

بررسی آثار مستقیم، غیرمستقیم و تعدیلی محیط نهادی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی

سعید کریمی *

استادیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشکده کشاورزی، دانشگاه بوعلی سینا

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۰۴/۱۶

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۰۷/۱۹

چکیده

قصد و رفتار کارآفرینانه افراد متأثر از محیط پیرامون آن‌هاست، اما در اکثر مطالعات کارآفرینی که مبتنی بر دیدگاه شناختی‌اند، از نقش عامل محیطی غفلت شده است؛ بنابراین، در پژوهش حاضر با هدف بررسی آثار مستقیم، غیرمستقیم و تعدیلی محیط نهادی بر قصد کارآفرینانه، براساس نظریه اقتصاد نهادی نورث (۱۹۹۰) و نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده آجزن (۱۹۹۱)، یک الگوی شناختی قصد کارآفرینانه تدوین شد. در این پژوهش، که از نوع توصیفی-همبستگی است، داده‌های موردنیاز از طریق پرسشنامه از نمونه‌ای متشکل از ۳۰۰ دانشجوی کشاورزی جمع‌آوری شد که در چهار دانشگاه دولتی در غرب کشور مشغول به تحصیل بودند. روایی محتوایی پرسشنامه را گروهی از خبرگان بررسی و تأیید کردند. روایی و پایایی سازه‌ها نیز از طریق برآورد مدل اندازه‌گیری شد و پس از اصلاحات لازم به‌دست آمد. نتایج مدل‌یابی معادلات ساختاری نشان داد که نگرش کارآفرینی و کنترل رفتار درک‌شده با قصد کارآفرینانه دارای رابطه مثبت و معنی‌داری است. همچنین، نتایج نشان داد محیط نهادی به‌طور غیرمستقیم و از طریق نگرش کارآفرینی و کنترل رفتار درک‌شده با قصد کارآفرینانه در ارتباط است. این یافته‌ها بیانگر آن است که سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیرندگان باید بیش از پیش به ایجاد شرایط مناسب برای کارآفرینی در کشور توجه کرده و سعی کنند تا فشارها و موانع محیطی مقابل کارآفرینان بالقوه را برطرف کنند.

واژه‌های کلیدی: دانشجویان کشاورزی، قصد کارآفرینانه، کارآفرینی، محیط نهادی.

مقدمه

کارآفرینی و ایجاد کسب و کار جدید از جمله عواملی است که می‌تواند بر حل مشکل بیکاری، توسعه اقتصادی و ارتقای نوآوری در یک کشور مؤثر باشد. به همین دلیل در دهه گذشته، بسیاری از کشورهای در حال توسعه از جمله ایران، اقدامات و برنامه‌های متعددی را برای توسعه و ترویج کارآفرینی در جامعه و ایجاد محیط و شرایط مناسب برای آن به کار گرفته‌اند (Karimi et al., 2010).

عوامل متعددی بر فرایند کارآفرینی تأثیر گذارند؛ بنابراین، قبل از هر اقدامی در راستای توسعه و ارتقای کارآفرینی، باید عوامل مؤثر بر این پدیده را شناسایی کرد. از جمله عواملی که می‌تواند بر رفتار و تصمیمات کارآفرینانه افراد تأثیر گذار باشد، محیط نهادی^۱ است. محیط نهادی را می‌توان خط‌مشی‌ها، استانداردها و مقررات بنیادی اجتماعی، سیاسی و قانونی تعریف کرد که دامنه وسیعی از رفتارها و اقدامات فردی و سازمانی از جمله کارآفرینی را تسهیل یا محدود می‌کنند (North, 1990). همان‌طور که ولتر و اسمالبون (۲۰۱۱) بیان می‌کنند، به منظور شناخت فرایند و رفتار کارآفرینی باید نقش محیط نهادی را در مطالعات خود لحاظ کنیم، زیرا این محیط بر نگرش و رفتار کارآفرینی، ماهیت و میزان فرصت‌های کسب و کار و منابعی که می‌توان برای بهره‌برداری از این فرصت‌ها به کار گرفت، تأثیر گذار است. فایول و لنین (۲۰۱۴) نیز در پژوهش اخیر خود با عنوان «آینده تحقیقات درباره قصد کارآفرینانه» به بررسی نقش محیط نهادی در قصد کارآفرینانه تأکید کرده و بیان کردند که نهادهای قانونی، هنجاری و فرهنگی می‌توانند به صورت مستقیم و غیرمستقیم بر تصورات افراد درباره مطلوبیت و امکان‌پذیری کارآفرینی تأثیر بگذارند.

از جمله نظریه‌هایی که چارچوبی مناسب را برای مطالعه تأثیر عوامل نهادی بر کارآفرینی فراهم می‌آورد، نظریه اقتصاد نهادی^۲ نورث (۱۹۹۰؛ ۲۰۰۵) است. هدف پژوهش حاضر آن است که با بهره‌گیری از این نظریه و افزودن عوامل محیط نهادی به نظریه معروف و رایج رفتار برنامه‌ریزی شده (Ajzen, 1991)، به بررسی انواع روابط موجود بین عوامل محیط نهادی و قصد کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی پردازد.

-
1. Institutional environment
 2. Institutional Economic Theory

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

قصد کارآفرینانه

رفتار کارآفرینی، رفتاری برنامه‌ریزی شده و ارادی است که به‌سختی قابل مشاهده یا دارای تأخیر زمانی پیش‌بینی‌ناپذیر است (Krueger et al., 2000). در چنین مواردی، قصد کارآفرینانه می‌تواند ما را در شناخت و درک رفتار کارآفرینانه کمک شایانی کند. در مطالعات روان‌شناسی، اغلب از قصد به‌عنوان بهترین پیش‌بینی‌کننده رفتار یاد می‌شود (Ajzen, 1991). قصد بیانگر انگیزه فرد برای انجام تلاشی براساس یک برنامه یا تصمیم آگاهانه است (Conner & Armitage, 1998). بر این اساس، قصد کارآفرینانه حالتی ذهنی است که فرد را به سمت راه‌اندازی کسب‌وکار سوق می‌دهد (Bird, 1988). کروگر و همکارانش (۲۰۰۰) بیان می‌کنند که درک و شناخت قصد کارآفرینانه، کلید مطالعه کارآفرینی است، زیرا قصد نخستین گام برای شروع کسب‌وکار جدید است. پژوهش‌های مختلف هم نشان می‌دهند که قصد کارآفرینانه مهم‌ترین پیش‌بینی‌کننده رفتار کارآفرینی است (Kautonen et al., 2015)؛ بنابراین، شناخت عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینانه، بسیار مهم است.

