of accessing all of them, 367 students were selected through convenience sampling method. For data collection, the Entrepreneurial Inspiration (Souitaris et al., 2007), the Entrepreneurial Mindset (Cui et al., 2021), the Entrepreneurial Intention (Valliere, 2015), and the Perceived Fear Questionnaires (Deniz et al., 2011& Collins, 2007) were used.

* **Corresponding Author:** Sara Mohammadi

Email: s.mohammadi@scu.ac.ir



Results

The results of research data analysis through structural equation modeling in SmartPLS software showed that entrepreneurial inspiration has a significant positive effect on entrepreneurial thinking (0.634) and on entrepreneurial behavior intention (0.145). Also, entrepreneurial thinking has a significant negative effect on perceived fear (-0.693) and a significant positive effect on entrepreneurial behavior intention (0.397), and perceived fear has a significant negative effect on entrepreneurial behavior intention (-0.326). In addition, the value of the coefficient of determination showed that about 60% of the variance of entrepreneurial behavior intention is explained through entrepreneurial inspiration, mindset, and perceived fear. The results of investigating indirect hypotheses showed that the relationship between entrepreneurial mindset and entrepreneurial behavior intention through perceived fear is significant, but the relationship between entrepreneurial inspiration and entrepreneurial behavior intention through perceived fear is not significant. In addition, gender moderates the effect of perceived fear on entrepreneurial behavior intention.

Discussion

The findings indicated that entrepreneurial inspiration directly and indirectly increases students' desire for entrepreneurial behavior through entrepreneurial thinking.

Keywords: entrepreneurial inspiration, entrepreneurial mindset, entrepreneurial behavior intention, perceived fear

طراحی و آزمودن الگویی از پیش‌بینی‌های قصد رفتار کارآفرینانه دانشجویان: نقش میانجی‌گر ترس ادراک‌شده و نقش تعدیل‌گر جنسیت

سارا محمدی*^۱، عبدالهادی درزیان عزیز^۲، مازیار ارزانی بیرگانی^۳

۱. دانشیار گروه مدیریت، دانشکده اقتصاد و علوم اجتماعی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران
۲. استادیار گروه مدیریت، دانشکده اقتصاد و علوم اجتماعی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران
۳. کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، گروه مدیریت، دانشکده اقتصاد و علوم اجتماعی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران

چکیده

امروزه کارآفرینی به عنوان یکی از حیاتی‌ترین موضوعات و موتور محرکه اصلی در توسعه اقتصادی کشورها مطرح است. هدف پژوهش حاضر، طراحی و آزمون مدلی از پیش‌بینی‌های قصد رفتار کارآفرینانه دانشجویان با توجه به نقش میانجی‌گر ترس ادراک‌شده و نقش تعدیل‌گر جنسیت بود. پژوهش حاضر یک مطالعه توصیفی از نوع همبستگی بود. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه دانشجویان کارشناسی و کارشناسی ارشد دانشگاه شهید چمران اهواز بود که به دلیل دشواری دسترسی به همه آن‌ها، ۳۶۷ نفر به شیوه نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شدند. برای جمع‌آوری داده‌ها، پرسش‌نامه الهام کارآفرینانه (سویتاریس و همکاران، ۲۰۰۷)، طرز تفکر کارآفرینانه (کوی و همکاران، ۲۰۲۱)، قصد رفتار کارآفرینانه (ولپیر، ۲۰۱۵) و پرسش‌نامه ترس ادراک‌شده (دنیز و همکاران، ۲۰۱۱ و کالینز، ۲۰۰۷) استفاده شد. نتایج تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش از طریق الگویابی معادلات ساختاری در نرم‌افزار SmartPLS نشان داد که الهام کارآفرینانه بر طرز تفکر کارآفرینانه (۰/۶۳۴) و بر قصد رفتار کارآفرینانه (۰/۱۴۵) تأثیر مثبت معنی‌دار دارد. همچنین طرز تفکر کارآفرینانه بر ترس ادراک‌شده تأثیر منفی معنی‌دار (۰/۶۹۳-) و بر قصد رفتار کارآفرینانه تأثیر مثبت معنی‌دار (۰/۳۹۷) دارد و ترس ادراک‌شده بر قصد رفتار کارآفرینانه تأثیر منفی معنی‌دار (۰/۳۲۶-) دارد. مقادیر ضریب تعیین نشان داد که حدود ۶۰ درصد از واریانس قصد رفتار کارآفرینانه از طریق الهام و طرز تفکر کارآفرینانه و ترس ادراک‌شده تبیین می‌شود. نتایج بررسی فرضیه‌های غیرمستقیم نشان داد که رابطه طرز تفکر کارآفرینانه با قصد رفتار کارآفرینانه از طریق ترس ادراک‌شده معنی‌دار می‌باشد اما رابطه الهام کارآفرینانه با قصد رفتار کارآفرینانه از طریق ترس ادراک‌شده معنی‌دار نمی‌باشد. علاوه بر این، جنسیت تأثیر ترس ادراک‌شده بر قصد رفتار کارآفرینانه را تعدیل می‌کند. یافته‌ها بیان‌گر آن است که الهام‌بخشی کارآفرینانه به‌طور مستقیم و غیرمستقیم به‌واسطه طرز تفکر کارآفرینانه، تمایل دانشجویان را به رفتار کارآفرینانه افزایش می‌دهد.

کلیدواژه‌گان: الهام کارآفرینانه، طرز تفکر کارآفرینانه، قصد رفتار کارآفرینانه، ترس ادراک‌شده

مقدمه

امروزه اثر کارآفرینی در توسعه و رشد اقتصادی و اجتماعی کشورهای توسعه‌یافته نمایان شده است، به‌گونه‌ای که بعضی از صاحب‌نظران، عصر کنونی را عصر کارآفرینی نامیده‌اند (Barzgar et al., 2021). کارآفرینی در سه دهه گذشته به‌عنوان حوزه‌ای میان‌رشته‌ای در علوم رفتاری پدیدار شده است (Obschonka, 2017) و برنامه‌های آموزشی مربوط به کارآفرینی و ایجاد کسب و کار جدید رشد و توسعه چشم‌گیری داشته‌اند. اقدام‌های کارآفرینانه تأثیر قابل‌ملاحظه‌ای بر فرد کارآفرین، اقتصاد، محیط زیست و به‌طور کلی جامعه دارند (Shepherd & Patzelt, 2018) و قصد کارآفرینان می‌تواند به‌عنوان اولین گام در فرآیند عریض و طویل راه‌اندازی کسب و کار در نظر گرفته شود. طبق نتایج پژوهش‌های بسیاری، قصد یک رفتار بهترین پیش‌بینی‌کننده آن رفتار در نظر گرفته می‌شود و بدون وجود قصد، اقدام غیرمحمول است (Weerasinghe, 2020; Udayanganie et al., 2019). از جمله عواملی که می‌تواند باعث ایجاد قصد در ایجاد کسب و کاری جدید شود طرز تفکر کارآفرینانه (Entrepreneurial mindset) است (Udayanganie et al., 2019). از آنجا که طرز تفکر کارآفرینانه پشتیبان استراتژی‌های موفق آینده است، عمل کارآفرینانه را برای افراد میسر می‌سازد (Covin & Slevin, 2017) و می‌تواند در موفقیت کارآفرین تعیین‌کننده باشد. البته در شکل‌گیری طرز تفکر کارآفرینانه فرد، الهام کارآفرینانه (Entrepreneurial inspiration) مؤثر است (Cui et al., 2021)، الهام کارآفرینانه نوعی بینش، احساسات و ذهنیت است که در درون فرد ایجاد شده و او را به‌سوی کارآفرین شدن و یا راه‌اندازی کسب و کار جدید سوق می‌دهد (Souitaris et al., 2007) و نگرش یا طرز تفکر کارآفرینانه را به اوج می‌رساند (Nguyen et al., 2021). از سوی دیگر ترس که با ادراک یک تهدید قابل‌ملاحظه به وجود می‌آید و باعث بروز اقدامی حفاظتی و ناسازگارانه می‌شود عامل دیگری است که می‌تواند بر سر راه قصد کارآفرینانه افراد موانع بسیاری ایجاد کند. نامعلوم بودن پیامدهای محتمل، نگرانی از شکست خوردن و زیان دیدن از موانع اصلی شروع فعالیت‌های جدید می‌باشد (Naeiji & Esfandiari, 2015). آشکار شدن سطوح بالای ترس بر بهره‌وری، ارتباطات، توان کارآفرینی و بهزیستی عاطفی فرد، انگیزه، آگاهی، ادراک، احساسات، شناخت، عمل و هم‌افزایی اثر منفی دارد (Goldsmith, 2008). پژوهشگران کارآفرینی به‌طور فزاینده‌ای در زمینه‌های گوناگون بر نیاز به درک رفتار کارآفرینانه تأکید دارند (Lang et al., 2014). رفتار کارآفرینانه از ناشناخته‌ترین اجزای کارآفرینی است که در نهایت در قدرت تجویزی این علم نوپا محدودیت‌هایی به‌وجود می‌آورد. جهت افزایش قدرت تجویزی علم کارآفرینی می‌بایست درک عمیق‌تر و کامل‌تری از رفتار کارآفرینی داشت (Saeida Ardekani et al., 2009). رفتار کارآفرینانه عنصری مهم و نیروی محرکه تغییرات پویا در اقتصادهای مدرن است (Vander-Loos et al., 2013). می‌توان گفت رفتار کارآفرینانه نوعی خاص از رفتار در موقعیت‌های گوناگون است که به ایجاد ارزش منجر می‌گردد (Hejazi, 2013). براساس دیدگاه رفتاری، هر رفتار پیامد فرآیندی پیچیده می‌باشد که متغیرهای زیادی بر آن تأثیر می‌گذارند و کارآفرینی نیز از این قاعده مستثنی نیست. قصد رفتار کارآفرینانه، میل و خواسته شخصی فرد برای کارآفرین شدن است (Isiwu & Onwuka, 2017) و از آن به‌عنوان گام اولیه و کلیدی که اقدام‌های پس از آن سازمان‌های نوپا را تحت تأثیر قرار می‌دهد، در نظر گرفته می‌شوند، جهت درک فرآیند کلی کارآفرینی پراهمیت هستند (Udayanganie et al., 2019).

