





عنوان

نقش ویژگی‌های فردی در شکل‌گیری قصد کارآفرینی دیجیتال

استاد راهنما

دکتر بهزاد سلمانی

استاد مشاور

دکتر سکینه سجودی

داور محترم

دکتر محمد مهدی برقی اسکوئی

پژوهشگر

بیتا غمین خیابانی

۲۰ / اسفند ۱۴۰۲

فهرست مطالب





فصل اول

کلیات



بیان مسئله

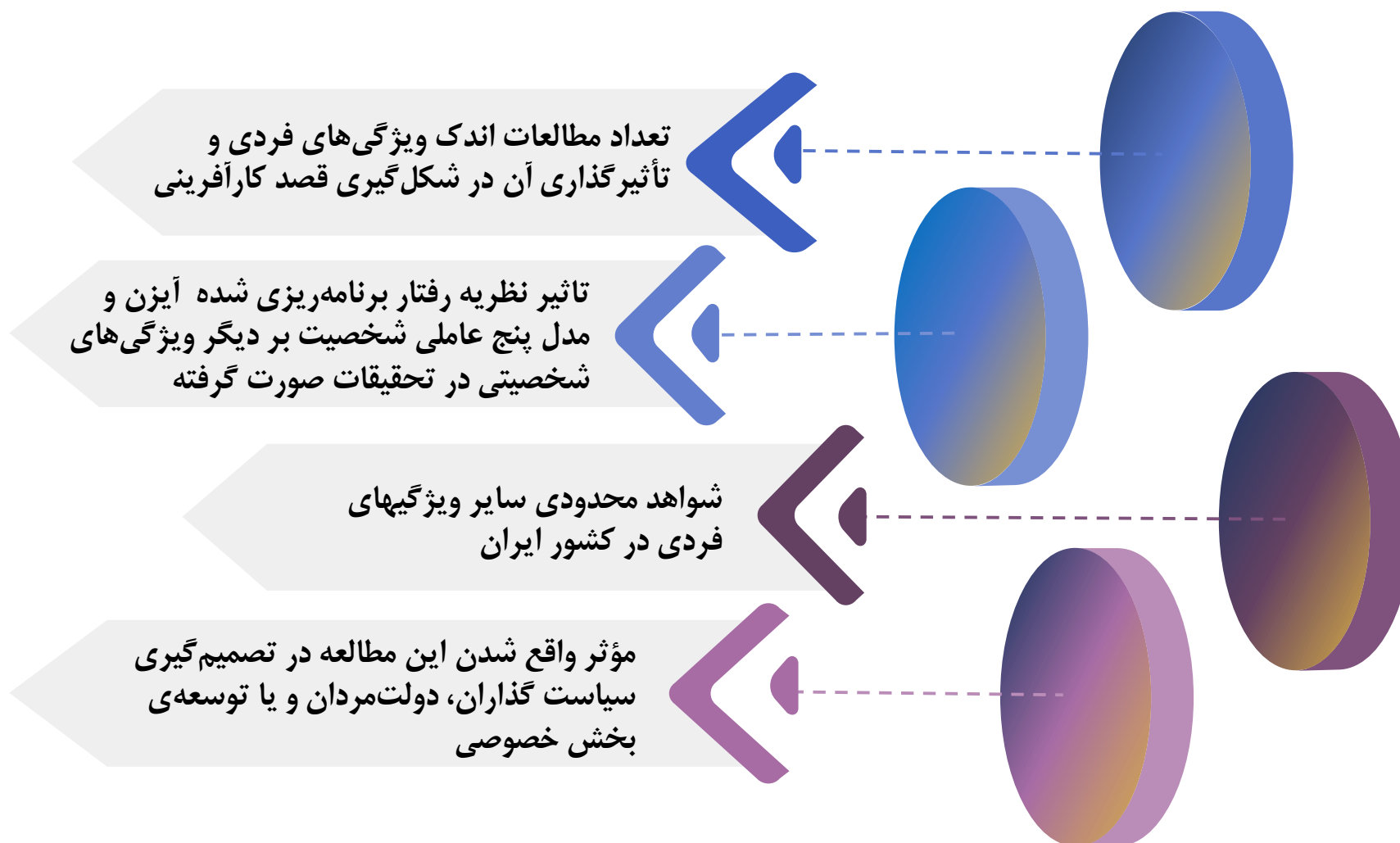
۱ کارآفرینی به عنوان فرایندی برای شروع و راه اندازی کسب و کاری جدید

۲ کارآفرینی دیجیتال با ظهور فناوری های دیجیتال

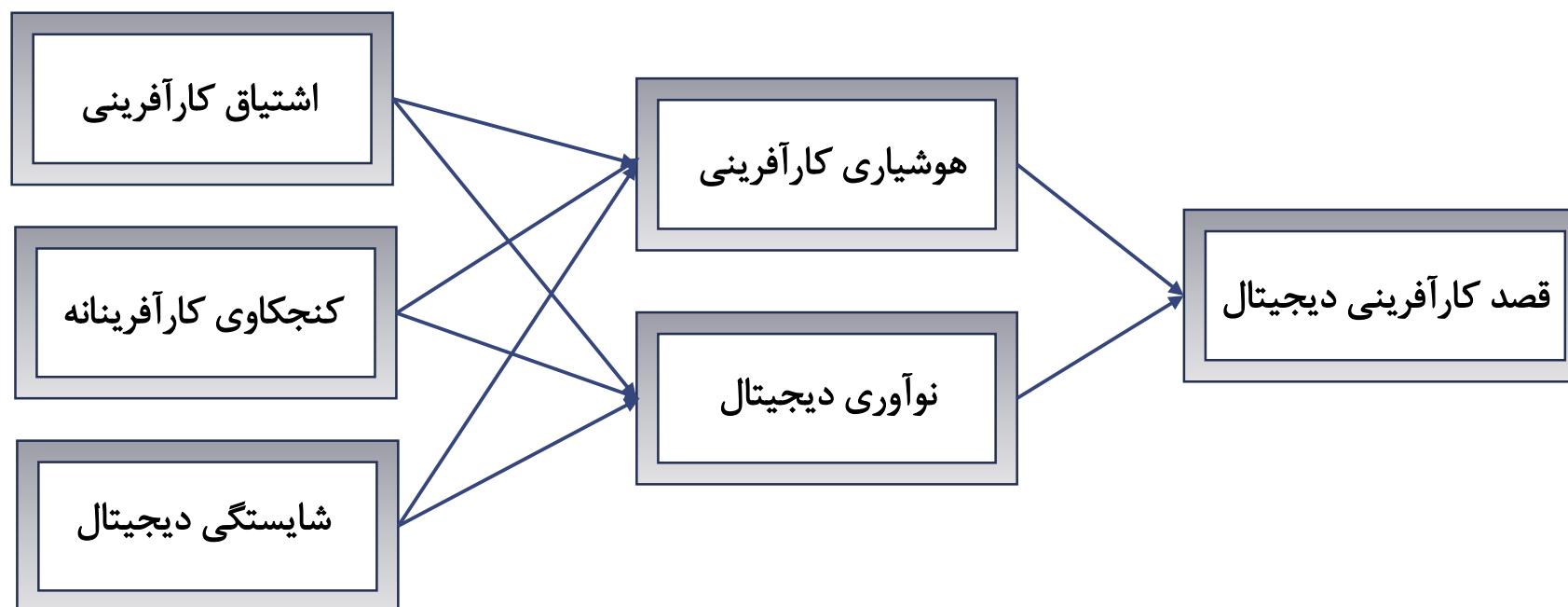
۳ قصد کارآفرینی دیجیتال

۴ ویژگی های فردی بر قصد کارآفرینی دیجیتال

اهمیت و ضرورت



چارچوب مفهومی تحقیق



چارچوب مفهومی پژوهش (النادی و غیث، ۲۰۲۳)

اهداف تحقیق

هدف ۱

بررسی رابطه نوآوری دیجیتال
با قصد کارآفرینی دیجیتال

هدف ۵

بررسی رابطه کنجکاوی
کارآفرینانه بر هوشیاری کارآفرینی

هدف ۲

بررسی رابطه هوشیاری
کارآفرینی با قصد کارآفرینی
دیجیتال

هدف ۶

بررسی رابطه کنجکاوی
کارآفرینانه بر نوآوری دیجیتال

هدف ۳

بررسی رابطه اشتیاق کارآفرینی
با نوآوری دیجیتال

هدف ۷

بررسی رابطه شایستگی دیجیتال
با هوشیاری کارآفرینی

هدف ۴

بررسی رابطه اشتیاق کارآفرینی
با هوشیاری کارآفرینی

هدف ۸

بررسی رابطه شایستگی دیجیتال
با نوآوری دیجیتال

فرضیه های تحقیق

کنجکاوی کارآفرینانه بر هوشیاری
کارآفرینی تأثیر مثبت دارد

۵

نوآوری دیجیتال رابطه مثبتی با
قصد کارآفرینی دیجیتال دارد

۱

کنجکاوی کارآفرینانه بر نوآوری
دیجیتال تأثیر مثبت دارد

۶

هوشیاری کارآفرینی رابطه مثبتی
با قصد کارآفرینی دیجیتال دارد

۲

شایستگی دیجیتال به طور مثبت با
هوشیاری کارآفرینی مرتبط است

۷

اشتیاق کارآفرینی رابطه مثبتی با
نوآوری دیجیتال دارد

۳

شایستگی دیجیتال ارتباط مثبتی با
نوآوری دیجیتال دارد

۸

اشتیاق کارآفرینی رابطه مثبتی با
هوشیاری کارآفرینی دارد

۴

کلیات

ادبیات تحقیق

روش شناسی

تحلیل داده ها

نتیجه گیری

پیشنهادهات

تعریف مفهومی متغیرها

قصد کارآفرینی دیجیتال	تمایلی و رغبتی که فرد بر مشارکت و همکاری در راه اندازی کسب وکار مبتنی بر فناوری جدید نشان می دهد
نوآوری دیجیتال	استفاده منحصر به فرد و بدیع از فناوری های دیجیتال در محیط های تجاری برای معرفی محصولات، خدمات، فرایندها یا مدل های کسب وکار جدید به عنوان یک وسیله یا هدف
هوشیاری کارآفرینی	«تمایل انگیزه دار انسان برای تدوین تصویری از آینده»
اشتیاق کارآفرینی	«احساسات مثبت قوی، تجربه شده و قابل دسترس به صورت آگاهانه که با مشارکت در فعالیت های کارآفرینی مرتبط با نقش هایی که برای هویت شخصی کارآفرین معنی دار و برجسته هستند»
کنجکاوی کارآفرینانه	برانگیختن انگیزه های مثبت در یادگیری وظایف مرتبط با کارآفرینی و عملی کردن آن با استفاده از تجربیات جدید به منظور بهبود کسب وکار
شایستگی (صلاحیت) دیجیتال	توانایی کشف و رویارویی با موقعیت های فناوری جدید به شیوه ای انعطاف پذیر و همچنین توانایی حل مشکلات با به کارگیری پتانسیل های فناورانه

کلیات

ادبیات تحقیق

روش شناسی

تحلیل داده ها

نتیجه گیری

پیشنهادهات

محدودیت های تحقیق

۱

تنگنای زمانی پژوهشگر

۲

اثرگذاری تعداد زیاد سؤالات پرسش نامه بر مقدار
دقت پاسخهای شرکت کنندگان

۳

افزایش اعتبار نتایج در صورت نبود این محدودیت ها

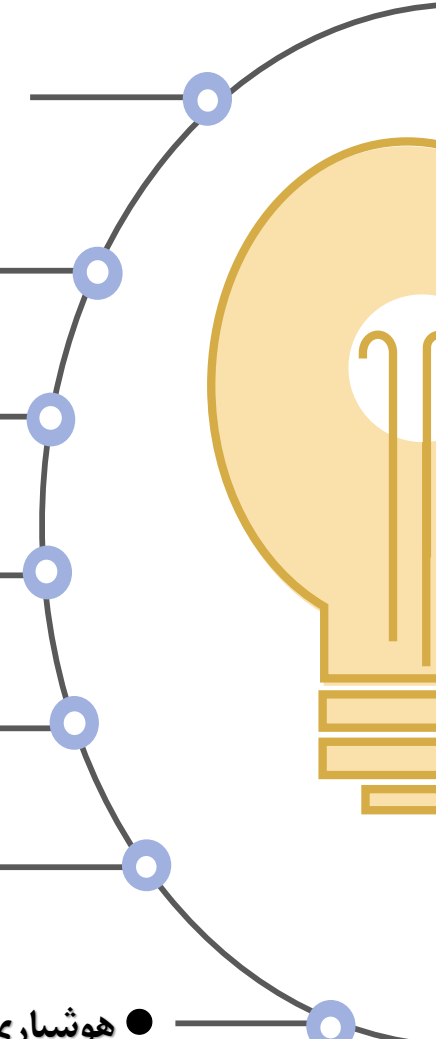


فصل دوم

ادبیات تحقیق



مبانی نظری

- 
- پیشرفت فناوری و افزایش استفاده روزافزون از اینترنت در زندگی روزمره انسان ها
 - فرصت‌های بی شمار اینترنت ← شایع ترین روش برای شروع کارآفرینی
 - قصد کارآفرینی دیجیتال ← وضعیت ذهنی و ویژگی های رفتاری فرد
 - نشان دهنده تمایل و عزم فرد برای استفاده از فناوریهای دیجیتال برای راه اندازی کسب وکار
 - اشتیاق کارآفرینی ← سوق دادن به سمت هدف
 - به عنوان آتشی برای شعله ور کردن هدف
 - یاری کارآفرینان در مواقع چالش آفرین در طول فرایند کارآفرینی
 - کنجکاوی کارآفرینی ← به عنوان «کاتالیزوری برای اقدام فردی»
 - ترغیب افراد را به فعالیت های جدیدی همچون تأسیس یک کسب وکار
 - صلاحیت دیجیتال ← ترکیبی از دانش، مهارتها، تواناییها و ویژگیها
 - اجازه کشف فرصت‌های کارآفرینی و تبدیل ایده به کسب و کار
 - نوآوری دیجیتال ← ابزاری که از طریق آن فرصت‌های کسب وکار جدید را کشف می کنند
 - ابزاری را برای جذب مشتریان و گسترش کسب وکار ارائه می دهد
 - هوشیاری کارآفرینی ← به عنوان آنتن یا راداری در حال اسکن، ایجاد و ارزیابی فرصت‌های جدید در یک محیط پویا

مطالعات خارجی

ژائو، سیبرت و هیلز
(۲۰۰۵)

✓ **هدف:** بررسی نقش واسطه ای خودکارآمدی در توسعه تمایلات دانشجویان برای کارآفرین شدن
✓ **نمونه:** ۲۶۵ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی در پنج دانشگاه آمریکایی
✓ **نرم افزار:** LISREL 8
✓ **نتایج:** یادگیری از طریق دوره های مرتبط با کارآفرینی، تجربه قبلی کارآفرینی و تمایل به ریسک به طول کامل توسط متغیر میانجی خودکارآمدی کارآفرینانه بر قصد کارآفرینی تأثیر می گذارد.

