

بررسی نقش واسطه‌ای اشتیاق کارآفرینانه در رابطه بین حمایت تحصیلی با کارآفرینی مجازی دانشجویان

دریافت: ۱۳۹۹/۰۷/۰۷

پذیرش: ۱۳۹۹/۰۹/۲۰

مژگان مشایخ

کارشناس ارشد آموزش و بهسازی منبع انسانی، دانشگاه پیام نور، شیراز، ایران

صادق حامدی نسب^۱

دکتری برنامه ریزی درسی دانشگاه بیرجند، بیرجند، ایران

احمد رستگار

دانشیار گروه علوم تربیتی دانشگاه پیام نور، شیراز، ایران

سعید طالبی

دانشیار گروه علوم تربیتی، دانشگاه پیام نور، شیراز، ایران

چکیده:

پژوهش حاضر باهدف بررسی نقش واسطه‌ای اشتیاق کارآفرینانه در رابطه بین حمایت تحصیلی با کارآفرینی مجازی دانشجویان علوم پزشکی شهر بوشهر انجام شد. روش پژوهش، توصیفی و از نوع همبستگی بود. جامعه آماری، شامل کلیه دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی شهر بوشهر (۲۱۳۶) بود که در سال تحصیلی ۱۳۹۷-۱۳۹۶ مشغول به تحصیل بودند. نمونه مورد مطالعه به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای نسبی و به‌اندازه ۳۲۶ نفر از جامعه آماری دانشجویان، انتخاب شد. در این پژوهش برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسش‌نامه‌های حمایت تحصیلی ساندز و پلانکت، تمایل به کارآفرینی مجازی لینان و چن و اشتیاق کارآفرینانه برانک و همکاران استفاده شد. تحلیل داده‌های این پژوهش، با استفاده از روش همبستگی پیرسون و تحلیل مسیر به‌وسیله نرم‌افزارهای SPSS و LISREL انجام شد. یافته‌های پژوهش نشان داد که حمایت اساتید، خانواده و همسالان بر ابعاد اشتیاق کارآفرینانه (اشتیاق تأسیسی، ابداعی، توسعه‌ای) دارای اثر مستقیم و مثبت است. همچنین یافته‌ها نشان داد که بعد اشتیاق تأسیسی، ابداعی و توسعه‌ای بر تمایل به کارآفرینی مجازی دارای اثر مستقیم و مثبتی دارد. نتایج اثرهای غیرمستقیم متغیرها نیز نشان داد که ابعاد حمایت تحصیلی از طریق واسطه‌گری اشتیاق کارآفرینانه بر تمایل به کارآفرینی مجازی دارای اثر مثبت و معنی‌دار است؛ بنابراین به‌منظور ایجاد تمایل به کارآفرینی مجازی در دانشجویان پیشنهاد می‌شود که با حمایت تحصیلی از دانشجویان، اشتیاق کارآفرینانه را در آن‌ها تقویت کرد و به‌واسطه این اشتیاق کارآفرینانه گامی مثبت در جهت کارآفرینی مجازی آن‌ها برداشت.

واژگان کلیدی: حمایت تحصیلی، تمایل به کارآفرینی مجازی، اشتیاق کارآفرینانه.

^۱ نویسنده مسئول: hamedis@birjand.ac.ir

Investigating the Mediating Role of Entrepreneurial Enthusiasm in the Relationship Between Academic Support and Students' virtual Entrepreneurship

Mojgan Mashayekh

Master of Human Resource Education and Improvement, Payame Noor University, Shiraz, Iran

Sadegh Hamedinasab¹

PhD in Curriculum Planning, Birjand University, Birjand, Iran

Ahmad Rastegar

Associate Professor, Department of Educational Sciences, Payame Noor University, Shiraz, Iran

Saeed Talebi

Associate Professor, Department of Educational Sciences, Payame Noor University, Shiraz, Iran

Receipt: 2020/11/17
Acceptance: 2020/12/10

Abstract:

The aim of this study was to investigate the mediating role of entrepreneurial passion in the relationship between academic support and virtual entrepreneurship of medical students in Bushehr. The research method was descriptive and correlational. The statistical population included all students of the Bushehr University of Medical Sciences (2136) who were studying in the academic year 2017–2018. The study sample was selected by stratified random sampling method of 326 students. In this study, to collect data, Sands and Plankt academic support questionnaires, Linan and Chen's virtual entrepreneurship inclination and Branbeck et al.'s entrepreneurial enthusiasm were used. Data analysis of this study was performed using the Pearson correlation method and path analysis by SPSS and LISREL software. Findings showed that the support of teachers, family and peers has a direct and positive effect on the dimensions of entrepreneurial enthusiasm (founding, innovative, developmental enthusiasm). The findings also showed that the dimension of founding, innovative and developmental enthusiasm have a direct and positive effect on the desire for virtual entrepreneurship. The results of indirect effects of variables also showed that the dimensions of academic support through the mediation of entrepreneurial passion have a positive and significant effect on the tendency to virtual entrepreneurship. In order to create a desire for virtual entrepreneurship in students, it is suggested that with the academic support, the entrepreneurial passion can be strengthened in students and through this entrepreneurial desire, a positive step can be taken towards their virtual entrepreneurship.

Keywords: Academic Support, Virtual Entrepreneurship Tendency, Entrepreneurial Enthusiasm.

¹ Corresponding author: hamedis@birjand.ac.ir

مقدمه

توسعه و پیشرفت سریع فناوری‌های دیجیتال، موجب ایجاد تغییراتی بزرگ در اقتصاد جهانی شده است (Bharadwaj, Sawy, Pavlou, & Venkatraman, 2013; Hafezieh, Akhavan & Eshraghian, 2011; Mazzarol, 2015). در دهه‌های گذشته، اساساً فناوری‌های دیجیتال با تغییر روش‌های سنتی کسب‌وکار، راهبردهای کسب‌وکار، فرایندها، محصولات و خدمات را تغییر داده‌اند. کارآفرینان با درک فناوری‌های دیجیتال، در واقع پتانسیل بی‌نظیر دستگاه‌ها و سیستم‌های دیجیتال (مانند تلفن‌های هوشمند، اینترنت، داده‌های بزرگ، رسانه‌های اجتماعی و رایانش ابری) را در بازارهای جدید و فرصت‌های جدید درک کرده‌اند؛ همچنین تعداد کارآفرینانی که از فناوری‌های دیجیتال برای ایجاد کسب‌وکار خود استفاده می‌کنند نیز به سرعت در حال افزایش است و این تحولات، انگیزه زیادی را برای بررسی اینکه تغییر به سوی کارآفرینی دیجیتال چگونه موجب تسهیل شرایط می‌شود، ایجاد می‌کند (Morse, Fowler, & Lawrence, 2007).