در این مطالعه الهام کارآفرینانه و طرز تفکر کارآفرینانه به‌عنوان دو متغیر مستقل اثرگذار بر قصد رفتار کارآفرینانه توأم با متغیر میانجی ترس ادراک‌شده مورد بررسی قرار گرفته‌اند. الهام کارآفرینانه به‌معنی فرآیند برانگیخته شدن ذهن برای انجام کاری، مخصوصاً کاری خلاقانه است و دربرگیرنده انگیزش، شور و اشتیاق و هدایت کردن رفتار به‌سوی هدفی مطلوب است (Thrash & Elliot, 2003). (Souitaris et al., 2007). معتمدند اغلب چیزی بیش از اطلاعات، پیش‌زمینه و

شخصیت یا شناخت در فرد کارآفرین وجود دارد. به بیان آن‌ها فرد کارآفرین در مواجهه با فرصت، بیشتر به جای ارزیابی معقولانه، به صورت احساسی، دلخواه و شخصی با آن برخورد می‌کند (Souitaris et al., 2007).

مفهوم طرز تفکر که از مکتب روان‌شناسی شناختی (cognitive psychology) سرچشمه گرفته، امری ذاتی نیست بلکه تحت تأثیر دانش قبلی فرد و تعامل او با محیط فعلی حاصل شود (Mathisen & Arnulf, 2014). فرهنگ کمبریج طرز تفکر را شیوه تفکر فرد و عقیده وی معنا می‌کند. اما امروزه طرز تفکر کارآفرینانه همواره مبحثی چالش‌برانگیز بوده، چرا که هم معنای عامیانه و هم معنای تخصصی دارد. ابتدا طرز تفکر کارآفرینانه به توانایی به سرعت حس کردن، عمل کردن و مهیا کردن، حتی در شرایط بسیار نامطمئن تعریف می‌شد (McGrath & MacMillan, 2000). پس از آن دیگران آن را توانایی و تمایل افراد به احساس، عمل و تجهیز سریع، در پاسخ به تصمیمی قضاوتی به‌هنگام عدم اطمینان درباره یک فرصت ممکن جهت دستیابی به هدف (Shepherd et al., 2010) و توانایی شناسایی و استفاده از فرصت‌ها بدون در نظر گرفتن منابعی که هم‌اکنون تحت کنترل فرد است (McMullen & Kier, 2016) تعریف کرده‌اند. نکته مشترک تمام این تعاریف، توانایی جذب فرصت‌های کارآفرینانه در وضعیت نامشخص است. طرز تفکر کارآفرینانه با ابعاد مختلف؛ هوشیاری نسبت به فرصت (alertness to opportunity)، گرایش به ریسک (risk propensity)، تحمل ابهام (ambiguity tolerance) و مثبت‌گرایی (dispositional optimism) سنجش می‌شود. همه این ابعاد به‌طور ذاتی با یکدیگر در ارتباطند (Cui et al., 2021). هوشیاری و شناخت فرصت‌ها نه تنها حاکی از شروع فرآیند کارآفرینی است (Eckhardt & Shane, 2003) بلکه نشان‌دهنده خلاقیت فردی است که فرصت را شناسایی می‌کند (Gielnik et al., 2012). یکی از نظریه‌هایی که به شناخت فرصت مساعدت بسیار کرده، هوشیاری کارآفرینانه (entrepreneurial alertness) است که برای اولین بار توسط کرزنر (Kirzner, 1973) برای بیان تشخیص فرصت کارآفرینانه مطرح شد. فرایندی که فرد فرصت‌های تغییرات را نسبت به بقیه آگاهانه‌تر حس می‌کند (Mohammadi et al., 2020). ریسک به معنای پذیرش مخاطراتی است که می‌تواند با تلاش و مهارت شخصی مهار شوند (Ahmadpour Dariani, 2002). نظریه‌های فراوانی درباره ماهیت ریسک‌پذیری وجود دارد (Pablo, 1997). برخی گرایش به ریسک را خصوصیت شخصیتی می‌دانند که پایه رفتاری ریسک‌پذیری و ریسک‌گریزی فرد بوده و مقدار آن در موقعیت‌های مختلف ثابت است (Keinan et al., 1984). برخی دیگر معتقدند گرایش به ریسک افراد در موقعیت‌های تصمیم‌گیری مختلف متفاوت است (Keil et al., 2000). با این حال گرایش به ریسک یک خصوصیت پایدار و غیرقابل تغییر نیست بلکه می‌تواند متفاوت باشد و در سناریوهای مختلف شکل بگیرد (Wang et al., 2016). گرایش به ریسک نقش مهمی را در شناسایی فرصت‌ها و موفقیت اقدام‌های کارآفرینانه ایفاء می‌کند. افرادی که گرایش بیشتری به ریسک دارند فرصت‌های کلی پیرامون خود را آسان‌تر درک می‌کنند (Foo, 2011). مطالعات نشان می‌دهد که میزان مختلف گرایش به ریسک کارآفرینان می‌تواند منجر به تصمیمات مختلف کارآفرینی شود (Hadida & Paris, 2014). نتایج مطالعات حاکی از وجود رابطه معنی‌دار بین ریسک‌پذیری و کارآفرینی است (Munir et al., 2019; Martinez et al., 2020). بنابراین به‌عنوان یک عنصر مهم در طرز تفکر کارآفرینانه در نظر گرفته می‌شود. تحمل ابهام نیز توانایی واکنش مثبت به موقعیت‌های مبهم و تصمیم‌گیری در شرایط مبهم و با اطلاعات ناکافی است (Pourghaz & Mohammadi, 2011) و یا نحوه تفسیر، پردازش و پاسخ‌گویی افراد به اطلاعات در موقعیت‌های مبهمی که توسط مجموعه‌ای از نشانه‌های متناقض، پیچیده یا ناآشنا مشخص می‌شوند (Furnham & Ribchester, 1995). تحمل ابهام یعنی توانایی تحمل عدم اطمینان و دستیابی به ساختارهای شناختی و توانایی کار با محرک‌های جدید بدون ناامیدی و این توانایی رابطه نزدیکی با خلاقیت و کارآفرینی دارد (Stranovská & Hvozdková, 2018). مطالعات حاکی از آن است که افراد دارای تحمل ابهام کمتر، در موقعیت‌های مبهم دچار درگیری ذهنی و فکری و اضطراب می‌شوند، همچنین به ایده‌های قبلی به‌طور شدید پایبندند و در پردازش شواهد جدید ناکام هستند (Carvert, 2006). بنابراین تحمل ابهام یکی از عناصر مهم طرز تفکر کارآفرینی است. نهایتاً مثبت‌گرایی عنصر دیگر طرز تفکر کارآفرینی است که به تمایل فراگیر به این باور که فرد پیامدهای خوب در زندگی‌اش تجربه خواهد کرد (Crane et al., 2012) تعریف شده است. در رویکرد مثبت‌نگر فرض اصلی بر پتانسیل ذاتی انسان برای رشد و کمال بنا شده است و انسان موجودی است که توانایی‌های بالقوه‌ای برای تحول و

