



Journal Website

Article history:

Received 30 March 2025

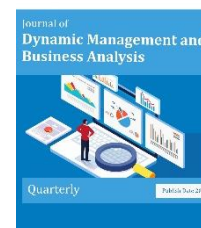
Revised 26 April 2025

Accepted 10 June 2025

Published online 02 July 2025

Dynamic Management and Business Analysis

Volume 4, Issue 2, pp 125-141



E-ISSN: 3041-8933

An Examination of the Causal Relationship Between Entrepreneurial Education and Entrepreneurial Culture and Leadership, Mediated by Entrepreneurial Orientation (Islamic Azad University, Region 2)

Ahmad Marandi¹, Mostafa Niknami^{2*}, Ali Taghipoor Zahir³

¹ Department of Educational Sciences, SR.C., Islamic Azad University, Tehran, Iran.

² Associate Professor, Department of Educational Sciences, Allameh Tabatabaei University, Tehran, Iran.

³ Department of Educational Sciences, SR.C., Islamic Azad University, Tehran, Iran.

* Corresponding author email address: dr.m_niknami@yahoo.com

Article Info

Article type:

Original Research

How to cite this article:

Marandi, A., Niknami, M., Taghipoor Zahir, A. (2025). An Examination of the Causal Relationship Between Entrepreneurial Education and Entrepreneurial Culture and Leadership, Mediated by Entrepreneurial Orientation (Islamic Azad University, Region 2). *Dynamic Management and Business Analysis*, 4(2), 125-141.

<https://doi.org/10.22034/dmbaj.2025.2050457.1233>



© 2024 the author(s). Published by Knowledge Management Scientific Association. This is an open access article under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) License.

ABSTRACT

Objective: This study aims to investigate the causal relationship between entrepreneurial education and both entrepreneurial culture and entrepreneurial leadership, with entrepreneurial orientation serving as a mediating variable, within Islamic Azad University, Region 2.

Methodology: The research is applied in nature and employs a descriptive-correlational methodology, specifically utilizing structural equation modeling (SEM). The statistical population comprises all faculty members of Islamic Azad University, Region 2, totaling 1,200 individuals. A stratified random sampling method was employed to select 280 participants for the study. Data collection was conducted using a researcher-developed questionnaire. The reliability of the questionnaire components was assessed using Cronbach's alpha, yielding values of 0.75 for entrepreneurial education, 0.82 for entrepreneurial culture, 0.74 for entrepreneurial leadership, and 0.84 for entrepreneurial orientation. To validate the proposed model, the maximum likelihood estimation method within SEM was utilized.

Findings: The findings indicate that the structural model exhibits a good fit with the empirical data. Specifically, entrepreneurial education has a direct and significant effect on entrepreneurial culture ($\beta = 0.412$), entrepreneurial orientation ($\beta = 0.291$), and entrepreneurial leadership ($\beta = 0.146$), with all effects being statistically significant ($p < 0.05$). Furthermore, entrepreneurial orientation significantly influences entrepreneurial culture ($\beta = 0.198$); however, its effect on entrepreneurial leadership was not statistically significant ($\beta = 0.129$). Bootstrap analysis revealed that entrepreneurial orientation mediates the relationship between entrepreneurial education and entrepreneurial culture ($\beta = 0.058$).

Conclusion: These findings underscore the interconnectedness and practical applicability of entrepreneurial education in fostering entrepreneurial culture and leadership, with entrepreneurial orientation playing a mediating role. Consequently, policymakers and planners within Islamic Azad University and other educational institutions can leverage these insights to develop strategies aimed at enhancing entrepreneurial activities among faculty members.

Keywords: Entrepreneurial Education, Entrepreneurial Leadership, Entrepreneurial Culture, Entrepreneurial Orientation

EXTENDED ABSTRACT

Introduction

Entrepreneurial education has emerged as a critical driver of economic growth and innovation, particularly in addressing challenges such as unemployment and poverty (Mohammadinezhad & Sharifzadeh, 2017). In Iran, where youth unemployment remains a pressing issue, fostering an entrepreneurial culture and leadership is essential for sustainable development (Toushmali et al., 2020). This study examines the causal relationship between entrepreneurial education and entrepreneurial culture and leadership, mediated by entrepreneurial orientation, within Islamic Azad University, Region 2.

Entrepreneurial education is increasingly recognized for its role in enhancing creativity, risk-taking, and independence among individuals (Setiawan et al., 2024). It not only equips students with practical skills but also cultivates a mindset conducive to innovation and self-employment (Tiberius & Weyland, 2024). However, the success of entrepreneurial initiatives often hinges on broader cultural and leadership factors. Entrepreneurial culture, characterized by values such as creativity and independence, plays a pivotal role in shaping organizational behavior (Modarresi Sarizdi et al., 2020). Similarly, entrepreneurial leadership, which emphasizes opportunity recognition and innovation, is vital for navigating dynamic business environments (Leitch & Volery, 2017).

Despite the growing body of research on entrepreneurial education, gaps remain in understanding its interplay with culture and leadership, particularly in academic settings. This study addresses these gaps by investigating how entrepreneurial orientation mediates these relationships, offering insights for policymakers and educators aiming to enhance entrepreneurial activities in universities.

Methodology

This study employed a descriptive-correlational methodology, utilizing structural equation modeling (SEM) to analyze the relationships between the variables. The target population consisted of 1,200 faculty members from Islamic Azad University, Region 2, with a stratified random sampling method used to select 280 participants. Data were collected using a researcher-developed questionnaire comprising 64 items, measured on a five-point Likert scale. The questionnaire assessed four key constructs: entrepreneurial education, entrepreneurial culture, entrepreneurial leadership, and entrepreneurial orientation.

Reliability was confirmed through Cronbach's alpha, with values of 0.75 for entrepreneurial education, 0.82 for entrepreneurial culture, 0.74 for entrepreneurial leadership, and 0.84 for entrepreneurial orientation. Content validity was established through expert reviews. Data analysis was performed using SPSS 26 and AMOS 24, with maximum likelihood estimation employed to validate the proposed model.

Findings

The structural model demonstrated a good fit with the empirical data, as indicated by fit indices such as RMSEA (0.04), GFI (0.942), and CFI (0.98). Key findings revealed that entrepreneurial education had a direct and significant effect on entrepreneurial culture ($\beta = 0.412$), entrepreneurial orientation ($\beta =$

0.291), and entrepreneurial leadership ($\beta = 0.146$), all statistically significant at $p < 0.05$. Entrepreneurial orientation, in turn, significantly influenced entrepreneurial culture ($\beta = 0.198$) but did not have a statistically significant effect on entrepreneurial leadership ($\beta = 0.129$).

Bootstrap analysis confirmed the mediating role of entrepreneurial orientation in the relationship between entrepreneurial education and entrepreneurial culture ($\beta = 0.058$). However, its mediation between entrepreneurial education and entrepreneurial leadership was not significant. Descriptive statistics for the variables, including means, standard deviations, skewness, and kurtosis, indicated normal distribution, supporting the robustness of the findings.

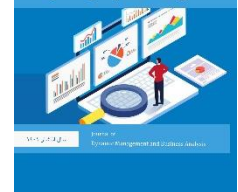
Discussion and Conclusion

The study underscores the interconnectedness of entrepreneurial education, culture, and leadership, with entrepreneurial orientation serving as a partial mediator. The direct impact of entrepreneurial education on culture and leadership highlights its transformative potential in academic settings. However, the non-significant mediation of entrepreneurial orientation in the leadership relationship suggests that other factors, such as institutional support or individual traits, may play a more critical role in shaping leadership behaviors.

These findings have practical implications for universities aiming to foster entrepreneurial ecosystems. Policymakers should prioritize integrating entrepreneurial education into curricula while simultaneously nurturing a supportive cultural environment. Leadership development programs should emphasize practical skills and opportunity recognition to align with entrepreneurial goals.

Limitations of the study include its focus on a single university region, which may affect generalizability. Future research could explore these relationships in diverse contexts or incorporate additional mediating variables. Despite these limitations, the study provides a foundation for strategies to enhance entrepreneurial activities in higher education, ultimately contributing to economic and social development.

In conclusion, entrepreneurial education is a powerful tool for cultivating culture and leadership in universities. By addressing the identified gaps and leveraging the mediating role of entrepreneurial orientation, institutions can better prepare faculty and students to thrive in an increasingly entrepreneurial world.



بررسی رابطه علی آموزش کارآفرینانه با فرهنگ کارآفرینانه و رهبری کارآفرینانه با میانجی گری نقش گرایش کارآفرینانه (دانشگاه آزاد اسلامی منطقه 2)

احمد مرندي^۱، مصطفی نیکنامی^{۲*}، علی تقی پور ظهیر^۳

۱. گروه علوم تربیتی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
۲. دانشیار، گروه علوم تربیتی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران (نویسنده مسئول).
۳. گروه علوم تربیتی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

*ایمیل نویسنده مسئول: dr.m_niknami@yahoo.com

چکیده

اطلاعات مقاله

نوع مقاله

پژوهشی/اصیل

نحوه استناد به این مقاله:

مرندی، احمد،، نیکنامی، مصطفی،، تقی پور ظهیر، علی. (1404). بررسی رابطه علی آموزش کارآفرینانه با فرهنگ کارآفرینانه و رهبری کارآفرینانه با میانجی گری نقش گرایش کارآفرینانه (دانشگاه آزاد اسلامی منطقه 2). مدیریت پویا و تحلیل کسب و کار، 4(2)، 125-141.



