

بررسی قصد کارآفرینی دانشجویان پیام نور و سازه‌های اثرگذار بر آن

مرضیه کشاورز^{*۱}

۱. استادیار گروه کشاورزی دانشگاه پیام نور تهران

تاریخ دریافت: ۹۲/۱۱/۱۹

تاریخ پذیرش: ۹۳/۵/۱

چکیده

کارآفرینی، راهکاری مناسب برای دستیابی به توسعه اقتصادی و ایجاد فرصت‌های شغلی به‌شمار می‌رود. قصد کارآفرینی نیز پیش‌درآمد رفتار کارآفرینانه است. برای کسب شناختی جامع از قصد کارآفرینی دانشجویان و سازه‌های اثرگذار بر آن، قصد کارآفرینی دانشجویان پیام نور مطالعه شد. در این راستا، تلفیقی از نظریه‌های رفتار برنامه‌ریزی‌شده، رویداد کارآفرینی و مدل دیویدسون به کار گرفته شد. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و بر حسب گردآوری داده‌ها، توصیفی شاخه پیمایشی است. داده‌های مورد نیاز این پژوهش پیمایشی از طریق پرسشنامه و از میان ۱۶۱ نفر از دانشجویان رشته‌های مختلف دانشگاه پیام نور گردآوری شد که با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی انتخاب شده بودند. یافته‌های پژوهش بیانگر آن است که قصد کارآفرینی دانشجویان رشته‌های فنی-مهندسی، مدیریت و بازرگانی به گونه معناداری بالاتر از دانشجویان سایر رشته‌ها است. علاوه بر آن، نگرش عمومی، نگرش نسبت به کارآفرینی، باور به خودکارآمدی و سابقه کارآفرینی در زمره عوامل اصلی اثرگذار بر قصد کارآفرینی دانشجویان رشته‌های فنی-مهندسی، مدیریت و بازرگانی محسوب می‌شود. این در حالی است که قصد کارآفرینی دانشجویان سایر رشته‌ها از طریق نگرش عمومی، باور به خودکارآمدی و هنجارهای اجتماعی ذهنی قابل تبیین است. بر اساس این یافته‌ها، توصیه‌هایی به‌منظور بهبود قصد کارآفرینی دانشجویان ارائه شده است.

واژه‌های کلیدی: دانشجویان، دانشگاه پیام نور، قصد کارآفرینی، کارآفرینی.

مقدمه

مقوله کارآفرینی در چند دهه اخیر توجه بسیاری از پژوهشگران و سیاست‌گذاران را به خود جلب کرده است. یکی از دلایل اصلی تمرکز بر کارآفرینی، نیاز فزاینده جوامع برای بهره‌گیری از افرادی خلاق است که از طریق ایده‌های نوین و تبدیل این ایده‌ها به فعالیت‌های سودبخش، روند توسعه اقتصادی را تسریع کنند (Turker & Selcuk, 2009: 142). در کشورهای که کارآفرینی به میزان کمتری توجه شده، میزان رشد بیکاری افزایش چشمگیری داشته است (Audretsch, 2002: 3)؛ برای مثال در حال حاضر میزان رشد بیکاری در ایران ۱۵/۵ درصد است (Central Intelligence Agency, 2012) و فارغ‌التحصیلان دانشگاهی ۱۸ درصد از جمعیت جویای کار را تشکیل می‌دهند (خبرگزاری مجلس شورای اسلامی، ۱۳۹۰). سالانه ۲۷۰ هزار دانش‌آموخته دانشگاهی، خود را برای ورود به بازار کار آماده می‌کنند (رستمی و همکاران، ۱۳۹۰: ۸۹)؛ بنابراین موضوع اشتغال را می‌توان مهم‌ترین چالش اجتماعی حال حاضر کشور قلمداد کرد. در حالی که کارآفرینی می‌تواند به افزایش فرصت‌های شغلی منجر شود، بررسی‌ها نشان می‌دهد که در سال ۲۰۱۲ تنها حدود ۴ درصد از جمعیت جویای کار کشور به راه‌اندازی کسب و کار اقدام کرده‌اند (Xavier et al., 2012: 58) و میزان فعالیت‌های کارآفرینانه در ایران طی پنج سال گذشته تقریباً ۱۰ درصد بوده است (کردنائیج و همکاران، ۱۳۹۲: ۹۶)؛ بنابراین برای دستیابی به رشد اقتصادی و کاهش میزان بیکاری، تشویق افراد به کارآفرینی و آموزش «نسل جدید کارآفرینان» ضروری است (Baltés et al., 2006: 569). در این راستا، مراکز آموزش عالی به عنوان متولیان اصلی آموزش کشور باید با برخورداری از شناختی جامع از فرایند کارآفرینی (Turker & Selcuk, 2009: 155) زمینه پرورش خلاقیت‌های کارآفرینانه را در میان دانشجویان مساعد کنند (عربیون و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۴۰).

مطالعات فراوانی در زمینه بررسی رفتار و ویژگی‌های کارآفرینی دانشجویان صورت گرفته است؛ اما توافق چندانی در خصوص عوامل زمینه‌ساز کارآفرینی وجود ندارد (Linan et al., 2011: 196). بیشتر پژوهش‌های کارآفرینی بر «فرایند راه‌اندازی» کسب و کار معطوف شده‌اند و از مرحله تصمیم‌گیری غفلت شده است (بارانی و همکاران، ۱۳۸۹: ۸۶). این در

حالی است که تصمیم‌گیری برای شروع فعالیت کارآفرینانه اهمیت بسزایی دارد. در این راستا، شناخت عوامل و عناصری ضروری است که فرد را به راه‌اندازی کسب و کار مستقل ترغیب کرده‌اند. از آنجا که تصمیم‌گیری برای کارآفرینی، امری ارادی و آگاهانه است (Krueger et al., 2000: 413) می‌توان چنین اذعان کرد که افراد با آگاهی ذهنی و قصد قبلی به شروع کسب و کار جدید مبادرت می‌ورزند؛ بنابراین قصد کارآفرینی را می‌توان به‌عنوان عامل مؤثر بر رفتار کارآفرینانه قلمداد کرد (Fayolle & Gailly, 2004: 9). قصد کارآفرینی همان باور درونی فرد و نیت وی برای آغاز کسب و کار جدید و طرح‌ریزی آگاهانه برای تحقق این هدف در آینده است (Thompson, 2009: 670).

مطالعات فراوانی به بررسی قصد کارآفرینی اختصاص یافته‌اند؛ اما هنوز شکاف‌های اطلاعاتی زیادی در این خصوص وجود دارد (Rauch & Frese, 2007: 357; Wagner & Sternberg, 2004: 220). همین امر، مطالعه در زمینه عوامل تأثیرگذار بر تصمیم‌گیری افراد برای شروع کسب و کار را ضروری می‌کند. شناخت این عوامل، بر اثربخشی آموزش‌های کارآفرینی می‌افزاید (Linan et al., 2011: 205)؛ بنابراین پژوهش حاضر با هدف بررسی عوامل اثرگذار بر قصد کارآفرینی دانشجویان پیام نور انجام شده است.