در این میان، پیچیدگی و رقابت رو به رشد موجود در دنیای امروز که همراه با تغییر اقتصاد ملی به اقتصاد جهانی است، سبب شده است از کارآفرینی و به ویژه کارآفرینی مجازی به عنوان نیروی محرکه در رشد سازمان‌ها یاد شود؛ زیرا باعث رشد و توسعه اقتصادی کشورها، افزایش بهره‌وری، ایجاد اشتغال و رفاه اجتماعی می‌شود (Alami, Esmaili, Alami, 2010). از جمله دلایل توجه به توسعه و ضرورت کارآفرینی مجازی، می‌توان به ایجاد اشتغال، بهبود کیفیت زندگی، نوآوری و انتقال فن‌آوری، ایجاد رفاه، ترغیب و تشویق سرمایه‌گذاری در تولید، کشف منابع و رفع تنگنای بازار اشاره کرد؛ همچنین گسترش

کارآفرینی به عنوان عامل ایجاد اشتغال و تولید ثروت در جامعه، نتایج ویژه و قابل تأملی را در توسعه و پیشرفت کشورها در پی خواهد داشت؛ که مهم‌ترین اثر خود را از راه افزایش اشتغال در جامعه برجای می‌گذارد. در شرایطی که رشد اقتصادی جامعه مدنظر است و از طرفی، موضوع بیکاری به ویژه بیکاری فارغ‌التحصیلان موضوعی اساسی در جامعه ما است؛ لذا یکی از راهکارهای مهم جهت حل این معضل، توسعه کارآفرینی بخصوص کارآفرینی مجازی در میان دانشجویان است.

کارآفرینی مجازی حوزه‌ای از کارآفرینی است که در آن از ابزارهای جدید فناوریانه نظیر اینترنت و ICT برای کسب‌وکار استفاده می‌شود. کارآفرین مجازی نیز به کسی گفته می‌شود که از همین ابزارها برای ایجاد فرصت‌های تجاری و کسب درآمد استفاده می‌کند (Smith, DeVos, Bryden, Price, Hugh-Jones, & Keim, 2000). این روند توسعه فناوری‌های مدرن و نوین موجبات ایجاد سطح جدیدی از کارآفرینی به نام «کارآفرینی مجازی» را فراهم آورده است. رضایی و نعمان موسی (Rezaei, & Noman Mousa, 2016) در پژوهش خود بیان کرده‌اند که کارآفرینی در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات به ویژه کارآفرینی دیجیتال مهم‌ترین عوامل توسعه اقتصادی جوامع است. همچنین الیا، مارگیتا و پسیانته (Elia, Margherita, & Passiante, 2020) در تحقیقی اظهار نمودند که فناوری‌های دیجیتال تأثیر به‌سزایی در نحوه تصور و ایجاد مشاغل جدید دارد. به علاوه الگوی فناوری‌های دیجیتال در حال ظهور در افزایش همکاری و طراحی در هوش جمعی تأثیر دارد و ابتکارات کارآفرینی قوی و پایدار را آغاز می‌کند.

با توجه به اهمیت روزافزون کارآفرینی بخصوص کارآفرینی مجازی یا دیجیتال در ایجاد

یکدیگر، نقش مهمی در کیفیت و کمیت فعالیت‌های تحصیلی دانش‌آموزان ایفا می‌کنند.

همچنین اولدفیلد، هامفری و هبرن (Oldfield, Humphrey, & Hebron, 2017) اظهار داشتند حمایت تحصیلی در بعد حمایت همسالان باعث می‌شود سطوح متفاوت از یادگیری عملی، هیجانی، اجتماعی و شناختی و یا ترکیبی از آن‌ها همراه با تسهیل یادگیری در شرایط واقعی برای افراد فراهم شود؛ به علاوه، ضیاء، حسینی و موسوی (Zia, Hoseini, & Moosavi, 2013)، عبدالله زاده سلماسی انوری، انوری و شریفی (Abdullahzadeh, Salmasi, Anwari, Anwari, & Sharifi, 2015) و بیات (Yazdan-Penah, Beyat, 2014)، اکبری، هوشمندچاجانی و بشارتی کلایه (Akbari, Hooshmand Chaijani, Besharati Kolayeh, 2007) و پارسا (Parsa, 2012) در پژوهش‌هایی نشان دادند که حمایت تحصیلی به‌طور مثبت با شروع و راه‌اندازی فعالیت‌های کارآفرینی و تمایل و اشتیاق کارآفرینانه به آن مرتبط است؛ همچنین از نظر زالی، رضایی و عیوضی (Eavazi, 2014 & zali, Rezaee.) با توجه به این‌که اشتیاق کارآفرینانه بیانگر حالات احساسی و هیجانی است، هیجانات افراد می‌تواند رابطه بین اشتیاق کارآفرینانه و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه دیجیتال را تحت تأثیر قرار دهد و تعدیل نماید. بدیهی است که حمایت تحصیلی می‌تواند در سطح فردی و سازمانی بر اشتیاق به کارآفرینی دانشجویان و دانش‌آموزان تأثیرگذار باشد.

اشتیاق به کارآفرینی حالتی عاطفی و احساسی است که کارآفرین همواره با تظاهرات رفتاری و شناختی ویژه آن، از خود بروز می‌دهد (Cardon, Wincent, Singh, & Drnovsek, 2009). اشتیاق موجب می‌شود کارآفرینان در فرآیند پیچیده کارآفرینی محکم و استوار بمانند؛ همچنین، اشتیاق کارآفرینانه مانند، اراده قوی درونی است که هر ممکنی را ممکن می‌کند (& Murnieks, Mosakowski, & others, 1998).

اشتغال برای دانشجویان و جوانان جویای اشتغال، کارآفرینی مجازی می‌تواند به‌عنوان محرک و انگیزه‌ای قوی ایجاد شود؛ بنابراین شناسایی عوامل و متغیرهای اثرگذار در ایجاد کارآفرینی مجازی برای دانشجویان از عوامل تأثیرگذار و مهم است. بدیهی است که حمایت تحصیلی را می‌توان از متغیرهایی تأثیرگذار بر تمایل به کارآفرینی مجازی دانشجویان دانست. پژوهشگران متغیر حمایت تحصیلی را از فرآیندها و پیامدهای تحصیلی مهم تلقی می‌کنند. مهیاکردن هر منبعی که به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم موجب افزایش میزان رغبت و عملکرد تحصیلی در دانش‌آموزان شود، حمایت تحصیلی به حساب می‌آید (Thoits, 2010).

حمایت تحصیلی علاوه بر منابع متعدد، جنبه‌های مختلفی همچون حمایت عاطفی (مهیاکردن مشوق‌ها)، حمایت ابزاری (همکاری در انجام تکالیف) و حمایت شناختی (انتقال اهمیت موفقیت‌های تحصیلی به دانش‌آموزان را نیز دربر می‌گیرد) (Ghachel Robert & others, 1998). موضوع حمایت تحصیلی از دانش‌آموزان یک موضوع چندبعدی است. نقش معلم- دانش‌آموزان، معلم - والدین و والدین - همسالان، از حمایت تحصیلی ترکیب‌هایی فراهم می‌کند که نقش مهمی در کیفیت و کمیت فعالیت‌های تحصیلی دانش‌آموزان ایفا می‌کنند. اسکینر و بلمونت (Skinner, & Belmont, 1993) معتقدند که نیازها و اهداف دانش‌آموزان در مدرسه زمانی برآورده می‌شود که ساختار حمایتی لازم از طرف منابع حمایتی برای آن‌ها وجود داشته باشد. حمایت معلم، همسالان و والدین به دانش‌آموزان کمک می‌کند تا بین فعالیت‌های یادگیری و اهداف و علاقه شخصی خود ارتباط برقرار کنند. وینتزل (Wentzel, 2010)، از حمایت تحصیلی ترکیب‌هایی فراهم می‌آورد که هر یک به‌تنهایی و در ارتباط با

تجاری‌سازی و بهره‌برداری از فرصت‌هاست و بعد اشتیاق توسعه‌ای که اشتیاق به انجام فعالیت‌های مربوط به رشد کسب‌وکاری است که پیش‌ازاین ایجادشده است. با توجه به آنچه بیان گردید مشخص شد که تمایل افراد برای کارآفرینی مجازی و راه‌اندازی یک کسب‌وکار مجازی به‌طورجدی نیازمند داشتن پشت‌کار و تعهد است که ریشه آن‌ها را بایستی در وضعیت روان‌شناختی افراد و میزان اشتیاق آنان به کار جستجو کرد (Ahtonaci, & et al, 2014)؛ که این موارد در سایه ارائه حمایت تحصیلی مناسب چه از سوی والدین، اساتید و یا همسالان فراهم می‌شود.

