

The Effect of the University's Perceived Support and Entrepreneurial Passion on The Entrepreneurial Intention of Students: The Moderating Role of Need for Autonomy

Mahdi Nadaf^{1*}, Seyed Jafar Mousavi²

¹Department of Management, Faculty of Economics and social science, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran,
Email: m.nadaf@scu.ac.ir

²Department of Management, Faculty of Economics and social science, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran

Article Info

Article type:
Research Full Paper

Article history:
Received: 20.10.2022
Revised: 04.12.2022
Accepted: 18.12.2022

Keywords:
Perceived university support
Entrepreneurial Passion
Theory of planned behavior
Entrepreneurial Intention

ABSTRACT

The theory of planned behavior includes important motivational variables that affect people's entrepreneurial intention, and these variables themselves are affected by other factors. Also, it seems that the effect of these two factors on these motivational variables is under the influence of the need for autonomy variable, and based on this, the present study was compiled. From the point of view of the objective, this research is applied and in terms of the method of data collection, it is considered to be a descriptive type of research that was implemented using the correlation-causal method. The data collection tool is a Likert-scale questionnaire that was distributed among the students of Khuzestan province using the Internet in a virtual and available method and in the form of a snowball, and 447 usable questionnaires were analyzed. The findings showed that entrepreneurial passion and perceived university support directly and indirectly through the motivational variables of the theory of planned behavior are effective on entrepreneurial intention. Also, the moderating role of the need for autonomy variable in the effect of entrepreneurial passion and perceived university support on entrepreneurial intention was confirmed. At the end, regarding to the research statements, some suggestions were presented. Among the most important ones, universities and the teachers were advised to have continuing support of training and incentive research programs like courses, fellowships, conferences etc. to create and develop an ecosystem for entrepreneurship and launching business ventures by students.

Cite this article: Nadaf, M. Mousavi, S.J. 2023. The effect of the university's perceived support and Entrepreneurial Passion on The Entrepreneurial Intention of students: The moderating role of need for autonomy. *Journal of Studies in Entrepreneurship and Sustainable Agricultural Development*, 10 (2), 33-56.



© The Author(s).

DOI: 10.22069/jead.2023.20681.1658

Publisher: Gorgan University of Agricultural Sciences and Natural Resources

تأثیر حمایت ادراکی دانشگاه و اشتیاق کارآفرینی بر قصد کارآفرینی دانشجویان: نقش تعدیلگری نیاز به خودمختاری

مهدی نداف^{۱*}، سیدجعفر موسوی^۲

گروه مدیریت، دانشکده اقتصاد و علوم اجتماعی دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران، نویسنده مسئول: m.nadaf@scu.ac.ir
گروه مدیریت، دانشکده اقتصاد و علوم اجتماعی دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران.

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله:	نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده در برگیرنده متغیرهای انگیزشی مهمی است که بر قصد کارآفرینی
مقاله کامل علمی - پژوهشی	افراد تأثیر گذاشته و این متغیرها خودشان، از جانب عوامل دیگری متأثر می‌شوند که در این پژوهش به دو عامل حمایت ادراکی دانشگاه و اشتیاق کارآفرینی پرداخته شده است. همچنین
تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۸/۱۰	به نظر می‌رسد، تأثیر این دو عامل بر این متغیرهای انگیزشی، تحت تأثیر متغیر نیاز به خودمختاری (استقلال) قرار دارد و بر این اساس، مطالعه حاضر تدوین گردید. این پژوهش از
تاریخ ویرایش: ۱۴۰۱/۱۰/۲۵	منظر هدف، کاربردی و از حیث نحوه گردآوری داده‌ها، از نوع پژوهش‌های توصیفی محسوب می‌شود که به روش همبستگی علی اجرا شده است. ابزار گردآوری داده، پرسشنامه با طیف
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۱/۱۴	لیکرت است که با استفاده از شبکه اینترنت به صورت مجازی و با روش در دسترس و به صورت گلوله برفی، بین دانشجویان استان خوزستان توزیع شد و ۴۴۷ پرسشنامه قابل استفاده
واژه‌های کلیدی:	مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. یافته‌ها نشان دادند اشتیاق کارآفرینی و حمایت ادراکی
حمایت ادراکی دانشگاه	دانشگاه به طور مستقیم و غیرمستقیم، با واسطه متغیرهای انگیزشی نظریه رفتار برنامه‌ریزی
اشتیاق کارآفرینی	شده، بر قصد کارآفرینی مؤثر هستند. همچنین نقش تعدیل‌گری متغیر نیاز به خودمختاری در
نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده	تأثیر اشتیاق کارآفرینی و حمایت ادراکی دانشگاه بر قصد کارآفرینی تأیید گردید. در پایان، با
قصد کارآفرینی	توجه به گزاره‌های تحقیق، پیشنهادهایی ارائه گردید. در یک نمونه مهم، دانشگاه‌ها، مربیان، اساتید، اعضای هیات علمی و گروه‌های آموزشی باید با حمایت‌های مستمر آموزشی و مشوق-
	های پژوهشی نظیر ارائه دوره‌های آموزشی، کارآموزی، کنفرانس‌ها و همایش‌های کارآفرینی و نظایر این موارد به خلق و توسعه یک اکوسیستم کارآفرینی و راه‌اندازی کسب و کار از سوی دانشجویان یاری رسانند.

استناد: نداف، م، موسوی، س.ج. (۱۴۰۲). تأثیر حمایت ادراکی دانشگاه و اشتیاق کارآفرینی بر قصد کارآفرینی دانشجویان: نقش

تعدیلگری نیاز به خودمختاری. مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی، ۱۰ (۲)، ۵۶-۳۳

DOI: 10.22069/jead.2023.20681.1658



© نویسندگان.

ناشر: دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان

مقدمه

علی‌رغم اهمیت کارآفرینی برای رشد اقتصادی و توسعه جامعه مدرن، نقش دانشگاه‌ها در تحریک کارآفرینی هنوز مورد بحث است و سؤالاتی در مورد این که چگونه دانشگاه‌ها می‌توانند به طور مؤثر به کارآفرینی دانشجویی کمک کنند، باقی می‌ماند (Davey et al., 2016). به علاوه، با وجود این که علاقه به مطالعه اثربخشی آموزش کارآفرینی در میان محققان دیده می‌شود (Liu et al., 2021) و با توجه به دغدغه‌های فزاینده در مورد نقش حمایت دانشگاه در کارآفرینی دانشجویی (Yang et al., 2021)، پژوهش‌ها و اطلاعات نسبتاً اندکی در مورد مکانیسم‌هایی که از طریق آن‌ها حمایت دانشگاه باعث ارتقای قصد کارآفرینی دانشجویان می‌شود، وجود دارد (Walter et al., 2006). تحقیقات قبلی همچنین نشان داده است که تلاش‌های دانشگاه برای حمایت از کارآفرینی ممکن است تأثیر مستقیمی بر قصد کارآفرینی دانشجویان نداشته باشد (Wegner et al., 2019). تنها شواهد تجربی محدودی در مورد مکانیسم‌های رابطه بین حمایت از کارآفرینی ارائه شده توسط دانشگاه‌ها و توسعه قصد کارآفرینی دانشجویان وجود دارد (Saeed et al., 2018).

دانشگاه‌ها تنها از طریق آموزش به بهبود قصد و رفتار کارآفرینی دانشجویان کمک نمی‌کنند بلکه می‌توانند روش‌ها و اشکال دیگر حمایت (مانند برگزاری کارگاه‌ها و کنفرانس‌های کارآفرینی، دعوت از کارآفرینان برای ارایه، سخنرانی، انجمن‌ها و مراکز کارآفرینی و انکوباتورها، دسترسی به مدل‌های نقش) را برای تشویق و توسعه، علاقه، آگاهی، دانش و مهارت کارآفرینی دانشجویان ارائه دهند. باید توجه داشت که وجود یک محیط حمایتی شرط کافی برای افزایش قصد کارآفرینانه دانشجویان نیست، بلکه

ادراک دانشجویان از حمایت‌های دانشگاهی که آنها دریافت می‌کنند مهم می‌باشد (کریمی و دیگران، ۱۳۹۸).

در این مطالعه، از نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده^۱ (Ajzen, 1991) استفاده شده است تا مکانیسمی بررسی شود که از طریق آن ادراک دانشجویان از حمایت دانشگاه و اشتیاق کارآفرینی آن‌ها با مقاصد کارآفرینی‌شان مرتبط می‌گردد. مطابق با این نظریه، مهم‌ترین تعیین‌کننده رفتار کارآفرینی، قصد کارآفرینی می‌باشد (کریمی و دیگران، ۱۳۹۸). بر اساس نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده، قصد کارآفرینی از طریق سه عامل انگیزشی که شامل نگرش مثبت نسبت به کارآفرینی، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتاری ادراک شده^۲ است، تحت تأثیر قرار می‌گیرد. کنترل رفتاری ادراک شده به ادراک افراد از توانایی آن‌ها برای انجام یک کار معین اشاره دارد که بسیار شبیه به مفهوم خودکارآمدی خاص یک حیطة است (Bandura, 1982). هر دو مفهوم مربوط به توانایی درک شده برای انجام یک کار خاص است که در این مطالعه شروع یک کسب و کار جدید است. در بررسی نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده، Armitage and Conner (2001) نشان دادند که خودکارآمدی مفهومی واضح‌تر است و بیشتر با قصد مرتبط است تا کنترل رفتاری درک شده (Armitage and Conner, 2001). از این رو، در بسیاری از مطالعات با هدف پیش‌بینی قصد کارآفرینی دانشجویان، محققان خودکارآمدی کارآفرینی را به جای کنترل رفتاری به‌عنوان پیش‌بینی‌کننده در نظر گرفته‌اند (Feola et al., 2019). بر این اساس، در پژوهش حاضر به جای کنترل رفتاری ادراک شده بر خودکارآمدی کارآفرینی تمرکز می‌شود.

۱. Theory of planned behavior

۲. Perceived behavioral control

به‌طورکلی، این مطالعه دو هدف را دنبال می‌کند: هدف اول، تعمیق درک ما از تاثیر مستقیم حمایت دانشگاهی ادراکی بر قصد کارآفرینی دانشجویان و همچنین بررسی رابطه غیر مستقیم میان این دو متغیر با استفاده از نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده می‌باشد. اما در هدف دوم، پژوهش حاضر به مطالعه تاثیر مستقیم و غیر مستقیم اشتیاق کارآفرینی (تأسیس، اختراع، توسعه) بر قصد کارآفرینی می‌پردازد. با توجه به مزایای اجتماعی و اقتصادی کارآفرینی دانشجویان تازه وارد، اکثر مؤسسات دانشگاهی، دولت‌ها و سایر حامیان استراتژی عمومی علاقه‌مند به دانستن در مورد عواملی هستند که قصد کارآفرینی را شکل می‌دهند و اکوسیستمی را برای کارآفرینی جدید ایجاد می‌کنند. بنابراین، درک عوامل روان‌شناختی و زمینه‌ای مؤثر بر قصد کارآفرینی، که یکی از آن‌ها اشتیاق کارآفرینی است، مهم تلقی می‌گردد (Türk et al., 2020). در کنار بررسی تأثیر این دو عامل (حمایت دانشگاهی و اشتیاق کارآفرینی) بر قصد کارآفرینی، تلاش گردید نقش تعدیلگری متغیر خود مختاری نیز در روابط ذکر شده، به عنوان عاملی مؤثر بر رفتارهای کارآفرینی دانشجویان مورد مطالعه قرار گیرد. سوال این است که آیا دانشجویان با سطوح مختلف نیاز به خودمختاری از حمایت دانشگاه برای کارآفرینی به طور متفاوتی بهره‌مند می‌شوند؟