الگوها و نظریه‌های مختلفی مانند رویداد کارآفرینانه^۱ (Shapero & Sokol, 1982) و مدل اجرای ایده‌های کارآفرینانه^۲ (Bird, 1988) در زمینه قصد و رفتار کارآفرینانه ارائه شده است، اما رایج‌ترین و معتبرترین آن‌ها نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده است (Iakovleva et al. 2011). این نظریه برای پیش‌بینی انواع مختلف رفتارهای انسانی مانند شرکت در انتخابات، ترک اعتیاد و ورزش کردن به کار رفته است. کارایی و توانایی این الگو در پیش‌بینی قصد و رفتار کارآفرینی نیز در کشورهای مختلف (Iakovleva et al., 2011) از جمله ایران (Karimi et al., 2014) تأیید شده است. در این الگو، مهم‌ترین تعیین‌کننده رفتار کارآفرینی، قصد کارآفرینانه است. در برگشت، قصد کارآفرینانه از سه مؤلفه یا عامل انگیزشی تأثیر می‌پذیرد: ۱. هنجار ذهنی (فشار اجتماعی درک شده توسط فرد برای انجام‌دادن یا انجام‌ندادن رفتار، مثلاً شروع کسب‌وکاری جدید)؛ ۲. نگرش به رفتار (ارزشیابی مثبت یا منفی شخص از انجام رفتار، مثلاً شروع

1. Theory of the entrepreneurial event

2. Model of implementing entrepreneurial ideas

کسب و کاری جدید)؛^۳ کنترل رفتاری درک شده (درک فرد از میزان دشواری یا آسانی رفتار و میزان موفقیت وی در انجام دادن یا انجام ندادن آن رفتار، مثلاً شروع کسب و کاری جدید). در واقع، این مفهوم مشابه مفهوم خودکارآمدی (Bandura, 1997) است.

تحقیقات مختلف بیانگر اهمیت نسبی هر سه عامل انگیزشی در پیش بینی قصد کارآفرینی است (Karimi et al., 2014)، اما همان طور که سانچز^۱ (۲۰۱۲) بیان می کند، تحقیقات قصد کارآفرینی باید بر فرایندهای اجتماعی و شناختی بیشتر تمرکز کنند، زیرا هر دو گروه عوامل شناختی درونی (مثل خودکارآمدی و نگرش) و نهادی بیرونی (مثلاً حمایت های دولتی) را دربر می گیرند؛ بنابراین، در این مطالعه سعی شده است تا با استفاده از رهیافت اجتماعی-شناختی، الگوی تلفیقی تهیه شود که آثار هر دو عوامل محیطی و شناختی را بر قصد کارآفرینانه افراد بررسی کند (Vaillant & Lafuente, 2007).

عوامل محیطی

مطابق با نظریه یادگیری اجتماعی، عوامل محیطی تأثیر شگرفی بر فرایندهای یادگیری و شناختی دارند (Bandura, 1997)؛ بنابراین، رفتارها نتیجه محرک های محیطی خواهند بود. افراد دائم با محیط پیرامون خود در تعامل اند. این محیط بیرونی می تواند شامل دامنه گسترده ای از عوامل مانند عوامل فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، جمعیت شناختی و فناورانه ای باشد. براساس نظریه اقتصاد نهادی نورث (۱۹۹۰؛ ۲۰۰۵)، محیط نهادی شامل عوامل رسمی^۲ (مانند قوانین و مقررات، اقدامات حمایتی دولت، حقوق مالکیت) و عوامل غیررسمی^۳ (مانند هنجارها و ارزش های فرهنگی- اجتماعی) نقش مهمی در شکل گیری نگرش و رفتار اقتصادی افراد (مثل کارآفرینی) بازی می کند؛ به عبارت دیگر، محیط نهادی «قوانین بازی»^۴ در یک جامعه را تشکیل می دهد (North, 1990)، هنگامی که پایدار باشند و کارا عمل کنند، می توانند نبود قطعیت، خطرپذیری و هزینه های مرتبط با اجرای فعالیت کارآفرینی را برای کارآفرینان

1. Sanchez

2. Environmental formal variables

3. Environmental informal variables

4. Rules of the game

کاهش دهند (Welter & Smallbone, 2011). براساس نظریه اقتصاد نهادی، نهادها به عنوان ساختارهای انگیزشی، رفتار مردم را سامان می دهند و عامل اصلی در فرایند تغییرهای اقتصادی هستند. در واقع، نهادها برای کاهش ناطمینانی ها در راه دستیابی به اهداف اقتصادی، سیاسی و اجتماعی و همچنین برای فراهم کردن ساختارهای زیربنایی مورد نیاز برای فعالیت های اقتصادی ایجاد شده اند (North, 1990, 2005). نورث (۱۹۹۰) معتقد است که نهادها، ساختار مشوق یک اقتصاد را فراهم می آورند و هنگامی که این ساختار تکامل می یابد، مسیر تغییر اقتصادی را به سمت رشد، رکود یا افول هدایت می کنند.

در ادبیات کارآفرینی، مجموعه بسیار زیادی از عوامل محیطی پیشنهاد شده اند که می توانند بر قصد و رفتار کارآفرینانه تأثیر بگذارند و همچنین روش ها و پرسشنامه های مختلفی برای اندازه گیری آن ها استفاده شده است (De Clercq et al., 2010; Lüthje & Franke, 2003)، اما یکی از معتبرترین مقیاس ها برای سنجش عوامل محیط نهادی، مقیاس بیوسنیتز و همکارانش (۲۰۰۰) است. آن ها در پرسشنامه خود، نظرها و عقاید پاسخگویان را درباره محیط نهادی کارآفرینی در کشور مطالعه می کنند (Farid et al. 2012). این پرسشنامه در کشورهای مختلف از جمله کشورهای در حال توسعه استفاده و ارزیابی شده و اعتبار آن تأیید شده است (Gupta et al., 2014; Urban, 2013; Manolova et al., 2008). بیوسنیتز و همکارانش (۲۰۰۰) عوامل نهادی را در سه بعد طبقه بندی کرده اند: قانونی^۱، هنجاری^۲ و شناختی^۳. عوامل قانونی اشاره به خط مشی های دولتی و قوانین و مقرراتی دارد که به طور رسمی در یک جامعه تدوین، تصویب و اعمال شده اند و می توانند بعضی رفتارها را تشویق و برخی رفتارهای دیگر را محدود کنند (مثلاً مشوق های مالیاتی، یارانه ها و حقوق مالکیت معنوی). بعد هنجاری بیانگر آن است که به چه میزان مردم یک کشور، کارآفرینان و فعالیتهای کارآفرینانه را تحسین و تمجید می کنند. بعد شناختی به دانش و مهارت های مردم یک کشور اشاره دارد؛ برای مثال، دانش درباره چگونگی راه اندازی و مدیریت کسب و کاری جدید. همچنین، این بعد بیانگر چارچوب هایی

-
1. Regulatory dimension
 2. Normative dimension
 3. Cognitive dimension

است که مردم آن کشور برای طبقه‌بندی و ارزیابی اطلاعات استفاده می‌کنند (Spencer & Gomez, 2004).