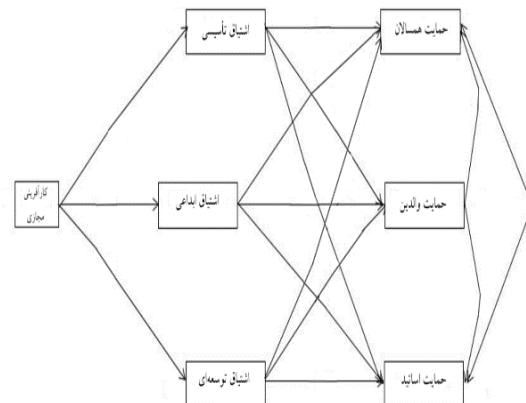
در حقیقت اشتیاق به کارآفرینی می‌تواند آمادگی ذهنی و انرژی روانی بالاتری برای آغاز و ادامه کار در افراد ایجاد کند که در زیر چتر حمایت تحصیلی در ارتقای کیفیت و کمیت فعالیت‌های کارآفرینی ازجمله کارآفرینی مجازی نقش عمده‌ای را ایفا کند. نگوین و نگوین (Nguyen, & Nguyen, 2020) بیان می‌کند نقش حمایت آموزشی اساتید و به‌طور خاص، نگرش و اشتیاق به کارآفرینی و کنترل رفتار درک شده را دارد؛ و در کل نتیجه گرفته می‌شود که حمایت‌های اجتماعی ازجمله حمایت آموزشی اساتید در افزایش قصد و اشتیاق به کارآفرینی در دانشجویان اهمیت دارد و با توجه به مبانی ذکرشده، این پژوهش سعی بر آن دارد تا بتواند بینشی جدید در تبیین تمایل به کارآفرینی مجازی، اشتیاق کارآفرینانه و حمایت تحصیلی دانشجویان را فراهم آورد؛ لذا این پژوهش در نظر دارد به بررسی ارتباط بین تمایل به کارآفرینی مجازی، اشتیاق کارآفرینانه و حمایت تحصیلی دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی از طریق ارائه مدل پیشنهادی بپردازد. بر همین اساس این پژوهش به دنبال دستیابی به پاسخ این سؤال بود که ارتباط بین تمایل به کارآفرینی مجازی، اشتیاق

(Cardon, 2014)؛ و انگیزاننده‌های قوی برای کار سخت، فداکاری و میل به ایجاد تغییراست (Cardon, Denis, Christopher, Pankaj, 2013). درواقع، اشتیاق کارآفرینانه نیروی محرکه‌ای است که فرایند تبدیل تجربه ایده‌های کارآفرینانه و سازگار کردن آن‌ها را با شرایط واقعی باهدف رسیدن به موفقیت هدایت می‌کند. بینش و بصیرت کسب‌شده در این فرآیند دائم تقویت می‌شود و به ثمر نشستن ایده‌های کسب‌وکار را مدیریت می‌کند (Chen, Yao, & Kotha, 2009).

افراد مشتاق به کار، با ویژگی روان‌رنجوری پایین، برون‌گرایی و انعطاف‌پذیری بالاتر از دیگران متمایز می‌شوند، افراد با این شرایط، با اشتیاق به کار خود، گرایش بالایی برای انجام فعالیت‌های خطرپذیر داشته و توجه خود را بر قصد و رفتار کارآفرینانه متمرکز می‌کنند (Salanova, Agut, & Peiro, 2005). هرچه میزان اشتیاق به انجام فعالیت‌های مربوط به کار بیشتر باشد، افراد توانایی و گرایش بیشتری برای کاهش ناباوری در کارهای خود خواهند داشت، چرا اینکه سطحی از اشتیاق آنان را در معرض حل انواع بیشتری از گزینه‌های چالش‌برانگیز قرار می‌دهد. نتایج پژوهش‌های زالی، رضایی و عیوضی (zali, Rezaee, Eavazi, 2014& شاه بوداغان (Shah Budaghian, Hindijanifard, & 2016)، هندیجانی فرد و عبودی (Hindijanifard, & 2016)، و بستنج، اسکپ و ویلسون (Aboudi, 2017) و Battistich, Schaps, & Wilson, 2015) نشان داد که اشتیاق کارآفرینانه بر کارآفرینی تأثیر قوی، مثبت و معناداری دارد.

کاردون و همکارانش (Cardon, & et al, 2009) مؤلفه‌های اشتیاق را مطرح کردند، اشتیاق ابداعی که بر انجام فعالیت‌های مربوط به شناسایی، خلق و کشف فرصت‌های جدید کسب‌وکار است، اشتیاق تأسیسی که برای فعالیت‌های مربوط به

کارآفرینانه و حمایت تحصیلی دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی چگونه است؟



شکل ۱. مدل مفهومی پیش‌بینی تمایل به کارآفرینی مجازی

حمایت پدر، حمایت مادر و حمایت اساتید را موردسنجش قرار می‌دهد. ضریب آلفای کرونباخ توسط سازنده برای هر چهار مقیاس در دامنه ۰/۸۹ تا ۰/۹۳ است. در این پژوهش نیز ضریب آلفای کرونباخ برای خرده مقیاس‌های حمایت همسالان، حمایت خانواده و حمایت اساتید به ترتیب ۰/۷۵، ۰/۷۹ و ۰/۷۴ به دست‌آمده که این ضرایب از قابلیت اعتماد مطلوب این پرسشنامه است. همچنین نتایج حاصل از مطالعه سامانی و جعفری (Samani, & Jafari, 2011)، بیانگر روایی مناسب مقیاس حمایت تحصیلی است. روایی صوری و محتوایی این پرسشنامه نیز از منظر اساتید راهنما و مشاور و متخصصین بررسی و تأییدشده است.

ب) کارآفرینی مجازی یا دیجیتال: در این پژوهش جهت سنجش متغیر تمایل به کارآفرینی مجازی از پرسشنامه لیان و چن (Liñán, & Chen, 2009) اقتباس شده است. این پرسشنامه مشتمل بر ۸ گویه بوده و در پژوهش حاضر ضریب آلفای کرونباخ برای این متغیر ۰/۹۵ به دست آمد که حاکی از پایایی مناسب این خرده مقیاس است. روایی این پرسشنامه به دلیل آنکه از پژوهش‌های قصد کارآفرینانه لیان و چن (۲۰۰۹) انتخاب و اقتباس شده است، تأیید گردیده است. همچنین آن‌ها پایایی این ابزار را بین ۰/۷۷ تا ۰/۹۴ بدست آوردند که از پایایی مطلوبی برخوردار است. روایی صوری و محتوایی این پرسشنامه نیز از منظر اساتید راهنما و مشاور و متخصصان بررسی و تأییدشده است.