رشد دارد و این مفهوم‌سازی همان است که در تمایلات شکوفاسازی سلسله‌مراتب نیازی مازلو نمایان شده است (Abbaszade et al., 2014). مثبت‌گرایی نه تنها با نتایج مطلوب بلکه با شادی که بر ارزیابی فرصت و رفتارهای پیامد آن در فعالیت‌های کارآفرینی نیز مرتبط است (Grichnik et al., 2010). بدین معنا که مثبت‌گرایی برای انگیزش کارآفرینان و رسیدن مداوم به اهداف بسیار مهم است.

برای درک بهتر فرایند کارآفرینی مطالعه فرایندهای شناختی و احساسی کارآفرینان از اهمیت بسیاری برخوردار است (Baron, 2004). ساخت‌گرایان اجتماعی اعتراف می‌کنند به دلیل نهادینه بودن ترس در نورواناتومی انسان، مطالعه آن برای درک بهتر فرایند کارآفرینی از اهمیت بسزایی برخوردار است (Turner, 2000). درحالی‌که برخی افراد با دشواری با ترس دست و پنجه نرم می‌کنند، برای برخی دیگر این‌گونه نیست. عوامل بسیاری وجود دارند که به این ناهمگونی در مواجهه با ترس کمک می‌کنند عواملی مانند: شخصیت، وضعیت شغلی، وضعیت تأهل، سطح تحصیلات، سابقه کاری و جنسیت از جمله عواملی هستند که بر چگونگی تجربه و مواجهه با ترس تأثیر می‌گذارند (Deniz et al., 2021) از ابعاد مختلف ترس ادراک‌شده می‌توان به ترس کاری و اجتماعی، ترس از مجهولات، ترس از نداشتن منابع و ترس از عدم قطعیت اشاره نمود. (Cui et al., 2021) در مطالعه‌ای به بررسی تأثیر کارآفرینی بر طرز تفکر کارآفرینانه با نقش میانجی الهام کارآفرینانه بر دانشجویان چینی پرداختند. نتایج حاکی از تأثیر مثبت و معنادار کارآفرینی بر الهام کارآفرینانه بود، همچنین نتایج نشان داد الهام کارآفرینانه باعث شکل‌گیری طرز تفکر کارآفرینانه در کارآفرینان می‌شود. (Udayanganie et al., 2019) در بررسی نقش متغیرهای شناختی در قصد رفتار کارآفرینانه دانشجویان کارشناسی مهندسی در سریلانکا، AMOS نشان دادند که رابطه مثبت و معناداری بین طرز تفکر کارآفرینانه و قصد رفتار کارآفرینانه برقرار است. (Ng & Jenkins, 2018) نیز در پژوهشی اثر خودکارآمدی کارآفرینانه بر قصد کارآفرینانه با نقش تعدیل‌کننده ترس از شکست را بر روی دانشجویان سال سوم مدیریت بازرگانی دانشگاه استرالیا مورد بررسی قرار دادند. نتایج نشان داد که خودکارآمدی کارآفرینانه بر قصد کارآفرینانه تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد و دو شاخص از پنج شاخص ترس از شکست، شدت تأثیر خودکارآمدی کارآفرینانه بر قصد کارآفرینانه را به‌طور منفی تعدیل می‌کند. (Cacciotti & Hayton, 2015) در پژوهشی سیستماتیک با عنوان ترس و کارآفرینی، مطالعاتی را که تا سال ۲۰۱۴ میلادی بر روی ترس و کارآفرینی انجام گرفته بودند را مورد بررسی و تحلیل قرار دادند. نتایج حاکی از آن بود که ترس به‌عنوان یک مانع در فرایند تأسیس یک کسب و کار نوپا عمل می‌کند. (Souitaris et al., 2007) در پژوهشی اثر برنامه‌های کارآفرینی بر نگرش کارآفرینانه و قصد کارآفرینانه را بر دانشجویان مهندسی و علوم دانشگاه لندن و گرنوبل بررسی کردند. داده‌ها پیش و پس از برنامه کارآفرینی جمع‌آوری شدند. نتایج نشان داد که برنامه کارآفرینی قصد کارآفرینانه را افزایش می‌دهد و الهام کارآفرینانه به‌عنوان مؤثرترین مزیت برنامه کارآفرینی مطرح شد که منجر به بهبود طرز تفکر و نگرش کارآفرینی شده و قصد کارآفرینی را افزایش می‌دهد. امروزه دانشگاه‌ها در حال انتقال از نسل دوم به‌عنوان دانشگاه‌های پژوهش‌محور به نسل سوم به‌مثابه دانشگاه‌های کارآفرین هستند (Soltanzadeh et al., 2020). در سطح بین‌المللی نیز سیاست‌های کلان دانشگاه‌ها رو به‌سوی توسعه کارآفرینی دارد (Mohammadi et al., 2022). بنابراین تربیت دانش‌آموختگان و دانشجویان کارآفرین به‌عنوان یکی از اهداف و مأموریت‌های دانشگاه‌های بزرگ جهان بسیار مورد تأکید بوده و براین اساس پرورش استعدادها کارآفرینانه دانشجویان در دستور کار ملی سیاست‌گذاران دانشگاه‌های کشور قرار گرفته است (Hosseini et al., 2021). در همین راستا در این مطالعه، متغیر الهام کارآفرینانه خود به‌عنوان یک متغیر نسبتاً جدید در کنار متغیرهای دیگر مدل تازه‌ای ایجاد نموده است که پژوهش‌های بسیار معدودی در رابطه با آن انجام گرفته و مطالعه در این حوزه می‌تواند به این پرسش پاسخ دهد که چرا فقط برخی از افراد انتخاب می‌کنند که کارآفرین شوند؟ همچنین نتایج این مطالعه می‌تواند هم برای محققان و هم برای کارآفرینان در جهت ایجاد کسب و کار موفق، مفید واقع شود. این پژوهش درصدد بررسی تأثیر الهام و طرز تفکر کارآفرینانه بر قصد رفتار کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز است و اینکه آیا ترس ادراکی در این میان نقش میانجی دارد؟ همچنین به بررسی نقش تعدیل‌گر جنسیت در این تأثیرگذاری می‌پردازد. باتوجه به مبانی نظری و پیشینه پژوهش می‌توان مدل مفهومی پژوهش را در قالب شکل ۱ ترسیم نمود. این مدل الهام‌گرفته از پژوهش‌های داخلی و خارجی معتبر و محقق ساخته می‌باشد.

