

بررسی عوامل اثرگذار بر قصد کارآفرینانه‌ی دانشجویان کشاورزی دانشگاه آزاد ایلام

مهدی رحمانیان کوشکی*^۱ - محمد چیزری^۲ - علی هواسی^۳

۱. دانشجویان کارشناسی ارشد ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه تربیت مدرس

۲. استاد گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه تربیت مدرس

(تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۰/۹/۲۰، تاریخ تصویب: ۱۳۹۰/۱۲/۲۱)

چکیده

شواهد زیادی بیانگر آن است که بیکاری دانش‌آموختگان آموزش عالی، در بسیاری از کشورها از جمله ایران در حال افزایش است. با وجود این چالش‌ها، بسیاری از سیاست‌گذاران، کارآفرینی در محیط‌های دانشگاهی را امری ضروری و اجتناب‌ناپذیر می‌دانند. شناسایی عوامل اثرگذار بر نیت‌های کارآفرینانه‌ی دانشجویان جوامع دانشگاهی بسیار با اهمیت بوده و در همین راستا تحقیقی با این هدف انجام شده است. جامعه‌ی آماری این تحقیق ۳۴۲ نفر از دانشجویان رشته‌های کشاورزی دانشگاه آزاد اسلامی ایلام بودند که از میان آن‌ها ۸۹ نفر به‌عنوان نمونه به‌طور تصادفی با استفاده از فرمول محاسباتی کوکران انتخاب شدند. ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسش‌نامه‌ای بود که روایی آن با کسب نظرات اساتید دانشگاه تأیید شد و پایایی آن نیز بر پایه‌ی ضریب آلفای کرونباخ ۰/۷۲ به‌دست آمد. اثرات متغیرهای مستقل (باور به خودکارآمدی، نگرش نسبت به کارآفرینی، حمایت خانواده و هنجارهای ذهنی) بر متغیر وابسته (نیت کارآفرینانه‌ی دانشجویان) آزموده شد. نتایج نشان می‌دهد تمامی متغیرهای مستقل، به‌غیر از نگرش نسبت به کارآفرینی رابطه‌ی مثبت و معناداری با نیت‌های کارآفرینانه دارند. در پایان برای ترغیب بیش‌تر نیت‌های کارآفرینانه‌ی دانشجویان به برنامه‌ریزان آموزشی دانشگاه، پیشنهادهایی ارائه شد.

واژه‌های کلیدی: نیت کارآفرینانه، باور به خودکارآمدی، حمایت خانوادگی ادراک شده، هنجارهای ذهنی، نگرش نسبت به کارآفرینی

مقدمه

بحران بیکاری به عنوان یک معضل، تمام جنبه‌های اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی یک جامعه را به شدت تحت تأثیر قرار می‌دهد و گاهی اثرات غیرقابل جبرانی بر جای می‌گذارد. گرچه علل و نیز راه‌حل و درمان این معضل برای ما به روشنی مشخص نیست، اما مشکلات اقتصادی و در صدر آن بیکاری، نقش مهمی در ایجاد و افزایش سایر معضلات دارد. حل این مشکل، سیاست‌گزاران غالب کشورها را با چالش‌های بزرگی روبه‌رو کرده است؛ به گونه‌ای که می‌توان گفت ثبات و زوال برخی از دولت‌ها در گرو حل بحران بیکاری می‌باشد (صالحی و برادران، ۱۳۸۵، ص ۱۸۴). براساس آمار موجود، تخمین زده شده که نرخ بیکاری از ۹/۱ درصد در سال ۱۳۷۵ به ۱۴/۲ درصد در سال ۱۳۸۰ رسیده است (سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی، ۱۳۸۱، ص ۲۲) و از سوی دیگر برآورد شده که حدود ۲/۵ میلیون نفر در ایران بیکار هستند که ۳۰ درصد از آن‌ها را فارغ‌التحصیلان دانشگاهی تشکیل می‌دهند (Karimi et al., 2010, p.39). هم‌چنین، شواهد زیادی بیانگر آن است که تعداد دانشجویان کشور در طول ۲۰ سال گذشته افزایش چشم‌گیری داشته، اما کیفیت دانش‌آموختگان و سازگاری تخصصی آنان با نیازهای جامعه، هنوز در هاله‌ای از ابهام قرار دارد. مسائل و مشکلات بیان شده، در مورد آموزش عالی کشاورزی واقعیت و عینیت بیش‌تری دارد.

در این راستا، اشتغال فارغ‌التحصیلان یکی از مسائلی است که همواره مورد توجه برنامه‌ریزان آموزشی در کشورهای مختلف بوده و نظام آموزشی کشور ما نیز از این قاعده مستثنی نیست. امروزه کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه، برای غلبه بر چنین مشکلاتی، کارآفرینی را پیشنهاد کرده‌اند. به بیان دیگر راهکار خروج از این چالش‌ها و عبور از این تهدیدها را باید در کارآفرینی جست‌وجو کرد. کارآفرینی، در بردارنده‌ی منبعی از انعطاف‌پذیری، نوآوری، خلق شغل برای اقتصاد و یک فرصت جالب برای توسعه‌ی حرفه‌ای افراد تلقی می‌شود (Onstenk, 2003, p.74). توجه جلدی به مقوله‌ی کارآفرینی، به برخی پیامدها مانند افزایش فرصت‌های شغلی، رقابت، بهبود بهره‌وری و

افزایش سطح رفاه اجتماعی اقتصادی منجر خواهد شد (Azizi et al., 2010, P.78). در واقع پژوهش‌های تجربی در کشورهای اروپایی و امریکایی از ارتباط مثبت بین فعالیت‌های کارآفرینی و پیامدهای اقتصادی از جمله رشد اقتصادی و نوآوری در چنین جوامعی حکایت دارد (Oosterbeek et al., 2010, P.441).

