



### بررسی تاثیر خودکارآمدی کارآفرینانه بر قصد کارآفرینی با نقش میانجی مولفه های تئوری رفتار برنامه ریزی شده در بین دانشجویان دانشگاه های غیرانتفاعی مشهد

پرستو مرادزاده<sup>1</sup>

1- کارشناسی ارشد مدیریت استراتژیک، دانشگاه بین المللی امام رضا(ع)، مشهد، ایران

دکتر سید مرتضی غیور باغبانی<sup>2</sup>

2- نویسنده مسئول: استادیار، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه بین المللی امام رضا (ع)، مشهد، ایران

#### چکیده

خودکارآمدی، یک مفهوم مفید برای توضیح رفتار انسان است و همچنین در شناسایی انتخاب، سطح تلاش و پشتکار افراد، نقش مهمی را ایفا می کند و در جامعه امروزی به علت بیکاری در حوزه های مختلف بر اهمیت کارآفرینی افزوده شده است. هدف اصلی این پژوهش بررسی تأثیر خودکارآمدی کارآفرینانه بر قصد کارآفرینی با نقش میانجی مولفه های تئوری رفتار برنامه ریزی شده در میان دانشجویان می باشد. این پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی و از لحاظ ماهیت و روش، توصیفی- پیمایشی می باشد. جامعه آماری شامل دانشجویان دانشگاه های غیرانتفاعی شهر مشهد بوده که تعداد 239 نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب شد. به منظور جمع آوری داده ها از پرسش نامه استاندارد استفاده شده است که روایی آن از طریق تحلیل عاملی و پایایی ابزار نیز از طریق آلفای کرونباخ و پایایی مرکب تأیید شده است. برای تجزیه و تحلیل داده ها از روش معادلات ساختاری و نرم افزارهای اسپاس ۲۵ و پی اس ۳ استفاده شد. یافته های پژوهش نشان می دهد که خودکارآمدی کارآفرینانه بر مولفه های تئوری رفتار برنامه ریزی شده و قصد کارآفرینی، اثر مستقیم دارد و خودکارآمدی کارآفرینانه به صورت غیر مستقیم به واسطه مولفه های تئوری رفتار برنامه ریزی شده بر قصد کارآفرینی نیز تاثیرگذار است. همچنین مولفه های تئوری رفتار برنامه ریزی شده به صورت مستقیم بر قصد کارآفرینی اثرگذار است که در این میان متغیر نگرش به کارآفرینی بیشترین تاثیر را بر قصد کارآفرینی دارد.

**واژگان کلیدی:** خودکارآمدی کارآفرینانه، نگرش به کارآفرینی، هنجارهای ذهنی، کنترل رفتار درک شده، قصد کارآفرینانه

\*1 آدرس پست الکترونیک نویسنده اول (parastoomoradzadeh1374@yahoo.com)



\*2 آدرس پست الکترونیک نویسنده مسئول (ghayoor@imamreza.ac.ir)

### 1- مقدمه

درک فرد از توانایی های شخصی، برای انجام یک عمل خاص و منحصر به فرد، یک مؤلفه ی ضروری در ایجاد انگیزه محسوب می شود. مطلوبیت ایجاد شغل جدید می تواند در ساخت خودکارآمدی، نقش داشته باشد. خودکارآمدی، درک فردی شخص از توانایی اش و مهارت های ضروری برای اجرای یک وظیفه مهم و خاص، و همچنین کنترل یا مدیریت مسائل را، منعکس میکند (Bandura, 2001). به عبارت دیگر خودکارآمدی، یک مفهوم مفید برای توضیح رفتار انسان است و همچنین در شناسایی انتخاب، سطح تلاش و پشتکار افراد، نقش مهمی را ایفا می کند (Chen, 2004 & Bandura, 2008).

فردی که دارای کارایی بالایی است بیشتر درگیر کار و استقامت در آن می شود تا فرد دیگری که کارایی کمتری از خود نشان می دهد. خودکارآمدی کارآفرینی توسط دانشمندان از دیدگاه های مختلفی تعریف شده است. برخی خودکارآمدی کارآفرینی را به عنوان اعتماد به نفس کارآفرینی فرد در انجام یک وظیفه خاص و برخی دیگر به عنوان اعتماد به نفس فردی در توانایی فرد برای انجام فرآیند کارآفرینی ذکر کرده اند (Segal et al., 2005).

خودکارآمدی کارآفرینی و کنترل رفتاری درک شده دو ساختار مجزا هستند که در بسیاری از تحقیقات به وجه تمایز آن ها اشاره شده است (Tsai et al., 2014). کنترل رفتاری درک شده، بیان گر شدت آسانی و سختی درک انجام یک وظیفه یا کار متفاوت و ویژه است (Ajzen, 1991). در مطالعات پیشین بر تاثیر مستقیم خودکارآمدی کارآفرینی بر قصد کارآفرینی اشاره شده است. با این وجود فقدان مطالعاتی در مورد تاثیر غیرمستقیم کارایی کارآفرینی بر قصد شروع مشاغل وجود دارد (Miranda et al., 2017). بنابر استدلال بندورا (1991) اعتقادات فرد برای دست یابی مؤثر به یک وظیفه خاص، شدیداً بر قصد و رفتار وی تاثیر می گذارد، درحالیکه آژن علاوه بر رفتار و نیت، کنترل رفتاری درک شده را هم در نظر گرفته است. بنابراین، یک رابطه مستقیم بین اثربخشی کارآفرینی و قصد کارآفرینی وجود دارد. همچنین، قصد کارآفرینی به طور غیر مستقیم از طریق نگرش به کارآفرینی و کنترل رفتاری درک شده تحت تاثیر خودکارآمدی کارآفرینی است. بندورا (1991) اظهار داشت که رفتار و قصد فرد به طور قابل توجهی تحت تاثیر باور فرد به توانایی انجام وظیفه خاص خود فرد است. درحالیکه تئوری رفتار برنامه ریزی شده نیز چنین استدلال می کند که کنترل رفتار درک شده و نگرش به رفتار تحت تاثیر اعتقاد کنترلی افراد است (Ajzen, 1991). یک فرد که اعتقاد زیادی به توانایی انجام امور خاص دارد می تواند قصد زیادی برای دست یابی به این دستاورد خاص داشته باشد (Bandura, 1997). بنابراین، خودکارآمدی کارآفرینی فرد می تواند بر نگرش فرد به کارآفرینی اثر بگذارد. آژن (1991)، کنترل رفتاری درک شده را به دو مؤلفه تقسیم کرده است، که شامل در دسترس بودن منابع مورد نیاز برای انجام رفتار و همچنین اعتماد به نفس کانونی فرد و ظرفیت های لازم برای انجام رفتار می باشد. در مطالعات کارآفرینی، هنجارهای ذهنی به مراجعه فرد به افراد متخصص، خانواده و دوستان برای تایید یا عدم تایید انجام یک امر دلالت دارد.

هنجارهای ذهنی نیز به عنوان یکی از عوامل زمینه ساز خودکارآمدی کارآفرینی و قصد کارآفرینی تلقی می شود. به عبارتی با تایید دیگران، افزایش کارایی و با عدم تایید آنها کاهش کارایی را شاهد هستیم. رابطه قوی بین هنجارهای ذهنی و نگرش به کارآفرینی در مطالعات قبلی به روشنی بیان شده است (Iakovleva et al., 2014).

امروزه، ورود سالانه 800 هزار نیروی انسانی جویای کار در کشور به بازار کار و برآورد شمار 10 میلیون نفر بیکار در افق سال 1400، یکی از چالش های اصلی توسعه اجتماعی-اقتصادی در برنامه ششم توسعه و برنامه های بعدی تا آن سال خواهد بود. بر این پایه و با در نظر گرفتن میزان رشد جمعیت در دوده گذشته، موضوع کار، اشتغال و بیکاری، یکی از مهمترین چالش های اجتماعی چند دهه آینده به شمار می آید. درنتیجه، امروزه حل این بحران بسیار حائز اهمیت است. از سوی دیگر آمارها



نشان می دهند که شمار دانشجویان کشور در طول 20 سال گذشته، افزایش چشمگیری داشته است، اما کیفیت دانش آموختگان و سازگاری تخصصی آنان با نیازهای جامعه، هنوز در هاله ای از ابهام قرار دارد. از این رو اشتغال دانش آموختگان از جمله چالش هایی است که همواره مورد توجه برنامه ریزان آموزشی کشورهای مختلف بوده و نظام آموزشی کشور ما نیز از این قاعده مستثنی نبوده و نیست. رسالت دانشگاه ها امروزه صرفاً آموزش نیست بلکه ایجاد فضایی برای ورود دانش آموختگان به وادی کسب و کار و کارآفرینی است. در این راستا در دهه گذشته به علت اثرگذاری های مثبت کارآفرینی، بسیاری از کشورها، به ویژه ایران آن را به عنوان یک شاه کلید می دانند (حسینی، 1389). موفقیت در کارآفرینی از مهمترین عوامل برای یک اقتصاد سالم و حرکت چرخه آن می باشد. هرچند مفهوم کارآفرینی در چند دهه اخیر مورد توجه زیادی قرار گرفته است، اما به رغم اهمیت آن، نتایج پژوهش های مختلف نشان می دهد که تنها درصد کمی از افراد جامعه وارد فعالیت های کارآفرینانه می شوند (زمانی علایی و امیدی نجف آبادی، 1393).

