



The Role of Cultural Intelligence in Students' Entrepreneurial Self-Efficacy Through the Mediation of Strategic Thinking

Zahra Lari Gol^{*1}, Mohammad-Hassan Ghanifar¹, Ghasem Ahi¹, Fatemeh Shahabizadeh¹, Jalil Jarahi¹

¹ Department of Psychology, Islamic Azad University, Birjand, Iran

*Corresponding author: Mohammad-Hassan Ghanifar, Department of Psychology, Islamic Azad University, Birjand, Iran, Email: m.yaghoby98@gmail.com

Article Info

Keywords: Cultural intelligence, Entrepreneurial self-efficacy, Strategic thinking, Entrepreneurial students

Abstract

Introduction: Entrepreneurial self-efficacy plays an important role in nurturing entrepreneurial generation and economic-cultural development of a country. Therefore, the present study aimed to investigate the role of cultural intelligence in students' entrepreneurial self-efficacy through the mediation of strategic thinking.

Methods: The present study was a descriptive-correlation structural equation study. The statistical population of this study included all entrepreneurs working in the technology unit of south Khorasan Science and Technology Park in the period from May to July 2019, from which 120 eligible entrepreneurial students were selected by targeted sampling method. Research tools were the cultural intelligence questionnaires of Ang et al. (2004), Goldman strategic thinking (2006) and Diabol et al. (1999) entrepreneurial self-efficacy questionnaires. Structural modeling and partial least squares algorithm (PLS) and software (SPSS) were used for data analysis.

Results: The results showed that there is a direct and significant relationship between cultural intelligence with entrepreneurial self-efficacy and strategic thinking as well as a direct and meaningful relationship between strategic thinking with entrepreneurial self-efficacy. The results of path analysis also showed that strategic thinking plays a mediating role in the relationship between cultural intelligence and students' entrepreneurial self-efficacy.

Conclusion: Given the direct and indirect effect of cultural intelligence and strategic thinking on students' entrepreneurial self-efficacy, it seems that enhancing cultural intelligence and strategic thinking can improve students' entrepreneurial self-efficacy.

Copyright © 2020, Education Strategies in Medical Sciences (ESMS). This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>) which permits copy and redistribute the material just in noncommercial usages, provided the original work is properly cited.

نقش هوش فرهنگی در خودکارآمدی کارآفرینانه دانشجویان با میانجی‌گری تفکر راهبردی

زهرا لاری گل*^۱، محمدحسن غنی فر^{۱*}، قاسم آهی^۱، فاطمه شهابی زاده^۱، جلیل جراحی^۱

^۱گروه روانشناسی، دانشگاه آزاد اسلامی، بیرجند، ایران.

*نویسنده مسؤل: زهرا لاری گل، گروه روانشناسی، دانشگاه آزاد اسلامی، بیرجند، ایران. ایمیل: m.yaghoby98@gmail.com

چکیده

مقدمه: خودکارآمدی کارآفرینانه نقش مهمی در پرورش نسل کارآفرین و توسعه اقتصادی- فرهنگی یک کشور دارد. از این رو مطالعه حاضر باهدف نقش هوش فرهنگی در خودکارآمدی کارآفرینانه دانشجویان با میانجی‌گری تفکر راهبردی انجام شد.

روش‌ها: پژوهش حاضر توصیفی- همبستگی از نوع معادلات ساختاری بود. جامعه آماری این پژوهش شامل تمامی کارآفرینان مشغول به فعالیت در واحد فناوری پارک علم و فناوری خراسان جنوبی در بازه زمانی اردیبهشت تا تیرماه ۱۳۹۸ بودند، که از افراد واجد شرایط ۱۲۰ نفر دانشجوی کارآفرین به شیوه‌ی نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. ابزار پژوهش پرسش‌نامه‌های هوش فرهنگی آنگ و همکاران (۲۰۰۴)، تفکر راهبردی گلدمن (۲۰۰۶) و خودکارآمدی کارآفرینانه دی نابل و همکاران (۱۹۹۹) بودند. برای تحلیل داده‌ها از مدل‌سازی ساختاری و الگوریتم حداقل مربعات جزئی (PLS) و نرم‌افزار (SPSS) استفاده شد.

یافته‌ها: نتایج نشان داد که رابطه مستقیم و معناداری بین هوش فرهنگی با خودکارآمدی کارآفرینانه و تفکر راهبردی و رابطه مستقیم و معناداری بین تفکر راهبردی با خودکارآمدی کارآفرینانه وجود دارد. همچنین نتایج نشان داد که تفکر راهبردی نقش میانجی در رابطه بین هوش فرهنگی با خودکارآمدی کارآفرینانه دانشجویان بازی می‌کند.

نتیجه‌گیری: با توجه به اثر مستقیم و غیرمستقیم هوش فرهنگی و تفکر راهبردی بر میزان خودکارآمدی کارآفرینانه دانشجویان، به نظر می‌رسد با تقویت هوش فرهنگی و تفکر راهبردی می‌توان خودکارآمدی کارآفرینانه دانشجویان را بهبود بخشید.

واژگان کلیدی: هوش فرهنگی، خودکارآمدی کارآفرینانه، تفکر راهبردی، دانشجویان کارآفرین

