

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

محمد حسن صیف<sup>۱</sup>، عباس ثابت مهارلوئی<sup>۲</sup>، احمد رستگار<sup>۱</sup>، خدیجه احمد آبادی<sup>۲</sup>

a.sabet66@yahoo.com

نویسنده مسؤول: شیراز، دانشگاه پیام نور، دانشکده‌ی ادبیات و علوم انسانی

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 نحوه گردآوری و تحلیل اطلاعات و داده‌ها از نوع توصیفی- همبستگی بود. جامعه‌ی آماری پژوهش حاضر دانشجویان دانشکده‌ی مدیریت و اطلاع رسانی دانشگاه علوم پزشکی شیراز بود. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۱۷۰ دانشجو 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 (هنچارهای ذهنی، هنچارهای اجتماعی، تجربه‌ی کارآفرینانه، خود کارآمدی کارآفرینانه، تمایل به خطر پذیری) و سه متغیر واسطه‌ای (مطلوبیت ادراک شده، امکان پذیری ادراک شده، نگرش) مطرح شد و تاثیر هر یک بر قصد کارآفرینانه مورد بررسی قرار گرفت.

**نتیجه گیری:** نتایج مطالعه نشان داد که متغیرهای هنچارهای ذهنی، هنچارهای اجتماعی، تجربه‌ی کارآفرینانه، خود کارآمدی کارآفرینانه و تمایل به خطر پذیری به طور غیر مستقیم 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 حادتری 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 مسائل 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 غالباً 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

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 Rftar برنامه‌ریزی شده آجزن (1988) of Planned Behavior (1982)، مدل رویداد کارآفرینی شاپیرو ، مدل Entrepreneurial Event Model ، مدل قصد کارآفرینانه Bird Entrepreneurial Intention Model (1988) برده (1991) جهت‌گیری نگرش کارآفرینانه راینسون، و همکاران (1991) Entrepreneurial Attitude orientation کارآفرینانه شاپیرو و کروگر (۲۰۰۰)، مدل پتانسیل کارآفرینانه Entrepreneurial Potential Model (1994) کروگر و برازیل (1994)، مدل بنیادی ارادی مدل قصد کارآفرینانه دیوید سون (1995)، مدل بنیادی ارادی کروگر و کارسرود (1993) Intentional Basic Model می‌باشد .(۴)

نظریه‌ی Rftar برنامه‌ریزی شده آجزن 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 Rftar برنامه‌ریزی شده هنچارهای 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 ادارک شده، امکان‌پذیری ادارک شده و تمایل به انجام کار به عنوان پیشگو کننده‌های اولیه‌ی قصد کارآفرینانه نقش مهمی در شروع کسبوکارهای کارآفرینانه داردند. گرایش مشبت 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

از سوی دیگر تجارب کشورهای مختلف دنیا اعم از توسعه و در حال توسعه، نشان‌دهنده‌ی آن است که بهترین گزینه برای آماده نمودن فراغیران 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 تأثیر به سازابی داشته و خواهد داشت. متاسفانه 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 تصمیم‌گیری 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 .(۶)

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 روزنگاری به روی حل بحران بیکاری دانش‌آموختگان بهره گرفت. به‌طور کلی در ادبیات روانشناسی، قصد کارآفرینانه به عنوان یکی از عوامل زیربنایی رفتار برنامه‌ریزی شده است. به عبارت دیگر قصد کارآفرینانه به عنوان حالت آگاهانه‌ی ذهن تعریف

نتوانسته‌اند به عنوان یک الگوی جامع در مطالعات قصد کارآفرینانه مورد استفاده قرار گیرد. ماهیت فرد نگری از یک سو و توجه نداشتن به عوامل اجتماعی از سوی دیگر از جمله محدودیت‌های این مدل‌ها 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 همچون نظریه‌ی رفتار برنامه‌ریزی شده آجزن (1991)، مدل رویداد کارآفرینی شاپیرو (1982) و مدل بنیادی ارادی کروگر و کارسرود (1993)، به صورت تلفیقی استفاده شده است (۸).

به جهت آن‌که در این پژوهش مدل بسط‌یافته قصد کارآفرینانه دانشگاهی با استفاده از مدل‌های قصد کارآفرینانه در قالب متغیرهایی همچون هنجارهای اجتماعی، هنجارهای ذهنی، تجربه کارآفرینانه، خودکارآمدی کارآفرینانه و تمایل به خطرپذیری ارایه شده است و این متغیرها در پژوهش‌های داخلی اصلاً به کار گرفته نشده است. لذا پیشینه‌ی تحقیق مشمول تحقیقات داخلی نمی‌شود.