بنابراین از آن جایی که تصمیم برای کارآفرین شدن می تواند به گونه ای آگاهانه انجام گیرد (Krueger, 2000)، و ایجاد یک شغل نیازمند زمان، برنامه ریزی و تا حد زیادی پردازش داده است، پس رفتار کارآفرینانه می تواند نوعی رفتار برنامه ریزی شده تلقی شود که مدل های قصد برای ارزیابی آن مناسب به شمار می روند (Linan, 2004). در این زمینه قصد کارآفرینانه را می توان به عنوان پیش درآمد و عاملی موثر بر رفتار کارآفرینانه و یا تصمیم برای کارآفرین بودن و خلق یک کار جدید قلمداد کرد. این امر منجر به توجه و پژوهش های محققان در شناسایی عوامل موثر بر عملکرد کارآفرینانه شده است. خصوصاً کشف علل عملکرد بالاتر بعضی از کارآفرینان نسبت به برخی دیگر، مد نظر قرار گرفته است. لذا در پژوهش حاضر پس از بررسی ادبیات نظری تحقیق به بررسی نقش عواملی چون نگرش به کارآفرینی، کنترل رفتاری درک شده، هنجارهای ذهنی و خودکارآمدی کارآفرینی پرداخته شده است.

در تحقیق حاضر مسئله اصلی، بررسی تاثیر خودکارآمدی کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه های غیر انتفاعی مشهد بر متغیرهای نگرش به کارآفرینی، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتاری درک شده است. همچنین عوامل مربوط به نگرش به کارآفرینی، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتاری درک شده نیز بر قصد کارآفرینی دانشجویان، و در نهایت تاثیر مستقیم خودکارآمدی کارآفرینانه بر قصد کارآفرینی دانشجویان مورد بحث قرار می گیرد. در نتیجه هدف اصلی این پژوهش بررسی عامل های تاثیرگذار بر قصد کارآفرینی که منجر به شدت وقوع آن میگردد، در بین دانشجویان دانشگاه های غیرانتفاعی شهر مشهد و دلیل انتخاب این قلمرو به علت فضای آموزشی حکم فرما بر آن که در آماده سازی دانشجویان برای شروع تجارت و شغل منحصر به فردی که همسو با تخصص آن ها است نقش به سزایی دارد با تاکید بر نقش میانجی نگرش به کارآفرینی و کنترل رفتاری درک شده و خصوصاً هنجارهای ذهنی، چرا که در مطالعات پیشین اثر مستقیم آن بر قصد کارآفرینی مورد بررسی قرار نگرفته، می باشد.

## 2- مروری بر مبانی نظری و پیشینه تحقیق

### 2-1- خودکارآمدی کارآفرینانه:

منظور از خودکارآمدی کارآفرینانه، باورها و فکرهای درونی افراد درباره سنجش خود که آیا توانایی لازم برای انجام یک کار نوآورانه و مخاطره آمیز را دارند و یا اینکه می توانند به شکل اثربخشی مهارت های خود را برای راه اندازی یک کسب و کار به کارگیرند، است. افراد خودکارآمد سطح بالاتری از اهداف را برای خود تعیین و برنامه های بهتری را تدوین می کنند، تلاش بیشتر و استفاده موثرتر از بازخوردها و همینطور پشتکار بیشتر در مشکلات از ویژگی های این افراد است، که در بحث کارآفرینی بسیار ضروری هستند، زیرا راه اندازی و مدیریت کسب و کارها با چاشنی ابهام، مخاطره و موقعیتهای غیرقطعی همراه است که در این شرایط تلاش، پشتکار و برنامه ریزی بسیار تعیین کننده است و فرد فقط هنگامی می تواند یک کسب و کار را ایجاد کند که یک



رفتار کارآفرینانه از خود نشان دهد و دارای خودکارآمدی بالا و درک مناسبی از توانایی ها و قابلیت های خود باشد(کریمی، 1399).

### 2-2- نگرش به کارآفرینی:

نگرش کارآفرینانه، به نگرشی گفته می شود که اجزای انگیزه شامل پیشرفت، کنترل درونی، عزت نفس و خلاقیت را با ابعاد سه گانه نگرش (شناخت، احساس و رفتار) ترکیب می نماید. ویژگیهای روانشناختی و شخصیتی نگرش در افراد کارآفرین عبارتند از: نیاز به پیشرفت، خلاقیت و نوآوری، ریسک پذیری، اعتماد به نفس، پای بندی و پشتکار، کنترل درونی، نیاز به استقلال و رهبری است(محمودی و همکاران، 1399).

### 2-3- هنجارهای ذهنی:

هنجارهای ذهنی به درک فرد از هنجارهای رفتاری اشاره دارد که افراد یا اشخاص نزدیک به او انتظار رعایت آن را در محیط های خاص از فرد دارند. اساساً، هنجارهای ذهنی به شکل فشار اجتماعی نمود پیدا کرده و شخص را به پیروی از رفتارهای خاصی وادار می کند که انتظار رعایت آن ها از وی می رود(رحیم نیا و همکاران، 1398).

### 2-4- کنترل رفتار درک شده:

کنترل رفتار درک شده یکی از عوامل تعیین کننده ی قصد رفتار بر اساس تئوری رفتار برنامه ریزی شده است. چنانچه افراد اعتقاد داشته باشند که از منابع، اعتماد به نفس و توانایی کافی برای انجام رفتاری خاص برخوردارند، آن را انجام می دهند(حزبیان و محمودی، 1398).

### 2-5- قصد کارآفرینی:

از واژه قصد به عنوان عزم آگاهانه و برنامه ریزی شده که اقدامات لازم برای راه اندازی یک تجارت را تحریک می کند، یاد می کنند. قصد کارآفرینی را قصد شروع یک تجارت جدید و تصمیمی آگاهانه برای تبدیل شدن به یک کارآفرین، و همینطور عزم و اراده فرد برای راه اندازی شرکت شخصی و کسب موفقیت در آن، معرفی می کنند(گنجعلی و باقری مجد، 1399).

### 3- مدل مفهومی

#### 3-1- خودکارآمدی کارآفرینانه و مولفه های تئوری رفتار برنامه ریزی شده:

کارآفرینی نیاز به یک برنامه دقیق برای تشکیل یک سرمایه گذاری جدید دارد(Vuong, 2021).

برای آنالیز برنامه راهبردی کارآفرینی، مدل هایی ارائه شده است مثل نظریه عمل مستدل که می گوید دو عامل تعیین کننده برای فرد وجود دارد که نگرش به رفتار و هنجار ذهنی است. ارزیابی مثبت یا منفی افراد در برابر رفتارهای خاصه عنوان هنجار ذهنی، برداشت فرد از فشار اجتماعی برای انجام یا عدم انجام برخی رفتارها است. با این حال استدلال می شود که نظریه عمل مستدل نمی تواند رفتاری را توضیح دهد که کاملاً تحت کنترل شخص نیست. بنابراین در تئوری رفتار برنامه ریزی شده قصد تعیین شده یک عامل را اضافه می کند که کنترل رفتاری درک می شود. کنترل رفتاری درک شده، ادراک فردی در برابر کنترل آن با توجه به رفتار خاصی است. این فاکتورها به تصویری از فرد درباره آسان یا دشوار بودن شرایط اشاره دارد و فرض بر این است که برخی رفتارها بازتابی از تجربه گذشته و همچنین موانع پیش بینی شده است (Putra, 2021).



همچنین پس از آن مدل های موجود مبتنی بر قصد برای درک و پیش بینی رفتار افراد، بسته به نظریه رفتار برنامه ریزی شده، پیشرفته شده اند. اساساً، این تئوری از تئوری عمل منطقی برای مقابله با کنترل ارادی ساخته شده است. در میان بی شمار چارچوب های تحقیقاتی ایجاد شده، از تئوری مذکور به طور گسترده ای برای پیش بینی قصد در زمینه های مختلف تحقیق استفاده شده است. در واقع، نظریه رفتار برنامه ریزی شده تاکنون بر بسیاری از مقالات مطالعه تجربی در زمینه قصد شروع فعالیت تسلط داشته است. اعتبار و کاربرد آن در زمینه های متنوع فرهنگی همچنان مورد تأیید است. با این وجود، قدرت تمایل فردی به تشکیل یک سرمایه گذاری به وضعیت اقتصادی ملی متکی است. قدرت پیش بینی قوی تر نسبت به قصد کارآفرینی در یک اقتصاد در حال ظهور توسط این مدل در موارد گوناگون نشان داده شده است. تأثیر نظریه رفتار برنامه ریزی شده بر قصد کارآفرینی بین دانشجویان نشان داده می شود. این تئوری از سه متغیر نگرش به کارآفرینی، هنجار ذهنی و کنترل رفتاری درک شده تشکیل شده است (Vuong, 2021).

اعتماد به نفس، خصوصیات اعتقادی افراد در مورد توانایی های آن ها در اجرای رفتار برنامه ریزی شده است که می تواند توسط چهار منبع اصلی ایجاد شود و تغییر کند، از جمله تجارب ناجور، اقلان اجتماعی، تجارب تسلط، و حالات فیزیولوژیکی و عاطفی. افراد دارای مهارت های فردی بالا، وظایف دشواری را به عنوان چالشی برای تسخیر و حفظ تعامل قوی با اهداف چالش برانگیز خود تلقی می کنند. مهارت های فردی در رفتار و انتخاب انسان تأثیر دارد. خودکارآمدی یکی از عوامل تعیین کننده ای است که بسیاری از محققان را برای تحقیق جذب می کند (Vuong, 2021).