مقدمه

امروزه در بیشتر کشورها توجه خاصی به کارآفرینی (Entrepreneurship) و کارآفرینان می‌شود، در همین راستا تجارب کشورهای مختلف دنیا اعم از توسعه‌یافته و درحال توسعه، نشان‌دهنده آن است که بهترین گزینه برای آماده کردن فراگیران نظام آموزشی برای اشتغال در بازار کار، ایجاد بستر مناسب برای خوداشتغالی و کارآفرینی دانشگاهی از سوی دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی است (۱). کارآفرینی دانشگاهی عامل ایجاد پیوند بین نظام علمی و نظام اقتصادی و سازوکار بسیج دانش برای تحقق توسعه و اقتصاد دانش بنیان است (۲). باورهای خودکارآمدی برای داشتن انگیزه کارآفرینی و نیز تلاش برای انجام دادن فعالیت‌های کارآفرینانه لازم می‌باشد، در همین راستا پژوهش‌های جدید بر عامل‌های روان‌شناختی اجتماعی با تأکید بر متغیرهایی چون خودکارآمدی، منجر به ایجاد درک بهتری از فرایندهای کارآفرینی شده است (۳). خودکارآمدی کارآفرینانه (Entrepreneurial self-efficacy) ادراک فرد درباره توانایی‌هایش برای کارآفرین شدن و باور به انجام موفقیت‌آمیز نقش‌ها و وظایف کارآفرینی است (۴). پژوهشگران شش بعد ایجاد فرصت‌های جدید (مهارت‌های مرتبط با تشخیص فرصت)، کنار آمدن با چالش‌های غیرمنتظره (باور افراد درباره توانایی‌هایشان برای تحمل و مقابله با شرایط پرمخاطره و نامعین)، توسعه منابع انسانی (مهارت‌های استخدام و توسعه منابع انسانی)، ایجاد محیط نوآور (مهارت‌های مرتبط با توانایی ترغیب دیگران با تیم خود برای تلاش در جهت ارائه ایده جدید با انجام یک فعالیت نوآورانه)، برقراری ارتباط با سرمایه‌گذار (مهارت‌های مرتبط با کسب منابع مالی برای سرمایه‌گذاری در کسب‌وکار) و تعیین هدف (تعیین چشم‌انداز و مأموریت و مهارت‌های ارتباطی برای جذب کارکنان و سرمایه‌گذاران اصلی) را برای خودکارآمدی کارآفرینانه تعیین کرده‌اند (۵، ۶).

از سوی دیگر، با توجه به رشد روزافزون اطلاعات و تعاملات جهانی و بین فرهنگی و ورود دانشجویان با دیدگاه‌ها، فرهنگ‌ها و رفتارهای متفاوت به محیط‌های آموزشی، از جمله دانشگاه‌ها، توجه هر چه بیشتر به مقوله‌های بین فرهنگی امری ضروری است. لازمه برقراری ارتباط مؤثر میان فرهنگی و حل تعارض‌ها، برخورداری از هوش فرهنگی (Cultural Intelligence) است که سازگاری با موقعیت‌های جدید را تسریع و فعالیت در چنین شرایط

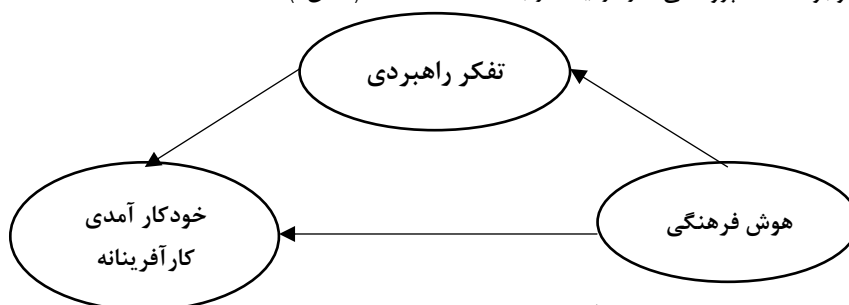
محیطی را راحت‌تر می‌کند (۷). هوش فرهنگی، توانایی فرد در راستای سازگاری موفقیت‌آمیز با محیط‌های فرهنگی جدید است که معمولاً با بافت فرهنگی خود فرد ناآشناست (۸). همچنین هوش فرهنگی را یک سازه چندبعدی متراکم و دارای ابعاد هوش فرهنگی فراشناختی یا راهبردی، هوش فرهنگی شناختی یا دانش، هوش فرهنگی انگیزشی و هوش فرهنگی رفتاری، تعریف می‌کنند (۹). نتایج پژوهش‌ها از نقش هوش فرهنگی بر ویژگی‌های کارآفرینانه مدیران (۱۰)، رفتار کارآفرینانه دانشجویان (۱۱) و کارآفرینی استراتژیک (۱۲) حکایت دارند.

همچنین توانایی تفکر راهبردی / استراتژیک (Strategic thinking) از عوامل مهم رشد شناختی هر کارآفرین است (۱۳). استراتژیست‌هایی که از تفکر راهبردی برخوردارند همانند ویژگی‌هایی همچون تشخیص رهبری، خلاقیت، نگرش سیستمی، دید بلندمدت و فرصت‌طلبی و بسیاری از قابلیت‌های ذهنی شناختی دیگر می‌توانند فرد را به آینده‌ای بهتر برسانند (۱۴). تفکر راهبردی راهی برای حل مسائل راهبردی است که طی آن، رویکرد عقلایی و همگرا با فرایندهای تفکر خلاق و واگرا ترکیب می‌شوند (۱۵). نتایج تحقیقات از نقش تفکر راهبردی بر کارآفرینی سازمانی (۱۶، ۱۷)، کارآفرینی در اکوسیستم‌های تجاری (۱۸)، کارآفرینی زیست فناوری (۱۹) حکایت دارند. از سویی نتایج مطالعه افراسیابی حاکی از آن است که بین تفکر راهبردی با هوش هیجانی و هوش فرهنگی (به جز مؤلفه انگیزش هوش فرهنگی) کارکنان رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد (۲۰). در همین راستا پژوهش فکورحدادیان نشان داد که رابطه معنی‌داری بین مهارت قدرت تفکر استراتژیک و هوش فرهنگی بین مدیران دبیرستان‌ها وجود دارد (۲۱).

یکی از مأموریت‌های اصلی دانشگاه در قرن ۲۱، پیش بردن توسعه اجتماعی اقتصادی محیط پیرامونی خود با آموزش راه‌اندازی کسب‌وکار و توسعه کارآفرینی است (۲۲)، دانشگاه‌ها نقشی مهم در القای دانش و مهارت‌های کارآفرینی به یادگیرندگان و آماده کردن آنان برای راه‌اندازی شغل پرمخاطره دارند و آگاهی بخشی درباره فرصت‌های کارآفرینی، تهییج ایده پردازی کارآفرینانه و غربال کارآفرینان و ایده‌ها، یکی از اصول اساسی آموزش کارآفرینی در مؤسسات آموزش عالی است (۲۳). در همین راستا امروزه تمرکز اصلی آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها پرورش دانش، نگرش و مهارت‌های کارآفرینانه‌ای است که دانشجویان را قادر می‌سازد به شیوه کارآفرینانه فکر و عمل کنند و از