یونیسکو (۲۰۰۴) در چشم‌انداز جهانی آموزش عالی برای قرن ۲۱، دانشگاه‌های جدید را به‌عنوان یک مکان که در آن قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان برای تبدیل شدن به ایجادکنندگان کار توسعه می‌یابد، توصیف می‌کند (Azizi et al., 2010, P.80). به بیان دیگر، امروزه رسالت آموزش عالی تنها انتقال دانش یا پیشرفت ذهنی نیست، بلکه آن نوع آموزش‌هایی باید در دستور کار قرار گیرد که توانایی اشتغال‌پذیری را در افراد داشته باشد (Hwarng, 2001, P.206)، چرا که چنین فعالیت‌هایی باعث شده انگیزه‌ی دانش‌آموختگان تغییر کرده و فعالیت‌های آنان به سمت و سوی کارآفرینی سوق داده شود. متأسفانه، بیش‌تر پژوهش‌های کارآفرینی توجه خود را به راه‌اندازی کسب‌وکار (مرحله‌ی بعد از تصمیم‌گیری) معطوف کرده و مرحله‌ی تصمیم‌گیری را مورد غفلت قرار می‌دهند، که چنین امری در مورد آموزش‌های کارآفرینی در آموزش عالی مصداق بارزتری دارد (بارانی و زرافشانی، ۱۳۸۸، ص ۹۲). به بیان دیگر در مرحله‌ی تصمیم‌گیری (نیت و عزم کارآفرینانه) این نکته قابل توجه است که چه عوامل و عناصری باعث انتخاب راه‌اندازی یک کسب‌وکار به جای گزینه‌های مختلف شغلی دیگر توسط یک فرد می‌شود. بررسی شرایط موجود و هم‌چنین دیدگاه دانشجویان در ارتباط با برخی پیش‌نیازهای لازم برای نیت‌های کارآفرینانه، می‌تواند تا حدودی بیانگر شرایط و زمینه‌های لازم درباره‌ی نیت‌های کارآفرینانه در دانشجویان باشد. بدین منظور برای تحقق هدف یادشده، از الگوهای مبتنی بر نیت‌های کارآفرینانه استفاده کردیم تا از سویی به یک چارچوب مناسب برای اندازه‌گیری اثربخشی برنامه‌های آموزش کارآفرینی در آموزش عالی دست یابیم و از سوی دیگر، از آن به‌عنوان روزه‌ی امید برای حل بحران بیکاری در دانش‌آموختگان

آموزش عالی بهره ببریم. بدین منظور، از الگوی نظریه‌ی برنامه‌ریزی شده‌ی^۱ آژن (Ajzen, 1987)، با افزودن یک عامل دیگر با عنوان حمایت خانوادگی ادراک شده بر نیت‌های کارآفرینانه‌ی دانشجویان بهره گرفتیم. از این‌رو در این‌باره، تحقیق مورد نظر به‌دنبال پاسخ به سوالات زیر می‌باشد:

۱. آیا باور به خود کارآمدی سبب برانگیختن نیت‌های کارآفرینانه‌ی دانشجویان می‌شود؟
۲. آیا نگرش نسبت به راه‌اندازی کسب‌وکار بر نیت‌های کارآفرینانه‌ی دانشجویان تاثیر مثبت دارد؟
۳. آیا ارتباطی بین حمایت خانوادگی ادراک شده با عزم کارآفرینانه‌ی دانشجویان در دانشگاه آزاد ایلام وجود دارد؟
۴. آیا ارتباطی بین هنجارهای ذهنی (جامعه) و عزم کارآفرینانه‌ی دانشجویان در دانشگاه ایلام وجود دارد؟
۵. تعیین قدرت پیش‌گویی هر یک از متغیرهای مستقل (باور به خود کارآمدی، نگرش نسبت به کارآفرینی، هنجارهای جامعه و حمایت خانوادگی ادراک شده) بر نیت‌های کارآفرینانه‌ی دانشجویان تا چه اندازه می‌باشد؟

مروری بر ادبیات و پیشینه‌ی تحقیق

الگوهای متنوعی برای سنجش نیت‌های کارآفرینانه ارائه شده است. از جمله می‌توان به الگوی رویداد کارآفرینی شاپیرو و سکل (Shapiro and Sokol, 1982, p.77)، الگوی نیت کارآفرینانه‌ی بوید و زیکیس (Boyd and Vozikis, 1994, p.66) و الگوی کارآفرینانه‌ی ببرد (Bird, 1998, p.444) اشاره کرد. با وجود مفید بودن این الگوها در پژوهش‌های کارآفرینی به ویژه نیت‌های کارآفرینانه، هیچ کدام از آن‌ها نتوانسته‌اند به‌عنوان یک الگوی جامع در این‌گونه پژوهش‌ها استفاده شوند. ماهیت فردنگری و توجه نداشتن به عوامل اجتماعی از جمله محدودیت‌های این الگوها بوده است. از این‌رو الگوی

1. Theory of Planned Behavior

رفتار برنامه‌ریزی شده‌ی آژن (Ajzen 1991) (TPB)، به دلیل اصلاح موارد بیان شده (تعامل بین عوامل فردی و اجتماعی) و وجود عوامل مختلفی که در آن به کار گرفته شده، باعث ارتباط و تعامل بیش تر با عوامل فردی و محیطی در جامعه شده است، که از آن می‌توان به عنوان یک ابزار ارزشمند و قوی در بررسی نیت‌های کارآفرینانه بهره گرفت. هم‌چنین از سوی دیگر به عقیده‌ی محققان، نظریه‌ی رفتار برنامه‌ریزی شده‌ی آژن (Ajzen, 1991)، چارچوب معتبری را به منظور تحلیل و اندازه‌گیری چگونگی تأثیر برنامه‌های آموزش کارآفرینی^۱ (EEP) بر نگرش‌ها و نیت‌ها و رفتار کارآفرینانه‌ی فراگیران فراهم می‌آورد (Fayolle et al., 2006, p.705). براساس الگوی رفتار برنامه‌ریزی شده، نگرش درباره‌ی رفتار، هنجارهای ذهنی و باور به خود کارآمدی به عنوان پیشگو کننده‌های نیت در راه‌اندازی فعالیت‌های کارآفرینانه به‌شمار می‌روند. تفاوت این نظریه با سایر الگوها، به دلیل در اختیار داشتن متغیر هنجار ذهنی می‌باشد که در الگوهای دیگر به آن اشاره نشده است (Moriano and Gorgievski, 2007, p.13). از این رو در این مطالعه علاوه بر یک متغیر با عنوان حمایت خانوادگی ادراک شده برای تدوین مناسب برنامه‌های آموزش کارآفرینی و اثربخشی دوره‌های کارآفرینی از متغیرهای الگوی رفتار برنامه‌ریزی شده نیز استفاده شد. متغیرهای استفاده شده در این تحقیق عبارتند از:

نیت کارآفرینانه

یکی از عوامل زیربنایی رفتار برنامه‌ریزی شده، نیت کارآفرینانه است. نیت کارآفرینانه را به عنوان اولین اقدامی که فرد، قبل از آغاز رسمی راه‌اندازی کسب و کار و یا تولید و فروش اولیه‌ی مربوط به کسب و کاری انجام می‌دهد، تعریف می‌کنند (Carr and Sequeira, 2007, P.1091). چندین فعالیت عمده که در جهت اقدام اولیه به منظور نیت کارآفرینی در نظر گرفته می‌شود را می‌توان به نوشتن طرح تجاری یک کسب و کار، یافتن ساختمان و تجهیزات برای راه‌اندازی کسب و کار، پس‌انداز و توسعه دادن محصول یا

1- Entrepreneurship Education Programmers

خدمات جدید بیان کرد (Carter et al., 1996, P. 159). چنین اقداماتی به عنوان اهدافی در نظر گرفته می شود که در مرحله ی قبل از ظهور کسب و کار یا رفتار نهایی مشاهده نشده از سوی فرد کارآفرین، می تواند بروز کند.