محیط نهادی می‌تواند نگرش، قصد، تمایلات، فرصت‌ها و فعالیت‌های کارآفرینی را ایجاد، تسهیل یا محدود کند. قصد کارآفرینی یک فرد می‌تواند از تصورات و برداشت شخصی او در مورد موانع و حمایت‌های موجود در زمینه شروع یک کسب‌وکار تأثیر بپذیرد (Lüthje & Franke, 2003). نتایج تحقیق کریمی و همکاران (۱۳۹۰) نیز نشان می‌دهد حمایت‌ها و موانع محیطی بر نگرش و قصد کارآفرینانه افراد تأثیر دارند.

همان‌طور که بیان شد، این پژوهش قصد دارد با استفاده از دو چارچوب نظری معتبر یعنی نظریه اقتصاد نهادی نورث (۱۹۹۰؛ ۲۰۰۵) و نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده آجزن (۱۹۹۱)، سازوکارهای مختلف و تأثیرگذار عوامل محیطی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان را بررسی کند. نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده، چارچوبی مناسب را برای بررسی آثار محیط بر قصد کارآفرینی ایجاد می‌کند (Karimi et al., 2015). مطابق با این نظریه، در ورای نگرش و خودکارآمدی افراد، باورهای مهمی قرار دارند که منشأ درونی و ذاتی ندارند، بلکه از تعاملات روزمره افراد با دنیای واقعی و عوامل زمینه‌ای به دست می‌آیند (Fishbein & Ajzen, 2010). به طور کلی، محیط نهادی از سه طریق می‌تواند بر قصد کارآفرینانه تأثیر بگذارد: ۱. رابطه مستقیم بین محیط نهادی و قصد کارآفرینانه، ۲. رابطه غیرمستقیم محیط نهادی با قصد کارآفرینانه از طریق عوامل انگیزشی مانند کنترل رفتاری درک شده - به عبارت دیگر، محیط نهادی با عوامل انگیزشی، بر قصد کارآفرینانه تأثیر می‌گذارد (Karimi et al., 2015) و ۳. تعدیل روابط بین عوامل انگیزشی و قصد کارآفرینانه؛ به عبارتی اگر شرایط محیطی مناسب و حمایتی نباشد، ممکن است فرد از راه‌اندازی کسب‌وکار کارآفرینانه منصرف شود، برخلاف اینکه نگرش وی به کارآفرینی مثبت باشد یا احساس خودکارآمدی بالایی داشته باشد.

تأکید مطالعه حاضر، بیشتر بر انواع دوم و سوم (روابط غیرمستقیم و تعدیلی) است، زیرا بیشتر مطالعات به بررسی تأثیر مستقیم محیط نهادی بر قصد کارآفرینانه پرداخته‌اند (Lüthje & Franke, 2003; Urban, 2013) و به روابط غیرمستقیم و تعدیلی کمتر توجه شده است. همچنین،

مطابق با نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده، فقط سه عامل انگیزشی بر قصد کارآفرینانه تأثیر مستقیم دارند و سایر متغیرها از جمله متغیرهای فردی و محیطی فقط می‌توانند به صورت غیرمستقیم یا تعدیلی بر قصد کارآفرینانه تأثیر داشته باشند. به علاوه، مطالعات گذشته نشان می‌دهند که محیط نهادی در اقتصادهای نوظهور و کشورهای در حال توسعه مانند ایران از کشورهای توسعه یافته متفاوت است (Manolova et al., 2008) و مطالعه آن‌ها می‌تواند به شناخت بهتر کارآفرینی در این کشورها کمک کند (Bruton et al., 2010).

شایان ذکر است که بسیاری از پژوهشگران پیشنهاد می‌کنند در مطالعات کارآفرینی، به جای محیط واقعی، بهتر است تصورات و برداشت فرد از محیط مطالعه شود، زیرا انتظار می‌رود «تصورات فرد از محیط» بیشتر از «محیط واقعی» بر قصد کارآفرینی تأثیرگذار باشد (Karimi et al., 2007; Taormina & Lao, 2007; Kristiansen & Indarti, 2004; al., 2015). یک فرد بر اساس تصورات و برداشت شخصی خود از محیط پیرامون، تصمیم می‌گیرد که کسب و کاری جدید را شروع کند یا نکند (Karimi et al., 2015). بر این اساس، در پژوهش حاضر محیط نهادی درک شده توسط پاسخگویان بررسی می‌شود.

الگو و فرضیه‌های پژوهش

با توجه به مبانی نظری و پیشینه پژوهش، فرضیه‌ها و مدل مفهومی پژوهش (شکل ۱) به صورت زیر ارائه می‌شود:

فرضیه ۱: بین نگرش نسبت به کارآفرینی (الف)، هنجارهای ذهنی (ب) و کنترل رفتاری درک شده (ج) با قصد کارآفرینانه رابطه مثبتی وجود دارد.

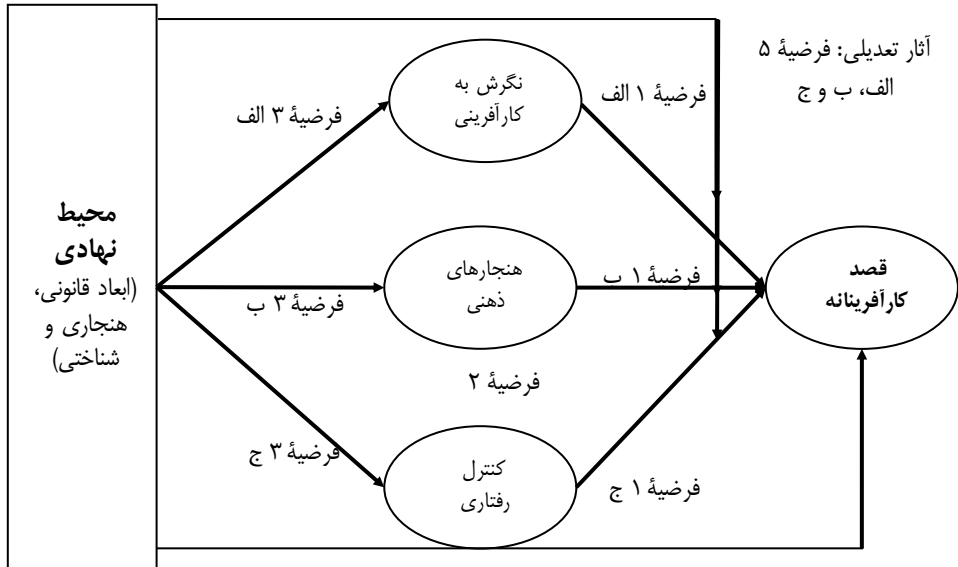
فرضیه ۲: بین محیط نهادی و قصد کارآفرینانه رابطه مستقیمی وجود دارد.

فرضیه ۳: بین محیط نهادی با نگرش به کارآفرینی (الف)، هنجارهای ذهنی (ب) و کنترل رفتاری درک شده (ج) رابطه مثبتی وجود دارد.

فرضیه ۴: نگرش به کارآفرینی (الف)، هنجارهای ذهنی (ب) و کنترل رفتاری درک شده (ج)، رابطه بین محیط نهادی و قصد کارآفرینانه را میانجی‌گری می‌کنند.

