



The Impact of attitudes, subjective norms and perceived control on entrepreneurial intention of Non-Iranian Students of the International Ahlul bayt University in Tehran: Moderating role of Self-Efficacy

Mohammad Wali Zarifi¹, Ali Reza Habibi², Moien Gharibi³, Mazaher Yousefi Amiri⁴, Mehdi Badali⁵

1- Master of Business Administration (International Business Major), Department of Business Management, Faculty of Economics and Management, Ahlul Bayt International University, Tehran, Iran.

2- Assistant Prof, Department of Business Management, Faculty of Economics and Management, Ahlul Bayt International University, Tehran, Iran

3- Assistant Prof, Department of Business Management, Faculty of Economics and Management, Ahlul Bayt International University, Tehran, Iran

4- Assistant Professor, Department of Leadership and Human Capital, Faculty of Public Administration and Organizational Sciences, College of Management, University of Tehran, Tehran, Iran

5- Department of Methods and Curriculum Planning, Faculty of Psychology and Educational Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran

Article info	Abstract
Article type: Research Article	Objective: The aim of this research is to Investigate The Impact of attitudes, subjective norms and perceived control on entrepreneurial intention of Non-Iranian Students of the International Ahlul bayt University in Tehran with the Moderating role of self-belief Self-Efficacy.
Received: 2025/05/08	Methodology: This study is an Applied Research in term of Research Purpose and also a Descriptive-Survey in term of Data Collection Method and It has been implemented with a quantitative approach. The statistical population of this research consists of Master Degree students at Ahlulbayt International University. The data collection is questionnaire, and data were analyzed using SPSS and Smart PLS4 software. To confirm the validity of the actions were taken, and to confirm the reliability of the tools "Cronbach's Alpha" test was conducted, yielding a coefficient of 0.781.
Accepted: 2025/06/15	Results: attitude has a positive and significant impact on the willingness to engage in entrepreneurship, and perceived behavioral control also has a positive and significant impact on the willingness to engage in entrepreneurship; however, subjective norms did not have a significant impact on the willingness to engage in entrepreneurship. Self-efficacy, as an effective role in moderating the relationship between attitude and willingness to engage in entrepreneurship, did not have a significant relationship with subjective norms and willingness to engage in entrepreneurship, nor with perceived behavioral control and willingness to engage in entrepreneurship.
pp: 43- 56	Conclusion: Based on the research findings, practical suggestions were made; accordingly, individuals can gain more motivation and focus by setting specific and measurable goals in the field of entrepreneurship.
Keywords: Self-Efficacy, Perceived Behavioral Control, Entrepreneurship, Attitude, Subjective Norms.	



Citation: Wali Zarifi, M., Habibi, A. R., Gharibi, M., Yousefi Amiri, M., & Badali, M. (2025). The Impact of attitudes, subjective norms and perceived control on entrepreneurial intention of Non-Iranian Students of the International Ahlul bayt University in Tehran: Moderating role of Self-Efficacy. *Journal of New Approaches in Educational Management*, 1(2), 43- 56.



© The Author(s).

Publisher: Urmia Univertsity.

DOI: <https://doi.org/10.30466/ntea.2025.56180.1022>

DOR: <https://dori.net/dor/20.1001.1.30606810.1404.1.2.4.0>

¹ **Corresponding author:** Moien Gharibi, **Email:** m.gharibi@abu.ac.ir, **Tell:** +989128923609



تأثیر نگرش‌ها، هنجارهای ذهنی و کنترل درک شده بر تمایل به کارآفرینی دانشجویان غیرایرانی دانشگاه بین‌المللی اهل بیت (ع) تهران با تعدیل‌گری خودباوری

محمد ولی ظریفی^۱، علیرضا حبیبی^۲، معین غریبی^۳، مظاهر یوسفی امیری^۴، مهدی بدلی^۵

- ۱- کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی (گرایش بازرگانی بین‌الملل)، دانشکده اقتصاد و مدیریت، دانشگاه بین‌المللی اهل بیت (ع)، تهران ایران
- ۲- استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده اقتصاد و مدیریت، دانشگاه بین‌المللی اهل بیت (ع)، تهران، ایران
- ۳- استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده اقتصاد و مدیریت، دانشگاه بین‌المللی اهل بیت (ع)، تهران، ایران
- ۴- استادیار، گروه رهبری و سرمایه انسانی، دانشکده مدیریت دولتی و علوم سازمانی، دانشکده‌های مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران
- ۵- استادیار گروه روش‌ها و برنامه‌ریزی آموزشی و درسی، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

چکیده	اطلاعات مقاله
هدف: هدف تحقیق بررسی تأثیر نگرش‌ها، هنجارهای ذهنی و کنترل درک شده بر نیت کارآفرینی دانشجویان غیرایرانی دانشگاه بین‌المللی اهل بیت (ع) تهران با تعدیل‌گری خودباوری است.	نوع مقاله: مقاله پژوهشی
روش تحقیق: پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها توصیفی-پیمایشی با رویکرد کمی می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش دانشجویان کارشناسی ارشد رشته‌های مدیریت، حقوق و روابط بین‌الملل دانشگاه بین‌المللی اهل بیت (ع) به تعداد ۹۰ نفر بوده که این تعداد بر اساس فرمول کوهن محاسبه گردیده است. داده‌های تحقیق با پرسشنامه گردآوری شده و از طریق نرم‌افزارهای اسپاس و اسمارت پی‌ال‌اس مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. روایی پرسش‌نامه بر اساس تأیید خبرگان موضوع و پایایی آن بر اساس آزمون «آلفا کرونباخ» انجام شده که ضریب آن ۰٫۷۸۱، سنجش شده است.	دریافت: ۱۴۰۴/۰۲/۱۸
یافته‌ها: نگرش‌ها تأثیر مثبت و معناداری بر تمایل به کارآفرینی و کنترل رفتاری درک شده نیز تأثیر مثبت و معناداری بر تمایل به کارآفرینی دارد؛ لیکن هنجارهای ذهنی بر تمایل به کارآفرینی تأثیر معناداری ندارد. همچنین خودباوری به عنوان متغیری مؤثر در تعدیل‌گری ارتباط بین نگرش و تمایل به کارآفرینی، در ارتباط با هنجارهای ذهنی و تمایل به کارآفرینی در ارتباط با کنترل رفتار درک شده و تمایل به کارآفرینی نبوده است.	پذیرش: ۱۴۰۴/۰۳/۲۵
نتیجه‌گیری: افراد می‌توانند با تعیین اهداف مشخص و قابل اندازه‌گیری در زمینه کارآفرینی، انگیزه و تمرکز بیشتری پیدا کنند. همچنین افراد موفق می‌توانند با برقراری ارتباط با دیگر کارآفرینان به تقویت خودباوری و افزایش انگیزه کمک کنند. بهره‌گیری از منابع آموزشی آنلاین و ابزارهای دیگری برای کمک به افراد برای افزایش دانش و مهارت‌های لازم برای کارآفرینی خواهد بود.	صص: ۴۳-۵۶
	واژگان کلیدی: خودباوری، کنترل رفتار درک شده، کارآفرینی، نگرش، هنجارهای ذهنی.

استناد: ولی ظریفی، محمد؛ حبیبی، علیرضا؛ غریبی، معین؛ یوسفی امیری، مظاهر؛ و بدلی، مهدی. (۱۴۰۴). تأثیر نگرش‌ها، هنجارهای ذهنی و کنترل درک شده بر تمایل به کارآفرینی دانشجویان غیرایرانی دانشگاه بین‌المللی اهل بیت (ع) تهران با تعدیل‌گری خودباوری. نشریه رویکردهای نوین در مدیریت آموزشی، ۱(۲)، ۴۳-۵۶.

ناشر: دانشگاه ارومیه.

DOI: <https://doi.org/10.30466/ntea.2025.56180.1022>

DOR: <https://dorl.net/dor/20.1001.1.30606810.1404.1.2.4.0>

©نویسندگان



مقدمه

دانشجویان دانشگاه نیروی اصلی نوآوری و کارآفرینی هستند که توسعه اقتصادی را ارتقا می‌دهند (Ever Grande Research Institute, 2020). فارغ‌التحصیلان دانشگاهی که کارآفرینی و کیفیت را دنبال می‌کنند، تأثیر مستقیمی بر رشد اقتصادی یک کشور دارد (Lihua, 2022). با این حال، طبق گزارش اشتغال فارغ‌التحصیلان دانشگاهی چینی، بیش از ۷۵ درصد از دانشجویان دانشگاه در طول سال‌های کارشناسی، قصد کارآفرینی نشان داده‌اند (You, 2020). متأسفانه، این دانشجویان کارشناسی همیشه قادر به پیروی از اراده خود نیستند، به این معنی که علیرغم تمایل آن‌ها به ریسک‌پذیری، احتمال تحقق قصد کارآفرینی آن‌ها نسبتاً کم است. بروز واقعی رفتار کارآفرینانه مسئله اصلی است. مطالعه فرآیند تبدیل قصد کارآفرینانه به رفتار کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است (Lihua, 2022).