نگرش نسبت به کارآفرینی

نگرش، وضعیتی است جهت پاسخ مساعد یا نامساعد به یک شی، شخص، نهاد یا یک رویداد و اولین عامل تعیین کننده ی نیت های کارآفرینانه به شمار می آید (Ajzen, 1991, P.188). به بیان دیگر، نگرش عبارت است از درجه ای که شخص، رفتار مطلوب یا نامطلوب مورد نظر را از دیدگاه خود ارزیابی می کند (Claar et a, 2009). نگرش کارآفرینی را به عنوان میل و درک احتمال از شروع یا راه اندازی یک کسب و کار تعریف می کنند (2009, p.69). استفاده از این عامل در نیت های کارآفرینانه به صورتی است که از دیدگاه فرد، تا چه اندازه راه اندازی کسب و کار جالب به نظر می رسد که مؤید تأثیر نگرش بر نیت به شروع یک کسب و کار کارآفرینانه می باشد. به طور کلی، افراد نگرش مثبتی نسبت به کسب و کارهایی که دیگران آن را مهم ارزیابی می کنند، دارند. موریس و لویز (۱۹۹۵) معتقدند که پیشینه ی خانواده، قرار گرفتن در معرض کسب و کار دیگران و تجربه ی قبلی در زمینه ی کارآفرینی در نگرش افراد نسبت به توسعه ی کارآفرینی تأثیرگذار خواهد بود (Carr and Sequira, 2007, P.1092). از این رو هر اندازه افراد نسبت به فعالیت های کارآفرینانه نگرش مثبت داشته باشند، بدون تردید کارآفرینی را به عنوان امری شدنی و امکان پذیر درک کرده و احتمال موفقیت آنها بیش تر می شود. با توجه به مباحث یادشده، آنچه که در این تحقیق مطالعه شد بررسی وجود ارتباط معنی دار بین عامل "نگرش نسبت به کارآفرینی" با عامل "نیت های کارآفرینانه ی دانشجویان"، بر اساس فرضیه ی زیر است:

فرضیه ۱ (H₁): بین نگرش نسبت به کارآفرینی با نیت های کارآفرینانه ی دانشجویان رابطه ی مثبت و معناداری وجود دارد.

حمایت خانوادگی ادراک شده

امروزه پژوهش ها نشان داده است افرادی که خانواده ی آنها از فعالیت های کارآفرینانه

حمایت کرده باشند، درک بیش‌تری از مفهوم کارآفرینی دارند و افرادی که خانواده‌ی آن‌ها حامی چنین فعالیت‌هایی نیستند، برای شروع کسب‌وکار جدید ترسو و بی‌اعتماد خواهند بود (Carr and Sequira, 2007, P.1092). هم‌چنین افراد متعلق به خانواده‌هایی که مالک کسب‌وکار هستند و یا متعلق به جوامعی هستند که خوداشتغالی را ترغیب می‌کنند، از سرمایه‌ی اجتماعی خود برای ایجاد فعالیت‌های کارآفرینی بهره‌ی لازم را می‌برند و در این راه موفق‌تر از کسانی هستند که چنین منابعی را ندارند (Stam et al., 2006, p.4). تجربیات کاری خانواده، تأثیرات قابل توجهی بر افراد برای کارآفرین شدن دارد که این تأثیرات می‌تواند به‌عنوان نمونه‌هایی از رفتار در آینده درونی شده و به نوبه‌ی خود بر نیت‌های کارآفرینانه‌ی فرد برای کارآفرین شدن اثرگذار بر شمرده شود. اغلب پژوهش‌های مرتبط با رفتارهای کارآفرینانه نشان می‌دهند که کارآفرینان، تاریخچه‌ای خانوادگی دارند که در آن پدر یا مادرشان دارای شغل آزاد بوده است (Fairlie and Robb, 2007, PP.290-1). به‌عبارت دیگر، افرادی که خانواده‌ی آن‌ها کسب‌وکار آزاد دارند، با توجه به تجربیات خانواده ممکن است نسبت به کارآفرینی نگرش مثبت یا منفی داشته باشند و این نگرش مثبت و منفی نسبت به کارآفرینی، به موفقیت‌آمیز بودن یا ناموفق بودن خانواده در کسب‌وکار بستگی دارد. از این‌رو در این پژوهش بررسی وجود رابطه‌ی معنادار بین "حمایت خانوادگی ادراک شده" و عامل "نیت‌های کارآفرینانه‌ی دانشجویان"، براساس فرضیه‌ی زیر، مطالعه شد:

فرضیه ۲ (H₂): بین حمایت خانوادگی ادراک شده با نیت‌های کارآفرینانه‌ی دانشجویان رابطه‌ی مثبت و معناداری وجود دارد.

هنجارهای ذهنی

هنجارهای ذهنی، منعکس‌کننده‌ی فشار اجتماعی است که شخص برای انجام دادن یک رفتار خاص، احساس می‌کند؛ به‌عبارت دیگر، شخص در رفتارش گروهی را به‌عنوان مرجع در نظر گرفته و رفتار خود را با نیازهای آنان تنظیم می‌کند (Fayolle et al., 2006, P.707). هنجارهای ذهنی در قالب فرهنگ جامعه جای می‌گیرند. فرهنگ یک جامعه را مجموعه‌ای از افکار و فعالیت‌ها (Karimi et al., 2010, P.44)، ارزش‌ها و باورهای

مشترک (Licht and Siegel, 2003, P.511) تعریف می کنند. این رویکرد، کارآفرینی را به زمینه‌ی فرهنگی اجتماعی مرتبط می کند و به فرهنگ به عنوان عامل تعیین کننده‌ی کارآفرینی می نگرد و برای رشد کارآفرین در یک جامعه، تناسب بین سازه‌های ایدئولوژیکی و رفتار اقتصادی را ضروری می داند. این امر در مورد دانشگاه بایستی به صورتی باشد که در سراسر دانشگاه عامل مشوق وجود داشته باشد تا فرهنگ و ذهنیت افراد به سمت تجاری سازی دانش تغییر کند. این عامل باعث شده که در دانشجویان قصد و نیت قوی تری برای آغاز یک فعالیت کارآفرینانه به وجود آید. براساس مطالب بیان شده، آنچه که در این تحقیق مطالعه شد، بررسی وجود ارتباط معنی دار بین عامل "هنجارهای ذهنی" با عامل "نیت‌های کارآفرینانه‌ی دانشجویان"، براساس فرضیه‌ی زیر است:

فرضیه ۳ (H₃): بین هنجارهای ذهنی با نیت‌های کارآفرینانه‌ی دانشجویان رابطه‌ی مثبت و معناداری وجود دارد.