© 140 تمامی حقوق انتشار این مقاله متعلق به نویسنده(گان) است. انتشار این مقاله به صورت دسترسی آزاد مطابق با گواهی (CC BY 4.0) صورت گرفته است.

هدف: این پژوهش با هدف بررسی رابطه علی آموزش کارآفرینانه با فرهنگ کارآفرینانه و رهبری کارآفرینانه با میانجی گری نقش گرایش کارآفرینانه در دانشگاه آزاد اسلامی منطقه ۲ صورت گرفته است. **روش شناسی:** پژوهش حاضر از لحاظ هدف، کاربردی و از نظر روش پژوهش، توصیفی _همبستگی از شاخه مدل یابی معادلات ساختاری است. جامعه آماری شامل کلیه اعضای هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی (منطقه ۲) به تعداد ۱۲۰۰ نفر بوده اند. از این تعداد با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای، تعداد ۲۸۰ نفر به عنوان نمونه پژوهش انتخاب شدند. برای گردآوری اطلاعات از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد. پایایی مولفه های پرسشنامه با استفاده از آلفای کرونباخ برای آموزش کارآفرینانه برابر ۰/۷۵، فرهنگ کارآفرینانه ۰/۸۲، رهبری کارآفرینانه ۰/۷۴ و گرایش کارآفرینانه برابر ۰/۸۴ بدست آمد. جهت اعتبار سنجی مدل تعیین شده از تکنیک مدل معادلات ساختاری با شیوه حداکثر درست نمایی استفاده شد. **یافته ها:** نتایج نشان داد مدل ساختاری پژوهش با داده های تجربی برازش دارد. و نتایج حاصل از فرضیه های اختصاصی مستخرج از مدل هم نشان داد آموزش کارآفرینانه بر فرهنگ کارآفرینانه ($\beta = 0/412$)، گرایش کارآفرینانه ($\beta = 0/291$) و رهبری کارآفرینانه ($\beta = 0/146$) اثر مستقیم و معناداری دارد ($P < 0/05$). ضریب اثر گرایش کارآفرینانه بر فرهنگ کارآفرینانه نیز معنادار بود ($\beta = 0/198$) اما ضریب اثر معناداری از گرایش کارآفرینانه بر رهبری کارآفرینانه مشاهده نشد ($\beta = 0/129$). نتایج حاصل از آزمون بوت استرپ نیز نشان داد گرایش کارآفرینانه در ارتباط بین آموزش کارآفرینانه با فرهنگ کارآفرینانه نقش میانجی دارد ($\beta = 0/058$). **نتیجه گیری:** یافته های حاضر بیانگر ارتباط و کاربردی آموزش کارآفرینانه با فرهنگ کارآفرینانه، و رهبری کارآفرینانه و نقش واسطه ای گرایش کارآفرینانه بود. بنابراین سیاست گذاران و برنامه ریزان دانشگاه آزاد اسلامی و سازمان های آموزشی می توانند از نتایج این پژوهش در جهت تدوین راهبردها و راهکارهایی برای ارتقاء فعالیت های کارآفرینانه در اعضای هیات علمی خود بهره گیرند.

کلیدواژه ها: آموزش کارآفرینانه، رهبری کارآفرینانه، فرهنگ کارآفرینانه، گرایش کارآفرینانه.

مقدمه

امروزه، جمعیت بیکار نه تنها یکی از مهم‌ترین چالش‌های روز در کشور ایران به شمار می‌آید، بلکه با توجه به میزان رشد جمعیت در دو دهه اخیر می‌توان آن را مهم‌ترین چالش اجتماعی چند دهه آینده نیز به شمار آورد (Mohammadinezhad & Sharifzadeh, 2017). روند رو به رشد افزایش جمعیت کشور، ترکیب جمعیتی جوانان، ناتوانی بخش‌های تولیدی در جذب نیروی کار و مسئله بیکاری دانش‌آموختگان دانشگاهی معضل حادی برای بسیاری از کشورها از جمله ایران است. آمارها نشان می‌دهد میزان بیکاری در ایران نزدیک به یک چهارم است. حدود 70 درصد جمعیت ایران زیر 35 سال دارند. مرکز آمار ایران نرخ بیکاری جوانان را تقریباً دو برابر نرخ متوسط بیکاری در کشور اعلام کرده است (Toushmali et al., 2020).

مشکل بیکاری پیامدهای احتمالی مختلفی دارد؛ از جمله احساس بی‌ارزشی در فرد، فقر و تنگدستی و مشکلات خانوادگی، بزه‌کاری و آلوده شدن به اعتیاد و عقب ماندگی کشور از نظر اقتصادی. یکی از راهکارهای ویژه برای کاهش نرخ بیکاری و رشد اقتصادی، کارآفرینی است. زیرا مقوله کارآفرینی سهم به سزایی در توسعه اقتصادی کشورها دارد (Moradpour et al., 2024). کارآفرینی عامل کلیدی رشد و توسعه اقتصادی در عصر مدرن شناخته شده و در عصر حاضر عنصر حیاتی نظام آموزش عالی است (Aghaei Ghaleche, 2023; Moradpour et al., 2024).

یکی از عوامل تاثیر گذار بر نظام آموزش عالی، آموزش کارآفرینانه است. در سال‌های اخیر، موضوع آموزش کارآفرینی مورد توجه زیادی قرار گرفته است. عمده‌ترین دلیل این موضوع این است که افزایش تعداد کارآفرینان در جامعه باعث کاهش مشکلاتی مانند بیکاری، فقر و توزیع نامناسب ثروت شده و نیز منجر به ارتقای سطح زندگی و توسعه منطقه‌ای می‌گردد. آموزش کارآفرینی بر خلاقیت شغلی به طور مستقیم اثرگذار بوده و می‌تواند منجر به افزایش آن در افراد شود (Tiberius & Weyland, 2024). آموزش کارآفرینی باعث ارتقاء توانمندی و رشد و پرورش خلاقیت می‌گردد. روحیه کارآفرینی کارآموزانی که آموزش دیده‌اند در مقایسه با کارآموزانی آموزش ندیده در ابعاد (توفیق طلبی، نیاز به استقلال، خلاقیت، تحمل ابهام، مرکز کنترل، تمایل به مخاطره) بالاتر بوده به گونه‌ای که می‌توان از کارکرد مثبت آموزش‌های کارآفرینی در جهت افزایش روحیه کارآفرینی و به تبع آن ایجاد اشتغال و موتور توسعه اقتصادی یاد کرد (Setiawan et al., 2024) اما ظهور خلاقیت، مستلزم ایجاد بستر مناسب برای رشد و توسعه است و برای گسترش این توانایی باید موانع و عوامل آن را بررسی و شناسایی کرد تا بتوان زمینه را برای رشد این توانمندی فراهم آورد.

اهمیت دادن به قوه ابتکار و خلاقیت دانشجویان در محیط‌های آموزشی است. چرا که بیشتر محیط‌های آموزشی، بر محتوا - محور یا در برخی موارد آموزشگر - محور هستند. در این خصوص دیوید مک کلند بیان می‌کند که عامل عقب‌ماندگی اقتصادی کشورهای در حال توسعه مربوط به درک نکردن و بی توجهی به خلاقیت‌ها و مهارت‌های منحصر به فرد هر شخص است. بنابراین یکی از مهم‌ترین راهبردهای یاددهی و یادگیری آموزش کارآفرینانه، نظام آموزش رسمی است؛ چرا که در کنار ابعاد نظری، ابعاد عملی شالوده آموزش عملگرا است. آموزش کارآفرینانه به عنوان محرک رشد اقتصاد کشور در نظر گرفته شده است (Overwien et al., 2024; Toghraei et al., 2019).

عواملی غیر از آموزش کارآفرینانه بر کارآفرین شدن اثرگذارند، عامل فرهنگی است که موفقیت و شکست برنامه‌های توسعه، غالباً، به آن نسبت داده می‌شود (Modarresi Sarizdi et al., 2020) و بر نقش مثبت فرهنگ حاکم بر جامعه و دانشگاه در بروز کارآفرینی در دانشگاه و گذار به سوی دانشگاه کارآفرینانه تأکید و از فرهنگ به عنوان یکی از عوامل توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌ها یاد کرده‌اند و ظهور فرهنگ جدید مبتنی بر ارزش‌های کارآفرینان را در توسعه دانشگاه‌ها مورد توجه قرار داده‌اند (Rubens et al., 2017).

فرهنگ دانشگاهی می‌تواند ارزش‌ها و ویژگی‌های دانشگاه سنتی را تغییر دهد و فرهنگ کارآفرینی و ارزش‌های کارآفرینی در درون هر دانشگاه ترویج و توسعه یابد. فرهنگ کارآفرینانه می‌تواند تأثیر قوی بر روی رویکرد و جهت‌گیری کارآفرینی و رفتارهای کارآفرینی پژوهشگران، دانشجویان و کارکنان دانشگاه داشته باشد. و آموزش کارآفرینی مکمل فرهنگ کارآفرینی است (Mehdi & Shafiei, 2019). نقش آموزش عالی در جهت فرهنگ سازی مقوله توسعه پایدار در جامعه اجتناب ناپذیر به نظر می‌رسد زیرا در آموزش عالی هم به عنوان نهادی در نظر گرفته می‌شود که حافظ و منتقل‌کننده میراث فرهنگی و ارزش‌های حاکم بر جامعه است و هم تأمین‌کننده نیازهای جامعه برای کسب و توسعه دانش و فن‌آوری می‌باشد (Jafari Karafestani et al., 2021).