ج) اشتیاق کارآفرینانه: به منظور اندازه‌گیری اشتیاق کارآفرینانه دانشجویان از پرسشنامه اشتیاق کارآفرینانه برانک، کارسورد الفوینگ و کروگر (Brannback, Carsrud, Elfving, & Krueger, 2006) استفاده گردید. این مقیاس مشتمل بر ۲۴ گویه است و سه مؤلفه اشتیاق تأسیسی، اشتیاق ابداعی و اشتیاق توسعه‌ای را

روش تحقیق

به دلیل بررسی روابط بین حمایت تحصیلی، کارآفرینی مجازی و اشتیاق کارآفرینانه در قالب مدل علی تحلیل مسیر، روش اجرای پژوهش توصیفی و از نوع همبستگی و از منظر هدف کاربردی است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی شهر بوشهر (۲۱۳۶) در سال تحصیلی ۹۶-۹۷ بود. جهت انتخاب روش نمونه‌گیری در این پژوهش به دلیل ناهمگون بودن جامعه، بر اساس دو متغیر جنسیت و رشته تحصیلی، از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای نسبی استفاده گردید. برای تعیین حجم نمونه نیز با استفاده از جدول نمونه‌گیری مورگان کرجسی ۳۲۶ نفر، به‌عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. نمونه به‌دست‌آمده از رشته‌های پزشکی، پیراپزشکی، پرستاری، بهداشت، دندانپزشکی و مامایی استفاده گردید و جهت گردآوری داده‌ها در این پژوهش از پرسشنامه‌های زیر استفاده شده است.

الف) حمایت تحصیلی: جهت سنجش ابعاد حمایت تحصیلی از پرسشنامه حمایت تحصیلی ساندز و پلانکت (Sands, & Plunkett, 2005) استفاده شده است. این پرسشنامه مشتمل بر ۲۴ گویه بوده و چهار مؤلفه حمایت همسالان،

جدول ۱. شاخص‌های آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

| متغیر | میانگین | انحراف استاندارد | کجی | کشیدگی |
|--------------------------|---------|------------------|-------|--------|
| حمایت اساتید | ۲۰/۹۴ | ۶/۴۸ | -۰/۲۶ | -۰/۳۶ |
| حمایت خانواده | ۲۲/۲۷ | ۳/۱۷ | -۰/۵۲ | ۱/۴۶ |
| حمایت همسالان | ۱۸/۷۶ | ۵/۱۳ | -۰/۲۳ | -۰/۰۶ |
| اشتیاق تأسیسی | ۱۸/۰۴ | ۲/۳۸ | -۰/۱۲ | -۰/۴۲ |
| اشتیاق ابداعی | ۲۳/۴۷ | ۲/۴۱ | -۰/۲۴ | -۰/۲۱ |
| اشتیاق توسعه‌ای | ۲۶/۳۲ | ۳/۲۸ | -۰/۲۲ | -۰/۴۷ |
| تمایل به کارآفرینی مجازی | ۲۸/۸۳ | ۴/۹۹ | -۰/۷۶ | -۰/۰۱ |

با توجه به مقادیر کجی و کشیدگی جدول شماره ۱ که بین -۱ و +۱ قرار دارد، توزیع تمامی متغیرها نرمال است؛ بنابراین می‌توانیم جهت تجزیه و تحلیل یافته‌های پژوهش از روش تحلیل مسیر استفاده کنیم. لازم به ذکر است مفروضه خطی بودن نیز در پژوهش حاضر با استفاده از نمودار پراکنش بررسی و مورد تأیید قرار گرفت.

موردسنجش قرار می‌دهد. در این پرسشنامه فراگیران با نمره‌گذاری سؤالات در این مقیاس پنج‌درجه‌ای لیکرت نظر خود را در ارتباط با هرکدام از سؤالات مشخص می‌کنند. ضرایب آلفای کرونباخ گزارش شده توسط برانیک و همکاران (۲۰۱۶) برای خرده مقیاس‌های اشتیاق ابداعی ۰/۷۹، اشتیاق تأسیسی ۰/۸۶ و اشتیاق توسعه‌ای ۰/۸۳ است. در این پژوهش ضرایب آلفای کرونباخ به دست آمده برای خرده مقیاس‌های اشتیاق ابداعی، اشتیاق تأسیسی و اشتیاق توسعه‌ای به ترتیب ۰/۸۰، ۰/۷۴ و ۰/۷۵ به دست آمد که بیانگر پایایی مناسب ابزار اندازه‌گیری است. در پژوهش مبینی دهکردی و همکاران (Mobini Dehkordi, Mubarakhi, Khaleqi, 2015) برای ارزیابی روایی پرسشنامه اشتیاق کارآفرینانه از دو معیار روایی همگرا و روایی واگرا استفاده شد. روایی محتوایی این پرسشنامه نیز از منظر متخصصان، اساتید راهنما و مشاور بررسی و تأیید شده است.

یافته‌های تحقیق

جدول شماره ۱، شاخص‌های آمار توصیفی متغیرهای پژوهش برای نمونه مورد بررسی شامل میانگین، انحراف استاندارد، کجی و کشیدگی آورده شده است.

جدول ۲. ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش

| متغیرها | ۱ | ۲ | ۳ | ۴ | ۵ | ۶ | ۷ |
|--------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---|
| حمایت اساتید | ۱ | | | | | | |
| حمایت خانواده | ۰/۱۳* | ۱ | | | | | |
| حمایت همسالان | ۰/۱۴* | ۰/۲۵** | ۱ | | | | |
| اشتیاق تأسیسی | ۰/۳۱** | ۰/۳۵** | ۰/۲۸** | ۱ | | | |
| اشتیاق ابداعی | ۰/۲۶** | ۰/۱۸** | ۰/۲۰** | ۰/۱۴* | ۱ | | |
| اشتیاق توسعه‌ای | ۰/۳۳** | ۰/۳۱** | ۰/۳۱** | ۰/۱۷** | ۰/۱۶** | ۱ | |
| تمایل به کارآفرینی مجازی | ۰/۲۰** | ۰/۲۱** | ۰/۱۴* | ۰/۳۳** | ۰/۳۸** | ۰/۴۰** | ۱ |

* $P < 0.05$ ** $P < 0.01$

با توجه به جدول شماره ۲ می‌توان دید که از میان مؤلفه‌های متغیر برونزا (حمایت تحصیلی) به ترتیب حمایت خانواده (۰/۲۱)، حمایت اساتید (۰/۲۰) و حمایت همسالان (۰/۱۴) بالاترین تا پایین‌ترین ضریب همبستگی را با تمایل به کارآفرینی مجازی دارا هستند که از میان این ضرایب، ضریب همبستگی بین حمایت همسالان و تمایل به کارآفرینی مجازی از نظر آماری در سطح ۰/۰۵ و دو ضریب دیگر در سطح ۰/۰۱ معنادار است. از میان مؤلفه‌های اشتیاق کارآفرینانه نیز به ترتیب مؤلفه‌های اشتیاق توسعه‌ای (۰/۴۰)،

اشتیاق ابداعی (۰/۳۸) و اشتیاق تأسیسی (۰/۳۳) بالاترین تا پایین‌ترین ضریب همبستگی را با تمایل به کارآفرینی مجازی دارا هستند که تمامی این ضرایب مثبت و از نظر آماری در سطح ۰/۰۱ معنادار هستند. ضمناً در ماتریس فوق بالاترین ضریب همبستگی مربوط به رابطه بین اشتیاق توسعه‌ای و تمایل به کارآفرینی مجازی (۰/۴۰) و پایین‌ترین ضریب همبستگی در این ماتریس مربوط به رابطه بین حمایت خانواده و حمایت اساتید (۰/۱۳) است که از نظر آماری در سطح ۰/۰۱ معنادار است.