باور به خودکارآمدی

باندورا (۱۹۷۷)، باور به خودکارآمدی را نشان دهنده‌ی اعتقادات افرادی می داند که توانایی موفقیت برای رسیدن به اهداف را در خود احساس می کنند (Carr and Sequira, 2007, P.1092). به بیان دیگر بدون یک حس قوی از خودکارآمدی "فرد انگیزه‌ی کمی به عمل و یا به استقامت در برابر مشکلات" دارد (Bandura, 2002, P.270). خودکارآمدی با خود ادراکی چندان تفاوتی ندارد. در خود ادراکی نوعی ارتباط علت و معلولی میان رفتار، شناخت و عوامل محیطی و فردی وجود دارد. این امر بدان معناست که از یک سو محیط و ادراک از محیط می توانند بر رفتار فرد تأثیر بگذارند و از سوی دیگر، رفتار فرد بر محیط و هم چنین روش ادراک او از خودش و محیطش تأثیر می گذارد (Verheul et al., 2005, P.487). Lent et al. (2002) بر مبنای نظریه‌ی شناخت اجتماعی اشتغال، معتقدند باور به خودکارآمدی بر مواردی نظیر انتخاب شغل، توسعه‌ی فعالیت‌های شغلی، قابلیت‌های حرفه‌ای و عملکرد شغلی افراد تأثیر مثبت دارد. هم چنین Jude and

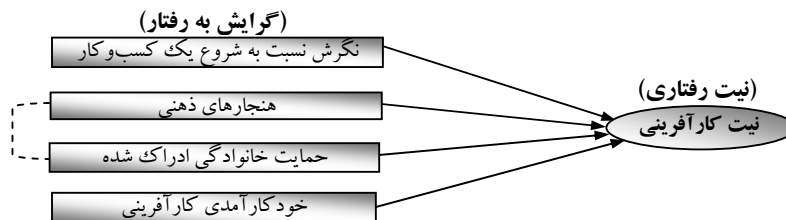
Bone (2001)، در تحقیق خود دریافتند که خودکارآمدی با پیامدهای از قبیل رضایت شغلی و عملکرد شغلی دانشجویان در راه‌اندازی کسب و کار رابطه‌ای مثبت دارد (Van Dam et al., 2010, P.967). هم‌چنین در تحقیق دیگری ژائو و همکاران (۲۰۰۵)، دریافتند که خودکارآمدی نقش مهمی در توسعه‌ی نیت‌های دانشجویان برای تبدیل شدن به کارآفرینان ایفا می‌کند (Zhao et al., 2005, p.1269). از این‌رو بر این اساس، فرضیه‌ی آخر تحقیق به بررسی وجود ارتباط معنی‌دار بین عامل "باور به خودکارآمدی" و عامل "نیت‌های کارآفرینانه‌ی دانشجویان" به صورت زیر مطالعه شد:

فرضیه ۴ (H₄): بین باور به خودکارآمدی با نیت‌های کارآفرینانه‌ی دانشجویان رابطه‌ی مثبت و معناداری وجود دارد.

تا به امروز، مطالعات وسیع و گسترده‌ای در زمینه‌ی بررسی عوامل اثرگذار بر نیت‌ها و رفتار کارآفرینی در میان کشورهای مختلف انجام شده، اما در کشور ما آن‌طور که باید و شاید به آن توجه نشده است. از جمله مطالعات انجام شده در داخل و خارج از کشور عبارتند از:

لوتجی و فرانکی (۲۰۰۳) در مطالعه‌ای با عنوان "آزمون مدل نیت کارآفرینی در میان دانشجویان مهندسی در دانشگاه MIT" پرداخته و دریافتند که ویژگی‌های شخصیتی تأثیر غیرمستقیمی بر نیت دارد و هم‌چنین بین نگرش کارآفرینانه‌ی دانشجویان و نیت کارآفرینی ارتباط نزدیکی برقرار است (Luthje and Franke, 2003, P.129). لی و همکاران در تحقیق دیگری با عنوان "نیات کارآفرینی: اثرات عوامل سازمانی و فردی" که در سال ۲۰۱۱ انجام دادند به این نتیجه رسیدند که بین باور به خودکارآمدی کارآفرینی و نیت‌های کارآفرینی رابطه‌ای مثبت و معنی‌داری در سطح ۵ درصد وجود دارد (Lee et al., 2011, P.129). درباره‌ی متغیر هنجارهای ذهنی بر نیت‌های کارآفرینی، آژن (Ajzen, 1991) با انجام ۱۹ مطالعه درباره‌ی نظریه‌ی رفتار برنامه‌ریزی شده دریافت که در ۱۱ مورد از این ۱۹ پژوهش، هنجارهای ذهنی ضریب رگرسیون غیر معنی‌دار یا منفی دارند. از این‌رو به‌زعم آژن (Ajzen, 1987)، هنجارهای ذهنی سهم ضعیفی در تبیین نیت برای انجام دادن رفتارهای مختلف به‌ویژه برای موضوعات با مرکز کنترل درونی بالا دارند (بارانی و همکاران، ۱۳۸۹، صص ۹۸-۹۷). هم‌چنین در زمینه‌ی حمایت خانوادگی ادراک شده، کار

و سکوریا (۲۰۰۷) در تحقیق خود با عنوان "تأثیر کسب و کار قبلی خانواده بر نیت کارآفرینانه" به این نتیجه رسیدند، کسانی که خود کارآمدی بالاتری دارند و خانواده‌ی آنان از فعالیت‌های کارآفرینانه‌ی آنها حمایت می‌کنند، نیت و عزم کارآفرینانه‌ی بیش‌تری نسبت به کسانی که چنین شرایطی ندارند، دارند (Carr and Sequira, 2007, P.1095). در پژوهشی دیگر بارانی و زرافشانی که به بررسی عوامل اثرگذار بر نیت‌های کارآفرینانه‌ی دانشجویان رشته‌ی مدیریت و آبادانی روستاها در دانشگاه پیام نور پرداخته بودند، دریافتند که بین تمامی متغیرها، به غیر از هنجارهای ذهنی رابطه‌ای مثبت و معنی‌داری در سطح یک درصد وجود دارد. هم‌چنین در تحقیق دیگری که رجبی و همکاران (۱۳۸۷) با عنوان "بررسی عوامل اثرگذار بر رفتار کارآفرینی در مرکز آموزش علمی کاربردی کشاورزی استان قزوین" انجام دادند، به این نتیجه رسیدند که میزان رفتار کارآفرینی در بین دانشجویان در حد متوسط قرار دارد، در حالی که این میزان در بین دانشجویان رشته‌های مختلف متفاوت بوده و در بین دانشجویان دختر و پسر اختلاف معنی‌داری وجود نداشت (رجبی و همکاران، ۱۳۸۷، ص ۲۲۰). در نهایت براساس آنچه درباره‌ی الگوی رفتار برنامه‌ریزی شده بیان شد و هم‌چنین براساس پیشینه‌ی تحقیق و فرضیات مطرح شده، الگوی مفهومی به صورت نمودار شماره (۱) ارائه می‌شود.