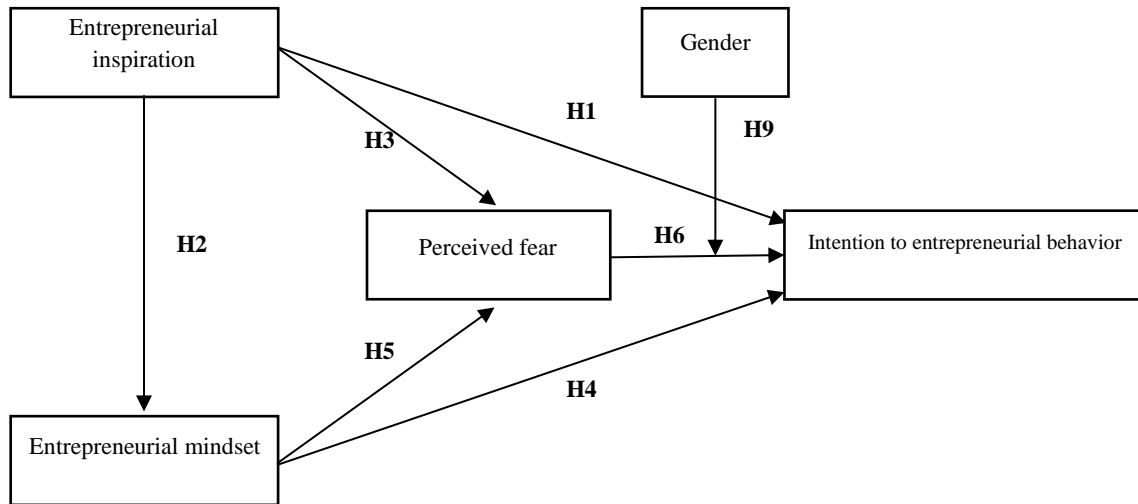


Figure 1. Conceptual model of the study

روش

جامعه آماری، نمونه و روش نمونه‌گیری

براساس مدل پیاز پژوهش (Research onion)، این مطالعه از نظر هدف، کاربردی؛ از نظر استراتژی، پیمایشی؛ شیوه پژوهش، کمی؛ افق زمانی، مقطعی و برحسب طرح تحقیق در دسته پژوهش‌های توصیفی همبستگی و از نظر روش گردآوری داده‌ها پرسش‌نامه‌ای است (Danaeifard et al., 2019). جامعه آماری پژوهش، دانشجویان سال آخر کارشناسی و دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه شهید چمران اهواز می‌باشند که با توجه به بزرگ بودن جامعه آماری (بیش از ۶۰۰۰ دانشجو) و پراکندگی و دشواری دسترسی به همه اعضا، براساس فرمول نمونه‌گیری از جامعه نامحدود (فرمول کوکران)، ۳۸۴ نفر به روش غیرتصادفی در دسترس انتخاب شدند. برای اطمینان از بازگشت قابل قبول پرسش‌نامه‌ها، بیش از ۴۰۰ پرسش‌نامه به صورت آنلاین یا از طریق ایمیل، تلفن همراه و شبکه‌های اجتماعی در اختیار دانشجویان قرار گرفت. سرانجام از این تعداد ۳۶۷ پرسش‌نامه سالم دریافت شد و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. از مجموع ۳۶۷ نفر نمونه آماری مورد مطالعه، بیش از نیمی (۱۹۹ نفر) را مردان تشکیل دادند. از نظر سنی، بیشترین فراوانی مربوط به گروه سنی کمتر از ۳۰ سال و کمترین فراوانی را گروه سنی بالاتر از ۴۰ سال به خود اختصاص دادند. از نظر مقطع تحصیلی ۲۵۸ نفر کارشناسی و ۱۰۹ نفر کارشناسی ارشد که شامل ۲۰۴ نفر از گروه آموزشی علوم انسانی و اجتماعی، ۱۲۰ نفر از گروه مهندسی و ۴۳ نفر از گروه کشاورزی و علوم پایه می‌باشد. همچنین بیش از ۷۵ درصد نمونه (۲۷۸ نفر) آموزش کارآفرینی دیده بودند.

ابزار پژوهش

پرسش‌نامه الهام کارآفرینانه (Entrepreneurial Inspiration): این ابزار توسط Souitaris et al. (2007) طراحی و تدوین شده است که دارای ۷ گویه می‌باشد که پس از بازنگری و بررسی گویه‌ها توسط اساتید و خبرگان و تأیید روایی صوری و محتوا، نهایتاً تعداد چهار گویه برای سنجش این متغیر در نظر گرفته شد. پاسخ به سؤالات در قالب مقیاس پنج درجه‌ای لیکرت از خیلی زیاد (۵) تا خیلی کم (۱) سنجش شدند. ضریب پایایی پرسش‌نامه در پژوهش Karimi (2016) برابر با ۰/۷۹ و در مطالعه Cui et al. (2021) برابر با ۰/۸۵ بوده و در این مطالعه با محاسبه ضریب آلفای کرونباخ برابر با ۰/۷۲ گزارش و تأیید شد.

پرسش‌نامه طرز تفکر کارآفرینانه (Entrepreneurial Mindset): این پرسش‌نامه توسط Cui et al. (2021) طراحی و تدوین شده است که دارای ۱۹ گویه و شامل چهار شاخص هوشیاری نسبت به فرصت، تمایل به ریسک، تحمل ابهام و مثبت‌گرایی می‌باشد. پاسخ به سؤالات در قالب مقیاس پنج درجه‌ای لیکرت از خیلی زیاد (۵) تا خیلی کم (۱) سنجش شدند. روایی صوری و محتوای ابزار با تأیید نظر خبرگان و اساتید انجام شد. ضریب پایایی پرسش‌نامه توسط Gheysari et al. (2015) برابر با ۰/۸۶ و در مطالعه Cui et al. (2021) برابر با ۰/۷۵ بوده و در این مطالعه با محاسبه ضریب آلفای کرونباخ برابر با ۰/۹۳ گزارش و تأیید گردید.

پرسش‌نامه قصد رفتار کارآفرینانه (Intention to Entrepreneurial Behavior): این پرسش‌نامه توسط Vallier et al. (2015) طراحی و دارای ۴ گویه می‌باشد. پاسخ به سؤالات در قالب مقیاس پنج درجه‌ای لیکرت از خیلی زیاد (۵) تا خیلی کم (۱) سنجش شدند. روایی صوری و محتوای پرسش‌نامه با نظر خبرگان و اساتید تأیید شد و پایایی آن توسط Karimi (2016) برابر با ۰/۸۸ و در مطالعه Kong et al. (2020) برابر با ۰/۸۷ و در این مطالعه نیز با محاسبه ضریب آلفای کرونباخ برابر با ۰/۸۷ گزارش و تأیید شد.

پرسش‌نامه ترس ادراک‌شده (Entrepreneurial Perceived Fear): این ابزار ترکیبی از دو پرسش‌نامه ساخته‌شده توسط Deniz et al. (2011) و Collins (2007) بوده و دارای ۱۶ گویه و شامل شاخص‌های ترس کاری و اجتماعی، ترس از ناشناخته‌ها، ترس از عدم قطعیت، ترس از فقدان منابع و ترس از موانع قانونی می‌باشد. پاسخ به سؤالات در قالب مقیاس پنج درجه‌ای لیکرت از خیلی زیاد (۵) تا خیلی کم (۱) سنجش شدند. روایی صوری و محتوای پرسش‌نامه با نظر خبرگان و اساتید تأیید شد و پایایی پرسش‌نامه نیز توسط Mohammadi et al. (2022) برابر با ۰/۹۰ و در مطالعه Deniz et al. (2011) برابر با ۰/۷۵ و در این مطالعه با محاسبه ضریب آلفای کرونباخ برابر با ۰/۸۹ گزارش و تأیید گردید.

در جدول ۱، نتایج بارهای عاملی، ضرایب معناداری، آلفای کرونباخ، پایایی مرکب (ضریب دیلون-گلدشتاین) و روایی همگرا سازه‌های پژوهش ارائه شده است.

Table 1. Measurement model assessment: reliability and convergent validity

Latent variable (Source)	Observable variable	Factor loading	t-value	Cronbach's Alpha	CR	AVE
Entrepreneurial Inspiration (EI) (Souitaris et al., 2007)	EI1	0.750	31.662	0.717	0.825	0.541
	EI2	0.727	30.444			
	EI3	0.730	28.148			
	EI4	0.735	30.534			
Entrepreneurial Mindset (EM) (Cui et al., 2021)	Alertness to opportunity	0.923	141.332	0.934	0.953	0.834
	Risk propensity	0.932	125.351			
	Ambiguity tolerance	0.868	70.035			
	Dispositional optimism	0.929	133.819			
Perceived Fear (PF) (Deniz et al., 2011; Collins, 2007)	Fear of work	0.940	179.195	0.912	0.939	0.796
	Fear of unknown	0.736	28.278			
	Fear of non-monetary support	0.935	161.132			
	Fear of uncertainty	0.942	220.329			
Intention to Entrepreneurial Behavior (IEB) (Valliere, 2015)	IEB1	0.860	68.852	0.874	0.914	0.726
	IEB2	0.854	69.666			
	IEB3	0.845	53.632			
	IEB4	0.848	68.668			

در روش حداقل مربعات جزئی، بار عاملی برای هر معرف باید بیشتر از ۰/۶ باشد (Hooshangi et al., 2017) که در این پژوهش بار عاملی تمام معرف‌ها بیشتر از ۰/۶ بوده است و ترس از عدم قطعیت، ترس از نداشتن منابع و ترس کاری و اجتماعی نقش بیشتری در تبیین متغیر ترس ادراک شده داشته‌اند. مقدار قابل قبول برای روایی همگرا بیشتر از ۰/۶ و برای ضریب دیلون-گلدشتاین بیشتر از ۰/۷ است که طبق یافته‌های جدول ۱ تمامی مقادیر به دست آمده قابل قبول می‌باشند. در این پژوهش باتوجه به سطح اندازه‌گیری و ماهیت متغیرها جهت آزمون فرضیه‌ها از مدل‌سازی معادلات ساختاری در نرم‌افزار SmartPLS 3.2.8 استفاده گردیده است.

