

مجله‌ی توسعه‌ی آموزش در علوم پزشکی
دوره‌ی ۷، شماره ۱۵، پاییز ۹۳، صفحات ۷۱ تا ۸۵

عوامل موثر بر قصد کارآفرینی دانشگاهی در بین دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی شیراز

محمد حسن صیف^۱، عباس ثابت مهارلوئی^۲، احمد رستگار^۱، خدیجه احمد آبادی^۲

نویسنده مسول: شیراز، دانشگاه پیام نور، دانشکده‌ی ادبیات و علوم انسانی a.sabet66@Yahoo.com

دریافت: ۹۲/۱۰/۱۳ پذیرش: ۹۳/۱/۲۸

چکیده

زمینه و هدف: در جامعه‌ی امروزی قصد کارآفرینانه می‌تواند راهکار ارزشمندی برای ایجاد تفکر کارآفرینی و اشتغال دانش‌آموختگان آموزش عالی و به موازات آن بهبود بحران بیکاری جامعه باشد. لذا، پژوهش حاضر با هدف کلی بررسی عوامل موثر بر قصد کارآفرینانه دانشگاهی در بین دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی شیراز انجام شده است.

روش بررسی: پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر نحوه‌ی گردآوری و تحلیل اطلاعات و داده‌ها از نوع توصیفی-همبستگی بود. جامعه‌ی آماری پژوهش حاضر دانشجویان دانشکده‌ی مدیریت و اطلاع‌رسانی دانشگاه علوم پزشکی شیراز بود. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۱۷۰ دانشجوی تعیین و با روش تصادفی طبقه‌ای نمونه‌گیری شد. گردآوری اطلاعات به روش میدانی و ترکیبی از پرسش‌نامه بسته صورت گرفت و مقیاس اندازه‌گیری برای تمامی متغیرها بر اساس طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت صورت گرفت.

یافته‌ها: اطلاعات حاصله به روش تحلیل مسیر مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. در مجموع ۹ متغیر مختلف شامل ۵ متغیر پیش‌بین (هنجارهای ذهنی، هنجارهای اجتماعی، تجربه‌ی کارآفرینانه، خودکارآمدی کارآفرینانه، تمایل به خطرپذیری) و سه متغیر واسطه‌ای (مطلوبیت ادراک شده، امکان پذیرید ادراک شده، نگرش) مطرح شد و تاثیر هر یک بر قصد کارآفرینانه مورد بررسی قرار گرفت.

نتیجه‌گیری: نتایج مطالعه نشان داد که متغیرهای هنجارهای ذهنی، هنجارهای اجتماعی، تجربه‌ی کارآفرینانه، خودکارآمدی کارآفرینانه و تمایل به خطرپذیری به طور غیرمستقیم از طریق متغیرهای واسطه‌ای بر متغیر قصد کارآفرینانه دانشگاهی اثر معنادار دارند.

واژگان کلیدی: دانشجویان، کارآفرینی دانشگاهی، قصد کارآفرینانه، رفتار کارآفرینانه

مقدمه

بزرگی رو به رو ساخته است به گونه‌ای که می‌توان گفت ثبات و زوال برخی از دولت‌ها در گرو حل بحران بیکاری است. این مساله در کشور ما با شرایط حادثتری مواجه است. بر اساس آمار سالانه ۲۷۰ هزار دانش‌آموخته‌ی دانشگاهی وارد بازار کار می‌شوند، اما ظرفیت بازار جوابگوی این تعداد نیست (۱).

امروزه چالش‌های اشتغال یا موضوع بیکاری نه فقط یکی از مهم‌ترین مسایل اجتماعی روز در کشور به شمار می‌آید، بلکه با توجه به میزان رشد جمعیت در دو دهه‌ی گذشته می‌توان آن را مهم‌ترین چالش اجتماعی دهه‌ی آینده به حساب آورد. حال این مشکل، سیاستگذاران غالب کشورها را با چالش‌های

۱- برنامه ریزی آموزشی، گروه علوم تربیتی، استادیار دانشگاه پیام نور

۲- کارشناس ارشد مدیریت دولتی، گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور

از سوی دیگر تجارب کشورهای مختلف دنیا اعم از توسعه و در حال توسعه، نشان‌دهنده‌ی آن است که بهترین گزینه برای آماده نمودن فراگیران نظام آموزشی جهت اشتغال در بازار کار، ایجاد بستر مناسب جهت خود اشتغالی و کارآفرینی دانشگاهی توسط دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی است. عامل انسانی مهم‌ترین جنبه‌ی کارآفرینی بوده، در روند پیشرفت کارآفرینی تاثیر به‌سزایی داشته و خواهد داشت. متأسفانه اکثر تحقیقات کارآفرینی توجه خود را معطوف فرآیند راه‌اندازی کسب‌وکار (مرحله‌ی بعد از تصمیم‌گیری) نموده و مرحله‌ی تصمیم‌گیری را مورد غفلت قرار داده‌اند. این در حالی است که به طور واضح قبل از مرحله‌ی راه‌اندازی مرحله‌ی تصمیم‌گیری قرار دارد. در مرحله تصمیم‌گیری توجه به این نکته می‌گردد که چه عوامل و عناصری باعث می‌شود تا یک فرد تصمیم بگیرد که از میان گزینه‌های شغلی مختلف راه‌اندازی یک کسب‌وکار را انتخاب نماید. در این خصوص قصد کارآفرینانه را می‌توان به عنوان پیش‌درآمد و عامل موثر بر رفتار کارآفرینانه و یا تصمیم برای کارآفرین بودن و خلق یک کار جدید قلمداد کرد (۲).

لذا، آن چه در این زمینه مطرح می‌گردد این است که چگونه می‌توان در افراد قصد کارآفرینانه را ایجاد نمود و چه عوامل و عناصری بر قصد کارآفرینانه افراد جهت تصمیم به خود اشتغالی تأثیرگذار است. بنابراین، بررسی قصد کارآفرینانه دانشجویان و بهره‌گیری از مدل‌های مبتنی بر قصد به عنوان ابزار مناسب برای توضیح و تفسیر شکل‌گیری و توسعه‌ی قصد کارآفرینانه دانشگاهی و رفتار کارآفرینانه، این امکان را فراهم می‌سازد که از آن‌ها به شکل یک چارچوب مناسب در دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی به عنوان روزه‌ای به روی حل بحران بیکاری دانش‌آموختگان بهره گرفت. به‌طور کلی در ادبیات روانشناسی، قصد کارآفرینانه به‌عنوان یکی از عوامل زیربنایی رفتار برنامه‌ریزی شده است. به عبارت دیگر قصد کارآفرینانه به عنوان حالت آگاهانه‌ی ذهن تعریف

می‌گردد که پیش از عمل واقع شده و قصد نسبت به راه‌اندازی کسب‌وکار را به عنوان یک هدف هدایت می‌کند (۳).

مدل‌های زیادی برای سنجش قصد کارآفرینانه اریه شده است.

مهم‌ترین مدل‌های مبتنی بر قصد کارآفرینانه شامل نظریه‌ی رفتار برنامه‌ریزی شده آجرن (1988) Theory of Planned Behavior، مدل رویداد کارآفرینی شاپیرو (1982) Entrepreneurial Event Model، مدل قصد کارآفرینانه برد (1988) Bird Entrepreneurial Intention Model، مدل جهت‌گیری نگرش کارآفرینانه رایبسون، و همکاران (1991) Entrepreneurial Attitude orientation، مدل مقاصد کارآفرینانه شاپیرو و کروگر (۲۰۰۰)، مدل پتانسیل کارآفرینانه کروگر و برازیل (1994) Entrepreneurial Potential Model، مدل قصد کارآفرینانه دیوید سون (1995)، مدل بنیادی ارادی کروگر و کارسروود (1993) Intentional Basic Model، می‌باشند (۶-۴).

