مجلـــه‌ی توســـعه‌ی آمـــوزش در علـوم پزشـــکی
دوره‌ی ۷، شماره ۱۵، پاییز۹۳ ، صفحـات 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 مسوول: شیراز، دانشگاه پیام نور،دانشکده‌ی ادبیات و علوم انسانی a.sabet66@Yahoo.com

دریافت: ۹۲/۱۰/۱۳ پذیرش۹۳/۱/۲۸

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 اطلاع رسانی دانشگاه علوم پزشکی شیراز بود. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۱۷۰دانشجو تعیین‌و 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, هنجاهای اجتماعی,تجربه‌ی کارآفرینانه , خود کارآمدی کارآفرینانه,تمایل به خطر پذیری)و سه متغیر واسطه ای (مطلوبیت ادراک شده, امکان پذیری ادراک شده ,نگرش)مطرح شد و تاثیر هر یک برقصد کارآفرینانه مورد بررسی قرار گرفت.*

نتیجه گیری: *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

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 مـی‌تـوان آن را مهم‌ترین چالش اجتماعی دهه‌ی آینده به حسـاب آورد. حال این مشکل، سیاستگذاران غالب کشورها را با چالش‌های بزرگی رو به رو ساخته است به گونـه‌ای کـه مـی‌تـوان گفـت ثبات و زوال برخی از دولت‌ها در گـرو حـل بحـران بیکـاری است.این مساله در کشور ما با شرایط حادتری مواجه است.بر اساس آمار سالانه ۲۷۰ هزاردانش‌آموخته‌ی دانشگاهی وارد بازار کار می‌شوند،اما ظرفیت بازار جوابگوی این تعداد نیسـت(۱).

۱ -برنامه ریزی آموزشی، گروه علوم تربیتی، استادیار دانشگاه پیام نور
۲- کارشناس ارشد مدیریت دولتی، گروه مدیریت ، دانشگاه پیام نور

[Downloaded from edujournal.zums.ac.ir on 2026-11-28]

[DOR: 20.1001.1.22519521.1393.7.15.9.0]

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 جنبه ی کارآفرینی بوده ، در روند پیشرفت کارآفرینی تاثیر به‌سزایی 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 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 روزنه‌ای به روی حل بحران بیکاری دانش‌آموختگان بهره گرفت. به‌طور کلی در ادبیات روانشناسی، قصد کارآفرینانه به‌عنوان یکی از عوامل زیربنایی رفتار برنامه ریزی 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 ارایه شده است.

مهم‌ترین مدل‌های مبتنی بر قصد کارآفرینانه شامل نظریه‌ی رفتاربرنامه‌ریزی‌شده آجزن(1988)heory of Planned Behavior ، مدل رویداد کارآفرینی شاپیرو (1982) Entrepreneurial Event Model ، مدل قصد کارآفرینانه برد(1988)Bird Entrepreneurial Intention Model ، مدل جهت‌گیری نگرش کارآفرینانه رابینسون, 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 کارسرود(1993)Intentional Basic Model ، می‌باشند (٦-٤) .

نظریه‌ی رفتار 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 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 ادارک شده ، امکان‌پذیری ادارک 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

[Downloaded from edujournal.zums.ac.ir on 2026-11-28]

[DOR: 20.1001.1.22519521.1393.7.15.9.0]