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

حمایت ادراکی دانشگاه: تحریک کارآفرینی به طور فزاینده‌ای به‌عنوان بخشی از نقش و استراتژی نهادی دانشگاه شناخته می‌شود (Guerrero et al., 2018). با این حال، در حالی که تعداد دوره‌ها و برنامه‌های درسی کارآفرینی افزایش یافته است، تعداد دانشجویانی که مسیر کارآفرینی را انتخاب می‌کنند کم است (Kraaijenbrink et al., 2010). مطالعات نشان

اشتیاق کارآفرینی به عنوان یکی از ویژگی‌های مهم فردی در نظر گرفته می‌شود که در راستای حمایت و هدایت شخصی فرد مشتاق برای پیشبرد یک پروژه کارآفرینی از سوی او محسوب می‌گردد (Biraglia and Kadile, 2017). اشتیاق کارآفرینی یک احساس مثبت قوی است که «با به دست آوردن آگاهانه احساسات مثبت قوی و شرکت در فعالیت های تجاری مرتبط با نقشی که برای شناسایی خود کارآفرین معنادار است» تجربه می‌شود (Cardon et al., 2009). تحقیقات قبلی تأیید کرده است که اشتیاق کارآفرینی می‌تواند اعتماد به نفس ایجاد کند و بر قصد کارآفرینی در افرادی که هنوز به طور رسمی یا فعالانه درگیر کارآفرینی نیستند، تأثیر بگذارد (Karimi, 2019). با توجه به نقش حیاتی اشتیاق در فرآیند کسب و کار، درک چگونگی ارتباط اشتیاق کارآفرینی با قصد کارآفرینی و تجربه‌های بعدی بسیار مهم است. بیشتر مطالعات بر روی اشتیاق کارآفرینی فردی در رابطه با نتایج مرتبط با سازمان‌ها و سایر نتایج رفتاری تمرکز می‌کنند (Murnieks et al., 2016). بنابراین، اشتیاق کارآفرینی عامل مهمی در قصد کارآفرینی است و تحقیقات نیاز به درک عمیق‌تری از اهمیت اساسی اشتیاق کارآفرینی برای اقدامات کارآفرینانه دارد. همچنین در این پژوهش، با معرفی ویژگی فردی نیاز به خودمختاری، به‌عنوان یک عامل تعدیل‌کننده، به شکاف موجود در ادبیات آموزش کارآفرینی پرداخته شد. این مساله که آیا نیاز به خودمختاری تأثیر حمایت دانشگاهی و اشتیاق کارآفرینی را بر نگرش مثبت دانشجویان نسبت به کارآفرینی، هنجارهای ذهنی و خودکارآمدی کارآفرینی تقویت می‌کند یا خیر مورد بررسی قرار خواهد گرفت، تا درک از این که چگونه دانشجویان مختلف از حمایت دانشگاه برای کارآفرینی بهره‌مند می‌شوند، ارتقاء داده شود.

دانشجویان در دانشگاه‌هایی که حمایت کارآفرینی فعال‌تری دارند، نگرش‌های مطلوب‌تری نسبت به کارآفرینی دارند، هنجارهای ذهنی مثبت‌تری را تجربه می‌کنند و خودکارآمدی کارآفرینی بالاتری دارند، که به نوبه خود، قصد کارآفرینی آنها را افزایش می‌دهد (Liu et al., 2022). در مورد نگرش مثبت نسبت به کارآفرینی، پشتیبانی آموزشی و توسعه مفهومی تکنیک‌ها و روش‌هایی مانند تحلیل بازار را ارائه می‌دهد که می‌تواند ارزش یک ایده تجاری را تأیید کند. سودآوری مورد انتظار و قابل مشاهده بودن فرصت‌های تجاری نقش عمده‌ای در تصمیم‌گیری برای توسعه یک کسب و کار ایفا می‌کند (Bhave, 1994). این نکات موجب تدوین فرضیه زیر شده است:

فرضیه ۲: حمایت ادراکی دانشگاه بر نگرش مثبت نسبت به کارآفرینی تأثیر معنادار و مثبتی دارد.
فرضیه ۳: حمایت ادراکی دانشگاه از طریق نگرش مثبت نسبت به کارآفرینی، تأثیر غیرمستقیم بر قصد کارآفرینی دانشجویان دارد.

از منظر هنجارهای سازمانی، حمایت از کارآفرینی از سوی دانشگاه‌ها نشان می‌دهد که کارآفرینی از نظر اجتماعی مطلوب است (Feldman, 1984). در برخی کشورها، دانشگاه‌ها می‌توانند بودجه عمومی را برای تحریک ایجاد سرمایه‌گذاری دانشجویی دریافت کنند که نشان‌دهنده علاقه عمومی به کارآفرینی است. در نتیجه، حمایت دانشگاه ممکن است منعکس‌کننده محیط‌های سازمانی و اجتماعی باشد که کارآفرینی را ترویج می‌کند. از این نظر، ارزشی که دانشگاه برای کارآفرینی قائل است ممکن است به ایجاد ادراکات مثبت از هنجارهای ذهنی نسبت به کارآفرینی کمک کند. در حالی که مطالعات تجربی در مورد ارتباط بین حمایت دانشگاه و هنجارهای ذهنی دانشجویان وجود ندارد، این تصور که محیط بیرونی ممکن است ادراک

داده‌اند که بسیاری از جاه‌طلبی‌های کارآفرینی دانشجویان با مانع مواجهه می‌شوند (Reyes, 2016). بنابراین، بسیار مهم است که دانشگاه‌ها با پرورش یک محیط کارآفرینی حمایتی و کمک به جامعه، خود را به عنوان بستر سرمایه‌گذاری‌های جدید قرار دهند (Saeed et al., 2015).

دانشگاه‌ها می‌توانند به طرق مختلف از کارآفرینی دانشجویی حمایت کنند. آنها می‌توانند دانش و مهارت‌هایی مانند تشخیص فرصت، توسعه طرح کسب و کار و کسب منابع را به دانشجویان بیاموزند (Zhang et al., 2014). دانشگاه‌ها می‌توانند این کار را در قالب دوره‌ها، کارگاه‌ها و کنفرانس‌ها انجام دهند. دانشگاه‌ها همچنین می‌توانند تجارب یادگیری از طریق فرصت کار بر روی پروژه‌های کارآفرینی، انجام کارآموزی در سرمایه‌گذاری‌های جدید و یا توسعه طرح‌های تجاری آموزش دهند (Saeed et al., 2018). در نهایت دانشجویان می‌توانند از ارائه الگوهای نقش و تشویق برای ایجاد شبکه‌های کارآفرینی بهره‌مند شوند. علاوه بر نقش تدریس سنتی، دانشگاه‌ها می‌توانند یک محیط کارآفرینی حمایتی را تقویت کنند (Trivedi, 2016). یکی از راه‌ها ایجاد آگاهی از کارآفرینی به عنوان یک گزینه شغلی آینده است. این مساله شامل ارائه ایده‌ها به دانشجویان و ایجاد انگیزه برای سرمایه‌گذاری است. راه دیگر استفاده از شهرت دانشگاه برای حمایت از کارآفرینی دانشجویی، تامین منابع مالی و خدمت به عنوان مشتریان اصلی کسب و کارهای جدید دانشجویان است. این نوع حمایت از نقش آموزشی به نقش تجاری سازی دانش دانشگاه‌ها منتقل می‌شود (Liu et al., 2022). با توجه به موارد فوق، فرضیه ذیل تدوین شد:

فرضیه ۱: حمایت ادراکی دانشگاه بر قصد کارآفرینی تأثیر معنادار و مثبتی دارد.

کارآفرینی می‌شود (Cardon and Kirk, 2015). بنابراین، با توجه به نقش حیاتی اشتیاق در موفقیت کسب و کار، منطقی است که قبل از ایجاد ریسک، اشتیاق ایجاد شود (Anjum et al., 2021). با شرکت در فعالیتهای تجاری مرتبط با هویت مهم خود، می‌توانید آگاهانه یک احساس مثبت قوی به دست آورید. در واقع اشتیاق یک نگرش مثبت قوی به رویدادهایی است که برای فرد مهم هستند و بنابراین پایدار هستند (De Mol et al., 2020).

اگرچه وظیفه کلی کارآفرین بودن ممکن است موضوع علاقه باشد، رویکرد منطقی‌تر بر سه بخش مختلف تمرکز دارد. کارآفرینان ممکن است این تفاوت‌ها را تجربه کنند، اما آنها همیشه در هسته فرآیند کسب و کار به روش‌های مختلف هستند. اولی اختراع محصولات یا خدمات جدید، دوم ایجاد سازمان‌های جدید و سوم توسعه این سازمان‌ها پس از بقا و موفقیت اولیه آنهاست (Cardon et al., 2009; Cardon et al., 2013).

فعالیت‌های مربوط به اختراع و اسکن محیط‌ها برای یافتن فرصت‌های جدید بازار، توسعه محصولات یا خدمات جدید و استفاده از مدل جدید است. کارآفرینی اغلب با تغییرات قابل توجهی در الگوهای اقتصادی یا اجتماعی همراه است (Cardon et al., 2009; Cardon et al., 2013). اشتیاق به تاسیس و راه‌اندازی کسب و کار، به یکپارچه سازی منابع مالی، انسانی و اجتماعی مورد نیاز برای ایجاد یک کسب و کار جدید مرتبط است. برای بسیاری از کارآفرینان، تمایل به ایجاد یک سازمان یک عامل انگیزشی مهم است. بنابراین، نقش اشتیاق بنیانگذار، برای خودپنداره کارآفرین، نقشی پیچیده و مرکزی است (Cardon et al., 2009; Cardon et al., 2013). اشتیاق به توسعه با رشد و گسترش استارت‌آپ‌ها مرتبط است. بسیاری از کارآفرینان با تمایل به یافتن یک سازمان

هنجارهای ذهنی را افزایش دهد، از فرضیه این پژوهش پشتیبانی می‌کند (Liu et al., 2022). بر اساس این مطالعات فرضیه زیر تدوین می‌شود:

فرضیه ۴: حمایت ادراکی دانشگاه بر هنجارهای ذهنی تاثیر معنادار و مثبتی دارد.

فرضیه ۵: حمایت ادراکی دانشگاه از طریق هنجارهای ذهنی ادراک شده تأثیر غیرمستقیم مثبتی بر قصد کارآفرینی دانشجویان دارد.

در نهایت، با توجه به مفهوم خودکارآمدی کارآفرینی، حمایت آموزشی و توسعه مفهومی کارآفرینی از سوی دانشگاه‌ها با هدف فراهم کردن ظرفیت‌هایی در زمینه‌های مرتبط با کارآفرینی است. چنین دانش و آگاهی کارآفرینی باید به دانشجویان اعتماد به نفس بدهد تا کسب و کار خود را شروع کنند و خودکارآمدی کارآفرینی خود را ارتقا دهند. این نوع حمایت‌ها با توانمندسازی دانشجویان برای غلبه بر موانع و ایجاد توانایی در راه‌اندازی یک کسب و کار جدید، خودکارآمدی کارآفرینی را در دانشجویان ایجاد می‌کند. تحقیقات تجربی نشان داده است که حمایت ادراکی آموزشی، مفهوم و حمایت از توسعه کسب و کار، خودکارآمدی کارآفرینی دانشجویان را شکل می‌دهد، که به نوبه خود تأثیر قابل توجهی بر مقاصد کارآفرینی دارد (Saeed et al., 2018). با توجه به مطالب فوق‌الذکر فرضیه‌های زیر تدوین شده است:

فرضیه ۶: حمایت ادراکی دانشگاه بر خودکارآمدی کارآفرینی تاثیر معنادار و مثبتی دارد.

فرضیه ۷: حمایت ادراکی دانشگاه از طریق خودکارآمدی کارآفرینی تأثیر غیرمستقیم مثبتی بر قصد کارآفرینی دانشجویان دارد.

اشتیاق کارآفرینی: اشتیاق یک پدیده قابل مشاهده در فرآیند کسب و کار است و فقدان اشتیاق منجر به قطع ارتباط کارآفرینان می‌شود که منجر به فروپاشی

منابع فیزیکی، حمایت عاطفی و کمک مالی (بورسیه) به دست آید. بنابراین، دانشگاه‌ها باید نقشی کلیدی در ارتقای کارآفرینی و تشویق دانشجویان به استفاده از آن به‌عنوان یک گزینه حرفه‌ای مناسب ایفا کنند.

نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده: کارآفرین شدن فی نفسه یک رفتار برنامه‌ریزی شده است تا تصمیمی خودجوش (Krueger et al., 2000). نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده نظریه اساسی برای توضیح قصد کارآفرینی است (Lopes et al., 2020) که توسط آجزن معرفی شد. نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده برای تجزیه و تحلیل عوامل مؤثر بر قصد و پیش بینی قصد استفاده می‌شود که آن را به ابزاری مفید در تحقیقات تبدیل می‌کند (Ajzen, 1991). این نظریه یک چارچوب انتقادی و مناسب برای توضیح رفتار برنامه‌ریزی شده فردی ارائه می‌دهد و بنابراین به محققان اجازه می‌دهد تا قصد کارآفرینی را با در نظر گرفتن عوامل فردی و اجتماعی به طور همزمان پیش‌بینی کنند (Liñán and Chen, 2009). نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده شامل سه متغیر است که بر قصد کارآفرینی تأثیر می‌گذارد، یعنی کنترل رفتاری ادراک شده (به عنوان مثال، افراد رفتاری را که باید اجرا شود با توجه به سهولت اجرای آن ارزیابی می‌کنند)، نگرش نسبت به کارآفرینی (باور شخصی به رفتارها یا اقدامات خاص، مانند کارآفرینی). روحیه، و هنجارهای ذهنی (دیدگاه‌های یک فرد در مورد آنچه که اطرافیان یا افراد دارای نفوذ، به عنوان مثال، والدین، دوستان یا همکاران، در مورد یک رفتار خاص (شروع سرمایه‌گذاری های تجاری) فکر می‌کنند. این متغیرها مستقیماً قصد کارآفرینی کارآفرینان را پیش‌بینی می‌کنند (Al-Jubari, 2019; Liñán et al., 2016).

از زمان معرفی نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده توسط آجزن، موضوع رفتار برنامه‌ریزی‌شده (در مقابل رفتار

انگیزه ندارند، بلکه با توسعه و گسترش آگاهانه کسب و کار خود انگیزه دارند (Cardon et al., 2013). این نکات موجب تدوین فرضیه‌های زیر شده است:

فرضیه ۸: اشتیاق کارآفرینی بر قصد کارآفرینی تأثیر معنادار و مثبتی دارد.

فرضیه ۹: اشتیاق کارآفرینی از طریق نگرش مثبت نسبت به کارآفرینی بر قصد کارآفرینی تأثیر غیرمستقیم مثبتی دارد.

فرضیه ۱۰: اشتیاق کارآفرینی از طریق هنجارهای ذهنی تأثیر غیرمستقیم مثبتی بر قصد کارآفرینی دارد.

فرضیه ۱۱: اشتیاق کارآفرینی از طریق خودکارآمدی کارآفرینی تأثیر غیرمستقیم مثبتی بر قصد کارآفرینی دارد.

در حالی که افراد با درجه بالایی از اشتیاق به کارآفرینی به دانش و مهارت‌های کسب و کار خود اطمینان دارند و تمایل بیشتری برای شروع یک کسب و کار دارند، بعید است که تأثیر مثبت آن با همه سازگار باشد. جهت‌گیری کارآفرینی، خودکارآمدی کارآفرینی، برنامه رشد کسب و کار، تسهیل و سیستم حمایت اجتماعی ممکن است تأثیر پیچیده و متقابلی بر احساسات و عواطف دانشجویان داشته باشد که مقاصد کارآفرینی را تشدید می‌کند (Saeed et al., 2018).

نیاز به حمایت و انگیزه دانشگاه برای افزایش هوش هیجانی دانشجویان وجود دارد. حمایت به دست آمده از دانشگاه برای تغییر باور فرد در توانایی انجام تعدادی از وظایف و افزایش انگیزه و تمایل فرد برای شروع یک کسب و کار ضروری است (Sahban et al., 2016). از آنجایی که دانشگاه‌ها به طرق مختلف از دانشجویان حمایت می‌کنند، درک اثربخشی این ابتکارات و میزان تأثیرگذاری آنها بر دانشجویان برای تبدیل کارآفرینی به یک انتخاب شغلی مهم است (Anjum et al., 2021). حمایت می‌تواند در قالب

تکانشی و خودجوش) هسته اصلی آن بوده است. نگرش کارآفرینانه و نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده هر دو قصد کارآفرینی را «از درون» تغییر می‌دهند، در حالی که هنجارهای ذهنی شامل تجزیه و تحلیل دلایلی است که باعث می‌شود قصد کارآفرینی مطابق با محیط بیرونی یک کارآفرین تغییر کند. زمانی که این متغیرها ارضاء شوند، قصد کارآفرینی کارآفرین قوی‌تر می‌شود و شانس بیشتری برای شروع واقعی کسب و کار دارند. از آنجایی که نگرش کارآفرینان نسبت به کارآفرینی در طول زمان تغییر می‌کند، قصد کارآفرینی آنها نیز با گذشت زمان تغییر می‌کند. بنابراین، آموزش عالی ممکن است چنین تغییری را از طریق آموزش یا تجربه درک کند، که احتمالاً می‌تواند خودکارآمدی و اثربخشی درک شده و امکان‌سنجی کارآفرینی را در دانشجویان افزایش دهد (Bell and Bell, 2016). نکات فوق‌الذکر موجب تدوین فرضیه‌های زیر شده است:

فرضیه ۱۲: اشتیاق کارآفرینی بر نگرش مثبت نسبت به کارآفرینی تأثیر معنادار و مثبتی دارد.

فرضیه ۱۳: اشتیاق کارآفرینی بر هنجارهای ذهنی تأثیر معنادار و مثبتی دارد.

فرضیه ۱۴: اشتیاق کارآفرینی بر خودکارآمدی کارآفرینی تأثیر معنادار و مثبتی دارد.

نیاز به خودمختاری: برخی از انگیزه‌های مرتبط با شروع یک کسب و کار شامل نیاز به موفقیت، نیاز به وابستگی و نیاز به خودمختاری است (Hayton et al., 2002). از بین تمام نیازهای شناسایی شده در ادبیات، خودمختاری به عنوان مرتبط‌ترین و متداول‌ترین انگیزه برای ایجاد سرمایه‌گذاری برجسته است (AI- (Jubari et al., 2017; Baluku et al., 2019). نیاز به خودمختاری به یک حالت ذاتی و انگیزشی اشاره دارد که علاقه‌مندی، جذب اطلاعات و رشد روانی فرد را تقویت می‌کند (Ryan and Deci, 2017). افرادی که

نیاز به خودمختاری دارند، کار خودگردان را ترجیح می‌دهند، از محدودیت‌ها و قوانین اجتناب می‌کنند و تمایل دارند مستقل تصمیم بگیرند. آنها همچنین عمیق‌تر در پردازش اطلاعات شرکت می‌کنند، سطح بالاتری از اراده و پشتکار در فعالیت‌ها نشان می‌دهند (Chen et al., 2021). با درگیر شدن فعالتر با محیط کارآفرینی، می‌توان انتظار داشت که دانشجویانی که نیاز زیادی به خودمختاری دارند نسبت به دانشجویانی که نیاز کمی به خودمختاری دارند، نگرش‌های مطلوب‌تری نسبت به کارآفرینی ایجاد کنند، زیرا آنها به حمایت‌های کارآفرینی ارائه شده توسط دانشگاه خود پاسخ مثبت و فعالانه‌تری می‌دهند. آنها از فرصت‌ها استفاده کامل می‌کنند و از فرصت‌های موجود برای تخمین بیشتر منافع و به حداقل رساندن هزینه‌های ایجاد سرمایه‌گذاری استفاده می‌کنند. دانشجویانی که نیاز زیادی به خودمختاری دارند، با انگیزه‌های کارآفرینانه، ممکن است تأیید بیشتری از دیگران را تجربه کنند و الگوهای نقش کارآفرینی بیشتری را مشاهده کنند که آنها را تشویق می‌کند تا مسئولیت‌های کارآفرینانه را برعهده بگیرند، در نتیجه منجر به هنجارهای ذهنی درک شده بالاتر می‌شود. آنها همچنین بهتر می‌توانند از دانش، مهارت‌ها و منابع به دست آمده از طریق حمایت دانشگاه استفاده کنند. بر این اساس، آنها به احتمال زیاد درگیر رفتارهای ریسک‌پذیر، حل مسئله و فرصت‌طلبی هستند. در نتیجه، تجربه بیشتری به دست می‌آورند که خودکارآمدی کارآفرینی آنها را افزایش می‌دهد (Liu et al., 2022). با توجه به موارد فوق، فرضیه‌های ذیل تدوین شد:

فرضیه ۱۵: اثرات مثبت اشتیاق کارآفرینی بر نگرش مثبت نسبت به کارآفرینی دانشجویانی که نیاز بالایی به خودمختاری دارند قوی‌تر است.

فرضیه ۱۹: اثرات مثبت حمایت ادراکی دانشگاه بر هنجارهای ذهنی دانشجویانی که نیاز بالایی به خودمختاری دارند قوی تر است.

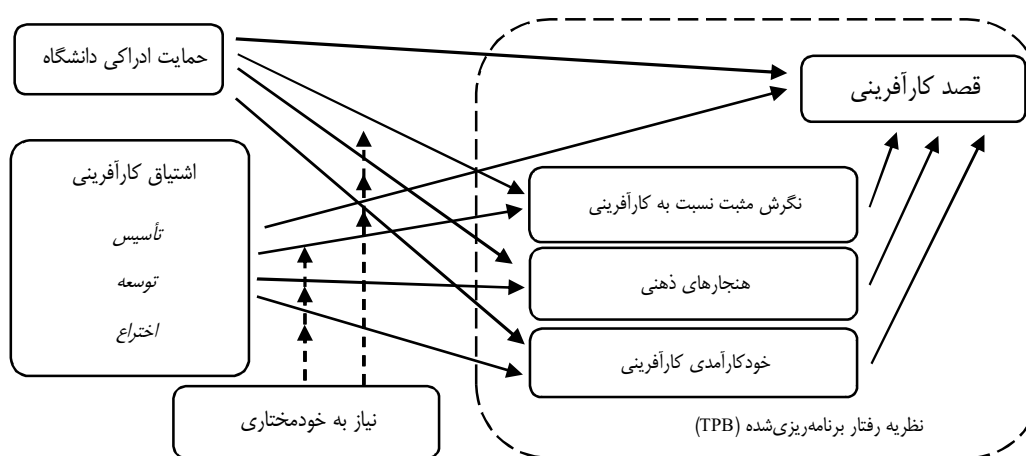
فرضیه ۲۰: اثرات مثبت حمایت ادراکی دانشگاه بر خودکارآمدی کارآفرینی دانشجویانی که نیاز بالایی به خودمختاری دارند قوی تر است.

با توجه به مطالب فوق و جهت جمع بندی مطالب، مدل پیشنهادی تحقیق حاضر در شکل ۱ ارائه می گردد:

فرضیه ۱۶: اثرات مثبت اشتیاق کارآفرینی بر هنجارهای ذهنی دانشجویانی که نیاز بالایی به خودمختاری دارند قوی تر است.

فرضیه ۱۷: اثرات مثبت اشتیاق کارآفرینی بر خودکارآمدی کارآفرینی دانشجویانی که نیاز بالایی به خودمختاری دارند قوی تر است.

فرضیه ۱۸: اثرات مثبت حمایت ادراکی دانشگاه بر نگرش مثبت نسبت به کارآفرینی دانشجویانی که نیاز بالایی به خودمختاری دارند قوی تر است.



شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش (محقق ساخته)

روش های ارتباطی نظیر تلگرام یا اینستاگرام آنها موجود بود، ارسال گردید و از آنها خواسته شد که برای سایر دانشجویان در دانشگاه های استان خوزستان ارسال کنند. با استفاده از فرمول کوکران، حداقل تعداد نمونه، ۳۸۴ نفر در نظر گرفته شد. پرسشنامه بصورت الکترونیکی از طریق شبکه اینترنت در اختیار افراد مختلف قرار گرفت که پس از جمع آوری و بررسی آنها تعداد ۴۴۷ پرسشنامه قابل استفاده به دست آمد. ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش، پرسشنامه با طیف لیکرت است. پرسشنامه شامل ۴۱ گویه است که ۱۲ گویه مربوط به حمایت ادراکی دانشگاه با استفاده از پرسشنامه (Kraaijenbrink et

روش شناسی

تحقیق حاضر از منظر هدف، کاربردی و از حیث گردآوری داده ها، از نوع پژوهش های توصیفی محسوب می شود که به روش همبستگی علی اجرا شده است. جامعه آماری این پژوهش شامل دانشجویان استان خوزستان بوده است. از آن جایی که این جامعه آماری از حجم و وسعت جغرافیائی زیادی برخوردار است و امکان مراجعه به تمام آنها میسر نیست، ناگزیر جمعی از آنها به عنوان نمونه با روش نمونه گیری در دسترس و به صورت گلوله برفی انتخاب شد. بدین ترتیب که لینک اینترنتی پرسشنامه برای دانشجویانی که ایمیل، شماره واتساپ یا سایر

ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که در جدول ۲ قابل مشاهده است. در تحلیل داده ها برای آزمون فرضیات و مدل، از معادلات ساختاری مبتنی بر واریانس با روش حداقل مربعات جزئی و از نرم افزارهای SPSS 24 و Smart PLS 3.3.9 استفاده گردیده است. از مدل یابی Smart PLS 3 می توان ضرایب رگرسیون استاندارد را برای مسیرها، ضرایب تعیین را برای متغیرهای درونی و اندازه شاخص ها را برای مدل مفهومی به دست آورد (Wu, 2010).

یافته ها

توصیف جمعیت شناختی: از مجموع ۴۴۷ نفر از نمونه آماری، تعداد ۲۷۹ نفر مرد (۶۲/۴٪) و ۱۶۸ نفر زن (۳۷/۶٪) بودند، سن اکثر افراد پاسخ دهنده (۲۴۷ نفر، ۵۵/۳٪) بین ۱۸ تا ۲۵ سال و کمترین فراوانی، ۴۵ سال به بالا (۱۱ نفر، ۲/۵٪) بوده است. از نظر مدرک تحصیلی نیز بیشترین فراوانی ۲۴۷ نفر (۵۸/۱۸٪) کارشناسی و کمترین تعداد ۳۳ نفر (۷/۴٪) مدرک دکتری بودند. همچنین ۱۹۵ نفر (۴۳/۶٪) سابقه مطالعه درس کارآفرینی در دانشگاه را داشتند در حالی که ۲۵۲ نفر (۵۶/۴٪) سابقه مطالعه آن را نداشتند.

(al., 2010) بوده و ۱۱ گویه برای اندازه گیری اشتیاق کارآفرینی (شامل ۴ گویه مربوط به اشتیاق کارآفرینی برای اختراع، ۳ گویه مربوط به اشتیاق کارآفرینی برای تأسیس و ۴ گویه مربوط به اشتیاق کارآفرینی برای توسعه با استفاده از پرسشنامه (Cardon et al., 2013) است. به علاوه، ۳ گویه مربوط به خودمختاری با بهره گیری از پرسشنامه (Steers and Braunstein, 1976) در ابزار سنجش تحقیق بکار رفته است. در نهایت، برای سنجش عوامل نظریه رفتار برنامه ریزی شده (شامل ۴ گویه نگرش مثبت نسبت به کارآفرینی، ۳ گویه هنجارهای ذهنی، ۴ گویه خودکارآمدی کارآفرینی و ۴ گویه قصد کارآفرینی) از پرسشنامه (Moriano et al., 2012) استفاده شده است (پرسشنامه تحقیق حاضر در ضمیمه آورده شده است). برای ارزیابی و سنجش روایی پرسشنامه از روش اعتبار صوری استفاده شد. بدین ترتیب که پرسشنامه، پس از مشورت با متخصصان و خبرگان، نهایی و تدوین شد و در بین جامعه آماری توزیع گردید. این خبرگان شامل استادان دانشگاه متخصص در زمینه های مدیریت کسب و کار و کارآفرینی، با مرتبه استادیار، دانشیار و استاد بودند. همچنین جهت پایایی ابزار گردآوری داده های پژوهش از روش

جدول ۱- وضعیت جمعیت شناسی پاسخ دهندگان

متغیرها	طبقات	فراوانی	درصد فراوانی (%)
جنسیت	مرد	۲۷۹	۶۲/۴
	زن	۱۶۸	۳۷/۶
سن	۱۸ الی ۲۵ سال	۲۴۷	۵۵/۳
	۲۶ الی ۳۵	۱۳۴	۳۰/۰
	۳۶ الی ۴۵ سال	۵۵	۱۲/۳
	بالای ۴۵ سال	۱۱	۲/۵
تحصیلات	فوق دیپلم و کمتر	۳۲	۷/۲
	کارشناسی	۲۱۹	۴۹/۰
	کارشناسی ارشد	۱۶۳	۳۶/۵
سابقه مطالعه درس کارآفرینی	دکتری	۳۳	۷/۴
	بله	۱۹۵	۴۳/۶
	خیر	۲۵۲	۵۶/۴

آمار توصیفی متغیرها: در این پژوهش از شاخص‌های توصیفی شامل میانگین، واریانس و انحراف معیار استفاده شده است. همچنین جهت بررسی نرمال بودن متغیرهای تحقیق از آزمون کلموگروف - اسمیرنوف استفاده گردیده که نتایج، در جدول ۱ آورده شده است. در آزمون مذکور، در صورتی که سطح معناداری از ۵ درصد بیشتر باشد توزیع متغیر نرمال می‌باشد و اگر سطح معناداری کمتر از ۵ درصد باشد توزیع متغیرها نرمال نیستند. با توجه به نتایج به دست آمده (معناداری کمتر از ۵ درصد) مشخص است که داده‌های این پژوهش از توزیع نرمال برخوردار نیستند و بنابراین لازم است از نرم افزارهایی مثل PLS استفاده شود که پیش فرض نرمال بودن توزیع داده‌ها را ندارند.

جدول ۲- آمارهای توصیفی گویه‌ها و متغیرها

متغیر	گویه	میانگین	انحراف معیار	واریانس	آلفای کرونباخ	پارامترهای توصیفی		
						انحراف معیار	واریانس	میانگین
حمایت ادراکی دانشگاه	PUS 01	۴/۰۵	۰/۹۰۱	۰/۸۱۲	۰/۹۱۶	۰/۷۷۴	۰/۵۵۹	۳/۹۵۸
	PUS 02	۴/۰۷	۰/۹۶۶	۰/۹۳۴				
	PUS 03	۴/۱۰	۱/۰۲۳	۱/۰۴۷				
	PUS 04	۴/۲۳	۰/۹۱۲	۰/۸۳۱				
	PUS 05	۳/۷۹	۱/۱۰۵	۱/۲۲۰				
	PUS 06	۳/۸۹	۱/۰۳۶	۱/۰۷۳				
	PUS 07	۴/۰۰	۱/۱۱۴	۱/۲۴۰				
	PUS 08	۳/۸۹	۱/۱۲۴	۱/۲۶۳				
	PUS 09	۳/۹۴	۱/۰۸۷	۱/۱۸۲				
	PUS 10	۳/۹۷	۱/۱۲۸	۱/۲۷۳				
	PUS 11	۳/۸۱	۱/۲۲۹	۱/۵۱۰				
	PUS 12	۳/۷۷	۱/۲۰۱	۱/۴۴۴				
اشتقاق کارآفرینی	EPD 01	۴/۳۲	۰/۸۰۲	۰/۶۴۳	۰/۸۲۰	۰/۷۵۷	۰/۴۳۲	۴/۱۰۵
	EPD 02	۴/۰۱	۰/۸۲۸	۰/۶۸۶				
	EPD 03	۴/۴۱	۰/۷۵۲	۰/۵۶۵				
	EPD 04	۴/۳۵	۰/۷۷۰	۰/۵۹۲				
	EPF 01	۴/۱۹	۰/۹۲۳	۰/۸۵۲				
	EPF 02	۴/۳۸	۰/۸۱۷	۰/۶۶۷				
	EPF 03	۴/۱۲	۰/۹۱۳	۰/۸۳۳				
	EPI 01	۳/۸۹	۱/۱۱۵	۱/۲۴۳				
	EPI 02	۴/۰۰	۱/۰۰۴	۱/۰۰۹				
	EPI 03	۴/۳۰	۰/۶۵۵	۰/۴۲۹				
	EPI 04	۴/۲۳	۰/۷۹۱	۰/۶۲۵				
	نگرش مثبت نسبت به	ATE 01	۴/۳۰	۰/۵۹۹				
ATE 02		۴/۴۷	۰/۶۳۱	۰/۳۹۸				

متغیر	گویه	میانگین	انحراف معیار	واریانس	آلفای کرونباخ	پارامترهای توصیفی		
						انحراف معیار	واریانس	میانگین
کارآفرینی	ATE 03	۴/۳۵	۰/۷۷۰	۰/۵۹۲	۰/۸۱۲	۱/۰۲۶	۱/۰۵۲	۳/۵۱۲
	ATE 04	۴/۴۸	۰/۶۲۴	۰/۳۸۹				
هنجارهای ذهنی	SN 01	۳/۴۳	۱/۱۸۸	۱/۴۱۲	۰/۸۱۲	۱/۰۲۶	۱/۰۵۲	۳/۵۱۲
	SN 02	۳/۵۵	۱/۲۰۴	۱/۴۵۰				
	SN 03	۳/۵۵	۱/۲۱۷	۱/۴۸۱				
خودکارآمدی کارآفرینی	ESE 01	۴/۰۱	۰/۸۹۰	۰/۷۹۱	۰/۹۲۹	۰/۹۳۵	۰/۸۷۵	۴/۰۴۲
	ESE 02	۴/۰۰	۰/۹۶۰	۰/۹۲۲				
	ESE 03	۴/۱۳	۱/۱۹۸	۱/۴۳۵				
	ESE 04	۳/۹۲	۱/۰۵۱	۱/۱۰۴				
نیاز به خودمختاری	NFA 01	۴/۰۳	۱/۰۵۸	۱/۱۲۰	۰/۷۰۶	۰/۸۹۳	۰/۷۹۸	۳/۶۹۹
	NFA 02	۳/۶۳	۱/۱۷۴	۱/۳۷۸				
	NFA 03	۳/۴۴	۱/۱۴۱	۱/۳۰۱				
قصد کارآفرینی	EI 01	۴/۱۵	۰/۹۱۸	۰/۸۴۲	۰/۸۴۰	۰/۶۴۴	۰/۴۱۵	۴/۳۱۳
	EI 02	۴/۲۶	۰/۸۰۳	۰/۶۴۶				
	EI 03	۴/۴۳	۰/۶۵۶	۰/۴۳۰				
	EI 04	۴/۴۲	۰/۷۳۴	۰/۵۳۹				

ارزیابی پایایی و روایی مدل اندازه‌گیری: در پایایی تک بعدی هر متغیر آشکار باید با یک مقدار بار عاملی بزرگ، یعنی فقط به یک متغیر پنهان بارگذاری شوند. طبق برخی مطالعات نیز مقدار بار عاملی مناسب برای سنجها (گویه‌ها) باید مقداری بالاتر از ۰/۷ باشد (Hair et al., 2017)، گویه‌های با بار عاملی ۰/۴ تا ۰/۷ نیز، تنها زمانی قابل قبول هستند که حذف این گویه‌ها کمکی به افزایش پایایی ترکیبی و میانگین واریانس استخراج شده نکنند یا تغییرات بسیار اندکی را باعث شوند (محسنین و اسفندیانی، ۱۳۹۶).