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

روش‌شناسی مطالعات کارآفرینی در طول زمان دستخوش تغییر شده است (Rauch & Frese, 2007: 12). در دهه‌های آغازین مطالعه کارآفرینی، محققان بر ابعاد شخصیتی تأکید داشتند. در این راستا، مک کلند (McClelland, 1961) ویژگی‌هایی همچون انگیزه پیشرفت، ریسک‌پذیری، کنترل درونی، خلاقیت و استقلال‌طلبی را در زمره عوامل تعیین‌کننده گرایش افراد به کارآفرینی تلقی می‌کرد. بایر و همکاران (Byer et al., 1997) نیز تعهد و تعیین‌گرایی، رهبری، فرصت‌گرایی، تحمل ریسک و ابهام، خلاقیت، خوداتکایی و انطباق‌پذیری و انگیزه بالا را به‌عنوان مشخصه‌های کلیدی رفتار کارآفرینی برشمردند. پس از آن، به ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مانند سن، جنسیت، مذهب، تحصیلات، مهارت و تجربه کاری توجه شد (Guerrero et al., 2008: 44). مطالعات تجربی بیانگر تأثیر معنادار ویژگی‌های

جمعیت‌شناختی بر رفتار کارآفرینانه افراد بود؛ اما توان این متغیرها برای تبیین قصد و رفتار کارآفرینی ضعیف بود (Linan et al., 2011: 197). بسیاری از محققان نیز از این رهیافت‌ها به دلیل محدودیت‌های روش‌شناسی انتقاد کردند؛ مانند (Ajzen, 1991: 179; Shapero & Sokol, 1982; Veciana et al., 2005: 166). آن‌ها عوامل اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، فردی و تکنولوژیک را نیز بر فرایند تصمیم‌گیری دخیل می‌دانستند (Turker & Selcuk, 2009: 1423). پس از آن در قرون هجدهم و نوزدهم، شش مدل رویداد کارآفرینانه (Shapero & Sokol, 1982)، رفتار برنامه‌ریزی‌شده (Ajzen, 1991)، جهت‌گیری نگرش کارآفرینانه (Robinson et al., 1991)، مدل بنیانی قصد کارآفرینی (Krueger & Carsrud, 1993)، پتانسیل کارآفرینی (Krueger & Brazeal, 1994) و مدل دیویدسون (Davidsson, 1995) در مطالعات کارآفرینی به کار گرفته شد.

بر اساس مدل رویداد کارآفرینی، تصمیم به ایجاد تغییر عمده در زندگی، با بروز یک رخداد یا شکست در امور عادی و تثبیت‌شده تسریع می‌شود (عربیون و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۴۲). این نظریه، تصمیم برای ایجاد کسب و کار را حاصل برهم‌کنش مجموعه‌ای از عوامل زمینه‌ای و تأثیر آن‌ها بر ادراک افراد می‌داند و به سازه‌های ادراک در زمینه مطلوبیت آغاز کسب و کار، میل باطنی نسبت به شروع فعالیت و ادراک در زمینه امکان‌پذیری کارآفرینی تأکید می‌کند. علاوه بر آن، متغیرهای بیرونی همچون ویژگی‌های فردی، مهارت، سازه‌های اجتماعی و حمایت مالی را نیز به گونه‌ای غیر مستقیم بر قصد کارآفرینی مؤثر می‌داند (Shapero & Sokol, 1982: 13). به این ترتیب، افراد از طریق گردآوری و پردازش اطلاعات از محیط بازار، شرایط منطقه و نحوه دسترسی به منابع و امکانات در زمینه خلق فرصت‌های کارآفرینانه تصمیم‌گیری می‌کنند (عربیون و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۴۳). این رهیافت، در برخی مطالعات تجربی کارآفرینی به کار رفته است؛ مانند (Krueger et al., 2000; Peterman & Kennedy, 2003).

در نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده (Ajzen, 1991) که مدلی اجتماعی-شناختی (Van Gelderen et al., 2006: 5) محسوب می‌شود، فرض بر این است که رفتارهای آگاهانه افراد، حاصل اتخاذ تصمیم‌های آگاهانه است و به طریقی مشخص بروز می‌یابد (Ajzen, 1991: 5).

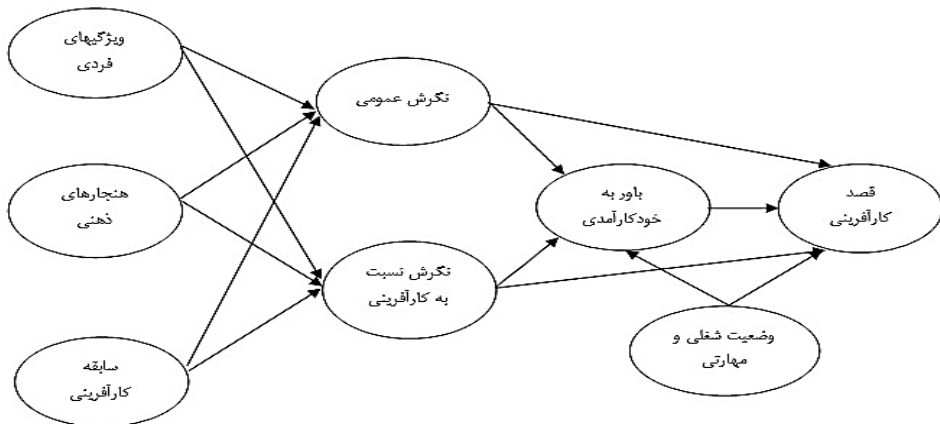
183). بر اساس این نظریه، قصد کارآفرینی بیانگر کوششی است که فرد برای انجام رفتار کارآفرینی در آینده انجام خواهد داد؛ بنابراین قصد کارآفرینی را می‌توان از طریق سه سازه اصلی؛ نگرش نسبت به رفتار، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتاری ادراک شده بررسی کرد. این رهیافت که بر توالی علی متغیرها تأکید دارد، در مطالعات تجربی متعدد استفاده شده است؛ مانند Autio et al., 2001; Fayolle & Gailly, 2004; Krueger et al., 2000; Van Gelderen et al., 2006؛ اما برخی از صاحب‌نظران انتقاداتی را به آن وارد کرده‌اند. برانبک و همکاران (Brannback et al., 2007) معتقدند که آغاز کسب و کار به صورت کامل تحت کنترل فرد کارآفرین نیست. برخی پژوهش‌ها نیز نشان داده‌اند که هنجارهای اجتماعی نقش تعیین‌کننده‌ای در قصد کارآفرینی ندارند (Autio et al., 2001: 148). نقش متغیرهای جنسیت، سن، تجربه کاری یا حضور افراد کارآفرین در خانواده نیز در بررسی قصد کارآفرینی نادیده انگاشته شده است (Linan et al., 2011: 199).