فرضیه 1. خودکارآمدی کارآفرینانه بر نگرش به کارآفرینی در میان دانشجویان دانشگاه های غیر انتفاعی مشهود تأثیر معنا داری دارد.

فرضیه 2. خودکارآمدی کارآفرینانه بر هنجار های ذهنی در میان دانشجویان دانشگاه های غیر انتفاعی مشهود تأثیر معنا داری دارد.

فرضیه 3. خودکارآمدی کارآفرینانه بر کنترل رفتار درک شده در میان دانشجویان دانشگاه های غیر انتفاعی مشهود تأثیر معنا داری دارد.

### 3-2- خودکارآمدی کارآفرینانه و قصد کارآفرینی:

کارآفرینی یک رفتار عمدی و برنامه ریزی شده است. رفتار در آینده را می توان مستقیماً با قصد رفتاری پیش بینی کرد و این تأثیر قابل توجه قصد کارآفرینی در رفتار راه اندازی یک شرکت است (Vuong, 2021).

یکی از این متغیرهای شخصیتی کلیدی که قصد و رفتار کارآفرینی را متأثر می سازد خودکارآمدی است. همچنین خودکارآمدی از جمله ویژگی های شخصیتی برجسته ی کارآفرینان است. بنابراین خودکارآمدی از یک طرف به عنوان متغیر پیش بین کارآفرینی است و از طرف دیگر در پژوهش های قبلی خود به عنوان یکی از ویژگی های شخصیتی اثرگذار بر قصد و رفتار کارآفرینی مطرح شده است (قربانپور لقمجانی و همکاران، 1398).

خودکارآمدی به عنوان یک مکانیسم اجتماعی- شناختی در شکل گیری قصد کارآفرینانه و رشد کسب و کار وجود دارد. انطباق پذیری مسیر شغلی می تواند قصد کارآفرینانه را از طریق ایجاد باورهای خودکارآمدی کارآفرینانه فرد ارتقا دهد (کریمی، 1399).

مطالعات نشان می دهد که خودکارآمدی یک فرد تأثیر مثبتی بر قصد او برای راه اندازی یک تجارت دارد. سطح بالایی از خودکارآمدی کارآفرینی به شدت مرتبط با ریسک پذیری استراتژیک است. همچنین، استدلال می شود که خودکارآمدی پیش زمینه اصلی قصد کارآفرینی و فعالیت های کارآفرینانه است. در واقع، دانشجویانی که از کارآیی کارآفرینی بالاتری برخوردارند،



قصد بیشتری برای شروع کار و حتی رفتار کارآفرینی بالاتر دارند. با این حال، درجه تأثیرگذار خودکارآمدی کارآفرینی بر قصد کارآفرینی متفاوت است و به زمینه تحقیق خاص بستگی دارد. یعنی، خودکارآمدی کارآفرینانه می تواند به عنوان یک شاخص موثر برای پیش بینی قصد و رفتار شروع در نظر گرفته شود (Doanh, 2021). کارآفرینی رفتاری مبتنی بر قصد و نیت آگاهانه افراد است. قصد کارآفرینی نشان دهنده کوشش فرد برای نشان دادن رفتار کارآفرینی در آینده است (آراستی و بنادکی، 1392).

قصد، طیف وسیعی از رفتارهای هدفمند همچون، شروع یک تجارت، بسیج منابع، ایجاد مشروعیت، تشکیل تیم، جستجو، برنامه ریزی و غیره را در برمی گیرد و همینطور قصد کارآفرینی را قصد شروع یک تجارت جدید معرفی می کنند و معتقدند تصمیم برای تبدیل شدن به یک کارآفرین و ایجاد یک تجارت جدید، تصمیمی آگاهانه است (گنجعلی و باقری مجد، 1399).

علی، شاه و انور (2019) در نتایج مطالعات خود بیان گر رابطه مثبت و معنا دار امکان سنجی درک شده و مطلوبیت درک شده با قصد کارآفرینی بودند و از طرفی، اشاره کردند که بین خودکارآمدی و قصد کارآفرینی رابطه غیر معناداری وجود دارد.

فرضیه 4. خودکارآمدی کارآفرینانه بر قصد کارآفرینی در میان دانشجویان دانشگاه های غیر انتفاعی مشهد تاثیر معنا داری دارد.

### 3-3- خودکارآمدی کارآفرینانه، مولفه های تئوری رفتار برنامه ریزی شده و قصد کارآفرینی:

بسیاری از نویسندگان قصد را به معنای عزم آگاهانه و برنامه ریزی شده می دانند که اقدامات لازم را برای راه اندازی یک تجارت تحریک می کند (گنجعلی و باقری مجد، 1399).

طبق ادبیات کارآفرینی، هنجارهای ذهنی برای قصد کارآفرینی کمتر از نگرش به کارآفرینی و کنترل رفتاری درک شده، است زیرا کارآفرینان را می توان به عنوان گرایش داخلی و جامعه گرا نسبت به غیر کارآفرینان توصیف کرد. نشان داده شده است که نگرش به کارآفرینان به طور مداوم، قصد کارآفرینی را بهبود می بخشد (Anjum et al., 2021).

مطالعات دیگر در بررسی قصد کارآفرینی از نظریه رفتار برنامه ریزی شده استفاده کرده اند که توسط (Azjen, 1991) معرفی شده است و وی بر این باور است که رفتارهای آگاهانه افراد پس از اتخاذ تصمیماتی آگاهانه برای انجام دادن آنها به طریقی مشخص به وقوع می پیوندد (آراستی و سعید بنادکی، 1392).

و در واقع، از سه مولفه ی نگرش به رفتار کارآفرینی، هنجارهای ذهنی و میزان کنترل رفتارهای دراک شده تشکیل شده است و قصد کارآفرینی را پیش بینی می کند. هنجارهای ذهنی ذکر شده در نظریه رفتار برنامه ریزی شده به عنوان یک متغیر مستقل تعیین می شود، که بیش از بسیاری از مفاهیم مربوط به عوامل فرهنگی عمومی در سایر مطالعات بر قصد کارآفرینی تأثیر می گذارد. این نظریه در صورت استفاده برای بررسی انواع مختلف قصد و رفتار، آزمایش و اثبات شده است. علاوه بر سه متغیر پیشین، عاملی در نظریه رفتار برنامه ریزی شده، با نام خودکارآمدی کارآفرینی به عنوان بهترین پیش بینی کننده برای بررسی قصد و موفقیت کارآفرینی فرد تعیین شده است (Gancarczyk & Ujwary-Gil, 2021).

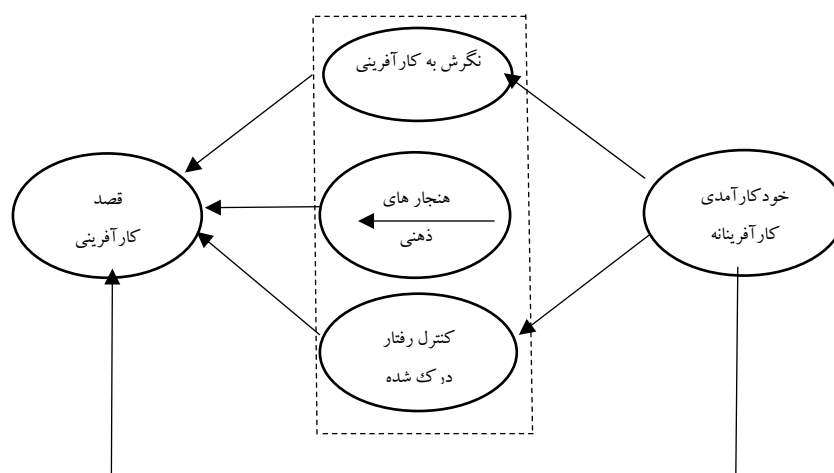
به عنوان مثال در مطالعات دون و برنات (2019)، هنجارهای ذهنی صرفا تاثیرات غیرمستقیم زیادی بر قصد کارآفرینی از طریق خودکارآمدی کارآفرینی، نگرش به کارآفرینی و کنترل رفتاری درک شده دارد و بین خودکارآمدی کارآفرینی و قصد کارآفرینی به واسطه کنترل رفتاری درک شده رابطه وجود دارد. همچنین، از نظر اثر مستقیم نگرش به کارآفرینی قوی ترین تاثیر را بر قصد کارآفرینی و به دنبال آن خودکارآمدی کارآفرینی داراست. و در نتیجه، تئوری رفتار برنامه ریزی شده به طور موثر در اقتصاد انتقالی ویتنام اعمال شد.

فرضیه 5. نگرش به کارآفرینی بر قصد کارآفرینی در میان دانشجویان دانشگاه های غیر انتفاعی مشهد تاثیر معنا داری دارد.