ترما و همکاران
(۲۰۲۳)

✓ **هدف:** قصد کارآفرینی دانشجویان برای ارائه بینشی به کارآفرینی دیجیتال
✓ **نمونه:** ۳۰۵ دانشجو از دانشجویان دانشگاه چین
✓ **نرم افزار:** SPSS ورژن ۲۵
✓ **نتایج:** • ارتباط معنی داری بین قصد کارآفرینی و کسب کار خانوادگی، انگیزه های درک شده و موانع درک شده وجود دارد.
• هیچ ارتباط معنی داری بین قصد کارآفرینی و سال تحصیلی، شغل مادر و پدر، درآمد خانوار، آموزش کارآفرینی و رشته های تحصیلی وجود ندارد.

مطالعات خارجی

✓ **هدف:** پر کردن شکاف موجود در قصد کارآفرینی دیجیتالی در یک کشور توسعه یافته در مقابل کشور در حال توسعه

✓ **نمونه:** ۱۰ نفر از کارآفرینان دیجیتالی فرانسوی و امارات متحده عربی

✓ **نرم افزار:** LISREL 8

✓ **نتایج:** چابکی، هوشیاری کارآفرینی و ویژگیهای کارآفرینی بر قصد کارآفرینی تأثیر مثبتی دارد.

دوت و ون هورن
(۲۰۱۵)

✓ **هدف:** بررسی تأثیر سواد مالی، سواد دیجیتال، بر قصد کارآفرینی اینترنتی

✓ **نمونه:** ۱۷۵ نفر از دانشجویان کارشناسی در ترکیه

✓ **نرم افزار:** SPSS 17

✓ **نتایج:** سواد مالی و سواد دیجیتال بر قصد کارآفرینی دیجیتال تأثیر مثبت و معناداری دارد که سواد دیجیتال تأثیری بیش از سواد مالی بر قصد کارآفرینی داشته است.

تامی و پردید
(۲۰۲۰)

مطالعات داخلی

✓ **هدف:** تبیین و تحلیل روند شکل گیری و توسعه قصد کارآفرینی دیجیتالی توسط دانشجویان علوم کامپیوتر با بهره گیری از تئوری رفتار برنامه ریزی شده

✓ **نمونه:** ۴۸۳ نفر از دانشجویان علوم رایانه در چهار دانشگاه دولتی در استان همدان

✓ **نتایج :** • بین متغیرهای نگرش، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتار درک شده با متغیر قصد کارآفرینانه دانشجویان رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد.

• بین متغیرهای دانش کارآفرینی و مهارت کارآفرینی با متغیر قصد کارآفرینی دیجیتالی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد

یعقوبی فرانی و
همکاران (۱۳۹۴)

✓ **هدف:** شناسایی و تبیین تأثیر اکوسیستم کارآفرینی بر قصد کارآفرینی با نقش میانجی خودکارآمدی، هوشیاری و اشتیاق کارآفرینی

✓ **نمونه:** ۴۱۳ نفر از دانشجویان فارغ التحصیل، جویندگان کار، سربازهای تحصیل کرده و شاغلان جویای کار بهتر در کلانشهر اهواز

✓ **نرم افزار:** ۳ Smart PLS

✓ **نتایج :** اکوسیستم کارآفرینی بر خودکارآمدی، هوشیاری و اشتیاق کارآفرینی اثر معنادار و مثبتی بر قصد کارآفرینی دارند.

نقش میانجی اشتیاق و هوشیاری کارآفرینی در رابطه بین اکوسیستم و خودکارآمدی کارآفرینی تأیید شد. به طور معناداری نقش میانجی خودکارآمدی، اشتیاق و هوشیاری کارآفرینی با قصد کارآفرینی مورد تأیید قرار گرفته است.

نداف و همکاران
(۱۴۰۱)

مطالعات داخلی

✓**هدف:** بررسی رابطه ابعاد فردی و شخصیتی زنان عضو تعاونیهای روستایی با رفتار کارآفرینانه آنها در استان مازندران

✓**نمونه:** ۳۰۲ نفر از عضو ۱۱ شرکت تعاونی فعال روستایی زنان

✓**نرم افزار:** SPSS ورژن ۲۱

✓**نتایج :** ویژگیهای شخصیتی با ابعاد رفتار کارآفرینانه رابطه مثبت و معنیداری دارد. همچنین آینده نگری، خلاقیت، میزان علاقه‌مندی به خوداشتغالی از ویژگیهای شخصیتی قویترین رابطه مثبت و معنی دار را با رفتار کارآفرینانه زنان عضو تعاونیهای روستایی داشته اند. بین متغیر درآمد ماهیانه با رفتار کارآفرینانه زنان مورد مطالعه رابطه مثبت و معنی داری داشته است.

احمدپور و همکاران
(۱۳۹۸)

✓**هدف:** تأثیر ویژگیهای فردی در زمینه مالی (همچون خوشبینی مالی، درک دسترسی مالی، خودباوری مالی و اعتماد به نفس بیش از حد در حوزه مالی) بر قصد کارآفرینانه دانشجویان

✓**نمونه:** ۲۹۴ نفر از دانشجویان کارشناسی ارشد دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

✓**نرم افزار:** AMOS 24 و SPSS21

✓**نتایج** ویژگیهای فردی در حوزه مالی، بر قصد کارآفرینانه دانشجویان تأثیر مثبت و معنادار دارد. خوشبینی مالی و درک دسترسی مالی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان تأثیر مثبت و معنادار دارد، اما خودباوری و اعتماد به نفس بیش از حد در حوزه مالی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان تأثیر معنادار ندارد.

صادقی و همکاران
(۱۳۹۸)

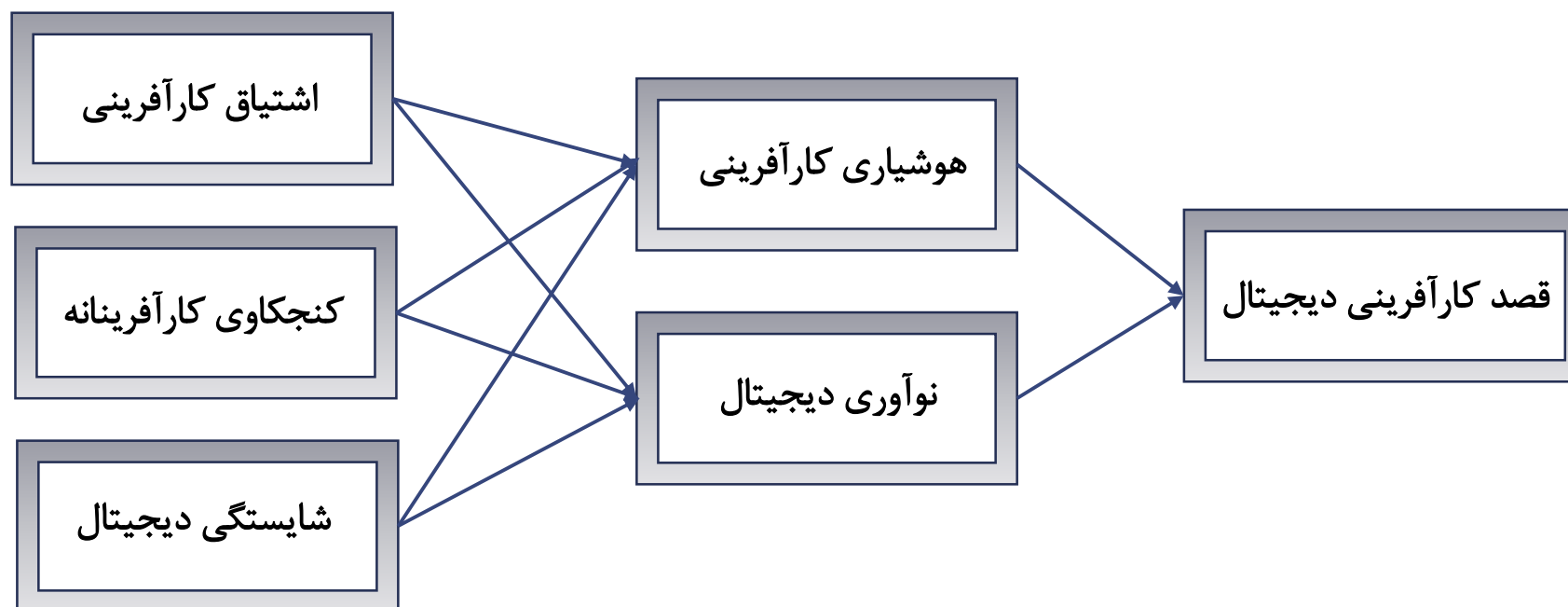


فصل سوم

روش تحقیق



مدل مفهومی تحقیق



چارچوب مفهومی پژوهش (النادی و غیث، ۲۰۲۳)



دانشگاه تبریز

کلیات

ادبیات تحقیق

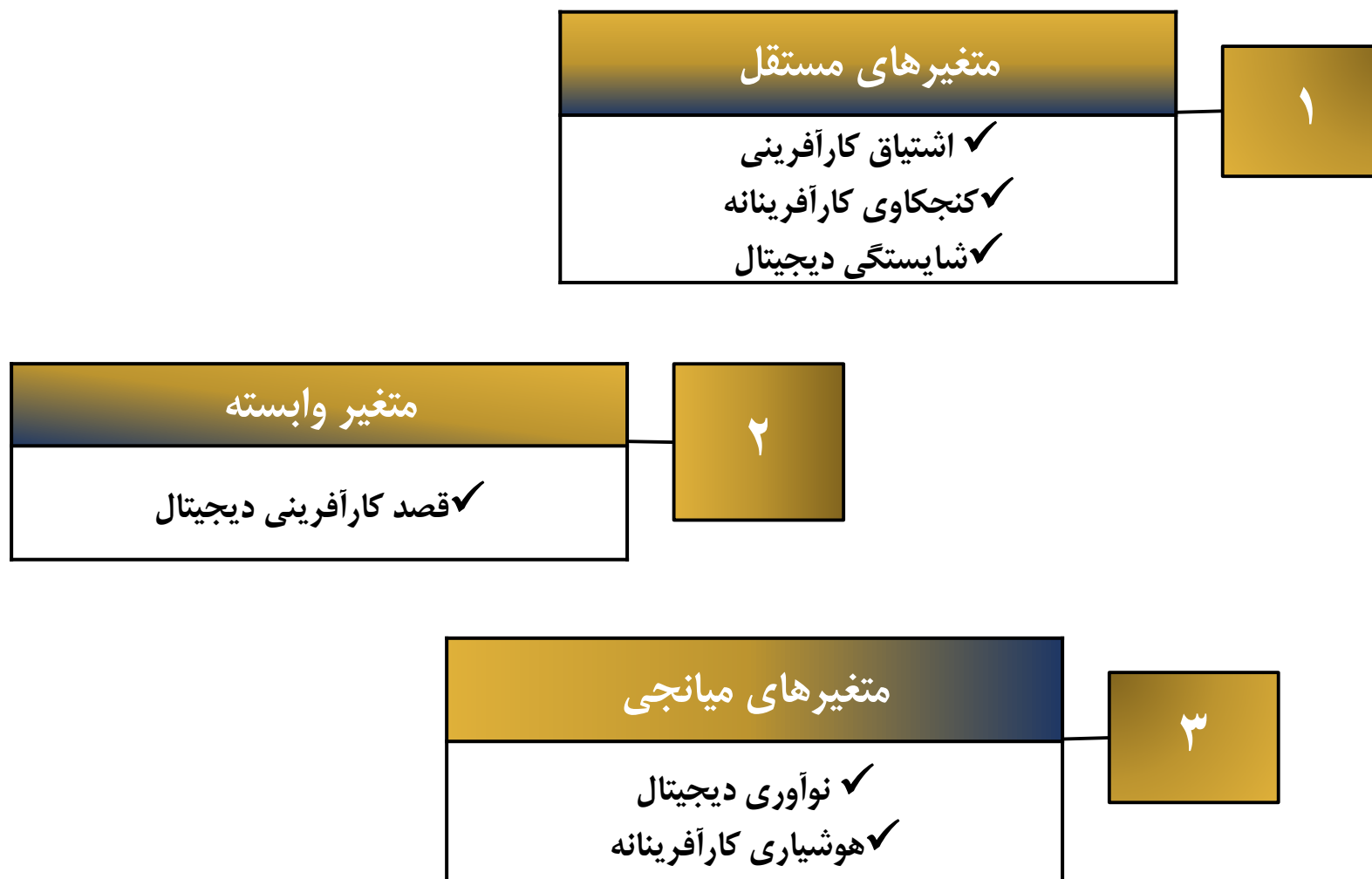
روش شناسی

تحلیل داده ها

نتیجه گیری

پیشنهادهات

متغیرهای تحقیق



شرح پرسش نامه



نماد گذاری و دسته بندی گویه های پرسش نامه

منبع	تعداد گویه ها	نماد اختصاری	نوع متغیر	متغیرها
النادی و غیث (۲۰۲۳)	۴	DEI	وابسته	قصد کارآفرینی دیجیتال
	۶	DINN	میانجی	نوآوری دیجیتال
	۱۷	EA	میانجی	هوشیاری کارآفرینی
	۵	EP	مستقل	اشتیاق کارآفرینی
	۷	EC	مستقل	کنجکاوی کارآفرینانه
	۵	DC	مستقل	شایستگی (صلاحیت) دیجیتال