آلفای کرونباخ، معیاری کلاسیک برای سنجش پایایی و سنجهای مناسب برای ارزیابی پایداری درونی (سازگاری درونی) محسوب می‌گردد. مقدار آلفای کرونباخ برای محاسبه هر شاخص، پایداری درونی ابزار اندازه‌گیری به کار برده شده محسوب می‌گردد که مقدار بالاتر از ۰/۷ نشان دهنده پایایی قابل قبول

است (Cronbach, 1951). در روش PLS معیار جدیدتری به نام پایایی ترکیبی (CR) یا همان ضریب اطمینان ساختاری وجود دارد. در صورتی که مقدار CR برای هر سازه‌ای بالاتر از ۰/۷ باشد، نشان از پایداری درونی مناسب برای مدل‌های اندازه‌گیری است. روایی همگرا، میزان همبستگی مثبت بین یک گویه با سایر گویه‌های یک متغیر پنهان است؛ بدین صورت که مجموعه گویه‌ها، سازه را تبیین می‌کند. مقدار واریانس استخراج شده (AVE) بالاتر از ۰/۵ روایی همگرایی قابل قبول را نشان می‌دهد. شاخص افزونگی، نشان‌دهنده قدرت پیش‌بینی چارچوب مفهومی تحقیق است. در صورتی که مقدار شاخص افزونگی در مورد یک متغیر پنهان درونزا، صفر یا کمتر از صفر باشد، نشان دهنده این است که روابط بین آن متغیر پنهان و دیگر متغیرهای پنهان چارچوب مفهومی به خوبی تبیین نشده و در نتیجه

پیش‌بینی‌کنندگی وجود نخواهد داشت (حسینی و دیگران، ۱۳۹۷). تمامی مقادیر ذکر شده در جدول ۴ آمده است.

جدول ۳- تحلیل عاملی تأییدی (بارهای عاملی)

بار عاملی	گویه‌ها	متغیر	بار عاملی	گویه‌ها	متغیر	بار عاملی	گویه‌ها	متغیر
۰/۹۲۷	SN 02	هنجارهای ذهنی	۰/۶۷۱	EPD 03	اشتیاق کارآفرینی	۰/۶۹۶	PUS 01	حمایت ادراکی دانشگاه
۰/۹۴۲	SN 03		۰/۷۹۶	EPD 04		۰/۶۸۹	PUS 02	
۰/۷۵۳	NFA 01	نیاز به خود مختاری	۰/۶۳۴	EPF 01	۰/۷۵۸	PUS 03		
۰/۸۱۲	NFA 02		۰/۶۰۳	EPF 02	۰/۶۲۵	PUS 04		
۰/۷۶۵	NFA 03		۰/۶۶۰	EPF 03	۰/۶۸۳	PUS 05		
۰/۹۲۴	ESE 01	خودکارآمدی کارآفرینی	۰/۵۴۸	EPI 01	۰/۷۷۸	PUS 06		
۰/۹۲۷	ESE 02		۰/۷۶۱	EPI 02	۰/۷۳۹	PUS 07		
۰/۸۶۷	ESE 03		۰/۵۱۴	EPI 03	۰/۷۷۱	PUS 08		
۰/۹۲۸	ESE 04		۰/۵۵۸	EPI 04	۰/۷۷۰	PUS 09		
۰/۸۴۹	EI 01	قصد کارآفرینی	۰/۸۴۹	ATE 01	نگرش مثبت نسبت به کارآفرینی	۰/۷۵۵	PUS 10	
۰/۷۴۰	EI 02		۰/۸۹۵	ATE 02		۰/۷۵۱	PUS 11	
۰/۸۸۷	EI 03		۰/۷۷۵	ATE 03		۰/۷۹۶	PUS 12	
۰/۸۳۹	EI 04		۰/۷۴۳	ATE 04		۰/۷۸۳	EPD 01	
			۰/۷۶۹	SN 01	هنجارهای ذهنی	۰/۷۱۳	EPD 02	کارآفرینی

جدول ۴- مقادیر آلفای کرونباخ، CR، AVE، Q²، R²

R ²	مقادیر اشتراکی	Q ²	AVE	CR	آلفای کرونباخ	متغیر
۰/۱۹	-	۰/۰۲	۰/۵	۰/۷	۰/۷	ملاک قبولی بیشتر از
--	۰/۴۳۵	-	۰/۵۲۰	۰/۹۲۸	۰/۹۱۶	حمایت ادراکی دانشگاه
--	۰/۴۶۶	-	۰/۵۴۳	۰/۸۶۵	۰/۸۲۷	اشتیاق کارآفرینی
۰/۳۶۱	۰/۴۵۰	۰/۲۳۴	۰/۶۶۹	۰/۸۸۹	۰/۸۳۵	نگرش مثبت نسبت به کارآفرینی
۰/۲۴۹	۰/۴۸۵	۰/۱۷۶	۰/۷۳۱	۰/۸۸۹	۰/۸۱۱	هنجارهای ذهنی
۰/۲۳۷	۰/۷۰۰	۰/۱۸۳	۰/۸۳۲	۰/۹۵۲	۰/۹۳۴	خودکارآمدی کارآفرینی
۰/۵۳۴	۰/۴۸۱	۰/۳۶۰	۰/۶۹۰	۰/۸۹۹	۰/۸۵۰	قصد کارآفرینی
--	۰/۲۴۳	-	۰/۶۲۰	۰/۸۳۰	۰/۷۰۲	نیاز به خودمختاری

مدل، حاکی از آن است که یک سازه در مدل تعامل بیشتری با شاخص‌های خود دارد تا با سازه‌های دیگر (حسینی و دیگران، ۱۳۹۷).

فورنل-لاکر، معیار مهم دیگری است که با روایی واگرا مشخص می‌گردد و میزان رابطه یک سازه با شاخص‌هایش در مقایسه رابطه آن سازه با سایر سازه‌ها است؛ به طوری که روایی واگرایی قابل یک

جدول ۵- نتایج آزمون فورنل-لاکر

متغیر	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷
۱- حمایت ادراکی دانشگاه	۰/۷۸۷						
۲- اشتیاق کارآفرینی	۰/۳۴۷	۰/۷۲۱					
۳- نگرش مثبت نسبت به کارآفرینی	۰/۵۸۶	۰/۳۲۸	۰/۸۱۸				
۴- هنجارهای ذهنی	۰/۴۹۱	۰/۲۵۶	۰/۲۹۷	۰/۸۵۵			
۵- خودکارآمدی کارآفرینی	۰/۴۵۶	۰/۳۱۹	۰/۴۶۲	۰/۲۲۷	۰/۹۱۲		
۶- قصد کارآفرینی	۰/۶۷۴	۰/۳۵۰	۰/۵۴۲	۰/۴۷۰	۰/۴۶۶	۰/۸۳۱	
۷- نیاز به خودمختاری	۰/۴۳۶	۰/۱۶۶	۰/۲۱۱	۰/۵۳۱	۰/۰۷۱	۰/۲۶۰	۰/۷۸۷

نظر گرفته می‌شود. با توجه به نتایج به دست آمده می‌توان بیان کرد که برازش کلی مدل در حد بسیار مطلوبی قرار دارد (آذر و غلامزاده، ۱۳۹۵).

در نهایت برای برازش کلی مدل از معیاری به نام GOF استفاده می‌شود که در آن سه مقدار ۰/۲۵، ۰/۰۱ و ۰/۳۶ به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی در

$$GOF = \sqrt{Communalities \times R^2}$$

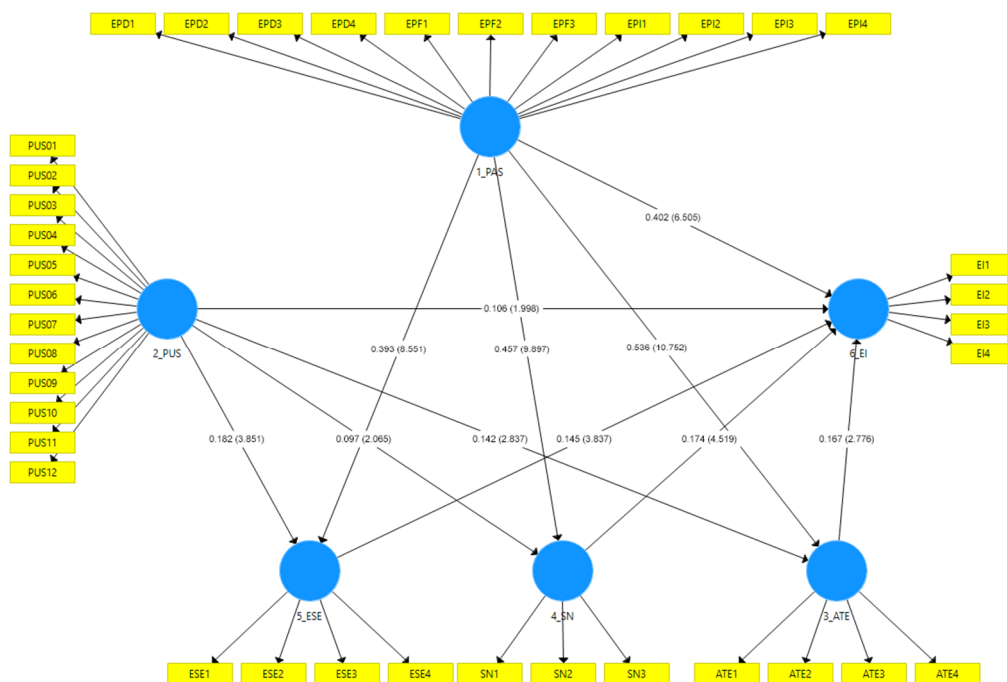
جدول ۶- نتایج برازش کلی مدل

GOF	Communalities	R ²
۰/۴۰۱	۰/۴۶۶	۰/۳۴۵

پژوهش را نشان می‌دهد که مقادیر t، ضرایب مسیر و مقادیر p متناظر آن‌ها ارائه شده‌اند.

بررسی فرضیه‌های پژوهش

در جدول ۷ خلاصه‌ای از نتایج به دست آمده در این



شکل ۲- نتایج اجرای الگوی نهایی تحقیق

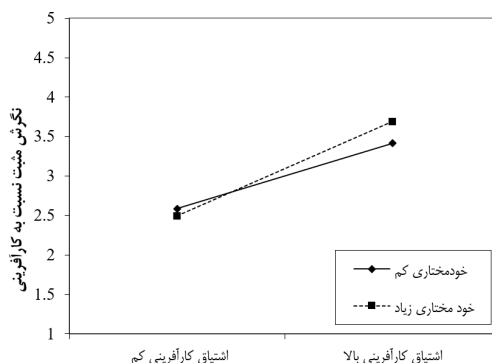
جدول ۷- آزمون فرضیه‌های پژوهش

نتیجه	<i>p</i> -value	β	<i>t</i>	مسیر	فرضیه
تأیید	۰/۰۴۵	۰/۱۰۶*	۱/۹۹۸	حمایت ادراکی دانشگاه ← قصد کارآفرینی	۱
تأیید	۰/۰۰۵	۰/۱۴۲**	۲/۸۳۷	حمایت ادراکی دانشگاه ← نگرش مثبت به کارآفرینی	۲
تأیید	۰/۰۳۶	۰/۰۳۸*	۲/۰۱۵	حمایت ادراکی دانشگاه ← نگرش مثبت به کارآفرینی ← قصد کارآفرینی	۳
تأیید	۰/۰۳۹	۰/۰۹۷**	۲/۰۶۵	حمایت ادراکی دانشگاه ← هنجارهای ذهنی	۴
تأیید	۰/۰۲۵	۰/۰۲۱*	۲/۱۰۸	حمایت ادراکی دانشگاه ← هنجارهای ذهنی ← قصد کارآفرینی	۵
تأیید	۰/۰۰۰	۰/۱۸۲**	۳/۸۵۱	حمایت ادراکی دانشگاه ← خودکارآمدی کارآفرینی	۶
تأیید	۰/۰۰۷	۰/۰۲۶**	۲/۷۱۷	حمایت ادراکی دانشگاه ← خودکارآمدی کارآفرینی ← قصد کارآفرینی	۷
تأیید	۰/۰۰۰	۰/۴۰۲**	۶/۵۰۵	اشتیاق کارآفرینی ← قصد کارآفرینی	۸
تأیید	۰/۰۰۴	۰/۰۸۹**	۲/۸۹۲	اشتیاق کارآفرینی ← نگرش مثبت به کارآفرینی ← قصد کارآفرینی	۹
تأیید	۰/۰۰۰	۰/۰۸۰**	۴/۲۶۳	اشتیاق کارآفرینی ← هنجارهای ذهنی ← قصد کارآفرینی	۱۰
تأیید	۰/۰۰۰	۰/۰۵۷**	۳/۵۷۶	اشتیاق کارآفرینی ← خودکارآمدی کارآفرینی ← قصد کارآفرینی	۱۱
تأیید	۰/۰۰۰	۰/۵۳۶**	۱۰/۷۵۲	اشتیاق کارآفرینی ← نگرش مثبت به کارآفرینی	۱۲
تأیید	۰/۰۰۰	۰/۴۵۷**	۹/۸۹۷	اشتیاق کارآفرینی ← هنجارهای ذهنی	۱۳
تأیید	۰/۰۰۰	۰/۳۹۳**	۸/۵۵۱	اشتیاق کارآفرینی ← خودکارآمدی کارآفرینی	۱۴