نمودار ۱. الگوی مفهومی تحقیق

روش‌شناسی

این مقاله به شناسایی و تحلیل عوامل اثرگذار بر نیت‌های کارآفرینانه‌ی دانشجویان کشاورزی دانشگاه آزاد اسلامی ایلام می‌پردازد. این تحقیق کاربردی و از نوع توصیفی همبستگی بوده و به روش پیمایشی انجام شده است. جامعه‌ی آماری این پژوهش را ۳۴۲ نفر از دانشجویان کشاورزی دانشگاه آزاد اسلامی ایلام تشکیل می‌دهند. برای تعیین حجم

نمونه، با بهره‌گیری از فرمول کوکران و نمونه‌گیری تصادفی، ۸۹ نفر به‌عنوان نمونه‌ی مورد نظر انتخاب شدند. ابزار جمع‌آوری اطلاعات مربوط به تحقیق، پرسش‌نامه‌ای در بردارنده‌ی ۶ قسمت بود که عبارتند از نیت‌های کارآفرینی، نگرش نسبت به کارآفرینی، حمایت خانوادگی ادراک شده، هنجارهای ذهنی، باور به خودکارآمدی و ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای دانشجویان، که برای سنجش مقوله‌های بیان شده، از پرسش‌نامه‌ی کار و سکوریا (Carr and Sequeria, 2007, pp.1096-7) بهره گرفته شد. برای تعیین روایی پرسش‌نامه از نقطه‌نظرات اساتید دانشگاه تربیت مدرس و ایلام بهره گرفتیم. هم‌چنین به‌منظور سنجش پایایی پرسش‌نامه، ۳۰ پرسش‌نامه توسط دانشجویانی مشابه جامعه‌ی آماری مورد مطالعه در این تحقیق تکمیل شد و سپس میزان پایایی آن توسط نرم‌افزار اس.پی.اس.اس.۱۶^۱ و با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ /۷۲ محاسبه شد، که نشان‌دهنده‌ی پایایی مناسب پرسش‌نامه می‌باشد. تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش در دو بخش آمار توصیفی و استنباطی انجام شد. در بخش آمار توصیفی با استفاده از مشخصه‌های آماری نظیر فراوانی، میانگین و انحراف معیار به توصیف داده‌های پژوهش پرداخته شده است. در بخش آمار استنباطی نیز از ضریب همبستگی و رگرسیون چند متغیره استفاده شد.

یافته‌ها

همان‌طور که در جدول شماره (۱) مشاهده می‌شود حدود ۴۸ درصد دانشجویان (پاسخ‌دهندگان) بین ۱۹ تا ۲۳ سال، ۴۰ درصد بین ۲۴ تا ۲۸ سال و ۱۲ درصد از آن‌ها بیش‌تر از ۲۹ سال سن دارند. میانگین سنی دانشجویان نیز ۲۴/۳ سال است. از طرف دیگر بیش از نیمی از دانشجویان (پاسخ‌دهندگان) سطح تحصیلات کارشناسی (۵۵ درصد)، ۲۹ درصد کارشناسی ارشد و ۱۶ درصد از آن‌ها نیز سطح تحصیلات کاردانی دارند. هم‌چنین توزیع فراوانی دانشجویان براساس جنسیت نشان می‌دهد که بیش‌تر افراد مطالعه شده در این تحقیق (۶۲ نفر، ۶۹ درصد) را مردان و مابقی (۲۷ نفر، ۳۱ درصد) را زنان تشکیل می‌دهند.

جدول ۱. متغیرهای جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان

متغیر	فراوانی	درصد	میانگین
سن دانشجویان			
۱۹ تا ۲۳ سال	۴۳	٪۴۸	۲۴/۳۸
۲۴ تا ۲۸ سال	۳۶	٪۴۰	
۲۹ سال و بیشتر	۱۰	٪۱۲	
مقطع تحصیلی			
کارشناسی ارشد	۲۶	٪۲۹	
کارشناسی	۴۹	٪۵۵	
کاردانی	۱۴	٪۱۶	
جنسیت دانشجویان			
مرد	۶۲	٪۶۹	
زن	۲۷	٪۳۱	

برای بررسی ارتباط بین متغیرهای باور به خود کارآمدی، هنجارهای ذهنی، حمایت خانوادگی ادراک شده و نگرش نسبت به کارآفرینی با متغیر نیت‌های کارآفرینانه‌ی دانشجویان از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. با توجه به یافته‌های به دست آمده از جدول شماره (۲) به غیر از متغیر گرایش نسبت به کارآفرینی، سایر متغیرها با نیت کارآفرینی همبستگی مثبت و معنی‌داری را نشان می‌دهند. به عبارت دیگر می‌توان گفت هرچه نمره‌ی دانشجویان در متغیرهای مستقل معنی‌دار (باور به خود کارآمدی، حمایت خانوادگی ادراک شده و هنجارهای ذهنی) بیش‌تر باشد، میزان نیت‌های کارآفرینانه‌ی آنان به همان اندازه بیش‌تر خواهد شد (جدول شماره ۲).

جدول ۲. نتایج تحلیل (آزمون همبستگی) متغیرهای تحقیق

متغیر	میانگین (M)	انحراف معیار (SD)	۱	۲	۳	۴	۵
باور به خود کارآمدی (۱)	۴/۱۸	۱/۰۶	۱				
هنجار ذهنی (۲)	۳/۴۶	۱/۲۶	۰/۶۵**	۱			
حمایت خانوادگی ادراک شده (۳)	۳/۲۴	۱/۰۴	۰/۲۲*	۰/۶۰**	۱		
نگرش نسبت به کارآفرینی (۴)	۲/۸۵	۰/۷۰	۰/۳۵	۰/۶۹	۰/۳۲	۱	
نیت‌های کارآفرینانه [†] (۵)	۱/۲۸	۰/۸۹	۰/۴۸**	۰/۲۶*	۰/۳۴*	۰/۲۸	۱

توجه: مقیاس تمام متغیرهای مستقل طیف لیکرت از ۱ (کاملاً مخالفم) تا ۵ (کاملاً موافقم)

[†] مقیاس متغیر وابسته دو سطحی از ۱ (بلی) تا ۲ (خیر)