نظریه‌ی رفتار برنامه‌ریزی شده آجرن عوامل فردی و اجتماعی را به منظور توضیح و تفسیر رفتارهای مبتنی بر قصد در بر می‌گیرد. این نظریه به عنوان چارچوب نظری بسیاری از مطالعات قصد کارآفرینانه مورد استفاده قرار گرفت. بر اساس نظریه‌ی رفتار برنامه‌ریزی شده هنجارهای ذهنی، نگرش نسبت به رفتار و کنترل رفتاری ادراک شده پیشگو کننده‌های قصد در راه‌اندازی فعالیت‌های کارآفرینانه به شمار می‌روند (۳). در مدل رویداد کارآفرینی شاپیرو مطلوبیت ادراک شده، امکان‌پذیری ادراک شده و تمایل به انجام کار به عنوان پیشگو کننده‌های اولیه‌ی قصد کارآفرینانه نقش مهمی در شروع کسب‌وکارهای کارآفرینانه دارند. گرایش مثبت به کارآفرینی به عنوان یک حلقه‌ی میانی در کنار قابل دسترس بودن و امکان اجرای فعالیت‌های کارآفرینی به نیت فرد در روی آوردن به این فعالیت‌ها، قوت می‌بخشد (۵). مدل قصد

کارآفرینانه برد، شامل متغیرهایی از قبیل عوامل وابسته به قراین، عوامل فردی، تفکر تحلیلی منطقی و تفکر کلی نگر شهودی می باشد که بر قصد کارآفرینانه افراد در راه اندازی فعالیت های کارآفرینانه تاثیر می گذارند. در مدل جهت گیری نگرش کارآفرینی نگرش نسبت به کارآفرینی توسط چهار زیر مقیاس پیشرفت، عزت نفس، کنترل فردی و ابتکار شرح داده می شود و طی آن رفتار کارآفرینانه از دیدگاه خود فرد ارزیابی می شود (۴). مدل مقاصد کارآفرینانه شاپیرو و کروگر بر اساس تعامل میان ویژگی های فردی، ادراکات، ارزش، عقاید، سابقه و محیط شکل می گیرد. این مدل بر اساس دو مدل قصد کارآفرینانه نظریه رفتار برنامه ریزی شده و مدل رویداد کارآفرینی قرار دارد. در سال ۱۹۹۴، کروگر و برازیل، مدل پتانسیل کارآفرینانه را با استفاده از یک دیدگاه اجتماعی روانشناختی و توجه به اینکه عوامل فردی مخصوصا عوامل غیر رسمی مانند نگرش نسبت به کارآفرینی بر تصمیم گیری برای ایجاد یک شرکت جدید تاثیر می گذارند، تعریف کردند. پتانسیل شروع یک تجارت بر اساس سه مفهوم مهم تعریف شده است. مطلوبیت ادارک شده (نگرش ها و هنجارهای اجتماعی) امکان پذیری ادارک شده (خودکارآمدی) و میل و گرایش نسبت به انجام کار (ویژگی شخصی ثابت). مدل دیوید سون مجموعه ای از عوامل اقتصادی و روانشناختی را بررسی کرده که مقاصد فرد را تحت تاثیر قرار می دهند و او را به سمت کسب و کار جدید می کشاند. مدل بینادی ارادی مفهوم رویداد کارآفرینی را با بررسی تاثیر قبلی قرار گرفتن در معرض کارآفرینی بر مقاصد کارآفرینی گسترش و توسعه داده است. این مدل تجربه کارآفرینانه را به عنوان یک عامل خارجی یا بیرونی می داند که از طریق نگرش ها، مطلوبیت ادارک شده و امکان پذیری ادارک شده بر مقاصد تاثیر می گذارد (۷).

با وجود مفید واقع شدن این مدل ها در پژوهش های کارآفرینی به ویژه قصد کارآفرینانه، هیچ کدام از آنها

نتوانسته اند به عنوان یک الگوی جامع در مطالعات قصد کارآفرینانه مورد استفاده قرار گیرد. ماهیت فرد نگر از یک سو و توجه نداشتن به عوامل اجتماعی از سوی دیگر از جمله محدودیت های این مدل ها بوده است. از این رو در پژوهش حاضر به منظور دستیابی به مدلی که بتواند قصد کارآفرینانه را با توجه به تعامل بین عوامل اجتماعی، فردی و روانشناختی بسنجد، از سه مدل قصد کارآفرینانه هم چون نظریه رفتار برنامه ریزی شده آجرزن (1991)، مدل رویداد کارآفرینی شاپیرو (1982) و مدل بینادی ارادی کروگر و کارسرود (1993)، به صورت تلفیقی استفاده شده است (۸).

به جهت آن که در این پژوهش مدل بسط یافته قصد کارآفرینانه دانشگاهی با استفاده از مدل های قصد کارآفرینانه در قالب متغیرهایی هم چون هنجارهای اجتماعی، هنجارهای ذهنی، تجربه کارآفرینانه، خودکارآمدی کارآفرینانه و تمایل به خطرپذیری ارائه شده است و این متغیرها در پژوهش های داخلی اصلا به کار گرفته نشده است. لذا پیشینه ی تحقیق مشمول تحقیقات داخلی نمی شود.

هنجارهای ذهنی در پژوهش های بسیاری با قصد کارآفرینانه، مطلوبیت ادارک شده، امکان پذیری ادارک شده و نگرش نسبت به کارآفرینی رابطه مثبت و معنا داری دارد اریکسون، در پژوهش خود هنجارهای ذهنی را به عنوان یکی از پیش بینی کننده های قصد کارآفرینانه می داند. او در پژوهش خود به این نتیجه رسید که هر اندازه هنجارهای ذهنی، یعنی مجموعه باورها و ارزش های شخصی فرد مطابق و همسو با فعالیت های کارآفرینانه باشد، فرد قصد و نیت بیشتری برای شروع یک کسب و کار کارآفرینانه خواهد داشت، چرا که هنجارهای ذهنی بر درک افراد از قصد کارآفرینانه خود تاثیر به سزایی دارند (۹). در پژوهشی که توسط ماریانو، انجام گرفت نتایج نشان داد که هنجارهای ذهنی بر ادراکاتی مانند مطلوبیت و امکان پذیری اثر مثبت و معنادار دارند (۱۰). لینا و چن نیز معتقد هستند که هنجارهای ذهنی نمی توانند به