دانشگاه کارآفرینانه بر فرصت‌های نوآوری، رشد و توسعه تأکید می‌نمایند، در این دانشگاه خلاقیت در سراسر سازمان تشویق و تقویت می‌شود تا فرهنگ کارآفرینانه حفظ گردد (Ghafrani et al., 2022) و نقش رهبری دانشگاه در ایجاد فرهنگ کارآفرینانه در دانشگاه بسیار مهم است. به طوری که در این خصوص رهبری هسته توانمند هدایت‌گر تلقی می‌شود (Alizadeh Majd et al., 2018).

عامل دیگر رهبری کارآفرینانه است. در سال‌های اخیر به دلیل توسعه سریع فن‌آوری اطلاعات تغییرات سریع در نوآوری اختراعات، تمرکز بر اقتصاد دانش بنیان جهانی شدن و اثرات آن بر شیوه‌های ارائه محصولات و خدمات، موفقیت سازمان‌ها در گروه پویایی و حفظ مزیت رقابتی قرار گرفته است. مدیریت سازمان در این مسیر به رهبری نیاز دارد که فرصت‌گرا باشد و سازمان را در تناسب با فرصت‌ها توانمند کند و آن را در مسیر پرابهام و نبود اطمینان به خوبی هدایت کند. پیمودن این مسیر و ایجاد مزیت رقابتی پایدار، به رهبری کارآفرینانه نیاز دارد (Leitch & Volery, 2017).

رهبری کارآفرینانه یک جستجوگر فرصت و الگویی برای رفتارهای کارآفرینان است و بر رفتارهای شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌ها تأکید می‌کند. دانشگاه‌ها برای تحقق مأموریت خود به مدیرانی با ویژگی‌های شخصیتی رهبری و پست‌های تمام وقت حرفه‌ای نیاز دارند (Modarresi Sarizdi et al., 2020). بر همین اساس با توجه به شرایط متغیر و ناپایدار کسب و کار و سازمان‌ها، کسب و کارهای کشور ما نیز از جمله دانشگاه‌ها، نیاز به شیوه‌ای از رهبری دارد تا بتواند به رغم وجود چالش‌ها، منابع محدود و رقبای متعدد، با شناسایی کشف فرصت‌های جدید، خود را با تغییرات پویایی محیط تطبیق دهند و بقای خود را در بازار تثبیت کنند (Davar et al., 2021).

بنابر این امروزه، عصر دانشگاه ایستا که به روش سنتی به تربیت نیروی انسانی مدرک به دست و جویای کار بپردازد، سپری شده و جامعه خواهان دانشگاه جدیدی است که نیروی انسانی کارآفرین، خلاق و کارآمد تربیت کند. تغییر در ساختار، فضای کالبدی و از همه مهم‌تر به روز کردن روش اداره کردن دانشگاه‌ها و حرکت به سمت رهبری و از رهبری دانشگاهی در جهت رهبری کارآفرینانه دانشگاهی گامی موثر در دانشگاه‌های موفق امروزی خواهد بود و مدیران موظفند دانشگاه‌ها منعطف ایجاد کرده و با ارتقاء قدرت رهبری و حتی فرا رهبری، به سمت پاسخگویی سریع نسبت به وضعیت مختلف میل کنند. یکی از چالش‌های پیش روی رهبران دانشگاهی تربیت نیروی ماهر و کارآفرین است که در رسالت‌های جدید آموزش عالی هر روز نسبت به قبل پر رنگ‌تر می‌شود (Asadzadeh et al., 2018).

بسیاری از تحقیقات نشان می‌دهد که رهبری دانشگاه، پیش‌بینی نشدنی و پیچیده شده است، به کارگیری رویکردهای سنتی و یا حتی به نسبت جدید رهبری نمی‌تواند برای بلند مدت اثربخش باشد، در مقابل رهبری کارآفرینانه در دانشگاه‌ها با تعریف چشم‌انداز و اتحاد استراتژیک و ایجاد انگیزه و تعهد در کارکنان، قابلیت‌های لازم را برای کشف و بهره‌برداری از فرصت‌ها، از طریق تشویق به نوآوری و استفاده خلاقانه از سرمایه انسانی و اجتماعی و سایر منابع سازمان، ایجاد کرده و به خلق ارزش اقدام می‌کند و در نهایت، زمینه و بستر مناسب را برای کارآفرینی در دانشگاه فراهم و تسهیل می‌کند (Davar et al., 2021).

تحقیقات در باره رهبری کارآفرینانه بر این مفهوم تاکید دارند که این نوع رهبری شامل تنظیم اهداف روشن، خلق فرصت‌ها، توانمندسازی افراد، حفظ صمیمیت سازمانی و توسعه سیستم‌های منابع انسانی است (Harrison et al., 2015). کیو کیو و هو ریو (Kyu Kim & Ho Ryu, 2017) معتقدند رهبری کارآفرینانه نوعی از رهبری است که سطوح بالایی از اعتماد و تعامل در سازمان‌ها را در ارتباط با مسئولیت‌های مدیریتی و خلاقیت افزایش می‌دهد و موجب تقویت و گسترش اصلاحات اداری و شیوه‌های مدیریت در سیستم جدید می‌شود. آموزش کارآفرینی به عنوان یکی از ابزارهای کلیدی برای افزایش گرایش کارآفرینی افراد مطرح است. امروزه، در کشورهای پیشرفته آموزش کارآفرینی به یکی از مهم‌ترین و گسترده‌ترین فعالیت‌های دانشگاهی تبدیل شده و در کشور ما نیز در حال گسترش است (Tahmasebi et al., 2017). گرایش به کارآفرینی در آموزش عالی روی تعامل بین دولت، دانشگاه، جامعه و بخش خصوصی تاکید می‌کند (Han & Niosi, 2016). گرایش کارآفرینانه قلب کارآفرینی سازمانی است. شاید به جرات می‌توان گفت که دلیل اصلی این توجه را می‌توان در نقش گرایش کارآفرینانه در بهبود عملکرد و کسب و کار جستجو کرد (Forouzanfar et al., 2012). گرایش کارآفرینانه فرایند خلق راهبرد است که سازمان را به سمت نوآوری پیوسته رهنمون می‌کند. این گرایش به جایگاه‌یابی سازمان در بازار کمک می‌کند و توان پذیرش سرمایه‌گذاری‌های ریسک‌دار را می‌دهد (Zucchella, 2021).

ما در کشوری زندگی می‌کنیم که با توجه به افزایش تعداد افراد جوان و نیاز آن‌ها به داشتن شغل و حرفه، تحقیق و بررسی در رابطه با کارآفرینی و عوامل موثر در بهبود گرایش کارآفرینانه و ایجاد رفتار کارآفرینانه، بالا بردن توانایی ریسک‌پذیری، خلاقیت، هدف‌گرایی، آینده‌نگری، استقلال‌طلبی، مسئولیت‌پذیری و... مورد نیاز می‌باشد (Alami et al., 2022).

به طور کلی گرایش کارآفرینی به تمایل سازمان‌ها برای کشف فرصت‌های جدید بازار اشاره دارد و از طریق تمایل سازمان به قبول نوآوری، ریسک‌پذیری و پیشگامی، رقابت تهاجمی و استقلال ظهور می‌کند (Worm et al., 2017). اما آنچه مسلم است مساله ارتقاء کیفیت کارآفرینی در این برهه زمانی بسیار حائز اهمیت می‌باشد.

در تحقیقات پیشین نقش آموزش در کارآفرینی مشخص شده است که می‌تواند باعث شکل‌گیری فرهنگ کارآفرینی نیز گردد. اما هنوز نقش رهبری کارآفرینانه در این ارتباط مشخص نیست که تا چه اندازه به گرایش کارآفرینی کارکنان تاثیر خواهد داشت. در نتیجه پژوهش حاضر، با هدف بررسی رابطه علی آموزش کارآفرینانه با فرهنگ کارآفرینانه و رهبری کارآفرینانه با میانجی‌گری نقش گرایش کارآفرینانه دانشگاه آزاد اسلامی منطقه 2 انجام شد.