هنجارهای ذهنی در پژوهش‌های بسیاری با قصد کارآفرینانه، مطلوبیت ادارک شده، امکان‌پذیری ادارک شده و نگرش نسبت به کارآفرینی رابطه مثبت و معنا داری دارد اریکسون، در پژوهش خود هنجارهای ذهنی را به عنوان یکی از پیش‌بینی کننده‌های قصد کارآفرینانه می‌داند. او در پژوهش خود به این نتیجه رسید که هر اندازه هنجارهای ذهنی، یعنی مجموعه باورها و ارزش‌های شخصی فرد مطابق و همسو با فعالیت‌های 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 بهسزایی دارند (۹). در پژوهشی که توسط ماریانو، انجام گرفت نتایج نشان داد که هنجارهای ذهنی بر ادراکاتی مانند مطلوبیت و امکان‌پذیری اثر مثبت و معنادار دارند (۱۰). لینا و چن نیز معتقد هستند که هنجارهای ذهنی نمی‌توانند به

کارآفرینانه برد، شامل متغیرهایی از قبیل عوامل وابسته به قراین، عوامل فردی، تفکر تحلیلی منطقی و تفکر کلی نگرشهودی می‌باشد که بر قصد کارآفرینانه افراد در راه اندازی فعالیت‌های کارآفرینانه تاثیر می‌گذارند. در مدل جهت‌گیری نگرش کارآفرینی نگرش نسبت به کارآفرینی توسعه چهار زیر مقیاس پیشرفت، عزت نفس، کنترل فردی و ابتکار شرح داده می‌شود و طی آن رفتار کارآفرینانه از دیدگاه خود فرد ارزیابی می‌شود (۴). مدل مقاصد کارآفرینانه شاپیرو و کروگر بر اساس تعامل میان ویژگی‌های فردی، ادراکات، ارزش، عقاید، سابقه و محیط شکل می‌گیرد. این مدل بر اساس دو مدل قصد کارآفرینانه نظریه رفتار برنامه‌ریزی 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 مخصوصاً عوامل غیر رسمی مانند نگرش نسبت به کارآفرینی بر تضمیم‌گیری برای ایجاد یک شرکت جدید تاثیر می‌گذارند، تعریف کردند. پتانسیل شروع یک تجارت بر اساس سه مفهوم مهم تعریف شده است. مطلوبیت ادارک شده (نگرش‌ها و هنجارهای اجتماعی) امکان‌پذیری ادارک شده (خودکارآمدی) و میل و گرایش نسبت به انجام کار (ویژگی شخصی ثابت). مدل دیوید سون مجموعه‌ای از عوامل اقتصادی و روانشناختی را بررسی کرده که مقاصد فرد را تحت تاثیر قرار می‌دهند و او را به سمت کسب و کار جدید می‌کشاند. مدل بنیادی 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 می‌داند که از طریق نگرش‌ها، مطلوبیت ادارک شده و امکان‌پذیری ادارک شده بر مقاصد تاثیر می‌گذارد (۷).

با وجود مفید واقع شدن این مدل‌ها در پژوهش‌های کارآفرینی به ویژه قصد کارآفرینانه، هیچ کدام از آن‌ها

در بسیاری از پژوهش‌ها تمایل به خطرپذیری با قصد کارآفرینانه رابطه‌ی مثبت و معنا دار 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 خطر پذیری به دست آورده‌اند 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.<sup>(۱۵)</sup> در پژوهشی که توسط لینداز، انجام گرفت نقش مطلوبیت ادراک شده به عنوان یک متغیر واسطه بر قصد کارآفرینانه به تایید رسید<sup>(۱۶)</sup>. گردن، در ترکیتی 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 امکان پذیری ادراک شده بر قصد کارآفرینانه تاثیری 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 معنا دار میان نگرش نسبت به کارآفرینی و قصد کارآفرینانه را مورد تایید قرار می‌دهند.<sup>(۱۷)</sup> 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 به عنوان امری شدنی و امکان‌پذیر درک می‌کنند. لذا، احتمال بیشتری وجود دارد که یک قصد کارآفرینانه پایدارتری به وجود آید.<sup>(۱۸)</sup>