تنهایی پیشگو کننده‌ای موثر برای شکل‌گیری رفتار کارآفرینانه باشند. آن‌ها در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که هنجارهای ذهنی باید بتواند منجر به نگرشی مثبت نسبت به فعالیت‌های کارآفرینانه شود و ارتباطی معنادار بر نگرش نسبت به کارآفرینی داشته باشد. هم‌چنین در پژوهش خود هنجارهای اجتماعی را بر قصد و نیت برای راه‌اندازی کسب و کار کارآفرینانه موثر می‌دانند. آن‌ها در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که هنجارهای اجتماعی بر قصد کارآفرینانه اثر معنادار و مستقیم دارد و در جوامعی که کارآفرینی مشروعیت اجتماعی دارد، افراد قصد و نیت بیشتری برای انجام فعالیت‌های کارآفرینانه دارند (۱۱) فایلو، در پژوهشی به این نتیجه رسیدند که هنجارهای اجتماعی بر ادراکاتی هم‌چون مطلوبیت و امکان‌پذیری اثر معنادار و مثبت دارد. علاوه بر این اثر هنجارهای اجتماعی بر نگرش نسبت به کارآفرینی در پژوهش‌های مختلفی به اثبات رسیده است. برای مثال سانتون ، در پژوهش خود به این نتیجه رسید که هنجارهای اجتماعی بر نگرش نسبت به کارآفرینی اثر مثبت و معنادار دارد . وی بیان کرد در صورتی که هنجارهای جامعه به فعالیت‌های کارآفرینانه همسو باشد افراد نگرشی مطلوب و مثبت نسبت به کارآفرینی خواهند داشت (۱۲). شاپر و سوکول در پژوهش خود بیان داشتند، افرادی با تجربه کارآفرینانه قبلی زیاد، مخصوصاً اگر این تجربه مثبت بوده باشد به احتمال زیاد ادراکاتی مطلوب را در رابطه با مطلوبیت و امکان‌پذیری انجام فعالیت کارآفرینانه ارایه خواهند داد (۱۳). در پژوهش‌های بسیاری بر وجود رابطه‌ی مثبت و معنادار میان تجربه‌ی کارآفرینانه و ادراکاتی هم‌چون مطلوبیت و امکان‌پذیری تاکید شده است. از جمله روزن، در پژوهشی، خودکارآمدی کارآفرینانه را به عنوان یکی از پیشگو کننده‌های مطلوبیت و امکان‌پذیری ادراک شده معرفی کردند و ارتباط معنادار میان آن‌ها را به اثبات رساند (۱۴).

در بسیاری از پژوهش‌ها تمایل به خطرپذیری با قصد کارآفرینانه رابطه‌ی مثبت و معنادار دارد. برای مثال در پژوهشی که توسط گورال و آستون انجام گرفت، به این نتیجه رسیدند که دانشجویانی که به کارآفرینی تمایل دارند، نمرات بالاتری در تمایل به خطرپذیری به دست آوردند تا دانشجویانی که تمایل به کارآفرینی ندارند. آن‌ها بیان کردند که افراد با تمایل به خطرپذیری بالاتر قصد و نیت قوی‌تری برای انجام فعالیت‌های کارآفرینانه دارند. آن‌ها به این نتیجه رسید که تمایل به خطرپذیری منجر به نگرش مثبت‌تر نسبت به کارآفرینی خواهد شد. (۱۵) در پژوهشی که توسط لینداز، انجام گرفت نقش مطلوبیت ادراک شده به‌عنوان یک متغیر واسطه بر قصد کارآفرینانه به تایید رسید (۱۶). گردن، در تر دکتری خود اثر مطلوبیت ادراک شده را بر قصد کارآفرینانه مورد بررسی قرار داد و به این نتیجه رسید که مطلوبیت ادراک شده بر قصد کارآفرینانه اثر معنادار دارد. تحقیقات زیادی نشان می‌دهد که امکان‌پذیری ادراک شده بر قصد کارآفرینانه تأثیری مثبت و معنادار دارد. برای مثال سوک و براتینو، در پژوهش خود اثر معنادار امکان‌پذیری ادراک شده را بر قصد کارآفرینانه به اثبات رساندند و به این نتیجه رسیدند که افراد با امکان‌پذیری ادراک شده بالا قصد و نیت قوی‌تری برای راه‌اندازی کسب‌وکار کارآفرینانه دارند. پژوهش‌های متعددی وجود رابطه مثبت و معنادار میان نگرش نسبت به کارآفرینی و قصد کارآفرینانه را مورد تایید قرار می‌دهند (۱۷). به طور مثال لینا، در پژوهش خود اثر معنادار نگرش نسبت به کارآفرینی را بر قصد کارآفرینانه به تایید رساند او در پژوهش خود به این نتیجه رسید که هر اندازه افراد نگرشی مثبت نسبت به فعالیت‌های کارآفرینانه داشته باشند، بدون شک کارآفرینی را به‌عنوان امری شدنی و امکان‌پذیر درک می‌کنند. لذا، احتمال بیشتری وجود دارد که یک قصد کارآفرینانه پایدارتری به وجود آید (۱۸).

بین تمایل به خطرپذیری و قصد کارآفرینانه دانشگاهی و نگرش نسبت به کارآفرینی رابطه‌ی مثبت و معناداری وجود دارد.

بین مطلوبیت ادراک شده کارآفرینی و قصد کارآفرینانه دانشگاهی رابطه‌ی مثبت و معناداری وجود دارد.

بین امکان‌پذیری ادراک شده و قصد کارآفرینانه دانشگاهی رابطه‌ی مثبت و معناداری وجود دارد.

بین نگرش نسبت به کارآفرینی و قصد کارآفرینانه دانشگاهی رابطه‌ی مثبت و معناداری وجود دارد.

در نهایت، مطابق با آن چه در خصوص مدل‌های قصد کارآفرینانه ذکر شد و بر اساس فرضیات مطرح شده، مدل مفهومی پژوهش حاضر از سه مدل قصد کارآفرینانه هم‌چون نظریه‌ی رفتار برنامه‌ریزی شده آجزن (1991)، مدل رویداد کارآفرینی شاپیرو (1982) و مدل بنیادی ارادی کروگر و کارسرود (1993)، به‌صورت تلفیقی استفاده شده است (شکل ۱).

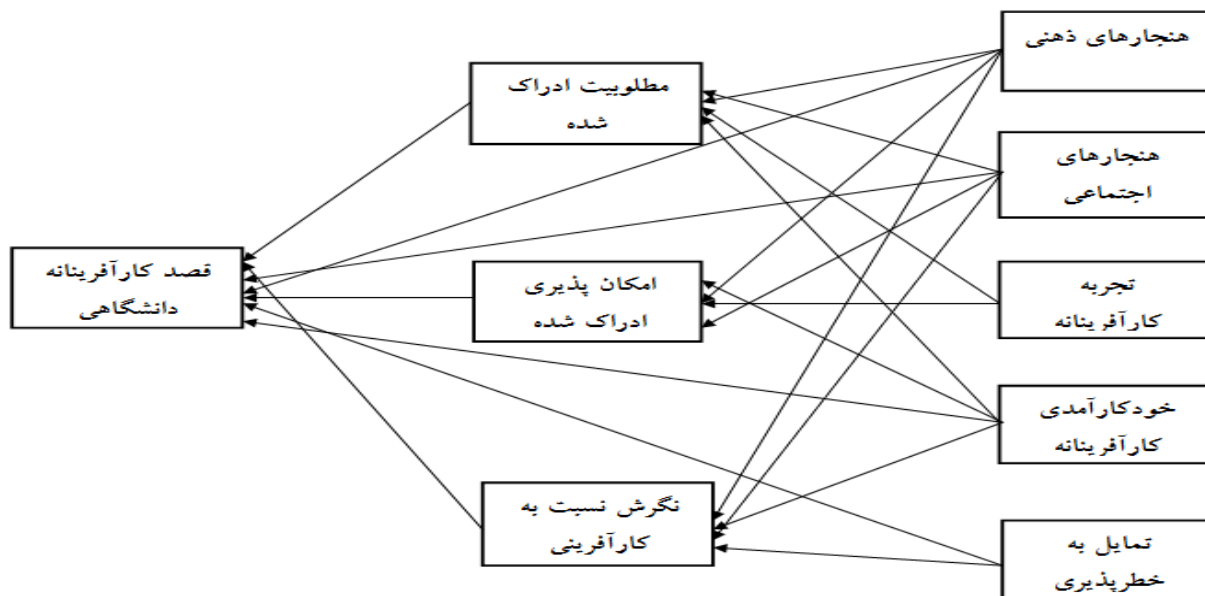
در این پژوهش تلاش شده است عوامل موثر بر قصد کارآفرینانه دانشگاهی با استفاده از مدل‌های قصد کارآفرینانه مورد بررسی قرار گیرد، بنابراین بر این اساس فرضیات پژوهش حاضر در ذیل آمده است.