- فرضیه 6. هنجار های ذهنی بر قصد کارآفرینی در میان دانشجویان دانشگاه های غیر انتفاعی مشهد تاثیر معنا داری دارد.
- فرضیه 7. کنترل رفتار درک شده بر قصد کارآفرینی در میان دانشجویان دانشگاه های غیر انتفاعی مشهد تاثیر معنا داری دارد.
- فرضیه 8. خودکارآمدی کارآفرینانه از طریق نگرش به کارآفرینی بر قصد کارآفرینی در میان دانشجویان دانشگاه های غیر انتفاعی مشهد تاثیر معنا داری دارد.
- فرضیه 9. خودکارآمدی کارآفرینانه از طریق هنجار های ذهنی بر قصد کارآفرینی در میان دانشجویان دانشگاه های غیر انتفاعی مشهد تاثیر معنا داری دارد.
- فرضیه 10. خودکارآمدی کارآفرینانه از طریق کنترل رفتار درک شده بر قصد کارآفرینی در میان دانشجویان دانشگاه های غیر انتفاعی مشهد تاثیر معنا داری دارد.

مولفه های تئوری رفتار برنامه ریزی شده



نمودار شماره 1- مدل مفهومی تحقیق (Doanh & Bernat, 2019)

#### 4-روش شناسی

روش پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی و از لحاظ گردآوری اطلاعات، توصیفی- پیمایشی می باشد. جامعه آماری شامل دانشجویان دانشگاه های امام رضا(ع)، خیام و سجاد شهر مشهد به روش نمونه گیری غیر احتمالی در دسترس به تعداد 239 نفر بوده که با استفاده از روش نمونه گیری در مدل یابی معادلات ساختاری (در روش شناسی مدل یابی معادلات ساختاری تعیین حجم نمونه می تواند بین 5 تا 15 مشاهده به ازای هر متغیر اندازه گیری شده تعیین شود) به عنوان نمونه مورد بررسی قرار گرفت. در این پژوهش برای جمع آوری داده ها از پرسش نامه الکترونیک با متغیر های قصد کارآفرینی، نگرش به کارآفرینی، هنجار های ذهنی، کنترل رفتار درک شده و خودکارآمدی کارآفرینانه و سنجش آن ها با طیف 5 گزینه ای لیکرت، استفاده شده است که خبرگان گروه مدیریت روایی صوری، محتوایی آن را در قسمت تدوین گویه ها مورد تأیید قرار دادند و در بُعد کمی از تحلیل عاملی تاییدی به منظور بررسی روایی استفاده گردید. پایایی ابزار نیز از طریق آلفای کرونباخ و پایایی مرکب محاسبه و



تأیید شده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش معادلات ساختاری و با استفاده از نرم‌افزارهای اسپاس ۲۵ و پی‌ال‌اس ۳ انجام شد.

### 5- یافته‌ها

**آمار توصیفی جمعیت شناختی:** اطلاعات حاکی از آن است که 74/5 درصد از شرکت کنندگان زن هستند و 70/3 درصد دانشجوی کارشناسی، 26/8 درصد دانشجوی کارشناسی ارشد، 2/9 درصد دانشجوی دکتری بوده‌اند. همچنین، ۶۹/5 درصد کمتر از 20 سال، ۱۶/۷ درصد بین 20 تا 30 سال، ۸/۸ درصد 31 تا ۳۵ سال، ۴/6 درصد بین ۳۶ تا ۴0 سال و ۰/۴ درصد بیشتر از ۴0 سال سن داشته‌اند. و در آخر، 51/5 درصد دانشجوی دانشگاه امام رضا (ع)، 23 درصد دانشجوی دانشگاه سجاد و 25/5 درصد دانشجوی دانشگاه خيام بوده‌اند.

**آمار توصیفی متغیرها:** در این جدول میانگین، مد، ماکزیمم، مینیمم، انحراف معیار و واریانس متغیرهای پژوهش بر اساس پاسخ‌های نمونه‌ی آماری ارائه شده است.

### جدول 1 توصیف متغیرهای پژوهش

متغیر	میانگین	مینیمم	ماکزیمم	مد	انحراف معیار	واریانس
قصد کارآفرینی	3/9707	1/25	5	5	0/85576	0/732
نگرش به کارآفرینی	3/7978	1	5	4	0/86671	0/751
هنجارهای ذهنی	3/7336	1	5	4	0/83525	0/698
کنترل رفتار ادراک شده	3/0272	1	5	3	0/89718	0/805
خودکارآمدی کارآفرینانه	3/4552	1	5	3/4	0/74199	0/551

### 1-5- ارزیابی مدل ساختاری

پس از بررسی نرمال بودن داده‌ها می‌توان نرم افزار و آزمون‌های مناسب را برای ادامه کار انتخاب نمود. از آنجایی که نرم افزار اسمارت پی ال اس، به نرمال بودن داده‌ها و حجم نمونه حساس نیست لذا گزینه مناسبی برای این تحقیق به حساب می‌آید. نرم افزار اسمارت پی ال اس نرم افزاری برای مدلیابی معادلات ساختاری است. روش انجام بدین صورت است که پس از طراحی مدل در نرم افزار و اختصاص گویه‌های پرسشنامه به هر متغیر و برقراری روابط مورد نظر در مدل مفهومی می‌بایست برازش مدل مورد بررسی قرارگیرد. یک مدل در معادلات ساختاری با توجه به نرم افزار و تعاریف، دارای برازش‌های مختلفی است. این تنوع باعث شده است که در تحقیقات مختلف انواعی از برازش‌ها دیده شود. روایی سازه، روایی همگرا، مقدار ضریب تعیین و ضریب پیش بین و برازش کلی چندنمونه از این نوع برازش هاست (سیدعباس‌زاده و همکاران، 1391).

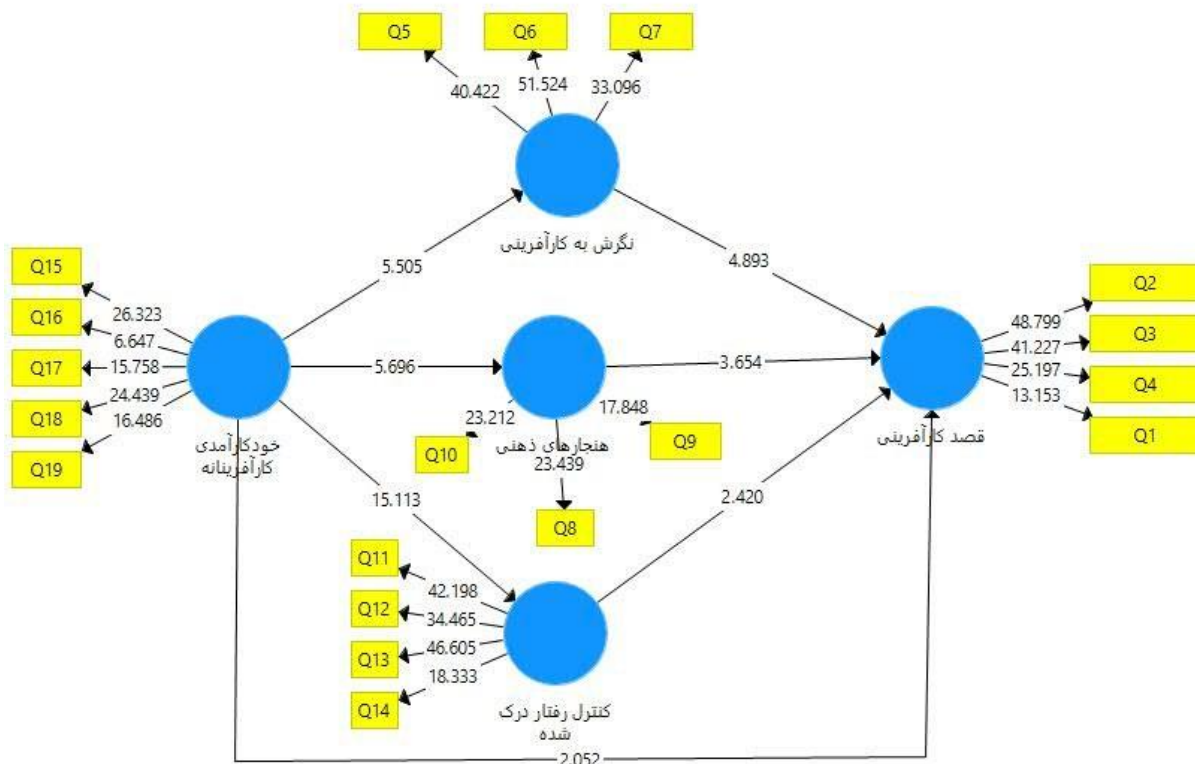
### 2-5- آزمون فرضیه‌ها

پس از تایید برازش مدل و روایی پرسشنامه که به عنوان بخشی از برازش محسوب می‌شود، باید فرضیه‌های پژوهش مورد آزمون قرار گیرد. در مدلیابی معادلات ساختاری، تمامی متغیرها در کنار هم و به صورت دفعی مورد آزمون قرار می‌گیرد این





در حالی است که در رگرسیون اغلب تاثیر عوامل به صورت جدا آزمون می شود. به همین دلیل در مطالعات اجتماعی و مدیریتی اغلب از مدلیابی معادلات ساختاری استفاده می شود زیرا در دنیای واقعی قرار گرفتن عوامل مختلف در کنار یکدیگر موجب می شود برخی از عوامل سهم بیشتری داشته باشند و این موضوع در معادلات ساختاری مشاهده می شود اما قوانین آماری حاکم بر این روش همانند رگرسیون است. بدین معنی که ابتدا آزمون معناداری تی مورد استفاده قرار می گیرد و با توجه به درصد خطای محقق که معمولا به صورت پیش فرض 0/05 در نظر گرفته می شود معناداری اثرگذاری سنجیده می شود. در این مرحله چنانچه قدرمطلق مقدار اماره تی بالاتر از 1/96 باشد نشان دهنده معنادار بودن اثرگذاری مورد سنجش است، در غیر صورت اثرگذاری به قدری کم بوده که می توان گفت قابل چشم پوشی بوده و معنادار در نظر گرفته نمی شود (محسنین و اسفیدانی، 1396). همان طور که مشاهده می شود نمودار 2 مقادیر آماره تی را نشان داده است. در ادامه مبنای رد یا تأیید فرضیه ها بر این اساس در سطح اطمینان 95 درصد صورت خواهد پذیرفت.