دانشگاه تبریز

کلیات

ادبیات تحقیق

روش شناسی

تحلیل داده ها

نتیجه گیری

پیشنهادهات

روش تحقیق



تمامی دانشجویان کشور ایران که قصد کارآفرینی دیجیتال دارند

جامعه آماری

فرمول کوکران با حجم جامعه آماری نامعلوم برابر با ۳۸۴

حجم نمونه

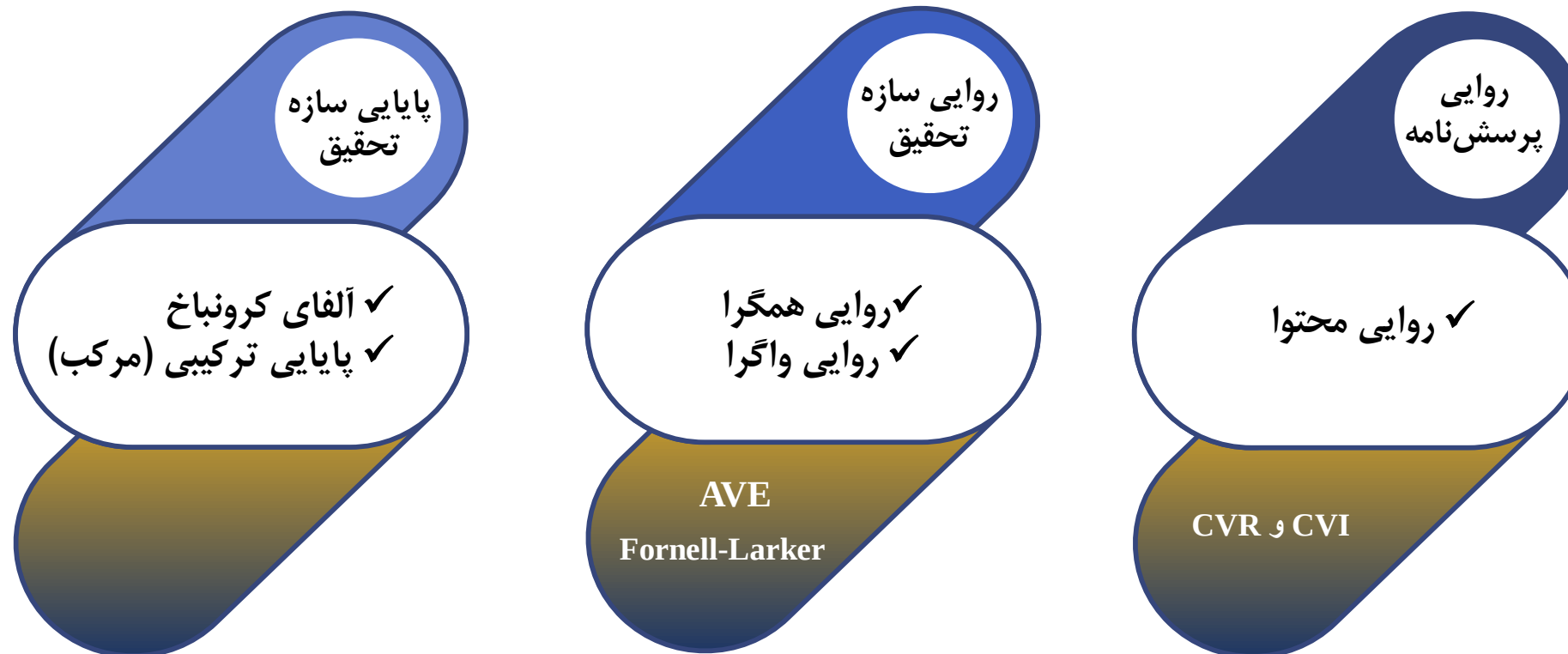
نمونه گیری تصادفی

روش نمونه گیری

روش میدانی از طریق پرسش نامه

شیوه گردآوری اطلاعات

روش تحقیق



روش تجزیه و تحلیل داده ها

آمار توصیفی

- جمع آوری ویژگی های جمعیت شناختی
- با استفاده از جداول توزیع فراوانی
- اقدام به تحلیل

۱

آمار استنباطی

- نرم افزارهای
- Smart PLS4
- SPSSv.26

۲



مدلسازی معادلات ساختاری (SEM)

- مدل مفهومی را نسبت به متغیرهای تحقیق بررسی می کند
- لحاظ کردن خطاهای اندازه گیری
- مناسب برای آزمودن متغیرهای آشکار و پنهان

۳

روش حداقل مربعات جزئی (PLS)

- حساس نبودن آن به وجود حداقل
- حجم نمونه ای به تعداد ۲۰۰
- حساس نبودن به داده هایی که
- توزیع نرمال نداشته باشد

۴

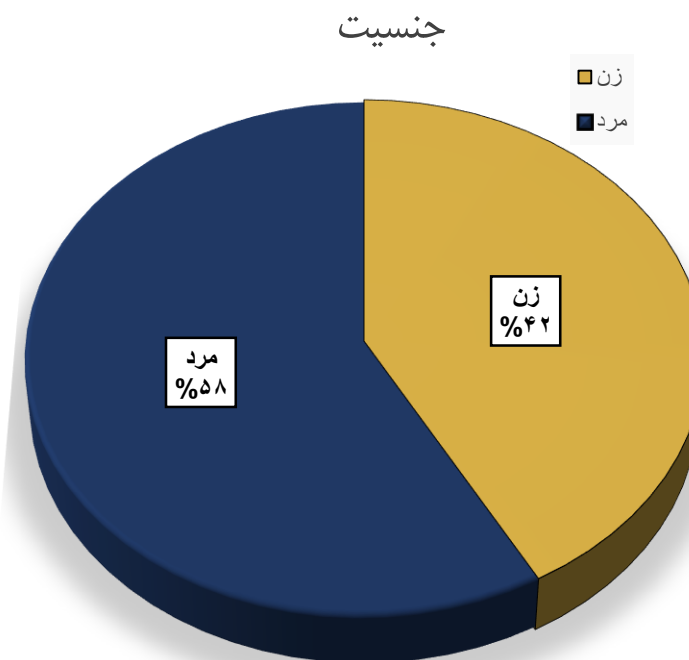
فصل چهارم

تحلیل داده ها



آمار توصیفی: جنسیت

جنسیت	فراوانی	درصد فراوانی	فراوانی تجمعی
زن	۱۶۱	۴۱,۹	۴۱,۹
مرد	۲۲۳	۵۸,۱	۱۰۰,۰
جمع کل نمونه آماری	۳۸۴	۱۰۰,۰	

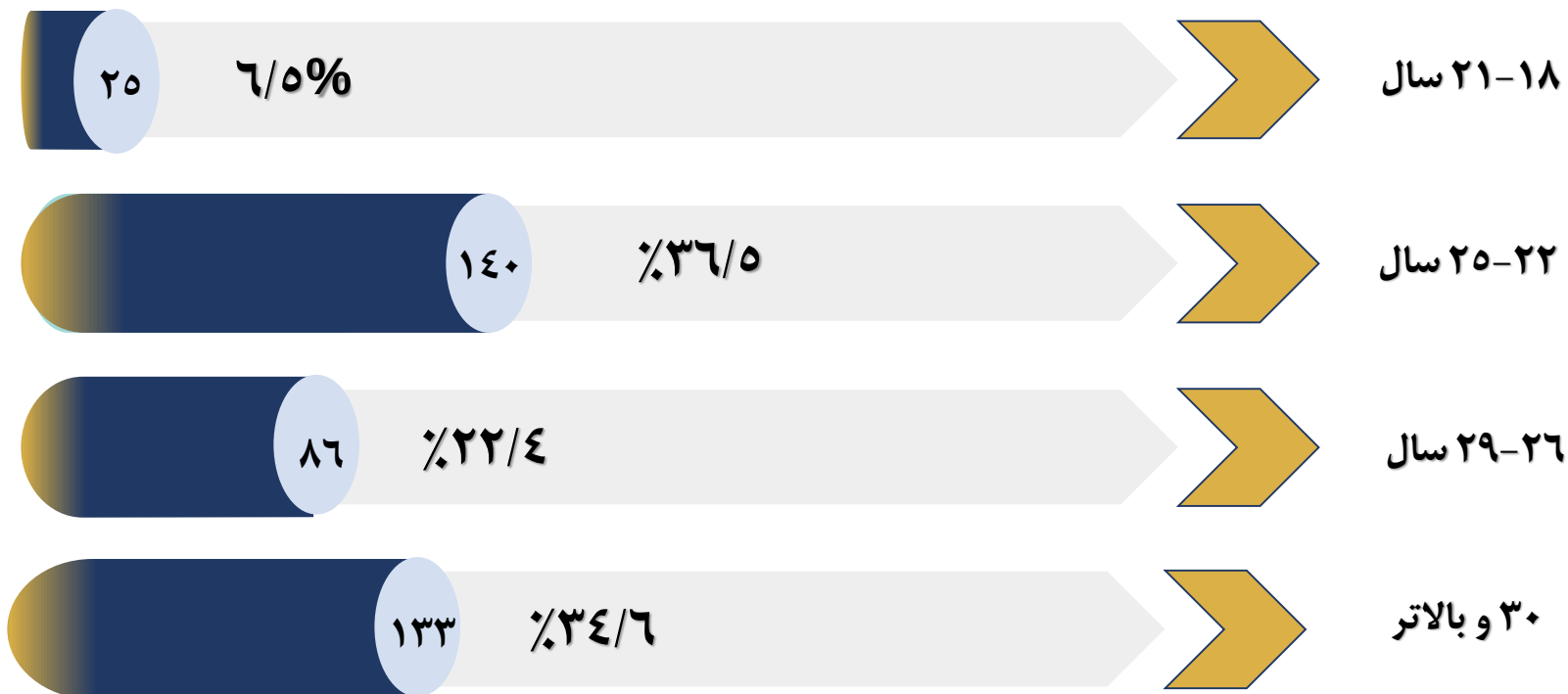


توزیع فراوانی پاسخ‌دهندگان از حیث جنسیت

آمار توصیفی: سن

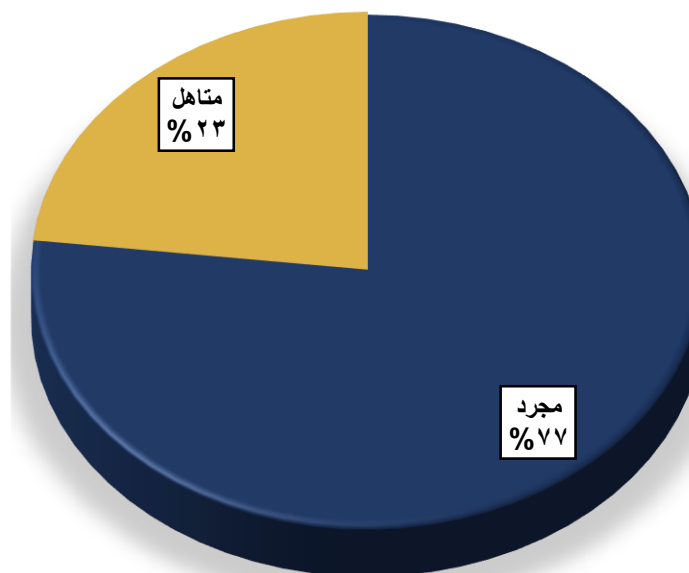
گروه سنی	فراوانی	درصد فراوانی	فراوانی تجمعی
۱۸-۲۱ سال	۲۵	۶,۵	۶,۵
۲۲-۲۵ سال	۱۴۰	۳۶,۵	۴۳,۰
۲۶-۲۹ سال	۸۶	۲۲,۴	۶۵,۴
۳۰ و بالاتر	۱۳۳	۳۴,۶	۱۰۰,۰
جمع کل (نمونه آماری)	۳۸۴	۱۰۰,۰	