این موضوع که جوانان و فارغ‌التحصیلان برای تبدیل شدن به یک کارآفرین باید چه ویژگی‌هایی را داشته باشند، موضوع مطالعه محققان زیادی بوده است. در این خصوص ویژگی‌های فردی و قصد کارآفرینی یکی از رویکردهای سنتی و چالشی در مورد کارآفرینی است (Rauch and Frese, 2012)؛ چراکه اندازه‌گیری قصد کارآفرینانه و شناسایی عوامل مؤثر بر آن به عنوان یکی از عوامل تعیین‌کننده در بروز پدیده کارآفرینی، پیش‌بینی دقیق‌تری از احتمال وقوع آن فراهم می‌آورد (جلالی و همکاران، ۱۴۰۰). یکی از مواردی که در مدیریت مدرن در کانون توجه قرار گرفته است کارآفرینی می‌باشد، همان‌طور که فایول و لینان^۱ (۲۰۱۴) اظهار نموده‌اند، پژوهش در مورد قصد کارآفرینی به دلیل اهمیت فعالیت‌های اولیه در زمینه اشتغال و رشد اقتصادی بایستی مورد بازنگری قرار گیرد. کارآفرینی یک موضوع چندوجهی است و درواقع یک کارآفرین را می‌توان به عنوان فردی که کسب‌وکاری را برای کسب سود و رشد و توسعه تأسیس و مدیریت می‌کند، معرفی کرد (Smith et al, 2019).

تأکیدات رو به رشد بر کارآفرینی دانشجویان موضوع عجیبی نیست، باید توجه نمود که تعداد زیادی از شرکت‌های بزرگ موفق نظیر گوگل، رد ایت^۲، اسنپ چت و فیسبوک توسط دانشجویان تأسیس شده‌اند (Neneh & Dzomonda, 2024). پیتیر دراگر (۱۹۷۰) «کارآفرینی» را به عنوان یک عمل در نظر گرفت. یعنی از زمانی که کارآفرین و صاحب کسب‌وکار، سازمان جدیدی را برای انجام یک فعالیت تأسیس می‌کند، این فعالیت کارآفرینانه سه ویژگی مانند ریسک‌پذیری، نوآوری و سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های تجاری جدید جهت کسب سود را دارا می‌باشد (Vimala Veeraraghavan, 2009). از آنجایی که کارآفرینی به عنوان موتور محرکه رشد اقتصادی به شمار می‌آید، موضوعی درحال توسعه می‌باشد که از علایق پژوهش‌های دانشگاهی به شمار می‌آید. کارآفرینان با ایجاد مشاغل نه تنها برای خود درآمدزایی می‌کنند بلکه برای دیگران نیز درآمدزا می‌باشند. محققان کارآفرینی بر شناخت آنچه افراد را به کارآفرینان تبدیل می‌کند علاقه‌مندند. آزمون نمودن متغیرهای اثرگذار بر نیت کارآفرینی در این خصوص یکی از مهم‌ترین جهت‌گیری‌های مطالعاتی است (Syed Azharuddin & Shaker M Al-Kahtani, 2024). برخی از تحقیقات این فرضیه را تأیید می‌کنند که عواملی مانند خانواده و آموزش کارآفرینی و ویژگی‌های شخصیتی مانند عزت‌نفس باعث تحریک رفتار کارآفرینانه می‌شوند (Abbassi & Sta, 2019).

از این رو طبق این تئوری، از یک جهت مؤلفه‌هایی از قبیل نگرش نسبت به رفتار، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتار درک شده، به‌طور مستقیم مقاصد رفتاری را پیش‌بینی می‌کنند و از سوی دیگر سایر عوامل برای تأثیرگذاری بر مقاصد و تحقق اهداف از طریق این سه مؤلفه سنجیده می‌شوند. زیرا نگرش نسبت به رفتار در تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده^۳ به عنوان ارزیابی کلی فرد از یک رفتار تعریف می‌شود. بر این اساس مطالعات قبلی در مورد موضوع قصد کارآفرینی، نگرش‌ها را تنها با استفاده از یک مورد اندازه‌گیری کرده‌اند که بر علایق شخصی در راه‌اندازی یک کسب‌وکار تمرکز دارد. از مشخصه‌های پسندیده‌ای که هر سازمان خود را با آن وفق می‌دهد، عبارت از درک «تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده» و پیش‌بینی تأثیرات انگیزشی بر رفتار افراد می‌باشد. سرچشمه برنامه‌ریزی و رفتار کنترل شده از روابط بین نگرش و هنجارهای ذهنی پدید می‌آید. (یزدانیان و سابقی، ۱۳۹۸).

¹ Fayolle & Linan

² Reddit

³ Theory of Planned Behavior (TPB)

تحقیقات نشان می‌دهد که ۸,۷ درصد دانشجویان کارشناسی دانشگاه‌های دولتی و ۱۲,۶ درصد دانشجویان دانشگاه‌های خصوصی اسپانیایی تا ۵ سال بعد از فارغ‌التحصیلی خود اشتغال شده و کسب‌وکار شخصی خود را راه انداخته‌اند که این آمار برای پسران ۴,۶ درصد و برای دختران ۸,۶ درصد بوده است (Salas-Velasco, 2023).

تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده توسط آجزن و فیشبین^۱ (۱۹۸۰) به عنوان ابزاری برای توضیح یا پیش‌بینی الگوهای رفتاری انسان معرفی شد. طبق نظر آنان دو نوع نگرش کلی وجود دارد: نگرش نسبت به اشیاء و نگرش نسبت به رفتار. در هر دو حالت، نگرش‌ها، به مجموعه‌ای از باورها اطلاق می‌شوند که افراد آن‌ها را تعیین‌کننده می‌دانند و اینکه آیا باید رفتاری را انجام دهند یا از انجام و اجرای عمل خودداری نمایند (آجزن و فیشبین، ۱۹۸۰). بر این اساس با توجه به مرور مطالعات ثانوی فرد و همکاران (۱۳۹۶)، نگرش‌ها، هنجارهای ذهنی و رفتارهای قابل‌درک سبب خودباوری در افراد می‌شود که به مفهوم خودکارآمدی و خودکفایی نیز آمده است که شخص به توانایی‌های خود برای انجام موفقیت‌آمیز امور و وظایف تأکید دارد. لذا خودباوری به واسطه کسب مداوم و تدریجی مهارت‌های شناختی، زبانی، اجتماعی، ارتباطی و فیزیکی از راه تجربه و مشاهده رفتارها میسر می‌شود. به‌طور مثال تجارب کودکی در این مورد بسیار مهم توصیف شده است.

روابط علت و معلول میان خودباوری، موفقیت و عملکرد وجود دارد (ثانوی فرد و همکاران، ۱۳۹۶). اولین بار باندورا^۲ (۱۹۸۶) و آلبرت (۱۹۹۶)، مفهوم خودباوری را خلق نمودند و تاکنون به‌صورت چشمگیری پیشرفت نموده است (نوری و همکاران، ۱۳۹۴). خودباوری یک نیروی قوی در هر انسان است که تأثیر آن، چیزی بیشتر از ارزش ذاتی است و هر یک از انسان‌ها زمان ورود به این دنیا با خود به همراه دارد (دادرس، ۱۳۸۹: ۶). تحقیقات قبلی انجام‌شده در مورد نقش کارآفرینان در تصمیم‌گیری و رشد منجر به مفهوم رفتار کارآفرینانه شده که مجموعه خاصی از باورها، نگرش‌ها، رفتارها و نیات را در برمی‌گیرند. این مفهوم به نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده تبدیل شده که اکنون یکی از اصول کلیدی رشد در شرکت‌های کوچک و متوسط در نظر گرفته می‌شود (طالبی و بزرگی، ۲۰۲۰).

موضوع تحقیق حاضر، مطالعه نقش خودباوری در تمایل به کارآفرینی با استفاده از نگرش، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتار درک شده می‌باشد. این تحقیق با توجه به مؤلفه‌ها و متغیرهای موردنظر انجام می‌شود. یعنی اهمیت دیگر موضوع در این است که متغیرهای نگرش، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتار درک و میزان تأثیر آن بر کارآفرینی موردسنجش قرار می‌دهد. همچنین در این تحقیق خودباوری نیز به‌عنوان نقش تعدیل‌گر و تأثیر آن بر کارآفرینی سنجیده می‌شود. از این‌رو خودباوری همراه با نگرش، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتار درک شده از اهمیت بالایی برخوردار است و در این تحقیق میزان تأثیر آن بر کارآفرینی مطالعه و بررسی می‌شود. این موضوع جنبه جدید بودن تحقیق حاضر را نیز به نمایش می‌گذارد که برای جامعه‌ی هدف پژوهش قابل تطبیق می‌باشد. کارآفرینی مفهومی است که هم‌زمان با خلقت بشر وجود داشته است. کارآفرینی مرکز کار، تلاش و توسعه در عصر حاضر تلقی شده و به‌عنوان عامل اساسی رشد و موتور محرک توسعه اقتصادی شناخته شده است. ما بدون توجه کافی به مفهوم «توسعه فرهنگ کارآفرینی و آموزش آن» نمی‌توانیم به معیارهای رشد و توسعه که از راه تغییر در روند تولید، بهره‌وری و افزایش توان فنی و صنعتی در بخش اقتصاد حاصل می‌شود، برسیم. از سوی دیگر، کارآفرین فردی است که به حداکثر فرصت‌ها دست می‌یابد و کارآفرینی عامل اصلی ایجاد نوآوری و خلاقیت است که فرایند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه خاصی از منابع به‌منظور بهره‌گیری از این فرصت‌ها است. بنابراین فرصت‌ها و ساختارهایی که اهمیت کارآفرینی را در جامعه بیشتر نشان دهد، دربرگیرنده این مؤلفه می‌باشند: انتقال فناوری، تشویق و ترغیب سرمایه‌گذاران، شناخت و ایجاد بازارهای جدید، ایجاد خلاقیت و نوآوری در کسب‌وکار، کاهش هزینه‌ها و جلوگیری از ائتلاف منابع. با توجه به موضوع موردبحث در این تحقیق، سؤالاتی که محقق با آن‌ها مواجه شده به‌صورت زیر است:

- آیا نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده سبب توسعه کسب‌وکار می‌گردد؟
- چگونه می‌توان از تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده برای ایجاد نوآوری‌ها بهره جست؟
- آیا ممکن است که بتوان از نگرش‌ها جهت تحقق اهداف کاربردی به‌منظور پیاده‌سازی رفتار برنامه‌ریزی شده استفاده صورت گیرد؟

¹ Icek Ajzen and Martin fishbein

² Albert Bandura

پیشینه و مبانی نظری پژوهش

کارآفرینی

کارآفرینی در تعاریف سنتی به تجاری سازی نتایج پژوهش ها ارتباط داده شده است (Mascarenhas et al, 2017). تعریف گسترده تر کارآفرینی در ادبیات مفهوم سازی شده مؤسسات آموزش عالی شامل مهیا کننده سرمایه کارآفرینی، آموزش کارآفرینی، کارآفرینی دانشجویان، شبکه های همکاری و شتاب دهنده ها و مراکز رشد می باشد (Colette Henry & Lahikainen, 2024). کارآفرین را به عنوان «مرد نوآور» تعریف می کند. کارآفرین فردی است که افق های اقتصادی اش گسترده است و انرژی او برای تبدیل گرایش به روال و تحقق نوآوری ها کافی است. کارآفرین نقشی بی بدیل در اقتصاد و جامعه دارد (عباسی و استا، ۲۰۱۹).

خودباوری

به طور اختصاصی خودباوری عبارت از اعتماد بر قدرت های خویش برای فکر کردن و جنگیدن با مشکلات اساسی زندگی و یا عقیده داشتن بر حق خود مبنی بر شاد بودن و احساس شایسته بودن و کسب شایستگی، حق برخورداری از ضرورت ها و خواسته هایمان و لذت بردن از نتیجه های کوشش هایمان است (دادرش، ۱۳۸۹: ۷). به طور کلی خودباوری، باور فرد در مورد توانایی اش برای مقابله با طیف وسیعی از موقعیت هایی است که در زندگی ایجاد می شود (Utami, 2017).

نگرش

نگرش ها خصوصیات منحصر به فرد هر انسان می باشند که نگرش به تمامی عقاید، نیات و عواطف رفتاری نسبت به یک چیز، شخص یا واقعه است. به عبارت دیگر تمایل پایدار نسبت به چیزی، شخصی یا واقعه که در حرکات، احساسات و رفتار نمایان می شود، یا می توان گفت نگرش برآورد یا ارزشیابی است که به طور خواسته و ناخواسته در مورد شیء، رویداد یا شخص صورت می پذیرد، نگرش انعکاس دهنده شیوه احساس فرد نسبت به یک شیء یا یک فرد می باشد (عبدی، ۱۳۹۶). نگرش ترکیبی از هیجان ها و باورها است که شخص را از قبل آماده می کند تا به اشیاء، دیگران و گروه های متفاوت به شیوه خوب یا بد نگاه کند. نگرش ها ارزیابی اشیاء را خلاصه می کنند و در نهایت پیش بینی با هدايات انجام یا حرکات آینده را بر دوش می گیرند. نگرش قابلیت یادگیری را دارد یعنی می توان آن را ایجاد کرد یا تغییر داد. نگرش یک فرد به عدالت، دانش و تعلیم و تربیت او بستگی دارد و شیوه مورد نظر قرار دادن شیء و میل رفتاری نسبت به آن را سبب می شود (سلمانی، ۱۴۰۰).

کنترل رفتاری درک شده

کنترل رفتار درک شده عبارت است از سطح احساسات شخص، درباره اینکه اجراء یا عدم اجرای یک رفتار فرد تا چه اندازه تحت کنترل ارادی شخص می باشد (بشیریان و حیدرnia، ۱۳۹۱). کنترل رفتار درک شده می تواند قصد افراد را در انجام رفتار ویژه نشان دهد و هم رفتار واقعی افراد را تحت تأثیر قرار دهد (باقری و همکاران، ۱۳۹۷). کنترل رفتار درک شده، الهام دهنده انجام یا عدم تحقق یک رفتار در فرد می باشد. به مثابه عامل انگیزه بخش در فرایند انجام اعمال و رفتار انسان ها صورت می گیرد. در حقیقت انسان با کنترل رفتار خویش سبب می شود که به چه میزان تحت اراده و اعتقاد به انجام یک امر مهم دارد و یا هم برعکس، هیچ اعتقاد و انگیزه ای برای انجام یک فعالیت ندارد (زند حسامی و پروینچی، ۱۳۹۳).

هنجارهای ذهنی

هنجار ذهنی متعلق به فرد است که از محیط و اطراف خود تأثیر می پذیرد. به عبارت دیگر هنجارهای ذهنی دیدگاه هایی هستند که توسط افرادی مهم تلقی شده که آن ها را به انجام یا عدم انجام برخی رفتارها و انگیزه ها، همراه با تمایل به آن توصیه می کنند. هنجارهای ذهنی یا به باورهای فرد در مورد چگونگی رفتار و آنچه برای افراد مهم تلقی می شوند و انگیزه پیروی از آن فکر هستند اطلاق می شود، یا هنجار ذهنی است که از عنصر درونی یا وجدان انسانی متبلور شده است (بشیریان و حیدرnia، ۱۳۹۱- کریم زادگان و صادقی، ۱۴۰۱- Utami, 2017).