مدل جهت‌گیری نگرش کارآفرینانه بر این مبنا استوار است که نگرش فرد کارآفرین فقط متأثر از ویژگی‌های شخصیتی و جمعیت‌شناختی نیست و باید به عواملی نظیر پیشرفت، خودباوری، کنترل شخصی، نوآوری و عکس‌العمل‌های عاطفی، شناختی یا رفتاری توجه شود (Robinson et al., 1991: 129). این مدل در برخی مطالعات تجربی برای شناسایی کارآفرینان بالقوه به کار گرفته شده است؛ مانند Paramond, 2004; Tkachev & Kolvereid, 1999. کریجر و کارزود (۱۹۹۳) نیز به بررسی رابطه نگرش و قصد کارآفرینی پرداخته‌اند. آنان بر این باورند که آغاز کسب و کار، فرایندی ارادی و آگاهانه است که از نگرش و رفتار تأثیر می‌پذیرد. آن‌ها مدل بنیانی قصد کارآفرینی را طرح‌ریزی کرده‌اند که از سوی تن و همکاران (Tan et al., 1996) به کار رفته است. همچنین کریجر و برازیل (Krueger & Brazeal, 1994) مدل پتانسیل کارآفرینی را معرفی کرده‌اند. مبانی نظری این مدل برگرفته از نظریه‌های ارائه‌شده شاپیرو و سوکل (Shapiro & Sokol, 1982) و آجزن (Ajzen, 1991) است و در برخی مطالعات تجربی استفاده شده است؛ مانند Crant, 1996; Veciana et al., 2005.

مدل دیویدسون، آخرین مدلی است که در زمینه کارآفرینی ارائه شده است (Guerrero et

38: 2008). مدل اقتصادی- روانشناختی دیویدسون، قصد انجام یک فعالیت را متأثر دو سازه باور به خودکارآمدی و موقعیت کنونی فرد می‌داند (Davidsson, 1995: 4). بر مبنای این مدل، باور به خودکارآمدی از طریق نگرش عمومی (نگرش نسبت به تغییر، رقابت‌مندی، نگرش نسبت به ارزش مادیات، انگیزه پیشرفت و استقلال‌طلبی) و نگرش موقعیتی (بازدهی، مشارکت اجتماعی و مهارت) قابل ارزیابی است (Davidsson, 1995: 6-8).

در مجموع، هرچند در حال حاضر قصد کارآفرینی وجه غالب پژوهش‌ها را تشکیل می‌دهد، پژوهشگران مختلف، متغیرهای متعددی را در این زمینه معرفی کرده‌اند. این مطالعه تجربی تلاش می‌کند با به‌کارگیری تلفیقی از مدل‌های دیویدسون، رفتار برنامه‌ریزی‌شده و رویداد کارآفرینی برای تعیین اهمیت نسبی هریک از متغیرها در تبیین قصد کارآفرینی اقدام کند (نگاره ۱). مقایسه متغیرهای نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده و رویداد کارآفرینی نشان می‌دهد که ادراک افراد در زمینه امکان‌پذیری شروع فعالیت با کنترل رفتاری درک‌شده منطبق است. ادراک در خصوص مطلوبیت فعالیت نیز با دو سازه نگرش و هنجارهای ذهنی قابل انطباق است (Linan et al., 2011: 199). مقایسه متغیرهای تبیین‌شده در مدل دیویدسون و نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده نیز نشان می‌دهد که می‌توان باور به خودکارآمدی را با کنترل رفتاری ادراک‌شده از سوی فرد هم‌راستا دانست (Linan et al., 2005: 14).



نگاره ۱. چارچوب مفهومی سازه‌های اثرگذار بر قصد کارآفرینی

فرضیه‌های پژوهش عبارتند از:

فرضیه اصلی اول: قصد کارآفرینی دانشجویان پیام نور متفاوت است.

فرضیه فرعی اول: قصد کارآفرینی دانشجویان رشته‌های فنی و مدیریتی بالاتر از سایر رشته‌ها است.

فرضیه اصلی دوم: سازه‌های مختلفی بر قصد کارآفرینی دانشجویان تأثیر می‌گذارند.

فرضیه فرعی دوم: ویژگی‌های فردی از سازه‌های تعیین‌کننده قصد کارآفرینی دانشجویان هستند.

فرضیه فرعی سوم: هنجارهای ذهنی بر تمایل دانشجویان به کارآفرینی تأثیر می‌گذارند.

فرضیه فرعی چهارم: سابقه کارآفرینی تأثیر مثبتی بر قصد کارآفرینی دانشجویان دارد.

فرضیه فرعی پنجم: نگرش عمومی و نگرش نسبت به کارآفرینی، قصد کارآفرینی افراد را متأثر می‌کند.

فرضیه فرعی ششم: باور به خودکارآمدی از سازه‌های مهم تبیین‌کننده قصد کارآفرینی دانشجویان به‌شمار می‌رود.

فرضیه فرعی هفتم: تمایل به کارآفرینی افراد از وضعیت شغلی و مهارتی آن‌ها تأثیر می‌گیرد.

روش‌شناسی

این پژوهش از نظر هدف از نوع کاربردی و بر حسب نحوه گردآوری داده‌ها از نوع تحقیقات توصیفی و از شاخه پیمایشی محسوب می‌شود. جامعه آماری این پژوهش، کلیه دانشجویان شاغل به تحصیل در دانشگاه پیام نور مرکز فیروزآباد فارس است ($N=2477$). از آنجا که نتایج حاصل از دیده‌بانی جهانی کارآفرینی (Minniti & Bygrave, 2003) نشان داده است که تمایل به کارآفرینی در میان دانشجویان رشته‌های مختلف یکسان نیست و دانشجویان رشته‌های فنی و بازرگانی به میزان بیشتری برای راه‌اندازی کسب و کار اقدام می‌کنند، برای انتخاب افراد قابل مطالعه از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی با انتساب متناسب استفاده شد.

در این راستا، دانشجویان رشته‌های فنی - مهندسی، مدیریت و بازرگانی در یک گروه و سایر رشته‌ها در گروه دیگر قرار گرفتند. حجم نمونه نیز با استفاده از فرمول ارائه شده شفر و همکاران (Scheaffer et al., 1979) مشخص شد ($n = 161$).