فراوانی پاسخ دهندگان از منظر سن



آمار توصیفی: وضعیت تأهل

وضعیت تأهل



فراوانی پاسخ‌دهندگان از منظر وضعیت تأهل

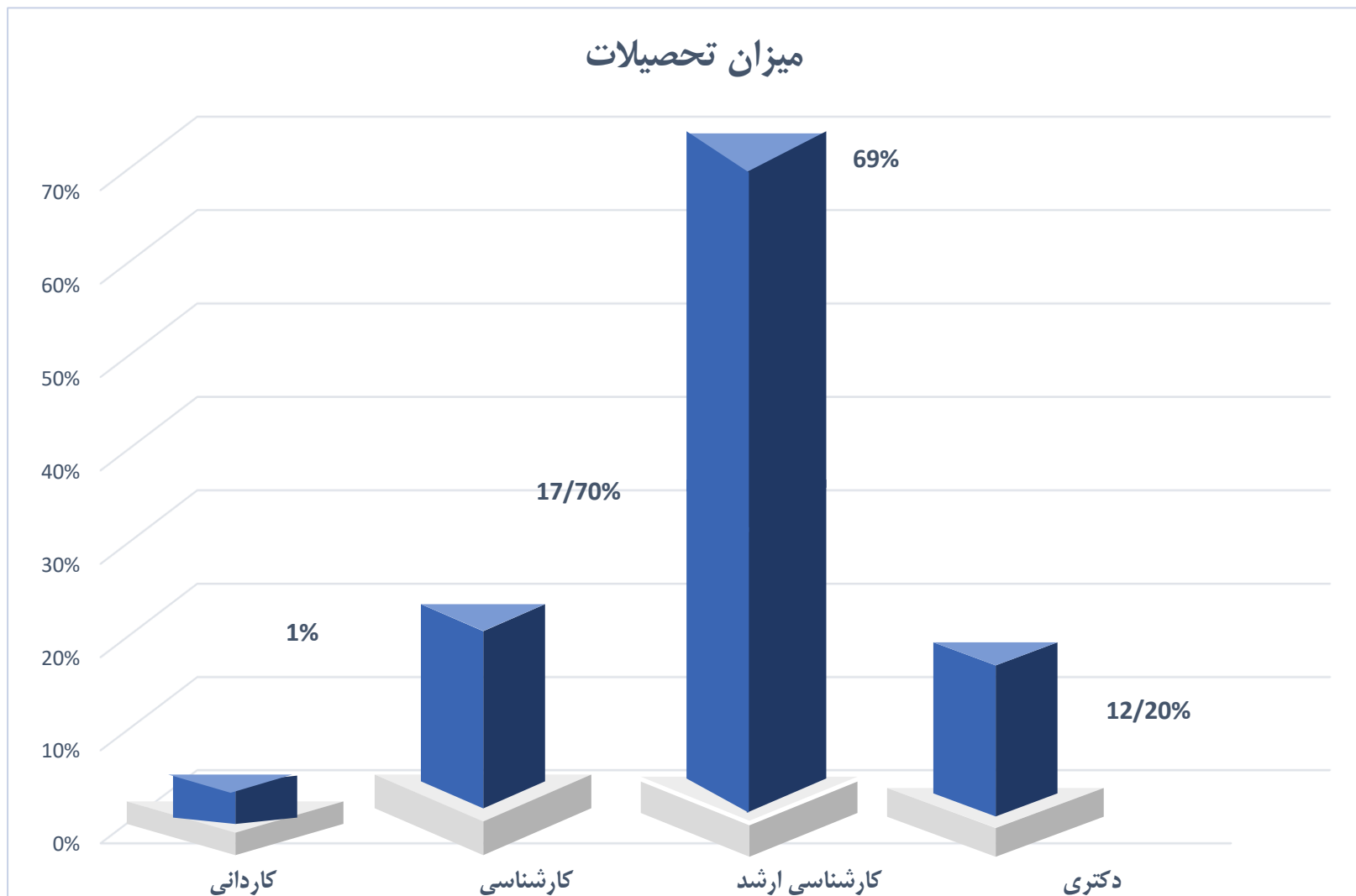
وضعیت تأهل	فراوانی	درصد فراوانی	فراوانی تجمعی
مجرد	۲۹۵	۷۶,۸	۷۶,۸
متاهل	۸۹	۲۳,۲	۱۰۰,۰
جمع کل (نمونه آماری)	۳۸۴	۱۰۰,۰	

آمار توصیفی: مقطع تحصیلی

میزان تحصیلات	فراوانی	درصد فراوانی	فراوانی تجمعی
کاردانی	۴	۱,۰	۱,۰
کارشناسی	۶۸	۱۷,۷	۱۸,۸
کارشناسی ارشد	۲۶۵	۶۹,۰	۸۷,۸
دکتری	۴۷	۱۲,۲	۱۰۰,۰
جمع کل (نمونه آماری)	۳۸۴	۱۰۰,۰	

فراوانی پاسخ دهندگان از منظر تحصیلات

آمار توصیفی: مقطع تحصیلی

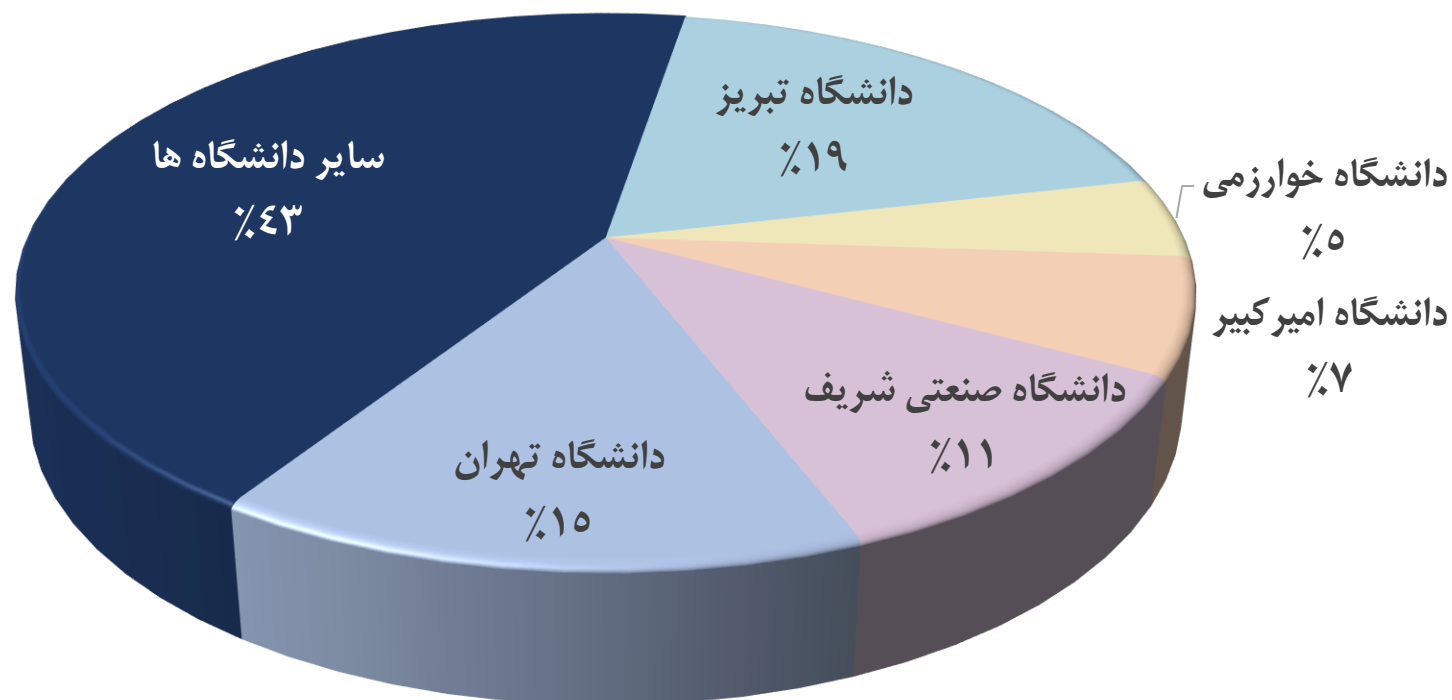


آمار توصیفی: دانشگاه محل تحصیل

دانشگاه محل تحصیل	فراوانی	درصد فراوانی	فراوانی تجمعی
سایر دانشگاه ها	۱۶۷	۴۳,۵	۴۳,۵
دانشگاه تبریز	۷۲	۱۸,۸	۶۲,۲
دانشگاه خوارزمی	۱۸	۴,۷	۶۶,۹
دانشگاه امیرکبیر	۲۶	۶,۸	۷۳,۷
دانشگاه صنعتی شریف	۴۳	۱۱,۲	۸۴,۹
دانشگاه تهران	۵۸	۱۵,۱	۱۰۰,۰
جمع کل (نمونه آماری)	۳۸۴	۱۰۰,۰	

آمار توصیفی: دانشگاه محل تحصیل

درصد فراوانی دانشگاه محل تحصیل





دانشگاه تبریز

کلیات

ادبیات تحقیق

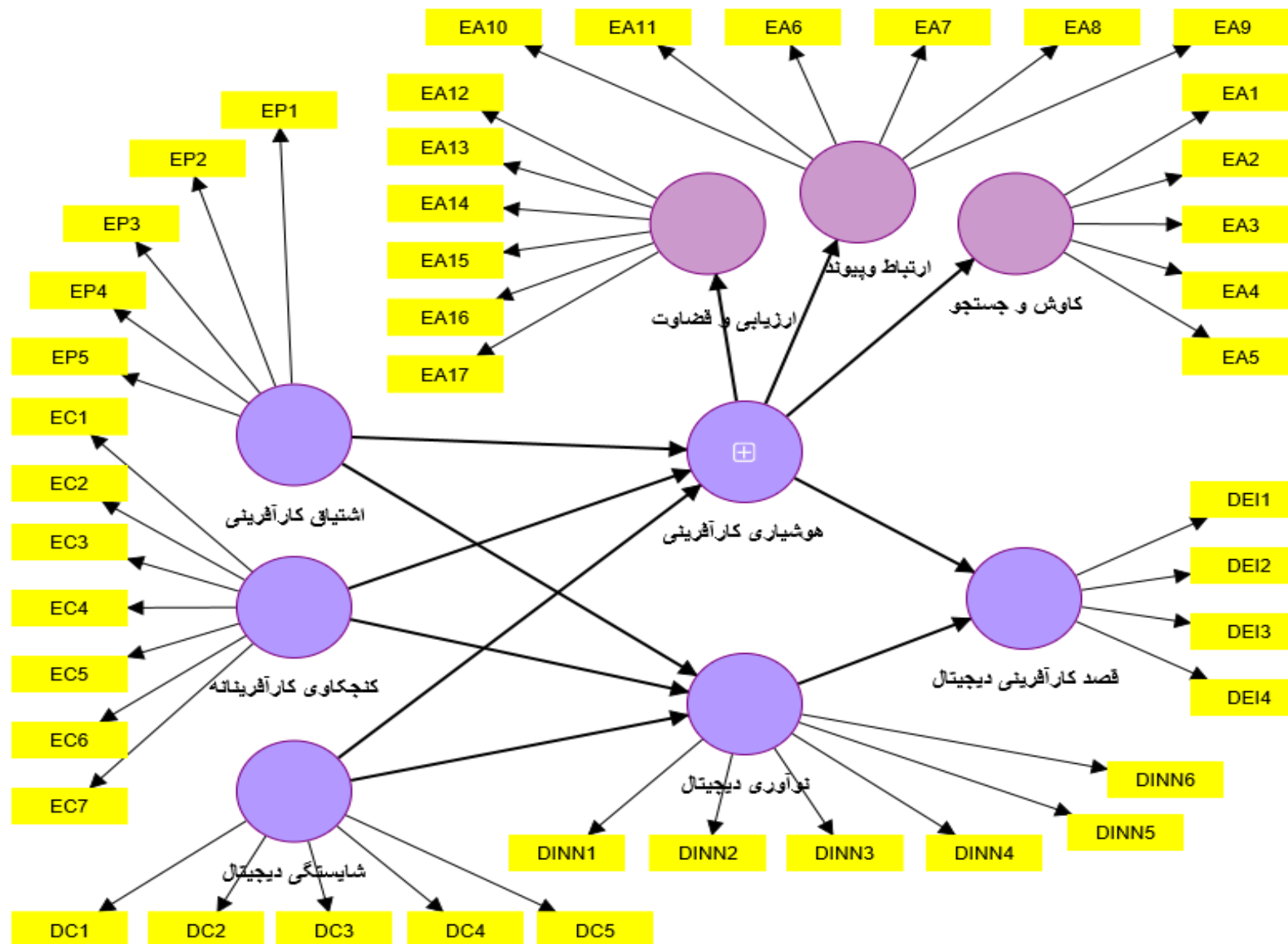
روش شناسی

تحلیل داده ها

نتیجه گیری

پیشنهادهای

آمار استنباطی



ترسیم مدل مفهومی تحقیق با استفاده از Smart PLS 4

آمار استنباطی

۱. بررسی مدل اندازه گیری و
اعتبارسنجی مدل تحقیق

پایایی (دقت و قابلیت اطمینان)
روایی (اعتبار)

۲. برازش مدل ساختاری

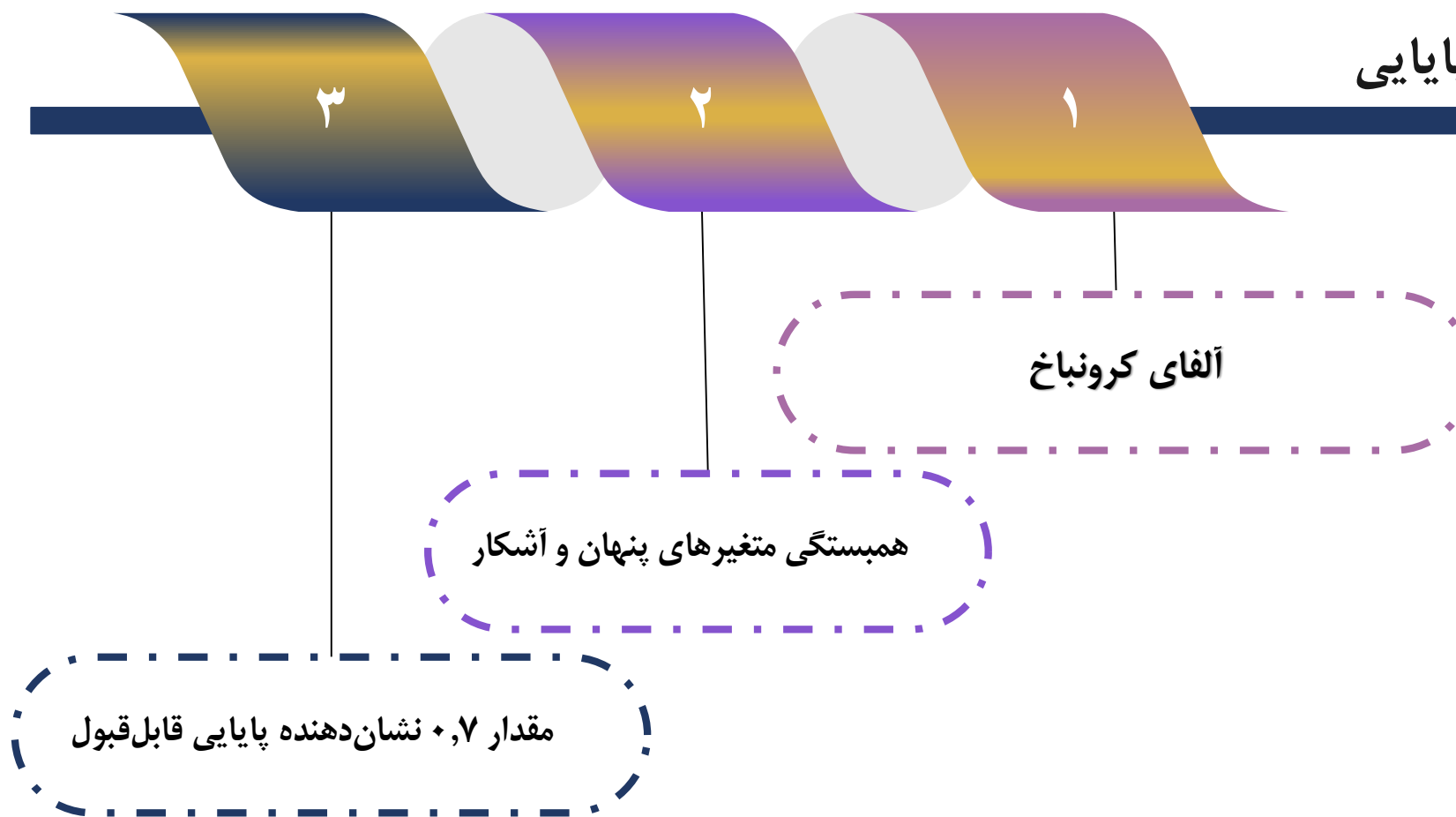
ضرایب تی (اعداد معناداری)
ضریب تعیین (R^2)
اندازه تأثیر
شاخص افزونگی