بین هنجارهای ذهنی و قصد کارآفرینانه دانشگاهی، مطلوبیت ادراک شده، امکان‌پذیری ادراک شده و نگرش نسبت به کارآفرینی رابطه‌ی مثبت و معنی داری وجود دارد.

بین هنجارهای اجتماعی و قصد کارآفرینانه دانشگاهی، مطلوبیت ادراک شده، امکان‌پذیری ادراک شده و نگرش نسبت به کارآفرینی رابطه‌ی مثبت و معناداری وجود دارد.

بین تجربه کارآفرینانه و مطلوبیت ادراک شده و امکان‌پذیری ادراک شده رابطه‌ی مثبت و معنی داری وجود دارد.

بین خودکارآمدی کارآفرینانه و قصد کارآفرینانه دانشگاهی، مطلوبیت ادراک شده، امکان‌پذیری ادراک شده و نگرش نسبت به کارآفرینی رابطه‌ی مثبت و معنی داری وجود دارد.



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

روش بررسی

روش این تحقیق کمی به لحاظ روش‌های دستیابی به حقایق و داده‌پردازی از نوع تحقیقات توصیفی همبستگی است. با توجه به محدودی زمانی تحقیق پژوهش حاضر مقطعی می‌باشد. جامعه‌ی آماری این پژوهش را دانشجویان دانشکده‌ی مدیریت و اطلاع‌رسانی دانشگاه علوم پزشکی شیراز تشکیل داده‌اند، به تعداد (۳۰۰) نفر، که تعداد ۱۷۰ دانشجو از آن‌ها با روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای به عنوان نمونه مشخص شدند.

ابزار گردآوری داده‌ها، پرسش‌نامه‌ی مشتمل بر دو بخش بود. در بخش اول ویژگی‌های فردی دانشجویان (سن، جنس، مدرک تحصیلی، رشته تحصیلی و دانشگاه محل تحصیل) و در بخش دوم متغیرهای پژوهش شامل قصد کارآفرینانه، نگرش نسبت به کارآفرینی، هنجارهای ذهنی، امکان‌پذیری ادراک شده، تمایل به خطرپذیری، هنجارهای اجتماعی،

خودکارآمدی کارآفرینانه، مطلوبیت ادراک شده و تجربه کارآفرینانه مورد بررسی قرار می‌گیرد. سوالات از نوع بسته می‌باشد. مقیاس سنجش همه بخش‌های مدل بر اساس طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت از ۵= کاملاً موافقم تا ۱= کاملاً مخالفم تنظیم شده است. برای تعیین روایی پرسش‌نامه از پانل متخصصان و به منظور برآورد پایایی آن از روش آلفای کرونباخ استفاده گردید. ضریب آلفای محاسبه شده برای هر یک از متغیرهای پرسش‌نامه به شرح ذیل ارائه شده است.

در این پژوهش اطلاعات به‌دست آمده با استفاده از روش‌های آمار توصیفی و استنباطی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته‌است، لذا در تحقیق توصیفی از جدول همبستگی و در تحلیلی استنباطی برای بررسی فرضیه‌های پژوهش از روش تحلیل مسیر مدل را خرد کرده و تک تک مسیرها مورد بررسی قرار می‌گیرد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌ها از نرم افزار LISREL ۸/۵ استفاده شد.

جدول ۱: مقدار آلفای کرونباخ به دست آمده متغیرها

مؤلفه‌ها	تعداد گویه‌ها	آلفای کرونباخ
قصد کارآفرینانه	۸	۰/۸۶
نگرش به کارآفرینی	۷	۰/۸۳
هنجار ذهنی	۵	۰/۶۹
امکان‌پذیری ادراک شده	۴	۰/۶۹
تمایل به خطرپذیری	۴	۰/۷۰
هنجار اجتماعی	۴	۰/۷۴
خودکارآمدی کارآفرینانه	۱۷	۰/۸۹
مطلوبیت ادراک شده	۳	۰/۷۵
تجربه‌ی کارآفرینانه	۸	۰/۸۵

یافته ها

ماتریس همبستگی: از آنجایی که پایه و اساس مطالعات تحلیل مسیر همبستگی بین متغیرها می باشد، در ادامه ی ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش آورده می شود. با توجه به جدول ۲ می بینیم که بالاترین ضریب همبستگی در میان متغیرهای این پژوهش مربوط به رابطه ی بین امکان پذیری درک شده با قصد کار آفرینانه (۰/۴۴۹) و از نظر آماری در سطح ۰/۰۱ معنی دار بود و پایین ترین ضریب همبستگی به دست آمده نیز مربوط به رابطه ی بین تمایل به خطرپذیری با تجربه کارآفرینی (۰/۱۳۳) بود که از نظر آماری در سطح ۰/۰۱ معنی دار بود. از میان متغیرهای پژوهش به ترتیب متغیرهای امکان پذیری درک شده (۰/۴۴۹) نگرش (۰/۴۳۳)، مطلوبیت درک شده (۰/۳۸۴)، تمایل به خطر پذیری (۰/۳۱۳)، هنجارهای اجتماعی (۰/۳۴۷)، خودکارآمدی کارآفرینی (۰/۲۴۷)، هنجارهای ذهنی (۰/۲۴۷)، تجربه کارآفرینی (۰/۱۹۱)، دارای بالاترین تا پایین ترین ضریب

همبستگی با قصد کارآفرینانه بود که همگی این ضرایب در سطح ۰/۰۱ معنی دار بود. ضمناً ضریب همبستگی بین تمامی متغیرهای پژوهش از نظر آماری معنی دار بود. همچنین با توجه به جدول از میان متغیرهای برونزا هنجارهای اجتماعی (۰/۳۴۷)، و از میان متغیرهای درونزا نیز امکان پذیری درک شده (۰/۴۴۹)، بیشترین ضریب همبستگی را با قصد کارآفرینانه دارا بودند.

تحلیل مسیر: در این پژوهش برای بررسی اثرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرها بر یکدیگر و بر قصد کارآفرینانه و همچنین آزمون فرضیه های پژوهش از روش تحلیل مسیر استفاده می کنیم. ضمناً در این پژوهش بررسی همزمان فرضیه ها در قالب مدل اولیه صورت می گیرد و در نهایت مدل برازش شده آورده می شود. جدول زیر مربوط به برآوردهای ضرایب اثر مستقیم است.

جدول ۲: ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش

متغیرها	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹
هنجارهای ذهنی	۱								
هنجارهای اجتماعی	۰/۳۰۰**	۱							
تجربه کارآفرینی	۰/۲۴۴**	۰/۲۸۸**	۱						
خودکارآمدی کارآفرینی	۰/۲۳۳**	۰/۳۱۶**	۰/۲۵۲**	۱					
تمایل به خطر پذیری	۰/۱۸۹**	۰/۲۰۴**	۰/۱۳۳**	۰/۱۹۰**	۱				
مطلوبیت درک شده	۰/۲۹۹**	۰/۲۷۲**	۰/۲۵۲**	۰/۲۸۳**	۰/۲۵۲**	۱			
امکان پذیری درک شده	۰/۲۸۰**	۰/۷۴۷**	۰/۳۱۲**	۰/۳۵۴**	۰/۳۵۷**	۰/۲۵۴**	۱		
نگرش	۰/۲۳۹**	۰/۱۹۴**	۰/۱۷۸**	۰/۲۰۴**	۰/۲۵۵**	۰/۱۷۴**	۰/۲۶۶**	۱	
قصد کارآفرینانه	۰/۲۴۷**	۰/۳۴۷**	۰/۱۹۱**	۰/۲۴۷**	۰/۳۱۳**	۰/۳۸۴**	۰/۴۴۹**	۰/۴۳۳**	۱