جدول ۳: برآورد استاندارد شده اثرات مستقیم، اثرات غیرمستقیم، اثرات کل، واریانس تبیین شده

| متغیر برآورد | اثر مستقیم | اثر غیرمستقیم | اثر کل | واریانس تبیین شده |
|----------------------------------|------------|---------------|--------|-------------------|
| بر روی تمایل به کارآفرینی مجازی: | | | | |
| حمایت اساتید | - | ۰/۲۱** | ۰/۲۱ | ۰/۳۲ |
| حمایت خانواده | - | ۰/۱۷** | ۰/۱۷ | |
| حمایت همسالان | - | ۰/۱۵** | ۰/۱۵ | |
| بر روی تمایل به کارآفرینی مجازی: | | | | |
| اشتیاق تأسیسی | ۰/۲۳** | - | ۰/۲۳ | ۰/۳۲ |
| اشتیاق ابداعی | ۰/۳۰** | - | ۰/۳۰ | |
| اشتیاق توسعه‌ای | ۰/۳۲** | - | ۰/۳۲ | |
| بر روی اشتیاق تأسیسی | | | | |
| از حمایت خانواده | ۰/۲۸** | - | ۰/۲۸ | ۰/۲۲ |
| از حمایت همسالان | ۰/۱۷** | - | ۰/۱۷ | |
| از حمایت اساتید | ۰/۲۵** | - | ۰/۲۵ | |
| بر روی اشتیاق ابداعی | | | | |
| از حمایت خانواده | ۰/۱۱* | - | ۰/۱۱ | ۰/۱۱ |
| از حمایت همسالان | ۰/۱۴** | - | ۰/۱۴ | |
| از حمایت اساتید | ۰/۲۳** | - | ۰/۲۳ | |
| بر روی اشتیاق توسعه‌ای | | | | |
| از حمایت خانواده | ۰/۲۲** | - | ۰/۲۲ | ۰/۲۲ |
| از حمایت همسالان | ۰/۲۱** | - | ۴/۱۷ | |
| از حمایت اساتید | ۰/۲۷** | - | ۵/۴۰ | |

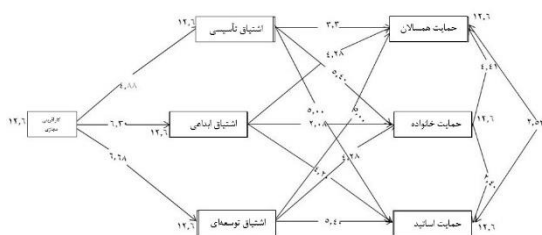
* $P < 0.05$ ** $P < 0.01$

با توجه به اطلاعات مندرج در جدول شماره ۳، حمایت تحصیلی به‌عنوان متغیر برونزا پژوهش (حمایت اساتید، حمایت خانواده و حمایت همسالان) به کارآفرینی مجازی دارای اثر مستقیم

تمایل نیستند؛ درحالی‌که اثر غیرمستقیم هر سه بعد حمایت تحصیلی شامل، حمایت اساتید (۰/۲۱)، حمایت خانواده (۰/۱۷) و حمایت همسالان (۰/۱۵) بر تمایل به کارآفرینی مجازی از نظر آماری در سطح ۰/۰۱

| | |
|-------|---------------------------------------|
| ۰/۹۹ | شاخص برازندگی تطبیقی (CFI) |
| ۰/۹۹ | شاخص نکویی برازش (GFI) |
| ۰/۹۷ | شاخص تعدیل شده نکویی برازش (AGFI) |
| ۰/۰۳۳ | جذر برآورد واریانس خطای تقریب (RMSEA) |

جهت بررسی برازندگی مدل از شاخص‌های برازندگی استفاده شده است. به‌طور کلی از میان مشخصه‌های برازندگی متنوعی که وجود دارد، در این پژوهش شاخص‌های برازش χ^2/df , GFI, CFI, RMSEA و AGFI استفاده شده است. همان‌طور که جدول شماره ۴ نشان می‌دهد، این مدل از برازش مطلوبی برخوردار است.



شکل ۲. نمودار مسیر و برآورد پارامترهای مدل برازش شده پیش‌بینی تمایل به کارآفرینی مجازی

با توجه به مشخصه‌های برازندگی درج‌شده در شکل ۲، مدل تمایل به کارآفرینی مجازی دانشگاه علوم پزشکی، با داده‌های نظری دارای برازش نسبتاً مطلوبی است. همان‌طور که نتایج شکل ۲، نشان می‌دهد بین ابعاد حمایت تحصیلی و تمایل به کارآفرینی مجازی رابطه مستقیم و غیرمستقیم وجود دارد که این روابط تحت تأثیر متغیر میانجی یعنی ابعاد اشتیاق کارآفرینانه است. به‌عبارتی دیگر بین مؤلفه‌های اشتیاق کارآفرینانه بین متغیرهای حمایت تحصیلی و کارآفرینی مجازی نقش واسطه‌ای دارند و به‌طور کلی حمایت تحصیلی از طریق اشتیاق کارآفرینانه، اثر غیرمستقیمی بر تمایل به کارآفرینی مجازی دانشجویان دارد.

معنادار است که این امر بیانگر نقش واسطه‌ای مؤثر متغیر اشتیاق کارآفرینانه در میان مؤلفه‌های حمایت تحصیلی و تمایل به کارآفرینی مجازی است. در مورد تمایل به کارآفرینی مجازی در بالاترین و پایین‌ترین سطح ۰/۱ معنادار است. همچنین با توجه به جدول شماره ۳ از میان متغیرهای درون‌زا بیشترین اثر مستقیم اشتیاق کارآفرینانه به مؤلفه‌های حمایت اجتماعی، حمایت اساتید بر بعد اشتیاق تأسیسی در سطح ۰/۲۵ و توسعه‌ای در سطح ۰/۲۲ به‌علاوه بعد حمایت خانواده بر بعد اشتیاق تأسیسی در سطح ۰/۲۸ و اشتیاق توسعه‌ای در سطح ۰/۲۲ و در انتها حمایت اجتماعی مؤلفه حمایت همسالان بر اشتیاق تأسیسی در سطح ۰/۱۷ و اشتیاق توسعه‌ای در سطح ۰/۲۱ معنی‌دار است.

حمایت همسالان (۰/۱۵) بر تمایل به کارآفرینی مجازی از آماری در سطح ۰/۱۰ معنادار است. ($P < ۰/۰۱$)؛ همچنین با توجه به جدول شماره ۳ از میان متغیرهای بیشترین اثر مستقیم بر تمایل به کارآفرینی مجازی داشته است مربوط به اشتیاق توسعه‌ای و برابر ۰/۳۲ و در سطح ۰/۱ معنی‌دار است ($P < ۰/۰۱$)؛ همچنین از میان ابعاد حمایت تحصیلی، حمایت اساتید دارای بیشترین اثر غیرمستقیم (۰/۲۱) بر تمایل به کارآفرینی مجازی است که در سطح ۰/۱ معنی‌دار است ($P < ۰/۰۱$). ضمناً واریانس تبیین شده تمایل به کارآفرینی مجازی، اشتیاق کارآفرینانه تأسیسی، ابداعی و توسعه‌ای در این پژوهش به ترتیب ۰/۳۲ و ۰/۲۲ و ۰/۱۱ و ۰/۲۲ است.