کارآفرینانه برد، شامل متغیرهـایی از قبیـل عوامـل وابسـته بـه قراین، عوامل فردی، تفکر تحلیلی منطقـی و تفکـر کلـی‌نگـر شهودی می‌باشد که بر قصد کارآفرینانـه افـراد در راه انـدازی فعالیت‌های کارآفرینانه تاثیر می‌گذارند. در مدل جهـت‌گیـری نگرش کارآفرینی نگرش نسبت به کارآفرینی توسط چهار زیر مقیاس پیشرفت، عزت نفس، کنترل فردی و ابتکار شـرح داده می‌شود و طی آن رفتار کارآفرینانه از دیدگاه خود فرد ارزیابی می‌شود (٤) . مدل مقاصد کارآفرینانـه شـاپیرو و کروگـر بـر اساس تعامل میان ویژگی‌های فردی، ادراکات، ارزش، عقایـد، سابقه و محیط شکل می‌گیرد. این مدل بر اساس دو مدل قصد کارآفرینانه نظریـه رفتـار برنامـه‌ریـزی شـده و مـدل رویـداد کارآفرینی قرار دارد. در سال ۱۹۹٤،کروگـر و برازیـل ، مـدل پتانسیل کارآفرینانـه را بـا اسـتفاده از یـک دیـدگاه اجتمـاعی روانشناختی و توجه به اینکه عوامل فردی مخصوصـا عوامـل غیر رسمی مانند نگرش نسبت به کارآفرینی بر تصـمیم‌گیـری برای ایجاد یک شرکت جدید تاثیر می‌گذارند، تعریف کردنـد. پتانسیل شروع یک تجارت بر اساس سه مفهوم مهـم تعریـف شده است. مطلوبیـت ادارک شـده (نگـرش‌هـا و هنجارهـای اجتماعی) امکان‌پذیری ادارک شده (خودکارآمـدی) و میـل و گرایش نسبت به انجام کـار (ویژگـی شخصـی ثابـت). مـدل دیوید سون مجموعه‌ای از عوامـل اقتصـادی وروانشـناختی را بررسی کرده که مقاصد فرد را تحت تاثیر قرار می‌دهند و او را به سمت کسب و کار جدیـد مـی‌کشـاند. مـدل بینـادی ارادی مفهوم رویداد کارآفرینی را با بررسی تاثیر قبلی قـرار گـرفتن در معرض کارآفرینی بر مقاصد کارآفرینی گسـترش و توسـعه داده است. این مدل تجربه کارآفرینانه را به عنوان یـک عامـل خارجی یا بیرونی می‌داند که از طریـق نگـرش‌هـا، مطلوبیـت ادارک شـده و امکـان‌پـذیری ادارک شـده بـر مقاصـد تـاثیر می‌گذارد (۷) .

بـا وجـود مفیـد واقـع شـدن ایـن مـدل‌هـا در پـژوهش‌هـای کـارآفرینی بـه ویـژه قصـد کارآفرینانـه، هـیچ کـدام از آن‌هـا نتوانسته‌اند به عنـوان یـک الگـوی جـامع در مطالعـات قصـد کارآفرینانه مورد استفاده قرار گیرد. ماهیت فرد نگـری از یـک سو و توجه نداشتن به عوامل اجتماعی از سوی دیگر از جمله محدودیت‌های این مدل‌ها بوده است. از ایـن رو در پـژوهش حاضر به منظور دستیابی به مدلی که بتواند قصد کارآفرینانه را با توجه به تعامل بین عوامل اجتمـاعی، فـردی و روانشـناختی بسنجد، از سه مدل قصد کارآفرینانه هم‌چـون نظریـه‌ی رفتـار برنامه‌ریزی شـده آجـزن(1991)، مـدل رویـداد کـارآفرینی شـاپیرو(1982) و مـدل بنیـادی ارادی کروگـر و کارسـرود (1993)، به صورت تلفیقی استفاده شده است (۸) .

به جهت آن‌که در این پژوهش مدل بسط‌یافته قصد کارآفرینانه دانشگاهی با استفاده ازمدل‌های 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 اصلا به کار گرفته نشده است. لذا پیشینه‌ی تحقیق مشمول تحقیقات داخلی نمی‌شود.

هنجارهای ذهنی در پژوهش های 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 پیش بینی 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

[Downloaded from edujournal.zums.ac.ir on 2026-11-28]

[DOR: 20.1001.1.22519521.1393.7.15.9.0]

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 راه اندازی 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، مخصوصا 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 کننده‌ای مطلوبیت و امکان‌پذیری ادراک شده معرفی کردند و ارتباط معنادار میان آن‌ها را به اثبات رساند (١٤).

در بسیاری از پژوهش ها 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 به‌دست 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 (١٦). گردن، درتز 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 می دهد که امکان پذیری ادارک 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 کار آفرینانه دارند. پژوهش‌های متعددی وجود رابطه مثبت و معنا دار میان نگرش نسبت به کارآفرینی و قصد کارآفرینانه را مورد تایید قرار می دهند(۱۷). به طور مثال لینا، در پژوهش خود اثر معنادار نگرش نسبت به کارآفرینی را بر قصد کار آفرینانه 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) .