۳. برازش مدل کلی

(شاخص SRMR)
ضرایب بتا (ضرایب مسیر)
آزمون فرضیه های تحقیق

۱. بررسی مدل اندازه گیری و اعتبارسنجی مدل تحقیق

پایایی



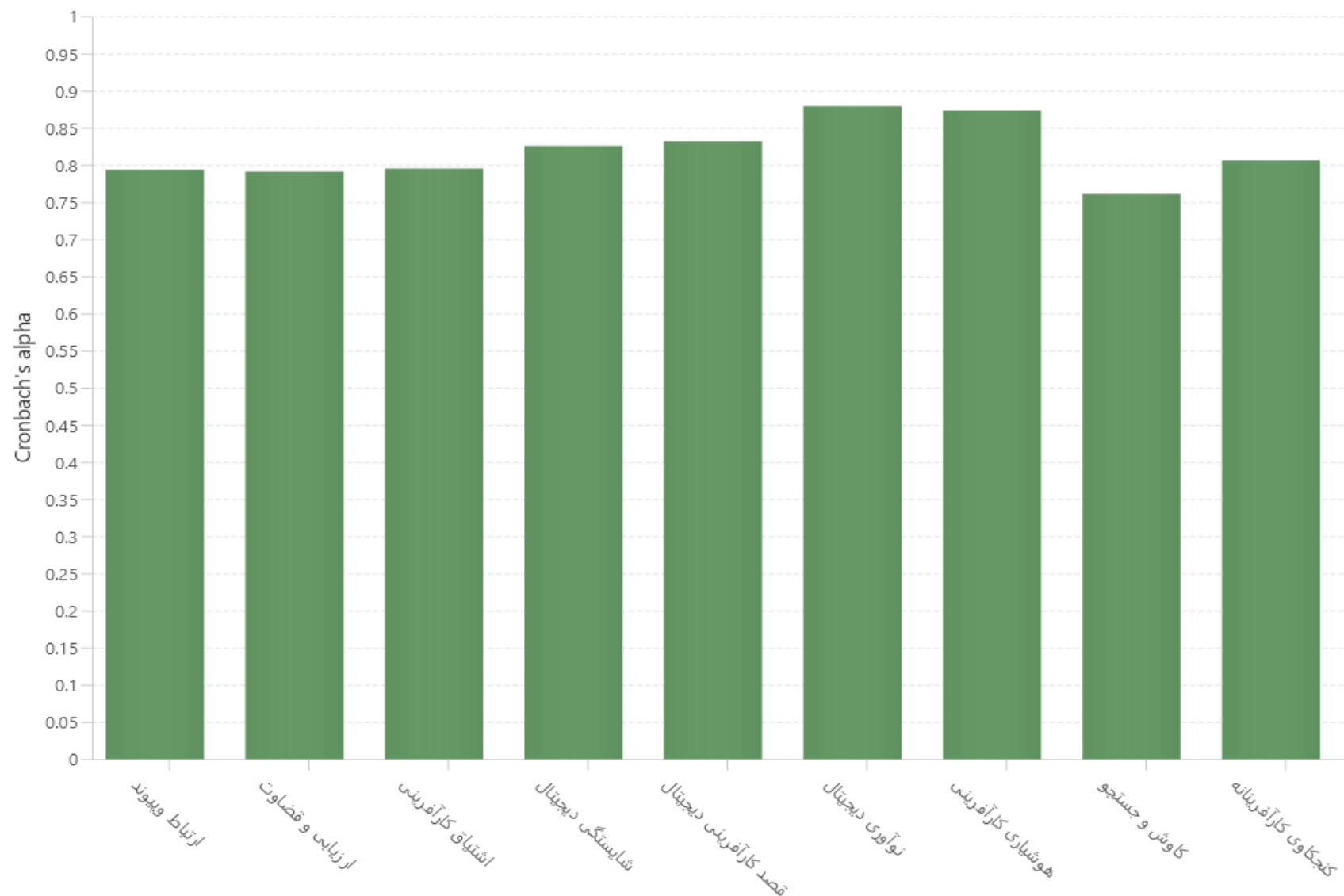
آلفای کرانباخ

متغیر موردنظر	آلفای کرانباخ	متغیر موردنظر	آلفای کرانباخ
ارتباط و پیوند	۰,۷۹۳	نوآوری دیجیتال	۰,۸۷۹
ارزیابی و قضاوت	۰,۷۹۱	هوشیاری کارآفرینی	۰,۸۷۳
کاوش و جستجو	۰,۷۶۱	اشتیاق کارآفرینی	۰,۷۹۵
شایستگی دیجیتال	۰,۸۲۵	کنجکاوی کارآفرینانه	۰,۸۰۶
قصد کارآفرینی دیجیتال	۰,۸۳۲		

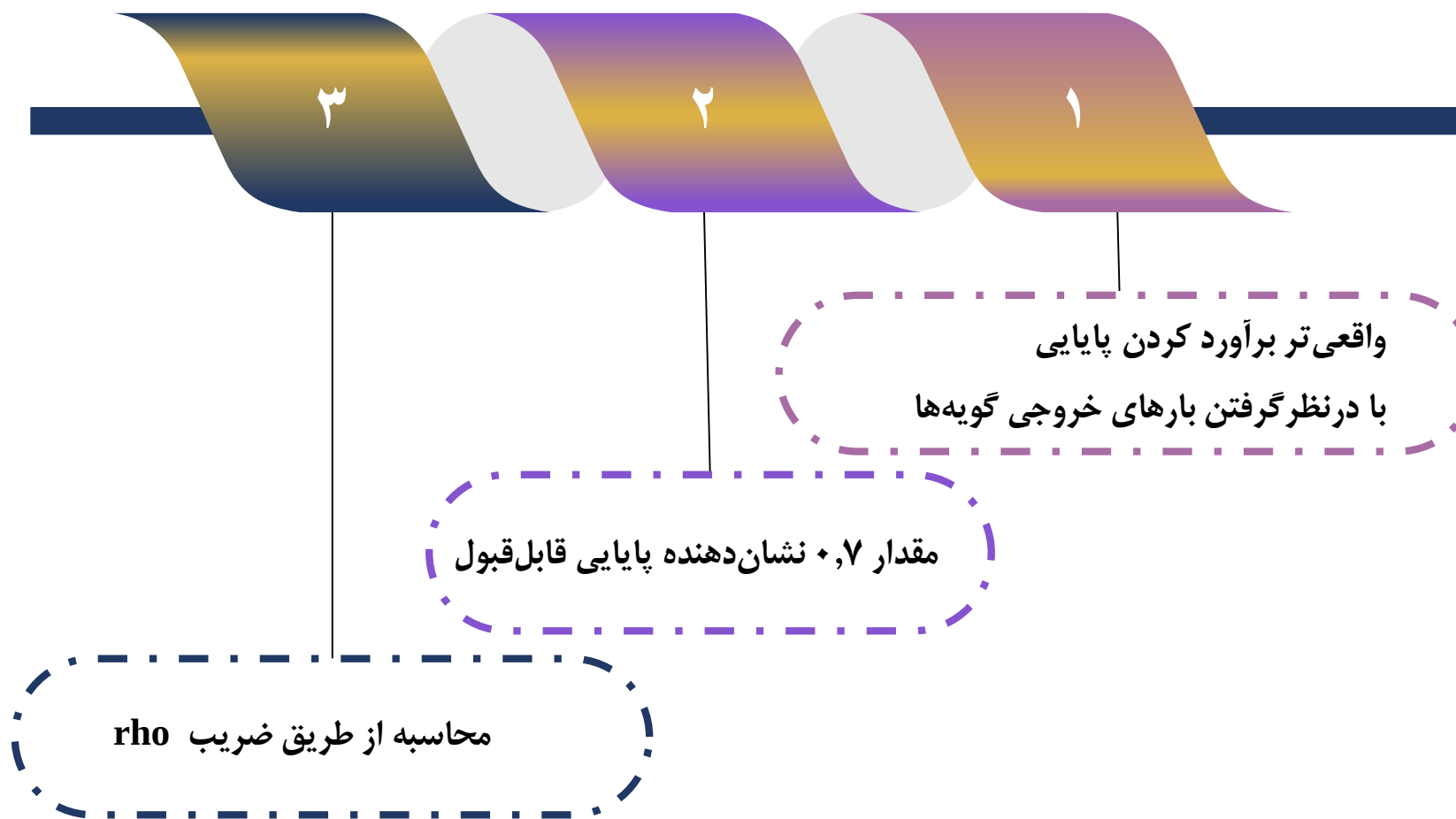
ضریب آلفای کرانباخ برای هر متغیر

آلفای کرونباخ

Cronbach's alpha



پایایی ترکیبی یا مرکب (CR)

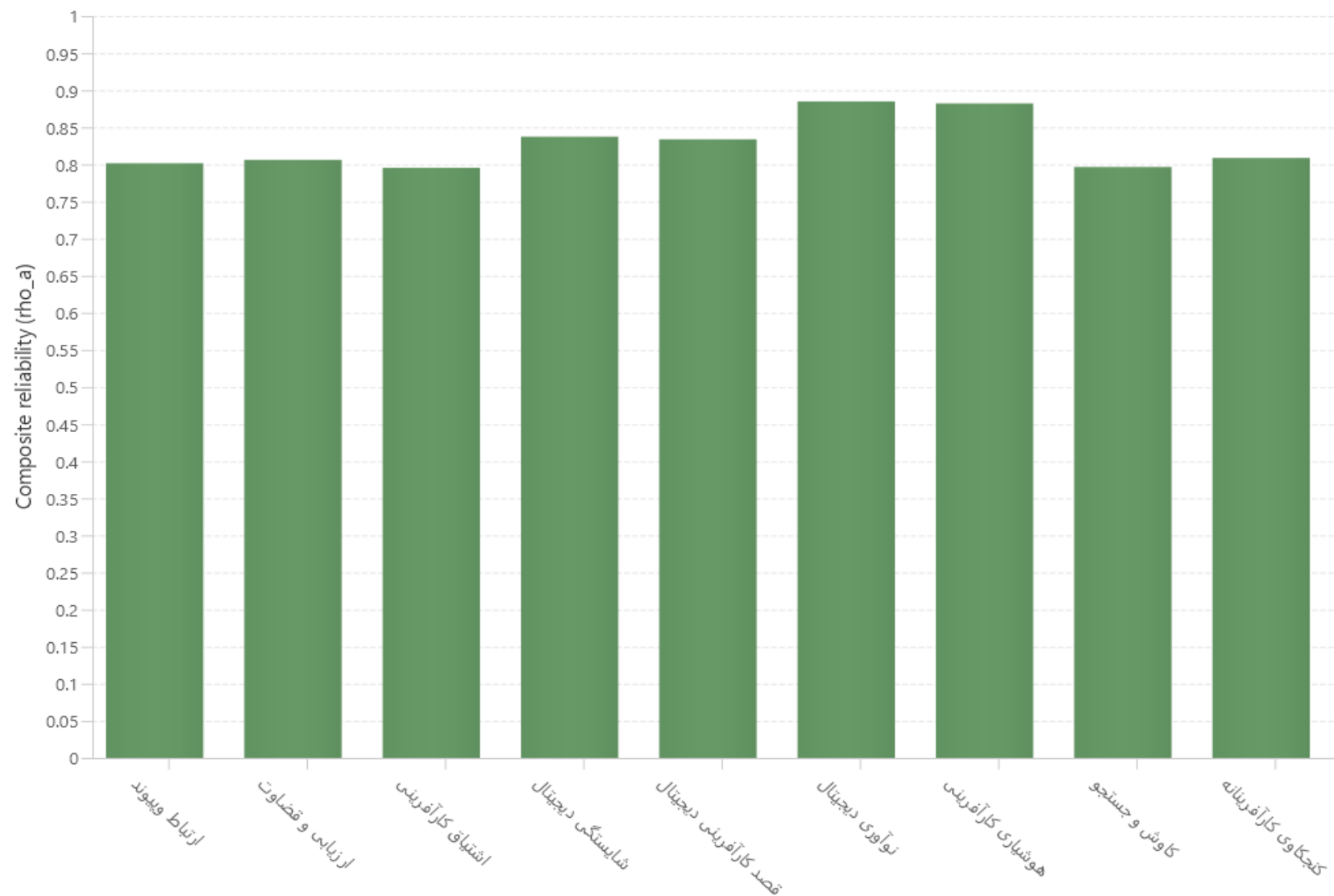


پایایی ترکیبی یا مرکب (CR)

متغیر موردنظر	rho
ارتباط و پیوند	۰,۸۰۲
ارزیابی و قضاوت	۰,۸۰۶
اشتیاق کارآفرینی	۰,۷۹۶
شایستگی دیجیتال	۰,۸۳۸
قصد کارآفرینی دیجیتال	۰,۸۳۴
نوآوری دیجیتال	۰,۸۸۵
هوشیاری کارآفرینی	۰,۸۸۲
کاوش و جستجو	۰,۷۹۷
کنجکاوی کارآفرینانه	۰,۸۰۹

پایایی ترکیبی یا مرکب (CR)

Composite reliability (rho_a)