*: معنی‌داری در سطح ۰/۰۵ **: معنی‌داری در سطح ۰/۰۱

برای برآورد تأثیر جمعی متغیرهای مستقل معنی‌دار به دست آمده از همبستگی بر نیت‌های کارآفرینانه‌ی دانشجویان از رگرسیون چندگانه به روش گام‌به‌گام^۱ استفاده شده است. مشخصات الگوی به دست آمده از هر مرحله، شامل متغیرهای ورودی که بر اساس اهمیت تبیینی وارد معادله می‌شوند و هم‌چنین ضریب همبستگی و ضریب تعیین مربوطه در جدول شماره (۳) ارائه شده است. همان‌طور که جدول شماره (۳) نشان می‌دهد در اولین گام در تحلیل رگرسیون، متغیر "باور به خود کارآمدی" وارد معادله شده است. در این مرحله، مقدار ضریب همبستگی چندگانه (R) برابر ۰/۴۲۷ و ضریب تعیین برابر ۰/۲۰۳ به دست آمد. به عبارت دیگر بیش از ۲۰ درصد از تغییرات متغیر وابسته را این متغیر تبیین می‌کند. ورود سایر متغیرها شامل "هنجارهای ذهنی" و "حمایت خانوادگی ادراک شده" به نوبت در دو مرحله‌ی دیگر توانسته‌اند حدود ۲۷ درصد از تغییرات متغیر وابسته یا نیت‌های کارآفرینانه‌ی دانشجویان را تبیین کنند. با توجه به یافته‌های ارائه شده در جدول شماره (۴) معادله‌ی خطی به دست آمده از تحلیل رگرسیونی گام‌به‌گام به قرار زیر است:

$$Y = 1/87 + 0/086(x_1) + 0/048(x_2) + 0/037(x_3)$$

نمادهای متغیرهای این معادله عبارتند از:

Y: نیت کارآفرینانه‌ی دانشجویان؛

X_۱: باور به خود کارآمدی؛

X_۲: هنجارهای ذهنی؛

X_۳: حمایت خانوادگی ادراک شده.

جدول ۳. نتایج رگرسیونی متغیرهای تأثیرگذار بر نیت‌های کارآفرینانه‌ی دانشجویان

مقدار F	ضریب تعیین تعدیل شده	ضریب تعیین	ضریب همبستگی	متغیر	گام
۴۷/۲۱۱ ^{††}	۰/۲۰۱	۰/۲۰۳	۰/۴۲۷	باور به خود کارآمدی	۱
۴۵/۰۱۱ ^{††}	۰/۲۲۲	۰/۲۳۴	۰/۵۱۹	هنجارهای ذهنی	۲
۴۱/۰۷۱ ^{††}	۰/۲۵۰	۰/۲۶۹	۰/۵۸۳	حمایت خانوادگی ادراک شده	۳

^{††}: P ≤ ۰/۰۰۱

جدول ۴. ضرایب معادله‌ی رگرسیونی و مقادیر بتا

Sig.	t	ضریب استاندارد شده (Beta)	ضریب غیراستاندارد (B)	مشخصه‌ها و متغیرها
۰/۴۵۱	۰/۶۷		۱/۸۷	مقدار ثابت
۰/۰۱۷	۲/۴۱	۰/۳۳۱	۰/۰۸۶	باور به خودکارآمدی
۰/۰۲۶	۱/۹۸	۰/۰۸۶	۰/۰۴۸	هنجارهای ذهنی
۰/۰۳۱	۱/۳۰	۰/۰۸۲	۰/۰۳۷	حمایت خانوادگی ادراک شده

بحث و نتیجه

این پژوهش با هدف کلی بررسی عوامل اثرگذار بر نیت‌های کارآفرینانه‌ی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد ایلام با کاربرد رفتار برنامه‌ریزی شده‌ی آژن به علاوه‌ی وجود یک متغیر دیگر با عنوان حمایت خانوادگی ادراک شده انجام شد. یافته‌های به‌دست آمده از بررسی روابط موجود بین متغیرهای تحقیق، نکات مهمی را در راستای دست‌یابی به اهداف تحقیق نشان داد. براساس یافته‌ها، کلیه‌ی فرضیه‌ها به جز فرضیه‌ی یک (نگرش نسبت به کارآفرینی)، مبنی بر ارتباط مثبت و معنادار نیت کارآفرینانه‌ی دانشجویان با حمایت خانوادگی ادراک شده، هنجارهای جامعه و باور به خودکارآمدی در گروه مورد مطالعه تأیید شد. از یافته‌های جالب در این پژوهش که نیاز به تأمل بیش‌تری دارد، نبود رابطه‌ی معنی‌دار بین نگرش و نیت‌های کارآفرینانه بوده که برخلاف برخی از پژوهش‌های پیشین است (Luthje and Franke, 2003, p.129; Carr and Sequira, 2007, p.1094). شاید تناقض میان بارانی و زرافشانی، ۱۳۸۸، ص ۹۵؛ بارانی و همکاران، ۱۳۸۹، ص ۹۳). این یافته و نتایج پژوهش‌های دیگران به‌دلیل استفاده از محیط آموزشی، مکان جغرافیایی متفاوت، جامعه‌ی آماری با ویژگی‌های فردی متنوع و ابزار اندازه‌گیری گوناگون می‌باشد. تفسیر دیگر بر این یافته می‌تواند این باشد که شاید نگرش به کارآفرینی به‌طور غیرمستقیم و از طریق متغیرهای دیگر که در این تحقیق مدنظر قرار نگرفته‌اند، می‌تواند بر نیت‌های کارآفرینانه‌ی دانشجویان تأثیرگذار باشد. نتایج تحقیق به‌دست آمده از امیری و مرادی (۱۳۸۷) نشان می‌دهد که چهار عامل شیوه‌ی مدیریت، محتوای دروس، نظام اداری-مالی و عملکرد کارکنان دانشگاه، به ترتیب به‌عنوان مهم‌ترین موانع درون دانشگاهی نگرش‌های کارآفرینانه‌ی دانشجویان به حساب می‌آیند (امیری و مرادی، ۱۳۸۷، صص ۶۳-۶۱)، که

تأییدکننده‌ی نتایج به‌دست آمده درباره‌ی عدم رابطه‌ی نگرش کارآفرینی با نیت‌های کارآفرینانه هستند.