جدول ۴. مشخصه‌های برازندگی مدل پیش‌بینی تمایل به کارآفرینی مجازی

| برآورد | مشخصه |
|--------|--|
| ۸/۰۸ | χ^2 |
| ۶ | df |
| ۱/۳۵ | نسبت مجذور کای به درجه آزادی (χ^2/df) |
| ۰/۲۳ | ارزش P |

بحث و نتیجه گیری

هدف پژوهش حاضر این بود که ارتباط حمایت تحصیلی و تمایل به کارآفرینی مجازی با توجه به نقش واسطه‌ای اشتیاق کارآفرینانه در میان دانشجویان علوم پزشکی بررسی شود. علاوه بر آن سعی شد که تأثیر متغیرهای فوق بر یکدیگر هم بررسی شود. برای نیل به این هدف یک مدل فرضی پیشنهاد و با استفاده از روش تحلیل مسیر مورد آزمون قرار گرفت. نتایج نشان داد که مدل پیشنهادی با داده‌های این تحقیق برازش نسبتاً مطلوبی دارد و متغیرهای حاضر در مدل توانستند بر روی هم ۰/۳۲ واریانس کارآفرینی مجازی را تبیین کنند.

یافته‌ها نشان داد که حمایت اساتید بر ابعاد اشتیاق کارآفرینانه (اشتیاق تأسیسی، ابداعی، توسعه‌ای) دارای اثر مستقیم و مثبت است؛ این یافته با نتایج تحقیق، ضیاء، حسینی و موسوی (Zia, Hoseini, & Moosavi, 2013)، اکبری، هوشمند چاجانی و بشارتی کلاپه (Akbari, Hooshmand Chaijani, Besharati, 2007)، پارسا (Kolayeh, Parsa, 2012)، یزدان‌پناه و بیات (Yazdan-Penah, Beyat, 2014)، عبدالله زاده سلماسی انوری، انوری و شریفی (Abdullahzadeh Salmasi, Anwari, Anwari, & Sharifi, 2015) همسو است. در تبیین آن می‌توان گفت اساتیدی که دارای ویژگی‌های تمایل به صمیمی بودن، فهیم بودن و احساس مسئولیت بیشتری هستند، نقش تعیین‌کننده‌تری در ایجاد اعتماد به نفس در دانشجویان خود ایفا می‌کنند.

بر این اساس می‌توان گفت که ابعاد شخصیتی استاد باعث ایجاد انگیزه و اشتیاق به کارآفرینی در دانشجو می‌شود؛ در نتیجه اگر اشتیاق به کارآفرینی دانشجو همراه با حمایت استادان و لذت همراه بودن استاد با خود باشد، او بیشتر مشتاق به کارآفرینی می‌شود. این یافته با نتایج تحقیق (Zia, Hoseini, & Moosavi, 2013; Parsa, 2012; Yazdan-Penah, Beyat, 2010; Salmani-Zadeh, Assari, 2014) همسو است.

همچنین نتایج نشان داد که حمایت خانواده بر اشتیاق تأسیسی، اشتیاق ابداعی و اشتیاق توسعه‌ای دارای اثر مستقیم و مثبت است. این یافته با نتایج پژوهش استنهلیم و نیلسن (Stenholm, & Nielsen, 2019) همسو است.

(2019) همسو است. خانواده نقش بسیار مهمی در توانایی‌های کلامی و غیرکلامی فرزندان خود ایفا می‌کند. زمانی والدین می‌توانند با فرزندان خود به نحو مؤثری تعامل داشته باشند که از سطح تفکر بالاتری نسبت به توانایی‌ها و استعدادها فرزندان خود برخوردار باشند و بتوانند توقعات و انتظارات خود را نسبت به فرزندان خود تعدیل کنند؛ و فرزندان خود را به سوی توانایی‌ها و علاقه‌های خود سوق دهند.

یافته‌ها نشان داد که حمایت همسالان بر اشتیاق کارآفرینانه (اشتیاق تأسیسی، اشتیاق ابداعی و اشتیاق توسعه‌ای) دارای اثر مستقیم و مثبت است. این یافته همسو با پژوهش (Stenholm, & Nielsen, 2019) و ناهم‌سو با پژوهش (Obschonka, Moeller, & Goethner, 2019) است. هنگامی که دانشجویان نسبت به یکدیگر اعتماد می‌کنند و کسانی را که با آنان ویژگی‌ها و مشترکات یکسان دارند، به‌عنوان دوست انتخاب می‌کنند که در گروه خود بتوانند یکدیگر را درک کنند، افکار و احساسات عمیق و درونی همدیگر را بفهمند و برای حل مسائل و مشکلات به یکدیگر کمک کنند؛ در نتیجه این عوامل باعث می‌شود همسالان موجب موفقیت‌های بیشتری برای یکدیگر در زمینه‌های درسی و غیردرسی شوند.

یافته‌ها نشان داد که بعد اشتیاق تأسیسی بر تمایل به کارآفرینی مجازی دارای اثر مستقیم و مثبت است. این یافته با تحقیقات (Hoang, & Gimeno, 2010) و (zali, Rezaee, Eavazi, 2014) همسو است. که هنگامی که دانشجو بتواند از طریق شوق و اشتیاق کارآفرینی مهارت به پرداختن به کارآفرینی مجازی داشته باشد و از عهده ایجاد کارآفرینی در فضای مجازی بریباید باعث می‌شود که با شوق و اشتیاق به راه‌اندازی کار در زمینه‌های مجازی و دیجیتال بپردازد؛ به همین دلیل شوق به استقرار او همراه با کوشش و تلاش خواهد بود.

نتایج نشان داد که بعد اشتیاق ابداعی بر تمایل به کارآفرینی مجازی دارای اثر مستقیم و مثبت است. این یافته با تحقیقات (Battistich, Schaps, & Wilson, 2015) و (Rezaei, Golbaz, Sharifi, Najafloo, 2016) همسو و با پژوهش (Rohaeti, & Rustika, 2020) ناهم‌سو است؛ که

دارند، می‌تواند زمینه شروع یک شغل را برای آنان فراهم کند. هر کاری نیاز به شور و شوق دارد و از طرفی اشتیاق به کارآفرینی عامل مهمی در تشکیل هویت دانشجویان را دارد. این عامل در ابتدای کارآفرینی مجازی، ابداع و گسترش کارآفرینی مجازی بیش از هر عامل دیگری موجب شور و شوق می‌شود. ایفای نقش حمایتی اساتید موجب می‌شود افرادی باشخصیت پیشرفته و هدفمند پرورش یابند و در حوزه تمایل به کارآفرینی مجازی توانمندتر و بیشتر تلاش کنند.

همچنین نتایج نشان داد که حمایت خانواده از طریق واسطه‌گری اشتیاق کارآفرینانه بر تمایل به کارآفرینی مجازی دارای اثری غیرمستقیم و مثبت است بر این اساس حمایت و تشویق والدین جهت کارآفرینی در دنیای مجازی و دیجیتال و معرفی مشاغلی که امکان کسب درآمد بالا را برای فرزندان فراهم می‌سازد، آنان را علاوه بر نقش‌آفرینی در درون خانواده، معطوف به اهداف توسعه در سطح جامعه یعنی تمایل به کارآفرینی مجازی و بهره‌وری بالا خواهد کرد. هنگامی که خانواده در حرف و عمل به علم و دانایی فرزند (دانشجو) احترام بگذارد و بتواند با رفتارها و نگرش‌های خود حس ارزشمندی در فرزندان خود ایجاد کند. و در نتیجه افراد مشتاق که جذب کار و کارآفرینی می‌شوند که افرادی امیدوار و آماده برای انجام کارهای دشوار هستند و چنین افرادی (دانشجو) این استقامت و امیدواری را مدیون حمایت والدین خود است. خانواده از شکل‌گیری فرهنگ کارآفرینی مجازی تا مرحله توسعه کسب‌وکار می‌توانند فرزندان را به‌عنوان اجزای جامعه به سمت کارآفرینی مجازی هدایت کنند؛ این هدایت در مرحله اول، به توسعه اقتصاد خانواده در نسل فعلی نسل‌های آینده منجر می‌شود و در گام دوم، کمک حائز اهمیتی به روند روبه‌جلوی اقتصاد خواهد کرد.