یافته‌ها

اطلاعات جدول ۲ نشان‌دهنده روایی (همگرا) و پایایی مناسب مدل اندازه‌گیری می‌باشد. روایی واگرا یا افتراقی دومین روایی جهت تأیید و اعتبار مدل اندازه‌گیری می‌باشد که معیار تکمیل‌کننده است. در این پژوهش از آزمون فورنل-لارکر که روایی را در سطح معرف بررسی می‌نماید، استفاده شده است. این آزمون بررسی می‌کند که معرف هر سازه نسبت به سایر سازه‌ها همبستگی بالاتری به خود سازه داشته باشد (Azar et al., 2012). اطلاعات مربوط به آزمون فورنل-لارکر در جدول ۲ آمده است.

Table 2. Discriminant validity assessment using the Fornell-Larcker criterion

Construct	EI	EM	PF	IEB
EI	0.736			
EM	0.634	0.913		
PF	-0.482	-0.721	0.892	
IEB	0.554	0.723	-0.682	0.852

از شاخص Q^2 می‌توان برای ارزیابی برازش مدل اندازه‌گیری و مدل معادلات ساختاری در تحلیل‌های SmartPLS استفاده کرد. این شاخص خود به دو قسمت شاخص اشتراک و شاخص افزونگی تقسیم می‌شود. مثبت بودن آن‌ها به ترتیب نشان‌دهنده کیفیت مطلوب مدل اندازه‌گیری و مدل معادلات ساختاری است. شاخص نیکویی (GOF) برازش کلی مدل را نشان می‌دهد. پژوهشگران سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ را به ترتیب به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی کرده‌اند (Davari & Rezazadeh, 2018). نتایج جدول ۳ نشان‌دهنده قوی بودن ضریب GOF در مطالعه است.

Table 3. Construct cross-validated redundancy and communality

Construct	SSO	SSE	Q^2	Redundancy			GOF
				SSO	SSE	Q^2	
EI	1.468	1.468	---	1.468	1.095.6	0.254	0.506
EM	1.468	1.007.1	0.314	1.468	500.5	0.659	
PF	1.835	899.6	0.387	1.468	562.4	0.617	
IEB	1.468	878.5	0.402	1.468	0	0.510	

مدل اندازه‌گیری پژوهش در حالت استاندارد و معنی‌داری در شکل ۲ قابل مشاهده است.

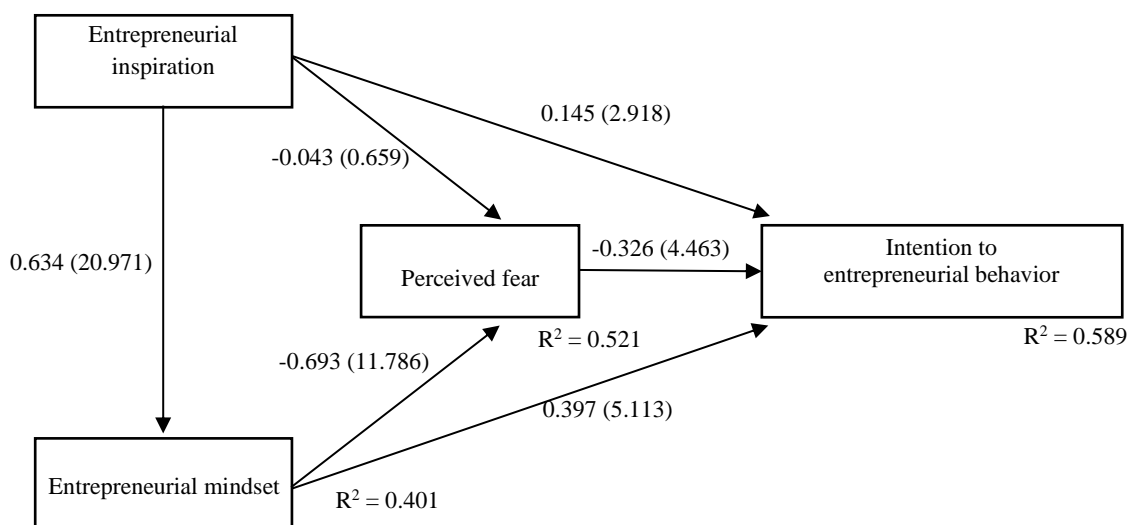


Figure 2. Path coefficients and t-statistics of structural equation model

در نرم‌افزار SmartPLS برای آزمون معنی‌داری فرضیه‌های پژوهش از شاخص جزئی مقدار آماره t (t-value) استفاده می‌شود به طوری که می‌بایست مقدار معنی‌داری بیشتر از $1/96$ یا کمتر از $-1/96$ باشد تا فرضیه مربوطه تأیید شود. مقدار پارامتر بین دو دامنه در الگو مهم شمرده نمی‌شود (Kline, 2011; Vinzi et al., 2010). باتوجه به شکل ۲، نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش در جدول ۴ ارائه شده است.

Table 4. The results of structural analysis

Hypothesis	Construct	Path Coefficient	t-value	Result
H1	EI → IEB	0.145**	2.918	Supported
H2	EI → EM	0.634***	20.971	Supported
H3	EI → PF	-0.043	0.659	Not supported
H4	EM → IEB	0.397***	5.113	Supported
H5	EM → PF	-0.693***	11.786	Supported
H6	PF → IEB	-0.326***	4.463	Supported
H7	EI → EM → IEB	0.251***	4.959	Supported
H8	EI → PF → IEB	0.014	0.618	Not supported
H9	EM → PF → IEB	0.370	5.999	Supported

Level of significance of effects are *** $p \leq 0.001$; ** $p \leq 0.01$; * $p \leq 0.05$

همچنین به منظور تحلیل نقش میانجی متغیرهای طرز تفکر کارآفرینانه و ترس ادراک‌شده از آزمون سوپل استفاده گردید. مقدار به‌دست آمده در این آزمون برای نقش میانجی متغیر طرز تفکر کارآفرینانه برابر با $4/959$ می‌باشد که از مقدار مبنای $1/96$ بزرگ‌تر است و نشان‌دهنده نقش میانجی برای طرز تفکر کارآفرینانه است و همچنین مقادیر به‌دست آمده برای نقش میانجی متغیر ترس ادراک‌شده برابر با $0/618$ و $5/999$ است که در مقایسه با مقدار مبنای $1/96$ (Davari & Rezazadeh, 2018) نشان می‌دهد که نقش میانجی ترس ادراکی در تأثیرگذاری الهام کارآفرینی بر قصد کارآفرینی پذیرفته نمی‌شود، اما در تأثیر طرز تفکر بر قصد کارآفرینی این نقش میانجی‌گری پذیرفته می‌شود. در نتیجه فرضیه ۷ و ۹ تأیید و فرضیه ۸ رد می‌گردد. نتایج تحلیل چندگروهی (Multigroup analysis) برای بررسی نقش تعدیل‌گر جنسیت در تأثیر ترس ادراک‌شده بر قصد رفتار کارآفرینانه در جدول ۵ ارائه شده است.