استعداد درک فرصت‌ها برخوردار شوند، تغییر پارادایم از شغل محوری به ایجاد شغل، هدف آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها است (۲۴). و با توجه به شکاف تحقیقاتی در زمینه هوش فرهنگی یعنی عدم بررسی نقش آن در فعالیت‌های کارآفرینانه و به خصوص خودکارآمدی کارآفرینانه دانشجویان و همچنین نقشی که تفکر راهبردی در این بین می‌تواند ایفا کند، و همچنین وجود خلأ پژوهشی در زمینه ارتباط

متغیرهای مذکور در قالب یک مدل علی منسجم، مطالعه حاضر با هدف نقش هوش فرهنگی در خودکارآمدی کارآفرینانه دانشجویان با میانجی‌گری تفکر راهبردی انجام شد و به دنبال پاسخ به این سؤال است که آیا مدل نقش هوش فرهنگی در خودکارآمدی کارآفرینانه دانشجویان با میانجی‌گری تفکر راهبردی از برآزش کافی برخوردار است (شکل ۱)؟



شکل ۱. مدل فرضی پژوهش

روش‌ها

پژوهش حاضر کاربردی و از لحاظ روش گردآوری داده‌ها توصیفی-همبستگی از نوع معادلات ساختاری بود. جامعه آماری این پژوهش شامل تمامی کارآفرینان مشغول به فعالیت در واحد فناوری پارک علم و فناوری خراسان جنوبی در بازه زمانی اردیبهشت تا تیرماه ۱۳۹۸ بودند (۲۴۰ نفر که از این تعداد ۹۰ نفر در ۳۰ تیم مستقر در داخل پارک علم و فناوری و ۱۵۰ نفر دیگر در قالب ۵۰ تیم خارج از پارک علوم و فناوری بودند)، که از جامعه آماری مذکور مطابق با نظر استیونس که توصیه کرده است در پژوهش‌های علوم اجتماعی، برای برخورداری از یک معادله معتبر، برای هر متغیر پیش بین حدود ۱۵ الی ۲۰ آزمودنی موردنیاز است (۲۵) و با در نظر گرفتن دو متغیر پیش بین (هوش فرهنگی: چهار مؤلفه و متغیر میانجی تفکر راهبردی: چهار مؤلفه)، تعداد ۱۲۰ دانشجوی کارآفرین به شیوه نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. معیار ورود پژوهش شامل: دانشجوی کارآفرین بودن، رغبت به تکمیل پرسش‌نامه و رضایت آگاهانه بود، اما معیار خروج نیز ناقض بودن پرسشنامه و عدم رضایت آگاهانه بود. ابزار گردآوری اطلاعات شامل پرسش‌نامه‌های زیر بودند:

۱- **مقیاس هوش فرهنگی (Cultural Intelligence Scale):** این پرسشنامه ۲۰ سؤالی را آنگ و همکاران در سال (۲۰۰۴) طراحی نمودند که چهار مؤلفه دانش یا شناخت (سؤالات ۱ تا ۶)، راهبرد یا فراشناخت (سؤالات ۷ تا ۱۰)، انگیزش (سؤالات ۱۱ تا ۱۵) و رفتار (سؤالات ۱۶ تا ۲۰) را بر روی طیف لیکرت خیلی کم، نمره

یک تا خیلی زیاد نمره پنج می‌سنجد. حداقل نمره ۲۰ و حداکثر ۱۰۰ خواهد بود، لذا نمرات بالاتر نشان‌دهنده هوش فرهنگی بالاتر هست (۲۶). در مطالعه آنگ، میزان پایایی فراشناخت ۰/۷۰، شناخت ۰/۸۶، انگیزشی ۰/۷۶ و رفتاری ۰/۸۳ به دست آمد (۲۶). این پرسش‌نامه در تحقیق کمالیان و همکاران در سال ۱۳۸۹ روی دانشجویان پیام نور اجرا شد، در این تحقیق آلفای کرونباخ پرسش‌نامه ۰/۸۵ به دست آمد و نتایج حاصل از باز آزمایی به فاصله ۱۵ روز بیانگر همبستگی ۰/۷۹ بود و نتایج حاصل از تحلیل عاملی با چرخش واریماکس نیز چهار عامل مجزا با تعداد عبارات ذکر شده در بالا را تأیید کرد (۲۷). همچنین در تحقیقات دیگر روایی آن با ارجاع به نظر متخصصان و کارشناسان به روش صوری و تحلیل عامل تأییدی تعیین شد (۲۸).

۲- **مقیاس تفکر راهبردی (Strategic Thinking Scale):** این پرسشنامه ۲۲ سؤالی توسط گلدمن در سال (۲۰۰۶) طراحی شده است که چهار مؤلفه تفکر مفهومی (سؤالات ۱، ۲، ۳، ۴، ۶)، تفکر سیستمی (سؤالات ۸، ۱۱، ۱۶، ۱۷، ۱۹، ۲۲)، فرصت‌طلبی هوشمندانه (سؤالات ۷، ۹، ۱۲، ۱۳، ۱۸، ۲۰) و آینده‌نگری (سؤالات ۵، ۱۰، ۱۴، ۱۵، ۲۱) را طیف لیکرت کاملاً مخالفم نمره یک تا کاملاً موافقم نمره پنج می‌سنجد. حداقل نمره ۲۲ و حداکثر ۱۱۰ خواهد بود، لذا نمرات بالاتر نشان‌دهنده تفکر راهبردی بالاتر هست (۲۹). روایی همگرا و روایی واگرایی پرسش‌نامه تفکر راهبردی توسط گلدمن به ترتیب ۰/۷۵ و ۰/۳۲ گزارش شده است و پایایی به روش آلفای کرونباخ ۰/۹۸ به

به این که این پرسش‌نامه‌ها به‌طور کلی و نه فردی، تحلیل می‌گردند به‌طور صادقانه به پرسش‌نامه پاسخ دهند. در این پژوهش تمامی اصول اخلاقی مرتبط از جمله محرمانه بودن پرسشنامه‌ها، رضایت آگاهانه شرکت‌کنندگان در پژوهش و اختیار خروج از پژوهش رعایت شده است؛ و به آزمودنی‌ها اطمینان داده شد که پاسخ‌های آن‌ها صرفاً جهت کار پژوهشی بوده و بدون نام و نام خانوادگی و به صورت محرمانه در نزد پژوهشگر باقی می‌مانند. در نهایت مدل پژوهش و روابط بین متغیرها با استفاده از میانگین، انحراف معیار، همبستگی پیرسون با استفاده از نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۲ و روش مدل ساختاری و با رویکرد حداقل مربعات جزئی (Partial Least Squares: PLS) تحلیل شد، این روش بهترین روش برای تحلیل تحقیقاتی است که روابط بین متغیرها پیچیده، حجم نمونه اندک و توزیع داده‌ها غیر نرمال است (۳۲).