فرضیه ۵: محیط نهادی، روابط بین نگرش به کارآفرینی (الف)، هنجارهای ذهنی (ب) و

کنترل رفتاری درک شده (ج) را با قصد کارآفرینانه تعدیل می کند، به طوری که برای سطوح مثبت تر محیط نهادی، این روابط قوی تر است.



شکل ۱. چارچوب مفهومی تحقیق: رابطه عوامل محیطی با قصد کارآفرینانه

روش تحقیق

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت و روش توصیفی-همبستگی است. این پیمایش بر دانشجویان سال آخر دوره کارشناسی و کارشناسی ارشد رشته های کشاورزی تمرکز داشت که در چهار دانشگاه دولتی غرب کشور در سال تحصیلی ۱۳۹۳-۱۳۹۴ مشغول به تحصیل بودند. به طور کلی، ۱۴۵۰ نفر دانشجوی کشاورزی سال آخر کارشناسی در این دانشگاه ها مشغول به تحصیل بودند که براساس جدول (Bartlett et al., 2001)، حجم نمونه ۳۰۰ نفر تعیین شد که با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای انتخاب شدند (۸۸ نفر از دانشگاه بوعلی سینا همدان، ۷۵ نفر از دانشگاه رازی کرمانشاه، ۷۱ نفر از دانشگاه لرستان و ۶۶ نفر از دانشگاه کردستان).

داده‌های تحقیق با استفاده از پرسشنامه گردآوری شدند. پرسشنامه مورد استفاده شامل سه بخش بود: بخش اول شامل پرسش‌هایی دربارهٔ مشخصه‌های فردی پاسخگویان بود؛ مانند سن، جنس و رشته تحصیلی. بخش دوم شامل گویه‌هایی برای سنجش متغیرهای نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده بود (۲۰ گویه). بخش سوم هم به بررسی محیط نهادی پرداخته بود (۱۳ گویه). تمامی گویه‌های بخش اول و دوم با استفاده از مقیاس پنج گزینه‌ای لیکرت (کاملاً مخالف = ۱ تا کاملاً موافق = ۵) سنجش شد.

به منظور آزمون روایی محتوای پرسشنامه، از چهار متخصص کارآفرینی در دانشگاه بوعلی سینا خواسته شد که گزینه‌ها را بازبینی کنند. براساس نظرهای آن‌ها، بعضی از گزینه‌ها اصلاح، اضافه یا حذف شدند. قبل از توزیع پرسشنامه نهایی، به منظور اطمینان از وضوح و قابل درک بودن گزینه‌ها و اعتبار صوری متغیرها و تدوین پرسشنامه‌ای بهتر، آزمونی مقدماتی با توزیع ۲۸ پرسشنامه بین دانشجویان انجام گرفت و بعد از یک‌سری تغییرات جزئی، پرسشنامه نهایی تدوین شد.

برخلاف استاندارد بودن پرسشنامه محیط نهادی (Busenitz et al., 2000)، پایایی آن دوباره بررسی شد. ضریب آلفای کرونباخ برای بعد قانونی ۰/۸۶ (نمونه پرسش: سازمان‌ها و نهادهای دولتی به افراد در راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید کمک می‌کنند)، برای بعد هنجاری ۰/۸۰ (نمونه پرسش: در کشور ما برای کارآفرینان احترام و ارزش قائل هستند) و برای بعد شناختی ۰/۷۵ (نمونه پرسش: آن‌هایی که کسب‌وکار جدید راه‌اندازی می‌کنند، می‌دانند چگونه ریسک را مدیریت کنند) بود که بیانگر پایایی مورد قبول این مقیاس‌هاست.

برای سنجش مقوله‌های مربوط به نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده، از پرسشنامه قصد کارآفرینی (Linan & Chen, 2009) بهره گرفته شد. اعتبار این پرسشنامه نیز در مطالعات متعدد در کشورهای مختلف از جمله ایران تأیید شده است (Karimi et al., 2014). با وجود این، پایایی مقوله‌های مربوطه ارزیابی شد. ضریب آلفای کرونباخ برای قصد کارآفرینانه ۰/۷۹، برای نگرش به کارآفرینی ۰/۷۹، برای هنجار ذهنی ۰/۸۰ و برای کنترل رفتار درک‌شده ۰/۷۷ بود که بیانگر پایایی مناسب مقیاس‌های مورد بررسی است.

متغیرهای کنترل

در این پژوهش، چهار متغیر جمعیت‌شناختی که ممکن است رابطه معنی‌داری با قصد کارآفرینی دانشجویان داشته باشند (Karimi et al., 2014; Linan & Chen, 2009)، کنترل شدند: جنس، سن، تجربه کارآفرینی، الگوی نقش کارآفرینی.

تحلیل آماری

داده‌ها، با استفاده از SPSS 18 و AMOS 18 تجزیه و تحلیل شدند. در این پژوهش، از مدل‌یابی معادله‌های ساختاری برای تحلیل روابط مستقیم بین متغیرهای تحقیق استفاده شد. برای بررسی روابط غیرمستقیم و واسطه‌ای از روش بوت استراپ بهره گرفته شد و در نهایت به منظور بررسی نقش تعدیلگر محیط نهادی از تحلیل رگرسیون چندگانه تعدیل شده استفاده شد.

یافته‌ها

مشخصات نمونه

حدود ۶۲ درصد از کل پاسخگویان دختر و مابقی آن‌ها (۳۸ درصد) پسر بودند. در زمینه توزیع سنی دانشجویان، اکثریت آن‌ها (۸۲ درصد) بین ۲۱-۲۵ سال سن داشتند و میانگین سنی آن‌ها ۲۲/۷۷ سال بود. همچنین، حدود ۸۷ درصد (۲۳۴ نفر) دانشجویان تجربه کارآفرینی نداشتند و ۶۰ درصد (۱۶۱ نفر) آن‌ها هیچ کارآفرینی را شخصاً نمی‌شناختند.

همان‌طور که در جدول ۱ ملاحظه می‌شود، متغیر محیط نهادی با چهار متغیر نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده همبستگی مثبت و معنی‌داری دارد. همچنین، جدول ۱ نشان می‌دهد ضریب همبستگی هیچ‌یک از متغیرهای مستقل بزرگ‌تر از ۰/۷ نیست؛ بنابراین، آثار همخطی چندگانه بین متغیرها شدید نیست.

مدل‌یابی معادلات ساختاری

هیر و همکارانش (۲۰۱۰) پیشنهاد می‌کنند که بهتر است رهیافتی دو مرحله‌ای در مدل‌یابی معادلات ساختاری به کار گرفته شود: الف) ارزیابی مدل اندازه‌گیری و ب) ارزیابی مدل ساختاری.