به‌علاوه در تبیین اثر غیرمستقیم و مثبت حمایت همسالان از طریق واسطه‌گری اشتیاق کارآفرینانه بر تمایل به کارآفرینی مجازی می‌توان گفت دوستان و همسالان در محیط‌های مدرسه و دانشگاه با ارتباطات

کارآفرینان ابداعی با اشتیاق به ابداع و اختراع باروحيه‌ای بالا و انگیزه‌ای قوی برای شناسایی موقعیت‌ها و فرصت‌های جدید برای شناخت بازارها و محیط‌هایی که بتوان در آن با ایجاد کسب‌وکاری جدید هستند.

یافته‌ها نشان داد که اشتیاق توسعه‌ای بر تمایل به کارآفرینی مجازی دارای اثر مستقیم و مثبت است. این یافته با نتایج تحقیقات (Davis, Hmieleski, Webb, & Coombs, 2017; Siddiqui, 2016) همسو است و با پژوهش (Satakina, & Steiner, 2020) ناهم‌سو است. بیانگر آن است که دانشجویانی که دارای اشتیاق به توسعه؛ فعالیت‌های خود در کارآفرینی مجازی هستند از بسط و گسترش کسب‌وکار خود استقبال کرده و تمام تلاش خود را می‌کنند تا با به‌کارگیری منابع کارآفرینی گامی در جهت کارآفرینی مجازی بردارند.

همچنین قابل‌ذکر است که نتایج اثرهای غیرمستقیم متغیرها نیز نشان داد که ابعاد حمایت تحصیلی از طریق واسطه‌گری اشتیاق کارآفرینانه بر تمایل به کارآفرینی مجازی دارای اثر مثبت و معنی‌دار است؛ طبق نتایج به‌دست‌آمده حمایت اساتید از طریق واسطه‌گری اشتیاق کارآفرینانه بر تمایل به کارآفرینی مجازی دارای اثر غیرمستقیم و مثبت است. هنگامی که دانشجو درکی از حمایت و پشتیبانی اسناد خود داشته باشد، لذت او برای یادگیری ایجاد می‌شود و انگیزه برای موفقیت تحصیلی، کاهش مشکلات هیجانی و رفتاری در او به وجود می‌آید؛ بنابراین با شناخت نقش کلیدی حمایت اساتید در پیشرفت یا پس رفت دانشجو می‌توان حمایت اساتید را عامل مهمی برای ایجاد روحیه کارآفرینی خصوصاً در دنیای مجازی دانست و با توجه به اینکه در سال‌های اخیر شمار دانشجویان فارغ‌التحصیل رو به افزایش است و هیچ‌گونه برنامه مدون و منسجمی برای ایجاد شغل برای آن‌ها در نظر گرفته نشده و به دلیل عدم‌کفایت امکانات و منابع این قشر با مشکلات عدیده‌ای مواجهه نموده است؛ در نتیجه کارآفرینی مجازی به دلیل جدید و نو بودن و همچنین علاقه و تبحری که دانشجویان در کاربرد آن

اشتغال جوانان و دانشجویان صورت گیرد. از ابداعات و اختراعات کارآفرینی دانشجویان در فضای مجازی حمایت مالی و معنوی گردد و از ابداعات آنان پشتیبانی گردد. زمینه را برای رشد و توسعه کارآفرینی مجازی در دانشجویان را از طریق فعالیت‌های حمایتی در تمام زمینه‌های مدیریتی، سازمانی و خانوادگی به عمل آید. در خصوص محدودیت‌ها نیز باید اشاره نمود که این پژوهش در میان دانشجویان علوم پزشکی بوشهر صورت گرفت؛ لذا نتایج حاصل به این جامعه آماری قابل‌تعمیم است و در تعمیم آن به سایر جوامع آماری می‌بایست احتیاط لازم صورت گیرد. بر این اساس انجام پژوهش‌های مشابه بر روی سایر جامعه‌های آماری می‌تواند نتایج مفیدی را حاصل نماید. به‌علاوه وجود متغیرهای احتمالی دیگری که در رابطه بین حمایت تحصیلی و تمایل به کارآفرینی مجازی تأثیرگذارند؛ ولی پژوهشگر قصد مطالعه آن‌ها را ندارد.

مؤثر خود با یکدیگر، همکاری، یادگیری مشارکتی و رشد اجتماعی مفید با یکدیگر را تجربه می‌کنند؛ بنابراین همسالان در رشد و توسعه مهارت‌های شغلی برای دوستان خود نقش حمایتگر مهمی را ایفا می‌کنند. همسالان با توجه به زمینه علمی و حمایتی که نسبت به دوستان خود دارند، می‌توانند در آن‌ها شوق و اشتیاق به کارآفرینی مجازی را تشویق و ترغیب کنند. به دلیل آنکه حمایت تحصیلی به‌عنوان عاملی پشتیبان برای دانشجو عمل می‌کند و می‌تواند در او (دانشجو) زمینه‌ها و پایه‌های کارآفرینی از جمله کارآفرینی مجازی را نهادینه و پایه‌ریزی کند؛ پس باید بعد حمایت تحصیلی به‌گونه‌ای آموزش داده و حمایت شوند که بتوانند، مرتفع‌کننده و برآورده‌کننده بخشی از نیازهای این قشر از جامعه باشند. با توجه به نتایج به‌دست‌آمده پیشنهاد می‌شود: راهکارهای مناسبی برای تأسیس بازارهای کسب‌وکار مجازی و به نیاز به

References

- Abdullahzadeh Salmasi, A; Anwari M, & Anwari, N, Sharifi, S. (2015). The role of higher education centers in employment and entrepreneurship. Skills training, 4 (14): 7-20. [in persian].
- Ahtonaci, A., Bellotti, F., Berta, R., Dagnino, f. M., DeGloria, A., Lavaghino, E., & ott, m. (2014). Entrepreneurship education : matters for reflection. Italian journal of Educational.
- Akbari, M; Hooshmand Chaijani, M; Besharati Kolayeh, F. (2007). Study of the affection of specialized lesson contents on students digital entrepreneurship, study and composition of university books, 17(30), 109-131. [in persian].
- Alami, M; Esmaeili, A; Alami, H. (2010). Study the methods of fiscal provision in entrepreneurship projects in Mazanderan province cooperation section, cooperation quarterly, the year twenty first, Modern era, 1, 124-131 [in persian].
- Battistich, V., Schaps, E., & Wilson. (2015). Investigating the relationship between entrepreneurial passion and student intent, Journal of Primary Prevention, 16, 536-544.
- Wentzel, K. (2010). Student motivation in middle school: The role of perceived pedagogical caring. Journal of Educational Psychology, 89, 411-419.
- Bharadwaj, A., El Sawy, O. A., Pavlou, P. A., & Venkatraman, N. (2013a). Digital business strategy: Toward a next generation of insights. MIS Quarterly, 37(2), 471-482. doi:10.1.1.216.1018
- Brannback, M., Carsrud, A., Elfving, J. & Krueger, N. (2006), "Sex, Drugs and Entrepreneurial Passion?: An Exploratory Study", Frontiers of Entrepreneurship Research, 26.
- Cardon, M. S. a., Denis, A. G, Christopher, E., Pankaj, C. P. (2013). Measuring entrepreneurial passion: Conceptual foundations and scale validation, Journal of Business Venturing, 28, 373-396.
- Cardon, M. S., Wincent, J., Singh, J., & Drnovsek, M. (2009). The nature and experience of entrepreneurial passion. Academy of Management Review, 34(3), 511-532.
- Chen, X., Yao, X. and Kotha, S. (2009). Entrepreneur passion and preparedness in business plan