یافته‌ها

اطلاعات توصیفی شامل میانگین، انحراف معیار، دامنه نمرات، چولگی و کشیدگی متغیرهای پژوهش در جدول ۱ آمده است. برای فراهم آوردن شرایط علمی لازم برای تحلیل‌های بعدی، ابتدا ماتریس همبستگی مرتبه صفر بین متغیرهای مورد مطالعه در این پژوهش محاسبه شد که این ضرایب در جدول ۱ آورده شده است. طبق یافته‌های جدول ۱. بین متغیرهای برون‌زا، واسطه‌ای و درون‌زا ارتباط وجود دارد که مجوز لازم برای انجام تحلیل‌های آماری بعدی از جمله معادلات ساختاری را می‌دهد.

جدول ۱: شاخص‌های توصیفی و ماتریس همبستگی بین متغیرهای پژوهش

	۳	۲	۱	کشیدگی	چولگی	انحراف معیار	میانگین
۱- هوش فرهنگی			۱	۰.۱۲۴	۰.۱۷۰	۱۰.۴۱۹	۵۲.۱۱
۲- تفکر راهبردی		۱	**۰/۴۷۲	۰.۷۱۷	-۰.۱۸۴	۸.۷۷۳	۵۸.۴۸
۳- خودکارآمدی کارآفرینانه			**۰/۵۳۲	-۰.۳۷۳	-۰.۱۱۰	۱۱.۲۸۵	۵۲.۷۶

** معنی‌داری در سطح ۰/۰۱

راهبردی با خودکارآمدی کارآفرینانه است. همچنین با توجه به اینکه مقادیر چولگی و کشیدگی بین ۲+ و ۲- می‌باشد داده‌ها در سطح ۰/۰۵ از توزیع پهن‌جاری برخوردارند. بر اساس نتایج مندرج در جدول ۲، سطح معناداری آماره محاسبه شده برای تمامی متغیرها بزرگتر از ۰/۰۵ می‌باشد بنابراین فرض نرمال بودن توزیع نمرات پذیرفته می‌شود.

دست آمد (۲۹). در پژوهش افراسیابی روایی محتوای پرسشنامه توسط اساتید و متخصصان تأیید گردیده است و پایایی پرسشنامه از طریق محاسبه آلفای کرونباخ، ۰/۸۶۱ تعیین گردید (۲۰).

۳- مقیاس خودکارآمدی کارآفرینانه (Entrepreneurial Self-Efficacy Scale):

پرسشنامه ۲۴ سؤالی خودکارآمدی کارآفرینانه توسط دی نابل و همکاران در سال (۱۹۹۹) ساخته شده است؛ و بر اساس طیف لیکرت کاملاً مخالفم نمره یک تا کاملاً موافقم نمره پنج نیز شش مؤلفه مهارت شناخت فرصت‌ها (۱، ۱۱، ۱۶، ۲۰، ۲۱، ۲۳، ۲۴)، مهارت ایجاد محیط نوآورانه (۷، ۸، ۱۰، ۱۳)، مهارت توسعه منابع انسانی (۴، ۱۲، ۱۴)، مهارت ایجاد رابطه با سرمایه‌گذاران (۲، ۱۵، ۱۹)، مهارت رویارویی با چالش‌های غیرمنتظره (۳، ۹، ۱۸) و مهارت شناسایی هدف اصلی (۲۲، ۱۷، ۵) را می‌سنجد (۳۰). ارزیابی روان‌سنجی پرسش‌نامه فوق در مطالعه دی نابل و همکاران نشان داد که دارای روایی مطلوب و پایایی به روش آلفای کرونباخ ۰/۸۹ گزارش گردید (۳۰). در پژوهش صفا و منگلی، اعتبار محتوای پرسشنامه توسط اساتید راهنما و مشاور و چند تن از افراد صاحب‌نظر مورد تأیید قرار گرفته است و از اعتبار لازم برخوردار می‌باشد. همچنین پایایی به روش آلفای کرونباخ ۰/۸۸ به دست آمد (۳۱).

برای جمع‌آوری داده‌های پژوهش، از روش میدانی بر اساس پرسش‌نامه استفاده شد. بدین منظور پرسشنامه‌های پژوهش توسط آزمودنی‌ها تکمیل شدند؛ و از آن‌ها خواسته شد با توجه

* معنی‌داری در سطح ۰/۰۵

طبق جدول ۱. ضرایب همبستگی بین هوش فرهنگی با تفکر راهبردی و خودکارآمدی کارآفرینانه و همچنین رابطه بین تفکر راهبردی با خودکارآمدی کارآفرینانه مثبت و معنی‌دار است ($P < 0/01$). مثبت بودن ضرایب به دست آمده نشان‌دهنده رابطه مستقیم بین هوش فرهنگی و تفکر