** سطح معناداری ۰/۰۱؛ * سطح معناداری ۰/۰۵

کارآفرینی بر خودکارآمدی کارآفرینی ($p < 0/05$)
 قوی‌تر است بنابراین $\beta = 0/41$ ، $p < 0/05$ ؛ $\beta = 0/10$ ، $p < 0/05$ فرضیه‌های ۱۶ ($p > 0/05$)
 و ۱۷ ($\beta = -0/02$) و ۱۷ ($p > 0/05$)، $\beta = 0/03$ تایید نگردید.

تحلیل نقش تعدیل‌کننده نیاز به خودمختاری: رابطه
 بین اشتیاق کارآفرینی و نیاز به خودمختاری به طور
 قابل توجهی با نگرش مثبت نسبت به کارآفرینی
 ($\beta = 0/18$ ، $p < 0/05$) مرتبط است. هر چه نیاز
 دانشجویان به خودمختاری بیشتر باشد، تأثیر اشتیاق



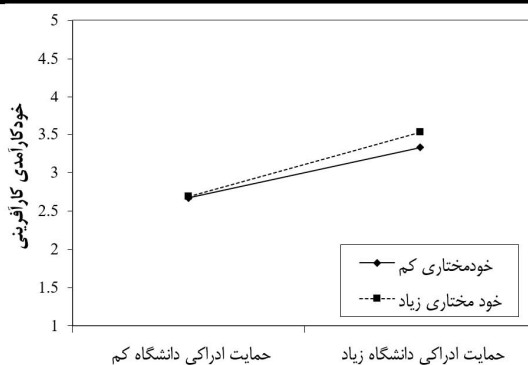
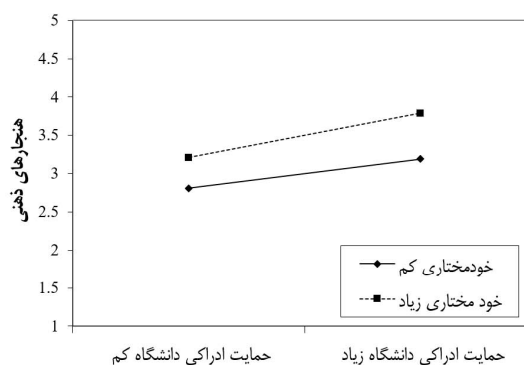
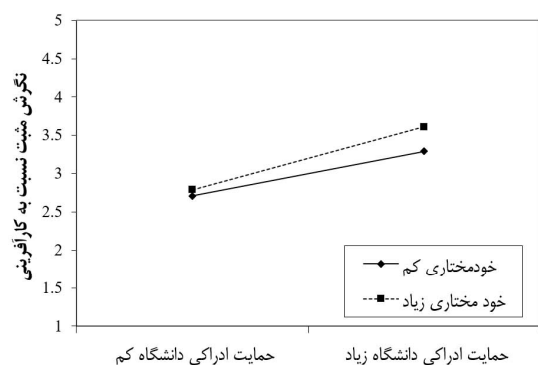
شکل ۳ الف- رابطه تعدیل‌گری نیاز به خودمختاری میان اشتیاق کارآفرینی بر نگرش مثبت به کارآفرینی

نسبت به کارآفرینی ($\beta = 0/12$ ، $p < 0/05$)، هنجارهای
 ذهنی ($\beta = 0/10$ ، $p < 0/05$)، و خودکارآمدی کارآفرینی

همچنین رابطه بین حمایت ادراکی دانشگاه و نیاز
 به خودمختاری به‌طور قابل توجهی با نگرش مثبت

ذهنی ($\beta=0/19, p<0/05$; $\beta=0/50, p<0/05$) و خودکارآمدی کارآفرینی ($\beta=0/33, p<0/05$; $\beta=0/11, p<0/05$) قوی تر است بنابراین فرضیه های ۱۸، ۱۹ و ۲۰ تایید می گردد.

($\beta=0/09, p<0/05$) مرتبط است. هر چه نیاز دانشجویان به خودمختاری بیشتر باشد، تأثیر حمایت ادراکی دانشگاه بر نگرش مثبت نسبت به کارآفرینی ($\beta=0/29, p<0/05$; $\beta=0/20, p<0/05$)، هنجارهای



شکل ۳ ب- رابطه تعدیل‌گری نیاز به خودمختاری میان حمایت ادراکی دانشگاه بر نگرش مثبت به کارآفرینی، هنجارهای ذهنی و خودکارآمدی کارآفرینی

اشتیاق کارآفرینی بر قصد کارآفرینی دانشجویان و تبیین نقش واسطه‌ای متغیرهای انگیزشی نظریه رفتار برنامه ریزی شده بود. در واقع نقطه تمایز مطالعه حاضر و در واقع نوآوری آن، مطالعه‌ای برای ترکیب روابط میان متغیرها (براساس روابط مشاهده شده در ادبیات و پیشینه پژوهش) و ارائه یک مدل پیشنهادی جدید است و تلاش شده است، یک الگوی بدیعی میان متغیرها ارائه شود تا قصد کارآفرینی از دیدگاه جامع و نوینی تبیین گردد.

بحث و نتیجه‌گیری

اهمیت کارآفرینی در ایجاد ثروت در جامعه و مشاغل مورد تاکید بسیاری از محققان قرار گرفته است. کارآفرینی نیروی محرکه‌ای برای ایجاد فرصت‌های شغلی جدید، رقابت و رشد منطقه‌ای و ملی و همچنین داشتن مزایای اقتصادی و اجتماعی قابل توجه است (Vodă and Florea, 2019). اگر چه عوامل مختلفی در تصمیم‌گیری برای تبدیل شدن به یک کارآفرین نقش مهمی ایفا می‌کنند، اما تمرکز اصلی این پژوهش بر نقش حمایت ادراکی دانشگاه و

نگرش مثبت نسبت به کارآفرینی، هنجارهای ذهنی و خودکارآمدی کارآفرینی و اشتیاق کارآفرینی بر نگرش مثبت نسبت به کارآفرینی برای دانشجویانی که نیاز زیادی به خودمختاری دارند، مرتبط است.

عوامل محیطی مانند حمایت دانشگاه در برخی از مطالعات کارآفرینی مورد بررسی قرار گرفته است. به عنوان مثال تحقیقات پیشین مختلفی (محبوبی و دیگران، ۱۳۹۷؛ Turker and Selcuk, 2009) تأثیر حمایت آموزشی ادراک شده را بر قصد کارآفرینی دانشجویان تحلیل کردند. به طور مشابه مطالعات دیگری نیز (غیاثوند غیثی، ۱۳۹۸؛ Walter et al., 2013) به ارتباط بین برنامه‌های حمایت از کارآفرینی و افزایش قصد خوداشتغالی دانشجویان پرداختند. تأثیر غیرمستقیم حمایت دانشگاه بر قصد کارآفرینی دانشگاهی محققان از طریق نگرش نسبت به کارآفرینی (Feola et al., 2019) و همچنین تأثیر غیرمستقیم حمایت درک شده دانشگاه بر قصد کارآفرینی از طریق خودکارآمدی کارآفرینی دانشجویان به طور جداگانه تأیید شده است (Saeed et al., 2015). یافته‌های این پژوهش با مطالعات پیشین (کریمی و دیگران، ۱۳۹۸؛ Anjum et al., 2022) همخوانی دارد.

با توجه به تایید رابطه نگرش مثبت نسبت به کارآفرینی و قصد کارآفرینی، می‌توان این‌گونه تفسیر کرد که دانشجویان ممکن است کارآفرین بودن را به عنوان یک گزینه شغلی مطلوب تلقی کنند و کارآفرین بودن را دارای مزایایی بدانند. این مزایا می‌تواند شامل درآمد بیشتر، موقعیت اجتماعی، آینده بهتر و ... باشد. در خصوص تایید رابطه هنجارهای ذهنی و قصد کارآفرینی، نتایج نشان داد که خانواده، همسالان و دوستان دانشجویان معتقدند که شروع یک سرمایه‌گذاری جدید چیز خوبی است و حتی برخی از اعضای خانواده و دوستان ترجیح می‌دهند در مراحل

یافته‌های پژوهش نشان داد که حمایت ادراکی دانشگاه از کارآفرینی به‌طور مثبت و معناداری بر قصد کارآفرینی دانشجویان تأثیر دارد. بنابراین می‌توان گفت رابطه مثبتی میان حمایت دانشگاهی با قصد کارآفرینی دانشجویان وجود دارد. دانشگاه‌ها، مربیان، اساتید، اعضای هیات علمی و گروه‌های آموزشی باید با حمایت‌های مستمر آموزشی و مشوق‌های پژوهشی نظیر ارائه دوره‌های آموزشی، کارآموزی، کنفرانس‌ها و همایش‌های کارآفرینی و نظایر این موارد به خلق و توسعه یک اکوسیستم کارآفرینی و راه‌اندازی کسب و کار از سوی دانشجویان یاری رسانند. در این مورد پیشنهاد می‌شود که دانشگاه‌ها به طور مستمر ادراکات دانشجویان را از حمایت‌های کارآفرینی که ارائه می‌کنند و همچنین تأثیر آنها بر دانشجویان را ارزیابی و سنجش کنند. همچنین پیشنهاد می‌شود که سیاست‌گذاران و دانشگاهیان باید برنامه‌های کارآفرینی دانشگاهی را در اولویت قرار دهند و در نتیجه آموزش‌های تجاری تأثیرگذارتری ایجاد کنند. برنامه‌های کارآفرینی آموزشی باید بر مهارت‌های فنی مانند برنامه‌ریزی کسب و کار و جنبه‌های احساسی تأکید کنند. در نهایت پیشنهاد می‌شود که برای ایجاد قصد کارآفرینی در بین دانشجویان، داستان‌های انگیزشی کارآفرینان موفق از طریق سمینارهای تجاری، کنفرانس‌ها، رویدادهای شرکتی و ... به دانشجویان آموزش داده شود.