ابزار اصلی پژوهش، پرسشنامه‌ای شامل هفت بخش بود: ویژگی‌های فردی پاسخگویان (سن، جنسیت و اندازه خانوار)، موقعیت کنونی (وضعیت اشتغال و میزان مهارت‌های حرفه‌ای) و سابقه کارآفرینی (فرد، خانواده و دوستان)، هنجارهای اجتماعی ذهنی (سه گویه)، نگرش عمومی، نگرش نسبت به کارآفرینی، باور به خودکارآمدی (پنج گویه) و قصد کارآفرینی (شش گویه). نگرش عمومی با در نظر گرفتن متغیرهایی همچون نگرش نسبت به تغییر (چهار گویه)، رقابت‌مندی (پنج گویه)، نگرش نسبت به ارزش مادیات (پنج گویه)، انگیزه پیشرفت (چهار گویه) و استقلال‌طلبی (چهار گویه) سنجیده شد. نگرش نسبت به کارآفرینی نیز از طریق سه متغیر نگرش در زمینه مزایا و معایب کارآفرینی (نه گویه)، ارزش اجتماعی کارآفرینی (چهار گویه) و نگرش نسبت به فعالیت کارآفرینانه (دو گویه) ارزیابی شد. برای سنجش قصد کارآفرینی از پرسشنامه قصد کارآفرینی لینان و چن (Linan & Chen, 2009: 613) استفاده شد. پرسشنامه دیویدسون (Davidsson, 1995: 30) نیز برای سنجش باور به خودکارآمدی، نگرش عمومی و نگرش کارآفرینانه به کار رفت. مقیاس‌های مربوط به زبان فارسی ترجمه و روایی صوری آن با پانل متخصصان تأیید شد. بررسی نتایج حاصل از تحلیل عاملی مرتبه اول متغیرهای وارد شده در نرم‌افزار SmartPLS نیز بیانگر اعتبار مناسب ابزار پژوهش بود. برای تعیین پایایی و همسانی درونی گویه‌ها، ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شد. مقدار این ضریب برای متغیرهای اصلی پژوهش بین ۰/۷۳۱ تا ۰/۹۶۴ به دست آمد که بیانگر پایایی مناسب ابزار پژوهش است. سازه‌های اثرگذار بر قصد کارآفرینی از طریق به کارگیری روش مدل‌سازی مسیر PLS بررسی شد. برای سنجش معناداری آماری ضرایب مسیر مدل‌های ساختاری پژوهش نیز از الگوریتم بوت استرپ در نرم‌افزار SmartPLS استفاده شد.

یافته‌ها

واکاوی توصیفی یافته‌ها نشان می‌دهد که ۷۶/۸ درصد از دانشجویان، دختر و ۲۳/۲ درصد پسر

بوده‌اند. همچنین ۹۵/۱ درصد مجرد و ۴/۹ درصد متأهل بودند. میانگین سنی آن‌ها ۲۱/۴۶ و انحراف معیار آن ۲/۱ سال بود. ۲۳/۲ درصد از آن‌ها در مرکز استان، ۵۲/۴ درصد در سایر شهرستان‌ها و ۲۴/۴ درصد در مناطق روستایی سکونت داشتند.

واکاوی یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که تفاوت معناداری میان قصد کارآفرینی دانشجویان رشته‌های مختلف وجود دارد (جدول ۱). دانشجویانی که در رشته‌های فنی-مهندسی، مدیریت و بازرگانی تحصیل می‌کردند در مقایسه با سایر رشته‌ها، تمایل بیشتری نسبت به راه‌اندازی کسب و کار مستقل داشتند.

جدول ۱. مقایسه میانگین قصد کارآفرینی دانشجویان رشته‌های مختلف تحصیلی

متغیر	رشته تحصیلی	
	فنی-مهندسی، مدیریت و بازرگانی (n=۶۰)	سایر رشته‌ها (n=۱۰۱)
تعداد کارآفرینی [†]	۲۵/۹	۲۲/۲
آماره T	۳/۴۵	
میزان معناداری	۰/۰۰۱	

†. میانگین قصد کارآفرینی می‌تواند بین ۶ تا ۳۰ متغیر باشد.

واکاوی علی سازه‌های اثرگذار بر قصد کارآفرینی دانشجویان رشته‌های فنی-مهندسی، مدیریت و بازرگانی

نگاره ۲ بیانگر سازوکارهای علی متغیرهای پیش‌بینی‌کننده قصد کارآفرینی دانشجویان رشته‌های فنی-مهندسی، مدیریت و بازرگانی است. برای حصول اطمینان از پایایی مناسب متغیرهای مدل، اقدام به سنجش پایایی مرکب^۱ شد (Oztekın et al., 2011: 161). روایی همگرایی^۲ متغیرهای پنهان پژوهش نیز از طریق محاسبه میانگین واریانس استخراج‌شده^۳ بررسی شد (جدول ۲). با توجه به اینکه مقادیر قابل قبول پایایی مرکب ۰/۷ و میانگین واریانس استخراج‌شده بالاتر از ۰/۵ است (Yi & Davis, 2003: 158)، متغیرهای پژوهش از ثبات درونی و روایی همگرایی مناسبی برخوردارند.

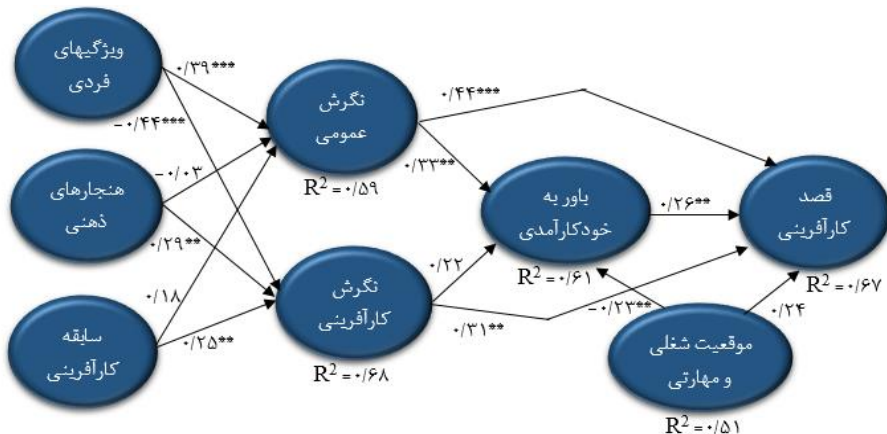
1. Composite reliability
2. Convergent validity
3. Average variance extracted (AVE)

جدول ۲. پایایی مرکب و روایی همگرای سنجه‌های اصلی پژوهش

روایی همگرا	پایایی مرکب	متغیر پنهان [†]	رشته تحصیلی
۰/۷۴	۰/۸۲	نگرش عمومی	فنی - مهندسی، مدیریت و بازرگانی
۰/۷۴	۰/۷۹	نگرش نسبت به کارآفرینی	
۰/۸۳	۰/۸۹	موقعیت شغلی و مهارتی	
۰/۷۰	۰/۷۸	ویژگی‌های فردی	
۰/۷۶	۰/۸۴	نگرش عمومی	سایر رشته‌ها
۰/۷۲	۰/۷۶	نگرش نسبت به کارآفرینی	
۰/۸۹	۰/۹۲	موقعیت شغلی و مهارتی	
۰/۶۸	۰/۷۵	ویژگی‌های فردی	

†. سایر متغیرهای پژوهش فقط از طریق یک آیتم سنجیده شدند؛ بنابراین مقادیر پایایی مرکب و روایی همگرای هریک از متغیرهای مربوطه قابل قبول است.