جدول ۲: نتایج آزمون کالموگروف-اسمیرنوف برای بررسی نرمال بودن توزیع نمرات

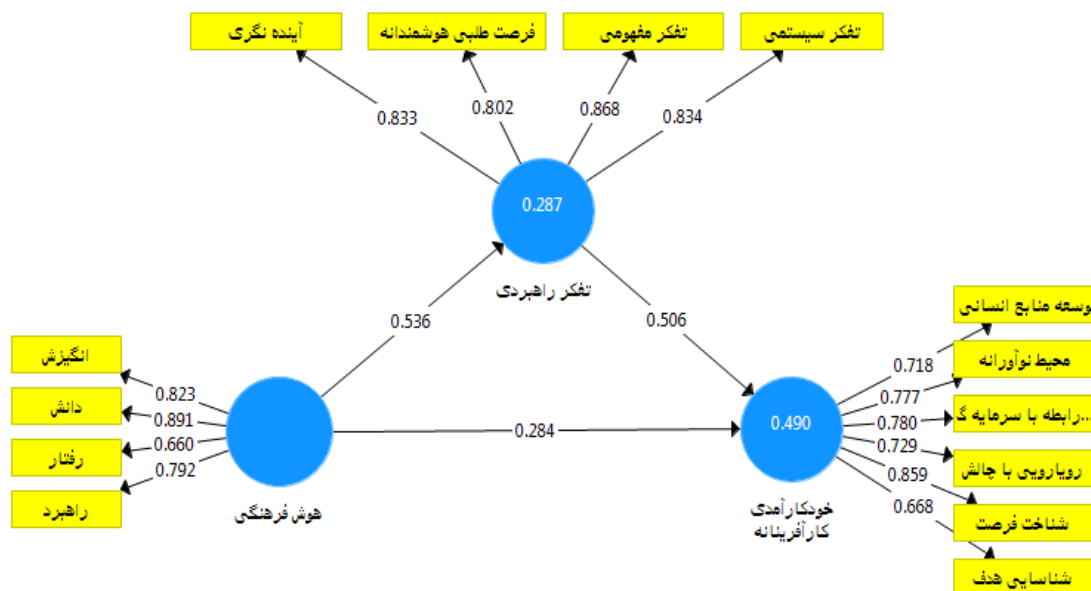
متغیر	Z کالموگروف اسمیرنوف	سطح معنی داری
هوش فرهنگی	۰/۷۲۴	۰/۶۷۲
تفکر راهبردی	۰/۵۸۵	۰/۸۸۳
خودکارآمدی کارآفرینانه	۰/۵۸۹	۰/۸۷۹

سه مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ برای این معیار به ترتیب بیانگر قدرت پیش‌بینی ضعیف، متوسط و قوی در مورد سازه مربوطه است (۳۳). با توجه به نتایج جدول ۳، مقادیر Q^2 مربوط به تمامی متغیرهای درون‌زا، از ۰/۱۵ بیشتر است که نشان از قدرت پیش‌بینی قوی مدل دارد. همچنین جهت ارزیابی برازش مدل کلی از معیار GOF استفاده گردید که سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به ترتیب به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF در نظر گرفته می‌شود (۳۳)، لذا حاصل شدن مقدار ۰/۳۷۴ مطابق جدول ۳، برای GOF نشان از برازش کلی مدل پژوهش دارد.

اولین معیار برای بررسی برازش مدل ساختاری ضرایب R^2 مربوط به متغیرهای درون‌زا (وابسته) مدل است. R^2 معیاری است که نشان‌دهنده تأثیر یک متغیر برون‌زا بر یک متغیر درون‌زا بوده و سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ به عنوان مقدار ملاک به ترتیب برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی در نظر گرفته می‌شود (۳۳). با توجه به نتایج جدول ۳ مقادیر R^2 به‌دست‌آمده مناسب بودن برازش مدل ساختاری پژوهش را نشان می‌دهد. دومین معیار برای بررسی برازش مدل ساختاری پژوهش مقادیر Q^2 متغیرهای درون‌زای مدل است. این معیار قدرت پیش‌بینی مدل را مشخص می‌سازد.

جدول ۳. شاخص‌های برازندگی مدل پژوهش

متغیر	R^2	Q^2	GOF
تفکر راهبردی	۰/۲۸۷	۰/۱۳۸	۰/۳۷۴
خودکارآمدی کارآفرینانه	۰/۴۹۰	۰/۲۵۸	۰/۳۷۴



شکل ۲. مدل علی نهایی برازش مدل در حالت ضرایب استاندارد

هر مسیر بالاتر از ۱/۹۶ شود. در این تحلیل مقدار آماره t برای کلیه مسیرها بالاتر از ۱/۹۶ بوده و در نتیجه در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار می‌باشند.

همان‌طور که شکل ۲ نشان می‌دهد، اعداد موجود بر روی مسیرها نشانگر مقدار t-value برای هر مسیر می‌باشد. برای بررسی معنادار بودن ضرایب مسیر لازم است تا مقدار t

جدول ۴. ضرایب مسیر مستقیم و غیر مستقیم مدل پژوهش

مسیر	بتا	t	سطح معنی‌داری	آزمون فرضیه پژوهش
هوش فرهنگی ← تفکر راهبردی	۰/۵۳۶	۹/۷۷۳	۰/۰۱	تأیید
هوش فرهنگی ← خودکارآمدی کارآفرینانه	۰/۲۸۴	۳/۵۰۸	۰/۰۱	تأیید
تفکر راهبردی ← خودکارآمدی کارآفرینانه	۰/۵۰۶	۶/۲۹۵	۰/۰۱	تأیید
هوش فرهنگی ← تفکر راهبردی	۰/۲۷۱	۵/۳۱۶	۰/۰۱	تأیید

فرهنگی (هوش فرهنگی فراشناختی یا راهبرد، هوش فرهنگی شناختی یا دانش، هوش فرهنگی انگیزشی و هوش فرهنگی رفتاری) و متغیر قدرت تفکر استراتژیک برقرار است، افرادی که دارای توانایی در سطح بالایی از مؤلفه‌های هوش فرهنگی هستند از قدرت تفکر راهبردی بالاتری نیز برخوردار هستند.

دیگر یافته پژوهش نشان داد که رابطه بین هوش فرهنگی با خودکارآمدی کارآفرینانه مثبت و معنی‌دار است. در همین راستا نتایج تحقیق خیری و همکاران وجود روابط همستگی قوی میان هوش فرهنگی و ویژگی‌های کارآفرینی (توفیق طلبی، مرکز کنترل درونی، تمایل به مخاطره‌پذیری، تحمل ابهام، خلاقیت، استقلال طلبی) را تأیید کرد (۳۷). نائیجی و عباسعلی زاده نیز ارتباط مثبت تمام ابعاد هوش فرهنگی با سه بعد رفتارهای کارآفرینانه شامل شناسایی فرصت‌ها، قوه ابتکار و خطرپذیری را تأیید کردند (۱۰). همچنین نتایج پژوهش خسروی پور و همکاران نشان داد بین هوش فرهنگی با گرایش کارآفرینانه رابطه مثبت و معنی‌دار وجود دارد (۳۸). در دست آمدن نتیجه فوق می‌توان گفت که هوش فرهنگی به افراد اجازه می‌دهد تا تشخیص دهند، دیگران چگونه فکر می‌کنند و چگونه به الگوهای رفتاری پاسخ می‌دهند، در نتیجه موانع ارتباطی میان فرهنگی را کاهش و به افراد قدرت مدیریت تنوع فرهنگی را می‌دهد (۳۹). همچنین هوش فرهنگی به عنوان یک مهارت اجتماعی است که موجب سازگاری فرد می‌شود. فرد دارای سازگاری اجتماعی، توانایی برنامه‌ریزی برای تمام ساعات خود را دارد. همچنین پذیرش تغییرات اجتماعی، شرکت فعال در یادگیری، قبول مسئولیت‌های فردی، اجتماعی و اعمال مدیریت صحیح به میزان زیادی بستگی به انگیزش و رغبتی دارد که در فرد بروز می‌کند. در این حالت دانشجویان بانگیزه، اراده و اعتمادبه‌نفس و اشتیاق کامل برای تحقق یادگیری و خلاقیت تلاش می‌کنند که این امر موجب خودکارآمدی و کارآفرینی می‌شود (۴۰).