Table 5. The results of multigroup analysis

Construct	Group	Path Coefficient	t-value
PF → IEB	Females	-0.428***	4.939
	Males	-0.155**	2.423
PF × Gender → IEB	Multigroup	0.271*	2.038

Level of significance of effects are *** $p \leq 0.001$; ** $p \leq 0.01$; * $p \leq 0.05$

همان‌گونه که در جدول ۵ قابل مشاهده است، ضریب مسیر تأثیر ترس ادراک‌شده بر قصد رفتار کارآفرینانه در گروه دانشجویان زن برابر با $-0/428$ و در گروه دانشجویان مرد برابر با $-0/155$ می‌باشد و تحلیل نقش تعدیل‌گر جنسیت با استفاده از فرمول t برابر با $2/038$ می‌باشد. در نتیجه جنسیت تأثیر ترس ادراک‌شده بر قصد رفتار کارآفرینانه را تعدیل می‌کند و فرضیه ۱۰ نیز تأیید می‌گردد.

بحث و نتیجه‌گیری

کارآفرینی طی دو دهه گذشته به‌عنوان قدرتمندترین نیروی اقتصادی که جهان به‌خود دیده، پدیدار شده است. به‌گونه‌ای که برنامه‌های آموزشی مربوط به کارآفرینی و ایجاد کسب و کار جدید رشد و توسعه چشم‌گیری داشته‌اند. تاریخچه اقتصادی کشورهای توسعه‌یافته نیز گواهی بر این موضوع است که کارآفرینی در فرآیند صنعتی شدن و رشد اقتصادی، نقش کاتالیزگر را ایفاء می‌کند. به‌هنگام مواجه اقتصاد کشور با اقتصاد جهانی و به میان آمدن مفاهیمی مانند جهانی‌شدن، راهکارهای مختلفی جهت تسریع فرآیند رشد و توسعه پایدار مطرح می‌گردند که کارآفرینی یکی از این راهکارها می‌باشد. هدف اصلی این پژوهش تبیین تأثیر الهام و طرز تفکر کارآفرینانه بر قصد رفتار کارآفرینانه دانشجویان و بررسی نقش میانجی ترس ادراکی و نقش تعدیل‌گر جنسیت در این تأثیرگذاری می‌باشد. نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌ها نشان از تأیید فرضیه اول و دوم پژوهش یعنی تأثیر مثبت الهام کارآفرینانه بر طرز تفکر و قصد رفتار کارآفرینانه دارد. بدین معنا که با افزایش سطح الهام کارآفرینانه دانشجویان، طرز تفکر کارآفرینانه و همچنین قصد رفتار کارآفرینانه آن‌ها افزایش می‌یابد. این نتایج با یافته‌های مطالعات (Souitaris et al. (2007) و Cui et al. (2021) مطابقت دارد. همچنین آزمون فرضیه ۴ حاکی از آن است که ارتقاء نگرش و طرز تفکر کارآفرینانه دانشجویان، تمایل به کارآفرینی آن‌ها را افزایش می‌دهد. این موضوع با یافته‌های (Udayanganie et al. (2019) مطابقت دارد. نتایج آزمون فرضیه‌های ۳ و ۵ نیز نشان می‌دهد الهام و طرز تفکر کارآفرینانه بر ترس ادراک‌شده تأثیر معکوس و معنادار دارند. بدین معنا که با افزایش در سطح الهام کارآفرینانه و بهبود نگرش و طرز تفکر کارآفرینانه دانشجویان، سطح ترس ادراک‌شده کاهش می‌یابد و در نتیجه شاهد اثر منفی ترس ادراکی بر قصد کارآفرینی خواهیم بود. یعنی با کاهش ترس ادراک‌شده، قصد و تمایل به رفتار کارآفرینانه افزایش می‌یابد و بالعکس (فرضیه ۶). این نتایج با یافته‌های (Ng & Jenkins (2018) و Cacciotti & Hayton (2015) مطابقت دارد. همچنین در بررسی نقش میانجی ترس ادراکی نتایج نشان داد ترس ادراکی نقش میانجی در تأثیرگذاری الهام بر قصد کارآفرینی ندارد، اما طرز تفکر را بر قصد کارآفرینی میانجی‌گری می‌کند. همچنین نقش میانجی طرز تفکر تأیید گردید. این نکته نیز حائز اهمیت است که باتوجه به نتایج تحلیل چندگروهی (فرضیه ۱۰) تأثیر منفی ترس ادراک‌شده بر قصد رفتار کارآفرینانه در گروه دانشجویان مذکر ($-0/155$) شدتی کمتر از گروه دانشجویان مؤنث ($-0/428$) دارد و این مؤید نقش تعدیل‌کننده جنسیت می‌باشد. امروزه کارآفرینی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین موضوعات و نیروی محرکه اصلی در توسعه اقتصادی به حساب می‌آید. به‌هنگام مواجه اقتصاد کشور با اقتصاد جهانی و به میان آمدن مفاهیمی مانند جهانی‌شدن، راهکارهای مختلفی جهت تسریع فرآیند رشد و توسعه پایدار مطرح می‌گردند که کارآفرینی یکی از این راهکارها می‌باشد.

نتایج این پژوهش نشان داد که طرز تفکر و الهام کارآفرینانه بر قصد رفتار کارآفرینانه تأثیر معناداری دارند. همچنین در این میان نمی‌توان از تأثیر منفی ترس ادراک‌شده در بروز رفتار کارآفرینانه چشم‌پوشی نمود. ترس ادراک‌شده از جمله عواملی است که می‌تواند بروز رفتارهای کنش‌گرایانه فرد و همچنین سرعت و قدرت پردازش اطلاعات و تصمیم‌گیری وی را به‌طور منفی تحت تأثیر قرار دهد. از طرفی با توجه به نتایج پژوهش، طرز تفکر کارآفرینانه تأثیر منفی معنی‌داری بر ترس ادراک‌شده دارد، یعنی نگرش مثبت و بهبود طرز تفکر کارآفرینانه در دانشجویان، ترس ادراک‌شده را کاهش داده و به‌دنبال آن، قصد رفتار کارآفرینانه محتمل‌تر خواهد شد. نتایج این مطالعه می‌تواند مورد استفاده تمامی مؤسسات آموزشی و پژوهشی برای تصمیم‌گیری و جهت‌دهی دانشجویان برای راه‌اندازی کسب و کار آینده خود و همچنین درک عواملی که می‌تواند در بروز رفتار کارآفرینانه دانشجویان تأثیرگذار باشد، قرار گیرد. همچنین به مدیران آموزشی پیشنهاد می‌شود که؛ ۱. با توجه به تأثیر مثبت و معنادار الهام و طرز تفکر کارآفرینانه بر قصد رفتار کارآفرینانه، پیشنهاد می‌شود که اساتید دانشگاه بیش از پیش مباحث مرتبط با کارآفرینی را در کلاس‌های درسی مطرح نموده تا الهام‌بخش دانشجویان بوده و با برگزاری دوره‌های مکرر آموزش کارآفرینی در دانشکده‌های مختلف، طرز تفکر کارآفرینانه را در دانشجویان شکل داده و یا تقویت کنند. ۲. از کارآفرینان موفق در سمینارهای متعدد دعوت به‌عمل آورند تا الهام‌بخش دانشجویان در ایجاد کسب و کار جدید باشند و همچنین با در اختیار قرار دادن تجارب شکست و موفقیت خود، دانشجویان را با مسیر پر پیچ و خم کارآفرینی بیشتر آشنا سازند و مسیر کارآفرینی را برای آن‌ها هموارتر کنند. ۳. مرکزی در دانشگاه برای حمایت از صاحبان ایده ایجاد نمایند تا موانع موجود در فرآیند ایجاد کسب و کار جدید را برای دانشجویان کارآفرین کاهش داده و مسیر کارآفرینی را برای آن‌ها آسان‌تر سازند. لازم به ذکر است که چنین مرکزی از سال ۱۳۸۳ در دانشگاه شهید چمران اهواز تحت عنوان "مرکز رشد دانشگاه شهید چمران اهواز" شروع به فعالیت کرده است و در زمان نگارش این پژوهش بیش از ۲۲ واحد مستقر در این مرکز در حال فعالیت می‌باشند. همچنین توصیه می‌شود محققان در انجام پژوهش‌های آتی جوامع آماری دیگری را همچون کارآفرینان بخش‌های مختلف، در نظر گرفته تا با افزایش دقت و صحت نتایج پژوهش، یافته‌های پژوهش، قابلیت تعمیم‌پذیری بیشتری داشته باشند. بررسی متغیرهای وابسته دیگر همچون عملکرد کسب و کار نوپا و بررسی نقش و تأثیر آموزش کارآفرینی به‌عنوان یکی از پیش‌آیندهای الهام کارآفرینانه می‌تواند نتایج این مطالعه را غنی و کامل‌تر نماید.