با توجه به میزان مربع R (نگاره ۲)، متغیرهای مدل می‌توانند ۶۷ درصد از تغییرات قصد کارآفرینی دانشجویان رشته‌های فنی - مهندسی، مدیریت و بازرگانی را تبیین کنند؛ بنابراین عوامل دیگری نیز در پیش‌بینی قصد کارآفرینی این دانشجویان تأثیرگذار بوده‌اند که در این مطالعه بررسی نشده‌اند.



نگاره ۲. مدل علی سازوکارهای اثرگذار بر قصد کارآفرینی دانشجویان رشته‌های فنی - مهندسی، مدیریت و بازرگانی

*معناداری در سطح ۰/۰۵، **معناداری در سطح ۰/۰۱ و ***معناداری در سطح ۰/۰۰۱

تفکیک آثار علی مستقیم متغیرها بر قصد کارآفرینی دانشجویان (نگاره ۲ و جدول ۳) بیانگر آن است که نگرش عمومی دارای بیشترین اثر مستقیم و معنادار بر قصد کارآفرینی است ($\beta = 0/44, P < 0/001$)؛ به بیان دیگر دانشجویانی که نگرش مساعدتری نسبت به تغییر داشته‌اند، ارزش بیشتری برای مادیات قائل شده‌اند و از انگیزه پیشرفت، حس استقلال‌طلبی و رقابت‌مندی بیشتری برخوردار بوده‌اند و عزم جدی‌تری برای راه‌اندازی کسب و کار داشته‌اند. همچنین نگرش به کارآفرینی، دومین عامل اثرگذار بر قصد کارآفرینی دانشجویان است ($\beta = 0/31, P < 0/01$). بر این مبنای دانشجویانی که نگرش مساعدتری نسبت به مزایای کارآفرینی و نحوه راه‌اندازی کسب و کار مستقل داشته‌اند و ارزش اجتماعی فعالیت‌های کارآفرینی را در سطح بالاتری ارزیابی کرده‌اند، تمایل بیشتری نسبت به کارآفرینی نشان داده‌اند. باور به خودکارآمدی نیز دارای اثر مستقیم مثبت و معناداری بر قصد کارآفرینی دانشجویان است ($\beta = 0/26, P < 0/01$)؛ بنابراین دانشجویانی که باور خودکارآمدی بالاتری داشته‌اند، قصد و نیت پایدارتری برای راه‌اندازی کسب و کار داشته‌اند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که موقعیت شغلی و مهارتی دانشجویان اثر مستقیم معناداری بر قصد کارآفرینی آنان ندارد ($\beta = 0/24, n.s.$).

جدول ۳. تجزیه آثار مستقیم، غیر مستقیم و کلی متغیرها بر قصد کارآفرینی دانشجویان

متغیرها	رشته‌های فنی - مهندسی، مدیریت و بازرگانی		سایر رشته‌ها	
	اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم	اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم
باور به خودکارآمدی	0/26	-	0/26	-
نگرش عمومی	0/44	0/09	0/53	0/08
نگرش کارآفرینی	0/31	0/06	0/37	-0/04
موقعیت شغلی و مهارتی	0/24	-0/06	0/18	0/07
ویژگی‌های فردی	-	0/05	-	0/13
هنجارهای ذهنی	-	0/10	-	0/19
سابقه کارآفرینی	-	0/19	-	0/13

برای بررسی نقش میانجی‌گری متغیرهای نگرش عمومی، نگرش نسبت به کارآفرینی و باور به خودکارآمدی در برقراری پیوند میان ویژگی‌های فردی، هنجارهای اجتماعی ذهنی و سابقه کارآفرینی با قصد کارآفرینی، مجموعه‌ای از آزمون‌های مدل سلسله‌مراتبی با استفاده از نرم‌افزار SmartPLS انجام شد. یافته‌ها نشان می‌دهد که ویژگی‌های فردی ($P < 0/001$)، $\beta = 0/37$) و هنجارهای اجتماعی ذهنی ($\beta = 0/33$ ، $P < 0/01$) اثر مستقیم مثبت و معناداری بر باور به خودکارآمدی داشته‌اند؛ اما میانجی‌گری متغیرهای نگرش عمومی ($t = 1/02$ ، n.s.) و نگرش نسبت به کارآفرینی ($t = 0/94$ ، n.s.) موجب غیر معنادار شدن آثار این متغیرها بر باور به خودکارآمدی و قصد کارآفرینی (جدول ۳) شده است. سابقه کارآفرینی با میانجی‌گری متغیرهای نگرش عمومی، نگرش نسبت به کارآفرینی و باور به خودکارآمدی، اثر معناداری بر قصد کارآفرینی این افراد دارد ($t = 2/76$ ، $P < 0/01$). به این ترتیب دانشجویانی که شاهد فرایند راه‌اندازی کسب و کار از سوی اعضای خانواده، خویشاوندان یا دوستان خود بوده‌اند، تمایل بیشتری برای دنباله‌روی از این تصمیم متهورانه داشته‌اند.

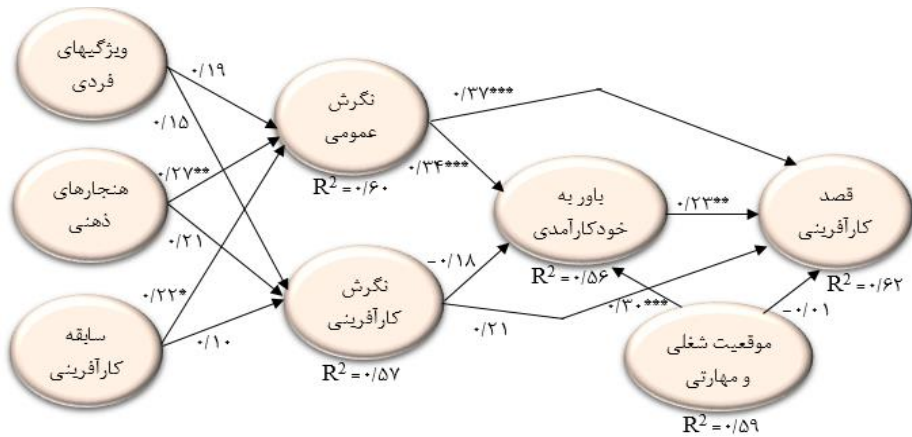
در مجموع یافته‌های مندرج در جدول ۳ نشان می‌دهد که به ترتیب: متغیرهای نگرش عمومی ($\beta = 0/53$ ، $P < 0/001$)، نگرش نسبت به کارآفرینی ($\beta = 0/37$ ، $P < 0/001$) و باور به خودکارآمدی ($\beta = 0/26$ ، $P < 0/01$) بیشترین تأثیر را بر قصد کارآفرینی دانشجویان رشته‌های فنی - مهندسی، مدیریت و بازرگانی داشته‌اند.