* P < ۰/۰۵ ** P < ۰/۱

جدول ۳: برآوردهای ضرایب اثر مستقیم

متغیرها	پارامتر استاندارد شده	خطای استاندارد برآورد	t
اثر مطلوبیت درک شده بر:			
قصد کارآفرینی	۰/۱۹**	۰/۰۴	۴/۳۲
اثر امکان پذیری درک شده بر:			
قصد کارآفرینی	۰/۲۶**	۰/۰۴	۴/۱۲
اثر نگرش بر:			
قصد کارآفرینی	۰/۲۵**	۰/۰۳	۵/۲۸
اثر هنجارهای ذهنی بر:			
مطلوبیت درک شده	۰/۱۵**	۰/۰۲	۲/۹۷
امکان پذیری درک شده	۰/۰۰	۰/۰۴	۰/۰۷
نگرش	۰/۱۶**	۰/۰۲	۳/۱۲
قصد کارآفرینی	۰/۰۱	۰/۰۵	۰/۴۲
اثر خودکارآمدی کارآفرینی بر:			
مطلوبیت درک شده	۰/۱۴**	۰/۰۳	۲/۹۷
امکان پذیری درک شده	۰/۰۹**	۰/۰۳	۲/۹۹
نگرش	۰/۱۱**	۰/۰۲	۲/۶۱
قصد کارآفرینی	۰/۰۹	۰/۰۳	۰/۱۹
اثر تمایل به خطر پذیری بر:			
نگرش	۰/۱۷**	۰/۰۱	۳/۳۹
قصد کارآفرینی	۰/۰۵	۰/۰۴	۱/۷۵
اثر تجربه کارآفرینی:			
مطلوبیت درک شده	۰/۱۲**	۰/۰۳	۲/۹۶
امکان پذیری درک شده	۰/۰۹**	۰/۰۳	۳/۱۱
اثر هنجار اجتماعی بر:			
مطلوبیت درک شده	۰/۰۹*	۰/۰۳	۲/۰۹
امکان پذیری درک شده	۰/۴۱**	۰/۰۴	۱۷/۱۲
نگرش	۰/۱۰**	۰/۰۳	۲/۹۷
قصد کارآفرینی	۰/۰۰	۰/۰۴	۰/۰۶

* P < ۰/۰۵ ** P < ۰/۱

است. بر این اساس در جدول ۴ اثرات مستقیم، اثرات غیرمستقیم، اثرات کل و میزان واریانس تبیین شده متغیرها بر قصدکارآفرینانه و واریانس تبیین شده آن گزارش شده است.

از دیگر ویژگی‌های تحلیل مسیر مقایسه‌ی اثرات کل متغیرها بر یکدیگر، مقایسه اثرات مستقیم با اثرات غیرمستقیم و هم‌چنین اندازه‌گیری میزان واریانس تبیین شده متغیر ملاک توسط مدل

جدول ۴: ضرایب استاندارد شده اثرات مستقیم، غیرمستقیم و اثرات کل متغیرها بر قصد کارآفرینانه و واریانس تبیین شده آن

متغیرها	برآوردها	اثرات مستقیم	اثرات غیرمستقیم	اثرات کل	واریانس تبیین شده
به روی قصد کارآفرینی از:					
مطلوبیت درک شده	۰/۱۹	-	۰/۱۹	۰/۱۹	
امکان پذیری درک شده	۰/۲۶	-	۰/۲۶	۰/۲۶	
نگرش	۰/۲۵	-	۰/۲۵	۰/۲۵	۰/۲۸
هنجارهای ذهنی	۰/۰۱	۰/۰۷	۰/۰۸	۰/۰۸	
خودکارآمدی کارآفرینی	۰/۰۹	۰/۰۸	۰/۱۷	۰/۱۷	
تمایل به خطر پذیری	۰/۰۵	۰/۱۶	۰/۲۱	۰/۲۱	
تجربه کارآفرینی	-	۰/۰۷	۰/۰۷	۰/۰۷	
هنجارهای اجتماعی	<۰/۰۰۰۱	۰/۱۹	۰/۱۹	۰/۱۹	

فرضیه‌ی ۱- هنجارهای ذهنی بر قصد کارآفرینانه، مطلوبیت ادراک شده، امکان پذیری ادراک شده و نگرش دارای اثر مستقیم و مثبت است.

اثر مستقیم هنجارهای ذهنی بر قصدکارآفرینانه برابر با ۰/۰۱ و با توجه به مقدار ($t = ۰/۴۲$) معنی‌دار نبود. هم‌چنین اثر مستقیم هنجارهای ذهنی بر امکان پذیری ادراک شده برابر $<۰/۰۰۰۱$ و با توجه به مقدار ($t = ۰/۰۷$) معنی‌دار نبود. هم‌چنین اثر مستقیم هنجارهای ذهنی بر مطلوبیت ادراک شده برابر با ۰/۱۵ و با توجه به مقدار ($t = ۲/۹۷$) در سطح $P < ۰/۰۱$ معنی‌دار بود. در نهایت اثر مستقیم هنجارهای ذهنی بر نگرش برابر با ۰/۱۶ و با توجه به مقدار ($t = ۳/۱۲$) در سطح $P < ۰/۰۱$ معنی‌دار بود بنابراین فرضیه‌ی اول پژوهش مبنی بر وجود رابطه مستقیم و

همانطور که قبلاً اشاره شد بر طبق مدل مفهومی و مورد نظر این پژوهش (مدل پیش بینی قصدکارآفرینانه) و هم‌چنین فرضیه‌های تحقیق، از میان متغیرهای پژوهش فقط متغیرهای برونزا هنجارهای ذهنی، خودکارآمدی کارآفرینی، تمایل به خطر پذیری، هنجارهای اجتماعی بر قصدکارآفرینانه دارای هردوی اثرات مستقیم و غیر مستقیم هستند. ضمناً میزان واریانس تبیین شده قصدکارآفرینانه، در این پژوهش برابر با ۰/۲۵ که این موضوع بیانگر اهمیت برخی متغیرهاست که در مدل پژوهش حاضر مورد بررسی قرار نگرفته‌اند.

بررسی فرضیات پژوهش: اکنون با توجه به جداول بالا و نتایجی که گزارش شده به بررسی فرضیه‌های مربوط به مدل ارائه شده می‌پردازیم:

مثبت بین هنجارهای ذهنی و مطلوبیت ادراک شده و نگرش تایید گردید.

فرضیه ۲- هنجارهای اجتماعی بر قصد کارآفرینانه، مطلوبیت ادراک شده، امکان پذیری ادراک شده و نگرش دارای اثر مستقیم و مثبت است.

اثر مستقیم هنجارهای اجتماعی بر قصد کارآفرینانه برابر با $0/0001 <$ و با توجه به مقدار $t = 0/06$ معنی دار نبود. هم چنین اثر مستقیم هنجارهای اجتماعی بر امکان پذیری ادراک شده برابر با $0/41$ و با توجه به مقدار $t = 17/12$ در سطح $P < 0/01$ معنی دار نبود هم چنین اثر مستقیم هنجارهای اجتماعی بر مطلوبیت ادراک شده برابر با $0/09$ و با توجه به مقدار $t = 2/09$ در سطح $P < 0/01$ معنی دار نبود در نهایت اثر مستقیم هنجارهای اجتماعی بر نگرش برابر با $0/10$ و با توجه به مقدار $t = 2/97$ در سطح $P < 0/01$ معنی دار نبود بنابراین فرضیه دوم پژوهش مبنی بر وجود رابطه مستقیم و مثبت بین هنجارهای اجتماعی و امکان پذیری ادراک شده، مطلوبیت و نگرش ادراک شده تایید می گردد.