تنها یک پیشگویی کننده‌ای موثر برای شکل‌گیری رفتار کارآفرینانه باشند. آن‌ها در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که هنچارهای 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 هنچارهای اجتماعی را بر قصد و نیت برای راه اندازی کسب و کار کارآفرینانه موثر می‌دانند. آن‌ها در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که هنچارهای اجتماعی بر قصد کارآفرینانه اثر معنادار و مستقیم دارد و در جوامعی که کارآفرینی مشروعت است اجتماعی دارد، افراد قصد و نیت بیشتری برای انجام فعالیت‌های کارآفرینانه دارند.<sup>(۱۹)</sup> فایلو، در پژوهشی به این نتیجه رسیدند که هنچارهای اجتماعی بر ادراکاتی همچون مطلوبیت و امکان‌پذیری اثر معنادار و مثبت دارد. علاوه بر این اثر هنچارهای اجتماعی بر نگرش نسبت به کارآفرینی در پژوهش‌های مختلفی به اثبات رسیده است. برای مثال سانتون، در پژوهش خود به این نتیجه رسید که هنچارهای اجتماعی بر نگرش نسبت به کارآفرینی اثر مثبت و معنادار دارد. وی بیان کرد در صورتی که هنچارهای جامعه به فعالیت‌های کارآفرینانه همسو باشد افراد نگرشی مطلوب و مثبت نسبت به کارآفرینی خواهند داشت.<sup>(۲۰)</sup> 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.<sup>(۲۱)</sup> 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، خود کارآمدی کارآفرینانه را به عنوان یکی از پیشگویی کننده‌ای مطلوبیت و امکان‌پذیری ادراک شده معرفی کردند و ارتباط معنادار میان آن‌ها را به اثبات رساند.<sup>(۲۲)</sup>

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 کارسروود (1993)، به صورت تلفیقی استفاده شده است (شکل ۱).

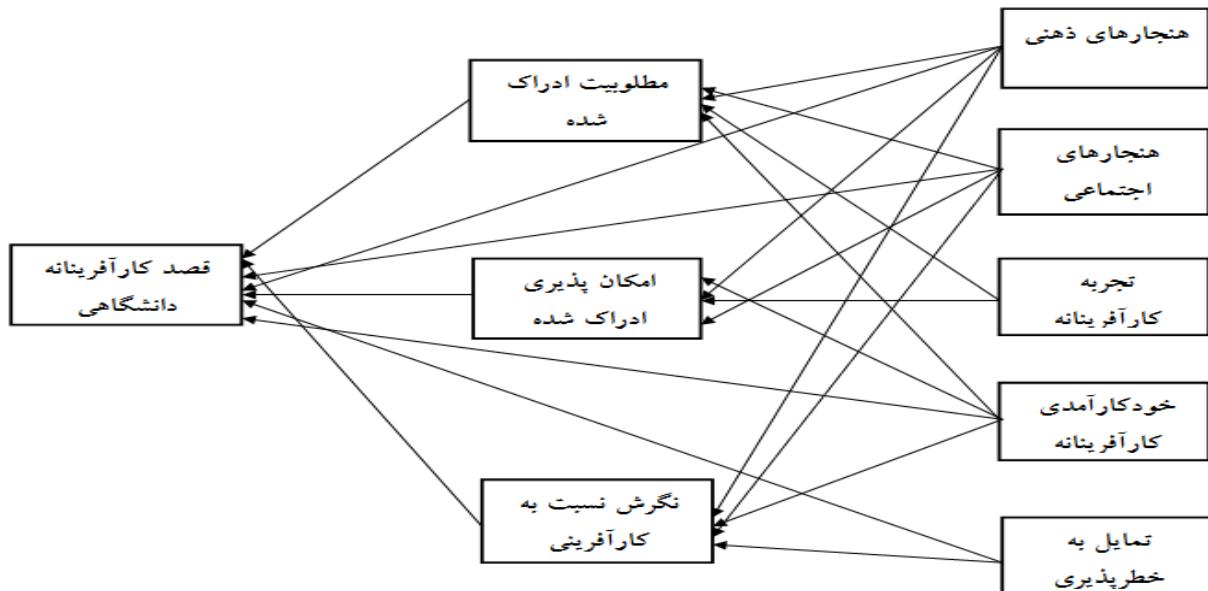
در این پژوهش تلاش شده است عوامل موثر بر قصد کارآفرینانه دانشگاهی با استفاده از مدل‌های قصد کارآفرینانه مورد بررسی قرار گیرد، بنابراین بر این اساس فرضیات پژوهش حاضر در ذیل آمده است.