واکاوی علی سازه‌های اثرگذار بر قصد کارآفرینی دانشجویان سایر رشته‌ها

نگاره ۳ بیانگر سازوکارهای علی متغیرهای پیش‌بینی‌کننده قصد کارآفرینی دانشجویان سایر رشته‌هاست. یافته‌های جدول ۲ مبنای پایایی و روایی مناسب متغیرهای پژوهش است. تفکیک آثار علی مستقیم متغیرها بر قصد کارآفرینی (نگاره ۳ و جدول ۳) بیانگر آن است که از میان متغیرهای مدل، نگرش عمومی دارای بیشترین اثر مستقیم معنادار بر قصد کارآفرینی دانشجویان است ($\beta = 0/37$ ، $P < 0/001$). علاوه بر آن، باور به خودکارآمدی نیز اثر مستقیم و معناداری بر قصد کارآفرینی این افراد دارد ($\beta = 0/23$ ، $P < 0/01$)، در حالی که نگرش نسبت به کارآفرینی ($\beta = 0/21$ ، n.s.) و موقعیت شغلی و مهارتی دانشجویان ($\beta = -0/01$ ، n.s.) اثر

مستقیم معنادار بر قصد کارآفرینی آنان ندارد. بررسی پیوندهای موجود میان ویژگی‌های فردی، هنجارهای اجتماعی ذهنی و سابقه کارآفرینی با متغیر قصد کارآفرینی نیز نشان می‌دهد که ویژگی‌های فردی ($\beta = -0/24, P < 0/05$) اثر مستقیم معناداری بر باور به خودکارآمدی داشته‌اند؛ اما میانجی‌گری متغیرهای نگرش عمومی ($t = 0/98, n.s.$) و نگرش نسبت به کارآفرینی ($t = 0/81, n.s.$) موجب غیر معنادار شدن آثار این متغیر بر باور به خودکارآمدی و قصد کارآفرینی دانشجویان شده است. در مقابل، یافته‌ها نشان می‌دهد که هنجارهای اجتماعی ذهنی با میانجی‌گری متغیرهای نگرش عمومی، نگرش نسبت به کارآفرینی و باور به خودکارآمدی، اثر معناداری بر قصد کارآفرینی این افراد دارند ($t = 2/01, P < 0/05$).

در مجموع، بر مبنای یافته‌های جدول ۳، متغیرهای نگرش عمومی ($\beta = 0/45, P < 0/001$) و باور به خودکارآمدی ($\beta = 0/23, P < 0/01$) بیشترین تأثیر را بر قصد کارآفرینی دانشجویان سایر رشته‌ها داشته‌اند. همچنین با توجه به میزان مربع R (نگاره ۳)، متغیرهای وارد شده در مدل توانایی تبیین ۶۲ درصد از تغییرات قصد کارآفرینی دانشجویان سایر رشته‌ها را دارند.



نگاره ۳. مدل علی سازوکارهای اثرگذار بر قصد کارآفرینی دانشجویان سایر رشته‌ها

* معناداری در سطح ۰/۰۵، ** معناداری در سطح ۰/۰۱ و *** معناداری در سطح ۰/۰۰۱

بحث و نتیجه گیری

قصد کارآفرینی به عنوان نقطه آغازین فعالیت‌های کارآفرینانه تلقی می‌شود؛ بنابراین آگاهی از قصد کارآفرینی افراد و شناخت عوامل اثرگذار بر آن حائز اهمیت فراوان است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که دانشجویان مورد مطالعه قصد کارآفرینی بالایی دارند؛ بنابراین در صورتی که سازوکارهای لازم فراهم شود، این افراد احتمالاً برای راه‌اندازی کسب و کار اقدام می‌کنند. این یافته با نتایج حاصل از پژوهش زین و همکاران (Zain et al., 2010) و گوئررو و همکاران (Guerrero et al., 2008: 41) همسو است؛ اما برخی مطالعات (مانند عربیون و همکاران، ۱۳۸۸؛ Moriano et al., 2006) نشان داده‌اند که تمایل دانشجویان به کارآفرینی ضعیف است؛ در حالی که ۷۶/۸ درصد از دانشجویان در شهرستان‌ها و مناطق روستایی سکونت دارند و بدیهی است تلاش‌های کارآفرینانه آنان، زمینه‌ساز توسعه اقتصادی-اجتماعی مناطق مربوطه می‌شود (Audretsch & Keilbach, 2005: 462). هرچند دسترسی اندک به منابع و امکانات، فعالیت کارآفرینی را در مناطق مذکور دشوار می‌کند؛ اما تجربه نشان داده است که میزان اثرگذاری کارآفرینی در این نواحی بیشتر از مناطق پیشرفته است (عربیون و همکاران، ۱۳۸۹: ۷۱).

در حالی که یافته‌های مطالعه آمینی و همکاران (۱۳۹۲: ۱۵۴) و مرادی و شعبانعلی فمی (۱۳۸۹: ۱۵۲) بیانگر آن است که رشته تحصیلی تفاوت معناداری در قابلیت کارآفرینی دانشجویان نداشته است، واکاوی مقایسه‌ای قصد کارآفرینی دانشجویان رشته‌های فنی-مهندسی، مدیریت و بازرگانی با دانشجویان سایر رشته‌های دانشگاه پیام نور مرکز فیروزآباد نشان می‌دهد که دانشجویان گروه اول از قصد کارآفرینی بالاتری برخوردارند. با توجه به اینکه دروس کارآفرینی در سرفصل‌های آموزشی رشته‌های مذکور در نظر گرفته نشده است و هیچ‌یک از دانشجویان مورد مطالعه در دوره‌های آموزشی کارآفرینی شرکت نکرده‌اند، می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد که رشته تحصیلی و سرفصل‌های آموزشی مرتبط با آن، تأثیر بسزایی در پرورش روحیه کارآفرینی افراد دارد. با عنایت به اینکه کارآفرینی به عنوان یکی از راهکارهای اصلی حل بحران بیکاری در کشور شناخته شده است، تجدیدنظر در برنامه‌ریزی آموزشی برخی رشته‌های دانشگاهی ضروری است. علاوه بر آموزش مهارت‌های علمی و

عملی به دانشجویان، باید زمینه تغییر نگرش و رفتار آنان به کارآفرینی فراهم شود (کردنائیج و همکاران، ۱۳۹۱: ۶۰). افزودن دروس مرتبط با کارآفرینی به سرفصل‌های آموزشی رشته‌های دانشگاهی پیام نور و برگزاری مستمر دوره‌های کارآفرینی نیز نقش بسزایی در افزایش تمایل دانشجویان به کارآفرینی خواهد داشت (Oosterbeek et al., 2010).

در این مطالعه، تلفیقی از سه مدل کارآفرینی دیویدسون (Davidsson, 1995)، رفتار برنامه‌ریزی شده (Ajzen, 1991) و رویداد کارآفرینی (Shapero & Sokol, 1982) استفاده شد. به کارگیری مجموعه‌ای از مدل‌های سازگار، امکان شناخت بیشتر فرایند قصد کارآفرینی را فراهم می‌کند؛ اما یافته‌ها نشان می‌دهند که متغیرهای پژوهش، می‌توانند به ترتیب: ۶۷ و ۶۲ درصد از تغییرات قصد کارآفرینی دانشجویان دو گروه را تبیین کنند. انجام مطالعات تکمیلی برای شناسایی سایر عوامل پیش‌بینی‌کننده قصد کارآفرینی دانشجویان ضروری است.