روش پژوهش

پژوهش حاضر بر مبنای هدف از نوع کاربردی و از حیث روش پژوهش از نوع همبستگی از شاخه مدل‌یابی معادلات ساختاری است. همچنین با توجه به این که مبنای داده‌های گردآوری شده از نوع کمی بوده، از لحاظ کنترل متغیرها غیر آزمایشی می‌باشد. جامعه آماری مورد مطالعه در پژوهش حاضر شامل کلیه اعضای هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی (منطقه 2) می‌باشد. تعداد کل اعضاء هیئت علمی 1200 نفر است. روش نمونه‌گیری در پژوهش حاضر روش تصادفی طبقه‌ای می‌باشد. از شهرهای ارومیه، خوی و مهاباد به تناسب زیر گروه‌های مختلف انتخاب شده‌اند. از آنجا که روش‌شناسی مدل‌یابی معادلات ساختاری، تا حدود زیادی با برخی از جنبه‌های رگرسیون چند متغیری شباهت دارد، می‌توان از اصول تعیین حجم نمونه در تحلیل رگرسیون چند متغیری برای تعیین حجم نمونه مدل‌یابی معادلات ساختاری استفاده نمود. از این تعداد با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای، تعداد 280 نفر به عنوان نمونه پژوهش انتخاب شدند. برای گردآوری اطلاعات از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد. این پرسشنامه دارای 64 گویه در مقیاس طیف لیکرت پنج درجه‌ای بوده و از چهار مولفه آموزش



کارآفرینانه، فرهنگ کارآفرینانه، رهبری کارآفرینانه و گرایش کارآفرینانه تشکیل شده بود. به منظور تعیین روایی پرسشنامه‌ها از روایی محتوا استفاده شد و پرسشنامه‌ها به تایید اساتید دانشگاهی و متخصصین این حوزه رسید و اصلاحات لازم صورت پذیرفت. و نتایج حاصل از بررسی اعتبار پرسشنامه، ضریب آلفای کرونباخ را به ترتیب برای مولفه‌های آموزش کارآفرینانه، فرهنگ کارآفرینانه، رهبری کارآفرینانه و گرایش کارآفرینانه برابر 0/75، 0/82، 0/74، 0/84 بدست آمد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها در سطح توصیفی از شاخص‌های گرایش مرکزی و پراکندگی و برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از الگوی مدل سازی معادلات ساختاری به شیوه حداکثر درست نمایی استفاده گردید. تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم افزارهای spss²⁶ و AMOS²⁴ انجام شد.

یافته‌ها

جدول زیر شاخص‌های توصیفی کل اعضاء هیئت علمی را به تفکیک متغیرهای پژوهش نشان می‌دهد.

جدول 1

شاخص‌های توصیفی متغیرهای پژوهش

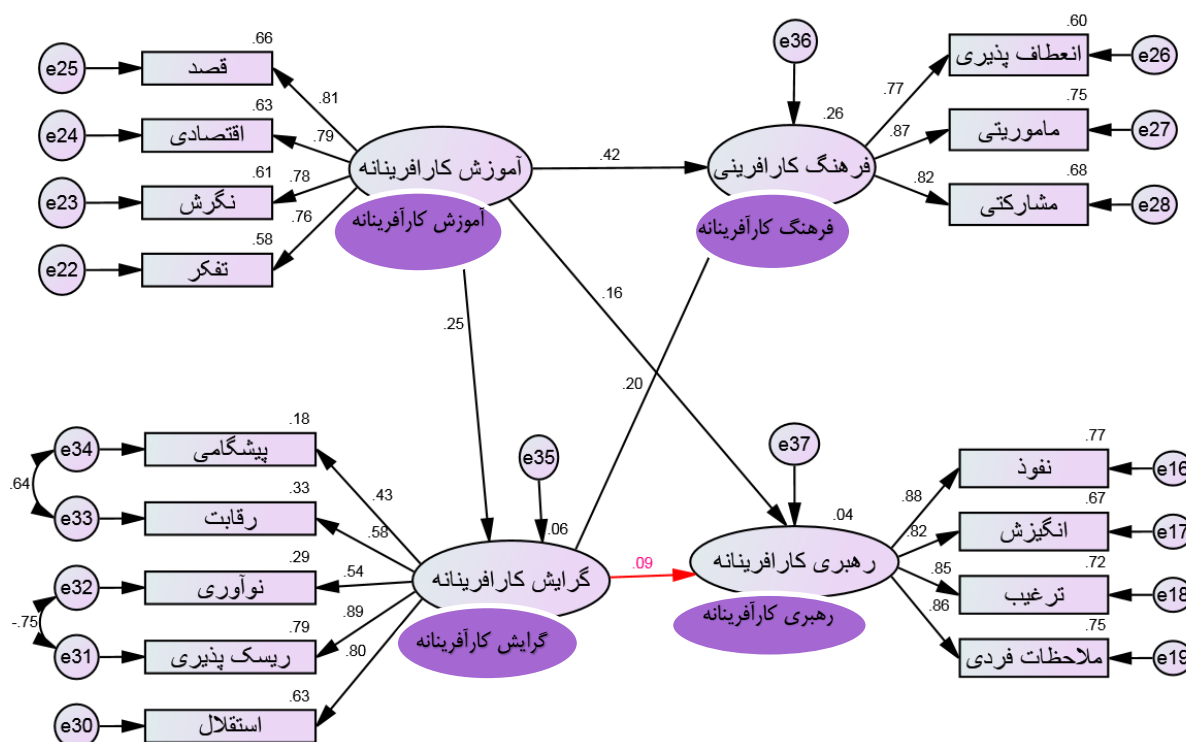
متغیر مکنون	عوامل	میانگین	انحراف معیار	کجی	کشیدگی	حداقل	حداکثر
گرایش	استقلال طلبی	۲/۰۳	۰/۷۰	۱/۷۵	۱/۱۶	۱/۱۷	۵/۰۰
کارآفرینانه	رقابت تهاجمی	۲/۲۵	۰/۶۵	۰/۶۸	۰/۱۲	۱/۰۰	۲/۲۵
	پیشگامی	۲/۲۱	۰/۶۸	۱/۰۴	۰/۸۸	۱/۲۵	۴/۵۰
	نوآوری	۲/۲۱	۰/۶۷	۱/۰۶	۱/۲۷	۱/۰۰	۵/۰۰
	ریسک پذیری	۲/۱۴	۰/۶۵	۱/۰۰	۱/۰۴	۱/۰۰	۴/۰۰
آموزش	قصد کارآفرینی	۱۲/۵۸۲	۴/۱۴۹	-۱/۶۶	-۱/۶۶	۱/۰۰	۱۹/۰۰
کارآفرینانه	ساختار اقتصادی	۱۴/۰۹	۵/۱۹	-۱/۱۱	-۱/۵۱	۳/۰۰	۲۵/۰۰
	نگرش کارآفرینانه	۱۶/۰۸	۵/۵۲	-۱/۲۱	-۱/۶۸	۴/۰۰	۲۶/۰۰
	تفکر کارآفرینانه	۱۱/۸۹	۴/۳۲	-۱/۲۲	-۱/۴۲	۱/۰۰	۲۰/۰۰
فرهنگ	انعطاف پذیری	۱۵/۸۷	۴/۴۰	-۱/۳۵	-۱/۱۹	۴/۰۰	۲۴/۰۰
کارآفرینانه	ماموریتی	۱۴/۱۹	۵/۲۱	-۱/۳۴	-۱/۵۸	۱/۰۰	۲۴/۰۰
	مشارکتی	۱۸/۲۳	۵/۵۲	-۱/۲۲۹	-۱/۸۵۳	۵/۰۰	۲۷/۰۰
رهبری	نفوذآرمانی	۳۷/۳۳	۸/۲۵	-۱/۱۶	-۱/۰۱	۱۵/۰۰	۶۱/۰۰
کارآفرینانه	انگیزش الهام‌بخش	۴۸/۱۷	۸/۹۹	-۱/۵۸	-۱/۳۴	۲۰/۰۰	۶۵/۰۰
	ترغیب ذهنی	۴۴/۴۴	۸/۲۷	-۱/۳۱	-۱/۲۴	۲۲/۰۰	۵۹/۰۰
	ملاحظات فردی	۴۴/۴۰	۹/۲۴	-۱/۶۷	-۱/۸۵	۱۶/۰۰	۶۲/۰۰

میانگین‌های به دست آمده در متغیرهای استقلال طلبی، رقابت تهاجمی، پیشگامی، نوآوری و ریسک‌پذیری به ترتیب 2/03، 2/25، 2/21، 2/21، 2/14 بوده و انحراف معیار به دست آمده برای این متغیرها به ترتیب برابر 0/70، 0/65، 0/68، 0/67، 0/65 بود. برای بررسی نرمال بودن توزیع متغیرها از شاخص‌های کجی و کشیدگی استفاده شد. میزان شاخص‌های کجی در متغیرهای استقلال طلبی، رقابت تهاجمی، پیشگامی، نوآوری و ریسک‌پذیری به ترتیب 1/75، 0/68، 1/03، 1/06، 1/00 بوده و میزان شاخص کشیدگی آن‌ها به ترتیب 1/16، 0/11، 0/88، 1/27، 1/04 بود. همان گونه که مشاهده می‌شود دامنه شاخص‌های کجی و کشیدگی بین 2+ تا 2- قرار دارند و این مساله نشان دهنده

نرمال بودن توزیع داده‌های مربوط به متغیرها است. حداقل نمره به دست آمده در متغیرهای استقلال طلبی، رقابت تهاجمی، پیشگامی، نوآوری و ریسک‌پذیری به ترتیب برابر 1/17، 1/25، 1، 1، و حداکثر نمره کسب شده به ترتیب برابر 5، 2/25، 4/50، 4 می‌باشد. مدل مفهومی ارائه شده در این پژوهش که بر اساس مبانی نظری تدوین شد. از طریق مدل‌سازی معادلات ساختاری مورد تحلیل قرار گرفت. در شکل زیر، مدل ساختاری پژوهش ارائه شده است.