درباره‌ی تفسیر رابطه‌ی مثبت بین هنجارهای ذهنی و نیت‌های کارآفرینانه‌ی دانشجویان، شایان ذکر است که هر اندازه هنجارهای جامعه، یعنی مجموعه‌ی باورها و ارزش‌های شخصی افراد که متأثر از هنجارهای جامعه است، مطابق و هم‌سو با فعالیت‌های کارآفرینانه باشد، فرد قصد و نیت بیش‌تری برای شروع و راه‌اندازی یک کسب‌وکار کارآفرینانه از خود نشان می‌دهد. در پژوهش‌های دیگر بر وجود این رابطه تأکید شده است (Carr and Sequira, 2007, p.1094; Fayolle et al., 2006, p.714; بارانی و همکاران، ۱۳۸۹، ص ۹۶). این نتیجه برخلاف یافته‌ی تحقیق بارانی و زرافشانی (۱۳۸۸) مبنی بر رابطه نداشتن هنجارهای جامعه و نیت کارآفرینانه بوده و هم‌چنین وجود رابطه‌ی مثبت بین حمایت خانوادگی ادراک شده و نیت کارآفرینانه بیان می‌کند، خانواده‌هایی که افراد آن حامی فعالیت‌های کارآفرینانه باشند، فرزندان آن‌ها هم به نوبه‌ی خود تمایل و رغبت بیش‌تری برای راه‌اندازی کسب‌وکار از خود بروز می‌دهند. این یافته، نتایج پژوهش‌های (Fairlie and Robb, 2007, p.298; Stam et al., 2006, p.206) را تأیید می‌کند. از جمله نکات جالب به‌دست آمده در این تحقیق، وجود رابطه‌ی مثبت و معنی‌دار قوی بین هنجارهای جامعه و حمایت خانوادگی ادراک شده در سطح یک درصد می‌باشد، که در الگوی مفهومی تحقیق به وسیله‌ی خطوط فاصله‌ای به یک‌دیگر وصل شده‌اند. در نتیجه در جوامعی که از فعالیت‌های کارآفرینانه حمایت لازم به عمل می‌آید، حمایت خانوادگی ادراک شده هم از فعالیت‌های کارآفرینانه به نوبه‌ی خود افزایش می‌یابد. به‌طوری که می‌توان اذعان کرد، هنجارهای جامعه در قالب فرهنگ جامعه جای می‌گیرد. در صورتی که هنجارهای جامعه که حمایت خانوادگی ادراک شده از آن منشاء می‌گیرد با فعالیت‌های خانواده هم‌سو باشد، فرد با حمایت خانوادگی ادراک شده قصد و نیت قوی‌تری برای آغاز یک فعالیت کارآفرینانه در جامعه از خود بروز می‌دهد. در آخرین فرضیه که مبنی بر وجود رابطه‌ی مثبت بین باور به خود کارآمدی و نیت کارآفرینانه بوده، نتایج نشان می‌دهد که باور به خود کارآمدی بالاتر در فرد، می‌تواند احساس اطمینان

بیش تر از توانایی های شخصی بر رضایت بخشی یک کار مخاطره آمیز را در وی متبلور کند. از این رو انتظار می رود چنین فردی با نیت بیش تر و مصمم تر و به تبع آن با انعطاف پذیری بیش تری در تطبیق برنامه ی شغلی و انتخاب یک مسیر شغلی کارآفرینانه اقدام کند. پژوهش هایی که تاکنون در زمینه ی خودکارآمدی نیز انجام شده است، رابطه ی مثبت بین باور به خودکارآمدی و تصمیم گیری فرد برای انجام نیت های کارآفرینانه را تأیید می کند (Carr and Sequira, 2007, p.1095; Van dam et al., 2010, p.965; Lee et al., 2011, p.130؛ بارانی و زرافشانی، ۱۳۸۸، ص ۹۶؛ بارانی و همکاران، ۱۳۸۹، ص ۹۶).

از جمله مزایای این پژوهش، شناخت بیش تر درباره ی متغیرهای اندازه گیری شده و روابط آن ها با نیت های کارآفرینانه از جنبه ی نظری است. تقریباً نتایج پژوهش، الگوی نظری رفتار برنامه ریزی شده ی آژن (1991) را تأیید و اعتقاد محققان را به این الگو به عنوان یک چارچوب نظری پایدار به منظور اندازه گیری اثرهای یک برنامه ی آموزش کارآفرینی در مؤسسات آموزش عالی تقویت می کند.

پیشنهادها

با توجه به یافته ها و مباحث انجام شده در رابطه با نیت های کارآفرینانه ی دانشجویان در دانشگاه آزاد اسلامی واحد ایلام، به منظور گسترش کمی و کیفی نیت های کارآفرینانه ی دانشجویان این مرکز، پیشنهادهای زیر ارائه می شود:

۱. استفاده از آموزش های حل مسأله

چنین آموزش هایی دانشجویان را به بالاترین سطوح یادگیری که همانا قضاوت و ارزش یابی است، می رساند. از این رو به برنامه ریزان آموزشی دانشگاه پیشنهاد می شود که شرایط تسهیل کنندگی را برای استادان کارآفرینی در این مراکز فراهم کرده تا آن ها بتوانند دانشجویان را با آموزش هایی نظیر نوشتن طرح تجاری کسب و کار، مدیریت کسب و کار، فرایند راه اندازی کسب و کار و غیره آشنا کنند؛ چرا که وجود روش حل مسأله در فرد کارآفرین بر باور به خودکارآمدی او تأثیر مثبت خواهد گذاشت.

۲. اشاعه‌ی فرهنگ کارآفرینی

از آنجایی که رابطه‌ای مثبت و معنی‌داری بین هنجارهای جامعه و نیت‌های کارآفرینی در دانشجویان وجود دارد، از این‌رو توصیه می‌شود که دانشگاه با تکریم محققان و کارآفرینان، عوامل انگیزشی لازم را در دانشجویان به‌منظور استمرار و ارزش قائل شدن به فعالیت‌های خلاقانه به وجود آورد. هم‌چنین بر نقش رسوم و ارزش‌های فرهنگی به‌عنوان یکی از عوامل مهم و تأثیرگذار بر نیت‌های کارآفرینانه‌ی دانشجویان، تأکید شود.

۳. استفاده از تقویت‌کننده‌های مثبت

تقویت‌کننده‌ی مثبت هنگامی به یک رویداد اطلاق می‌شود که ارائه‌ی آن بعد از رفتار به افزایش تعداد آن رفتار منجر شود. از آنجایی که بین نگرش نسبت به کارآفرینی و نیت‌های کارآفرینانه رابطه‌ای وجود ندارد، از این‌رو برای نگرش دانشجویان نسبت به کارآفرینی اقداماتی از قبیل بازدید از طرح‌های موفق کارآفرینان در زمینه‌ی کشاورزی، دعوت از کارآفرینان برای ارائه‌ی تجارب خود در زمینه‌ی راه‌اندازی کسب‌وکار و بازدید از کسب‌وکارهای موفق به دانشجویان از سوی مرکز توصیه می‌شود.

۴. تفکر خلاق

تفکر خلاق به توانایی دیدگاهی جدید برای حل مشکلات و درخواست متداوم برای کشف مسیرهای جدید پیشرو اشاره دارد. از این‌رو توصیه می‌شود در سر فصل دروس کارآفرینی به دانشجویان چگونگی استفاده از تفکر خلاق در کارآفرینی و ارتباط آن برای انعطاف‌پذیری و تطبیق‌پذیری با حوزه‌های تغییر و محیط، جهت ایجاد کسب‌وکار (باور به خود کارآمدی) آموزش‌های لازم ارائه شود.

۵. کانون‌های کارآفرینی

با ایجاد کانون‌های کارآفرینی در مرکز، انجام خدمات حمایتی و مشاوره‌ای از سوی مدیریت مرکز فراهم شود تا با برقراری ارتباط با افراد موفق و کارآفرین و هم‌چنین فراهم آوردن زمینه‌های برقراری تعاملات اجتماعی دانشجویان با یک‌دیگر در قالب کارهای گروهی، زمینه‌ی اعتماد و نگرش مثبت در دانشجویان درباره‌ی فعالیت‌های کارآفرینی فراهم شود.