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

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

بین تجربه‌ی کارآفرینانه و مطلوبیت ادارک شده و امکان‌پذیری ادارک شده رابطه‌ی مثبت و معنی داری وجود دارد.

بین خودکارآمدی کارآفرینانه و قصد کارآفرینانه دانشگاهی، مطلوبیت ادارک شده، امکان‌پذیری ادارک 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 محدوده‌ی زمانی تحقیق پژوهش حاضر مقطعی می‌باشد. جامعه‌ی آماری این پژوهش را دانشجویان دانشکده‌ی مدیریت و اطلاع رسانی 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، پرسش‌نامه‌ای 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 ادارک شده، تمایل به خطرپذیری، هنجارهای اجتماعی،

**جدول ۱: مقدار آلفای کرونباخ به دست آمده متغیرها**

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

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 برونزها هنجرهای اجتماعی (۰/۳۴۷)، و از میان متغیرهای درونزا نیز امکان‌پذیری 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 فرضیه‌های پژوهش از روش تحلیل مسیر استفاده می‌کنیم. ضمناً در این پژوهش بررسی همزمان فرضیه‌ها در قالب مدل اولیه صورت می‌گیرد و در نهایت مدل برآشش شده آورده می‌شود. جدول زیر مربوط به برآوردهای ضرایب اثر مستقیم است.

### یافته‌ها

ماتریس همبستگی: از آنجایی که پایه و اساس مطالعات تحلیل مسیر همبستگی بین متغیرها می‌باشد، در ادامه ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش آورده می‌شود با توجه به جدول ۲ می‌بینیم که بالاترین ضریب همبستگی در میان متغیرهای این پژوهش مربوط به رابطه‌ی بین امکان‌پذیری درک شده با قصد کارآفرینانه (۰/۰۴۹) و از نظر آماری در سطح ۰/۰۱ معنی دار بود و پایین‌ترین ضریب همبستگی به دست آمده نیز مربوط به رابطه‌ی 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 امکان‌پذیری درک شده (۰/۴۴۹) نگرش (۰/۴۳۳)، مطلوبیت درک شده (۰/۳۸۴)، تمایل به خطر پذیری (۰/۳۱۳)، هنجرهای اجتماعی (۰/۳۴۷)، خودکارآمدی کارآفرینی (۰/۲۴۷)، هنجرهای ذهنی (۰/۲۴۷)، تجربه کارآفرینی (۰/۱۹۱)، دارای بالاترین تا پایین‌ترین ضریب

جدول ۲: ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش

متغیرها	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱
هنجرهای ذهنی							۱		
هنجرهای اجتماعی						۱	۰/۳۰۰***		
تجربه کارآفرینی						۱	۰/۲۸۸***	۰/۲۴۴***	
خودکارآمدی کارآفرینی						۱	۰/۲۵۲***	۰/۳۱۶***	۰/۲۳۳***
تمایل به خطر پذیری						۱	۰/۱۹۰***	۰/۱۳۳***	۰/۲۰۴***
مطلوبیت درک شده						۱	۰/۲۵۲***	۰/۲۸۳***	۰/۲۵۲***
امکان‌پذیری درک شده						۱	۰/۲۵۴***	۰/۳۵۷***	۰/۳۱۲***
نگرش						۱	۰/۲۶۶***	۰/۱۷۴***	۰/۲۵۵***
قصد کارآفرینانه	**					۱	۰/۴۳۳	۰/۴۶۹***	۰/۳۸۴***

\* P < 0/05      \*\* P < 0/1

## جدول ۳: برآوردهای ضرایب اثر مستقیم

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

\* P &lt; 0/05      \*\* P &lt; 0/1

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 مقایسه 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 و اثرات کل متغیرها بر قصدکارآفرینانه و واریانس تبیین شده آن