[Downloaded from edujournal.zums.ac.ir on 2026-11-28]

[DOR: 20.1001.1.22519521.1393.7.15.9.0]

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 ادراک شده، امکان‌پذیری ادراک 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، امکان پذیری ادارک شده و نگرش نسبت به کارآفرینی رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

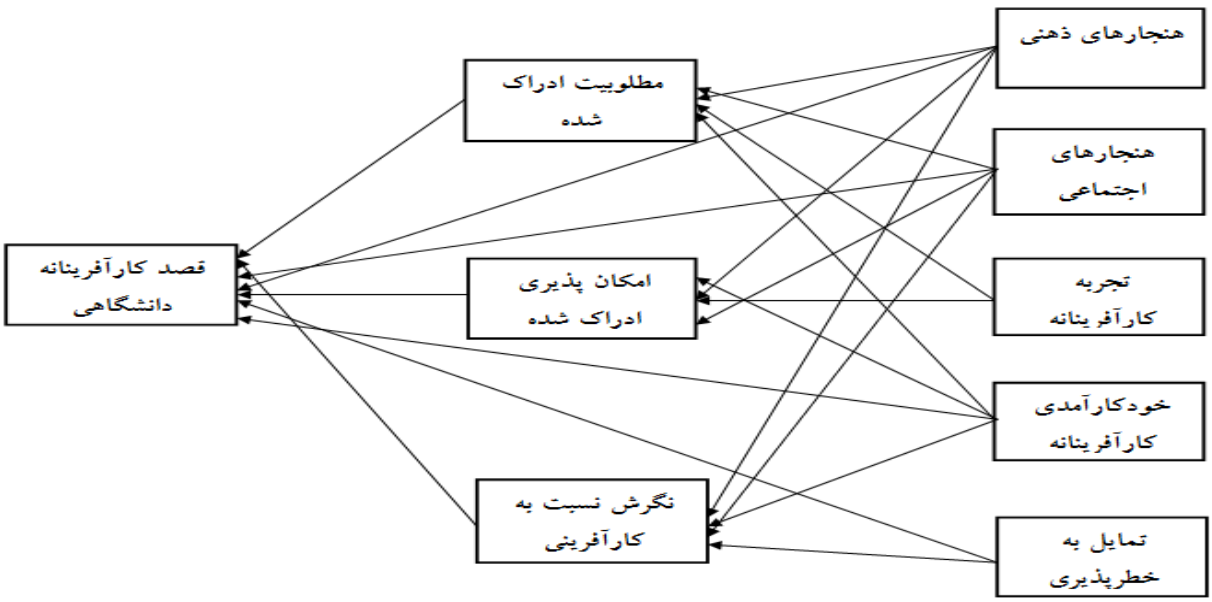
بین تمایل به خطرپذیری و قصد کارآفرینانه دانشگاهی و نگرش نسبت به کارآفرینی رابطه‌ی مثبت و معناداری وجود دارد.

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).



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

[Downloaded from edujournal.zums.ac.ir on 2026-11-28]

[DOR: 20.1001.1.22519521.1393.7.15.9.0]

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، پرسش‌نامه ای 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، خودکارآمدی کارآفرینانه ، مطلوبیت ادارک شده و تجربه کارآفرینانه مورد بررسی قرار می‌گیرد. سوالات از نوع بسته می باشد. مقیاس سنجش همه بخش های مدل بر اساس طیف ۵ گزینه ای لیکرت از ۵= کاملا موافقم تا ۱= کاملا 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 پرسش نامه به شرح ذیل ارایه 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 می گیرد. جهت تجزیه و تحلیل داده ها و آزمون فرضیه ها از نرم افزار LISREL ۸/۵ استفاده شد.