فرضیه ۳- تجربه کارآفرینانه بر مطلوبیت ادراک شده و امکان پذیری ادراک شده دارای اثر مستقیم و مثبت است. اثر مستقیم تجربه کارآفرینانه بر مطلوبیت ادراک شده برابر با $0/12$ و با توجه به مقدار $t = 2/96$ در سطح $0/01$ معنی دار بود.

بنابراین فرضیه سوم پژوهش مبنی بر وجود رابطه مستقیم و مثبت بین تجربه کارآفرینانه، مطلوبیت ادراک شده و امکان پذیری ادراک شده تایید گردید.

فرضیه ۴- خودکارآمدی کارآفرینانه بر قصد کارآفرینانه، مطلوبیت ادراک شده، امکان پذیری ادراک شده و نگرش دارای اثر مستقیم و مثبت است.

اثر مستقیم خودکارآمدی کارآفرینانه بر قصد کارآفرینانه برابر با $0/09$ و با توجه به مقدار $t = 0/19$ معنی دار نبود. هم چنین اثر مستقیم خودکارآمدی کارآفرینانه بر امکان پذیری ادراک شده برابر با $0/09$ و با توجه به مقدار $t = 2/99$ در سطح $P < 0/01$ معنی دار بود. هم چنین اثر مستقیم خودکارآمدی کارآفرینانه بر

مطلوبیت ادراک شده برابر با $0/14$ و با توجه به مقدار $t = 2/97$ در سطح $P < 0/01$ معنی دار بود. در نهایت اثر مستقیم خودکارآمدی کارآفرینانه بر نگرش برابر با $0/11$ و با توجه به مقدار $t = 2/61$ در سطح $P < 0/01$ معنی دار بود بنابراین فرضیه چهارم پژوهش مبنی بر وجود رابطه مستقیم و مثبت بین خودکارآمدی کارآفرینانه و مطلوبیت ادراک شده، امکان پذیری ادراک شده و نگرش تایید گردید.

فرضیه ۵- تمایل به خطرپذیری بر قصد کارآفرینانه و نگرش دارای اثر مستقیم و مثبت است.

اثر مستقیم تمایل به خطرپذیری بر قصد کارآفرینانه برابر با $0/05$ و با توجه به مقدار $t = 1/75$ معنی دار نبود. هم چنین اثر مستقیم تمایل به خطرپذیری بر نگرش برابر با $0/17$ و با توجه به مقدار $t = 3/39$ در سطح $P < 0/01$ معنی دار بود. بنابراین فرضیه پنجم پژوهش مبنی بر وجود رابطه مستقیم و مثبت بین تمایل به خطرپذیری و نگرش تایید گردید.

فرضیه ۶- مطلوبیت ادراک شده بر قصد کارآفرینانه دارای اثر مستقیم و مثبت است.

اثر مستقیم مطلوبیت ادراک شده بر قصد کارآفرینانه برابر با $0/19$ و با توجه به مقدار $t = 4/32$ در سطح $P < 0/01$ معنی دار بود. بنابراین فرضیه ششم پژوهش مبنی بر وجود رابطه مستقیم و مثبت بین مطلوبیت ادراک شده و قصد کارآفرینانه تایید گردید.

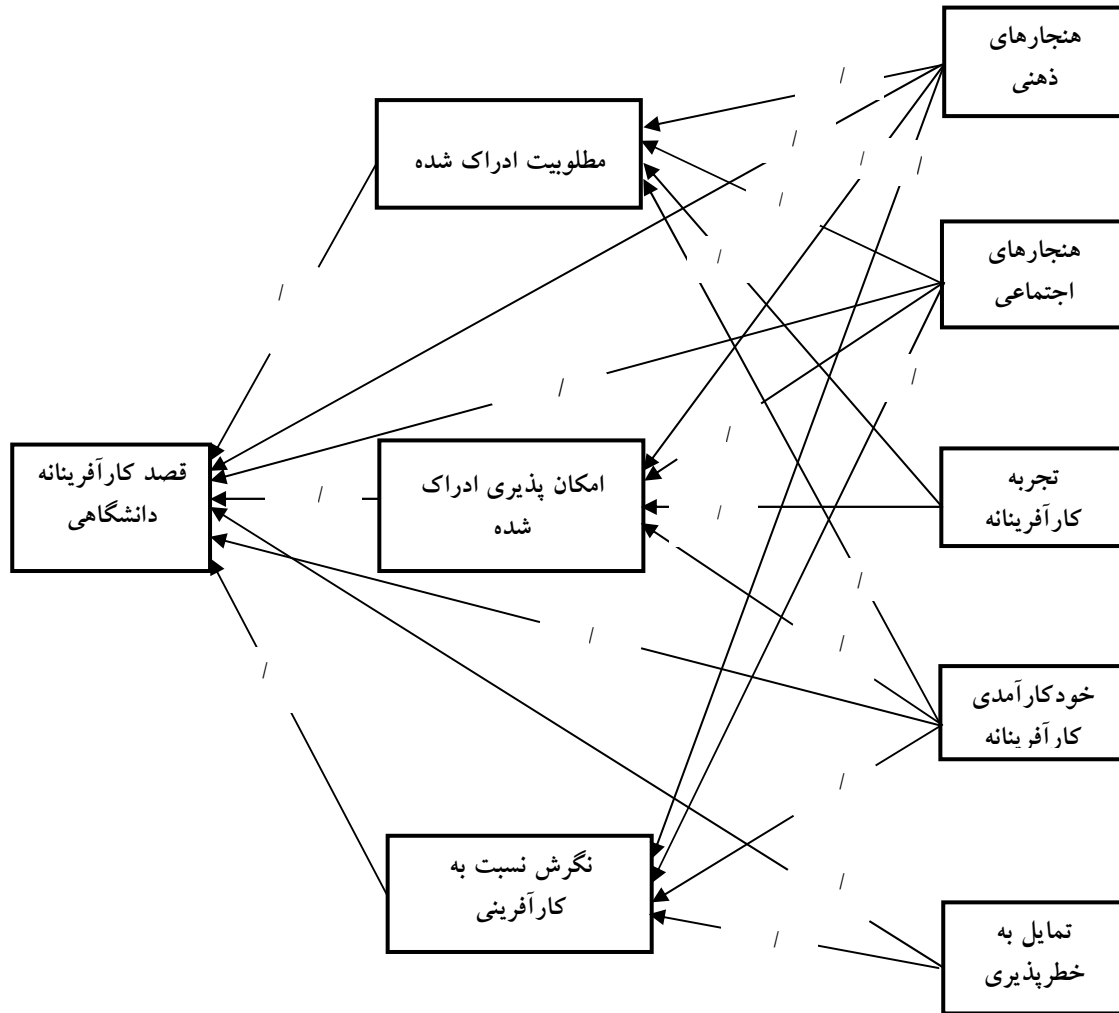
فرضیه ۷- امکان پذیری ادراک شده بر قصد کارآفرینانه دارای اثر مستقیم و مثبت است.

اثر مستقیم امکان پذیری ادراک شده بر قصد کارآفرینانه برابر با $0/26$ و با توجه به مقدار $t = 4/12$ در سطح $P < 0/01$ معنی دار بود. بنابراین فرضیه هفتم پژوهش مبنی بر وجود رابطه مستقیم و مثبت بین امکان پذیری ادراک شده و قصد کارآفرینانه تایید گردید.

فرضیه ۸- نگرش بر قصد کارآفرینانه دارای اثر مستقیم و مثبت است.

اثر مستقیم نگرش بر قصد کارآفرینانه برابر با ۰/۲۵ و با توجه به مقدار $t=5/۲۸$ در سطح $P<0/01$ معنی دار بود. بنابراین فرضیه‌ی هشتم پژوهش مبنی بر وجود رابطه‌ی مستقیم و مثبت بین نگرش

و قصد کارآفرینانه تایید گردید. در نهایت، به منظور جمع بندی یافته‌های پژوهش حاضر، خلاصه‌ی نتایج به صورت شماتیک ارایه شده است (شکل ۲).