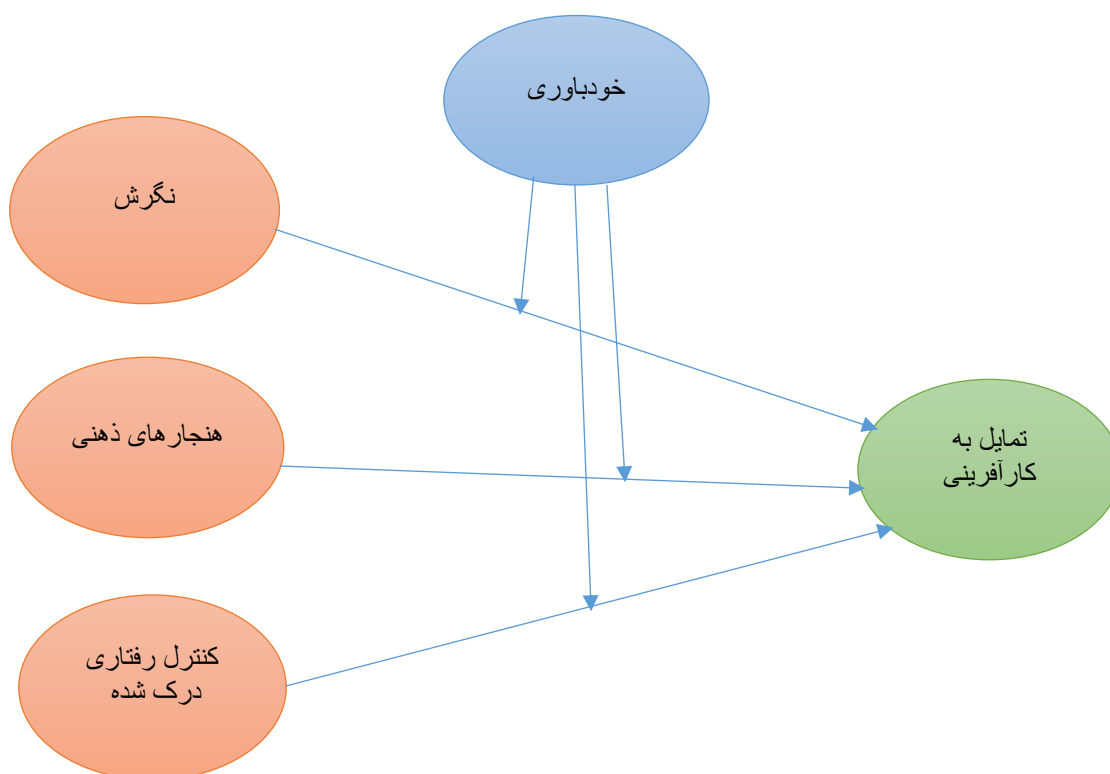
جدول ۱- پیشینه تحقیق‌های انجام شده

نام نویسنده و (سال)	عنوان تحقیق	یافته‌های تحقیق
استکی اورگانی و همکاران (۱۴۰۳)	تعدیل‌گری آموزش کارآفرینی به‌وسیله نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده و بررسی رابطه بین نگرش نسبت به کارآفرینی دیجیتال و قصد کارآفرینی دیجیتال و قصد کارآفرینی دیجیتال و قصد کارآفرینی دیجیتال	این تحقیق به دنبال بررسی تعدیل‌گری آموزش کارآفرینی به‌وسیله نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده و بررسی رابطه بین نگرش نسبت به کارآفرینی دیجیتال و قصد کارآفرینی دیجیتال بوده است. یافته‌های این پژوهش نشان داد افراد دارای منبع کنترل درونی بالا بهتر از همتایان خود با منبع کنترل بیرونی بالا می‌توانند با چالش‌های کارآفرینی دیجیتال مقابله کنند؛ بنابراین، مربیان کارآفرینی دیجیتال باید مطالب و محتوای درسی خود را طوری تنظیم کنند که نمایه کلی منبع کنترل فراگیران را منعکس کند.
شایسته و همکاران (۱۴۰۲)	بررسی رابطه بین منبع کنترل و قصد کارآفرینی دیجیتال با نقش تعدیل‌گری آموزش کارآفرینی بر اساس نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده	این پژوهش با هدف بررسی رابطه بین منبع کنترل و قصد کارآفرینی دیجیتال با نقش تعدیل‌گری آموزش کارآفرینی بر اساس نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده انجام شد. یافته‌های پژوهش نشان داد که منبع کنترل درونی، رابطه مثبت و معناداری با نگرش‌ها و کنترل رفتاری کارآفرینی دیجیتال دارد اما با هنجارهای ذهنی رابطه معناداری ندارد. افزون بر این، آموزش کارآفرینی نقش تعدیل‌کننده مثبتی در روابط بین منبع کنترل، برنامه‌ریزی و قصد کارآفرینی دیجیتال ایفا می‌کند.
نخعی و همکاران (۱۴۰۱)	«بررسی رابطه افکار مثبت با خودباوری و یادگیری فعال»	تحقیق حاضر نشان می‌دهد که شواهد بیان می‌دارد داشتن افکار مثبت تأثیر دارد روی خودباوری افراد که در نهایت منجر به ترقی و پیشرفت یادگیری می‌شود و در شکل‌گیری عزت‌نفس افراد نقش بسیار دارد، بر این مبنا تحقیق حاضر را ضروری می‌داند.
مندگاری بامکان (۱۳۹۸)	«نوآوری، عرصه تعامل بازیگران نوآوری با تکنیک‌های مدیریت نوآوری»	هدف از این تحقیق پیدا کردن جایگاه نوآوری در سازمان است و همچنان برای حمایت از نوآوری لازم است که خلاقیت، شناخت مسئله، اجرا و ارزش را در نظر داشت.
یزدانیان و سابقی (۱۳۹۸)	«کاربرد تئوری رفتار برنامه‌ریزی‌شده در تصمیمات سرمایه‌گذاری در ابزارهای نوین مالی اسلامی»	در این تحقیق به مطالعه کاربرد تئوری رفتار برنامه‌ریزی‌شده روی تصمیمات افراد در سرمایه‌گذاری ابزارهای مالی اسلامی پرداخته شده است. در تحقیق حاضر ۲۳۰ پرسش‌نامه استفاده شده است که هریک از پرسش‌نامه‌های فوق دارای ۲۴ سؤال، به‌ویژه در بخش نشریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده است.
شاهین میا (۲۰۲۵)	نقش هنجارهای ذهنی در شکل‌دهی تمایل به کارآفرینی دانشجویان فنلاندی	این تحقیق به روش پیمایشی بین دانشجویان فنلاندی انجام شد و نتیجه تحقیق نشان داد که هنجارهای ذهنی هم به‌طور مستقیم و هم غیرمستقیم از طریق نگرش‌ها اثر مثبت و معناداری بر کارآفرینی دانشجویان دارد.
سیکولا-لینو ^۱ و همکاران (۲۰۲۱)	«پرکردن شکاف پژوهشی-چارچوبی برای ارزیابی شایستگی‌های کارآفرینی مبتنی بر عزت‌نفس و خودکارآمدی»	این تحقیق به بحث رو به رشد در مورد شایستگی‌های کارآفرینی از دیدگاه چند رشته‌ای کمک می‌کند و عناصر تحقیقات کارآفرینی، علوم آموزشی و روان‌شناسی را ادغام می‌کند.
الیانا و ویدیانا ^۲ (۲۰۲۰)	«نقش خودکارآمدی بر عزت‌نفس و موفقیت کارآفرینان»	هدف از این مطالعه تعیین تأثیر خودکارآمدی بر عزت‌نفس و پیشرفت کارآفرینی دانشجویان کارآفرین دانشگاه ایرلانگا می‌باشد. ابزار آماری مورد استفاده در این تحقیق، تحلیل مسیر است که با استفاده از حداقل مربعات جزئی پردازش شده است. نمونه انتخاب شده در این پژوهش سی نفر از دانشجویان دانشگاه ایرلانگا که کارآفرین هستند و ابزار مورد استفاده پرسش‌نامه می‌باشد.
تسوردیا ^۳ و پاپادمیترو ^۴ (۲۰۱۵)	«نقش نظریه برنامه‌ریزی‌شده رفتار در مورد قصد کارآفرینی دانشجویان بازرگانی یونانی»	هدف اصلی این مطالعه دو مورد است: (۱) اندازه‌گیری و مقایسه قصد کارآفرینی دانشجویان بازرگانی که در سال اول و چهارم تحصیلات بازرگانی در دانشگاه یونان شرکت می‌کنند، به‌منظور تعیین تأثیر برنامه درسی روی ایشان، (۲) بررسی نقش تئوری رفتار برنامه‌ریزی‌شده در تبیین قصد کارآفرینی دانش‌آموزان.

¹ Lino janasikola² Eliyana, A., Sridadi, A. R., & Widiyana, E. U.³ Tasortya chartomani⁴ Papademetrio demtra

مدل تحقیق

بر اساس ادبیات تحقیق مدل تحقیق به شکل زیر ارائه می‌گردد:



شکل ۱- مدل مفهومی تحقیق

(منبع: Lihua, 2022)

فرضیات تحقیق

فرضیات پژوهش به صورت زیر طراحی شده است:

- فرضیه ۱: نگرش بر تمایل به کارآفرینی تأثیر دارد.
- فرضیه ۲: هنجارهای ذهنی بر تمایل به کارآفرینی تأثیر دارد.
- فرضیه ۳: کنترل رفتار درک شده بر تمایل به کارآفرینی تأثیر دارد.
- فرضیه ۴: خودباوری نقش تعدیل‌گری در ارتباط با نگرش و تمایل به کارآفرینی دارد.
- فرضیه ۵: خودباوری نقش تعدیل‌گری در ارتباط با هنجارهای ذهنی و تمایل به کارآفرینی دارد.
- فرضیه ۶: خودباوری نقش تعدیل‌گری در ارتباط با کنترل رفتار درک شده و تمایل به کارآفرینی دارد.

مواد و روش پژوهش

روش تحقیق، پژوهشگر با مشخص کردن روش تحقیق خود، بیان می‌کند که چه شیوه‌ای او را سریع‌تر و دقیق‌تر به هدفش می‌رساند (حافظ نیا، ۱۳۸۵). تقسیم‌بندی تحقیقات براساس هدف نیز به دو گروه کاربردی و بنیادی انجام می‌گیرد. تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر گردآوری داده‌ها از نوع توصیفی-پیمایشی می‌باشد.

نحوه گردآوری داده‌ها تجزیه و تحلیل آن‌ها

این تحقیق بر مبنای تحقیقات قبلی محققان و با استفاده از روش کاری آن‌ها به‌پیش می‌رود. برای جمع‌آوری داده‌های مربوط به مبانی نظری و پیشینه تحقیق از روش کتابخانه‌ای (کتاب‌ها، مجلات، فصلنامه‌ها، مقالات علمی و امثال آن) استفاده می‌شود.

همچنان برای داده‌های کمی و آماری متغیرهای این تحقیق از توزیع پرسش‌نامه در بین دانشجویان کارشناسی ارشد غیرایرانی در سه رشته مدیریت، حقوق و روابط بین‌الملل دانشگاه بین‌المللی اهل‌بیت (ع) تهران استفاده شده است. پرسش‌نامه ممکن است معیاری یا استاندارد باشد و یا می‌تواند دست‌ساخته محقق باشد. این تحقیق از نقطه نظر هدف کاربردی از نوع پیمایشی می‌باشد و با رویکرد کمی انجام شده است.

جدول ۲- متغیرها و منابع پرسش‌نامه

ردیف	متغیرها	منبع
۱	تمایل به کارآفرینی	مویا ^۱ و همکاران، ۲۰۱۷
۲	نگرش به کارآفرینی	
۳	کنترل رفتار درک‌شده	
۴	هنجارهای ذهنی	عباسی و استا، ۲۰۱۹
۵	خودباوری	

پایایی ابزار اندازه‌گیری

ضریب آلفای کرونباخ یکی از رایج‌ترین شیوه‌های اندازه‌گیری اعتمادپذیری یا پایایی پرسش‌نامه می‌باشد. هدف از اعتبار یا پایایی پرسش‌نامه این است که اگر صفت‌های موردسنجش با همان ابزار و در همان شرایط یکسان و در زمان‌های متفاوت بارها اندازه‌گیری شود، نتایج تقریباً یکسان حاصل می‌شود.