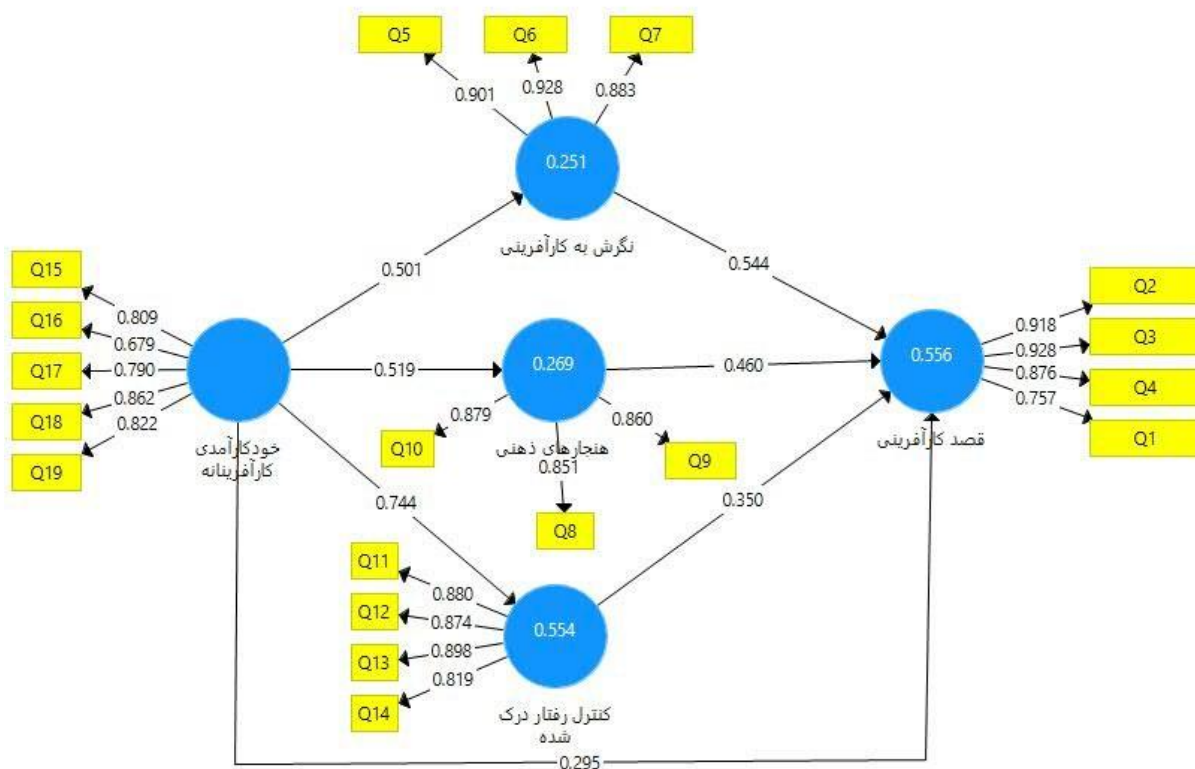
نمودار 2 معناداری ضرایب مسیر (آماره t)

همچنین در نمودار 3 ضرایب مسیر ساختاری نشان داده شده است. منظور از ضرایب مسیر همان بتای استاندارد شده در رگرسیون خطی می باشد. ضرایب مسیر باید از لحاظ بزرگی، علامت و معناداری مورد بررسی قرار بگیرند. ضرایب مسیر مثبت (بتای مثبت) نشان دهنده روابط مستقیم بین متغیرهای پنهان درونزا و برونزا می باشد. در مقابل ضرایب مسیر منفی (بتای منفی) نشان دهنده روابط معکوس بین متغیرهای پنهان درونزا و برونزا می باشد. این مقدار از نظر بزرگی نشان دهنده قدرت رابطه



می‌باشد که با برقرار شدن روابط غیرمستقیم از میزان بزرگی یک ضریب بتا کاسته می‌شود (سیدعباس‌زاده و همکاران، 1391). بزرگی ضریب مسیر نشان دهنده میزان و بزرگی اثرگذاری است و علامت آن جهت این اثرگذاری را نشان می‌دهد. ضریب مسیر تنها در مواردی قابل توجیه است که قبل از آن معناداری رابطه مذکور به اثبات رسیده باشد.

و نیز در نمودار 3 ضرایب تخمین استاندارد نشان داده شده است که نشان‌دهنده‌ی میزان تأثیر هر متغیر بر متغیر دیگر را نشان می‌دهد.



نمودار 3 ضرایب مسیر ساختاری

### 6- بحث و نتیجه گیری

با تایید فرضیه اول می‌توان گفت که این فرضیه در پژوهش حاضر از تأثیرگذاری و معنی‌داری خودکارآمدی کارآفرینانه بر نگرش به کارآفرینی بحث می‌کند، و طبق نتایج آماری که انجام شد، تایید است. این فرضیه با نتایج پژوهش فولادی و باغبانی (1393) در تحقیقی با عنوان "بررسی تأثیر خودکارآمدی کارآفرینانه بر تقویت کارآفرینی دانشجویان مطالعه موردی دانشجویان پیام نور شهرستان بیجار" با هدف بررسی عوامل موثر بر قصد کارآفرینانه، همسو است. می‌توان گفت، توانایی برقراری ارتباط مطلوب با سرمایه‌گذاران بالقوه و حفظ آن و همچنین، شناسایی فرصت‌های جدید بازار برای محصولات و خدمات جدید و همچنین، ایجاد محیط کاری که مردم را ترغیب کند تا چیز جدیدی را امتحان کنند، بر ترجیح کارآفرین بودن فرد در میان گزینه‌های مختلف موثر است. استعداد فردی بالا در نمایش خلاقیت و نوآوری، بر جذابیت کارآفرینی وی می‌افزاید و در نهایت استعداد بالا برای



رهبری و حل مساله بر رضایت بخش بودن فعالیت های مرتبط با کارآفرینی است و منجر می شود تا فرد متقاضی کارآفرینی با نگرش مثبتی به تصمیم خود دست به اقدام بزند و در این مسیر گام بردارد.

با تایید فرضیه دوم می توان گفت که این فرضیه در پژوهش حاضر از تأثیرگذاری و معنی داری خودکارآمدی کارآفرینانه بر هنجار های ذهنی بحث می کند، و طبق نتایج آماری که در فصل چهارم انجام شد، تایید است. این فرضیه با نتایج پژوهش رضائی، شرفی، نجفلو و گلباز (1396) در تحقیقی با عنوان "عوامل های تاثیر گذار بر قصد کارآفرینانه دانشجویان کارشناسی ارشد کشاورزی دانشگاه زنجان با تاکید بر اثر میانجی نگرش نسبت به رفتار کارآفرینانه" با هدف بررسی عوامل های تاثیر گذار بر قصد کارآفرینانه دانشجویان با تاکید بر اثر میانجی نگرش به رفتار کارآفرینان، همسو است. در این راستا، توانایی برقراری ارتباط مطلوب با سرمایه گزاران بالقوه و حفظ آن، شناسایی فرصت های جدید بازار برای محصولات و خدمات جدید، ایجاد محیط کاری که مردم را ترغیب کند تا موضوع جدیدی را امتحان کنند، استعداد فردی بالا در نمایش خلاقیت و نوآوری و استعداد بالا برای رهبری و حل مساله بر تاییدیه اقوام درجه یک، دوستان نزدیک و افراد مهم زندگی فرد کارآفرین می انجامد. همان طور که هر کدام از ما چارچوب های ذهنی داریم و تایید افراد صاحب سبک و یا عزیزان ما در هر مرحله از زندگیمان برای ما مهم است، در بحث کارآفرینی، خودکارآمدی کارآفرینانه تاثیر معنی داری بر هنجار های ذهنی و احساس مطلوبیت ناشی از آن در صورت وقوع می باشد.