الف) ارزیابی مدل اندازه‌گیری:

در نخستین گام، با کمک تحلیل عاملی تأییدی، ویژگی‌های روان‌سنجی^۱ مقیاس‌های اندازه‌گیری از لحاظ روایی همگرا^۲، روایی واگرا^۳ و پایایی ارزیابی شد. مقیاس‌های اندازه‌گیری زمانی دارای روایی همگرای مناسب‌اند که وزن عاملی گزینه‌های مربوط به هر سازه بزرگ‌تر از $0/6$ باشد یا اینکه متوسط واریانس استخراج شده^۴ (AVE) برای هر یک از سازه‌ها بزرگ‌تر از $0/5$ باشد (Hair et al., 2010). تمام گزینه‌هایی که وزن عاملی آن‌ها کمتر از $0/6$ بود، حذف شدند و مدل اندازه‌گیری بدون گزینه‌های حذف‌شده، آزمون شد. همان‌گونه که در جدول ۱ دیده می‌شود، هرچند مقدار AVE برای بعضی از سازه‌ها کمتر از $0/5$ است، با توجه به اینکه وزن عاملی تمام گزینه‌ها بیش از $0/6$ است، می‌توان نتیجه گرفت که تمام مقیاس‌ها روایی همگرای تقریباً خوبی داشتند. برای ارزیابی روایی واگرا، ریشه مجذور AVE برای هر سازه به دست آمد و با مقدار همبستگی بین آن سازه با دیگر سازه‌های موجود در مدل مقایسه شد. ریشه مجذور AVE باید بزرگ‌تر از همبستگی بین سازه‌ها باشد (Hair et al., 2010). همان‌طور که در جدول ۱ آورده می‌شود، ریشه مجذور AVE تمامی سازه‌ها (از $0/63$ تا $0/79$) بزرگ‌تر از همبستگی بین سازه‌ها (از $0/08$ تا $0/61$) است که بیانگر میزان قابل قبول روایی واگرای سازه‌هاست. برای اینکه پایایی سازه یا پایایی ترکیبی یک مدل مناسب باشد، باید مقدار آن برای هر یک از سازه‌های تحقیق برابر یا بیشتر از $0/7$ باشد (Hair et al., 2010). همان‌طور که در جدول ۱ آمده است، میزان پایایی سازه برای تمام سازه‌ها یا متغیرهای تحقیق بیش از مقدار پیشنهادشده $0/7$ است. همچنین، نتایج تحلیل عاملی نشان داد مدل اندازه‌گیری از برازش تقریباً قابل قبولی برخوردار است (جدول ۲)؛ بنابراین، براساس نتایج، الگوی مفروض در این تحقیق که از پنج متغیر تشکیل شد، الگوی مناسبی برای این تحقیق است.

-
1. Psychometric properties
 2. Convergent validity
 3. Discriminant validity
 4. Average Variance Extracted

جدول ۱. میانگین، انحراف معیار، ضریب همبستگی و ریشه مجذور AVE برای متغیرهای تحقیق

متغیر	میانگین	انحراف معیار	پایایی سازه	AVE	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸
۱. قصد کارآفرینی	۳/۳۸	۰/۸۸	۰/۷۲	۰/۴۰	(۰/۶۳)							
۲. نگرش به کارآفرینی	۳/۷۰	۰/۹۷	۰/۷۶	۰/۵۲	۰/۵۸**	(۰/۷۲)						
۳. هنجارهای ذهنی	۲/۴۴	۳/۸۷	۰/۷۷	۰/۵۳	۰/۴۹**	۰/۵۵**	(۰/۷۳)					
۴. کنترل رفتاری درک شده	۲/۹۰	۰/۹۰	۰/۷۴	۰/۴۲	۰/۶۱**	۰/۳۵**	۰/۳۳**	(۰/۶۵)				
۵. محیط نهادی	۲/۹۴	۰/۷۵	۰/۸۹	۰/۶۳	۰/۲۶**	۰/۱۵*	۰/۰۸	۰/۳۵**	(۰/۷۹)			
۶ سن	۲۲/۸۷	۲/۷۲		۰/۰۲	۰/۰۳	۰/۰۴	۰/۰۱	۰/۱۲				
۷. جنسیت	۱/۶۱	۰/۴۹		۰/۱۱	۰/۰۲	۰/۰۴	۰/۱۳*	۰/۰۳	۰/۲۷**			
۸. تجربه کارآفرینی	۱/۱۳	۰/۳۴		۰/۱۶*	۰/۰۶	۰/۰۶	۰/۲۲**	۰/۰۴	۰/۲۵**			
۹. الگوی نقش	۱/۴۰	۰/۴۹		۰/۱۵*	۰/۱۶*	۰/۱۰	۰/۱۵*	۰/۰۳	۰/۱۴*	۰/۱۶*	۰/۲۸**	

** P<۰/۰۱

* P<۰/۰۵

ریشه مجذور AVE داخل پرانتز قرار داده شده است.

ب) ارزیابی مدل ساختاری

بعد از اینکه یک مدل اندازه گیری قابل قبول به دست آمد، دومین مرحله یعنی ارزیابی مدل ساختاری انجام گرفت. شاخص های برازندگی در این مرحله نیز بیانگر آن بودند که مدل ساختاری، داده ها را به خوبی برازش می کند. همان گونه که نتایج مذکور در جدول ۳ نشان می دهند، نگرش ($\beta=0/53, p<0/01$) و کنترل رفتاری درک شده ($\beta=0/58, p<0/01$) با قصد کارآفرینانه دانشجویان رابطه مثبت و معنی داری دارند (فرضیه ۱ الف و ج)، اما هنجار ذهنی با قصد کارآفرینانه ($\beta=0/08, p>0/05$) رابطه معنی داری ندارد؛ بنابراین، فرضیه های ۱ الف و ج تأیید می شوند، اما فرضیه ۱ ب تأیید نمی شود. همچنین، نتایج نشان می دهد بین محیط نهادی و قصد کارآفرینانه، رابطه معنی دار وجود ندارد ($\beta=-0/06, p>0/05$)؛ بنابراین، فرضیه ۲ هم تأیید نمی شود.

نتایج نشان دادند محیط نهادی رابطه مثبت و معنی داری با نگرش به کارآفرینی ($\beta=0/26, p<0/01$)، هنجارهای ذهنی ($\beta=0/17, p<0/05$) و کنترل رفتاری درک شده ($\beta=0/49, p<0/01$) دارند؛ بنابراین، فرضیه های ۳ الف، ب و ج تأیید می شوند. به طور کلی،

چهار متغیر می‌توانستند ۹۱ درصد واریانس در قصد کارآفرینانه دانشجویان را تبیین کنند.