با توجه به نتایج جدول ۴. تمامی ضرایب مسیر مستقیم مربوط به رابطه بین هوش فرهنگی با تفکر راهبردی و خودکارآمدی کارآفرینانه و همچنین رابطه بین تفکر راهبردی با خودکارآمدی کارآفرینانه مثبت و معنی‌دار است ($p < 0/01$). همچنین نتایج آزمون بوت استراپ نشان می‌دهد که ضریب مسیر رابطه غیرمستقیم بین هوش فرهنگی با خودکارآمدی کارآفرینانه از طریق متغیر میانجی تفکر راهبردی در سطح آلفای ۰/۰۱ معنی‌دار است ($p < 0/01$).

بحث

پژوهش حاضر با هدف نقش هوش فرهنگی در خودکارآمدی کارآفرینانه دانشجویان با میانجی‌گری تفکر راهبردی انجام شد. اولین یافته پژوهش نشان داد که رابطه بین هوش فرهنگی با تفکر راهبردی مثبت و معنی‌دار است. یافته فوق با نتایج مطالعات مشابه موجود در این زمینه همسو است، به طور مثال نتایج در مطالعه افراسیابی (۲۰) و فکورحدادیان (۲۱) نشان داده شد که بین تفکر راهبردی با هوش فرهنگی کارکنان رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد. در همین راستا نتایج مطالعه ارگون و گوزل نشان داد که بین هوش فرهنگی و الگوهای تفکر راهبردی در بین دانشجویان رابطه معناداری وجود دارد (۳۴). در توجیه یافته فوق می‌توان گفت توماس، هوش فرهنگی را توانایی ایجاد رفتار سازگاران در محیط فرهنگی جدید می‌داند و هوش فرهنگی سبب می‌شود که افراد، نسبت به موقعیت‌های جدید در زندگی شخصی و شغلی، پاسخ‌های سازگاران تری بدهند و سازه ای است که فرد را توانا می‌سازد و برای او انگیزه ایجاد می‌کند که دانش فرهنگی را به طور مناسبی در پاسخ به محیط به کار گیرد (۳۵). همچنین بر اساس نظر ارلی و انگ، عامل استراتژی هوش فرهنگی، راه‌هایی را برای دستیابی و توسعه‌ی راهبردهای متفکرانه، در اختیار فرد قرار می‌دهد (۳۶)، لذا می‌توان گفت، با توجه به ارتباطی که بین هر یک از مؤلفه‌های هوش

همچنین نتایج نشان داد که رابطه بین تفکر راهبردی با خودکارآمدی کارآفرینانه مثبت و معنی‌دار است. در زمینه نتیجه به دست آمده با نتایج مطالعات پیشین نتایج مطالعه ایرج سلطانی و همکاران بیانگر این است که تفکر استراتژیک دارای رابطه مثبت و معنادار با کارآفرینی سازمانی می‌باشد (۱۶). همچنین پژوهش خاکسار و همکاران نشان داد که بین تفکر استراتژیک و نوآوری سازمانی رابطه معنادار و مثبت وجود دارد و نیز بین پنج رکن تفکر سیستمی، تمرکز بر هدف، فرصت‌جویی هوشمندانه، پیشروی با فرضیه و تفکر در طول زمان با نوآوری سازمانی رابطه‌ای مثبت و معنادار وجود دارد (۴۱). در به دست آمدن نتیجه فوق می‌توان گفت که اساساً نوآوری، خلاقیت و کارآفرینی، فرآیندی دانش‌محور است و محصول و نتیجه توانایی‌های تفکر فرد، دانش و سرمایه‌های فکری است و می‌توان گفت افرادی که سطح مطلوبی از توانایی تفکر استراتژیک و سرمایه فکری را دارا هستند، نوآورتر نیز می‌باشند (۴۲). در همین راستا تفکر استراتژیک رویکردی است که زمینه شکل‌گیری و توسعه این بصیرت را فراهم می‌سازد. تفکر استراتژیک افراد را به سوی یادگیری سریع از محیط کسب‌وکار و به‌کارگیری خلاقیت برای خلق ارزش‌های جدید فرامی‌خواند. این شیوه تفکر، چشم‌اندازهایی متمایز از رقبا را به همراه دارد (۴۱). چشم‌اندازهایی که می‌تواند استراتژی‌های نوآورانه و مزیت بخشی را سبب شود و باعث خودکارآمدی کارآفرینانه در فرد می‌شود.

آخرین یافته پژوهش نشان داد که تفکر راهبردی نقش میانجی در رابطه بین هوش فرهنگی با خودکارآمدی کارآفرینانه بازی می‌کند. از یافته فوق این‌گونه می‌توان برداشت نمود، هوش فرهنگی به طور غیرمستقیم از طریق تفکر راهبردی با خودکارآمدی کارآفرینانه رابطه دارد. در زمینه نتیجه به دست آمده تا آنجا که محقق بررسی نموده است، مطالعه‌ای به صورت مستقیم انجام نشده است. از این رو باید گفت هوش فرهنگی به فرد کمک می‌کند تا دانش و آگاهی لازم را درباره فرهنگ محیط زندگی اش به دست آورده، نقشه‌ها و راهبردهای مناسب را در مواجهه با تعارضات فرهنگی اتخاذ کند. در واقع، هوش فرهنگی، با ایجاد انگیزش درونی در افراد، به آنان در قابلیت سازگاری برای برخورد با تجارب جدید فرهنگی کمک می‌کند و آنان را برای حل مسائل مربوط به موقعیت جدید، یاری می‌رساند (۴۳). از طرفی عامل تفکر استراتژیک؛ با ارتقای تفکر فعال درباره مردم و موقعیت‌ها، زمینه خلاقیت و نوآوری را برای فرد رقم می‌زند.