جدول۱ : مقدار آلفای کرونباخ به دست آمده متغیرها

مولفه ها	تعداد گویه ها	آفای کرونباخ
قصد کارآفرینانه	۸	۰/۸٦
نگرش به کارآفرینی	۷	۰/۸۳
هنجار ذهنی	۵	۰/٦۹
امکان پذیری ادارک شده	٤	۰/٦۹
تمایل به خطر پذیری	٤	۰/۷۰
هنجار اجتماعی	٤	۰/۷٤
خودکارآمدی کارآفرینانه	۱۷	۰/۸۹
مطلوبیت ادارک شده	۳	۰/۷۵
تجربه‌ی کارآفرینانه	۸	۰/۸۵

[Downloaded from edujournal.zums.ac.ir on 2026-11-28]

[DOR: 20.1001.1.22519521.1393.7.15.9.0]

یافته ها

ماتریس همبستگی: از آنجایی که پایه و اساس مطالعات تحلیل مسیر همبستگی بین متغیرها می‌باشد، در ادامه‌ی 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 کار افرینانه (۰/٤٤۹) 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 ۰/۰۱معنی‌دار بود. از میان متغیرهای پژوهش به ترتیب متغیرهای امکان پذیری درک شده (۰/٤٤۹) نگرش (۰/٤۳۳)، مطلوبیت درک شده (۰/۳۸٤)، تمایل به خطر پذیری (۰/۳۱۳)، هنجارهای اجتماعی (۰/۳٤۷)، خودکارآمدی کارآفرینی(۰/۲٤۷)، هنجارهای ذهنی(۰/۲٤۷)، تجربه کارآفرینی (۰/۱۹۱)، دارای بالاترین تا پایین‌ترین ضریب همبستگی با قصد کارآفرینانه بود که همگی این ضرایب در سطح۰/۰۱ معنی دار بود. ضمنا ضریب همبستگی بین تمامی متغیرهای پژوهش از نظر آماری معنی دار بود. هم‌چنین با توجه به جدول از میان متغیرهای برونزا هنجارهای اجتماعی (۰/۳٤۷)، و از میان متغیرهای درونزا نیز امکان‌پذیری درک شده (۰/٤٤۹)، 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. ضمنا در این پژوهش بررسی همزمان فرضیه‌ها در قالب مدل اولیه صورت می‌گیرد و در نهایت مدل برازش شده آورده می‌شود. جدول زیر مربوط به برآوردهای ضرایب اثر مستقیم است.

جدول ۲ : ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش

متغیرها	۱	۲	۳	٤	٥	٦	۷	۸	۹
هنجارهای ذهنی	۱								
هنجارهای اجتماعی	۰/۳۰۰**	۱							
تجربه کارآفرینی	۰/۲٤٤**	۰/۲۸۸**	۱						
خودکارآمدی کارآفرینی	۰/۲۳۳**	۰/۳۱٦**	۰/۲٥۲**	۱					
تمایل به خطر پذیری	۰/۱۸۹**	۰/۲۰٤**	۰/۱۳۳**	۰/۱۹۰**	۱				
مطلوبیت درک شده	۰/۲۹۹**	۰/۲۷۲**	۰/۲٥۲**	۰/۲۸۳**	۰/۲٥۲**	۱			
امکان پذیری درک شده	۰/۲۸۰**	۰/۷٤۷**	۰/۳۱۲**	۰/۳٥٤**	۰/۳٥۷**	۰/۲٥٤**	۱		
نگرش	۰/۲۳۹**	۰/۱۹٤**	۰/۱۷۸**	۰/۲۰٤**	۰/۲٥٥**	۰./۱۷٤**	۰/۲٦٦**	۱	
قصد کارآفرینانه	۰/۲٤۷**	۰/۳٤۷**	۰/۱۹۱**	۰/۲٤۷**	۰/۳۱۳**	۰/۳۸٤**	۰/٤٤۹**	۰/٤۳۳**	۱

** P < ۰/۱ * P < ۰/۰٥

[Downloaded from edujournal.zums.ac.ir on 2026-11-28]

[DOR: 20.1001.1.22519521.1393.7.15.9.0]