جدول ۲. خلاصه‌ای از شاخص‌های برازندگی برای مدل اندازه‌گیری

شاخص برازندگی	χ^2	P	χ^2/df	GFI	CFI	TLI	IFI	RMSEA
مقدار به‌دست‌آمده	۴۴۲/۰۱۸	۰/۰۰۰	۱/۵۵۶	۰/۹۱۱	۰/۹۴۳	۰/۹۳۵	۰/۹۴۴	۰/۰۴۵
مقدار پیشنهادشده	>۰/۰۵	<۳	>۰/۸	>۰/۹	>۰/۹	>۰/۹	>۰/۹	<۰/۰/۰۷

جدول ۳. نتایج بررسی مسیرهای مدل تحقیق با روش مدل‌یابی معادله ساختاری

فرضیه‌های تحقیق	ارزش بتا β	انحراف استاندارد	ارزش t
نگرش ← قصد کارآفرینانه	۰/۵۳**	۰/۱۰۵	۵/۰۲۰
هنجارهای ذهنی ← قصد کارآفرینانه	۰/۰۸	۰/۰۱۸	۰/۸۵۹
کنترل رفتاری ← نگرش به کارآفرینی	۰/۵۸**	۰/۰۷۴	۶/۴۵۷
درک شده			
محیط نهادی ← - قصد کارآفرینانه	۰/۰۶	۰/۰۶۷	۰/۹۱۲
محیط نهادی ← نگرش به کارآفرینی	۰/۲۶**	۰/۰۷۹	۳/۱۶۳
محیط نهادی ← هنجار ذهنی	۰/۱۷*	۰/۳۷۵	۲/۲۲۳
محیط نهادی ← کنترل رفتاری درک شده	۰/۴۹**	۰/۰۹۹	۵/۸۸۶

*P < .05 **P < 0.01

آثار واسطه‌ای

نبود رابطه مستقیم معنی‌دار بین محیط نهادی و قصد کارآفرینانه از یک طرف و وجود رابطه معنی‌دار بین عوامل انگیزشی و قصد کارآفرینانه و همچنین بین محیط نهادی و عوامل انگیزشی از طرف دیگر، به‌نوعی بیانگر آن است که آثار محیط نهادی بر قصد کارآفرینانه به‌صورت غیرمستقیم و از طریق عوامل انگیزشی منتقل می‌شود، اما به‌منظور آزمون آثار واسطه‌ای از روش بوت استراپ نیز استفاده شد (Shrout & Bolger, 2002). نتایج بوت استراپ را می‌توان در جدول ۴ مشاهده کرد.

با توجه به اینکه رابطه مستقیم هنجارهای ذهنی با قصد کارآفرینانه معنی‌دار نبود، این متغیر نمی‌توانست نقش واسطه بین محیط نهادی و قصد کارآفرینانه ایفا کند. به این دلیل، در آزمون آثار

واسطه‌ای فقط نقش واسطه‌ای نگرش و کنترل رفتاری بررسی شد. نتایج نشان داد محیط نهادی با نگرش و کنترل رفتاری دارای رابطه مثبت معنی‌داری است، اما رابطه مستقیم آن با قصد کارآفرینانه معنی‌دار نیست. همچنین، نتایج نشان داد بین محیط نهادی و قصد کارآفرینانه از طریق نگرش و کنترل رفتاری، رابطه غیرمستقیم تقریباً قوی وجود دارد ($\beta = 0/43$). به علاوه، نتایج بوت استرپ برای رابطه غیرمستقیم محیط نهادی و قصد کارآفرینانه نشان داد که حد پایین فاصله اطمینان $0/285$ و حد بالای آن $0/608$ است. قرارنگرفتن صفر در این فاصله اطمینان، بیانگر معنی‌داری این مسیر غیرمستقیم و در نتیجه تأیید فرضیه ۴ الف و ج است.

جدول ۴. نتایج بوت استرپ برای مسیرهای مستقیم و غیرمستقیم در الگوی پژوهش (نمونه‌گیری مجدد = ۵۰۰۰)

مقادیر استاندارد شده			تعیین کننده	پیامد
مستقیم (فاصله اطمینان ۹۵ درصد)	غیرمستقیم (فاصله اطمینان ۹۵ درصد)	جمع کل		
$0/53$ ($0/312 - 0/748$)	$0/43$ ($-0/608$)	$0/53$	نگرش به کارآفرینی	قصد کارآفرینانه
$0/58$ ($0/404 - 0/765$)	$0/285$	$0/58$	کنترل رفتاری درک شده	
$0/08$ ($-0/151 - 0/275$)		$0/08$	هنجار ذهنی	نگرش به کارآفرینی
$0/49$ ($-0/226 - 0/093$)		$0/49$	محیط نهادی	
$0/26$ ($0/100 - 0/398$)		$0/26$	محیط نهادی	کنترل رفتاری درک شده
$0/49$ ($0/328 - 0/633$)		$0/49$	محیط نهادی	محیط نهادی
$0/17$ ($0/004 - 0/320$)		$0/17$	محیط نهادی	هنجارهای ذهنی

* $p < 0.05$ ** $p < 0.01$

آثار تعدیلی محیط نهادی

یکی از روش‌های رایج برای ارزیابی اثر تعدیلی در چارچوب مدل‌یابی ساختاری، تحلیل گروه‌های ایجاد شده بر اساس متغیر تعدیل‌گر است، اما دو مقوله‌ای کردن متغیرهای پیوسته، مانند محیط نهادی به منظور ایجاد گروه‌ها، موجب از دست رفتن اطلاعات زیادی می‌شود. به این دلیل، پیشنهاد شده است که در این گونه موارد از تحلیل رگرسیون چندگانه تعدیل‌شده استفاده شود (Frazier et al. 2004). نتایج تحلیل رگرسیون در جدول ۵ ارائه می‌شود. در گام نخست،

متغیرهای کنترل وارد شد، اگرچه مدل ۱ معنی دار بود ($F= ۲/۳۹۲, p<.05$)، هیچ یک از آن‌ها با قصد کارآفرینانه رابطه معنی دار نداشتند.

همان‌طور که نتایج نشان می‌دهند، عوامل انگیزشی رابطه مثبت و معنی‌داری با قصد کارآفرینانه دارند، اما رابطه معنی‌داری بین محیط نهادی و قصد کارآفرینانه وجود ندارد (مدل ۳: $\beta=0/0۲$). در گام‌های بعدی (مدل‌های ۴، ۵ و ۶)، تأثیر تعاملی محیط نهادی و عوامل انگیزشی (حاصل ضرب دو متغیر) بر قصد کارآفرینانه بررسی شده است. همان‌طور که در جدول ۵ آورده می‌شود، حاصل ضرب این دو متغیر، رابطه معنی‌داری با قصد کارآفرینانه ندارد؛ بنابراین، نقش تعدیل‌کننده محیط نهادی تأیید نمی‌شود (فرضیه ۵)؛ یعنی، محیط نهادی بر روابط میان عوامل انگیزشی و قصد کارآفرینانه تأثیر ندارد.