شکل 1

مدل ساختاری پژوهش در حالت بنای استاندارد



در جدول زیر شاخص‌های برازش مدل ارائه شده است:

جدول 2

شاخص‌های برازندگی مدل پژوهش

شاخص‌های برازندگی	χ^2	df	χ^2/df	RMSEA	GFI	AGFI	IFI	TLI	CFI
مدل اولیه	307/64	99	3/10	0/0878	0/886	0/84	0/91	0/89	0/91
مدل اصلاح شده	142/96	97	1/4	0/04	0/942	0/92	0/98	0/97	0/98
مقدار قابل قبول	نزدیک به صفر	-	زیر 3	<0/0	>0/90	>0/80	>0/90	>0/90	>0/90



شاخص‌های برازندگی مدل اولیه در جدول فوق نشان می‌دهد که بعضی از شاخص‌ها همچون RMSEA، حداقل مقدار قابل قبول را کسب نکرده‌اند. اما به مقادیر قابل قبول بسیار نزدیک هستند. به همین دلیل شاخص‌های اصلاحی پیشنهادی نرم افزار مد نظر قرار گرفت و با اضافه کردن دو کوواریانس خطا (e33 با e34 و e31 با e32) که مبنای منطقی و آماری داشتند همه شاخص‌های برازش در محدوده مقدار قابل قبول قرار گرفتند و برازش مدل تایید می‌شود.

جهت تحلیل داده‌ها از روش مدل‌یابی معادلات ساختاری استفاده شد. در جدول زیر ضرایب غیراستاندارد و استاندارد پیش بین مدل بر متغیر وابسته اصلی و متغیر وابسته میانی ارائه شده است:

جدول 3

نتایج ضرایب مسیر مربوط به متغیرهای موجود در مدل

پارامتر استاندارد شده	ضریب مسیر (استاندارد نشده)	خطای استاندارد برآورد	آماره	sig
آموزش کارآفرینانه بر فرهنگ کارآفرینانه	۰/۴۲	۰/۰۷	۵/۷۳	۰/۰۰۱
آموزش کارآفرینانه بر گرایش کارآفرینانه	۰/۵۲	۰/۱۳	۳/۹۶	۰/۰۰۱
آموزش کارآفرینانه بر رهبری کارآفرینانه	۰/۳۱	۰/۱۵	۲/۰۸	۰/۰۳۷
گرایش کارآفرینانه بر فرهنگ کارآفرینانه	۰/۱۱	۰/۰۳	۲/۸۷	۰/۰۰۴
گرایش کارآفرینانه بر رهبری کارآفرینانه	۰/۱۳	۰/۰۸	۱/۸۱	۰/۰۷۰

با توجه به جدول 3 اثر مستقیم استاندارد شده آموزش کارآفرینانه بر فرهنگ کارآفرینانه 0/41 است. آماره متناظر با این تاثیر نیز برابر 5/73 بوده و سطح معناداری آن 0/001 است. چون سطح معناداری آن کمتر از 0/05 است. لذا با توجه به این نتیجه، آموزش کارآفرینانه بر فرهنگ کارآفرینانه دانشگاهی تاثیر مستقیم معناداری دارد.

با توجه به جدول 3 اثر مستقیم استاندارد شده آموزش کارآفرینانه بر گرایش کارآفرینانه 0/29 است. آماره متناظر با این تاثیر نیز برابر 3/97 بوده و سطح معناداری آن 0/001 است. چون سطح معناداری آن کمتر از 0/05 است. لذا با توجه به این نتیجه، آموزش کارآفرینانه بر گرایش کارآفرینانه تاثیر مستقیم معناداری دارد.

با توجه به جدول 3 اثر مستقیم استاندارد شده آموزش کارآفرینانه بر رهبری کارآفرینانه بر اجرا 0/14 است. آماره متناظر با این تاثیر نیز برابر 2/08 بوده و سطح معناداری آن 0/037 است. چون سطح معناداری آن کمتر از 0/05 است. لذا با توجه به این نتیجه، آموزش کارآفرینانه بر رهبری کارآفرینانه تاثیر مستقیم معناداری دارد.

با توجه به جدول 3 اثر مستقیم استاندارد شده گرایش کارآفرینانه بر فرهنگ کارآفرینانه برابر 0/19 است. آماره متناظر با این تاثیر نیز برابر 2/87 بوده و سطح معناداری آن 0/004 است. چون سطح معناداری آن کمتر از 0/05 است. لذا با توجه به این نتیجه، گرایش کارآفرینانه بر فرهنگ کارآفرینانه تاثیر مستقیم معناداری دارد.

با توجه به جدول 3 اثر مستقیم استاندارد گرایش کارآفرینانه بر رهبری کارآفرینانه 0/13 است. آماره متناظر با این تاثیر نیز برابر 1/81 بوده و سطح معناداری آن 0/087 است. چون سطح معناداری آن بیشتر از 0/05 است. لذا با توجه به این نتیجه، گرایش کارآفرینانه بر رهبری کارآفرینانه تاثیر مستقیم معناداری ندارد و این فرضیه فرعی تایید نمی‌شود.

برای بررسی نقش میانجی گرایش کارآفرینانه از ضرایب غیرمستقیم بین متغیرهای پیش بین و ملاک استفاده شد. برای این کار از روش بوت استرپ (خودگردان سازی) استفاده شد. در جدول زیر ضرایب استاندارد غیرمستقیم، حدود اطمینان 95 درصدی و معناداری ضرایب غیرمستقیم ارائه شده است:

جدول 4

اثرات استاندارد غیرمستقیم آموزش کارآفرینانه با میانجی گری گرایش آفرینانه بر فرهنگ و رهبری کارآفرینانه

از متغیر مکنون	از طریق متغیر میانجی	به متغیر	اثر غیر مستقیم	sig	حد پایین ۹۵٪	حد بالا ۹۵٪
آموزش کارآفرینانه	گرایش کارآفرینانه	فرهنگ کارآفرینانه	۰/۰۵	۰/۰۰۶	۰/۲۷	۰/۱۱۷
آموزش کارآفرینانه	گرایش کارآفرینانه	رهبری کارآفرینانه	۰/۰۳	۰/۰۵	۰/۰۰۳	۰/۰۹۸

بر اساس داده‌های جدول فوق ضریب غیرمستقیم بین آموزش کارآفرینانه و فرهنگ کارآفرینانه از طریق متغیر میانجی گرایش کارآفرینانه از لحاظ آماری معنادار است، لذا نقش میانجی معنای زندگی در ارتباط این دو متغیر تایید می‌شود. بر اساس داده‌های جدول 4 ضریب غیرمستقیم بین آموزش کارآفرینانه و رهبری کارآفرینانه از طریق متغیر میانجی گرایش کارآفرینانه از لحاظ آماری معنادار نیست ($\text{sig}=0/057$)، بنابراین نقش میانجی گرایش کارآفرینانه در ارتباط این دو متغیر تایید نمی‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج پژوهش نشان داد که آموزش کارآفرینانه بر فرهنگ کارآفرینانه دانشگاهی تاثیر مستقیم و معناداری دارد. این نتایج با یافته‌های پژوهش‌های قبلی همسویی دارد (Nabi et al., 2018; Neneh, 2022; Obaje, 2024; Peter et al., 2021; Porgoo et al., 2021; Pour Atashi, 2017; Puyana et al., 2019; Rafiana, 2023).

یکی از گام‌های اساسی برای توسعه کارآفرینی توجه به امر آموزش متناسب با نیاز روز صنایع است. از طرف دیگر جذب فارغ-التحصیلان دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی کشور در بازار کار منوط به داشتن توانایی‌ها و ویژگی‌هایی است که بخشی از آن‌ها باید در طول دوران تحصیل ایجاد گردد. با این حال می‌توان اذعان کرد که فرهنگ سازی کارآفرینی همانا توسعه و تقویت روحیه کارآفرینی و آموزش آن در دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی است فرهنگ کارآفرینی و ارزش‌های کارآفرینی در درون هر دانشگاه ترویج و توسعه یابد. فرهنگ کارآفرینی می‌تواند تاثیر قوی بر روی رویکرد و جهت‌گیری کارآفرینی و رفتارهای کارآفرینی پژوهشگران، دانشجویان و کارکنان دانشگاه داشته باشد. آموزش کارآفرینی مکمل فرهنگ کارآفرینی است (Peter et al., 2021). امروزه تصور می‌شود که بنا به تغییر جامعه، رفتار کارآفرینانه برای همه افراد در زندگی کاری ضروری است. آموزش کارآفرینی بخشی از توسعه کلی آموزش است. این شامل اصلاح فرهنگ دانشگاه است به طوری که روحیه کارآفرینانه به طور کلی در دانشگاه منعکس و در واقع دانشگاه کارآفرین نمود پیدا می‌کند (Tiberius & Weyland, 2024). فرهنگ و آموزش کارآفرینی مانند دو سیستم باز بر یکدیگر تاثیر می‌گذارند به طوری که افزایش آموزش کارآفرینی باعث ترقی شاخص‌های فرهنگ کارآفرینی و در نتیجه رشد و تعالی کارآفرینی و نهادینه شدن فرهنگ آن می‌شود و از سوی دیگر با رشد فرهنگ کارآفرینی سطح آموزش کارآفرینی نیز تغییر یافته و این تعامل سبب رشد و توسعه اقتصادی می‌شود.



نتایج نشان داد که آموزش کارآفرینانه بر رهبری کارآفرینانه تاثیر مستقیم معناداری دارد (Motamedi Nia et al., 2024; Nili Ahmad Abadi & Feyzi, 2024; Obaje, 2024; Rafiana, 2023; Sahu, 2023; Tiberius & Weyland, 2024; Valipour et al., 2024; Zhu et al., 2023).