جدول ۳: برآوردهای ضرایب اثر مستقیم

متغیرها	پارامتر استاندارد شده	خطای استاندارد برآورد	t
اثرمطلوبیت درک شده بر :			
قصد کارآفرینی	۰/۱۹**	۰/۰٤	٤/۳۲
اثر امکان پذیری درک شده بر:			
قصد کارآفرینی	۰/۲٦**	۰/۰٤	٤/۱۲
اثر نگرش بر:			
قصد کارآفرینی	۰/۲۵**	۰/۰۳	۵/۲۸
اثرهنجارهای ذهنی بر:			
مطلوبیت درک شده	۰/۱۵**	۰/۰۲	۲/۹۷
امکان پذیری درک شده	۰/۰۰	۰/۰٤	۰/۰۷
نگرش	۰/۱٦**	۰/۰۲	۳/۱۲
قصد کارآفرینی	۰/۰۱	۰/۰۵	۰/٤۲
اثر خودکارآمدی کارآفرینی بر:			
مطلوبیت درک شده	۰/۱٤**	۰/۰۳	۲/۹۷
امکان پذیری درک شده	۰/۰۹**	۰/۰۳	۲/۹۹
نگرش	۰/۱۱**	۰/۰۲	۲/٦۱
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	۰/۰٤	۱/۷۵
اثر تجربه کارآفرینی:			
مطلوبیت درک شده	۰/۱۲**	۰/۰۳	۲/۹٦
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	۰/٤۱**	۰/۰٤	۱۷/۱۲
نگرش	۰/۱۰**	۰/۰۳	۲/۹۷
قصد کارآفرینی	۰/۰۰	۰/۰٤	۰/۰٦

* P < ۰/۰۵ ** P < ۰/۱

[Downloaded from edujournal.zums.ac.ir on 2026-11-28]

[DOR: 20.1001.1.22519521.1393.7.15.9.0]

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 است. بر این اساس در جدول ٤ اثرات مستقیم، اثرات غیرمستقیم، اثرات کل و میزان واریانس تبیین شده متغیرها بر قصدکارآفرینانه و واریانس تبیین شده آن گزارش شده است.

جدول٤: ضرایب استاندارد شده اثرات مستقیم، غیرمستقیم واثرات کل متغیرها برقصد 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	
امکان پذیری درک شده	۰/۲٦	-	۰/۲٦	
نگرش	۰/۲۵	–	۰/۲۵	۰/۲۸
هنجارهای ذهنی	۰/۰۱	۰/۰۷	۰/۰۸	
خودکارآمدی کارآفرینی	۰/۰۹	۰/۰۸	۰/۱۷	
تمایل به خطر پذیری	۰/۰۵	۰/۱٦	۰/۲۱	
تجربه کارآفرینی	–	۰/۰۷	۰/۰۷	
هنجارهای اجتماعی	<۰/۰۰۰۱	۰/۱۹	۰/۱۹	

همانطور که قبلا اشاره شد بر طبق مدل مفهومی و مورد نظر این پژوهش (مدل پیش بینی قصدکارآفرینانه) و هم‌چنین فرضیه های 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. ضمنا 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 نگرفته اند.

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

فرضیه‌ی 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 ۰/۰۱ و با توجه به مقدار (t = ۰ /٤۲) معنی‌دار نبود. هم چنین اثر مستقیم هنجارهای ذهنی بر امکان پذیری ادراک شده برابر۰/۰۰۰۱> با و با توجه به مقدار (t =۰ /۰۷) معنی دار نبود .هم چنین اثر مستقیم هنجارهای ذهنی بر مطلوبیت ادراک شده برابر با ۰/۱۵ و با توجه به مقدار (t = ۲/۹۷) در سطح۰/۰۱>P معنی‌دار بود. در نهایت اثر مستقیم هنجارهای ذهنی بر نگرش برابر با ۰/۱٦ و با توجه به مقدار (t= ۳/۱۲) در سطح ۰/۰۱>P معنی دار بود بنابراین فرضیه‌ی اول پژوهش مبنی بر وجود رابطه مستقیم و

[Downloaded from edujournal.zums.ac.ir on 2026-11-28]

[DOR: 20.1001.1.22519521.1393.7.15.9.0]

مثبت بین هنجار های ذهنی و مطلوبییت ادراک شده و نگرش تایید گردید.