روایی



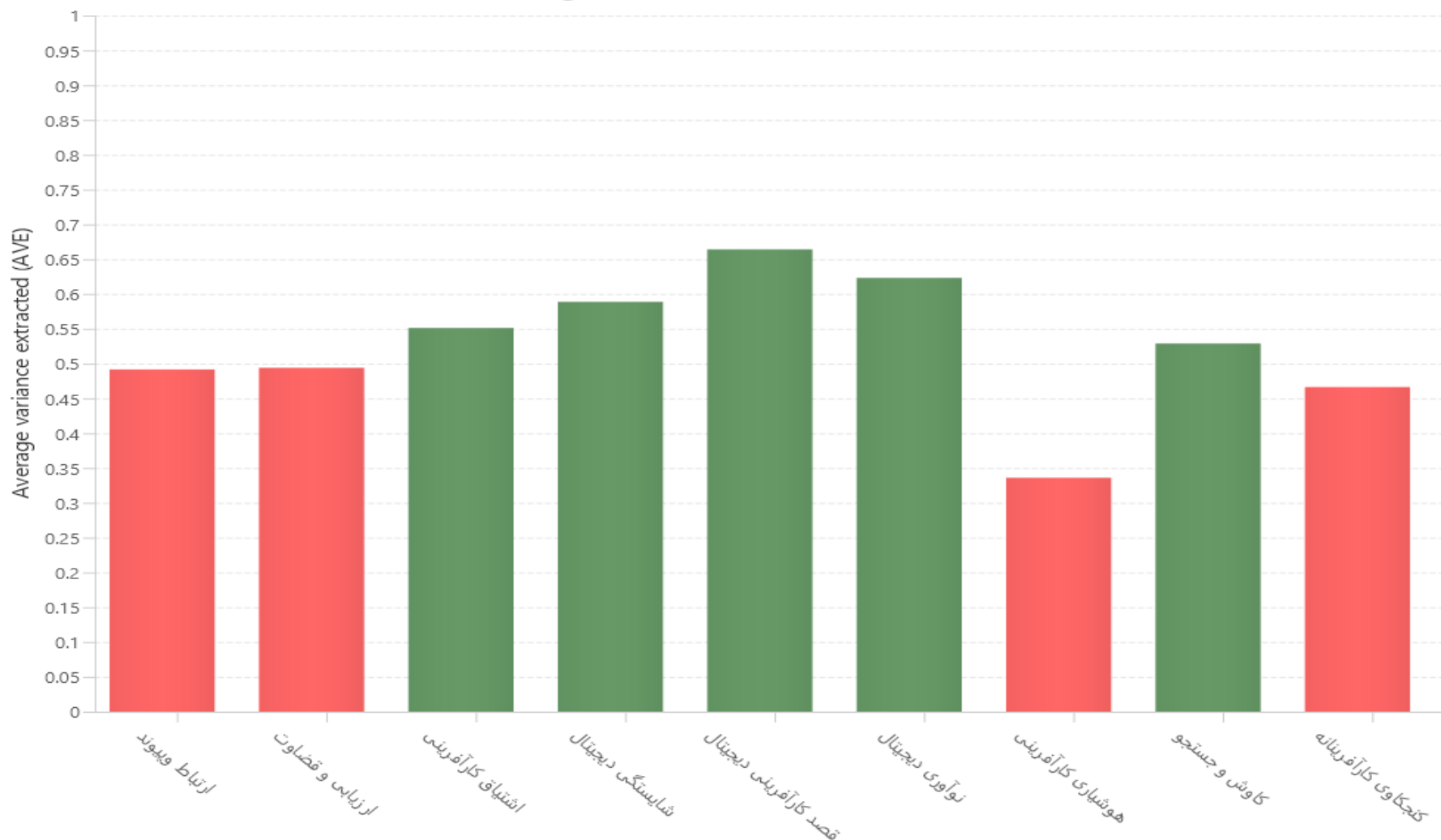
روایی همگرا

متغیر موردنظر	AVE	متغیر موردنظر	AVE
ارتباط و پیوند	۰,۴۹۲	نوآوری دیجیتال	۰,۶۲۳
ارزیابی و قضاوت	۰,۴۹۴	هوشیاری کارآفرینی	۰,۳۳۶
اشتیاق کارآفرینی	۰,۵۵۱	کاوش و جستجو	۰,۵۲۹
شایستگی دیجیتال	۰,۵۸۹	کنجکاوی کارآفرینانه	۰,۴۶۶
قصد کارآفرینی دیجیتال	۰,۶۶۴		

مقدار روایی همگرا از طریق میانگین واریانس به اشتراک گذاشته شده

روایی همگرا

Average variance extracted (AVE)



خروجی میانگین واریانس استخراج شده از طریق Smart PLS.4



کلیات

ادبیات تحقیق

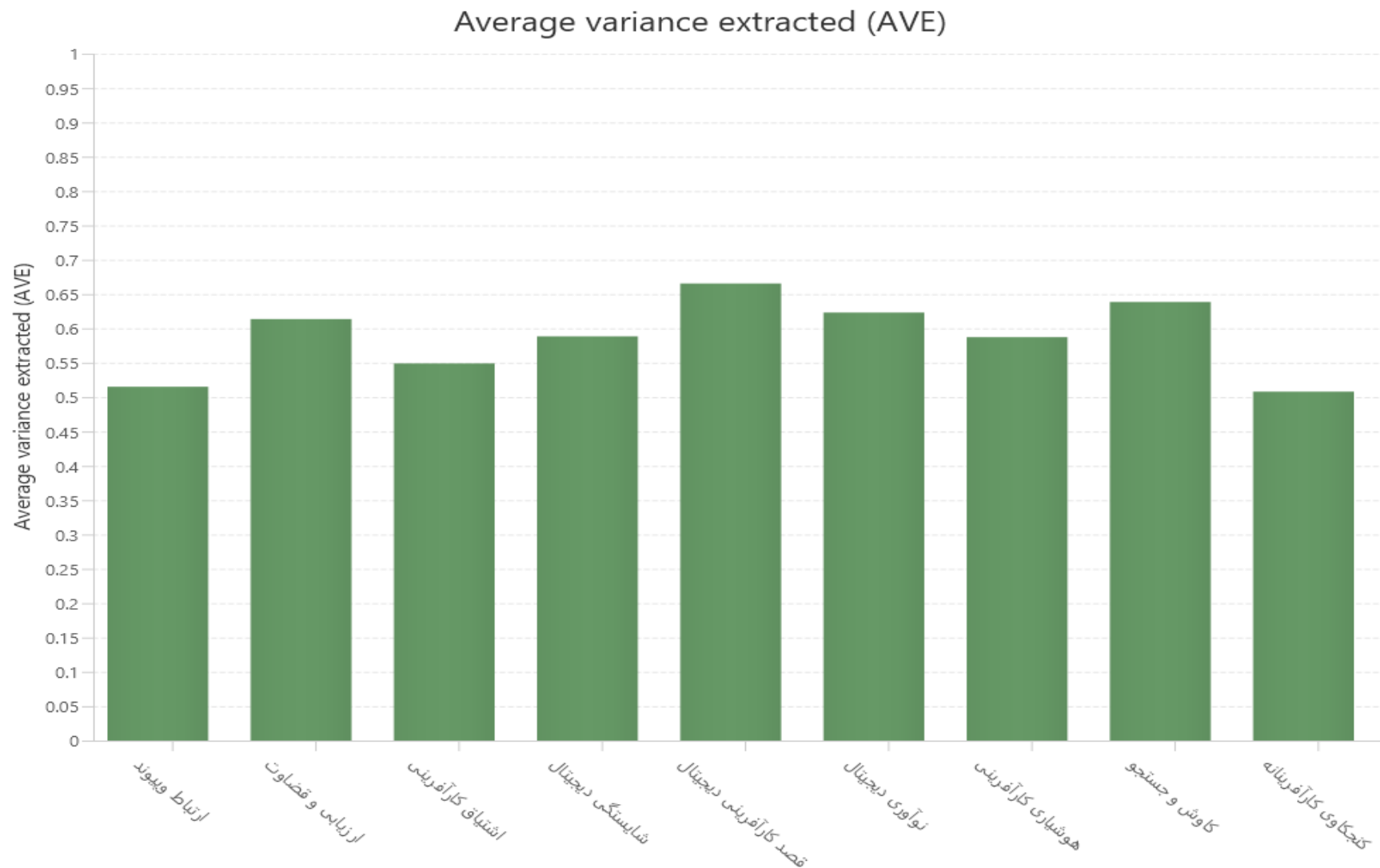
روش شناسی

تحلیل داده ها

نتیجه گیری

پیشنهادهات

سؤالات و گویه ها	بار عاملی	سؤالات و گویه ها	بار عاملی
EP5 اشتیاق کارآفرینی	۰,۶۶۷	EA16 ارزیابی و قضاوت	۰,۶۲۶
EP4 اشتیاق کارآفرینی	۰,۸۰۴	EA15 هوشیاری کارآفرینی	۰,۷۰۹
EP3 اشتیاق کارآفرینی	۰,۷۲۲	EA15 ارزیابی و قضاوت	۰,۸۳۳
EP2 اشتیاق کارآفرینی	۰,۷۷۷	EA14 هوشیاری کارآفرینی	۰,۵۴۷
EP1 اشتیاق کارآفرینی	۰,۷۳۵	EA14 ارزیابی و قضاوت	۰,۶۶۹
EC7 کنجکاوی کارآفرینانه	۰,۶۴۹	EA13 هوشیاری کارآفرینی	۰,۶۲۴
EC6 کنجکاوی کارآفرینانه	۰,۷۶۱	EA13 ارزیابی و قضاوت	۰,۷۳۳
EC5 کنجکاوی کارآفرینانه	۰,۵۴۳	EA12 هوشیاری کارآفرینی	۰,۶۶۴
EC4 کنجکاوی کارآفرینانه	۰,۷۳۲	EA12 ارزیابی و قضاوت	۰,۷۵۳
EC3 کنجکاوی کارآفرینانه	۰,۷۲۹	EA11 هوشیاری کارآفرینی	۰,۴۵۸
EC2 کنجکاوی کارآفرینانه	۰,۷۰۸	EA11 ارتباط و پیوند	۰,۶۳۵
EC1 کنجکاوی کارآفرینانه	۰,۶۳۴	EA10 هوشیاری کارآفرینی	۰,۶۰۰
EA9 هوشیاری کارآفرینی	۰,۶۲۶	EA10 ارتباط و پیوند	۰,۷۱۱
EA9 ارتباط و پیوند	۰,۷۱۸	EA1 کاوش و جستجو	۰,۴۰۳
EA8 هوشیاری کارآفرینی	۰,۷۱۳	EA1 هوشیاری کارآفرینی	۰,۳۴۷
EA8 ارتباط و پیوند	۰,۷۷۲	DINN6 نوآوری دیجیتال	۰,۷۹۸
EA7 هوشیاری کارآفرینی	۰,۶۰۶	DINN5 نوآوری دیجیتال	۰,۷۸۵
EA7 ارتباط و پیوند	۰,۶۹۵	DINN4 نوآوری دیجیتال	۰,۸۶۸
EA6 هوشیاری کارآفرینی	۰,۵۴۰	DINN3 نوآوری دیجیتال	۰,۷۸۲
EA6 ارتباط و پیوند	۰,۶۶۸	DINN2 نوآوری دیجیتال	۰,۷۳۹
EA5 کاوش و جستجو	۰,۷۴۴	DINN1 نوآوری دیجیتال	۰,۷۵۹
EA5 هوشیاری کارآفرینی	۰,۵۱۱	DEI4 قصد کارآفرینی دیجیتال	۰,۸۱۷
EA4 کاوش و جستجو	۰,۸۲۱	DEI3 قصد کارآفرینی دیجیتال	۰,۷۷۸
EA4 هوشیاری کارآفرینی	۰,۶۰۸	DEI2 قصد کارآفرینی دیجیتال	۰,۸۲۸
EA3 کاوش و جستجو	۰,۷۹۵	DEI1 قصد کارآفرینی دیجیتال	۰,۸۳۶
EA3 هوشیاری کارآفرینی	۰,۵۵۲	DC5 شایستگی دیجیتال	۰,۸۱۸
EA2 کاوش و جستجو	۰,۷۸۸	DC4 شایستگی دیجیتال	۰,۷۵۱
EA2 هوشیاری کارآفرینی	۰,۶۱۹	DC3 شایستگی دیجیتال	۰,۷۵۸
EA17 هوشیاری کارآفرینی	۰,۴۸۵	DC2 شایستگی دیجیتال	۰,۸۰۳
EA17 ارزیابی و قضاوت	۰,۵۷۲	DC1 شایستگی دیجیتال	۰,۷۰۰
EA16 هوشیاری کارآفرینی	۰,۵۳۰		



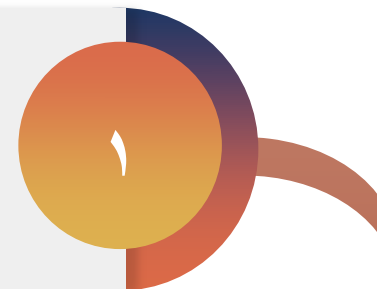
خروجی میانگین واریانس استخراج شده پس از انجام اقدامات

متغیر موردنظر	AVE	متغیر موردنظر	AVE
ارتباط و پیوند	۰,۵۱۵	نوآوری دیجیتال	۰,۶۲۳
ارزیابی و قضاوت	۰,۶۱۴	هوشیاری کارآفرینی	۰,۵۸۷
اشتیاق کارآفرینی	۰,۵۴۹	کاوش و جستجو	۰,۶۳۹
شایستگی دیجیتال	۰,۵۸۹	کنجکاوی کارآفرینانه	۰,۵۰۸
قصد کارآفرینی دیجیتال	۰,۶۶۵		

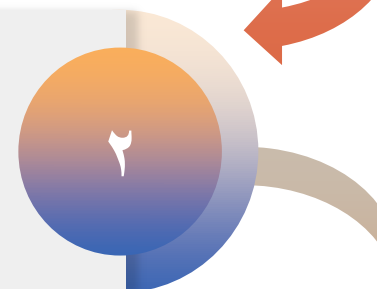
مقدار AVE برای هر متغیر پس از انجام اقدامات

روایی واگرا

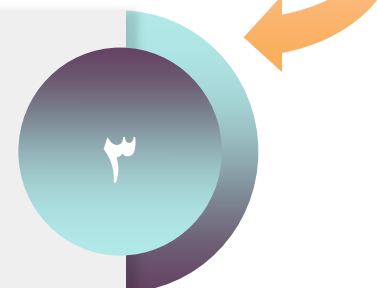
روایی واگرا: از طریق جذر میانگین واریانس به اشتراک گذاشته شده



از معیارهای مهم آن: فورنل و لارکر



اعداد آخر هر متغیر مکنون بایستی از سلولهای زیرین خود بیشتر باشد تا تأیید شود.