جدول ۳- آلفای کرونباخ

متغیر	آلفای کرونباخ
تمایل به کارآفرینی	۰٫۷۶۲
خودباوری	۰٫۷۸۶
هنجارهای ذهنی	۰٫۷۵۷
کنترل رفتاری درک‌شده	۰٫۸۳۷
گرایش به کارآفرینی	۰٫۷۶۵
آلفای مجموعی پرسش‌نامه	۰٫۷۸۱

بحث و ارائه یافته‌ها

جدول کلی در مورد متغیرهای جمعیت‌شناسی می‌باشد که در بردارنده جنسیت، وضعیت تأهل، رده سنی، رشته تحصیلی و میزان تحصیلات می‌باشد. در این جدول تعداد کلی پاسخ‌دهندگان ۹۰ نفر می‌باشد که از لحاظ جنسیت ۷۰ نفر آن را مرد و ۲۰ نفر آن را زن تشکیل می‌دهد. همچنین ۵۳ نفر از پاسخ‌دهندگان مجرد و ۳۷ نفر آن متأهل می‌باشند و در بردارنده سه رشته مدیریت، حقوق، روابط بین‌الملل می‌باشد که از هر رشته به تعداد ۳۰ نفر پاسخ‌دهنده داشته و همه در مقطع کارشناسی ارشد قرار داشته است.

جدول ۴- آمار جمعیت‌شناسی پاسخگویان به پرسش‌نامه

جنسیت	زن	
	۲۰	٪۲۲
وضعیت تأهل	مرد	
	۷۰	٪۷۸
وضعیت تأهل	متأهل	
	۳۷	٪۴۱
رشته تحصیلی	مجرد	
	۵۳	٪۵۹
	مدیریت بازرگانی	
	۳۰	٪۳۳٫۳
رشته تحصیلی	حقوق	
	۳۰	٪۳۳٫۳
رشته تحصیلی	روابط بین‌الملل	
	۳۰	٪۳۳٫۳

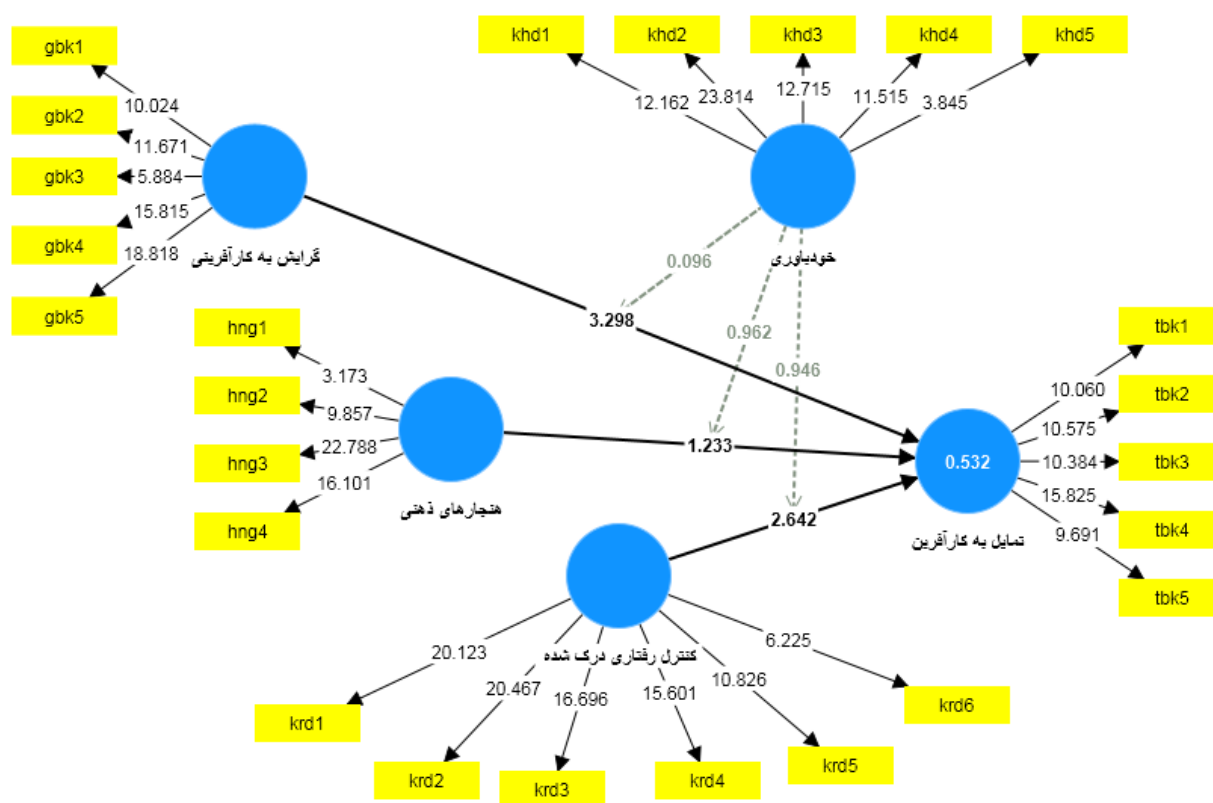
^۱ Mwiya.

در ادامه آر مربع^۱ معیاری است که برای وصل کردن بخش سنجش و بخش ساختار مدل سازی و معادلات ساختاری به کار برده می شود و نشان دهنده میزان تأثیری است که یک متغیر خارجی روی یک متغیر داخلی می گذارد. نکته مهم اینجاست که این معیار فقط برای متغیر وابسته در مدل محاسبه می شود و مقدار آن به گفته کوهن ۰,۱۵، ۰,۲ و ۰,۳۵ و به ترتیب نشان دهنده اثر ضعیف، متوسط و قوی می باشد (داوری و رضازاده، ۱۳۹۳).

جدول ۵- ضریب آر مربع

متغیر	R ²
تمایل به کارآفرینی	۰,۵۳

بررسی ضرایب معناداری^۲ نشان دهنده معناداری و یا معنادار نبودن فرضیه ها می باشد و مربوط به تک تک فرضیه هایی می شود که این شیوه برای واضح ساختن معنادار بودن یا معنادار نبودن، معیار مشخص دارد که این عدد بین مسیر ما بین متغیرها، بایستی معادل ۱,۹۶ یا بیشتر از آن باشد تا بتوانیم معنادار بودن فرضیه را با اطمینان ۹۵٪ تأیید کنیم. شکل زیر نشان دهنده این روابط بین متغیرها است:

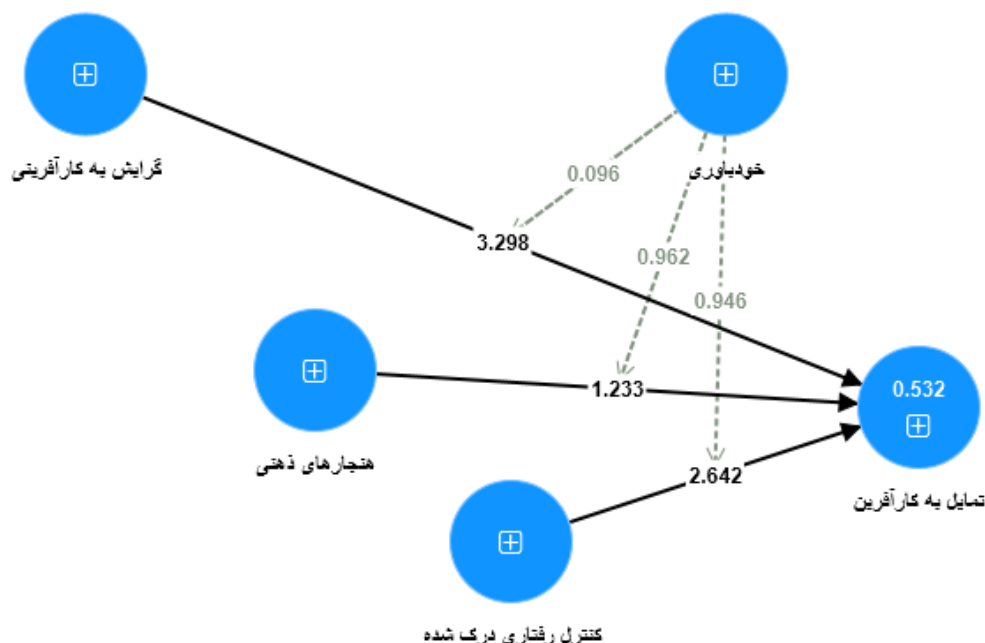


شکل ۲- مدل آزمون تی فرضیات

علاوه بر این در شکل زیر اثرات محاسبه شده برای متغیرها به نمایش گذاشته شده است:

¹ R squares

² T-value



شکل ۳- میزان تی متغیرهای اصلی پژوهش

نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادها

این مطالعه با توجه به نگرانی در مورد تعمیم‌پذیری محدود یافته‌های مطالعات قبلی به دلیل محدودیت‌های زمینه‌ای، به دنبال کمک به ادبیات کارآفرینی با استفاده از تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده بوده است؛ و بر این اساس تأثیر هنجارهای اجتماعی (ذهنی)، نگرش نسبت به کارآفرینی و کنترل رفتاری ادراک شده را با متغیر میانجی خودباوری بر کارآفرینی مورد بررسی قرار داده است. مطابق با ادبیات موجود، این مطالعه نتیجه می‌گیرد که کارآفرینی تابعی از کنترل رفتاری درک شده، نگرش به کارآفرینی و هنجارهای اجتماعی است. علاوه بر این، این مطالعه نشان داده است که در یک جامعه، جمعی که افراد در آن جایگاه بیشتری دارند اهمیت دادن به ارتباط آن‌ها با دیگران، ادراکات آن‌ها از آنچه افراد تأثیرگذار (به عنوان مثال، خانواده، دوستان نزدیکان، شرکا، همکاران) در زندگی خود در مورد ایجاد سرمایه‌گذاری جدید فکر می‌کنند، تأثیر بسیار مهمی بر کارآفرینی دارند. این نتیجه تأثیر قوی کنترل رفتاری ادراک شده بر کارآفرینی در زمینه‌های جمع‌گرا را تأیید می‌کند و با عدم اهمیت آن در مطالعات انجام شده در زمینه‌های فردگرا تناقض دارد. در ادامه به مرور و بررسی نتایج فرضیه‌های پژوهش پرداخته شده است:

فرضیه اول: نگرش بر تمایل به کارآفرینی تأثیر دارد.