- presentations: A persuasion analysis of venture capitalists' funding decisions. *Academy of Management Journal*, 52(1): 199-214.
- Da Davis, B. C., Hmieleski, K. M., Webb, J. W., & Coombs, J. E. (2017). Funders' positive affective reactions to entrepreneurs' crowdfunding pitches: The influence of perceived product creativity and entrepreneurial passion. *Journal of Business Venturing*, 32(1), 90-106.
- Ghachel Robert. J & others. (1998). health psychology background, Dr. Gholamreza Khooy Nejad translation, Astan Qods Razavi press. [in persian].
- Hafezieh, N., Akhavan, P., & Eshraghian, F. (2011). Exploration of process and competitive factors of entrepreneurship in digital space: A multiple case study in Iran. *Education, Business and Society: Contemporary Middle Eastern Issues*, 4(2004), 267-279. doi:10.1108/17537981111190051
- Hindijanifard, M, & Aboudi, M. (2017). The Impact of Entrepreneurial Enthusiasm on Entrepreneurial Intention in Students Case Study: Gonabad Higher Education Complex, 2nd International Conference on Management Cohesion and Development Economics, Tehran. [in persian].
- Hoang, H., & Gimeno, J. (2010). Becoming a founder: How founder role identity affects entrepreneurial transitions and persistence in founding. *Journal of Business Venturing*, 25(1), 41-53.
- 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.
- Mazzarol, T. (2015). SMEs engagement with e-commerce, e-business and e-marketing. *Small Enterprise Research*, 22(1), 79-90. doi:10.1080/13215906.2015.1018400
- Mobini Dehkordi, A., Mubarakhi, M., Khaleqi, A. (P-10). Identifying the effect of spiritual intelligence on entrepreneurial passion with the mediating role of the ideal entrepreneurial identity (Case study: Entrepreneurs located in science and technology parks in Tehran). *Journal of Entrepreneurship Development*, 8 (3), 453-472. doi: 10.22059 / jed.2015.57645. [in persian].
- Morse, E. A., Fowler, S. W., & Lawrence, T. B. (2007). The impact of virtual embeddedness on new venture survival: Overcoming the liabilities of newness. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31 (2), 139-159.
- Murnieks, C. Y., Mosakowski, E., & Cardon, M. S. (2014). Pathways of passion: Identity centrality, passion, and behavior among entrepreneurs. *Journal of management*, 40(6), 1583-1606.
- Nguyen, P. N. D., & Nguyen, D. D. (2020). The effect of perceived educational support, self-efficacy and planned behavior predictors on entrepreneurial intention of Ho Chi Minh City University students. *JOURNAL OF SCIENCE HCMC OU-ECONOMICS AND BUSINESS ADMINISTRATION*, 10(1).
- Obschonka, M., Moeller, J., & Goethner, M. (2019). Entrepreneurial passion and personality: the case of academic entrepreneurship. *Frontiers in psychology*, 9, 2697.
- Oldfield, J., Humphrey, N., & Hebron, J. (2017). Risk factors in the development of behaviour difficulties among students with special educational needs and disabilities: A multilevel analysis. *British journal of educational psychology*, 87(2), 146-169.
- Parsa, A. (2012). The scrutiny of the role of learners entrepreneurship characteristic features; the first education national congress in Iran, Ahvaz, Shahid Chamran university.
- preneurship ecosystem: How digital technologies and collective intelligence are reshaping the entrepreneurial process. *Technological Forecasting and Social Change*, 150, 119791.

- Rezaei, B; & Noman Mousa, S. (2016). Entrepreneurship in the Information and Communication Technology Context, International Business Conference: Opportunities and Challenges, Rasht. [in persion].
- Rezaei, R; Golbaz, Sh; Sharifi, L; Najafloo, P. (2016). The affection of tendency to learning and appetency to work on purpose of entrepreneurship of B.A students of Zanjan university agricultural fields, the study quarterly of agricultural education management, 35, 94-109. [in persion].
- Rohaeti, T., & Rustika, P. (2020). The differences of mathematics students' entrepreneurship motivation in facing the digital era between students who have and have not taken entrepreneurship course. In Journal of Physics: Conference Series (Vol. 1521, p. 032065).
- Salanova, M., Agut, S. and Peiro, J. (2005). Linking organizational resources and work engagement to employee performance and customer loyalty: The mediation of service climate. Journal of Applied Psychology, 90, 1217-1227
- Salmani-Zadeh, A; Assari, M, T. (2010). The state entrepreneur psychological features, scientific-studious quarterly of social welfare, the ninth year, 33, 167-188. [in persion].
- Samani, S., & Jafari, M. (2011). Adequacy of Psychometric Indicators of Academic Support Scale (Persian version). Journal of Teaching and Learning Studies, 3 (1), 47-60. [in persion].
- Sands, T. & Plunkett, S. W. (2005). A new scale to measure adolescent reports of academic support by mothers, fathers, teachers, and friends in latino immigrant families. Hispanic Journal of Behavioral Sciences, 27: 244- 253.
- Satalkina, L., & Steiner, G. (2020). Digital Entrepreneurship and its Role in Innovation Systems: A Systematic Literature Review as a Basis for Future Research Avenues for Sustainable Transitions. Sustainability, 12(7), 2764.
- Shah Budaghian, M. (2016), Entrepreneurial Enthusiasm in Iran, 5th International Conference on Accounting and Management and 2nd Conference on Entrepreneurship and Open Innovation, Tehran. [in persion].
- Skinner, E. A. and Belmont, M. J. (1993). "Motivation in the classroom: reciprocal effect of teacher behavior and student engagement across the school year". Journal of Educational Psychology, 85: 571-581.
- Smith, K. L., DeVos, V., Bryden, H., Price, L. B., Hugh-Jones, M. E., & Keim, P. (2000). Bacillus anthracis diversity in kruger national park. Journal of clinical microbiology, 38(10), 3780-3784.
- Stenholm, P., & Nielsen, M. S. (2019). Understanding the emergence of entrepreneurial passion. International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research.
- Thoits, P. A. (2010). Stress and health major findings and policy implications. health and social behavior, 51(1 suppl), 41-53
- Yazdan-Penah, A, A; Beyat, E. (2014). Digital competition of the state virtual universities, the entrepreneurship university underlie, the second management international conference, entrepreneurship and economic development, Qom, Payam-Noor university. [in persion].
- zali, M, R; Rezaee, S; Eavazi, F. (2014). The affection of entrepreneurship appetency on decision to utilization of entrepreneurship opportunities, Rahbord magazine, 22(69), 195-213. [in persion].
- Zia, B; Hoseini, S, R; Moosavi, V. (2013). presenting a model for assessment of entrepreneurship education quality by emphasis on the role of teachers' abilities moderation and employment teaching aids facilities, educational and scholastic studies, (6)2, 55-77. [in persion].