نتایج این بخش از تحقیق با یافته‌های مطالعات مختلفی همخوانی دارد. موفقیت تلاش‌های کارآفرینانه به میزان زیادی به آموزش کارآفرینانه بستگی دارد. آماده سازی دانشجویان جوان جهت موفقیت در ورود به مسیر شغلی آتی و رهبری کارآفرینانه در بازار جهانی و افزایش ظرفیت توسعه فرهنگ کارآفرینانه از مهم‌ترین وظایف دانشگاه‌ها به شمار می‌روند. نتایج مطالعه نشان داد آموزش کارآفرینانه بر گرایش کارآفرینانه تاثیر مستقیم و معناداری دارد. این نتایج با یافته‌های پژوهش‌های قبلی همسویی دارد (Barari Paein Lemoki et al., 2023; Brás et al., 2023; Lopes et al., 2023; Mostafa Zadeh et al., 2023; Obaje, 2024; Rafiana, 2023; Valipour et al., 2024). آموزش و گرایش کارآفرینانه با هدف ارائه دانش کارآفرینی، انتقال مهارت‌های کارآفرینی و نحوه راه اندازی مشاغل، به طور فزاینده‌ای مورد توجه قرار گرفته است (Moberg, 2021). آموزش کارآفرینی به عنوان یکی از ابزارهای کلیدی برای افزایش گرایش کارآفرینی افراد مطرح است. امروزه، در کشورهای پیشرفته آموزش کارآفرینی به یکی از مهم‌ترین و گسترده‌ترین فعالیت‌های دانشگاهی تبدیل شده و در کشور ما نیز در حال گسترش است. در واقع، آموزش کارآفرینی فعالیتی به شمار می‌آید که بر سطح گرایش‌ها، فعالیت‌ها و اشتیاق کارآفرینانه تأثیر می‌گذارد و این امر بر توسعه کسب و کارهای جدید در اقتصاد مؤثر است. ظهور جامعه کارآفرینانه در جامعه از طریق آموزش کارآفرینی منعکس می‌گردد، چرا که این نوع آموزش، نگرش کارآفرینانه را تشویق می‌کند (Möttönen & Tunkkari-Eskelinen, 2020). نتایج بررسی نشان داد گرایش کارآفرینانه بر فرهنگ کارآفرینانه تاثیر مستقیم و معناداری دارد. نتایج این تحقیق با نتیجه پژوهش‌های قبلی همخوانی دارد (Alami et al., 2022; Ghafrani et al., 2022; Islamzadeh et al., 2021; Jafari Karafestani et al., 2021; Moberg, 2021; Morandi et al., 2022; Pati et al., 2021; Tabatabaei et al., 2021; Zucchella, 2021) و در این زمینه می‌توان اذعان نمود که گرایش کارآفرینانه دانشگاه مفهومی چند بعدی محسوب می‌شود و به عنوان یک سازه کلی متشکل از پنج شاخص استقلال‌طلبی، رقابت‌تأجمی، پیشگامی، ریسک‌پذیری و نوآوری بوده و بایستی در برنامه‌ریزی به منظور توسعه کارآفرینی همه شاخص‌ها به صورت جامع و نظام‌مند مورد توجه جدی قرار گیرند. چنان‌چه گرایش کارآفرینی طی سال‌های مختلف تحصیل شود باعث ارتقای فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه‌های کشور انجام پذیرد، می‌تواند عامل مهمی برای شکل‌گیری روحیه، ارزش‌ها و باورهای دانشجویان برای نیل به امر خطیر کارآفرینی باشد. یافته‌های پژوهش نشان داد گرایش کارآفرینانه بر رهبری کارآفرینانه تاثیر مستقیم و معناداری دارد. این نتایج با تحقیقات پیشین هماهنگ دارند (Davar et al., 2021; Islamzadeh et al., 2021; Jafari Karafestani et al., 2021; Moberg, 2021; Pati et al., 2021; Towers et al., 2020; Wolff & Ehrström, 2020; Tabares et al., 2020). سازمان‌ها با توجه به گرایش کارآفرینانه، می‌توانند بر چالش‌ها غلبه کرده و خود را با محیطی رقابتی و پیچیده آماده کنند. و رهبری کارآفرینانه است که می‌تواند شرایطی را برای کارکنان به وجود بیاورد که کارکنان احساس خلاقیت و نوآوری و استقلال‌طلبی و فرصت‌های کارآفرینانه ایجاد کرده و از این طریق باعث پیشرفت و تغییر و تحول در دانشگاه شوند. وقتی در دانشگاهی برای تعهد ارزش قائل هستند، ریسک و خطرات را می‌پذیرند، اعضاء استقلال عمل دارند، قادر به ارزش آفرینی هستند و این علم و توانایی را دارند که هنجارها و ارزش‌هایی که به رفع مشکلات جامعه کمک می‌کند را بی‌آفرینند. سازمان‌هایی که گرایش کارآفرینانه بالاتری دارند، عملکرد بهتری نیز از خود نشان می‌دهند.

نتایج پژوهش نشان داد که آموزش کارآفرینانه با میانجی‌گری گرایش آفرینانه بر فرهنگ کارآفرینانه تاثیر غیر مستقیم و معناداری دارد. نتایج حاصل از این تحقیقات با مطالعات قبلی تطابق دارد (Islamzadeh et al., 2021; Moberg, 2021; Modarresi Sarizdi et al., 2020; Montiel et al., 2020; Möttönen & Tunkkari-Eskelinen, 2020; Tabatabaei et al., 2021; Zucchella, 2021). دانشگاه‌ها پتانسیل این را دارند که در همه زمینه‌های تحقیق، آموزش، خلاقیت و نوآوری و در جهت فرهنگ‌سازی و فعالیتهای اجتماعی پیشرو باشند (Wolff & Ehrström, 2020). می‌توان اظهار داشت که آموزش کارآفرینانه با عوامل فرهنگ کارآفرینی ارتباط نزدیکی دارد. در واقع، هر چقدر جامعه‌ای از نظر فرهنگی آمادگی پذیرش کارآفرینی را داشته باشد، بیشتر به آموزش کارآفرینی روی می‌آورد. بدیهی است که توجه به آموزش کارآفرینانه به ارتقای فرهنگ کارآفرینانه منجر می‌شود. می‌توان گفت که عامل فرهنگی باور بر این عنصر استوار است که فرد به دانش و توانمندی‌های خود اعتماد دارد. در واقع، افرادی که به انجام دادن کاری باور داشته باشند، به احتمال بیشتری آموزش‌های لازم را در حیطه‌ای خاص کسب می‌کنند؛ بنابراین، این افراد در کارآفرینی نمرات بالاتری کسب می‌کنند. آموزش کارآفرینانه با تحلیل اجزای فرایند کارآفرینی، کارآفرینان را به سوی مخاطره آمیزی، مسئولیت‌پذیری، همدلی، تعاون و دیگر اجزای مرتبط با کارآفرینی هدایت می‌کند، به نحوی که با تغییر روحیه، اهداف، ارزش‌ها و باورها، امر خطیر کارآفرینی در رفتار کاری آنان نهادینه می‌شود و فرهنگ کارآفرینی از این طریق ارتقا می‌یابد.

نتایج مطالعه حاکی از آن است که آموزش کارآفرینانه با میانجی‌گری گرایش آفرینانه بر رهبری کارآفرینانه تاثیر غیر مستقیم و معناداری دارد. طبق نتایج به دست آمده با نتیجه تحقیقات قبلا انجام شده همسویی وجود ندارد. دانشگاه‌ها از طریق آموزش کارآفرینانه، در میان دانشجویان خلاقیت و نوآوری را آموزش می‌دهند و پژوهش‌ها متعددی نقش مثبت و رابطه مثبت گرایش کارآفرینانه با رهبری کارآفرینانه را تایید می‌کند (Ghafrani et al., 2022; Morandi et al., 2022).

تحقیق حاضر نیز در فرایند تدوین مدل مفهومی، گردآوری و تعمیم داده‌ها از محدودیت‌های متعددی برخوردار بوده که از اهم آن‌ها می‌توان به موارد زیر اشاره نمود: با وجود تعدد مناطق دانشگاه آزاد اسلامی، فرایند مطالعه موردی این پژوهش فقط در منطقه 2 صورت گرفته است که این امر، بخشی از محدودیت‌های پژوهش در فرایند پیاده‌سازی مدل و قابلیت تعمیم آن محسوب می‌گردد. در بررسی عوامل و مؤلفه‌های مؤثر در فرهنگ کارآفرینانه و آموزش کارآفرینانه و گرایش و رهبری کارآفرینانه دانشگاه، علاوه بر متغیرهایی که در این پژوهش مورد ارزیابی و اندازه‌گیری قرار گرفته‌اند، متغیرهای متعدد دیگری نیز ممکن است اثر داشته باشند که امکان کنترل تمامی این متغیرها از سوی پژوهشگر میسر نبود و به همین جهت پژوهش با محدودیت حاصل از شرایط اجرای تحقیق همراه است. لذا تفسیر نتایج با در نظر گرفتن وضعیت موجود و اثر متغیرهای ناخواسته باید صورت گیرد.