حمایت ادراکی دانشگاه از طریق نگرش مثبت به کارآفرینی، هنجارهای ذهنی و خودکارآمدی کارآفرینی مرتبط است. همچنین نتایج نشان داد که اشتیاق کارآفرینی بر قصد کارآفرینی دانشجویان تأثیر مثبت و معناداری دارد. علاوه بر این، نتایج نشان داد که دانشجویان مختلف به طور متفاوتی از حمایت دانشگاه و اشتیاق کارآفرینی بهره‌مند می‌شوند. به طور خاص، محیط حمایتی دانشگاه برای کارآفرینی به

اولیه با یک کارآفرین کار کنند و به او کمک کنند. همچنین در مورد رابطه بین خودکارآمدی و قصد کارآفرینی، نتایج نشان داد که دانشجویانی که دارای انگیزه و اعتماد به نفس بالایی در مهارت‌های خود هستند، در تلاش و کوشش پایدارتر و پیگیرتر هستند و جزئیات عملی را برای ایجاد یک مهارت می‌دانند. دیگر توجیه می‌تواند این باشد که برخی از دانشجویان ممکن است آموزش هدفمندی را از دانشگاه‌ها یا مؤسسات دریافت کرده باشند که خودکارآمدی و جهت‌گیری کارآفرینانه دانشجویان را برای ایجاد یک سرمایه‌گذاری جدید حفظ می‌کنند.

از سوی دیگر، اشتیاق کارآفرینی نقش حیاتی در توسعه قصد کارآفرینی در دانشجویان ایفا می‌کند. یافته‌ها نشان می‌دهد که بین اشتیاق کارآفرینی (برای اختراع، تاسیس و توسعه) با قصد کارآفرینی رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد. یافته‌های این پژوهش با مطالعات پیشین (Cardon et al., 2013; Anjum et al., 2021; Karimi, 2019) همخوانی دارد. سیاستمداران و دانشگاهیان باید آنها را در طراحی برنامه‌های درسی دانشگاه به عنوان یک جنبه اولویت در نظر بگیرند، بنابراین منجر به آموزش تأثیرگذارتر برای کارآفرینی می‌شود. برنامه‌های کارآفرینی آموزشی باید نه تنها بر مهارت‌های فنی (یعنی ایجاد طرح کسب و کار) بلکه بر جنبه‌های احساسی نیز تأکید کنند. داروین (۱۸۷۲) قبلاً دریافته بود که احساسات بخشی از اصول ژنتیکی ما هستند (Darwin, 1872). بنابراین، خود احساسات ممکن است به سادگی به طور مستقیم آموزش داده نشوند، اما شناسایی احساسات، درک دلایل هیجانات، انتظار تأثیرات هیجانات، کنترل هیجانات و سرکوب یا پنهان کردن احساسات باید موضوع اصلی مربیان کارآفرینی باشد، زیرا کارآفرینان بالقوه احساسات خود را شناسایی می‌کنند (Karimi, 2019).

تأثیر اشتیاق کارآفرینی بر روی قصد کارآفرینی نشان می‌دهد که باید برای مربیان، اساتید و سایر حامیان کارآفرینی برای تشویق افراد کارآفرین به شناخت و پذیرش اشتیاقشان مهم باشد. این ممکن است متضمن این باشد که مربیان تمرکز فزاینده‌ای را بر مشارکت کارآفرینان بالقوه برای کشف اشتیاق خود یا کشف یک جنبه تجاری جدید خاص که به آنها کمک می‌کند تا پرشورتر شوند، فرض کنند (Karimi, 2019). علاوه بر این، مربیان ممکن است به کارآفرینان بالقوه مشتاق کمک کنند تا هویت خود را کشف کنند، به ویژه آن دسته از هویت‌هایی که مهم‌ترین و برجسته‌ترین هستند.

اشتیاق کارآفرینی تأثیر قابل توجهی بر رفتار و عملکرد کارآفرینان دارد و درک چگونگی شکل‌گیری اشتیاق کارآفرینی در طول زمان ضروری است. اشتیاق کارآفرینی توسط دانشگاه به عنوان یک نیروی محرکه قدرتمند و مرکزی تعیین می‌شود که بر فعالیت‌ها و تلاش‌های تجاری تأثیر می‌گذارد. اشتیاق کارآفرینی، می‌تواند نقش مهمی در سیاست‌گذاری سهامداران داشته باشد. این مساله به این دلیل است که اشتیاق نشان می‌دهد که چگونه کارآفرینان مایل به صرف زمان و تلاش برای موفقیت در کسب و کار هستند. کارآفرینان زمانی می‌توانند متقاعدکننده‌تر باشند که سطوح بالایی از مثبت بودن و اعتماد به نفس، از خود نشان دهند (Obschonka et al., 2019). در حوزه کارآفرینی، یک ویژگی حیاتی که باید در هر استارت‌آپ جدید به خوبی تثبیت شود، قصد کارآفرینی با اشتیاق است.

در نهایت بالوکو و دیگران دریافته‌اند که نیاز به خودمختاری رابطه بین مربیگری کارآفرینانه و مقاصد کارآفرینی را تعدیل می‌کند و نقش تعدیل‌کننده آن در پیوند قصد مربیگری در کشورها و وضعیت اشتغال متفاوت است (Baluku et al., 2019). به‌طور مشابه،

قرار می‌گیرند که به آن‌ها نزدیک هستند مانند اعضای خانواده، دوستان، مربیان دانشگاهی و ... پیشنهاد می‌شود که مراکزی در دانشگاه جهت مشاوره دادن به دانشجویان در حین تحصیل و بعد از فارغ التحصیلی تشکیل شود. همچنین برای افزایش احتمالی تعداد کارآفرینان آینده، نیاز به مربیانی وجود دارد که اطمینان حاصل کنند که محتوا و ارائه حمایت از کارآفرینی با سطوح مختلف نیاز دانشجویان به خودمختاری سفارشی شده است. مربیان باید راه‌هایی بیابند تا به دانشجویان حمایت ملموس و ناملموس ارائه کنند که ارزیابی مثبت و مطلوبیت آن‌ها را از کارآفرینی تسهیل کند. آن‌ها بایستی بر دانشجویانی که نیاز کمتری به خودمختاری دارند تمرکز کنند.

نتایج پژوهش نشان داد که اثرات حمایت ادراکی دانشگاه بر ساختارهای نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده و همچنین اشتیاق کارآفرینی بر نگرش مثبت نسبت به کارآفرینی برای دانشجویانی که نیاز بالایی به خودمختاری دارند، قوی‌تر بود. در مقایسه با دانشجویان با نیاز کم به خودمختاری، نتایج نشان داد که دانشجویان با نیاز بالا به خودمختاری، احتمال بیشتری دارد که دانش، مهارت‌ها و منابع به‌دست‌آمده از طریق حمایت کارآفرینی از دانشگاه را از طریق ایجاد نگرش‌های مثبت‌تر به عمل منتقل کنند. یافته‌های این پژوهش با مطالعات (کریمی و دیگران، ۱۳۹۸؛ Anjum et al., 2022) همخوانی دارد. در این راستا و با توجه به این‌که کارآفرینان بالقوه یا فارغ التحصیلان به طور قابل توجهی تحت تأثیر افرادی

مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی، ۵(۴): ۲۷-۴۲.

۶. محسنین، ش. و اسفندیانی، م. ر. ۱۳۹۶. معادلات ساختاری مبتنی بر رویکرد حداقل مربعات جزئی به کمک نرم افزار Smart-PLS. چاپ دوم، انتشارات کتاب مهریان. تهران.
7. Ajzen, I. 1991. The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
8. Al-Jubari, I. 2019. College students' entrepreneurial intention: Testing an integrated model of SDT and TPB. *Sage Open*, 9(2), 1-15.
9. Al-Jubari, I., Hassan, A., & Hashim, J. 2017. The role of autonomy as a predictor of entrepreneurial intention among university students in Yemen. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 30(3), 325-340.
10. Anjum, T., Heidler, P., Amoozegar, A., & Anees, R. T. 2021. The impact of entrepreneurial passion on the entrepreneurial intention; moderating impact of perception of university support. *Administrative Sciences*, 11(2), 45.

منابع

۱. آذر، ع. و غلامزاده، ر. ۱۳۹۵. مدلسازی معادلات ساختاری کمترین مربعات جزئی (PLS-SEM). چاپ اول، انتشارات نگاه دانش. تهران.
۲. حسینی، س. ص.، کریمی، ا. و نیکخواه تکمه‌دانش، ی. ۱۳۹۷. مدلسازی معادلات ساختاری با Smart PLS V3. چاپ اول، انتشارات اندیشه فاضل. تهران.
۳. غیاثوندغیانی، ف. ۱۳۹۸. بررسی عوامل مؤثر بر خودکارآمدی کارآفرینانه دانشجویان با تأکید بر هنجارهای خانوادگی. *مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی*، ۶(۴)، ۷۳-۸۶.
۴. کریمی، س.، سپهوند، ف. و سلمان مکریت، ا. ۱۳۹۸. نقش حمایت دانشگاهی در شکل‌گیری قصد کارآفرینانه دانشجویان کارشناسی کشاورزی: مقایسه دو دانشگاه بوعلی سینا همدان و سمنگان افغانستان. فصل‌نامه پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی. ۱۱(۵۱): ۱۰۸-۱۲۵.
۵. محبوبی، م. ر.، پوروائی، ع. و. و شریف‌زاده، م. ش. ۱۳۹۷. تأثیر درس کارآفرینی بر قصد کارآفرینی دانشجویان (مورد مطالعه: دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان).

22. Darwin, C. 1872. On the Origin of Species by Means of Natural Selection. (with additions and corrections). John Murray, London, UK.
23. Davey, T., Hannon, P., & Penaluna, A. 2016. Entrepreneurship education and the role of universities in entrepreneurship: Introduction to the special issue. *Industry and higher education*, 30(3), 171-182.
24. De Mol, E., Cardon, M.S., de Jong, B., Khapova, S.N., & Elfring, T. 2020. Entrepreneurial passion diversity in new venture teams: An empirical examination of short-and long-term performance implications. *Journal of Business Venturing*, 35(4), 105965.
25. Feola, R., Vesci, M., Botti, A., & Parente, R. 2019. The determinants of entrepreneurial intention of young researchers: Combining the theory of planned behavior with the triple Helix model. *Journal of Small Business Management*, 57(4), 1424-1443.
26. Guerrero, M., Urbano, D., Cunningham, J. A., & Gajón, E. 2018. Determinants of graduates' start-ups creation across a multi-campus entrepreneurial university: The case of Monterrey Institute of Technology and Higher Education. *Journal of Small Business Management*, 56(1), 150-178.
27. Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. 2017. A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). Sage publications.
28. Hayton, J. C., George, G., & Zahra, S. A. 2002. National culture and entrepreneurship: A review of behavioral research. *Entrepreneurship theory and practice*, 26(4), 33-52.
29. Karimi, S. 2019. The role of entrepreneurial passion in the formation of student's entrepreneurial intentions. *Applied Economics*, 52(3), 331-344.
30. Kraaijenbrink, J., Bos, G., & Groen, A. 2010. What do students think of the entrepreneurial support given by their universities? *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 9(1), 110-125.
31. Krueger Jr, N.F., Reilly, M.D., & Carsrud, A.L. 2000. Competing models
11. Armitage, C. J., & Conner, M. 2001. Efficacy of the theory of planned behaviour: A meta-analytic review. *British Journal of social psychology*, 40(4), 471-499.
12. Baluku, M. M., Leonsio, M., Bantu, E., & Otto, K. 2019. The impact of autonomy on the relationship between mentoring and entrepreneurial intentions among youth in Germany, Kenya and Uganda. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
13. Bandura, A. 1982. Self-efficacy mechanism in human agency. *American psychologist*, 37(2), 122.
14. Bell, R., & Bell, H. 2016. An enterprise opportunity for entrepreneurial students: Student enterprise development and experience assessed through the student voice. *Education+ Training*, 58(7/8).
15. Bhave, M. P. 1994. A process model of entrepreneurial venture creation. *Journal of business venturing*, 9(3), 223-242.
16. Biraglia, A., & Kadile, V. 2017. The role of entrepreneurial passion and creativity in developing entrepreneurial intentions: Insights from American homebrewers. *Journal of small business management*, 55(1), 170-188.
17. Cardon, M. S., & Kirk, C. P. 2015. Entrepreneurial passion as mediator of the self-efficacy to persistence relationship. *Entrepreneurship theory and practice*, 39(5), 1027-1050.
18. Cardon, M. S., Gregoire, D. A., Stevens, C.E., & Patel, P.C. 2013. Measuring entrepreneurial passion: Conceptual foundations and scale validation. *Journal of business venturing*, 28(3), 373-396.
19. Cardon, M.S., Wincent, J., Singh, J., & Drnovsek, M. 2009. The nature and experience of entrepreneurial passion. *Academy of management Review*, 34(3), 511-532.
20. Chen, P., Zhang, J., Li, H., & Fu, M. 2021. Relationships between parenting behaviors and adolescents' creativity in China: The mediating role of autonomous motivation. *The Journal of psychology*, 155(5), 457-472.
21. Cronbach, L. J. 1951. Coefficient alpha and the internal structure of tests. *psychometrika*, 16(3), 297-334.