فرضیه‌ی 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 ۰/۰۰۰۱> و با توجه به مقدار t = ۰/۰٦ معنی‌دار نبود. هم چنین اثر مستقیم هنجارهای اجتماعی بر امکان‌پذیری ادراک شده برابر با ۰/٤۱ و با توجه به مقدار t = ۱۷/۱۲در سطح P<۰/۰۱ معنی‌دار نبود هم چنین اثر مستقیم هنجار های اجتماعی بر مطلوبیت ادراک شده برابر با ۰/۰۹ و با توجه به مقدار t =۲ /۰۹ در سطح P<۰/۰۱ معنی دار نبود در نهایت اثر مستقیم هنجارهای اجتماعی بر نگرش برابر با ۰/۱۰ و با توجه به مقدار t=۲/۹۷ در سطح P<۰/۰۱ معنی‌دار نبود بنابراین فرضیه دوم پژوهش مبنی بر وجود رابطه‌ی مستقیم و مثبت بین هنجار های اجتماعی و امکان پذیری ادراک شده ،مطلوبیت ونگرش ادراک شده تایید می‌گردد .

فرضیه‌ی۳- تجربه‌ی کارآفرینانه بر مطلوبیت ادراک شده و امکان‌پذیری ادراک شده دارای اثر مستقیم و مثبت است. اثر مستقیم تجربه‌ی کارآفرینانه بر مطلوبیت ادراک شده برابر با ۰/۱۲ و با توجه به مقدار t =۲/۹٦ در سطح ۰/۰۱ معنی دار بود.

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

فرضیه‌ی ٤- 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 ۰/۰۹ و با توجه به مقدار t =۰ /۱۹ معنی دار نبود. هم چنین اثر مستقیم خودکارآمدی کارآفرینانه بر امکان‌پذیری ادراک شده برابر با ۰/۰۹ و با توجه به مقدار t =۲/ ۹۹ در سطح P<۰/۰۱ معنی‌دار بود. هم‌چنین اثر مستقیم خودکارآمدی کارآفرینانه بر مطلوبیت ادراک شده برابر با ۰/۱٤ و با توجه به مقدار t = ۲/۹۷ در سطح P<۰/۰۱ معنی‌دار بود. در نهایت اثر مستقیم خودکارآمدی کارآفرینانه بر نگرش برابر با ۰/۱۱ و با توجه به t=۲/٦۱ در سطح P<۰/۰۱ معنی‌دار بود بنابراین فرضیه‌ی چهارم پژوهش مبنی بر وجود رابطه‌ی مستقیم و مثبت بین خودکارآمدی کارآفرینانه و مطلوبیت ارداک شده، امکان پذیری ادراک شده و نگرش تایید گردید.

فرضیه‌ی۵- تمایل به خطرپذیری بر قصد کارآفرینانه و نگرش دارای اثر مستقیم و مثبت است.

اثـر مستقیـم تمایل به خطرپذیری بر قصد کارآفرینانه برابر با ۰/۰۵ و با توجـه به مقـدار t =۱/۷۵ معنـی دار نبود. هم چنین اثر مستقیـم تمایـل بـه خطـرپـذیری بر نگرش برابر با ۰/۱۷ و با توجه به مقدار t =۳/۳۹ در سطح P<۰/۰۱ معنی‌دار بود. بنابرایـن فرضیـه‌ی پنجـم پژوهـش مبنـی بر وجـود رابطه مستقیـم و مثبـت بین تمایل به خطرپذیری و نگرش تایید گردید.

فرضیه‌ی ٦- مطلوبیت ادراک شده بر قصد کارآفرینانه دارای اثر مستقیم و مثبت است.

اثر مستقیم مطلوبیت ادراک شده بر قصد کارآفرینانه برابر با ۰/۱۹ و با توجه به مقدار t =٤/۳۲ در سطح P<۰/۰۱ معنی‌دار بود. بنابراین فرضیه‌ی ششم پژوهش مبنی بر وجود رابطه‌ی مستقیم و مثبت بین مطلوبیت ادراک شده و قصد کارآفرینانه تایید گردید.

فرضیه‌ی 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 ۰/۲٦ و با توجه به مقدار t =٤/۱۲ در سطح P<۰/۰۱ معنی‌دار بود. بنابراین فرضیه‌ی هفتم پژوهش مبنی بر وجود رابطه‌ی مستقیم و مثبت بین امکان پذیری ادراک شده و قصد کارآفرینانه تایید گردید.