در خصوص محدودیت‌های این پژوهش می‌توان گفت از آنجاکه رفتار کارآفرینانه یک پدیده چندوجهی و چندسطحی است و تحت تأثیر عوامل مختلفی قرار دارد محدودیت اصلی مطالعه آن است که امکان بررسی همه این عوامل در این پژوهش میسر نبوده است. همچنین محدودیت ناشی از جمع‌آوری اطلاعات از طریق پرسش‌نامه که عدم امکان بررسی میزان دقت پاسخ‌دهندگان را باعث می‌شود از دیگر محدودیت‌هاست که توصیه می‌شود به‌منظور افزایش دقت و صحت نتایج از ابزارهای تکمیلی دیگری همچون مصاحبه و روش‌های کیفی برای گردآوری داده‌ها استفاده شود. محدودیت جامعه خاص (دانشگاه شهید چمران اهواز) نیز تعمیم‌پذیری نتایج را کاهش می‌دهد که در این راستا انجام پژوهش‌های مشابه در میان کارآفرینان بخش‌های مختلف صنعتی، کشاورزی، خدمات ... و مقایسه نتایج توصیه می‌گردد.

تشکر و قدردانی

این پژوهش برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه شهید چمران اهواز (کد ۹۹۶۸۱۱۰) است. نویسندگان مقاله بر خود لازم می‌دانند از همکاری و مساعدت کارکنان و دانشجویان دانشگاه و همه عزیزانی که در این پژوهش ما را یاری نموده‌اند سپاسگزاری نمایند.

تضاد منافع

هیچ‌گونه تعارض منافع توسط نویسندگان بیان نشده است.

References

- Abbaszade, H., Mahmoodi, A., & Noori, A. (2014). Positive behavior and its effect on organizational behavior and quality of work life. *Management Studies in Development and Evolution*, 23(74), 137-159. (Persian) [dor:20.1001.1.22518037.1393.23.74.6.3](https://doi.org/10.22518037.1393.23.74.6.3)
- Ahmadpour Dariani, M. (2002). *Entrepreneurship: Definition, Theories, Models*. Tehran: Pardis publication (Persian) <https://www.pardis.cz/index-en>
- Azar, A., Gholamzadeh, R., & Ghanavati, M. (2012). *Path-Structural Modeling in Management, SmartPLS Application* (1st ed.). Negahedanesh Publishing. (Persian) <https://www.gisoom.com/book/1871491>
- Baron, R. A. (2004). The cognitive perspective: A valuable tool for answering entrepreneurship's basic "why" questions. *Journal of Business Venturing*, 19(2), 221-239. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(03\)00008-9](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(03)00008-9)
- Barzgar, K., Roushan, S., Bizhan, M., Shahriari, M., & Y'aghoobi, M. (2021). A talent management framework through entrepreneurial culture approach by content analysis method (case study: public service organizations of Sistan & Baluchestan province). *Journal of Research in Human Resources Management*, 13(2), 37-72. (Persian) https://journals.ihu.ac.ir/article_206250.html?lang=en
- Cacciotti, G., & Hayton, J. C. (2015). Fear and entrepreneurship: A review and research Agenda. *International Journal of Management Reviews*, 17(2), 165-190. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12052>
- Carvert, R. H. (2006). *Ambiguity intolerance: An impediment to inferential reasoning*. Washington: Stone Hill College, Easton MA 2348-2355. <http://www.statlit.org/pdf/2006CarverASA.pdf>
- Collins, D. D. (2007). *Entrepreneurial success: The effect of fear on human performance*. Doctoral Dissertation of Philosophy, Capella University, Minnesota, United States.
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (2017). The entrepreneurial imperatives of strategic leadership. In M. A. Hitt, R. D. Ireland, & S. M. Camp, (Eds.). *Strategic entrepreneurship: Creating a new mindset* (pp. 309-327). New Jersey: Blackwell Publication. <https://doi.org/10.1002/9781405164085.ch14>
- Crane, F. G., Blunden, R., & Meyer, M. H. (2012). Dispositional optimism and entrepreneurial intent: An exploratory cross-cultural investigation. *International Review of Entrepreneurship*, 10(3), 115-126. <https://www.senatehall.com/entrepreneurship?article=456>
- Cui, J., Sun, J., & Bell, R. (2021). The impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial mindset of college students in China: The mediating role of inspiration and the role of educational attributes. *The International Journal of Management Education*, 19(1), 100296. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2019.04.001>
- Danaeifard, H., Alvani, S. M., & Azar, A. (2019). *Methodology of quantitative research in management*. Tehran: Saffar Press. (Persian) <https://www.researchgate.net/publication>
- Davari, A., & Rezaadeh, A. (2018). *Structural modeling with SmartPLS application*. Tehran: Jahad Daneshgahi. (Persian) <https://doi.org/10.13140/2.1.3280.1922>
- Deniz, N., Boz, İ. T., & Ertosun, Ö. G. (2011). The relationship between entrepreneur's level of perceived business-related fear and business performance. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 24, 579-600. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.09.038>

- Eckhardt, J. T., & Shane, S. A. (2003). *Opportunities and entrepreneurs*. *Journal of Management*, 29(3), 333-349. [https://doi.org/10.1016/S0149-2063\(02\)00225-8](https://doi.org/10.1016/S0149-2063(02)00225-8)
- Foo, M. D. (2011). Emotions and entrepreneurial opportunity evaluation. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 35(2), 375-393. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00357.x>
- Furnham, A., & Ribchester, T. (1995). Tolerance of ambiguity: A review of the concept, its measurement and applications. *Current Psychology*, 14(3), 179-199. <https://doi.org/10.1007/BF02686907>
- Gheysari, V., Talebi, K., & Imanipour, N. (2015). The role of entrepreneurial thinking on the growth strategies in small and medium size enterprises. *Journal of Entrepreneurship Development*, 8(2), 195-214. <https://doi.org/10.22059/JED.2015.55976>
- Gielnik, M. M., Frese, M., Graf, J. M., & Kampschulte, A. (2012). Creativity in the opportunity identification process and the moderating effect of diversity of information. *Journal of Business Venturing*, 27(5), 559-576. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2011.10.003>
- Goldsmith, B. (2008). Dealing with fear in the workplace. *Cost Engineering*, 50(12), 21-22.
- Grichnik, D., Smeja, A., & Welp, I. (2010). The importance of being emotional: How do emotions affect entrepreneurial opportunity evaluation and exploitation? *Journal of Economic Behavior & Organization*, 76(1), 15-29. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2010.02.010>
- Hadida, A. I., & Paris, T. (2014). Managerial cognition and the value chain in the digital music industry. *Technological Forecasting and Social Change*, 83, 84-97. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2013.04.005>
- Hejazi, S. R. (2013). Explanation of the entrepreneurial behavior based on religious concept of Shakeleh (Manner). *Journal of Entrepreneurship Development*, 5(4), 67-86. (Persian) <https://doi.org/10.22059/JED.2013.36239>
- Hooshangi, M., Sadaghiani, J. S., Astaneh, M. R., & Afshar, Z. A. (2017). The mediation role of supply chain integration in relationship between employee commitment with organisational performance. *International Journal of Business Information Systems*, 24(2), 210. (Persian) <https://doi.org/10.1504/IJBIS.2017.081447>
- Hosseini, S. A., Badizadeh, A., Hosseini, S. R., & Ghahremani, A. A. (2021). Identifying and explaining the dimensions of the entrepreneurial university affecting students' entrepreneurial behaviour -a case study of Alborz comprehensive university of applied sciences. *Karfan Quarterly Scientific Journal*, 17(5), 129-151. (Persian) <https://doi.org/10.48301/KSSA.2021.128455>
- Isiwu, P. I., & Onwuka, I. (2017). Psychological factors that influences entrepreneurial intention among women in Nigeria: A study based in south east Nigeria. *The Journal of Entrepreneurship*, 26(2), 176-195. <https://doi.org/10.1177/0971355717708846>
- karimi, S. (2016). The impact of entrepreneurship education and its benefits on entrepreneurial intentions of agricultural students in west Iran universities. *Journal of Agricultural Education Administration Research*, 8(38), 51-65. <https://doi.org/10.22092/jaear.2016.107203>
- Keil, M., Wallace, L., Turk D., Dixon-Randall, G., & Nulden, U. (2000). An investigation of risk perception and risk propensity on the decision to continue a software development project. *The Journal of Systems & Software*, 53(2), 145-157. [https://doi.org/10.1016/S0164-1212\(00\)00010-8](https://doi.org/10.1016/S0164-1212(00)00010-8)
- Keinan, G., Meir, E., & Gome-Nemirovsky, T. (1984). Measurement of risk takers' personality. *Psychological Reports*, 55(1), 163-167. <https://doi.org/10.2466/pr0.1984.55.1.163>
- Kline, R. B. (2011). *Principles and practice of structural equation modeling* (2nd ed.). New York City: The Guilford Press. <https://www.researchgate.net/profile>