با تایید فرضیه سوم می توان گفت که این فرضیه در پژوهش حاضر از تأثیرگذاری و معنی داری خودکارآمدی کارآفرینانه بر کنترل رفتار درک شده بحث می کند، و طبق نتایج آماری که در فصل چهارم انجام شد، تایید است. این فرضیه با نتایج پژوهش طهماسبی، اکبری، هوشمندزاده و آهنگر سله بنی (1396) در تحقیقی با عنوان "تأثیر آموزش های کارآفرینی بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان حضوری و مجازی دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران" با هدف بررسی تأثیر آموزش های کارآفرینی بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان حضوری و مجازی کارشناسی ارشد دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، همسو است. همچنین، توانایی برقراری ارتباط مطلوب با سرمایه گزاران بالقوه و حفظ آن منجر به توانایی فرد در کنترل روند ایجاد یک کسب و کار جدید است و شناسایی فرصت های جدید بازار برای محصولات و خدمات جدید باعث می شود تا جزئیات عملی لازم برای راه اندازی یک کسب و کار را بدانند و همینطور، ایجاد محیط کاری که مردم را ترغیب کند تا چیز جدیدی را امتحان کنند باعث می شود تا راه اندازی یک کسب و کار و ادامه کار برای وی آسان باشد. همچنین، استعداد فردی بالا در نمایش خلاقیت و نوآوری و استعداد بالا برای رهبری و حل مساله از نشانه های آمادگی وی در راه اندازی یک کسب و کار با ثبات است. به عبارتی فردی که اشراف کامل به خود و اوضاع پیرامونی اش داشته باشد از کنترل بیشتری نسبت به رفتاری که به آن آگاهی دارد، برخوردار است و در اینجا تاثیر معنی دار خودکارآمدی کارآفرینانه را بر کنترل رفتار درک شده شاهد بودیم.

با تایید فرضیه چهارم می توان گفت که این فرضیه در پژوهش حاضر از تأثیرگذاری و معنی داری خودکارآمدی کارآفرینانه بر قصد کارآفرینی بحث می کند، و طبق نتایج آماری که در فصل چهارم انجام شد، تایید است. این فرضیه با نتایج پژوهش طهماسبی، اکبری، هوشمندزاده و آهنگر سله بنی (1396) در تحقیقی با عنوان "تأثیر آموزش های کارآفرینی بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان حضوری و مجازی دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران" با هدف بررسی تأثیر آموزش های کارآفرینی بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان حضوری و مجازی کارشناسی ارشد دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، همسو است. توانایی برقراری ارتباط مطلوب با سرمایه گزاران بالقوه و حفظ آن، به عنوان تلاشی است که خود را برای شروع و اداره کسب و کار انجام خواهد داد. شناسایی فرصت های جدید بازار برای محصولات و خدمات جدید به طور جدی فرد را به فکر راه اندازی یک کسب و کار موفق می کند و در این راه به موفقیت او کمک می کند. ایجاد محیط کاری که مردم را ترغیب کند تا چیز جدیدی را امتحان کنند بر قطعیت قصد و تصمیم



فرد در ایجاد یک کسب و کار در آینده می انجامد. و در نهایت، استعداد فردی بالا در نمایش خلاقیت و نوآوری و استعداد بالا برای رهبری و حل مساله، فرد را در تصمیم گیری خود مصمم می کند.

با تایید فرضیه پنجم می توان گفت که این فرضیه در پژوهش حاضر از تأثیرگذاری و معنی داری نگرش به کارآفرینی بر قصد کارآفرینی بحث می کند، و طبق نتایج آماری که در فصل چهارم انجام شد، تایید است. این فرضیه با نتایج پژوهش یوسف و همکاران (2021) در تحقیقی با عنوان "از آموزش کارآفرینی تا قصد کارآفرینی، یک میانجیگری متوالی در زمینه خودکارآمدی و نگرش کارآفرینی است" با هدف بررسی درک و عملیاتی کردن چارچوبی برای توسعه کارآفرینی از طریق اندازه گیری قصد شرکت کنندگان نسبت به کارآفرینی، همسو است. جذابیت زمینه کارآفرینی منجر به تمامیت تلاش فرد برای شروع و اداره کسب و کار خودش می شود. و رضایت بخشی در فعالیت های مرتبط با موضوعات کارآفرینانه برای فرد به قطعیت تصمیم و قصد کارآفرینی و همینطور مصمم بودن وی در راه اندازی کسب و کار شخصی است. و ترجیح به کارآفرین بودن در میان گزینه های مختلف بر به کارگیری تمام تلاش فرد می انجامد. و اینگونه نگرش بر قصد کارآفرینی بسیار موثر است.

با تایید فرضیه ششم می توان گفت که این فرضیه در پژوهش حاضر از تأثیرگذاری و معنی داری هنجار های ذهنی بر قصد کارآفرینی بحث می کند، و طبق نتایج آماری که در فصل چهارم انجام شد، تایید است. این فرضیه با نتایج پژوهش آتاهیرو، اولوی و ایسیاکو (2020) در تحقیقی با عنوان "ارزیابی رابطه بین هنجار های ذهنی و قصد کارآفرینی در دانشجویان پلی تکنیک فدرال در شمال نیجریه" با هدف بررسی عوامل موثر بر کارآفرینی، همسو است. اگر شخص تصمیم به راه اندازی کسب و کار خودش نماید تمامی اقوام، دوستان و افراد مهم وی را تایید خواهند کرد و این تاییدیه بر جدیت و قطعیت تصمیم وی در راه اندازی فرد می شود و با انگیزه تمام تلاش خود را برای موفقیت در این مسیر انجام می دهد.

با تایید فرضیه هفتم می توان گفت که این فرضیه در پژوهش حاضر از تأثیرگذاری و معنی داری کنترل رفتار درک شده بر قصد کارآفرینی بحث می کند، و طبق نتایج آماری که در فصل چهارم انجام شد، تایید است. این فرضیه با نتایج پژوهش عثمان و ینیتا (2019) در تحقیقی با عنوان "درک قصد کارآفرینی در بین دانشجویان بین المللی ترکیه" با هدف بررسی مجدد مفهوم قصد کارآفرینی، همسو است. سهولت راه اندازی یک کسب و کار و ادامه آن برای فرد کارآفرین منجر به مصمم بودن وی در قصد کارآفرینی می شود. آمادگی راه اندازی یک کسب و کار با ثبات در جدیت تصمیم وی به موفق بودن امر کارآفرینی است. توانایی کنترل روند ایجاد یک کسب و کار جدید بر قطعیت تصمیم فرد موثر است. دانستن جزئیات عملی لازم برای راه اندازی یک کسب و کار بر بهره گیری از تمام تلاش برای شروع و اداره کسب و کار موثر است. و اینگونه کنترل رفتار درک شده بر قصد کارآفرینی تاثیر معنی داری دارد.

با تایید فرضیه هشتم می توان گفت که این فرضیه در پژوهش حاضر از تأثیرگذاری و معنی داری خودکارآمدی کارآفرینانه از طریق نگرش به کارآفرینی بحث می کند، و طبق نتایج آماری که انجام شد، تایید است. این فرضیه با نتایج پژوهش غیائی (1395) با عنوان "تأثیر باور به خودکارآمدی و نگرش کارآفرینی با قصد کارآفرینی دانشجویان کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه زابل" با هدف بررسی رابطه باور به خودکارآمدی و قصد کارآفرینی دانشجویان با میانجیگری نگرش کارآفرینی آنان در سال تحصیلی 1392-1393 در بین دانشجویان مقطع کارشناسی رشته های کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه زابل، همسو می باشد. این فرضیه در میان باقی فرضیات میانجی، بیشترین اثر را بر قصد کارآفرینی دانشجویان سه دانشگاه مذکور دارا می باشد و تاثیر معنی داری از خودکارآمدی کارآفرینانه و سپس بر قصد کارآفرینی موجود است.

با تایید فرضیه نهم می توان گفت که این فرضیه در پژوهش حاضر از تأثیرگذاری و معنی داری خودکارآمدی کارآفرینانه از طریق هنجار های ذهنی بحث می کند، و طبق نتایج آماری که در فصل چهارم انجام شد، تایید است. این فرضیه با نتایج پژوهش رضائی،



شرفی، نجفلو و گلباز (1396) در تحقیقی با عنوان "عوامل های تاثیر گذار بر قصد کارآفرینانه دانشجویان کارشناسی ارشد کشاورزی دانشگاه زنجان با تاکید بر اثر میانجی نگرش نسبت به رفتار کارآفرینانه" با هدف بررسی عوامل های تاثیر گذار بر قصد کارآفرینانه دانشجویان، همسو است. با بررسی رابطه خودکارآمدی کارآفرینانه بر قصد کارآفرینی توسط هنجار های ذهنی دریافتیم که متغیر هنجار ذهنی تاثیر معنی داری بر قصد کارآفرینی دارد.

با تایید فرضیه دهم می توان گفت که این فرضیه در پژوهش حاضر از تأثیرگذاری و معنی داری خودکارآمدی کارآفرینانه از طریق کنترل رفتار درک شده بحث می کند، و طبق نتایج آماری که در فصل چهارم انجام شد، تایید است. این فرضیه با نتایج پژوهش دون و برنات (2019) در تحقیقی با عنوان "خودکارآمدی کارآفرینی و قصد آن در بین دانشجویان ویتنامی: یک تحلیل مسیر متاآنالیز مبتنی بر تئوری رفتار برنامه ریزی شده" با هدف بررسی رابطه خودکارآمدی کارآفرینی و قصد کارآفرینی، همسو است. و با بررسی رابطه خودکارآمدی کارآفرینانه بر قصد کارآفرینی توسط کنترل رفتار درک شده دریافتیم که متغیر کنترل رفتار درک شده تاثیر معنی داری بر قصد کارآفرینی می گذارد.