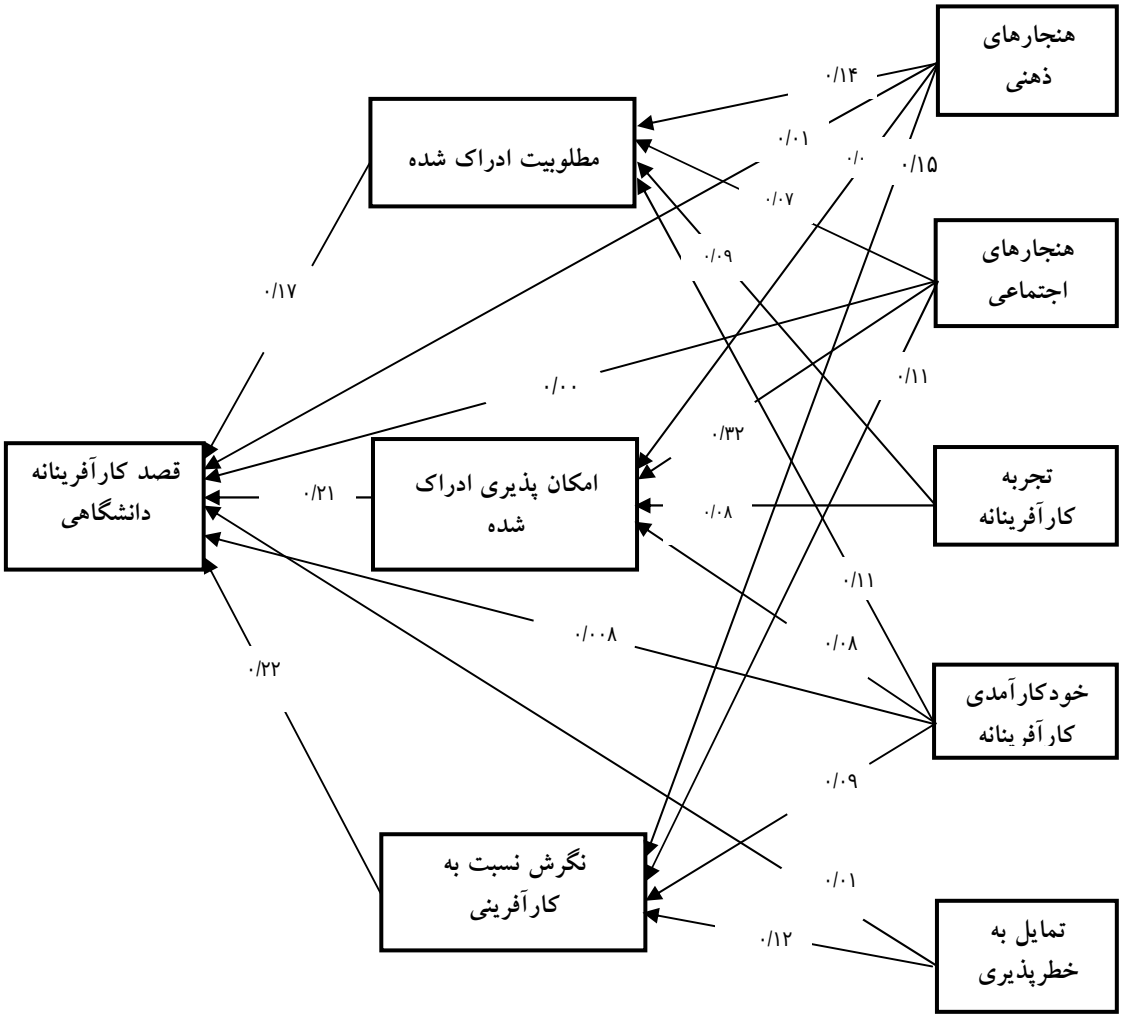
فرضیه‌ی ۸- نگرش برقصدکارآفرینانه‌دارای‌اثرمستقیم‌ومثبت‌است.

[Downloaded from edujournal.zums.ac.ir on 2026-11-28]

[DOR: 20.1001.1.22519521.1393.7.15.9.0]

اثر مستقیم نگرش بر قصد کارآفرینانه برابر با ۰/۲۵ و با توجه به مقدار t =۵/۲۸ در سطح P<۰/۰۱ معنی‌دار بود. بنابراین فرضیه‌ی هشتم پژوهش مبنی بر وجود رابطه‌ی مستقیم و مثبت بین نگرش و قصد کارآفرینانه تایید گردید.