- Kong, F., Zhao, L., & Tsai, C. H. (2020). The relationship between entrepreneurial intention and action: The effects of fear of failure and role model. *Frontiers in Psychology, 11*, 229. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00229>
- Lang, R., Fink, M., & Kibler, E. (2014). Understanding place-based entrepreneurship in rural Central Europe: A comparative institutional analysis. *International Small Business Journal, 32*(2), 204–227. <https://doi.org/10.1177/0266242613488614>
- Martínez, C. N., Perea, P. J. R., Pina, C. G., & Gutiérrez, Á. M. (2020). Characteristics of women tourist entrepreneurs in the rural environment of the region of Murcia. *Journal of Tourism and Heritage Research, 3*(1), 227–245. <https://www.jthr.es/index.php/journal/article/view/140>
- Mathisen, J. E., & Arnulf, J. K. (2014). Entrepreneurial mindsets: Theoretical foundations and empirical properties of a mindset scale. *The International Journal of Management and Business, 5*(1), 81–97. <http://brage.bibsys.no/bi>
- McGrath, R. M., & MacMillan, I. C. (2000). *The entrepreneurial mindset*. Boston: Harvard Business School Press. <https://books.google.com/books/about>
- McMullen, J. S., & Kier, A. S. (2016). Trapped by the entrepreneurial mindset: Opportunity seeking and escalation of commitment in the Mount Everest disaster. *Journal of Business Venturing, 31*(6), 663–686. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2016.09.003>
- Mohammadi, S., Darzian Azizi, A., & Arzani Birgani, M. (2022). Structural analysis of the effect of entrepreneurial cognition on intention of students' entrepreneurial behavior with the mediating role of perceived fear (case study: Shahid Chamran University of Ahvaz). *Quarterly Scientific Journal of Technical & Vocational University, 19*(2), 245–265. (Persian) <https://doi.org/10.52547/ioh.19.1.151>
- Mohammadi, S., Nadaf, M., & Mousavi, F. (2020). Explaining the mediating role of organizational ambidexterity (exploration and exploitation) in effect of transformational leadership on entrepreneurial Alertness (the case: one of the Oil & Gas Exploitation Company from NISOC). *Scientific Journal of Oil & Gas Exploration & Production, 178*, 19–28. (Persian) <https://www.researchgate.net/publication/343760263>
- Munir, H., Cai, J., & Sidra, R. (2019). Personality traits and theory of planned behavior comparison of entrepreneurial intentions between an emerging economy and a developing country. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 25*(3), 554–580. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-05-2018-0336>
- Naeiji, M., & Esfandiari, Z. (2015). The effect of overconfidence and optimism on decision to start innovative activities: the mediating role of risk perception (case study: the Companies of University Incubators). *Journal of Entrepreneurship Development, 8*(3), 531–550. (Persian) <https://doi.org/10.22059/JED.2015.57649>
- Ng, L., & Jenkins, A. S. (2018). Motivated but not starting: How fear of failure impacts entrepreneurial intentions. *Small Enterprise Research, 25*(2), 152–167. <https://doi.org/10.1080/13215906.2018.1480412>
- Nguyen, T. T., Nguyen, L. T. P., Phan, H. T. T., & Vu, A. T. (2021). Impact of entrepreneurship extracurricular activities and inspiration on entrepreneurial intention: Mediator and moderator effect. *SAGE Open, 11*(3), 215824402110321. <https://doi.org/10.1177/21582440211032174>
- Obschonka, M. (2017). The quest for the entrepreneurial culture: Psychological big data in entrepreneurship research. *Current Opinion in Behavioral Sciences, 18*, 69–74. <https://doi.org/10.1016/j.cobeha.2017.07.014>
- Pablo, A. L. (1997). Reconciling predictions of decision making under risk: Insights from a reconceptualized model of risk behavior. *Journal of Managerial Psychology, 12*(1), 4–20. <https://doi.org/10.1108/02683949710164217>

- Pourghaz, A., & Mohammadi, A. (2011). A study of relationship between managers sources of power and personality characteristics of staff. *Entrepreneurship (a case study in Melli Bank)*. *Public Management Researches*, 4(12), 111-130. (Persian) <https://doi.org/10.22111/jmr.2011.642>
- Saeida Ardekani, S., Hatami Nasab, S. H., & Talei Far, R. (2009). *Creativity and Entrepreneurial Behavior*. Paper presented at the 2nd Iranian Conference on Innovation Management, Tehran, Iran. (Persian) <https://www.symposia.ir/ICIC02>
- Shepherd, D. A., & Patzelt, H. (2018). *Entrepreneurial Cognition*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-71782-1>
- Shepherd, D. A., Patzelt, H., & Haynie, J. M. (2010). Entrepreneurial spirals: Deviation-amplifying loops of an entrepreneurial mindset and organizational culture. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(1), 59-82. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00313.x>
- Soltanzadeh, V., Ardalan, M., & ghanbari, S. (2020). Identifying effective factors on educational entrepreneurship in state public universities. *Journal of Innovation and Creativity in Human Science*, 10(1), 209-244. (Persian) https://journals.iau.ir/article_675705.html
- Souitaris, V., Zerbinati, S., & Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, 22(4), 566-591. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2006.05.002>
- Stranovská, E., & Hvozdková, S. (2018). Tolerance of ambiguity and the linguistic intervention program. *International Journal of English and Cultural Studies*, 1(2), 14-20. <https://doi.org/10.11114/ijecs.v1i2.3759>
- Thrash, T. M., & Elliot, A. J. (2003). Inspiration as a psychological construct. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84(4): 871-89. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.84.4.871>
- Turner, J. H. (2000). *On the origins of human emotions: A sociological inquiry into the evolution of human affect*. Stanford, CA: Stanford University Press. <https://doi.org/10.1515/9780804764360>
- Udayanganie, W. M., Jusoh, M., & Chinna, K. (2019). The role of the cognitive variables on intention to entrepreneurial behavior of engineering undergraduates in Sri Lanka. *Journal of Entrepreneurship and Business Innovation*, 6(1), 1-12. <https://doi.org/10.5296/jebi.v6i1.14927>
- Valliere, D. (2015). An effectuation measure of entrepreneurial intent. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 169, 131-142. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.294>
- Vander-Loos, M. J. H. M., Haring, R., Rietveld, C. A., Baumeister, S. E., Groenen, P. J. F., ... & Thurik, A. R. (2013). Serum testosterone levels in males are not associated with entrepreneurial behavior in two independent observational studies. *Physiology & Behavior*, 119, 110-114. <https://doi.org/10.1016/j.physbeh.2013.06.003>
- Vinzi, V. E., Trinchera, L., & Amato, S. (2010). *PLS Path modeling: from foundations to recent developments and open issues for model assessment and improvement*. Germany: Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-540-32827-8_3
- Wang, C. M., Xu, B. B., Zhang, S. J., & Chen, Y. Q. (2016). Influence of personality and risk propensity on risk perception of Chinese construction project managers. *International Journal of Project Management*, 34(7), 1294-1304. <https://doi.org/10.1016/j.ijproman.2016.07.004>
- Weerasinghe, R. N. (2020). Entrepreneurial education and entrepreneurial intention among ordinary level students in Kelaniya education zone in Sri Lanka. *Educational Research*, 2(4), 122-131. <https://journals.indexcopernicus.com/search/article?articleId=2595087>