تحقیق حاضر دارای محدودیت‌هایی بود از جمله نخست اینکه تبیین کامل مفاهیم گسترده‌ای چون هوش فرهنگی در جامعه متنوع و چند فرهنگی ایران، نیازمند مطالعاتی در سطح وسیع‌تر و با حجم و تنوع نمونه بسیار بالاست؛ در این مطالعه، علیرغم آنکه سعی شده است نمونه‌ها از حداکثر قابلیت تعمیم‌پذیری برخوردار باشند، اما نتایج آن را می‌توان تنها مقدمه‌ای بر مطالعات گسترده‌تر در این حوزه دانست. همچنین محدودیت دیگر این پژوهش، به استفاده از ابزارهای خود گزارشی پژوهش باز می‌گردد که امکان ایجاد خطای سیستماتیک را به وجود می‌آورند. همچنین با تأیید رابطه میان هوش فرهنگی و تفکر راهبردی در خودکارآمدی کارآفرینانه، به مسئولان و دست‌اندرکاران نظام آموزشی پیشنهاد می‌شود تا با توجه به قابل رشد بودن تفکر راهبردی و هوش فرهنگی، زمینه‌های افزایش خودکارآمدی کارآفرینانه از طریق برگزاری کارگاه‌های آموزشی و دوره‌های دانش‌افزایی در دانشجویان را فراهم نمایند. به عبارتی دانشگاه‌ها با تشکیل اکوسیستم کارآفرینی و مرکز رشد نسبت به برگزاری کارگاه‌های آموزشی خلاقیت و نوآوری، بالندگی ذهن، مدیریت استعداد همچنین تشکیل اتاق فکر نسبت به تشویق دانشجویان به ایده‌پردازی و طرح آن به صورت تیمی و مشارکتی در استارت‌آپ‌ها با همکاری پارک علم و فناوری اقدام نموده و ضمن آموزش روش‌ها و فنون بعضی مهارت‌ها زمینه ورود به کسب‌وکارهای کوچک را فراهم نماید. همچنین تنوع در درس آموزشی، امکانات آموزشی، استفاده از روش‌های پژوهشی و امکان اجرای تحقیقات علمی، ارتباط هر چه بیشتر دانشگاه‌ها با مراکز صنعتی و جامعه از جمله مواردی هستند که تأثیر به‌سزایی در افزایش تفکر راهبردی و خودکارآمدی کارآفرینانه دانشجویان دارد.

نتیجه‌گیری

نتایج نشان داد که الگوی پیشنهادی با داده‌ها برازش مناسبی دارد و شاخص‌های برازش مدل در تمامی مسیرهای مدل در دامنه معنی‌داری قرار دارند. لذا توجه مسئولان و دست‌اندرکاران نظام آموزشی به نقش عوامل موثر در افزایش خودکارآمدی کارآفرینانه دانشجویان از ضروریات این پژوهش است.

سپاسگزاری

این پژوهش مستخرج از پایان‌نامه نویسنده اول مقاله می‌باشد و پژوهشگران از تمامی کسانی که در این پژوهش ما را یاری نموده‌اند، نهایت تشکر و قدردانی را می‌کنند.

نویسندگان اعلام می‌نمایند که تضاد منافی در این پژوهش وجود ندارد؛ و این پژوهش صرفاً با هزینه‌های شخصی نویسنده اول تهیه شده است.

منابع

1. Zeng FQ, Zheng MQ, Lee D. An empirical study on the influencing factors of university students' entrepreneurial intention-A research based on the Chinese nascent social entrepreneur. *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*. 2015; 11(1):89.
2. Seif MH, Fathi R. The Relations of Causal Model Social Capitals and Social Norms, Entrepreneurial Self-efficacy and Academic Entrepreneurial Intention: the Mediating Role Attitude toward Entrepreneurship and Perceived Behavioral Control. *Higher Education Letter*. 2015; 8(31):31-45.
3. Díaz-García MC, Jiménez-Moreno J. Entrepreneurial intention: the role of gender. *International entrepreneurship and management journal*. 2010; 6(3):261-83.
4. Miao C, Qian S, Ma D. The relationship between entrepreneurial self-efficacy and firm performance: a meta-analysis of main and moderator effects. *Journal of Small Business Management*. 2017; 55(1):87-107.
5. Setiawan JL. Examining entrepreneurial self-efficacy among students. 2014.
6. Nowiński W, Haddoud MY, Lančarič D, Egerová D, Czeglédi C. The impact of entrepreneurship education, entrepreneurial self-efficacy and gender on entrepreneurial intentions of university students in the Visegrad countries. *Studies in Higher Education*. 2019; 44(2):361-79.
7. Mohammadi Gostani H, Imami S, Fani H. Relationship Between Cultural Intelligence and Educational Efficacy of Students in Islamic Azad University (Bandar Abbas). *Scientific Journal Management System*. 2013; 3(6):107-30.
8. Moshabaki A, Tizro A. Emotional and Cultural Intelligences Factors of Global Leadership Success. *Business Strategies*. 2011; 8(44):237-50.
9. Ng K-Y, Van Dyne L, Ang S. Cultural intelligence: A review, reflections, and recommendations for future research. 2012.
10. Naiji MJ, Abbas Ali Zadeh M. Cultural Intelligence and Its Relationship to Entrepreneurial Characteristics of

ملاحظات اخلاقی

این پژوهش مورد تأیید کمیته اخلاق دانشگاه علوم پزشکی بیرجند به کد Ir.Bums.REC.1398.086 می‌باشد.