در این فرضیه به دلیل اینکه آماره (تی) آن برابر با ۳,۲۹۸ شد، فرضیه تأیید می‌گردد؛ چراکه آماره تی آن بیشتر از ۱,۹۶ می‌باشد. بنابراین نگرش بر تمایل به کارآفرینی تأثیر دارد. در نتیجه فرضیه فوق مورد تأیید می‌باشد. در این ارتباط نتایج به دست آمده از تحقیقات سیدجعفری و همکاران (۱۳۹۰) و همچنین استکی اورگانی (۱۴۰۳) با نتایج این تحقیق هم‌سو می‌باشد.

فرضیه دوم: هنجارهای ذهنی بر تمایل به کارآفرینی تأثیر دارد.

این فرضیه به دلیل اینکه آماره (تی) آن برابر با ۱,۲۳۳ می‌باشد، رد می‌شود. چراکه آماره تی آن کمتر از ۱,۹۶ می‌باشد بنابراین هنجارهای ذهنی بر تمایل به کارآفرینی تأثیر ندارد، در نتیجه فرضیه فوق تأیید نمی‌گردد. در تحقیقی با عدم تأیید فرضیه هنجار ذهنی بر قصد خرید، چنین می‌توان استناد کرد (حزبیان و همکاران، ۱۳۹۸)؛ که تحقیق مذکور با نتیجه فرضیه تحقیق حاضر هم‌خوانی دارد؛ زیرا هم در تحقیق فوق و هم در تحقیق حاضر هنجار ذهنی به عنوان متغیر مستقل بر رفتار تأثیر معنادار ندارد. لیکن نتیجه این تحقیق با نتیجه تحقیقات شاهین میا (۲۰۲۵) و شایسته و همکاران (۱۴۰۲) در خصوص عدم ارتباط معنی‌دار هنجارهای ذهنی و تمایل کارآفرینی (دیجیتال) در تضاد است.

سؤالات مربوط به متغیر هنجارهای ذهنی مربوط به موافقت اعضاء خانواده، دوستان، اساتید و بستگان با راه‌اندازی کسب‌وکار جدید بوده است (عباسی و استا، ۲۰۱۹). بر این اساس شرایط اجتماعی محیط می‌تواند باعث تغییر نتیجه این فرضیه گردد. به عنوان مثال

مسائل اقتصادی مانند امکان حمایت مالی از سوی اطرافیان دانشجویان نیز در این موضوع اثرگذار است. اکثریت دانشجویان دانشگاه بین‌المللی اهل بیت (ع) از کشورهای در حال توسعه آسیایی و آفریقایی بوده‌اند که به نظر می‌رسد شرایط نه‌چندان مطلوب اقتصادی خانواده‌های آنان مانع از تشویق دانشجویان به کارآفرینی و متعاقباً حمایت مالی آنان گردیده است.

فرضیه سوم: کنترل رفتار درک‌شده بر تمایل به کارآفرینی تأثیر دارد.

این فرضیه به دلیل اینکه آماره (تی) آن برابر با ۲,۶۴۲ می‌باشد، تأیید می‌گردد، چراکه آماره آن بیشتر از ۱,۹۶ می‌باشد. بنابراین کنترل رفتار درک‌شده بر تمایل به کارآفرینی تأثیر دارد، در نتیجه فرضیه فوق تأیید می‌شود. همچنین می‌توان گفت که نتایج این فرضیه هم‌راستا با تحقیق زند حسامی و پروینچی (۱۳۹۳) و نایب اصل و امجدی (۱۳۹۵) می‌باشد.

فرضیه چهارم خودباوری نقش تعدیل‌گری در ارتباط نگرش و تمایل به کارآفرینی دارد.

این فرضیه به دلیل اینکه آماره (تی) آن برابر با ۰,۰۹۶ محاسبه شد، رد می‌گردد، چراکه آماره آن کمتر از ۱,۹۶ می‌باشد. بنابراین خودباوری نقش تعدیل‌گری در ارتباط نگرش و تمایل به کارآفرینی ندارد، در نتیجه فرضیه فوق رد می‌شود.

در این پژوهش، فرضیه مربوط به نقش تعدیل‌گر خودباوری در رابطه بین نگرش نسبت به کارآفرینی و تمایل به رفتار کارآفرینانه مورد تأیید قرار نگرفت. این یافته برخلاف برخی چارچوب‌های نظری مانند نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده (آجن، ۱۹۹۱) است که انتظار دارد باورهای فرد در زمینه توانایی‌های شخصی بتواند بر رابطه میان نگرش و قصد رفتاری تأثیرگذار باشد. یکی از دلایل احتمالی برای عدم تأیید این فرضیه، یکنواختی سطح خودباوری در میان نمونه تحقیق است. در صورتی که بیشتر پاسخ‌دهندگان از سطح خودباوری نسبتاً مشابهی برخوردار باشند، امکان آشکارسازی نقش تعدیل‌گر در تحلیل آماری کاهش می‌یابد (Dawson & Henley, 2015).

عامل دیگر ممکن است به بافت فرهنگی و اجتماعی دانشجویان بین‌المللی بازگردد. این گروه از افراد، به دلیل شرایط مهاجرت، تفاوت‌های زبانی و فشارهای اجتماعی، ممکن است دچار نوسانات در ادراک خود از توانمندی‌های فردی خود شوند؛ به‌ویژه اگر هنوز تجربه عملی کافی در محیط جدید کسب نکرده باشند. در چنین شرایطی، خودباوری پایدار شکل نگرفته و نمی‌تواند به‌عنوان یک عامل تعدیل‌گر معنادار عمل کند (Shinnar et al, 2014) افزون بر این، ممکن است رابطه میان نگرش و تمایل به کارآفرینی به قدری قوی بوده باشد که فضای کمی برای ایفای نقش میانجی یا تعدیل‌گر باقی گذاشته باشد، پدیده‌ای که گاهی در مدل‌های رفتار انسانی به‌ویژه در زمینه‌های انگیزشی دیده می‌شود (آجن، ۱۹۹۱).

در نهایت، احتمال دارد که بسیاری از شرکت‌کنندگان فاقد تجربه عملی کارآفرینی بوده‌اند و خودباوری آن‌ها صرفاً در سطح شناختی و نظری باقی‌مانده است. این نوع خودباوری، برخلاف خودباوری مبتنی بر عملکرد، ممکن است تأثیر رفتاری معناداری در تصمیم‌گیری‌های کارآفرینانه نداشته باشد (باندورا، ۲۰۰۶).

به‌طور کلی، عدم تأیید این فرضیه می‌تواند ناشی از ترکیبی از عوامل فرهنگی، روان‌شناختی و روش‌شناختی باشد و ضرورت انجام مطالعات تکمیلی با نمونه‌های متنوع‌تر، ابزارهای بومی‌سازی‌شده و سنجش‌های کیفی‌تری از خودباوری را برجسته می‌سازد.

فرضیه پنجم: خودباوری نقش تعدیل‌گری در ارتباط هنجارهای ذهنی و تمایل به کارآفرینی دارد.

در این پژوهش، فرضیه‌ای مبنی بر اینکه خودباوری نقش تعدیل‌گر در رابطه بین هنجارهای ذهنی و تمایل به کارآفرینی دارد، تأیید نشد. این یافته، هرچند در تعارض با برخی چارچوب‌های نظری مانند نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده (آجن، ۱۹۹۱) است، اما با توجه به شرایط خاص نمونه موردبررسی و ملاحظات روش‌شناختی می‌توان دلایل متعددی برای آن ارائه نمود.

اولاً، ممکن است هنجارهای ذهنی در فرهنگ دانشجویان خارجی محصل در ایران نقش مسلط و تعیین‌کننده‌ای در شکل‌گیری تمایل به کارآفرینی داشته باشند؛ به‌طوری‌که دیگر متغیرها، از جمله خودباوری، نتوانند به‌عنوان تعدیل‌گر تأثیر معناداری بر این رابطه بگذارند. در جوامعی با فرهنگ‌های جمع‌گرا، فشار اجتماعی، خانواده و شبکه‌های نزدیک اغلب نقش بیشتری نسبت به ارزیابی‌های فردی ایفا می‌کند (Liñán & Chen, 2009).

ثانیاً، ممکن است بین خودباوری و هنجارهای ذهنی در این جمعیت خاص هم‌پوشانی مفهومی وجود داشته باشد؛ یعنی افرادی که هنجارهای اجتماعی مثبتی نسبت به کارآفرینی دارند، معمولاً خودباوری بالایی نیز نشان می‌دهند و بنابراین، اثر تعدیل‌گری مستقلی مشاهده نمی‌شود (Urban & Kujinga, 2017).