واکاوی مدل‌های علی بیانگر آن است که متغیرهای نگرش عمومی و باور به خودکارآمدی از سازه‌های اصلی اثرگذار بر قصد کارآفرینی دانشجویان دو گروه هستند. این یافته با نتایج بسیاری از مطالعات انجام‌شده در حوزه کارآفرینی همسو است؛ برای مثال بارانی و همکاران، ۱۳۸۹؛ Van Linen et al., 2005; Autio et al., 2001; Krueger et al., 2000; Gelderen et al., 2006. بررسی مدل علی قصد کارآفرینی دانشجویان رشته‌های فنی-مهندسی، مدیریت و بازرگانی نشان می‌دهد که نگرش نسبت به کارآفرینی از دیگر عوامل اصلی پیش‌بینی‌کننده قصد کارآفرینی است. این یافته با نتایج حاصل از مطالعه دیویدسون (Davidsson, 1995: 13) و شاور و اسکات (Shaver & Scott, 1991) هم‌راستا است؛ بنابراین یکی از راهکارهای مناسب برای از میان برداشتن موانع کارآفرینی در میان دانشجویان، تقویت جنبه‌های شناختی است؛ در نتیجه باید زمینه بهبود مهارت‌های عمومی و کارآفرینی همچون خلاقیت، ریسک‌پذیری، توانایی تجزیه و تحلیل فرصت‌ها، توانایی انجام امور به صورت مستقل، انگیزه پیشرفت و رقابت فراهم شود. همچنین تحلیل علی مدل قصد کارآفرینی دانشجویان رشته‌های فنی-مهندسی، مدیریت و بازرگانی نشان می‌دهد که سابقه کارآفرینی نیز نقش بسزایی در شکل‌گیری باور آنان به خودکارآمدی و تمایل به شروع کسب و کار داشته است. این یافته که با نتایج حاصل از مطالعه اسکات و تومی (به نقل از Turker &

Selcuk, 2009: 145) و کریمی و همکاران (۱۳۹۱: ۱۰۵) منطبق است، نشان‌دهنده تأثیر قابل توجه عوامل محیطی در تصمیم کارآفرینی افراد است؛ بنابراین دانشگاه‌ها می‌توانند با برگزاری سمینارهای مختلف و دعوت از کارآفرینان برتر، دانشجویان را در معرض تجربه‌های موفق کارآفرینی قرار دهند تا از این طریق تمایل آنان نسبت به انتخاب فرصت‌های شغلی کارآفرینانه افزایش یابد. واکاوی مدل علی قصد کارآفرینی دانشجویان سایر رشته‌ها نشان می‌دهد که هنجارهای اجتماعی - ذهنی بر قصد کارآفرینی آنان تأثیرگذار بوده است. این در حالی است که برخی مطالعات (همچون Linan, 2005: 17; Krueger et al., 2000: 424) نشان داده‌اند، هنجارهای اجتماعی از اهمیت چندانی در زمینه کارآفرینی برخوردار نیستند. با توجه به یافته‌ها، نه تنها دانشگاه‌ها باید محیط مساعدی را برای تقویت روحیه کارآفرینی در افراد فراهم سازند، بلکه گروه‌های مختلف اجتماعی نیز باید حمایت‌های مورد نیاز را داشته باشد. این امر مستلزم سیاست‌گذاری کلان نهادهای متولی در زمینه فرهنگ‌سازی، نهادینه‌سازی و ظرفیت‌سازی کارآفرینی در اجتماع است.

منابع

- امینی، م.، تمنایی فر، م. و غلامی علوی، ص. (۱۳۹۲). "ارزیابی قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان؛ بازاندیشی در مأموریت‌های برنامه‌ی درسی آموزش عالی". فصلنامه توسعه کارآفرینی، ش. ۱، ص. ۱۶۴-۱۴۵.
- بارانی، ش.، زرافشانی، ک.، دل انگیزان، س. و حسینی لرگانی، م. (۱۳۸۹). "تأثیر آموزش کارآفرینی بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه پیام نور کرمانشاه: رویکرد مدلسازی معادله ساختاری". فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، ش. ۵۷، ص. ۱۰۵-۸۵.
- خبرگزاری مجلس شورای اسلامی (۱۳۹۰). نرخ بیکاری دانش‌آموختگان آموزش عالی بالاتر از ۱۸ درصد است. قابل بازیابی از طریق <http://icana.ir/fa/news/170588>
- رستمی، ف.، گراوندی، ش. و زرافشانی، ک. (۱۳۹۰). "پدیدارشناسی تجربیات دانشجویان در تأسیس کسب و کار: مورد مطالعه دانشجویان پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه رازی کرمانشاه". فصلنامه توسعه کارآفرینی، ش. ۱۴، ص. ۱۰۶-۸۷.
- عریون، ا.، عبدالله‌زاده، غ. و شریف‌زاده، ا. (۱۳۸۸). "تبیین عوامل موثر بر گرایش کارآفرینانه دانشجویان". فصلنامه اقتصاد و تجارت نوین، ش. ۱۷، ص. ۱۵۷-۱۳۸.
- عریون، ا.، عبدالله‌زاده، غ.، شریف‌زاده، ا. و محسنی، ا. (۱۳۸۹). "شناسایی و اولویت‌بندی شاخص‌های تعیین‌کننده کارآفرینی کسب و کارها". فصلنامه توسعه کارآفرینی، ش. ۸، ص. ۹۸-۶۵.
- کردنائیچ، ا.، احمدی، پ.، قربانی، ز. و نیاکان لاهیجی، ن. (۱۳۹۱). "بررسی ویژگی‌های دانشگاه کارآفرین در دانشگاه تربیت مدرس". فصلنامه توسعه کارآفرینی، ش. ۳، ص. ۶۴-۴۷.
- کردنائیچ، ا.، زالی، م. و بهامین، م. (۱۳۹۲). "راهکارهای ساختاری توسعه کارآفرینی در ایران". فصلنامه توسعه کارآفرینی، ش. ۲، ص. ۱۱۴-۹۵.
- کریمی، س.، بیمنز، ه.، چیدری، م. و مولدر، م. (۱۳۹۱). "بررسی تاثیر عوامل محیطی و فرهنگی بر قصد کارآفرینانه‌ی دانشجویان کشاورزی". فصلنامه توسعه کارآفرینی، ش. ۳، ص. ۱۲۴-۱۰۵.
- مرادی، ح. و شعبانعلی فمی، ح. (۱۳۸۹). "شناسایی قابلیت‌های کارآفرینی (مطالعه موردی: دانشجویان دختر دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی رامین اهواز)". فصلنامه توسعه کارآفرینی، ش. ۸، ص. ۱۶۱-۱۴۱.

Ajzen, I. (1991). "The theory of planned behavior", *Organizational Behavior and human Decision Processes*, 50(2): 179-211.