در نهایت،به منظورجمع بندی یافته‌های پژوهش حاضر ، خلاصه ی 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 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 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

[Downloaded from edujournal.zums.ac.ir on 2026-11-28]
[DOR: 20.1001.1.22519521.1393.7.15.9.0]

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 امکان پذیری 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 موید این یافته‌ها در پژوهش حاضر می‌باشد (۱۹).نتایج پژوهش حاضر بیانگر وجود رابطه‌ی مثبت ومعنادار 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، به‌این‌موضوع 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 ومعنادار 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 قایل 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 ومعنادار 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 وممکن می‌دانند و قصد و نیت پایدارتری برای شروع فعالیت‌های کارآفرینانه دانشگاهی خواهند داشت(۲۱) بر اساس یافته‌های پژوهش حاضر، دلیل احتمالی رابطه‌ی مثبت ومعنادار 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 می رود 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 ومعنادار بین تمایل به خطرپذیری ونگرش نسبت به کارآفرینی دانشجویان می‌تواند این باشد که هر اندازه دانشجویان تمایل به خطرپذیری بالاتری داشته باشند، نگرشی مثبت به راه‌اندازی

[Downloaded from edujournal.zums.ac.ir on 2026-11-28]

[DOR: 20.1001.1.22519521.1393.7.15.9.0]

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 پیشگوکننده‌ی 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 وخلاقیت اقدام نمایند و دانشجویان را برای فعالیت در محیط اقتصادی کارآفرینانه تربیت کنند، دانشجویان کارآفرینی را امری مطلوب درک می‌کنند وموجب‌رونق کارآفرینی دانشگاهی می‌شود(۲٤).

بر اساس یافته‌های پژوهش حاضر، دلیل احتمالی رابطه‌ی مثبت ومعنادار بین امکان‌پذیری کارآفرینی و قصد کارآفرینانه دانشجویان می‌تواند این باشد که هر اندازه دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی بتوانند پیشینه‌ی لازم برای شروع کسب‌وکار کارآفرینانه را از طریق آموزش‌های رسمی در بین دانشجویان به وجود آورند آنان کسب‌وکار کارآفرینانه و توسعه‌ی فعالیت‌های کارآفرینانه دانشگاهی را امری امکان پذیر وشدنی می‌دانند، در نتیجه با قصد پایدارتری شروع به فعالیت کارآفرینانه خواهند کرد (۲٦و۲۵).

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 آموختگان دانشگاه‌ها و موسسات آموزش‌عالی‌موردبحث‌جدی است.توجه‌جدی به آ؛ن به منظور عمل نمودن به‌مدیران‌ومسوولان‌ذی‌ربط توصیه می‌شود.

تحقیقات نشان می‌دهد که بدست آوردن مهارت های کارآفرینی عموما اکتسابی و قابل آموزش هستند و نمی توان آن‌ها را ذاتی پنداشت . بنابراین به نظر می‌رسد که فعالیت‌های آموزش جهت تعلیم دانش و روحیه کارآفرینی در بین 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 entrepreneurid intent ions 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: The cace for Intentions. *International Small Business Journal*. 1988;7(3): 29-38.

5- Shapero A. Social dimensions of entrepreneuship. *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*.

[Downloaded from edujournal.zums.ac.ir on 2026-11-28]

[DOR: 20.1001.1.22519521.1393.7.15.9.0]

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. *Entrepreneuship 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. *Entrepreneuship 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 transititional 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

[Downloaded from edujournal.zums.ac.ir on 2026-11-28]

[DOR: 20.1001.1.22519521.1393.7.15.9.0]

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.

[Downloaded from edujournal.zums.ac.ir on 2026-11-28]

[DOR: 20.1001.1.22519521.1393.7.15.9.0]

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

Seif Mh[1], Sabet Maharlouei A[2], Rastegar A[1], Ahmad abadi Kh[2]

[1]Dept. of Education planning, Payam-e- Noor University, Tehran,Iran
[2]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
***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

[Downloaded from edujournal.zums.ac.ir on 2026-11-28]

[DOR: 20.1001.1.22519521.1393.7.15.9.0]