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

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

اثرمستقیم هنجارهای ذهنی بر قصدکارآفرینانه برابر با  $0/01$  و با توجه به مقدار ( $t = 42/0 = 0$ ) معنی دار نبود. هم چنین اثر مستقیم هنجارهای ذهنی بر امکان پذیری ادراک شده برابر با  $0/0001$  با و با توجه به مقدار ( $t = 0/07 = 0$ ) معنی دار نبود. هم چنین اثر مستقیم هنجارهای ذهنی بر مطلوبیت ادراک شده برابر با  $0/015$  و با توجه به مقدار ( $t = 2/97 = 2$ ) در سطح  $P < 0/01$  معنی دار بود. در نهایت اثر مستقیم هنجارهای ذهنی بر نگرش برابر با  $0/016$  و با توجه به مقدار ( $t = 3/12 = 3$ ) در سطح  $P < 0/01$  معنی دار بود بنابراین فرضیه اول پژوهش مبنی بر وجود رابطه مستقیم و

همانطور که قبلاً اشاره شد بر طبق مدل مفهومی و مورد نظر این پژوهش (مدل پیش‌بینی قصدکارآفرینانه) و همچنین فرضیه‌های تحقیق، از میان متغیرهای پژوهش فقط متغیرهای برونازا هنجارهای ذهنی، خودکارآمدی کارآفرینی، تمایل به خطر پذیری، هنجارهای اجتماعی بر قصدکارآفرینانه دارای هردی اثرات مستقیم و غیر مستقیم هستند. ضمناً میزان واریانس تبیین شده قصدکارآفرینانه، در این پژوهش برابر با  $0/25$  که این موضوع بیانگر اهمیت برخی متغیرهایست 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:

مطلوبیت ادراک شده برابر با  $t = 2/97$  و با توجه به مقدار  $P < 0.01$  معنی دار بود. در نهایت اثر مستقیم خودکارآمدی کارآفرینانه بر نگرش برابر با  $t = 0/11$  و با توجه به  $P < 0.01$  معنی دار بود بنابراین فرضیه چهارم پژوهش مبنی بر وجود رابطهٔ 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  $t = 1/75$  معنی دار نبود. هم چنین اثر مستقیم تمایل به خطرپذیری بر نگرش برابر با  $t = 0/17$  معنی دار بود. با توجه به مقدار  $P < 0.01$  در سطح  $t = 3/39$  معنی دار بود. بنابراین فرضیهٔ پنجم پژوهش مبنی بر وجود رابطهٔ 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  $t = 4/32$  در سطح  $P < 0.01$  معنی دار بود. بنابراین فرضیهٔ ششم پژوهش مبنی بر وجود رابطهٔ 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  $t = 4/12$  در سطح  $P < 0.01$  معنی دار بود. بنابراین فرضیهٔ هفتم پژوهش مبنی بر وجود رابطهٔ 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.

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  $t = 0/0001$  و با توجه به مقدار  $P < 0.0006$  معنی دار نبود. هم چنین اثر مستقیم هنجارهای اجتماعی بر امکان پذیری ادراک شده برابر با  $t = 0/41$  و با توجه به مقدار  $P < 0.01$  در سطح  $t = 17/12$  معنی دار نبود هم چنین اثر مستقیم هنجارهای اجتماعی بر مطلوبیت ادراک شده برابر با  $t = 2/09$  و با توجه به مقدار  $P < 0.01$  در سطح  $t = 2/97$  معنی دار نبود در نهایت اثر مستقیم هنجارهای اجتماعی بر نگرش برابر با  $t = 0/10$  و با توجه به مقدار  $P < 0.01$  در سطح  $t = 2/97$  معنی دار نبود بنابراین فرضیه دوم پژوهش مبنی بر وجود رابطهٔ مستقیم و مثبت بین هنجارهای اجتماعی و امکان پذیری ادراک شده، مطلوبیت و نگرش ادراک شده تایید می‌گردد.