در نهایت، می‌توان اشاره کرد که تجربه عملی پایین شرکت‌کنندگان در کارآفرینی ممکن است باعث شده باشد که خودباوری آن‌ها بیشتر نظری و ذهنی بوده و نقش فعالی در فرایند تصمیم‌گیری نداشته باشد. خودباوری واقعی اغلب از تجربه‌های موفق ناشی می‌شود (شینار و همکاران، ۲۰۱۴) و در غیاب چنین تجربه‌ای، اثر تعدیل‌گری آن در عمل نمایان نمی‌شود.

فرضیه ششم: خودباوری نقش تعدیل‌گری در ارتباط کنترل رفتار درک‌شده و تمایل به کارآفرینی دارد.

در این مطالعه، فرضیه‌ای که خودباوری را به‌عنوان متغیر تعدیل‌گر در رابطه بین کنترل رفتاری درک‌شده و تمایل به کارآفرینی معرفی می‌کرد، مورد تأیید قرار نگرفت. این در حالی است که براساس نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده (آجزن، ۱۹۹۱)، انتظار می‌رود افرادی که کنترل بیشتری بر رفتار خود احساس می‌کنند و همچنین باور به توانمندی شخصی (خودباوری) بالاتری دارند، تمایل بیشتری به اقدام کارآفرینانه از خود نشان دهند؛ اما یافته‌های پژوهش حاضر که بر اساس داده‌های دانشجویان خارجی محصل در ایران به‌دست‌آمده‌اند، نشان می‌دهند که خودباوری در این رابطه نقش تعدیل‌گر ایفا نمی‌کند. این نتیجه را می‌توان با توجه به چند دلیل علمی تبیین کرد.

اول، باور به کنترل رفتار ممکن است آن‌قدر قوی و اثرگذار بوده باشد که در ترکیب با یا بدون خودباوری، به شکل مستقل بر تمایل کارآفرینی تأثیر گذاشته باشد و لذا دیگر جایی برای تأثیرگذاری تعدیل‌گر باقی نمانده باشد. در مطالعاتی مشابه نیز مشاهده شده است که در جمعیت‌هایی باتجربه پایین کارآفرینی، متغیر کنترل رفتاری نسبت به سایر عوامل تأثیر بیشتری در نیت کارآفرینی دارد (Krueger et al, 2000).

دوم، باید به ویژگی‌های فرهنگی و موقعیتی دانشجویان خارجی در ایران توجه داشت. این دانشجویان در کشوری با زبان، فرهنگ و نظام آموزشی متفاوت زندگی می‌کنند و ممکن است علی‌رغم باور به توانمندی‌های خود، به دلیل محدودیت‌های محیطی و قانونی، احساس کنترل کمی بر فرایندهای واقعی کارآفرینی داشته باشند. در این حالت، خودباوری به‌تنهایی نمی‌تواند اثر تعدیلی بر ادراک کنترل رفتاری و تمایل به کارآفرینی آنان داشته باشد (اربن و کوچینگا، ۲۰۱۷).

در آخر، ممکن است ابزار اندازه‌گیری خودباوری در این تحقیق، به‌اندازه کافی بافت فرهنگی نمونه آماری را در نظر نگرفته باشد. در چنین شرایطی، امکان دارد داده‌های گردآوری‌شده نتوانند نقش واقعی خودباوری را منعکس کنند و به همین دلیل، تأثیر تعدیلی آن در مدل تحلیل‌شده مشاهده نشده است (باندورا، ۲۰۰۶).

با توجه به یافته‌های پژوهش و تأیید فرضیات اول و سوم پیشنهادهای کاربردی ذیل ارائه می‌گردد:

- **آموزش مهارت‌های خودباوری:** شرکت در دوره‌های آموزشی یا کارگاه‌هایی که به تقویت خودباوری و اعتمادبه‌نفس می‌پردازند، می‌تواند به افراد کمک کند تا به‌راحتی به سمت کارآفرینی حرکت کنند (فرضیه اول).
- **تشویق دانشجویان به تعیین و مکتوب نمودن اهداف شخصی:** افراد می‌توانند با تعیین اهداف مشخص و قابل‌اندازه‌گیری در زمینه کارآفرینی، انگیزه و تمرکز بیشتری پیدا کنند. این اهداف باید با ارزش‌ها و باورهای شخصی همخوانی داشته باشند (فرضیه اول).
- **یادگیری از تجربیات دیگران:** مطالعه داستان‌های موفقیت کارآفرینان و یادگیری از چالش‌ها و موفقیت‌های آنان می‌تواند به افراد کمک کند تا باور کنند که آن‌ها نیز می‌توانند موفق شوند (فرضیه اول).
- **تمرین مثبت‌اندیشی:** تمرین تکنیک‌های مثبت‌اندیشی و خودگویی مثبت می‌تواند به تقویت خودباوری و کاهش افکار منفی کمک کند. این کار می‌تواند شامل نوشتن جملات مثبت یا یادآوری موفقیت‌های گذشته باشد و این امر موجب افزایش اعتماد به نفس افراد و جرأت برای راه‌اندازی کسب‌وکار جدید شود (فرضیه اول).
- **استفاده از منابع آنلاین:** بهره‌گیری از منابع آموزشی آنلاین، وبینارها پادکست‌ها می‌تواند به افراد کمک کند تا دانش و مهارت‌های لازم را برای راه‌اندازی موفق یک کسب‌وکار جدید به دست آورند (فرضیه سوم).
- **ایجاد شبکه‌های حمایتی:** افراد موفق می‌توانند با برقراری ارتباط با دیگر کارآفرینان به تقویت خودباوری و افزایش انگیزه کمک کنند. این شبکه‌ها می‌توانند به‌عنوان منبع الهام بخشی و مشاوره عمل کنند (فرضیه سوم).
- **تجزیه و تحلیل رفتارها:** افراد می‌توانند با تجزیه و تحلیل رفتارهای خود و شناسایی الگوهای مثبت و منفی، به بهبود رفتارهای کارآفرینی خود بپردازند (فرضیه سوم).