شکل ۲: مدل برازش شده همراه با مقادیر استاندارد

بحث

پژوهش حاضر با هدف کلی بررسی تاثیر عوامل فردی، اجتماعی و روانشناختی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان دانشکده‌ی مدیریت و اطلاع رسانی دانشگاه علوم پزشکی شیراز با کاربرد مدل‌های قصد کارآفرینانه انجام پذیرفت. در این پژوهش علل و عوامل موثر بر قصد

کارآفرینانه دانشجویان بررسی شد و اثرات مستقیم و غیرمستقیم آن‌ها با یکدیگر و با متغیر ملاک قصد کارآفرینانه مورد آزمون قرار گرفت. با توجه به تایید اکثر فرضیه‌های موجود، مدل مفهومی پژوهش حاضر مدل بسیار خوبی برای دانشگاه‌ها در مورد قصد کارآفرینانه دانشجویان است. نتایج این پژوهش به وضوح نقش و اهمیت متغیرهای روانشناختی

هم‌چون خودکارآمدی کارآفرینانه و تمایل به خطرپذیری و متغیرهای اجتماعی هم‌چون هنجارهای اجتماعی و متغیرهای فردی و شخصی هم‌چون تجربه کارآفرینانه و هنجارهای ذهنی را در قصد کارآفرینانه دانشگاهی آشکار می‌کند. علاوه بر این مدل روابط اساسی بین این متغیرها و متغیرهای مدل‌های قصد کارآفرینانه هم‌چون مطلوبیت ادراک شده امکان‌پذیری ادراک شده و نگرش را مورد بررسی قرار داده و به آن اعتبار می‌بخشد. بر اساس یافته‌ها فرضیه‌های پژوهش مبنی بر ارتباط مثبت و معنادار هر یک از متغیرهای مورد مطالعه با قصد کارآفرینانه دانشجویان تایید شد نتایج برخی تحقیقات انجام گرفته نیز موید این یافته‌ها در پژوهش حاضر می‌باشد (۱۹). نتایج پژوهش حاضر بیان‌گر وجود رابطه‌ی مثبت و معنادار بین هنجارهای ذهنی و مطلوبیت کارآفرینی و نگرش در بین دانشجویان است. در تفسیر این رابطه می‌توان چنین بیان نمود که دانشجویانی که در نظر دارند فعالیت کارآفرینانه‌ای را در دانشگاه‌ها شروع کنند، به این موضوع توجه می‌کنند که روسای دانشگاه‌ها و دانشجویان دیگر درباره‌ی ایده شروع کسب‌وکار کارآفرینانه چه فکر می‌کنند و تا چه حدی آنان فعالیت‌های کارآفرینانه دانشگاهی را مطلوب و جذاب می‌دانند، وقتی دانشجویان باور داشته باشند روسای دانشگاه‌ها و دانشجویان دیگر معتقدند که آن‌ها باید رفتار کارآفرینانه را انجام دهند، نگرش مثبت درباره‌ی فعالیت کارآفرینانه در دانشجویان پدید می‌آید و این نگرش مثبت در نهایت منجر به رفتار کارآفرینانه دانشگاهی خواهد شد. نتایج پژوهش حاضر بیان‌گر وجود رابطه‌ی مثبت و معنادار بین هنجارهای اجتماعی، مطلوبیت کارآفرینی، امکان‌پذیری کارآفرینی و نگرش در بین دانشجویان است. در تفسیر این رابطه می‌توان چنین استنباط نمود در دانشگاه‌هایی که به کارآفرینی توجه بیشتری شده و به آن به عنوان یک مقوله‌ی مطلوب نگریسته می‌شود و برای دانشجویان کارآفرین ارزش قابل است، دانشجویان فعالیت‌های کارآفرینانه دانشگاهی را

مطلوب و شدنی دانسته، آن‌گاه نگرش دانشجویان به سمت کارآفرینی دانشگاهی مثبت می‌شود و این نگرش مثبت منجر به شروع فعالیت‌های کارآفرینانه و در نتیجه قصد پایدارتری برای انجام فعالیت‌های کارآفرینانه خواهند داشت (۲۰). نتایج پژوهش حاضر بیان‌گر وجود رابطه‌ی مثبت و معنادار بین تجربه‌ی کارآفرینانه و مطلوبیت و امکان‌پذیری کارآفرینی در بین دانشجویان است. در تفسیر این رابطه می‌توان چنین بیان نمود، دانشجویانی که دوره‌های آموزشی لازم جهت آشنایی با ایجاد کسب‌وکارهای کارآفرینانه را گذرانده‌اند، در نشست‌هایی با حضور کارآفرینان نمونه شرکت کرده‌اند و از کسب‌وکارهای موفق کارآفرینی بازدید نموده‌اند، فعالیت‌های کارآفرینانه را مطلوب و جذاب دریافت می‌کنند و آن‌ها را شدنی و ممکن می‌دانند و قصد و نیت پایدارتری برای شروع فعالیت‌های کارآفرینانه دانشگاهی خواهند داشت (۲۱) بر اساس یافته‌های پژوهش حاضر، دلیل احتمالی رابطه‌ی مثبت و معنادار بین خودکارآمدی کارآفرینانه و مطلوبیت، امکان‌پذیری کارآفرینی و نگرش در بین دانشجویان می‌تواند این باشد اگر دانشجویان باور به خودکارآمدی کافی برای راه‌اندازی فعالیت‌های کارآفرینانه دانشگاهی باشند، آن فعالیت‌ها را امکان‌پذیر می‌دانند و برای دستیابی به اهداف کارآفرینانه از هیچ تلاشی مضایقه نمی‌کنند، از این رو انتظار می‌رود دانشجویان با اشتیاق بیشتری به راه‌اندازی فعالیت‌های کارآفرینانه دانشگاهی اقدام نمایند در واقع دانشجویان سعی می‌کنند فعالیت‌هایی را انجام دهند که درباره‌ی آن احساس شایستگی و خودکارآمدی دارند، یعنی هر اندازه باور به خودکارآمدی در آنان بیشتر باشد با نگرشی مثبت به انجام فعالیت‌های کارآفرینانه دانشگاهی می‌پردازند (۲۲) بر اساس یافته‌های پژوهش حاضر، دلیل احتمالی رابطه‌ی مثبت و معنادار بین تمایل به خطرپذیری و نگرش نسبت به کارآفرینی دانشجویان می‌تواند این باشد که هر اندازه دانشجویان تمایل به خطرپذیری بالاتری داشته باشند، نگرشی مثبت به راه‌اندازی

پذیر و شدنی می‌دانند، در نتیجه با قصد پایداری شروع به فعالیت کارآفرینانه خواهند کرد (۲۶ و ۲۵).

نتیجه گیری

باتوجه به اینکه موضوع کارآفرینی دانشگاهی، از موضوعات جدیدی است که در سال های اخیر به دلیل آمار بالای بیکاری به خصوص در میان دانش آموزان دانشگاه ها و موسسات آموزش عالی مورد بحث جدی است. توجه جدی به آن به منظور عمل نمودن به مدیران و مسوولان ذی ربط توصیه می شود. تحقیقات نشان می دهد که بدست آوردن مهارت های کارآفرینی عموماً اکتسابی و قابل آموزش هستند و نمی توان آن ها را ذاتی پنداشت. بنابراین به نظر می رسد که فعالیت های آموزش جهت تعلیم دانش و روحیه کارآفرینی در بین دانشجویان می بایست سرلوحه ی کار واحدهای آموزش عالی در سراسر کشور قرار گیرد و این امر یکی از نیازهای اساسی جامعه ی ما محسوب می شود. همچنین ایجاد کارگاه ها آموزشی و مراکز ایده پردازی در دانشگاه ها در غالب فعالیت های کارآفرینانه می تواند یک روش موثر جهت رشد این تفکر در آنان شود.