نتایج حاصل از پژوهش بیانگر کاربردپذیری و قابلیت اطمینان بین آموزش کارآفرینانه بر فرهنگ کارآفرینانه، گرایش کارآفرینانه و رهبری کارآفرینانه دارد. و همچنین گرایش کارآفرینانه بر فرهنگ کارآفرینانه بین اعضای هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی منطقه 2 است. بنابراین سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان سازمان‌های آموزشی می‌توانند از نتایج این پژوهش در جهت تدوین راهبردهای و راهکارهایی برای ارتقاء فعالیت‌های کارآفرینانه در دانشگاه آزاد اسلامی بهره گیرند. برای گسترش دانشگاه کارآفرینانه در عصر آموزش عالی راهکارهای زیر پیشنهاد می‌شود.

- بر اساس نتایج پژوهش حاضر یک مدل مفهومی جهت ارتقاء وضعیت موجود طراحی گردید، نتایج نشان داد که مدل ارائه شده توسط پژوهشگر تناسب بالایی با ویژگی‌های منحصر به فرد دانشگاه دارد. لذا پیشنهاد می‌شود زمینه و بستر لازم برای به کارگیری مدل پیشنهادی جهت ارتقاء فعالیت‌های کارآفرینانه در دانشگاه آزاد اسلامی فراهم شود.



- پیشنهاد می‌شود، برای بیشترین بهره‌وری از افرادی که جذب دانشگاه می‌شوند، باید فرصت آموزش‌های لازم برای آن‌ها فراهم شود. بنابراین، با توجه به ارائه برنامه‌های آموزش کارآفرینانه و تدوین محتوای کارآفرینان در برنامه‌های درسی دانشگاه باید در اولویت برنامه مدیریت منابع انسانی دانشگاه قرار گیرد. این موضوع می‌تواند در ایجاد انگیزه لازم برای پرداختن به فعالیت کارآفرینانه در دانشگاه مؤثر باشد. و با توجه به پیچیدگی‌های حاکم بر سیستم دانشگاه‌ها، نقش مدیریت و رهبری به منزله عنصر کلیدی و هسته عمده تصمیم‌گیری در سیاست‌گذاری‌ها مورد توجه قرار گیرد و در برنامه انتصاب مدیران با ویژگی‌های رهبری کارآفرینانه توجه شود. همچنین، مؤسسات آموزش عالی به منظور تحقق و توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌ها به نقش فرهنگ و گرایش کارآفرینانه توجه کنند و جهت ایجاد فرهنگ کارآفرینانه زمینه‌های لازم را به گونه‌ای فراهم آورند که دانشجویان و استادان و کارکنان بتوانند هویت کارآفرینی را در خود ایجاد کنند. برگزاری جشنواره‌ها و همایش‌ها و... برنامه‌های فرهنگ کارآفرینانه، و تغییرگرایش کارآفرینانه و طرز تفکر افراد، کارکنان و جامعه را می‌توان از جمله اقدامات فرهنگ‌سازی نام برد. کارکنان دانشگاهی نیز باید اهمیت نوآوری و کارآفرینی را درک کنند تا بتوانند مشوق دانشجویان باشند. با تشویق فرهنگ کارآفرینانه و همین‌طور بازبینی آئین‌نامه، جهت‌گیری فعالیت‌های تحقیقاتی، به‌کارگیری روش‌های نوین یاددهی - یادگیری و هم چنین تشویق فعالیت‌های بین رشته‌ای و ایجاد زمینه مناسب برای خلاقیت اعضای هیات علمی فراهم شود.

تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچ‌گونه تضاد منافی وجود ندارد.

مشارکت نویسندگان

در نگارش این مقاله تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.

موازن اخلاقی

در انجام این پژوهش تمامی موازن و اصول اخلاقی رعایت گردیده است.

شفافیت داده‌ها

داده‌ها و مآخذ پژوهش حاضر در صورت درخواست از نویسنده مسئول و ضمن رعایت اصول کپی رایت ارسال خواهد شد.

حامی مالی

این پژوهش حامی مالی نداشته است.

References

- Aghaei Ghaleche, S. (2023). Maintenance of Employees and Its Impact on Organizational Performance with the Moderation of Sustainable Competitive Advantage. *Dynamic Management and Business Analysis*, 1(1), 45-58. <https://doi.org/10.22034/dmbaj.2024.2022641.1012>
- Alami, F., Hosseini, R., & Hosseini, R. (2022). Investigating the Role of Schools Principals' Entrepreneurial Attitude on Their Job Performance. *Journal of School administration*, 9(4), 163-145. https://jsa.uok.ac.ir/article_61956_f2f6eb750a3c2ff5fa9638390efa7a9b.pdf

- Alizadeh Majd, A. R., Badizadeh, A., Hosseini, S. R., Saeednia, H. R., & Alirezaei, A. (2018). Explaining the role of culture in creating an entrepreneurial university. *Quarterly Journal of Iranian Cultural and Communication Studies*, 14(51), 265-286. <https://civilica.com/doc/1203860/>
- Asadzadeh, F., Eftekharzadeh, S. F., Akrami, M., & Khorshidi, A. (2018). Entrepreneurial-based academic leadership. *Public Management Research*, 11(41), 165-189. <https://www.sid.ir/paper/380987/fa>
- Barari Paein Lemoki, S., Tabari, M., & Matani, M. (2023). Explain the role of university green entrepreneurial orientation in shaping the green creativity of entrepreneurial students. *Journal of Entrepreneurship Development*, 16(1), 47-59. <https://doi.org/10.22059/jed.2022.335889.653878>
- Brás, G. R., Daniel, A. D., & Fernandes, C. (2023). The Effect of Proximal Personality Traits on Entrepreneurial Intention Among Higher Education Students. *International Journal of Innovation Science*, 16(1), 114-137. <https://doi.org/10.1108/ijis-10-2022-0198>
- Davar, T., Safarian Hamadani, S., & Zamani, F. (2021). Identifying the dimensions and components of entrepreneurial leadership and its impact on organizational entrepreneurship in Saipa Company. *Journal of Social Sciences, Ferdowsi University of Mashhad*, 18(1), 319-344. <https://www.sid.ir/paper/1117027/fa>
- Forouzanfar, H., Forouzanfar, H., & Barouj, S. (2012). *Entrepreneurship with organizational entrepreneurial orientation: A managerial and psychological approach*. Iran Industrial Training and Research Center. <https://www.gisoom.com/book/1855065/>
- Ghafrani, N., Hosseini, S. R., & Mousakhani, M. (2022). Designing a model for entrepreneurial schools based on the development of entrepreneurial competencies in secondary education. *Entrepreneurship Development Quarterly*, 15(1), 141-160. <https://www.sid.ir/paper/1009235/fa>
- Han, X., & Niosi, J. (2016). Star scientists in PV technology and the limits of academic entrepreneurship. *Journal of Business Research*, 69(5), 1707-1711. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.10.042>
- Harrison, R. C., Leitch, C., & McAdam, M. (2015). Breaking glass: Toward a gendered analysis of entrepreneurial leadership. *Journal of Small Business Management*, 53(3), 693-713. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12180>
- Islamzadeh, A., Hadizadeh, M., & Mortazavi, S. S. (2021). Realization of online entrepreneurial education based on new digital technologies in Iran with a scenario-writing approach. *Entrepreneurship Development*, 14(3), 481-500. <https://elmnet.ir/author/%D9%85%D8%B1%D8%AA%D8%B6%DB%8C-%D9%87%D8%A7%D8%AF%DB%8C-%D8%B2%D8%A7%D8%AF%D9%87>
- Jafari Karafestani, Z., Siadat, S. A., & Salehi Omran, E. (2021). Sustainability management: Presenting a paradigmatic model for sustainable higher education development in public universities of Mazandaran. *Executive Management Research Journal*, 14(17), 627-660. https://jem.journals.umz.ac.ir/article_3957.html
- Kyu Kim, Y., & Ho Ryu, M. (2017). Towards entrepreneurial organization: From the case of organizational process innovation in Naver. *Procedia Computer Science, Leadership & Organizational Studies*(4), 663-670. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2017.11.421>
- Leitch, C., & Volery, T. (2017). Entrepreneurial leadership: Insights and directions. *International Small Business Journal*, 35(2), 147-156. <https://doi.org/10.1177/0266242616681397>
- Lopes, J. M., Suchek, N., & Gomes, S. (2023). The antecedents of sustainability-oriented entrepreneurial intentions: An exploratory study of Angolan higher education students. *Journal of Cleaner Production*, 136236. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.136236>
- Mehdi, R., & Shafiei, M. (2019). The role and capacity building of fourth-generation universities for local and regional development. *Industry and University Journal*, 10(35), 1-22. <https://civilica.com/doc/1863013/>
- Moberg, S. K. (2021). Online-based Entrepreneurship Education-ITS Role and effects: a randomised controlled trial about the effects of an online Entrepreneurship programme based on role models. *Journal of Entrepreneurship Education*, 24(2), 1-27. <https://www.researchgate.net/publication/349532648>
- Modarresi Sarizdi, S. J., Abbas Pour, A., Sokhri, K., & Ghiasi Nadooshan, S. (2020). Identifying organizational factors affecting entrepreneurial universities (with a meta-synthesis approach). *Organizational Culture Management*, 18(3), 425-456. https://journals.ut.ac.ir/article_73769.html
- Mohammadinezhad, S., & Sharifzadeh, M. (2017). Agricultural entrepreneurship orientation: Is academic training a missing link? *Education+ Training*, 59, 856-870. <https://doi.org/10.1108/ET-10-2016-0156>
- Montiel, I., Delgado-Ceballos, J., Ortiz-de-Mandojana, N., & Antolin-Lopez, R. (2020). New ways of teaching: using technology and mobile apps to educate on societal grand challenges. *Journal of Business Ethics*, 161(2), 243-251. <https://doi.org/10.1007/s10551-019-04184-x>
- Moradpour, Z., Madhooshi, M., Safaie, A. H., & Yahyazadeh Far, M. (2024). Structural Interpretive Modeling of the Thought Pattern of Successful Entrepreneurs in Iran's Industry. *Dynamic Management and Business Analysis*, 2(4), 212-224. <https://doi.org/10.22034/dmbaj.2024.2035663.2414>
- Morandi, A., Niknami, M., & Taghipour Zaheer, A. (2022). Designing and explaining a model of the impact of entrepreneurial orientation and mission transformation on university entrepreneurial culture (Case study: Islamic Azad University, Region 2). *University Management Quarterly*, 1(3), 101-125. <https://civilica.com/doc/1839551/>