دانشگاه تبریز

کلیات

ادبیات تحقیق

روش شناسی

تحلیل داده ها

نتیجه گیری

پیشنهادهات

کنجکاوی کارآفرینانه	کاوش و جستجو	هوشیاری کارآفرینی	نوآوری دیجیتال	قصد کارآفرینی دیجیتال	شایستگی دیجیتال	اشتیاق کارآفرینی	ارزیابی و قضاوت	ارتباط و پیوند	Fornell- Larker
								۰,۷۱۸	ارتباط و پیوند
							۰,۷۸۳	۰,۶۱۷	ارزیابی و قضاوت
						۰,۷۴۱	۰,۴۳۰	۰,۵۶۰	اشتیاق کارآفرینی
					۰,۷۶۷	۰,۳۴۳	۰,۳۵۲	۰,۳۸۹	شایستگی دیجیتال
				۰,۸۱۶	۰,۲۶۶	۰,۴۶۴	۰,۳۰۳	۰,۳۵۲	قصد کارآفرینی دیجیتال
			۰,۷۸۹	۰,۳۴۴	۰,۵۴۷	۰,۳۷۰	۰,۴۰۰	۰,۳۷۳	نوآوری دیجیتال
		۰,۷۶۶	۰,۴۳۰	۰,۳۸۷	۰,۴۱۳	۰,۵۲۸	۰,۹۱۱	۰,۸۳۰	هوشیاری کارآفرینی
	۰,۷۹۹	۰,۴۳۳	۰,۲۹۰	۰,۵۳۰	۰,۳۱۱	۰,۴۷۰	۰,۳۹۶	۰,۴۰۶	کاوش و جستجو
۰,۷۱۳	۰,۳۰۰	۰,۵۰۴	۰,۳۹۲	۰,۴۱۱	۰,۳۱۷	۰,۵۲۱	۰,۴۶۵	۰,۴۶۸	کنجکاوی کارآفرینانه

۲. برآزش مدل ساختاری تحقیق

برآزش مدل
ساختاری

سنجش رابطه بین سازه یا متغیر
مکنونی در مدل مفهومی و در
بخش ساختاری

معیارهای
مورد استفاده

- ضرایب تی
- ضریب تعیین
- اندازه اثر
- شاخص افزونگی

شروع با
T-value

- ضرایب تی = اعداد معناداری
- سطح اطمینانی ۹۵٪
- بیشتر از ۱,۹۶ = مورد قبول

ضریب T

روابط متغیرها	ضریب معناداری (T-value)
اشتیاق کارآفرینی ← نوآوری دیجیتال	۲,۱۸۹
اشتیاق کارآفرینی ← هوشیاری کارآفرینی	۵,۴۶۸
شایستگی دیجیتال ← نوآوری دیجیتال	۱۰,۲۱۵
شایستگی دیجیتال ← هوشیاری کارآفرینی	۵,۹۲۳
نوآوری دیجیتال ← قصد کارآفرینی دیجیتال	۳,۹۶۶
هوشیاری کارآفرینی ← ارتباط و پیوند	۶۱,۳۶
هوشیاری کارآفرینی ← ارزیابی و قضاوت	۱۰۸,۹۸۳
هوشیاری کارآفرینی ← قصد کارآفرینی دیجیتال	۵,۵۴
هوشیاری کارآفرینی ← کاوش و جستجو	۸,۶۸۱
کنجکاوی کارآفرینانه ← نوآوری دیجیتال	۳,۶۹۳
کنجکاوی کارآفرینانه ← هوشیاری کارآفرینی	۴,۹۷۶



دانشگاه تبریز

کلیات

ادبیات تحقیق

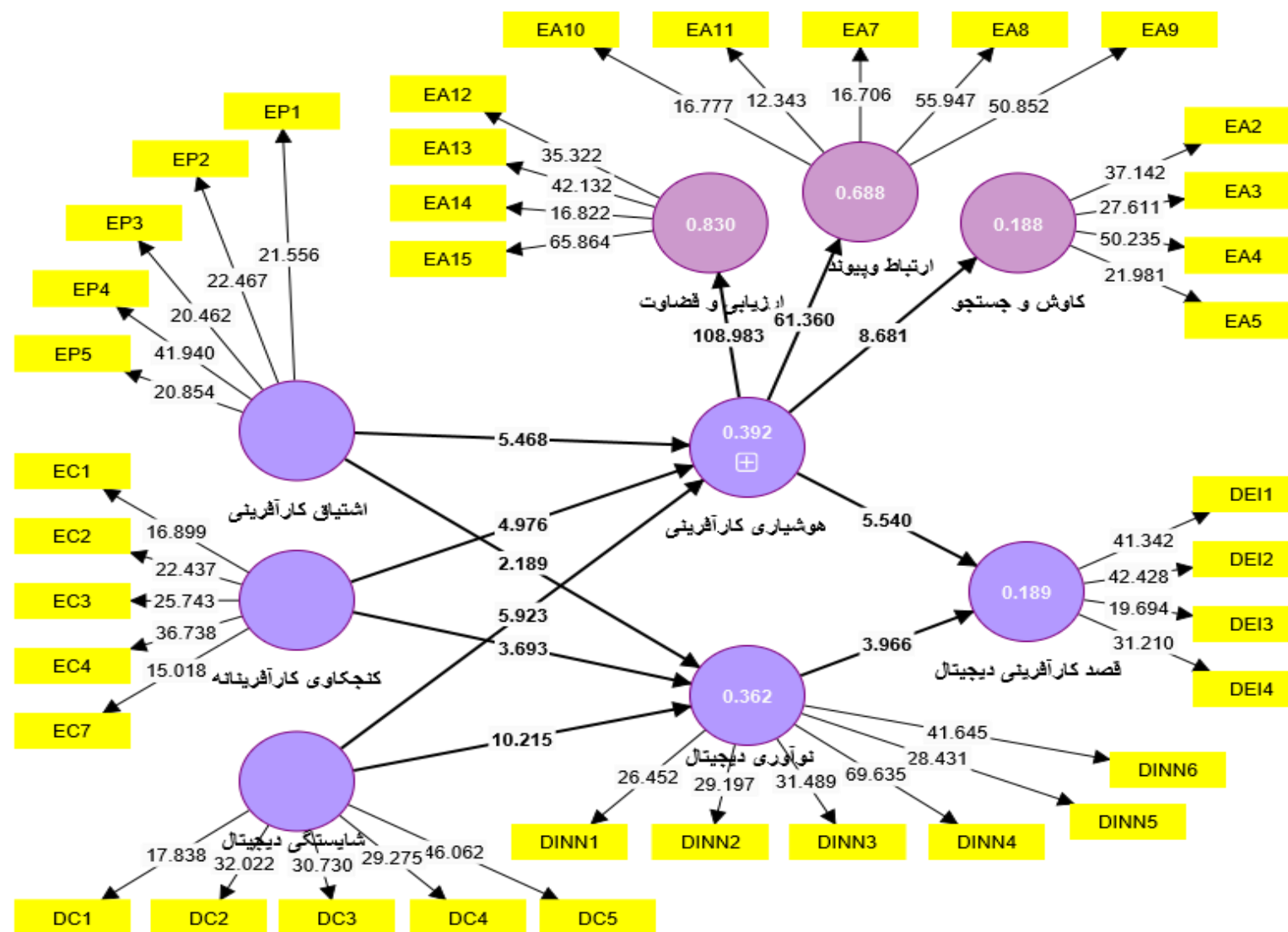
روش شناسی

تحلیل داده ها

نتیجه گیری

پیشنهادهای

ضریب T



چارچوب (مدل) مفهومی تحقیق همراه با ضرایب تی

ضریب تعیین (R^2)

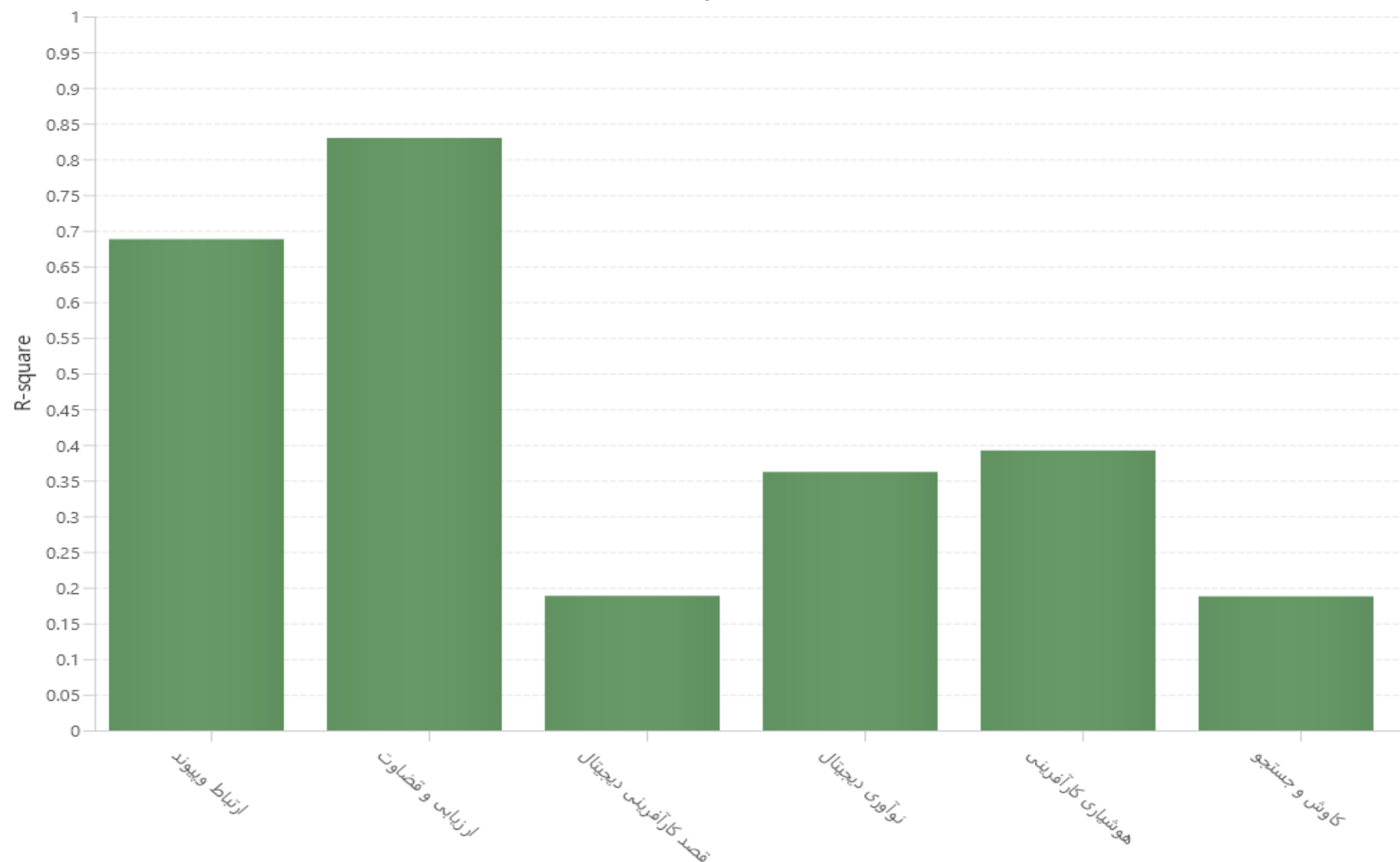
متغیرهای تحقیق	ضریب تشخیص
ارتباط و پیوند	۰,۶۸۸
ارزیابی و قضاوت	۰,۸۳۰
قصد کارآفرینی دیجیتال	۰,۱۸۹
نوآوری دیجیتال	۰,۳۶۲
هوشیاری کارآفرینی	۰,۳۹۲
کاوش و جستجو	۰,۱۸۸

R Squares

- میزان تغییرات متغیر وابسته مدل است که به وسیله متغیرهای مستقل توضیح داده می شود
- بین یک و صفر
- مقادیر بالای ۰.۲۶ مقدار توصیه شده هستند و مطلوب می باشند. کوهن (۲۰۱۳)

ضریب تعیین (R^2)

R-square



F Square

- برای بررسی متغیرهای پنهان مستقل از حیث اینکه حذف آن باعث تأثیر چشمگیر در متغیر وابسته (درونزا) شده است یا خیر
- کمتر از دو صدم = عدم تأثیر متغیر مکنونی مستقل بر وابسته

اندازه تأثیر (F^2)

روابط متغیرها	اندازه اثر (F^2)
اشتقاق کارآفرینی ← نوآوری دیجیتال	۰,۰۱۵
اشتقاق کارآفرینی ← هوشیاری کارآفرینی	۰,۱۱۰
شایستگی دیجیتال ← نوآوری دیجیتال	۰,۲۶۸
شایستگی دیجیتال ← هوشیاری کارآفرینی	۰,۰۶۸
نوآوری دیجیتال ← قصد کارآفرینی دیجیتال	۰,۰۴۸
هوشیاری کارآفرینی ← ارتباط و پیوند	۲,۲۰۶
هوشیاری کارآفرینی ← ارزیابی و قضاوت	۴,۸۸۰
هوشیاری کارآفرینی ← قصد کارآفرینی دیجیتال	۰,۰۸۷
هوشیاری کارآفرینی ← کاوش و جستجو	۰,۲۳۱
کنجکاوی کارآفرینانه ← نوآوری دیجیتال	۰,۰۳۹
کنجکاوی کارآفرینانه ← هوشیاری کارآفرینی	۰,۰۸۶