تضاد منافع / منابع مالی

- Nonprofit Managers in Iran. *Journal of Entrepreneurship Development*. 2011; 4(2):27-44.
11. Papzan AH, Aliabadi V, Saymohammadi S, Ghorbani Piralidehi F. Impacts of Cultural Intelligence on Entrepreneurial Behavior among Agriculture Students at Razi University, Iran. *JAEAR*. 2014; 6(29):108-17.
 12. Rezaeian A, Naejei MJ. Cultural Intelligence Related with Strategic Entrepreneurship. *Journal of Strategic Management Studies*. 2012; 3(9):15-34.
 13. Jelenc L, Pisapia J, Ivanušić N. Demographic variables influencing individual entrepreneurial orientation and strategic thinking capability. *Journal of Economic and Social Development*. 2016; 3(1):15-40.
 14. Ghasemi h, Feyzi m. The role of Strategic Thinking in Structural Complexity of an Organization. *Scientific Journal Management System*. 2016; 21(59):141-70.
 15. Talebi k, Sajadi sm, Rasoulia P. Identification of Peculiarities of Entrepreneurial Strategic Thinking. *Journal of Entrepreneurship Development*. 2017; 9(4):633-52.
 16. Iraj Soltani I, Koohian Afzal S, Ghafour F. Employees' Skills Composition and Industrial Accidents in Iran. *Skill Training*. 2017; 5(19):41-56.
 17. Qaemshahr I. Examine the relationship between strategic thinking aspects and entrepreneurship of General Department of Sport and Youth staff in Khorasan Razavi. 2015.
 18. Zahra SA, Nambisan S. Entrepreneurship and strategic thinking in business ecosystems. *Business horizons*. 2012; 55(3):219-29.
 19. Carsrud AL, Brännback M, Renko M. Strategy and strategic thinking in biotechnology entrepreneurship. *Handbook of bioentrepreneurship*: Springer; 2008. p. 83-103.
 20. Afrasiyabi F. Investigating the Relationship between Strategic Thinking with Emotional Intelligence and Cultural

- Intelligence (Study of National Oil Products Distribution Company of Fars Region) [M.A]: Sistan and Baluchestan University; 2013.
21. Fakoor Haddadian M. Investigating the Relationship between Strategic Thinking Skills and Cultural Intelligence among Neyshabour Girl's High School Principals. Second International 21st Century Management Conference; Tehran, 2015.
 22. Barba-Sánchez V, Atienza-Sahuquillo C. Entrepreneurial intention among engineering students: The role of entrepreneurship education. *European Research on Management and Business Economics*. 2018; 24(1):53-61.
 23. Srivastava K, Thomas P. Promoting Entrepreneurship in Higher Educational Institutions: The Role of Entrepreneurial Methodologies. *Entrepreneurship Education: Springer*; 2017. p. 247-65.
 24. Volkmann CK, Audretsch DB. Introduction: The mandate for entrepreneurship education. *Entrepreneurship Education at Universities: Springer*; 2017. p. 1-10.
 25. Stevens JP. *Applied multivariate statistics for the social sciences: Routledge*; 2012.
 26. Ang S, Van Dyne L, Koh C, Ng KY, Templer KJ, Tay C, et al. Cultural intelligence: Its measurement and effects on cultural judgment and decision making, cultural adaptation and task performance. *Management and organization review*, 3(3), 335-371.
 27. Kamalian AR, Baharvand F, Zare Elmy N, Guran MA. Structural equation model of the relationship between cultural intelligence and entrepreneurial orientation. *Manag Res*. 2014; 7(23):89-106.
 28. Hamidi F, Ebrahim Damavandi M, Dehnavi A. Relationship between cultural intelligence and computer literacy with teacher's classroom management style. *J Commun Technol Educ*. 2012; 3(9):5-26.
 29. Goldman EF, editor *Strategic thinking at the top: what matters in developing expertise? Academy of Management Proceedings*; 2006: Academy of Management Briarcliff Manor, NY 10510.
 30. De Noble AF, Jung D, Ehrlich SB. Entrepreneurial self-efficacy: The development of a measure and its relationship to entrepreneurial action. *Frontiers of entrepreneurship research*. 1999; 1999(1):73-87.
 31. Safa I, Mangeli N. The Effect of Entrepreneurial Self-Efficacy on Agricultural Students' Entrepreneurial Intention at University of Zanjan. *Journal of Agricultural Education Administration Research*. 2015; 7(33):3-15.
 32. Diamantopoulos A, Sarstedt M, Fuchs C, Wilczynski P, Kaiser S. Guidelines for choosing between multi-item and single-item scales for construct measurement: a predictive validity perspective. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 2012; 40(3):434-49.
 33. Davari A, Rezazadeh A. *Modeling structural equations with PLS software*. Tehran: Samt; 2015.
 34. Ergün G, Güzel A. Reviewing the relation between the automatic thought patterns of university students and their levels of cultural intelligence. *European Psychiatry*. 2017; 41:S901.
 35. Thomas DC. Domain and development of cultural intelligence: The importance of mindfulness. *Group & Organization Management*. 2006; 31(1):78-99.
 36. Earley PC, Ang S. *Cultural intelligence: Individual interactions across cultures: Stanford University Press*; 2003.
 37. Kheiri B, Naeiji MJ, Abasalizadeh M. Examining the Relationship between Entrepreneurial Characteristics and Cultural Intelligence of Managers in INGOs. *Journal of Marketing Management*. 2009; 4(7):99-113.
 38. Khosravipour B, Teimuri Koohsar Z, Pourfateh N. The Relationship between Cultural Intelligence and Entrepreneurial orientation of Experts in Agricultural Consultancy Services centers of Golestan Province. *Journal of Agricultural Education Administration Research*. 2018, 10(46), 3-15.
 39. Arora P, Rohmetra N. Cultural intelligence: Leveraging differences to bridge the gap in the international hospitality industry. *International Review of Business Research Papers*. 2010; 6(5):216-34.
 40. Hassani F. Effect of Cultural Intelligence on Self-Directed Learning of Nursing Students. *Bimonthly of Education Strategies in Medical Sciences*. 2015; 8(2):115-22.
 41. Khaksar M, Khaghanie M, Zarie A. The Relationship between Strategic Thinking and Organizational Innovation (Case Study: Golrang Industrial Holdings).

- Scientific Journal Management System. 2013; 8(26):49-62.
42. Navid Adham M, Shafizadeh H. Investigating the Relationship between Strategic Thinking and Intellectual Capital with an Attitude toward Organizational Innovation among Managers and Experts in Tehran Education Areas. Technology of Education. 2019; 14(1):155-65.
43. Yarmohammadzadeh P, Dadashzadeh M. Study the role of cultural intelligence and social capital in teachers Job compatibility: Testing mediating role of social capital. 2015.