جدول ۵. نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه تعدیل‌شده

مدل ۶ β	مدل ۵ β	مدل ۴ β	مدل ۳ β	مدل ۲ β	مدل ۱ β	
۰/۰۴	۰/۰۴	۰/۰۴	۰/۰۴	۰/۰۴	۰/۰۳	سن
-۰/۰۲	-۰/۰۲	-۰/۰۲	-۰/۰۲	-۰/۰۲	-۰/۰۶	جنس
-۰/۱۲*	-۰/۱۲*	-۰/۱۲*	-۰/۱۲*	-۰/۱۲*	-۰/۱۰	تحصیلات
-۰/۰۱	-۰/۰۱	-۰/۰۱	-۰/۰۱	-۰/۰۱	۰/۱۰	مدل نقش
۰/۰۱	۰/۰۱	-۰/۰۱	-۰/۰۱	۰/۰۱	۰/۰۹	تجربه کارآفرینی
۰/۳۳**	۰/۳۳**	۰/۴۲**	۰/۳۴**	۰/۳۴**	۰/۳۴**	نگرش
۰/۱۴*	۰/۳۸**	۰/۱۴*	۰/۱۴*	۰/۱۴*	۰/۱۴*	هنجار ذهنی
۰/۶۰**	۰/۴۷**	۰/۴۸**	۰/۴۸**	۰/۴۸**	۰/۴۸**	کنترل رفتاری
۰/۱۳	۰/۰۷	۰/۱۱	۰/۰۲			محیط
		۰/۱۴				نگرش × محیط
	۰/۲۵					هنجار × محیط
۰/۱۹						کنترل رفتاری × محیط
۳۹/۹۴۵**	۴۰/۲۰۵**	۳۹/۸۴۸**	۴۴/۱۸۷**	۴۹/۸۴۲**	۲/۳۹۲*	آماره F مدل
۰/۶۱	۰/۶۱	۰/۶۱	۰/۶۱	۰/۶۰	۰/۰۴	R^2
۰/۵۹	۰/۵۹	۰/۵۹	۰/۵۹	۰/۵۹	۰/۰۳	R^2 تعدیل‌شده
۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۵۶	۰/۰۴	ΔR^2

* $p<.05$

** $p<.01$

β = ضریب رگرسیون استاندارد

بحث و نتیجه‌گیری

هدف پژوهش حاضر آن بود که با استفاده از نظریه اقتصاد نهادی و رفتار برنامه‌ریزی‌شده، روابط بین محیط نهادی و قصد کارآفرینانه را بررسی کند. نتایج نشان داد اهمیت نسبی عوامل

انگیزی برای دانشجویان کشاورزی به گونه‌ای است که هنجارهای ذهنی ضعیف‌ترین و کنترل رفتاری درک‌شده قوی‌ترین ارتباط را با قصد کارآفرینانه آنان دارد. این نتیجه بیانگر آن است که شکل‌گیری قصد کارآفرینانه دانشجویان، بیشتر مبتنی بر ملاحظات فردی است تا ملاحظات هنجاری و اجتماعی؛ به عبارت دیگر، تصمیم‌گیری در مورد حرفه آینده ممکن است برای فرد چنان اهمیتی داشته باشد که کمتر به عقاید و نظرات دیگران در این زمینه اهمیت دهد. این نتایج با نتایج مطالعات قبلی هماهنگ است (Krueger et al., 2000; Karimi et al., 2014; Liñán & Chen, 2009). همچنین، رابطه قوی بین کنترل رفتاری درک‌شده و قصد کارآفرینانه می‌تواند منتج از شرایط اقتصادی و سیاسی کشور باشد. وقتی کشور از لحاظ اقتصادی و سیاسی ثبات لازم را نداشته باشد و شرایط محیطی برای کارآفرینی مناسب نباشد، می‌توان انتظار داشت که اطمینان فرد به توانایی‌های خود در راه‌اندازی و مدیریت کسب‌وکار، نقش تعیین‌کننده‌ای در تصمیم او برای کارآفرین شدن داشته باشد. شایان ذکر است یافته‌های مطالعه حاضر نشان می‌دهند که از نظر دانشجویان شرایط محیطی موجود از لحاظ قانونی، هنجاری و شناختی، چندان مناسب ایجاد کسب‌وکار جدید نیست (میانگین = ۲/۹۴).

همچنین، نتایج نشان داد محیط نهادی به صورت غیرمستقیم و آن هم از طریق نگرش و کنترل رفتاری درک‌شده، با قصد کارآفرینانه ارتباط تقریباً قوی دارد؛ به عبارت دیگر، وقتی افراد احساس می‌کنند که شرایط محیطی برای کارآفرینی مساعد و مناسب است (مثلاً فراهم بودن حمایت‌های مالی و قانونی و ارزش قائل شدن جامعه برای کارآفرینان)، نگرش آن‌ها به کارآفرینی هم مثبت‌تر می‌شود و در نتیجه قصد آن‌ها برای راه‌اندازی کسب‌وکار جدید، افزایش پیدا می‌کند. همچنین، وجود یک محیط مناسب کارآفرینی (مانند دسترسی به منابع و اطلاعات، قوانین حمایتی و حمایت جامعه از فعالیت‌های کارآفرینانه)، به افراد کمک می‌کند تا با اطمینان و اعتماد به نفس بیشتری به سوی راه‌اندازی کسب‌وکار جدید گام بردارند؛ به عبارت دیگر، کنترل رفتاری درک‌شده آن‌ها بهبود می‌یابد و از این طریق نیز قصد کارآفرینانه آن‌ها افزایش می‌یابد.

نتایج این پژوهش در زمینه‌های مختلف به گسترش ادبیات کارآفرینی و شناخت محیط نهادی به ویژه در کشوری در حال توسعه کمک می‌کند و از جنبه نظری و عملی هم اهمیت دارد. از جنبه نظری بر تلفیق محیط نهادی با الگوهای روان‌شناختی قصد کارآفرینانه تأکید می‌کند. همچنین، یافته‌های تحقیق به نوعی از فرض اساسی نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده مبنی بر

اینکه عوامل بیرونی (مانند محیط نهادی) از طریق عوامل انگیزشی مجاورتر مانند نگرش، بر قصد کارآفرینانه تأثیر می‌گذارند، حمایت می‌کند.

پیشنهادها

براساس یافته‌های پژوهش، از نظر کاربرد عملی به‌ویژه در آموزش کارآفرینی، باید در توسعه و تشویق فعالیت‌های کارآفرینانه هم به بهبود عوامل روان‌شناختی به‌ویژه نگرش و کنترل رفتاری درک‌شده توجه کرد و هم به ارتقا و بهبود ابعاد محیطی پرداخت، زیرا مجموعه این عوامل درنهایت می‌توانند موجب توسعه قصد کارآفرینانه افراد شوند. همچنین، در زمینه محیط نهادی، سیاست‌گذاران و سازمان‌های ذی‌ربط باید بیش از پیش به ایجاد شرایط مناسب کارآفرینی در کشور توجه کرده و سعی کنند با وضع قوانین و مقررات مناسب و فراهم کردن حمایت‌های مالی و مشاوره‌ای، انجام فعالیت‌های کارآفرینانه را تسهیل و تسریع کنند.