References

- 1- All Yne, Carles w. Explaining entrepreneurid intentions in the caribbean. *Journal of Small Business Management*. 2009; 34(3): 24-49.
- 2- Azizi B, Hossieni SM. The role of entrepreneurship education and development in agricultural higher education. *Jihad Magezine*. 2006; 165-182.
- 3- Ajzen I. The theory of planned behavior organizational behavior and Human decision processes. *Journal of Organizational Behavoir*. 1991; 67: 352-69.
- 4- Bird Bj. Implementing entrepreneurial Ideas:

کسب و کارهای کارآفرینانه دانشگاهی خواهند داشت و به دنبال فعالیت هایی می روند که احتمال شکست در آنها وجود دارد؛ در نتیجه با قصد بیشتر برای کارآفرین شدن گام برمی دارند (۲۳) بر اساس یافته های پژوهش حاضر، مطلوبیت کارآفرینی به عنوان پیشگوکننده ی موثری بر قصد کارآفرینانه دانشجویان شناسایی شد، در تفسیر این رابطه می توان چنین بیان نمود هر اندازه دانشگاه ها و موسسات آموزش عالی به برگزاری دوره های کارآفرینی و خلاقیت اقدام نمایند و دانشجویان را برای فعالیت در محیط اقتصادی کارآفرینانه تربیت کنند، دانشجویان کارآفرینی را امری مطلوب درک می کنند و موجب رونق کارآفرینی دانشگاهی می شود (۲۴).

بر اساس یافته های پژوهش حاضر، دلیل احتمالی رابطه ی مثبت و معنادار بین امکان پذیری کارآفرینی و قصد کارآفرینانه دانشجویان می تواند این باشد که هر اندازه دانشگاه ها و موسسات آموزش عالی بتوانند پیشینه ی لازم برای شروع کسب و کار کارآفرینانه را از طریق آموزش های رسمی در بین دانشجویان به وجود آورند آنان کسب و کار کارآفرینانه و توسعه ی فعالیت های کارآفرینانه دانشگاهی را امری امکان

- The cace for Intentions. *International Small Business Journal*. 1988;7(3): 29-38.
- 5- Shapero A. Social dimensions of entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*. 1982; 39: 279-285.
 - 6- Robinson PB, Stimpson DV, Huefner, JC. An attitude approach thoth prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory & Practice*. 1991;15(4):13-31.
 - 7- David s. Foundations of academic entrepreneurship: apath model for the prediction of scientists academic entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship and Regional Development*.

- 1995; 5(3): 315-30.
- 8- Carsrud A, Kruger Nf. Entrepreneurship and social psychology: behavioral technology for understanding the new venture Initiation process. *Entrepreneurship and Regional Development*. 1993; 3: 195-206.
- 9- Erikson J. A contemporary approach to entrepreneurship education, *The Emerald Research Journal*. 2005;46: 416-23.
- 10- Moriano JB. The expanded horizon for achieving entrepreneurial success. *Organizational Dynamics*. 2006; 25(3): 54-68.
- 11- Linan F, Chen YW. Testing the entrepreneurial intention model on two country sample. *Journal of Experimental Social*. 2009; 22: 435-747.
- 12- Santon M. The impact of higher education on Entrepreneurial intention of university student in china . *Academy of Management*. 2010; (9): 1-14.
- 13- Shapero A, Sokol L. The social dimension of entrepreneurship education. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2006; 19(2):41-71.
- 14- Rozan Z. A study on entrepreneurial intention among information technology penuries. *Journal of Economic History*. 2001; 2 : 118-26.
- 15- Gorol D, Astan k. Factors that facility at intention to venture creation among nascent entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2006; 19(2): 41-71.
- 16- Lenidas ZL. The relationship between emotional Intelligence and entrepreneurial attitudes and intention. *Journal of Educational Psychology*. 2008; 71:3-25.
- 17- Sooke C, Batiano C. Entrepreneurial intent in a transitional economy: An application of the theory of planed Behavior to romanian students. Paper presented at: Workshop of Entrepreneurship Research .2010.
- 18- Linan F, Chen YW. Testing the entrepreneurial intention model on two country sample. *Journal of Experimental Social*. 2005; 22: 435-447.
- 19- Moriano JB. The expanded horizon for achieving entrepreneurial success. *Organizational Dynamics*. 2006; 25(3): 54-68.
- 20- Muller S, Mcyee J, Saleh MA. The effect of network ties and entrepreneurial self-efficacy on immiyrant new venture intentions. *Journal of Management*. 2004; 16(20):47-70.
- 21- Rozan Z. A study on entrepreneurial intention among information technology penuries. *Journal of Economic History*. 2001; 2: 118-26.
- 22- Zhao K, Seibert S, Hills G. The mediating rote of self-efficacy in the development of entrepreneurial intention. *Journal of Applied Psychology*. 2005; 90 (6): 256-72
- 23- Fini R. Career paths organizational affiliation and the enactment of entrepreneurial intentions, London Lexington Books; 2010.
- 24- Tajabadi R. Education and entrepreneurship development and its application in agricultural higher education. Proceeding of national entrepreneurship, Azad Islamic University. *Roodehen Campus*. 2008; 3(2): 86-94. [In Persian]
- 25- Louw I, VanEeden S, Bosch J. Entrepreneurial traits of under graduate students

at selected south African tertiary intentions.
Journal of Entrepreneurship. 2003; 9(1): 5-16.
26- kropp F. Entrepreneurial orientation and

international entrepreneurial business venture
startup. *International Journal of Entrepreneurial
Behavior*. 2008; 14(2): 102-17.

Factors Influencing Academic Entrepreneurial Intention among the Students of Shiraz Medical Sciences University

Seif Mh¹, Sabet Maharlouei A², Rastegar A¹, Ahmad abadi Kh²

¹Dept. of Education planning, Payam-e- Noor University, Tehran, Iran

²Dept. of Management, Faculty of Literature and Humanities, Payam-e- Noor University, Shiraz, Iran

Corresponding Author: Sabet Maharlouei A, Dept. of Management, Faculty of Literature and Humanities, Payam-e. Noor University, Shiraz, Iran

Email: A.Sabet66@yahoo.com

Received: 3 Jan 2014 **Accepted:** 17 Apr 2014

Background and Objective: In today's world, entrepreneurial intentions may be a valuable strategy for creating employment and entrepreneurial thinking in higher education is equally important. The present research aimed at investigating the factors affected academic entrepreneurial intention among students of Shiraz Medical Sciences University.

Materials and Methods: This paper is a descriptive-correlational study based on a practical purpose. The statistical group of the present research included all students of Faculty of Management and Information of Shiraz Medical Sciences University. The sample size was determined by Cochran formula. 170 students were randomly sampled. Field research and a combination of close questionnaires were used to collect data and the Likert five-option scale was used to measure all parts of the model.

Results: Data were analyzed using path analysis. A total of 9 different variables included five predictor variables (subjective norms, social norms, entrepreneurial experience, entrepreneurial self-efficacy, and risk-taking) and three intermediate variables (perceived desirability, perceived possibility, and attitude) were considered.

Conclusion: The results indicated that subjective norms, social norms, entrepreneurial self efficacy, entrepreneurial experience and propensity risk taking have significant effects on entrepreneurial intention indirectly through perceived desirability, perceived feasibility and attitude toward entrepreneurship variables.

Keywords: *Students, Academic entrepreneurship, Entrepreneurial intention, Entrepreneurial behavior*