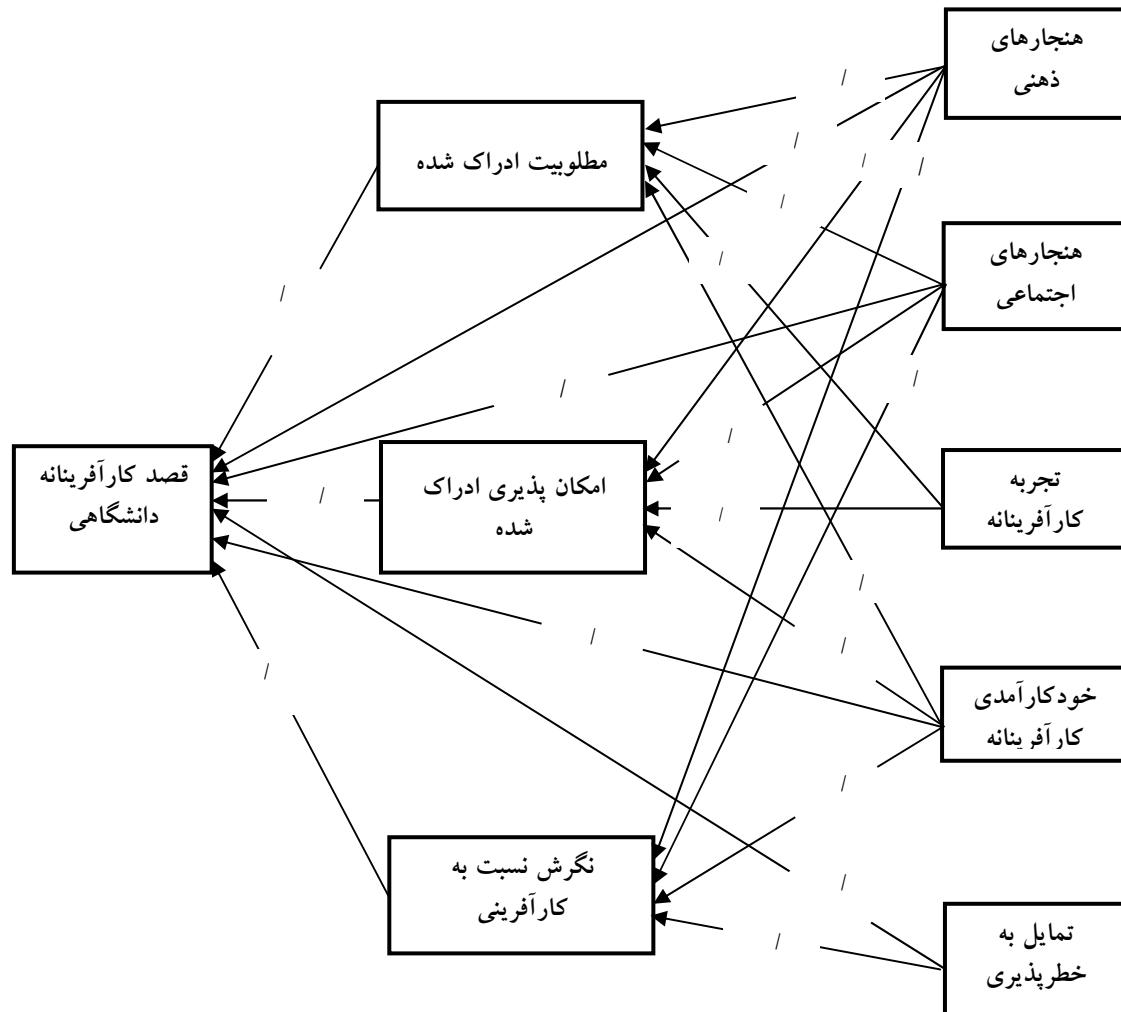
فرضیه ۳- تجربهٔ کارآفرینانه بر مطلوبیت ادراک شده و امکان پذیری ادراک شده دارای اثر مستقیم و مثبت است. اثر مستقیم تجربهٔ کارآفرینانه بر مطلوبیت ادراک شده برابر با  $t = 0/12$  و با توجه به مقدار  $P < 0.01$  در سطح  $t = 2/96$  معنی دار بود. بنابراین فرضیه سوم پژوهش مبنی بر وجود رابطهٔ مستقیم و مثبت بین تجربهٔ 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  $t = 0/09$  و با توجه به مقدار  $P < 0.01$  معنی دار نبود. هم چنین اثر مستقیم خودکارآمدی کارآفرینانه بر امکان پذیری ادراک شده برابر با  $t = 0/09$  و با توجه به مقدار  $P < 0.01$  در سطح  $t = 2/99$  معنی دار بود. هم چنین اثر مستقیم خودکارآمدی کارآفرینانه بر

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

اثر مستقیم نگرش بر قصد کارآفرینانه برابر با  $t = 5/28$  در سطح  $P < 0.01$  معنی دار بود. بنابراین فرضیه‌ی هشتم پژوهش مبنی بر وجود رابطه‌ی مستقیم و مثبت بین نگرش