شاخص افزونگی (Q^2)

Q^2

- بیانگر قدرت پیش بینی مدل مفهومی تحقیق
- فقط شامل متغیرهای پنهان درون زا
- $۰.۰۲ =$ قدرت پیش بینی ضعیف،
- $۰.۱۵ =$ متوسط
- $۰.۳۵ =$ قوی

متغیرهای مکنونی	شاخص افزونگی Q^2
ارتباط و پیوند	۰,۳۶۳
ارزیابی و قضاوت	۰,۲۷۹
قصد کارآفرینی دیجیتال	۰,۲۳۸
نوآوری دیجیتال	۰,۳۴۷
هوشیاری کارآفرینی	۰,۳۷۹
کاوش و جستجو	۰,۱۷۹

۳. برازش کل مدل

مقدار به دست آمده	برازش کل (SRMR)
۰,۰۸	مدل اشباع شده
۰,۱۰	مدل تخمینی



۳. برازش کل مدل

ضرایب β	روابط متغیرها
۰,۱۱۹	اشتیاق کارآفرینی $\leftarrow$ نوآوری دیجیتال
۰,۳۱۰	اشتیاق کارآفرینی $\leftarrow$ هوشیاری کارآفرینی
۰,۴۴۷	شایستگی دیجیتال $\leftarrow$ نوآوری دیجیتال
۰,۲۲۰	شایستگی دیجیتال $\leftarrow$ هوشیاری کارآفرینی
۰,۲۱۸	نوآوری دیجیتال $\leftarrow$ قصد کارآفرینی دیجیتال
۰,۸۳۰	هوشیاری کارآفرینی $\leftarrow$ ارتباط و پیوند
۰,۹۱۱	هوشیاری کارآفرینی $\leftarrow$ ارزیابی و قضاوت
۰,۲۹۴	هوشیاری کارآفرینی $\leftarrow$ قصد کارآفرینی دیجیتال
۰,۴۳۳	هوشیاری کارآفرینی $\leftarrow$ کاوش و جستجو
۰,۱۸۸	کنجکاوی کارآفرینانه $\leftarrow$ نوآوری دیجیتال
۰,۲۷۲	کنجکاوی کارآفرینانه $\leftarrow$ هوشیاری کارآفرینی

ضرایب β

- ✓ تبیین شدت و جهت (۱ و -۱) میان دو متغیر مکنون
- ✓ ضریب برابر صفر شود $\leftarrow$ هیچ رابطه خطی میان دو متغیر مکنون وجود ندارد



دانشگاه تبریز

کلیات

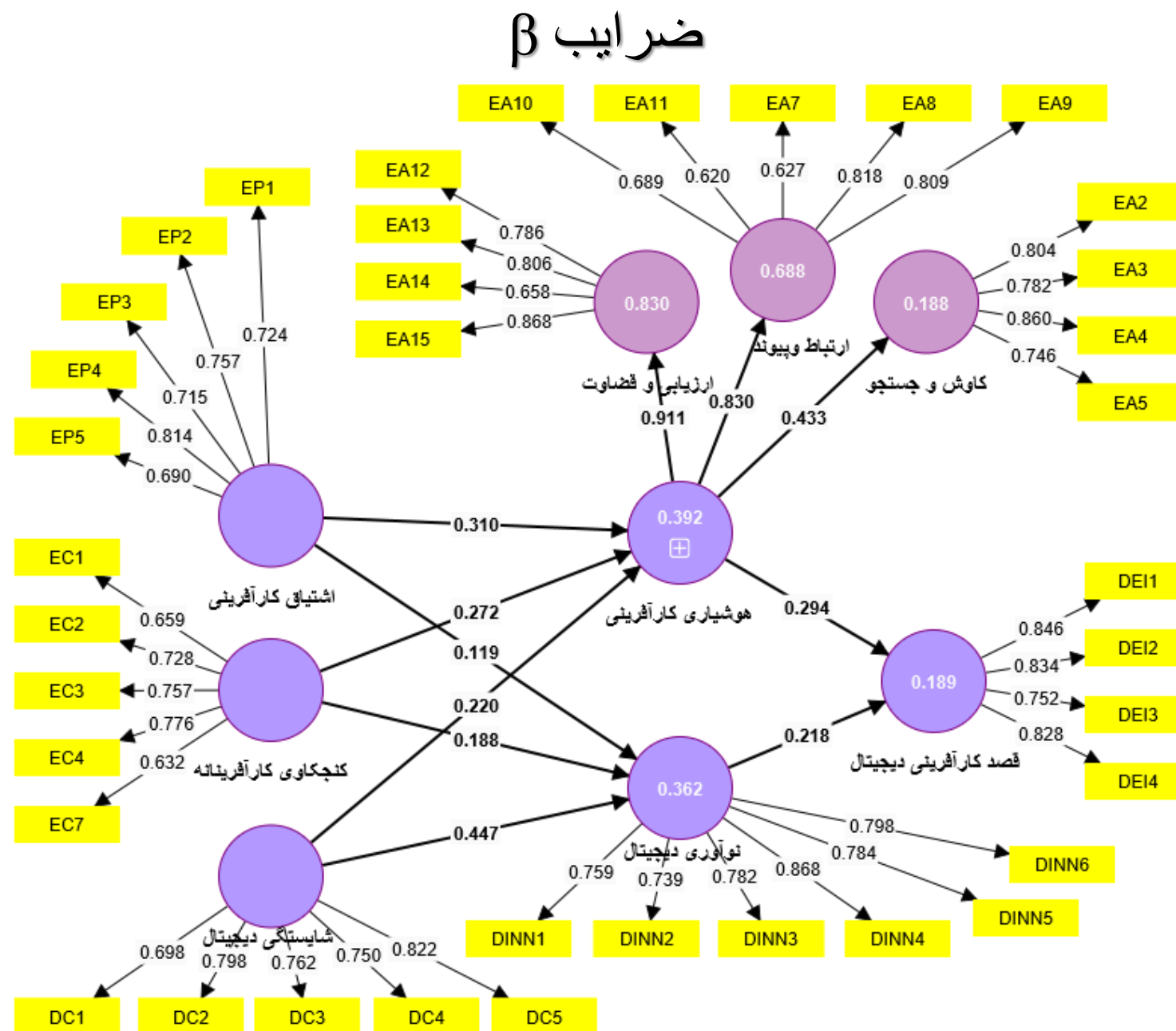
ادبیات تحقیق

روش شناسی

تحلیل داده ها

نتیجه گیری

پیشنهادهای



نتیجه در سطح ۹۵٪	ضریب بتا	خطای استاندارد	آماره t	
عدم رد	۰,۲۱۸	۰,۰۵۵	۳,۹۶۶	نوآوری دیجیتال به قصد کارآفرینی دیجیتال
عدم رد	۰,۲۹۴	۰,۰۵۳	۵,۵۴	هوشیاری کارآفرینی به قصد کارآفرینی دیجیتال
عدم رد	۰,۱۱۹	۰,۰۵۴	۲,۱۸۹	اشتیاق کارآفرینی به نوآوری دیجیتال
عدم رد	۰,۳۱۰	۰,۰۵۷	۵,۴۶۸	اشتیاق کارآفرینی به هوشیاری کارآفرینی
عدم رد	۰,۲۷۲	۰,۰۵۵	۴,۹۷۶	کنجکاوی کارآفرینانه به هوشیاری کارآفرینی
عدم رد	۰,۱۸۸	۰,۰۵۱	۳,۶۹۳	کنجکاوی کارآفرینانه به نوآوری دیجیتال
عدم رد	۰,۴۴۷	۰,۰۴۴	۱۰,۲۱۵	شایستگی دیجیتال به هوشیاری کارآفرینی
عدم رد	۰,۴۴۷	۰,۰۴۴	۱۰,۲۱۵	شایستگی دیجیتال به نوآوری دیجیتال



فصل پنجم

نتایج و پیشنهادات



نتایج فرضیات



سازگاری با نتایج مطالعات

آید (۲۰۲۰)، اختر و همکاران (۲۰۲۲) و النادی و غیث (۲۰۲۳)

اوبشونکا و همکاران (۲۰۱۸)، اوربان و همکاران (۲۰۲۰)

کاردون و همکاران (۲۰۱۳)، سید و همکاران (۲۰۲۰)

آریکان و همکاران (۲۰۲۰)

اوربان (۲۰۱۹)، مانچا و شانکارانارایان (۲۰۲۰)





دانشگاه تبریز

کلیات

ادبیات تحقیق

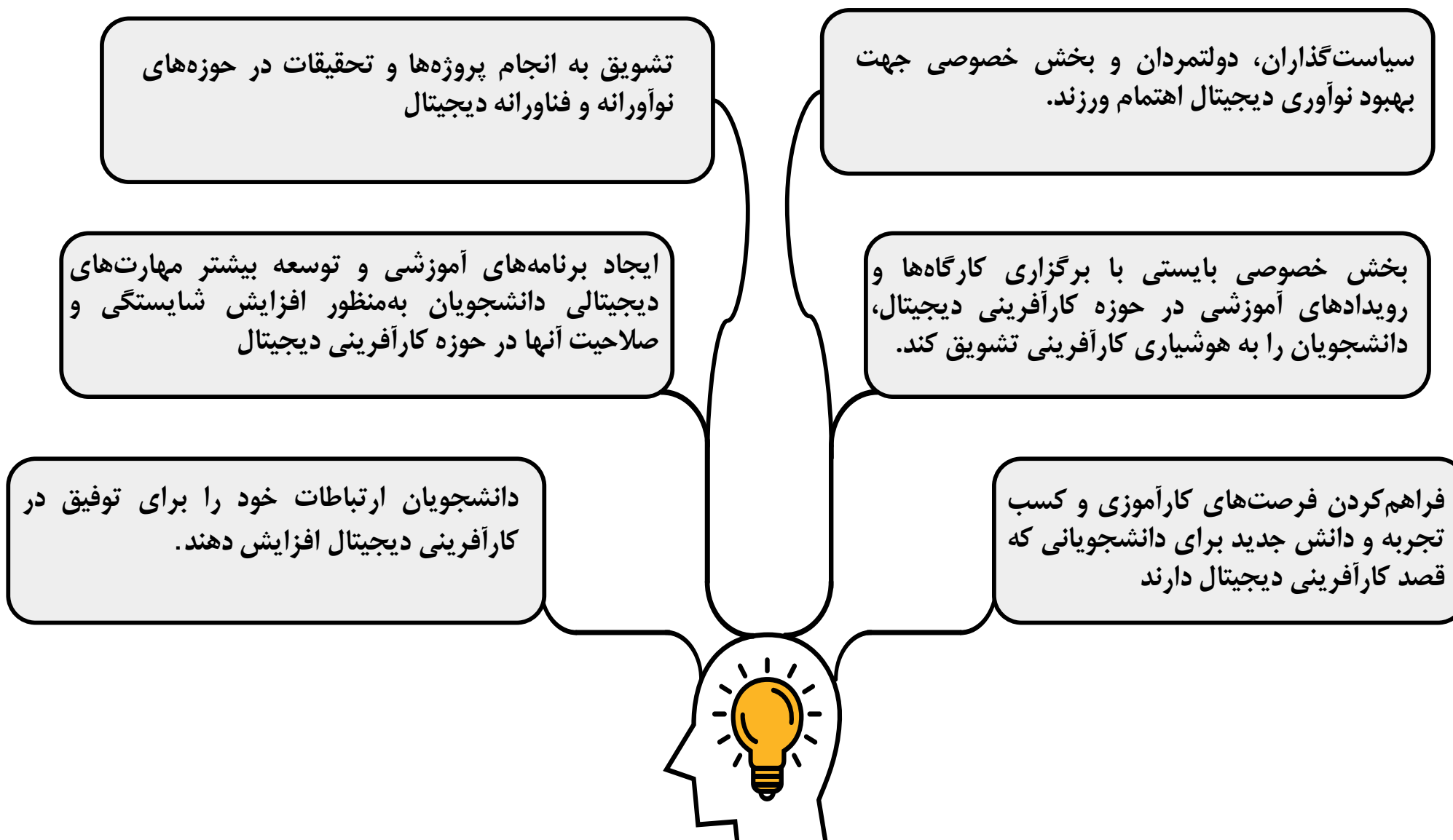
روش شناسی

تحلیل داده ها

نتیجه گیری

پیشنهادهای

پیشنهادهای سیاستی

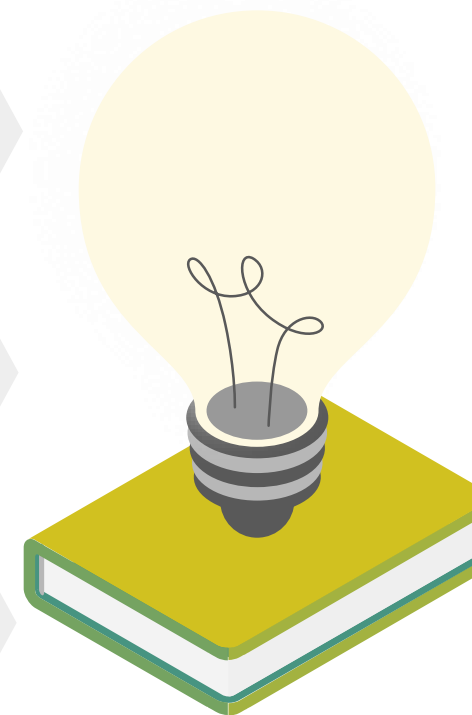


پیشنهاد برای پژوهش های آتی

بررسی ویژگی های فردی در تأثیرگذاری بر قصد کارآفرینی دیجیتال بین دانشجویان دو کشور

بررسی نقش ویژگی های فردی در قصد کارآفرینی دیجیتالی دانشجویانی که در همایش های ملی و بین المللی کارآفرینی شرکت می کنند

بررسی نقش ویژگی های فردی در تأثیرگذاری بر قصد کارآفرینی دیجیتال با جامعه آماری متفاوت در ایران یا استان آذربایجان شرقی





با تشکر از توجه شما