پژوهش حاضر نیز مانند هر پژوهش دیگر در حوزه علوم اجتماعی، دارای محدودیت‌هایی است. با توجه به اینکه مطالعه حاضر از نوع مقطعی است، استفاده از مدل‌یابی معادلات ساختاری علیت را به اثبات نمی‌رساند. همچنین، با توجه به تغییرپذیری و پویابودن محیط نهادی، به پژوهشگران توصیه می‌شود از مطالعات طولی استفاده کنند، این نوع مطالعات فرصت بیشتری را برای بررسی علیت و تأثیر محیط نهادی فراهم می‌آورد. در این پژوهش از پرسشنامه استاندارد و معتبر برای سنجش محیط نهادی استفاده شد، اما ممکن است پرسشنامه مذکور به‌طور کامل ابعاد شناختی، قانونی و هنجاری محیط نهادی را دربر نگرفته باشد. همچنین، این پرسشنامه بر سه بعد محیط نهادی تمرکز داشت، درحالی‌که ممکن است ابعاد مهم دیگری از محیط نهادی وجود داشته باشد؛ بنابراین، پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آتی در صورت امکان از مقیاس‌های گسترده‌تر و کامل‌تر استفاده شود تا درک و شناخت دقیق‌تری از روابط موجود بین محیط نهادی و قصد و رفتار کارآفرینانه فراهم آید. درنهایت، ما هم با پیروی از مطالعات قبلی (Karimi et al., 2008; Manolova et al., 2015)، داده‌های خود را در محیط دانشگاه و از دانشجویان جمع‌آوری کردیم. ممکن است دانشجویان نسبت به گروه‌های دیگر جامعه، برداشت متفاوتی از محیط نهادی داشته باشند؛ بنابراین، مطالعات آینده باید داده‌های مورد نیاز را از گروه‌های دیگر مثلاً کارآفرینان نوپا گردآوری کنند.

منابع

- کریمی، سعید، بیمنز، هارم، چیدری، محمد و مولدر، مارتین. (۱۳۹۱). بررسی تأثیر عوامل محیطی و فرهنگی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی. توسعه کارآفرینی، ۵(۳)، ۱۲۴-۱۰۵.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behaviour. *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: W. H. Freeman and Company
- Bartlett, J. E., Kotrlík, J. W., & Higgins, C. C. (2001). Organizational Research: Determining Appropriate Sample Size in Survey Research. *Information Technology, Learning and Performance Journal*, 19(1), 23-29.
- Bird, B (1988). Implementing entrepreneurial ideas: the case for intention. *Academy of Management Review*, 13, 442-453.
- Bruton, G. D., Ahlstrom, D., & Li, H. L. (2010). Institutional theory and entrepreneurship: where are we now and where do we need to move in the future? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(3), 421-440.
- Busenitz, L. W., Gomez, C., & Spencer, J. W. (2000). Country institutional profiles: Unlocking entrepreneurial phenomena. *Academy of Management Journal*, 43(5), 994-1003
- Conner, M. & Armitage, C. J. (1998). Extending the Theory of Planned Behavior: A Review and Avenues for Further Research. *Journal of Applied Social Psychology*, 28, 1429-1464.
- De Clercq, D., Danis, W. M., & Dakhli, M. (2010). The moderating effect of institutional context on the relationship between associational activity and new business activity in emerging economies. *International Business Review*, 19, 85-101.
- Farid, M. I., El Sayed-Elkhouly, S. M., & Barnes, M. J. (2012). Institutional context for entrepreneurship in Arab countries. *International Journal of Sustainable Society*, 3(3), 292-311
- Fayolle, A., & Liñán, F. (2014). The future of research on entrepreneurial intentions. *Journal of Business Research*, 67(5), 663-666.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2010). *Predicting and changing behavior: The reasoned action approach*. New York: Psychology Press.
- Frazier, P. A., Tix, A. P., and Baron, K. E. (2004). Testing moderator and mediator effects in counseling psychology. *Journal of Counseling Psychology*, 51, 115-134.

- Gupta, V. K., Guo, C., Canever, M., Yim, H. R., Sraw, G. K., & Liu, M. (2014). Institutional environment for entrepreneurship in rapidly emerging major economies: the case of Brazil, China, India, and Korea. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10 (2), 367-384.
- Hair, J. F., Black W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Iakovleva, T., Kolvereid, L., & Stephan, U. (2011). Entrepreneurial intentions in developing and developed countries. *Education + Training*, 53(5), 353-370.
- Karimi, S., Biemans, H. J. A., Lans, T., Chizari, M., & Mulder, M. (2014). Effects of role models and gender on students' entrepreneurial intentions. *European Journal of Training and Development*, 38(8), 694 - 727.
- Karimi, S., Biemans, H. J. A., Mahdei, K. N., Lans, T., Chizari, M., & Mulder, M. (2015). Testing the relationship between personality characteristics, contextual factors and entrepreneurial intentions in a developing country. *International Journal of Psychology*, forthcoming..
- Karimi, S., Chizari, M., Biemans, H. J. A., & Mulder, M. (2010). Entrepreneurship education in iranian higher education: The current state and challenges. *European Journal of Scientific Research*, 48(1), 35-50.
- Kautonen, T., van Gelderen, M., & Fink, M. (2015). Robustness of the Theory of Planned Behavior in Predicting Entrepreneurial Intentions and Actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(3), 655-674.
- Kristiansen S. & Indarti, N. (2004). Entrepreneurial intention among Indonesian and Norwegian students. *Journal of Enterprising Culture*, 12(1), 55-78.
- Krueger, N., Reilly, M., & Carsrud, A. (2000). Competing model of entrepreneurial intention. *Journal of Business Venturing*, 15, 411-432.
- Linan, F., & Chen, Y. (2009). Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 33(3), 593-617.
- Luthje, C., & Franke, N. (2003). The 'making' of an entrepreneur: testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. *R&D Management*, 33(2), 135-147.
- Manolova, T. S., Eunni, R. V., & Gyoshev, B. S. (2008). Institutional Environments for Entrepreneurship: Evidence from Emerging Economies in Eastern Europe. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32, 203-218.
- North, D. C. (1990). *Institutions, institutional change and economic performance*. Cambridge (UK): Cambridge University Press.

- North, D. C. (2005). *Understanding the process of economic change*. Princeton: Princeton University Press
- Sánchez, J. C. (2012) Entrepreneurial intentions: the role of the cognitive variables. In: Burger-Helmchen T (ed) *Entrepreneurship—born, made and educated*. In Tech, New York, pp 27–50
- Shrout, P. E., & Bolger, N. (2002). Mediation in experimental and non-experimental studies: New procedures and recommendations. *Psychological Methods*, 7, 422–445
- Taormina, R. J., & Lao, S. K.-M. (2007). Measuring Chinese entrepreneurial motivation: Personality and environmental influences. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 13(4), 200–221.
- Urban, B. (2013). Influence of the institutional environment on entrepreneurial intentions in an emerging economy. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 14(3), 179-191.
- Vaillant Y., & Lafuente, E. (2007). Do different institutional frameworks condition the influence of local fear of failure and entrepreneurial examples over entrepreneurial activity? *Entrep Reg Dev Int J* 19,313–337
- Welter, F., & Smallbone, D. (2011). Institutional perspectives on entrepreneurial behavior in challenging environments. *Journal of Small Business Management*, 49(1), 107-125.