- Audretsch, D.B. (2002). *Entrepreneurship: Determinants and Policy in a European-US Comparison*, Boston: Kluwer Academic.
- Audretsch, D.B. and Keilbach, M. (2005). "Entrepreneurship capital and regional growth", *Annual Regional Sciences*, 39: 457-469.
- Autio, E., Keeley, R.H., Klofsten, M., Parker, G.G.C. and Hay, M. (2001). "Entrepreneurial intent among students in Scandinavia and the USA", *Enterprise and Innovation Management Studies*, 2(2):145-160.
- Baltes, P.B., Lindenberger, U. and Staudinger, U. (2006). "Life span theory in developmental psychology". In: Lerner, R.M. (Ed.), *Handbook of Child Psychology: Vol. 1. Theoretical Models of Human Development*, pp. 569-664, Hoboken, NJ: Wiley.
- Brannback, M., Krueger, N.F., Carsrud, A.L. and Kickul, J. (2007). "Trying' to be an entrepreneur? A 'goal-specific' challenge to the intentions model". Paper presented at the *Babson Entrepreneurship Research Conference*, Madrid, 2007.
- Byer, T., Kist, H. and Sutton, R.I. (1997). "Characteristics of entrepreneur: Social creatures, not solo heroes". Prepared for Drof, R.C. (ed.), *The Handbook of Technology Management*, Boca Raton: CRC Press LLC.
- Central Intelligence Agency (2012). *CIA: World Factbook 2013*, USA: CIA.
- Crant, M.J. (1996). "The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions". *Journal of Small Business Management*, 34(3): 42-49.
- Davidsson, P. (1995). "Determinants of entrepreneurial intentions". paper presented at the *RENT LX Workshop*, Nov. 23-24, Piacenza, Italy.
- Fayolle, A. and Gailly, B. (2004). "Using the theory of planned behavior to assess entrepreneurship teaching programs: A first experimentation". *IntEnt2004 Conference*, Naples, Italy, 5-7 July.
- Guerrero, M., Rialp, J. and Urbano, D. (2008). "The impacts of desirability and feasibility on entrepreneurial intentions: A structural equation model", *International Entrepreneurial Management Journal*, 4: 35-50.
- Krueger, N. and Brazeal, D.V. (1994). "Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(3): 91-104.
- Krueger, N. and Carsrud, A. (1993). "Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behavior", *Entrepreneurship and Regional Development*, 5(4): 315-330.
- Krueger, N., Reilly, M.D. and Carsrud, A.L. (2000). "Competing models of entrepreneurial intentions", *Journal of Business Venturing*, 15 (5-6): 411-432.
- Linan, F. (2005). "Development and validation of an Entrepreneurial Intention Questionnaire (EIQ)", *IntEnt05 Conference*, Guildford, United Kingdom, 10-13 July.

- Linan, F. and 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.
- Linan, F., Rodrigues-Cohard, J.C. and Rueda-Cantuche, J.M. (2005). "Factors affecting entrepreneurial intention levels", *45th Congress of the European Regional Science Association*, Aug. 23-25, Amsterdam.
- Linan, F., Rodrigues-Cohard, J.C. and Rueda-Cantuche, J.M. (2011). "Factors affecting entrepreneurial intention levels: A role for education", *International Entrepreneurship Management Journal*, 7: 195-218.
- McClelland, D. (1961). *The Achieving Society*, Princeton: NJ. Van Nostrand.
- Minniti, M. and Bygrave, W. (2003). *US Global entrepreneurship Monitor: 2003 Executive Report*. Retrieved August 9 from http://www.kauffman.org/pdf/gem_2003_us_report.pdf.
- Moriano, J.A., Palaci, F.J. and Morales, J.F. (2006). *The entrepreneurial intention of university students in Spain*, UNED, Spain.
- Oosterbeek, H., Van Praag, M. and Ljsselstein, A. (2010). "The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation". *European Economic Review*, 54: 442-454.
- Oztekin, A., Kong, Z.J. and Delen, D. (2011). "Development of a structural equation modeling-based decision tree methodology for the analysis of lung transplantations", *Decision Support Systems*, 51: 155-166.
- Paramond, S. (2004). "Attitude towards entrepreneurship in organizations", *The Journal of Entrepreneurship*, 13(1): 53-68.
- Peterman, N.E. and Kennedy, J. (2003). "Enterprise education: Influencing students' perceptions of entrepreneurship", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(2): 129-144.
- Rauch, A. and Frese, M. (2007). "Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success", *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 16(4): 353-385.
- Robinson, P.B., Stimpson, D., Huefner, J.C. and Hunt, H.K. (1991). "An attitude approach to the prediction of entrepreneurship", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15(4): 13-31.
- Scheaffer, R.L., Mendenhall, W. and Ott, L. (1979). *Elementary Survey Sampling*. Duxbury Press.
- Shapero, A. and Sokol, L. (1982). "Social dimensions of entrepreneurship". In: Kent, C., Sexton, D. and Vesper, C. (Eds.), *The Encyclopedia of Entrepreneurship*. Prentice-Hall, Englewood Cliffs.
- Shaver, K.G. and Scott, L.R. (1991). "Person, process, choice: The psychology of new venture creation", *Entrepreneurship Theory & Practice*, Winter, 23-45.

- Tan, W.L., Long, A. and Robinson, P. (1996). "Entrepreneurship attitude orientation and the intention to start a business", *Journal of Small Business Management*, 13(4): 50-61.
- Thompson, E.R. (2009). "Individual entrepreneurial intent: Construct clarification and development of an internationally reliable metric". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3): 669-694.
- Tkachev, A. and Kolvereid, L. (1999). "Self-employment intentions among Russian students", *Entrepreneurship and Regional Development*, 11(3): 269-280.
- Turker, D. and Selcuk, S.S. (2009). "Which factors affect entrepreneurial intention of university students"? *Journal of European Industrial Training*, 33(2): 142-159.
- Van Gelderen, M., Brand, M. Van Praag, M., Bodewes, W., Poutsma, E. and Gils, A. (2006). *Explaining entrepreneurial intentions by means of the theory of planned behavior*, Research working papers series, 2: 1-33.
- Veciana, J.M., Aponte, M. and Urbano, D. (2005). "University students' attitudes towards entrepreneurship: A two countries comparison", *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1(2): 165-182.
- Wagner, J. and Sternberg, R. (2004). "Start-up activities, individual characteristics, and the regional milieu: Lessons for entrepreneurship support policies from German micro data", *Annals of Regional Science*, 38(2): 219-240.
- Xavier, S.R., Kelley, D., Kew, J., Harrington, M. and Vorderwulbecke, A. (2012). *Global Entrepreneurship Monitor: 2012 Global Report*, Global Entrepreneurship Research Association.
- Yi, M.Y. and Davis, F.D. (2003). "Developing and validating an observational learning model of computer software training and skill acquisition", *Information Systems Research*, 14(2):146-169.
- Zain, M.A., Akram, A.M. and Ghani, E.D. (2010). "Entrepreneurship intention among Malaysian business students", *Canadian Social Science*, 6(3): 34-44.