

تبیین عوامل مؤثر بر گرایش کارآفرینانه دانشجویان

ابوالقاسم عربیون*

استادیار دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران

غلامحسین عبدالله‌زاده**

استادیار دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان

ابوالقاسم شریف‌زاده***

استادیار دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان

تاریخ دریافت: ۱۳۸۹/۱۰/۱۵ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۰/۰۸/۱۱

چکیده

به‌علت اهمیت کارآفرینی در فرآیند توسعه اقتصادی کشورها، مطالعه گرایش‌های کارآفرینانه از دهه‌های گذشته تاکنون همواره مورد توجه پژوهشگران بوده است. هدف این تحقیق شناسایی سطح گرایش‌های کارآفرینانه در بین دانشجویان و تبیین عوامل مؤثر بر آن است که بر مبنای پارادایم تحقیقات کمی صورت گرفته، از نظر هدف کاربردی و از نظر گردآوری اطلاعات توصیفی، بر پایه راهبرد پیمایش است. جامعه آماری تحقیق حاضر، دانشجویان حضوری دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران در سال تحصیلی ۱۳۸۸-۱۳۸۹ می‌باشد که بر پایه جدول مورگان نمونه‌ای با حجم ۱۳۲ نفر انتخاب گردید که بر مبنای روش نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی انتخاب شدند. از ابزار پرسشنامه برای گردآوری داده‌های تحقیق استفاده شد. اعتبار محتوایی و ظاهری گویه‌های پرسشنامه از طریق اعضای هیات علمی متخصص و قابلیت اعتماد آن نیز از طریق محاسبه ضریب آلفای کرونباخ (۰/۸۶) تأیید شد. نتایج تحلیل عاملی نشان می‌دهد که شش عامل: ترجیحات شغلی، مطلوبیت فردی و خانوادگی، کارآمدی اجتماعی، کسب موقعیت اجتماعی، انگیزه اقتصادی و روحیه کارفرمایی توانسته‌اند ۶۸/۳۳ درصد از تغییرات گرایش کارآفرینانه دانشجویان را تبیین کنند.

واژه‌های کلیدی: نیت کارآفرینانه، دانشجویان کارآفرینی، نگرش‌های خوداشتغالی

طبقه‌بندی JEL: M13, M53, I23

* مسئول مکاتبات، پست الکترونیکی: arabiun@ut.ac.ir

** پست الکترونیکی: Abdollahzd@alumni.ut.ac.ir

*** پست الکترونیکی: sharifsharifzadeh@gmail.com

۱. مقدمه

با وجود اینکه فرآیند کارآفرینی توسط محققان علوم مختلف و از دیدگاه‌های متفاوتی مورد بررسی قرار گرفته است، توافقی همگانی در مورد نقش اساسی کارآفرینی در توسعه اقتصادی - اجتماعی جوامع وجود دارد. کارآفرینی از طریق ایجاد فعالیت‌های اشتغال‌زا، خلق نوآوری، گسترش خلاقیت و ایجاد محیط رقابتی نقشی محوری در توسعه اقتصادی ایفا می‌کند.^۱ اخیراً در کشور، توسعه کارآفرینی در سرفصل کلیه برنامه‌های دولتی جهت دستیابی به اهداف چشم‌انداز قرار گرفته است. دانشگاه‌ها ملزم به ارتقاء توانایی خلاقیت، نوآوری، خطرپذیری و کارآفرینی دانشجویان می‌باشند. ولیکن برای تحقق آن فقدان یک سند راهبردی ملی که دربردارنده برنامه‌ریزی‌های کلان، میزان سرمایه‌گذاری، مدیریت منابع و بسیج کلیه امکانات باشد به شدت مشهود می‌باشد.