41. Ryan, R. M., & Deci, E. L. 2017. Self-determination theory: Basic psychological needs in motivation, development, and wellness. Guilford Publications.
42. Saeed, S., Yousafzai, S., Yani-De-Soriano, M., & Muffatto, M. 2018. The role of perceived university support in the formation of students' entrepreneurial intention. In *Sustainable Entrepreneurship* (pp. 3-23). Routledge.
43. Sahban, M.A., Ramalu, S.S., & Syahputra, R. 2016. The influence of social support on entrepreneurial inclination among business students in Indonesia. *Information Management and Business Review*, 8(3), 32-46.
44. Steers, R. M., & Braunstein, D. N. 1976. A behaviorally-based measure of manifest needs in work settings. *Journal of Vocational behavior*, 9(2), 251-266.
45. Trivedi, R. 2016. Does university play significant role in shaping entrepreneurial intention? A cross-country comparative analysis. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 23(3), 790-811.
46. Türk, S., Zapkau, F. B., & Schwens, C. 2020. Prior entrepreneurial exposure and the emergence of entrepreneurial passion: the moderating role of learning orientation. *Journal of Small Business Management*, 58(2), 225-258.
47. Turker, D., & Selcuk, S. S. 2009. Which factors affect entrepreneurial intention of university students? *Journal of European industrial training*.
48. Vodă, A. I., & Florea, N. 2019. Impact of personality traits and entrepreneurship education on entrepreneurial intentions of business and engineering students. *Sustainability*, 11(4), 1192.
49. Walter, A., Auer, M., & Ritter, T. 2006. The impact of network capabilities and entrepreneurial orientation on university spin-off performance. *Journal of business venturing*, 21(4), 541-567.
50. Walter, S. G., Parboteeah, K. P., & Walter, A. 2013. University departments and self-employment intentions of business students: A cross-level analysis. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(2), 175-200.
- of entrepreneurial intentions. *Journal of business venturing*, 15(5-6), 411-432.
32. Liñán, F., & Chen, Y.W. 2009. Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship theory and practice*, 33(3), 593-617.
33. Liñán, F., Moriano, J. & A., Jaén, I. 2016. Individualism and entrepreneurship: Does the pattern depend on the social context? *International Small Business Journal*, 34(6), 760-776.
34. Liu, H., Kulturel-Konak, S., & Konak, A. 2021. A measurement model of entrepreneurship education effectiveness based on methodological triangulation. *Studies in Educational Evaluation*, 70, 100987.
35. Liu, M., Gorgievski, M. J., Qi, J., & Paas, F. 2022. Perceived university support and entrepreneurial intentions: Do different students benefit differently? *Studies in Educational Evaluation*, 73, 101150.
36. Lopes, J., Teixeira, S. J., Ferreira, J. J., Silveira, P., Farinha, L., & Lussuamo, J. 2020. University entrepreneurial intentions: mainland and insular regions—are they different? *Education+ Training*. 62, 81-99.
37. Moriano, J. A., Gorgievski, M., Laguna, M., Stephan, U., & Zarafshani, K. 2012. A cross-cultural approach to understanding entrepreneurial intention. *Journal of career development*, 39(2), 162-185.
38. Murnieks, C. Y., Cardon, M. S., Sudek, R., White, T. D., & Brooks, W. T. 2016. Drawn to the fire: The role of passion, tenacity and inspirational leadership in angel investing. *Journal of Business Venturing*, 31(4), 468-484.
39. Obschonka, M., Moeller, J., & Goethner, M. 2019. Entrepreneurial passion and personality: the case of academic entrepreneurship. *Frontiers in psychology*, 9, 2697.
40. Reyes, C.N. 2016. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*. Framing the entrepreneurial university: the case of the National University of Singapore, 8(2), 134-161.

- talent more effectively? A comparison of different entrepreneurship educational methods. *Frontiers in Psychology*, 12, 644113.
54. Zhang, Y., Duysters, G., & Cloudt, M. 2014. The role of entrepreneurship education as a predictor of university students' entrepreneurial intention. *International entrepreneurship and management journal*, 10(3), 623-641.
51. Wegner, D., Thomas, E., Teixeira, E. K., & Maehler, A. E. 2019. University entrepreneurial push strategy and students' entrepreneurial intention. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
52. Wu, W. W. (2010). Linking Bayesian networks and PLS path modeling for causal analysis. *Expert Systems with Applications*, 37(1), 134-139.
53. Yang, Q., Chen, J., Yang, L., & Liu, Z. 2021. How to develop entrepreneurial

ردیف	آیتم	توضیح
حمایت اداری دانشگاهی (Perceived University Support)		
<i>حمایت تحصیلی (Educational support)</i>		
۱	PUS 01	دانشگاه دوره‌هایی در زمینه کارآفرینی ارائه می‌دهد.
۲	PUS 02	دانشگاه کار پروژه‌ای را با تمرکز بر کارآفرینی ارائه می‌دهد.
۳	PUS 03	دانشگاه دوره‌های کارآموزی را با تمرکز بر کارآفرینی ارائه می‌دهد.
۴	PUS 04	دانشگاه کنفرانس‌ها و کارگاه‌های آموزشی در مورد کارآفرینی برگزار می‌کند.
۵	PUS 05	دانشگاه امکان ارتباط میان دانشجویان و کارآفرینان را فراهم می‌کند.
<i>پشتیبانی از توسعه مفهوم (Concept development support)</i>		
۶	PUS 06	دانشگاه به دانشجویان آگاهی می‌دهد که کارآفرینی می‌تواند یک انتخاب شغلی باشد.
۷	PUS 07	دانشگاه به دانشجویان انگیزه می‌دهد تا کسب و کار جدیدی راه‌اندازی کنند.
۸	PUS 08	دانشگاه به دانشجویان ایده‌هایی برای راه‌اندازی یک کسب و کار جدید ارائه می‌دهد.
۹	PUS 09	دانشگاه دانش مورد نیاز برای راه‌اندازی یک کسب و کار جدید را در اختیار دانشجویان قرار می‌دهد.
<i>پشتیبانی از توسعه کسب و کار (Business development support)</i>		
۱۰	PUS 10	دانشگاه در مورد امکانات مالی برای شروع یک کسب و کار جدید به دانشجویان اطلاع‌رسانی می‌کند.
۱۱	PUS 11	دانشگاه از شهرت خود برای حمایت از دانشجویانی که کسب و کار جدیدی راه‌اندازی می‌کنند استفاده می‌کند.
۱۲	PUS 12	دانشگاه به عنوان یک مشتری برای دانشجویانی که کسب و کار جدیدی راه‌اندازی می‌کنند، خدمت می‌کند.
اشتیاق کارآفرینانه (Entrepreneurial Passion)		
<i>اشتیاق کارآفرینی برای اختراع (Entrepreneurial Passion for Inventing)</i>		
۱۳	EPI 01	درک روش‌های جدید برای استفاده از فرصت‌های عملی و بدیع بازار، شور انگیز است.
۱۴	EPI 02	من به دنبال ایده‌های تازه برای کالاها و خدمات هستم تا آنها را ارایه کنم و آنها را به بازار عرضه کنم.
۱۵	EPI 03	من انگیزه دارم کالاها و خدمات موجود را ارتقا دهم.
۱۶	EPI 04	بررسی محیط کار برای یافتن فرصت‌های تازه به من انگیزه می‌دهد.
<i>اشتیاق کارآفرینی برای تأسیس و راه‌اندازی (Entrepreneurial Passion for Founding)</i>		
۱۷	EPF 01	من برای راه‌اندازی یک کسب و کار جدید اشتیاق دارم.
۱۸	EPF 02	داشتن کسب و کار شخصی به من انرژی می‌دهد.
۱۹	EPF 03	من دوست دارم در سرمایه‌گذاری‌های خطرپذیر پیشگام باشم.
<i>اشتیاق کارآفرینی برای توسعه (Entrepreneurial Passion for Developing)</i>		
۲۰	EPD 01	کنار هم آوردن افراد مناسب جهت کار برای کسب و کار من هیجان‌انگیز است.
۲۱	EPD 02	پرورش و رشد شرکت‌ها بخش مهمی از شخصیت من است.
۲۲	EPD 03	من واقعاً از تجاری‌سازی کالاها و خدمات جدید لذت می‌برم.
۲۳	EPD 04	گسترش شرکت‌ها با ارائه کالاها و خدمات جدید مرا پر اشتیاق می‌کند.
نیاز به خودمختاری (Need for autonomy)		
۲۴	NFA 01	در انجام کار، تمایل دارم رئیس خودم باشم تا این که کسی به من بگوید چکار کنم.
۲۵	NFA 02	من در انجام کارها بدون توجه به نظر دیگران راه خودم را می‌روم.

تمام تلاشم را می‌کنم که به تنهایی در یک شغل کار کنم.	NFA 03	۲۶
نگرش مثبت نسبت به کارآفرینی (Attitudes Toward Entrepreneurship)		
ایجاد یک شرکت جدید یا تبدیل شدن به یک کارآفرین برای من مطلوب است.	ATE 01	۲۷
دوست دارم با تاسیس یک شرکت جدید یا تبدیل شدن به یک کارآفرین مشاغل جدید ایجاد کنم.	ATE 02	۲۸
تمایل دارم با ایجاد یک شرکت جدید یا تبدیل شدن به یک کارآفرین خلاق و نوآور باشم.	ATE 03	۲۹
علاقه دارم با ایجاد یک شرکت جدید یا تبدیل شدن به یک کارآفرین درآمد بالا کسب کنم.	ATE 04	۳۰
هنجار ذهنی (Subjective Norm)		
اعضای خانواده‌ام فکر می‌کنند که باید به عنوان یک کارآفرین به دنبال شغلی باشم.	SN 01	۳۱
دوستانم مرا ترغیب می‌کنند که من به عنوان یک کارآفرین به دنبال شغلی باشم.	SN 02	۳۲
همکاران و همکلاسی‌های من فکر می‌کنند که من باید یک حرفه کارآفرینی را دنبال کنم.	SN 03	۳۳
خودکارآمدی کارآفرینی (Entrepreneurial self-efficacy)		
من اطمینان دارم که می‌توانم با موفقیت، فرصت‌های جدید تجاری را کشف کنم.	ESE 01	۳۴
من اطمینان دارم که می‌توانم محصولات جدید را با موفقیت ایجاد کنم.	ESE 02	۳۵
من اطمینان دارم که می‌توانم خلاقانه فکر کنم.	ESE 03	۳۶
من اطمینان دارم که می‌توانم ایده‌ها را با موفقیت تجاری سازی کنم.	ESE 04	۳۷
قصد کارآفرینی (Entrepreneurial Intention)		
من شغلی را به عنوان یک کارآفرین انتخاب خواهم کرد.	EI 01	۳۸
من ترجیح می‌دهم کارآفرین باشم تا این‌که کارمند یک شرکت و سازمان.	EI 02	۳۹
این ایده جذاب است که یک روز کسب و کار خود را راه‌اندازی کنم.	EI 03	۴۰
قصد راه‌اندازی یک شرکت در آینده را دارم.	EI 04	۴۱