- Mostafa Zadeh, F., Haghighat Monfared, J., & Keramati, M. A. (2023). Presenting an Interpretive Structural Framework for Entrepreneurship Development in Higher Education with Social and Economic Consequences (Case study: University Central Tehran Branch). *Political Sociology of Iran*, 5(11), 244-263. <https://doi.org/10.30510/psi.2022.331232.3153>
- Motamedi Nia, Z., Movahed Mohammadi, S. H., Alambeygi, A., & Mahdizadeh, H. (2024). Elements of the Isenberg Entrepreneurial Ecosystem Model in the Context of Agricultural Higher Education. *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research*, 55(1). https://ijaedr.ut.ac.ir/article_81833.html?lang=en
- Möttönen, T., & Tunkkari-Eskelinen, M. (2020). Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Ecosystems. In *Finnish Entrepreneurs: From Freedom of Occupation to the Entrepreneurial Society* (Vol. 1, pp. 83-112). <https://jyx.jyu.fi/handle/123456789/72440?locale-attribute=en>
- Nabi, G., Walmsley, A., Liñán, F., Akhtar, I., & Neame, C. (2018). Does entrepreneurship education in the first year of higher education develop entrepreneurial intentions? The role of learning and inspiration. *Studies in Higher Education*, 43(3), 452-467. <https://doi.org/10.1080/03075079.2016.1177716>
- Neneh, B. N. (2022). Entrepreneurial passion and entrepreneurial intention: the role of social support and entrepreneurial self-efficacy. *Studies in Higher Education*, 47(3), 587-603. <https://doi.org/10.1080/03075079.2020.1770716>
- Nili Ahmad Abadi, M., & Feyzi, A. (2024). Theoretical and research foundations of artificial intelligence in entrepreneurship education in elementary schools. *Journal of Psychology and Educational Sciences (Negareh Higher Education Institute)*, 125(6), 53-69.
- Obaje, T. (2024). Leveraging Covert Curriculum in the Nurturing of Entrepreneurial Mindsets Among Higher Education Students. *African Journal of Inter/Multidisciplinary Studies*, 6(1), 1-12. <https://doi.org/10.51415/ajims.v6i1.1308>
- Overwien, A., Jahnke, L., & Leker, J. (2024). Can entrepreneurship education activities promote students' entrepreneurial intention? *The International Journal of Management Education*, 22(1), 100928. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2023.100928>
- Pati, R., Ghobadian, A., Nandakumar, M. K., Hitt, M. A., & O'Regan, N. (2021). Entrepreneurial behavior and firm performance: The mediating role of business model novelty. *R&D Management*, 1-17. <https://doi.org/10.1111/radm.12466>
- Peter, F., Eze, S., Osigwe, K., Adeyeye, M., Peter, A., Adeyemi, E., Okolugbo, C., & Asiyanbola, T. (2021). Entrepreneurship Education and Venture Intention of Female Engineering Students in A Nigerian University. *International Journal of Higher Education*, 4(10), 9-20. <https://doi.org/10.5430/ijhe.v10n4p9>
- Porgoo, M., Mirabi, V., Reshadatjoo, H., & Vazifehdost, H. (2021). Entrepreneurship Development Strategies in Higher Education on the Horizon of 1440 with a Future-Research Approach (Case Study: Islamic Azad University). *Strategic Management Researches*, 27(82), 133-158. https://smr.journals.iau.ir/article_689343_en.html?lang=en
- Pour Atashi, M. (2017). Institutionalizing Entrepreneurship Education in the Higher Education System. *Higher Education Journal*, 1(1), 49-63.
- Puyana, M. G., Ruiz, P. G., Sánchez-Oliver, A. J., & Fernández, J. G. (2019). Intentions of entrepreneurship in sports science higher education: gender the moderator effect. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, 8(1), 147-162. <https://doi.org/10.1108/JEPP-03-2019-105>
- Rafiana, N. N. (2023). Technopreneurship Strategy to Grow Entrepreneurship Career Options for Students in Higher Education. *Adi Journal on Recent Innovation (Ajri)*, 5(2), 110-126. <https://doi.org/10.34306/ajri.v5i2.995>
- Rubens, A., Spigarelli, F., Cavicchi, A., & Rinaldi, C. (2017). Universities' third mission and the entrepreneurial university and the challenges they bring to higher education institutions. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 11(3), 354-372. <https://doi.org/10.1108/JEC-01-2017-0006>
- Sahu, D. K. (2023). Entrepreneurial Engagement of Faculty in Higher Educational Institutions: A Review of Literature 2011-2023. *Paradigm a Management Research Journal*, 27(2), 153-171. <https://doi.org/10.1177/09718907231205762>
- Setiawan, A., Hafizah, A., & Sapitri, D. (2024). The Impact of Entrepreneurship Education, Perceived Behavior Control, and Entrepreneurial Self-Efficacy on Pre-Service Teacher Candidates' Entrepreneurial Intention. *Al-Ishlah Jurnal Pendidikan*, 16(1), 387-397. <https://doi.org/10.35445/alishlah.v16i1.3354>
- Tabares, A., Chandra, Y., Alvarez, C., & Escobar-Sierra, M. (2020). Opportunity-related behaviors in international entrepreneurship research: A multilevel analysis of antecedents, processes, and outcomes. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1-48. <https://doi.org/10.1007/s11365-020-00636-3>
- Tabatabaei, F., Abbaspour, A., Rahimian, H., Ghiashi Nadushan, H., & Announced, F. (2021). Examining the influencing factors on the training of entrepreneurs in the university (case study: researches conducted in Iran). *Journal of Research in Teaching*, 9(3), 146-172. https://trj.uok.ac.ir/article_61701.html?lang=en
- Tahmasebi, R., Akbari, M., Hoshmandzade, M., & Ahangar Seleh Bani, A. (2017). The effect of entrepreneurship training on in-person and virtual students entrepreneurship behavior at entrepreneurship department. *Iranian Journal of Engineering Education*, 19(75), 103-128. https://journal.irphe.ac.ir/article_702969_en.html

- Tiberius, V., & Weyland, M. (2024). Enhancing higher entrepreneurship education: Insights from practitioners for curriculum improvement. *The International Journal of Management Education*, 22(2), 100981. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijme.2024.100981>
- Toghraei, M. T., Mirvahidi, S. S., & Hashemi, S. (2019). Designing a model for entrepreneurial education in schools. *Educational Innovations Quarterly*, 71, 59-82. https://noavaryedu.oerp.ir/article_99317.html?lang=en
- Toushmali, G. R., Alimohammadzadeh, K., Aher, A., Hosseini, S. M., & Bahadori, M. K. (2020). Conceptualizing the entrepreneurial university and designing a model for the third-generation university. *Iranian Journal of Health and Work*, 17(34), 1-21. <https://www.sid.ir/paper/526964/fa>
- Towers, N., Santoso, A. S., Sulkowski, N., & Jameson, J. (2020). Entrepreneurial capacity-building in HEIs for embedding entrepreneurship and enterprise creation-a tripartite approach. *International Journal of Retail & Distribution Management*. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-06-2019-0185>
- Valipour, A., Hashemi Nekoo, A. R., & Haghighat Monfared, J. (2024). The Impact of Religious Commitment on the Components of Entrepreneurship, Productivity, Flexibility, and Emotional Intelligence among Students of Adib Mazandaran Higher Education Institute. *International Journal of Education and Cognitive Sciences*, 4(4), 63-70.
- Wolff, L. A., & Ehrström, P. (2020). Social sustainability and transformation in higher educational settings: a utopia or possibility? *Sustainability*, 12(10), 4176. <https://doi.org/10.3390/su12104176>
- Worm, T., Griffiths, G., Worm, H., & Yunespur, Z. (2017). The effect of entrepreneurial orientation on the export performance of small and medium enterprises. *International Business Management*, 1(3), 43-57. <https://www.researchgate.net/publication/366358999>
- Zhu, R., Liu, Z., Zhao, G., Huang, Z., & Yu, Q. (2023). The impact of institutional management on teacher entrepreneurship competency: The mediating role of entrepreneurial behaviour. *The International Journal of Management Education*, 21(2), 100794. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2023.100794>
- Zucchella, A. (2021). International entrepreneurship and the internationalization phenomenon: taking stock, looking ahead. *International Business Review*, 10(1), 80-90. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2021.101800>