### پیشنهاد ها و محدودیت ها

#### پیشنهادهای کاربردی

با تایید فرضیه اول پیشنهاد می شود که در سطح شهر مشهد کارگاه هایی برای فعالیت کارآفرینانه دانشجویان برگزار شود تا نگرش آن ها ارتقا یابد. آشنایی سازی با فضای کارآفرینی و معرفی الگو های پیشینی که در امر کارآفرینی موفق بوده اند و در نهایت، بازدید از نمونه های کارآفرینی دانشجویی از جمله اقداماتی است که می توان در این راستا انجام داد. همچنین بایستی برای بهبود نگرش به کارآفرینی، محورهای خودکارآمدی از قبیل ایجاد فضایی شبیه سازی شده برای بررسی شکوفایی و خلاقیت و همینطور سنجش توانایی های فردی مانند رهبری و گسترش ارتباطات با ثبات را تقویت کرد مثل تسهیل ورود به زمینه کارآفرینی و انعقاد قرارداد با مجموعه های دانش بنیان.

با تایید فرضیه دوم پیشنهاد می شود که فضایی برای مانور هرچه بیشتر کارآفرینان وجود داشته باشد تا با اعلام تصمیم خود و آزمون و خطا، کیفیت سطح عملکرد خود را و حمایت اطرافیان را بسنجند و با نمایش قدرت و موفقیت در این مسیر مشمول تشویق دیگران شوند و انگیزه لازم را به دست بیاورند. از طرفی با دادن فرصت به افرادی که در این زمینه رزومه مناسب و کافی ندارند توسط اساتید و بزرگان این رشته، حس اعتماد و حمایت را به آن ها القا کنیم تا برای قرار گیری در یک شرایط واقعی آمادگی عینی داشته باشند.

با تایید فرضیه سوم پیشنهاد می شود که در فضای دانشگاهی و یا کسب و کار، مشاورانی برای کارآفرینان وجود داشته باشد تا در مورد جزئیات راه اندازی و پیاده سازی طرح کارآفرینانه خود آشنایی پیدا کرده و یاری شوند و بتوانند ثبات قدم و تواناییشان در کنترل این پروسه را بسنجند. و با اعتماد کردن به آن ها، توانایی واقعی آن ها نمایان شود. از این رو می توان حتی از مسئولیت های گروهی کوچک فضای دانشگاهی برای دانشجویان استفاده کرد.

با تایید فرضیه چهارم پیشنهاد می شود که متقاضیان در شرایط سخت و آسان متفاوتی قرار بگیرند تا میزان جدیت در تقاضا مشخص شود و می توان این کار را با جا به جایی مسئولیت افراد با فراز و نشیب هایی که وجود دارد انجام داد.

با تایید فرضیه پنجم پیشنهاد می شود که شرایطی برای دانشجویان مهیا باشد تا بتوانند حیطه های مختلف شغلی را تجربه نمایند و در سطوح مختلف از ابتدایی تا پیشرفته یک بیزنس را به صورت کارآموزی بگذرانند تا نگرش آن ها نسبت به آن چه که شنیده اند عینیت پیدا کند و درک ملموس تری نسبت به خواسته و تصمیم خود داشته باشند.



با تایید فرضیه ششم پیشنهاد می شود که به بحث فعال اجتماعی بودن توجه شود. هر فرد در میان اقوام و دوستان نزدیک و رابطینش یک عنصر اجتماعی محسوب می شود که می تواند با ارتباط به نهاد های خاص و مربوطه، و انجام این اتصال توسط فضای دانشگاهی، به عنوان یک مدد کار فعالیت کند و اولین بازخورد ها را از اطرافیان نسبت به توان و عملکردش بسنجد.

با تایید فرضیه هفتم پیشنهاد می شود که سازمان های بزرگ فضایی جهت محک زدن جوانان جویای کارآفرینی بگزارند و با دادن فراخوان برای شروع هر طرح، کیفیت نظر متقاضیان در یک فضای رقابتی توسط متخصصان سنجیده شود و فرصت قرار گیری در یک پست رسمی، آن هم با در یک مقیاس وسیع، برای جوانان فراهم شود.

### پیشنهاد های پژوهشی

باتوجه به مدل مفهومی و متغیر های مورد بررسی، به پژوهشگران پیشنهاد می شود:

- \* متغیر تسهیل محیط کسب و کار می تواند بر قصد کارآفرینی موثر باشد که در مدل مفهومی مذکور نیامده است و می توان در پژوهش های آینده به آن پرداخت.
- \* از دیگر عوامل موثر بر قصد کارآفرینی و کارآفرینی می توان به قوانین مرتبط با این امر اشاره کرد. هرچقدر قوانین سنگین تر باشد، ورود به عرصه کارآفرینی دشوارتر است و پیشنهاد می شود در تحقیقی به بررسی قوانین و زمینه های قانونی و تاثیر آن در بحث کارآفرینی پرداخت.
- \* در تحقیق حاضر، روند پژوهش تا متغیر قصد کارآفرینی پیش آمده است که بهتر است در تحقیقات آتی به بررسی عوامل موثر بر تصمیم اجرایی کارآفرینی و اعمال واقعی آن پرداخته شود.
- \* بررسی عوامل موثر بر موفقیت کارآفرینی نیز حائز اهمیت است.
- \* می توان در پژوهش های آینده از مدل مفهومی مذکور در حیطه های گوناگون مثل فعالیت های دانش بنیان، خدمات و تولید و ... استفاده کرد و از فضای صرف دانشگاهی خروج کرد.
- \* و یا این مدل را به متغیر های مالی پیوند بزیم. به عنوان مثال بررسی افزایش درآمد با افزایش قصد کارآفرینی در دانشجویان. و یا پیوند با متغیر های عینی مثل مزیت رقابتی و ...
- \* در پژوهش حاضر ما به بررسی کارآفرینی در میان دانشگاه های شهر مشهد پرداختیم از این رو می توان در میان افرادی که تحصیلات آکادمیک ندارند و یا دانشگاه های سایر شهر ها، همپطور سایر دانشگاه های شهر مشهد انجام داد.
- \* همچنین مدل مفهومی حاضر از متغیر خودکارآمدی کارآفرینانه شروع شده است که می توان عوامل موثر بر آن را بررسی کرد.

### محدودیت های پژوهش

انجام پژوهش ها در هر حوزه ای با چالش ها و محدودیت های فراوانی همراه است. در فرآیند انجام پژوهش حاضر به محدودیت هایی برخوردیم و این پژوهش با چالش هایی همراه بود، که به برخی از آن ها که بسیار برجسته اند اشاره می شود.



یکی از برجسته‌ترین و بزرگترین چالش‌هایی که با آن مواجه بودیم عدم همکاری و پاسخگویی دانشگاه‌ها در راستای ارتباط سازی درست بین محقق و دانشجویان به جهت تکمیل فرم پرسش نامه بوده است که به علت شرایط پاندمی کرونا و تعطیلات ممتد ادارات و فضای دانشگاهی، اطلاعات دانشجویان اعم از شماره تماس واتس‌آپ و یا آی‌دی تلگرام و حتی آی‌دی ایمیل، محرمانه قلمداد شد و در اختیار محقق قرار نگرفت و پس از آشنایی با برخی از اساتید در این حوزه، خود پژوهش‌گر به کانال زدن با گروه‌های دانشجویی پرداخت و دسترسی را ایجاد کرد. از طرفی با انتشار متن درخواست و لینک پرسش‌نامه و همچنین بررسی مخاطب که واجد شرایط نمونه آماری مذکور باشد، دست‌یابی به جامعه آماری محقق شد. مشهود است که این پروسه زمان زیادی را نسبت به شرایط نرمال به خود اختصاص داد و از طرفی ادارات و فضای علمی ما هنوز آمادگی برخورد مناسب در سطوح مختلف با مراجعین خود را در شرایط متفاوت ندارند و صرفاً به واحد‌های مختلف ارجاع می‌دهند و مسئولیت خود را رد می‌کنند.

نتایج تحقیق حاضر محدود به جامعه دانشجویی شهر مشهد است. لذا در صنوف دیگر و یا فضای علمی دیگر شهرها و دانشگاه‌ها بایستی نسبت به تأمین نتایج، با احتیاط عمل کرد و مجدد جوامع آماری گوناگون را آزمون کرد.

### منابع

- 1) آراستی، زهرا و سعید بنادکی، سعیده. (2013). ارزیابی برنامه‌های آموزش کارآفرینی در آموزش عالی. فصلنامه آموزش مهندسی ایران، 15(57)، 75-89.
- 2) حزبیان، عبدالحسین و محمودی، ادریس. (2019). بررسی تأثیر نگرش، کنترل رفتار درک شده، هنجار ذهنی و مصرف موقعیتی بر قصد خرید (مورد مطالعه: خریداران ماهی در شهر اهواز). اولین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، اقتصاد، حسابرسی با رویکرد مدیریت جهانی کسب و کار.
- 3) رحیم‌نیا، فریبرز، رضانی، یوسف، زرگران، سحر. (1398). تأثیر تعامل کاربران در رسانه‌های اجتماعی بر قصد خرید به‌واسطه نگرش نسبت به برند و هنجارهای ذهنی. تحقیقات بازاریابی نوین، 9(1)، 33-52. doi: 10.22108/nmrj.2019.106908.1423
- 4) رحیم‌نیا، فریبرز، رضانی، یوسف و زرگران، سحر. (2019). تأثیر تعامل کاربران در رسانه‌های اجتماعی بر قصد خرید به‌واسطه نگرش نسبت به برند و هنجارهای ذهنی. تحقیقات بازاریابی نوین، 9(1)، 33-52.
- 5) رضائی، روح‌اله و شرفی، نجف‌لو، گل‌باز. عامل‌های تأثیرگذار بر قصد کارآفرینانه دانشجویان کارشناسی ارشد کشاورزی دانشگاه زنجان با تأکید بر اثر میانجی نگرش نسبت به رفتار کارآفرینانه. پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، 9(40)، 96-111.
- 6) سیدعباس‌زاده، میرمحمد، امانی‌ساری‌بگلو، جواد، خضری‌آذر، هیمن. (1391). مقدمه‌ای بر مدل‌یابی معادلات ساختاری به روش PLS و کاربرد آن در علوم رفتاری با معرفی نرم‌افزارهای SmartPLS، VisualPLS، PLS-Graph. ارومیه، انتشارات دانشگاه ارومیه.
- 7) طهماسبی، راضیه، اکبری، مرتضی، هوشمندزاده، مجتبی، آهنگرسله بنی، اعظم. (1396). تأثیر آموزش‌های کارآفرینی بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان حضوری و مجازی دانشکده کارآفرینی. فصلنامه آموزش مهندسی ایران، 19(75)، 103-128. doi: 10.22047/ijee.2017.72062.1433
- 8) غیائی، عبدالرحیم. (1395). تأثیر باور به خودکارآمدی و نگرش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی دانشجویان کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه زابل. پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، 8(39)، 3-15.