منابع

- ابراهیمزاده، غلامرضا؛ جدیدی، هوشنگ؛ یاراحمدی، یحیی؛ و مرادی، امید. (۱۴۰۰). تدوین مدل علی رضایت تحصیلی براساس خودباوری تحصیلی و خوش بینی تحصیلی با میانجی گری راهبردهای فراشناختی دانش آموزان پسر. راهبردهای آموزش (راهبردهای آموزش در علوم پزشکی)، ۱۴(۲)، ۱۹-۱۰. SID. <https://sid.ir/paper/415789/fa>
- استکی اورگانی، فاطمه؛ موسوی، سیداحمد؛ استکی اورگانی، آیدا؛ و استکی اورگانی، جواد. (۱۴۰۳). تعدیل گری آموزش کارآفرینی به وسیله نظریه رفتار برنامه ریزی شده و بررسی رابطه بین نگرش نسبت به کارآفرینی دیجیتال و قصد کارآفرینی دیجیتال. مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه، ۵۹(۹)، ۶۷-۷۸. <https://civilica.com/doc/2138734/>
- باقری، سمیه؛ رضایی کیخایی، خدیجه؛ مقدم، فهیمه؛ و خوشایی، فهیمه. (۱۳۹۷). ارزیابی نظریه رفتار برنامه ریزی شده در تبیین رفتار غذایی سالم در بین بیماران دیابتیک نوع دوم. فصلنامه علمی پژوهشی پرستاری دیابت زابل، ۶۳۱-۶۴۱. ۶(۴). <https://civilica.com/doc/1004939>
- براند، ناتانیل. (۱۳۸۹). قدرت خودباوری (مترجم: بهاره دادرس). تهران: نشر گلستان.
- بشیریان، سعید؛ حیدرنیا، علیرضا؛ وردی پور، حمیداله؛ و حاجی زاده، ابراهیم. (۱۳۹۱). کاربرد تئوری رفتار برنامه ریزی شده در پیش بینی فاکتورهای موثر بر سوء مصرف مواد در نوجوانان. مجله دانشگاه علوم پزشکی فسا، ۲(۳)، ۱۵۶-۱۶۲. <https://www.sid.ir/paper/203962/fa>
- ثانوی فرد، رسول؛ فرشیدپور، علیرضا؛ و وکیل یزدی، ابراهیم. (۱۳۹۶). نقش راهبردهای خودباوری و کاهنده استرس در کامیابی سازمان. مطالعات مدیریت راهبردی، ۸(۳۱)، ۸۳-۱۰۱. SID. <https://sid.ir/paper/181733/fa>
- جلالی، صادق؛ جعفری، ساره؛ و محبی، فرشته. (۱۴۰۰). عوامل موثر بر قصد کارآفرینی فارغ التحصیلان رشته علوم ورزشی و تئوری رفتار برنامه ریزی شده. کنکاش مدیریت و حسابداری، ۱(۳)، ۱۴۵-۱۳۱. <https://jmar.ir/%D8%B9%D9%88%D8%A7%D9%85%D9%84-%D9%85%D9%88%D8%AB%D8%B1-%D8%A8%D8%B1-%D9%82%D8%B5%D8%AF-%DA%A9%D8%A7%D8%B1%D8%A2%D9%81%D8%B1%DB%8C%D9%86%DB%8C-%D9%81%D8%A7%D8%B1%D8%BA%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AD/>
- حزبیان، عبدالحسین؛ و محمودی، ادریس. (۱۳۹۸). بررسی تاثیر نگرش، کنترل رفتار درک شده، هنجار ذهنی و مصرف موقعیتی بر قصد خرید (مورد مطالعه: خریداران ماهی در شهر اهواز). کنفرانس بین المللی مدیریت، اقتصاد، حسابداری با رویکرد مدیریت جهانی کسب و کار.
- داوری، علی؛ و رضازاده، آرش. (۱۳۹۳). مدل سازی معادلات ساختاری با نرم افزار pls. تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.
- زندحسامی، حسام؛ و پروینچی، شیمیا. (۱۳۹۳). به کارگیری نظریه رفتار برنامه ریزی شده در بررسی قصد خرید سبز مصرف کنندگان. مدیریت توسعه و تحول، ۶(۱۸)، ۲۳-۳۰. SID. <https://sid.ir/paper/522661/fa>
- سلمانی، محسن. (۱۴۰۰). دانش، مهارت، نگرش. دانشنامه آموزش های علمی- کاربردی، انتشار آنلاین ۱۳ آذر ۱۴۰۰.
- شایسته، بابک؛ مؤذن، سپیده؛ و منصوری، عبدالامیر. (۱۴۰۲). بررسی رابطه بین منبع کنترل و قصد کارآفرینی دیجیتال با نقش تعدیل گری آموزش کارآفرینی بر اساس نظریه رفتار برنامه ریزی شده. آموزش و مدیریت کارآفرینی، ۲(۲)، ۲۰-۱. doi: 10.22126/eme.2023.9198.1029
- عبدی ورمزان، مراد. (۱۳۹۶). بررسی نقش نگرش در رفتار، با تاکید بر رفتارهای مصرفی. کنفرانس ملی پژوهش های نوین ایران و جهان در روانشناسی، علوم تربیتی و مطالعات اجتماعی. SID. <https://sid.ir/paper/897192/fa>
- کریم زادگان، حسن؛ و صادقی، معصومه. (۱۴۰۱). بررسی تاثیر سلامت معنوی و هنجارهای ذهنی بر رفتار زیست محیطی (مطالعه موردی: لاهیجان). مطالعات علوم محیط زیست، ۷(۴)، ۵۷۸۳-۵۷۹۱. doi: 10.22034/jess.2022.353622.1836
- مندگاری بامکان، علی محمد. (۱۳۹۸). نوآوری، عرصه تعامل بازیگران نوآوری با تکنیک های مدیریت نوآوری، نشریه توسعه تکنولوژی صنعتی، ۱۷(۳۸)، ۶۷-۷۸. https://jtd.iranjournals.ir/article_39264.html
- نخعی، سمیه؛ امینی صفت، فاطمه؛ صفایی مجد، معصومه؛ و ایمانخواه، رضا. (۱۴۰۱). بررسی رابطه ی افکار مثبت با خودباوری و یادگیری فعال. ایده های نوین روانشناسی، ۱۳(۱۷)، ۱-۱۰. SID. <https://sid.ir/paper/967987/fa>
- نوری، فریده؛ میرشاه جعفری، سیدابراهیم؛ و سعادت مند، زهره. (۱۳۹۴). بررسی رابطه بین خودباوری تحصیلی با پیشرفت تحصیلی در درس فیزیک مبتنی بر انگیزه تحصیلی. پژوهش در برنامه ریزی درسی (دانش و پژوهش در علوم تربیتی- برنامه ریزی درسی)، ۱۲(۱۹) (پیاپی ۴۶)، ۷۵-۸۹. SID. <https://sid.ir/paper/127383/fa>
- یزدانیان، نرگس؛ و سابقی، هدیه. (۱۳۹۸). کاربرد تئوری رفتار برنامه ریزی شده در تصمیمات سرمایه گذاری در ابزارهای نوین مالی اسلامی. پژوهش و مطالعات اسلامی، ۴(۱)، ۶۸-۷۹. <http://noo.rs/OmLZJ>

References:

- Abbassi, R., & Sta, N. (2019). The Effect of self-esteem, entrepreneurship education, and entrepreneurial tradition of the family on the entrepreneurial intention among students. Journal of Business and Management Research, 12, 235-245.
- Ajzen, H., & Fishbein, M. (1980). Understanding attitudes and predicting social behavior.
- Azharuddin, S. & Al-Kahtani, S. M. (2024). The effect of entrepreneurial intention, innovation, and perceived creative behavior on entrepreneurship: Government support is a mediating variable. International Journal of Science and Research Archive, 11(1), 1089-1105. <https://doi.org/10.30574/ijrsra.2024.11.1.0201>

- Dawson, C., & Henley, A. (2015). Entrepreneurial aspiration and regional economic performance: Is there a role for culture? *Regional Studies*, 49(6), 933–954. <https://doi.org/10.1080/00343404.2014.940305>
- Eliyana, A., Sridadi, A. R., & Widiyana, E. U. (2020). The Role of Self-Efficacy On Self-Esteem and Entrepreneurs Achievement. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(8). DOI: 10.31838/srp.2020.8.48.
- Ever Grande Research Institute (2020). China Youth Entrepreneurship Development Report. 11–18. Available online at: <http://www.199it.com/archives/1155898.html>
- Henry, C., & Lahikainen, K. (2024). Exploring Intrapreneurial Activities in the Context of the Entrepreneurial University: An analysis of five EU HEIs. *Technovation*, 129, 102893. doi: 10.1016/j.technovation.2023.102893
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5–6), 411–432. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)
- Lihua, D. (2022). An extended model of the theory of planned behavior: an empirical study of entrepreneurial intention and entrepreneurial behavior in college students. *Frontiers in psychology*, 12, 627818
- Lihua, D. (2022). An Extended Model of the Theory of Planned Behavior: An Empirical Study of Entrepreneurial Intention and Entrepreneurial Behavior in College Students. *Frontiers in Psychology*, 12, 627818. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.627818>
- Liñán, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593–617. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>
- Mascarenhas, C., Marques, C. S., Galvão, A. R., & Santos, G. (2017). Entrepreneurial university: towards a better understanding of past trends and future directions. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 11(03), 316–338. doi: 10.1108/JEC-02-2017-0019
- Mia, M. S. (2025). Role of subjective norms in shaping entrepreneurial intentions among students in Finland. [Master's thesis, Auckland University of Turku].
- Mwiya, B., Wang, Y., Shikaputo, C., Kaulungombe, B., & Kayekesi, M. (2017). Predicting the entrepreneurial intentions of university students: Applying the theory of planned behaviour in Zambia, Africa. <https://doi.org/10.4236/ojbm.2017.54051>
- Neneh, B. N., & Dzomonda, O. (2024). Transitioning from entrepreneurial intention to actual behaviour: The role of commitment and locus of control. *International Journal of Management Education*, 22(2), 100964. doi: 10.1016/j.ijme.2024.100964
- Ratten, V. (2012). Guest editor's introduction: Sports entrepreneurship: towards a conceptualisation. *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 4(1), 1–17. Retrieved from <https://ideas.repec.org/a/ids/ijeven/v4y2012i1p1-17.html>
- Salas-Velasco, M. (2023). Propensity for self-employment in a model of occupational choice: Evidence from a cohort of recent university graduates in Spain. *Sustainability*, 15(4), 3400. <https://www.mdpi.com/2071-1050/15/4/3400>
- Seikkula-Leino, J., & Salomaa, M. (2021). Bridging the research gap—a framework for assessing entrepreneurial competencies based on self-esteem and self-efficacy. *Education Sciences*, students. *Journal of Business and Management Research*, 235-245. 11(10), 1-18. <https://doi.org/10.3390/educsci11100572>.
- Shinnar, R. S., Hsu, D. K., & Powell, B. C. (2014). Self-efficacy, entrepreneurial intentions, and gender: Assessing the impact of entrepreneurship education longitudinally. *The International Journal of Management Education*, 12(3), 561–570. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2014.09.005>
- Smith, S., Hamilton, M., & Fabian, K. (2019). Entrepreneurial drivers, barriers and enablers of computing students: Gendered perspectives from an Australian and UK university. *Studies in Higher Education*, 28, 1–14.
- Talebi, K., Tanbakouchian, A. and Bozorgi Amiri, A. (2020). Identifying the Indicators of the Theory of Planned Behavior in Successful Entrepreneurs of Small and Medium-Sized Enterprises. *Interdisciplinary Journal of Management Studies*, 13(3), 441-465. doi: 10.22059/ijms.2020.281461.673637
- Tsordia, C., & Papadimitriou, D. (2015). The Role of Theory of Planned Behavior on Entrepreneurial Intention of Greek Business Students. *International Journal of Synergy and Research*, 4. <https://doi.org/10.17951/ijsr.2015.4.1.23>.
- Urban, B., & Kujinga, L. (2017). The institutional environment and social entrepreneurship intentions. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 23(4), 638–655. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-07-2016-0218>
- Utami, C. W. (2017). Attitude, Subjective Norms, Perceived Behavior, Entrepreneurship Education and Self-efficacy toward Entrepreneurial Intention University Student in Indonesia. *European Research Studies Journal*, 475-495.
- Veeraraghavan, V. (2019). Entrepreneurship and Innovation. *Asia-Pacific Business Review*. 14-20. <https://doi.org/10.1177/09732470090050010>.
- You, X. C. (2020). Report on Entrepreneurship of Chinese College Students. Available online at: http://fjrb.fjsen.com/fjrb/html/2020-07/07/content_1267452.htm