شکل ۲: مدل برآزش شده همراه با مقادیر استاندارد

کارآفرینانه دانشگاهی 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 دانشگاهی است. نتایج این پژوهش به وضوح نقش و اهمیت متغیرهای روانشناختی

پژوهش حاضر با هدف کلی بررسی تاثیر عوامل فردی، اجتماعی و روانشناختی بر قصد کارآفرینانه دانشگاهی 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

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 خواهد داشت(۲۰). نتایج پژوهش حاضر بیان‌گر وجود رابطه‌ی مثبت و معنادار بین تجربه‌ی کارآفرینانه و مطلوبیت وامکان‌پذیری 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 خواهد 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 داشته باشند، آن فعالیت‌ها را امکان‌پذیر می‌دانند و برای دستیابی به اهداف کارآفرینانه از هیچ تلاشی مضایقه نمی‌کنند، از این رو انتظار می‌رود دانشجویان با استیاق بیشتری به راهاندازی فعالیت‌های کارآفرینانه دانشگاهی اقدام نمایند در واقع دانشجویان سعی می‌کنند فعالیت‌هایی را انجام دهنند 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

هم‌چون خودکارآمدی کارآفرینانه و تمایل به خطرپذیری و متغیرهای اجتماعی هم‌چون هنجارهای اجتماعی و متغیرهای فردی و شخصی هم چون تجربه کارآفرینانه و هنجارهای ذهنی را در قصد کارآفرینانه دانشگاهی آشکار می‌کند. علاوه براین مدل روابط اساسی بین این متغیرها و متغیرهای مدل‌های قصد کارآفرینانه هم چون مطلوبیت ادارک شده امکان‌پذیری ادارک 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 مovid 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

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

### نتیجه گیری

باتوجه به اینکه موضوع کارآفرینی دانشگاهی، از موضوعات جدیدی است که در سال‌های اخیر به دلیل آمار بالای بیکاری به خصوص در میان دانش آموختگان دانشگاهها و موسسات آموزش عالی موردبحث جدی است. توجه جدی به آن به منظور عمل نمودن به مدیران و مسوولان ذی‌ربط توصیه می‌شود.

تحقیقات نشان می‌دهد که بدست آوردن مهارت‌های کارآفرینی عموماً اکتسابی و قابل آموزش هستند و نمی‌توان آن‌ها را ذاتی پنداشت. بنابراین به نظر می‌رسد که فعالیت‌های آموزش جهت تعلیم دانش و روحیه کارآفرینی درین دانشجویان می‌بایست سرلوحه‌ی کار واحدهای آموزش عالی در سراسر کشور قرار گیرد و این امر یکی از نیازهای اساسی جامعه‌ی ما محسوب می‌شود. همچنین ایجاد کارگاه‌ها آموزشی و مراکز ایده پردازی در دانشگاه‌ها در غالب فعالیت‌های کارآفرینانه می‌تواند یک روش موثر جهت رشد این تفکر در آنان شود.

### References

- 1- All Yne, Carles w. Explaining entrepreneurial 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: کسب‌وکارهای کارآفرینانه دانشگاهی خواهند داشت و به دنبال فعالیت‌هایی می‌روند که احتمال شکست در آن‌ها وجود دارد؛ در نتیجه با قصد بیشتر برای کارآفرین شدن گام برمی‌دارند (۲۳) بر اساس یافته‌های پژوهش حاضر، مطلوبیت کارآفرینی به عنوان پیشگوکنندهٔ موثری بر قصد کارآفرینانه دانشجویان شناسایی شد، در تفسیر این رابطه می‌توان چنین بیان نمود هر اندازه دانشگاهها و موسسات آموزش عالی به برگزاری دوره‌های کارآفرینی و خلاقیت اقدام نمایند و دانشجویان را برای فعالیت در محیط اقتصادی کارآفرینانه تربیت کنند، دانشجویان کارآفرینی را امری مطلوب درک می‌کنند و موجب رونق کارآفرینی دانشگاهی می‌شود (۲۴).
- 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 to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory & Practice*. 1991;15(4):13-31.
- 7- David s. Foundations of academic entrepreneurship: a path 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 Mh<sup>1</sup>, Sabet Maharlouei A<sup>2</sup>, Rastegar A<sup>1</sup>, Ahmad abadi Kh<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Dept. of Education planning, Payam-e- Noor University, Tehran,Iran

<sup>2</sup>Dept. 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](mailto: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*