- 9) فولادی، مهران و باغبانی، حمزه. (1393). بررسی تاثیر خودکارآمدی کارآفرینانه بر تقویت کارآفرینی دانشجویان مطالعه موردی دانشجویان پیام نور شهرستان بیجار. رشد فناوری، 10(39)، 29-36.
- 10) قربان پور لقمجانی، امیر، ابراهیمی بردر، مسعود، رضائی، سجاد و غلامی، علیرضا. (2020). نقش میانجیگرانه خودکارآمدی در رابطه بین تیپ‌های شخصیتی هالند و رفتار کارآفرینانه دانشجویان. مشاوره شغلی و سازمانی.
- 11) کریمی، سعید. (1398). نقش میانجی انطباق پذیری مسیر شغلی و خودکارآمدی کارآفرینانه در رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی و قصد کارآفرینانه. مقاله پژوهشی. علوم ترویج و آموزش کشاورزی ایران. جلد 1. شماره 15.
- 12) کریمی. (2020). نقش میانجی خودکارآمدی کارآفرینانه و اشتغال پذیری درک شده در رابطه بین انطباق پذیری مسیر شغلی و قصد کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی. فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی، 26(2)، 53-76.
- 13) گنجعلی، زکیه و باقری مجد، روح اله. (2021). تاثیر جهت گیری کارآفرینانه بر رفتار کارآفرینی با میانجی گری قصد کارآفرینی در دانشجویان تحصیلات تکمیلی مهندسی. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، 13(4)، 521-540.
- 14) محسنین، شهریار و اسفیدانی، محمدرحیم. (1396). معادلات ساختاری مبتنی بر رویکرد حداقل مربعات جزئی به کمک نرم افزار Smart-PLS. تهران: کتاب مهربان نشر. چاپ دوم.
- 15) موسوی، سیده المیرا، رجوعی، مرتضی و غیور باغبانی، و سید مرتضی. (1398). تأثیر گرایش کارآفرینی و یادگیری و خودکارآمدی کارآفرینانه بر عملکرد کسب و کار: مطالعه موردی. مجله مدیریت بهداشت. جلد 4. شماره 22.

- 16) Ali, B., Shah, N., & Anwar, S. (2019). Investigating Entrepreneurial Intention through Entrepreneurial Event Model (EEM) Among Graduate and Master Students in Public Sector Universities of Thailand. *Asia Pacific-Annual Research Journal of Far East & South East Asia*, 34.
- 17) Attahiru, S. I., Olaoye, M. A., Isyaku, B., & Abubakar, M. (2020). Assessment of Relationship Between Subjective Norms and Entrepreneurship Intention Among Students in Federal Polytechnic in Northern Nigeria. *Journal of Social and Political Sciences*, 3(1).
- 18) Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Process*, 50 (2), 179-211.
- 19) Anjum, T., Farrukh, M., Heidler, P., & Díaz Tautiva, J. A. (2021). Entrepreneurial Intention: Creativity, Entrepreneurship, and University Support. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(1), 11.
- 20) Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ.
- 21) Bandura, A. (2001). Social cognitive theory: An agentic perspective. *Annual Review of Psychology*, 52, 1-26.
- 22) Dana, L. (Eds.). (2021). *World Encyclopedia of Entrepreneurship*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing. doi: <https://doi.org/10.4337/9781839104145>
- 23) Doanh, D. C., & Bernat, T. (2019). Entrepreneurial self-efficacy and intention among vietnamese students: a meta-analytic path analysis based on the theory of planned behavior. *Procedia Computer Science*, 159, 2447-2460.
- 24) Doanh, D. C. (2021). The moderating role of self-efficacy on the cognitive process of entrepreneurship: An empirical study in Vietnam. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 17(1), 147-174.
- 25) Gancarczyk, M., & Ujwary-Gil, A. (2021). Exploring the Link Between Entrepreneurial Capabilities, Cognition, and Behaviors.
- 26) Iakovleva, T., Kolvereid, L., Gorgievski, M. & Sorhaug, O. (2014). Comparison of perceived barriers to entrepreneurship in Eastern and Western European countries. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 18, 115-133.
- 27) Krueger, N.F., Reilly, J.R., and Carsrud, A.L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15, 411-432.
- 28) Krueger, N.F. (2007). What lies beneath? The experiential essence of entrepreneurial thinking. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31, 123-138.





- 29) Krueger, N. F. (2000). The cognitive infrastructure of opportunity emergence. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 24(3), 5–23. doi:10.1007/978-3-540-48543-8\_9.
- 30) Liñán, F. (2004). Intention-based models of entrepreneurship education. *Piccola Impresa/Small Business*, 3(1), 11-35.
- 31) Miranda, F. J., Chamorro-Mera, A., Rubio, S. (2017). Academic entrepreneurship in Spanish university: An analysis of determinants of entrepreneurial intention. *European Research on Management and Business Economics*, 23, 113–222.
- 32) Putra, S. S. (2021). Boost Student Entrepreneurship Intention: An Overview Theory of Planned Behavior. *Psychology and Education Journal*, 58(1), 54-59.
- 33) Segal, G., Borgia, D., & Schoenfeld, J. (2005). The motivation to become an entrepreneur. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 11(1), 42–57.
- 34) Tsai, K. H., Chang, H.C. Peng, C.Y. (2014). Extending the link between entrepreneurial self-efficacy and intention: A moderated mediation model. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12, 445–463.
- 35) Usman, B. (2019). Understanding the entrepreneurial intention among international students in Turkey. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), 1-21
- 36) Vuong, B. N. (2021). The Determinants of Entrepreneurial Cognitions: Start-Up Intentions of Business Students in Vietnam.
- 37) Yousaf, U., Ali, S. A., Ahmed, M., Usman, B., & Sameer, I. (2021). From entrepreneurial education to entrepreneurial intention: a sequential mediation of self-efficacy and entrepreneurial attitude. *International Journal of Innovation Science*.

### **Investigating the effect of entrepreneurial self-efficacy on entrepreneurial intention with the mediating role of the components of the theory of planned behavior among students of non-profit universities in Mashhad**

**Parastoo Moradzadeh<sup>1</sup>, Seyed Morteza Ghayour Baghbani<sup>2</sup>**

1. Master of Science in Business Management Strategic. Imam Reza International University,  
(parastoomoradzadeh1374@yahoo.com)

2. Corresponding Author: Assistant Professor, Department of Management and Accounting, Imam Reza International University (ghayoor@imamreza.ac.ir)

#### **Abstract**

Self-efficacy is a useful concept to explain human behavior and also plays an important role in identifying the choice, level of effort and perseverance of individuals, and in today's society due to unemployment in various fields, the importance of entrepreneurship has increased. The main purpose of this study is to investigate the effect of entrepreneurial self-efficacy on entrepreneurial intention with the mediating role of components of the theory of planned behavior among students of Mashhad universities. This research is applied in terms of purpose and descriptive-survey in terms of nature and method. The statistical population included students of non-profit universities in Mashhad that 239 people were selected as the sample size using the sampling method in structural equation modeling. In order to collect data, a standard questionnaire was used, the face and content validity of which was confirmed in the formulation of items and in a quantitative dimension of factor analysis. The reliability of the instrument has also been calculated and verified through Cronbach's alpha and composite reliability. Data were analyzed using structural equation method using SPSS25 and PLS3 software.



# Systems Thinking In Practice

2<sup>nd</sup>  
National Conference on

دومین کنفرانس ملی (مجازی)

تفکر سیستمی در عمل



Findings of this study show that entrepreneurial self-efficacy has a direct effect on the components of the theory of planned behavior and entrepreneurial intention, and entrepreneurial self-efficacy indirectly affects the intention of entrepreneurship through the components of the theory of planned behavior. Also, the components of the theory of planned behavior directly affect the entrepreneurial intention, among which the variable of attitude towards entrepreneurship has the greatest effect on entrepreneurial intention.

**Keywords:** Entrepreneurial Self-Efficacy, Attitude to Entrepreneurship, Subjective Norms, Perceived Behavior, Entrepreneurial Intention