منابع

- امیری، علی نقی. و مرادی، یزدان. (۱۳۸۷). نگرش‌های کارآفرینانه‌ی دانشجویان و موانع آن، فصلنامه‌ی پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی، شماره‌ی ۴۹، صص ۶۷-۴۵.
- بارانی، شهرزاد.، زرافشانی، کیومرث.، دل انگیزان، سهراب. و حسینی لرگانی، مریم. (۱۳۸۹). تأثیر آموزش کارآفرینی بر رفتار کارآفرینانه‌ی دانشجویان دانشگاه پیام نور کرمانشاه: رویکرد مدل‌سازی معادله‌ی ساختاری، فصلنامه‌ی پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی، شماره‌ی ۵۷، صص ۱۰۵-۸۵.
- بارانی، شهرزاد. و زرافشانی، کیومرث. (۱۳۸۸). بررسی تأثیر نگرش نسبت به کارآفرینی، هنجارهای جامعه و باور به خود کارآمدی در پیش‌بینی نیت کارآفرینانه‌ی دانشجویان مدیریت و آبادانی روستاها در دانشگاه پیام نور، مجله‌ی تحقیقات اقتصاد و توسعه‌ی کشاورزی ایران، شماره‌ی ۳، صص ۹۹-۹۱.
- رجبی، سمیه.، بیگلری، الهام.، پاپ‌زن، عبدالمجید. و زرافشانی، کیومرث. (۱۳۸۷). بررسی عوامل موثر بر رفتار کارآفرینانه در بین دانشجویان مرکز آموزش علمی-کاربردی جهاد کشاورزی در استان قزوین. همایش توسعه‌ی آموزش کارآفرینی در آموزش‌های علمی کاربردی کشاورزی، مشهد.
- سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور (۱۳۸۱). گزارش اقتصادی نظارت بر عملکرد سال دوم برنامه‌ی توسعه‌ی سوم در سال ۱۳۸۰، جلد اول، حوزه‌های فرابخشی، چاپ اول، سازمان مدیریت و برنامه ریزی تهران.
- صالحی، سعید. و برادران، مسعود. (۱۳۸۶). راهکارهای بکارگیری کارآفرینی در آموزش کشاورزی، ماهنامه‌ی جهاد، شماره‌ی ۲۴۷، آذر و دی، صص ۲۰۵-۱۸۳.
- Ajzen, I. (1991). "The theory of planned behavior". *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol, 50, PP.179-211.
- Azizi, B., Hosseini, F. J., Hosseini, M. and Mirdamadi, M. (2010). "Factors influencing the development of entrepreneurial education in Iran's applied-scientific educational centers for agriculture". *American Journal of Agricultural and Biological Sciences*, Vol, 5 (1), PP. 77-83.
- Bandura, A. (2002). "Social Cognitive Theory in Cultural Context". *Applied*

- Psychology: An entrepreneurial Review*, Vol, 51 (2), PP. 269-290.
- Bird, B. (1988). "Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention". *Academy of Management Review*, Vol, 13, PP.442-453.
- Boyd, N. G., and Vozikis, G. S. (1994). "The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and action". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18, 63-77.
- Carr, J. C. and Sequeira, J. M. (2007). "Prior family business exposure as intergenerational influence and entrepreneurial intent: A Theory of Planned Behavior approach". *Journal of Business Research*. Vol, 60, PP. 1090-1098.
- Claar, V. V., Tenhaken, V. R., Frey, R. (2009). "Entrepreneurial Attitudes of MBA Student in the United State Relative to the CIS: The Case Of Armenia". *International Business & Economics Research Journal*, Vol 8 (2), pp.65-76.
- Carter, N. M., Gartner, W. B. and Reynolds, P. D. (1996). "Exploring start-up event sequences". *Journal of Business Venturing*, Vol, 11, PP. 151-166.
- Fairlie R. W, Robb A. M. (2007). "Why Are Black-Owned Businesses Less Successful than White-Owned Businesses? The Role of Families, Inheritances, and Business Human Capital". *Journal of Labor Economics*, Vol, 25 (2), PP. 289-323.
- Fayolle, A., Gailly, B .and Lassas-Clerc, N. (2006). "Assessing the impact of entrepreneurship education programmers: a new methodology". *Journal of European Industrial Training*, Vol, 30 (9) pp.701-720.
- Hwang, H. (2001). "A modern simulation course for business students". *Interfaces*, Vol, 31 (3), PP. 66-75.
- Karimi, S., Chizari, M., Biemans, J. A., and Mulder, M. (2010). "Entrepreneurship Education in Iranian Higher Education: The Current State and Challenges". *European Journal of Scientific Research*, Vol, 48 (1), PP. 35-50.
- Lee, L., Wang, P. K., Foo, M. D. and Leung, A. (2011). "Entrepreneurial intentions: The influence of organizational and individual factors". *Journal of Business Venturing*, Vol, 26, PP. 124-136.
- Li, J., Zhang, Y., and Matlay, H. (2003). "Entrepreneurship Education in China", *Education and Training* ,Vol. 45 (8/9), pp. 495-505.
- Licht A. N. and Siegel J. I. (2006). "The social dimensions of entrepreneurship", In Casson et al (Eds.), *Oxford Hand book of Entrepreneurship*, PP.511-539, Oxford: Oxford University Press.
- Luthje, C. and Franke, N. (2003). "The making of an entrepreneur: testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT". *R &*

- D Management*, Vol, 33 (2), PP. 135-147.
- Moriano, J. A. L., and Gorgievski, M. (2007). "Psychology of entrepreneurship: Research and Education". Universidad National De Education A Distance (UNED), Madrid, Spain.
- Onstenk, J. (2003). "Entrepreneurship and Vocational Education". *European Educational Research Journal*, Vol, 2 (1), pp. 74-89.
- Oosterbeek, H., Van, P. M., and Auke, I. (2010). "The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurship Skills and Motivation". *European Economic Review*. Vol, 54, PP. 442-454.
- Shapero, A., and Sokol, L. (1982). "Social dimensions of entrepreneurship", in Kent, C. A., Serton, D. L. Y., and Vesper, K. H. (Eds.). *Encyclopedia of entrepreneurship*. Prentice Hall, Englewood Cliffs (NJ).
- Stam, E., Audretsch, D., and Meijaard, J. (2006). "Renascent Entrepreneurship – Entrepreneurial Preferences Subsequent To Firm Exit". *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Vol, 26 (7), pp. 1-13.
- Van dam, Schipper, M. and Runhaar, P. (2010). "Developing a competency-based framework for teachers' entrepreneurial behavior". *Teaching and Teacher Education*, Vol, 26, PP. 965-971.
- Verheul, I., Lorraine, U. and Thurik, R. (2005). "Business accomplishment, gender and entrepreneurship self-image". *Journal of Business Venturing*, Vol, 20, PP.483-518.
- Zhao, H., Hills, G. E., and Siebert, S. E. (2005). "The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions". *Journal of Applied Psychology*, Vol 90 (12), pp. 1265-72.