برخی تلاش‌های صورت گرفته در سطح دانشگاه‌ها برای توسعه کارآفرینی نیز نتوانسته بر ایجاد و توسعه کارآفرینی در بین دانشجویان اثر محسوسی بگذارد، به طوری که علی‌رغم راه‌اندازی مراکز کارآفرینی در بیشتر دانشگاه‌ها، دانشجویان تمایل اندکی برای بر عهده‌گیری فعالیت‌های کارآفرینانه نشان داده‌اند، اغلب آنها استخدام در سازمان‌های دولتی و شرکت‌های خصوصی را بر راه‌اندازی کسب‌وکار کارآفرینانه ترجیح داده‌اند.^۲ وجود خیل عظیم فارغ‌التحصیلان دانشگاهی بیکار و عدم ظرفیت بازار برای جذب آنها بیانگر این است که رویکرد افزایش ظرفیت ورودی دانشگاه‌ها به علت عدم افزایش ظرفیت ایجاد شغل در سطح جامعه منجر به افزایش نرخ رشد بیکاری در فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌ها شده است.^۳

بیان این نکته حائز اهمیت است که تا قبل از دهه ۱۹۶۰ دانشگاه‌ها بیشتر برنامه‌های خود را صرف تولید و نشر علوم انسانی، هنر، علوم پایه و حرفه‌های آزادی چون حقوق و پزشکی می‌نمودند، اما در شرایط کنونی جهان، دانشگاه‌ها به دنبال درخواست‌های جدید و متنوع بازار کار، بیشتر به دنبال تولید و گسترش آموزش‌های فنی و حرفه‌ای کاربردی مثل علوم ارتباطات، فناوری اطلاعات، انتقال و مدیریت اطلاعات، علوم زیست محیطی و حتی برنامه‌های بدون مدرک دانشگاهی هستند و هر روز نوع جدیدی از سطح، مدرک و یا امتیاز دانشگاهی مورد درخواست بازار طراحی، تدوین و عرضه می‌گردد.^۴ این امر بیانگر حرکت دانشگاه به سمت رویکرد رویکرد جدیدی است به طوری که افزایش ظرفیت ورودی دانشگاه‌ها، مستلزم افزایش ظرفیت ایجاد شغل نبوده و هر دانشجو یک مولد کارآفرینی تلقی می‌شود. بنابراین اگر به دانشجویان در

¹ Timmons (1999)

² Barani and Zarafshani (2010)

³ Azizi and Hosseini (2006)

⁴ Emadzadeh et al. (2004)

حین تحصیل آموزه‌های کارآفرینی منتقل شود می‌توان انتظار داشت که هر دانشجو در حین یا پایان تحصیل با خلاقیت و نوآوری، ارزش جدیدی را در جامعه به‌وجود می‌آورد که نمونه بارز آن در شکل شغل متبلور می‌شود.

برای پیشبرد توسعه کارآفرینی در میان فارغ‌التحصیلان دانشگاهی، لازم است با ارایه تعالیم و آموزش‌های مناسب، قصد و نیت دانشجویان به‌سمت کارآفرینی هدایت شود که این امر خود مستلزم شناخت گرایش‌های کارآفرینانه و عوامل مؤثر بر آن است. نیت بهترین پیش‌بینی‌کننده برای رفتار برنامه‌ریزی شده مانند کارآفرینی هستند.^۱ آن مسیر، درک بهتر رفتار را فراهم می‌کند.^۲ در چنین حالتی، نیت می‌تواند برای پیش‌بینی رفتار کارآفرینانه در بین دانشجویان و تبیین نحوه تصمیم‌گیری برای راه‌اندازی کسب‌وکار شخصی به‌کار برده شود.

هدف از انجام این تحقیق، شناسایی و تحلیل عوامل مؤثر بر گرایش‌های کارآفرینانه دانشجویان دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران در سال ۱۳۸۹ جهت راه‌اندازی یک کسب و کار، بعد از فارغ‌التحصیلی می‌باشد. نتایج می‌تواند در شکل‌دهی به علائق و توانایی کارآفرینانه دانشجویان مؤثر باشد و به توسعه روش‌های مناسب برنامه‌ریزی تدریس با توجه به ماهیت شایستگی‌های کارآفرینانه دانشجویان کمک کند. نیاز به کارآفرینی به‌عنوان منبعی از توسعه اقتصادی، افزایش درآمد و بهبود رفاه جامعه ایجاب می‌کند که راهبردهای تدریس، نیت و نگرش دانشجویان به کسب‌وکار و خوداشتغالی را مورد توجه قرار دهند. به‌علاوه سیاست‌گذاران حوزه آموزش و اشتغال نیز برای توسعه کارآفرینی و بهبود روند خوداشتغالی در جامعه نیاز دارند به عوامل مؤثر بر گرایش کارآفرینی در بین دانشجویان آشنا باشند. با عنایت به هدف مقاله فرضیه‌های تحقیق عبارتند از:

- ۱- کارآمدی اجتماعی بر گرایش کارآفرینانه تأثیر مثبت دارد.
- ۲- انگیزه‌های اقتصادی بر گرایش کارآفرینانه تأثیر مثبت دارد.
- ۳- برخورداری از مطلوبیت فردی و خانوادگی بر گرایش کارآفرینانه تأثیر مثبت دارد.
- ۴- برخورداری از روحیه کارفرمایی بر گرایش کارآفرینانه تأثیر مثبت دارد.
- ۵- کسب موقعیت اجتماعی بر گرایش کارآفرینانه تأثیر مثبت دارد.
- ۶- کارآمدی اجتماعی، انگیزه‌های اقتصادی، برخورداری از مطلوبیت فردی و خانوادگی، برخورداری از روحیه کارفرمایی و کسب موقعیت اجتماعی پیش‌گوکننده‌های اصلی گرایش کارآفرینانه به‌شمار می‌آیند.

ادامه مقاله به‌شرح زیر تنظیم شده است. بخش دوم به ادبیات مرتبط با موضوع می‌پردازد.

^۱ Bagozzi et al. (1989)

^۲ Ajzen (1991)

در بخش سوم شرح روش‌شناسی تحقیق ارائه شده است. در بخش چهارم یافته‌های تحلیلی مطالعه تشریح شده است و بخش پایانی مقاله نیز به جمع‌بندی مطالب، بحث و ارائه پیشنهاد می‌پردازد.

۲. مرور ادبیات تحقیق

مطالعه گرایش‌های کارآفرینانه در بین افراد، سازمان‌ها و جوامع در دهه‌های گذشته بسیار مورد توجه قرار گرفته است و پژوهش‌های متعددی درباره جنبه‌های گوناگون گرایش‌های کارآفرینی انجام شده است. برخی مطالعات به شناسایی عوامل مؤثر بر گرایش‌های کارآفرینانه پرداخته‌اند^۱ و برخی دیگر تأثیر ویژگی‌های شخصیتی^۲، درک امکان‌پذیری^۳، کارآموزی و کسب مهارت^۴ را بر جهت‌گیری کارآفرینانه مورد مطالعه قرار داده‌اند.

سیر تاریخی روند پژوهش‌های مرتبط نشان می‌دهد که مطالعات اولیه به تبیین ارتباط بین ویژگی‌های شخصیتی و فعالیت‌های کارآفرینانه پرداخته‌اند،^۵ سپس در پژوهش‌های بعدی بر اهمیت تفاوت در ویژگی‌هایی دموگرافیکی مانند سن، جنسیت، مذهب، سطح تحصیلات، مهارت، تجارب کاری و غیره تأکید شد.^۶ تمامی پژوهش‌های صورت گرفته در این حوزه رابطه معناداری بین ویژگی‌های دموگرافیکی افراد و انجام رفتار کارآفرینانه را شناسایی کرده‌اند. با وجود این، ظرفیت پیش‌بینی بسیار محدودی ارائه کرده‌اند.^۷ به‌علت ظرفیت اندک تبیین، این رهیافت‌ها هم از منظر مشکلات روش‌شناسی و هم به‌علت مشکلات مفهومی مورد انتقاد قرار گرفته است.^۸ اما از یک دیدگاه، تصمیم برای کارآفرینی ممکن است به‌عنوان یک رفتار آگاهانه و اختیاری در نظر گرفته شود.^۹ بنابراین تحلیل عواملی که بر آن تصمیم اثر می‌گذارد منطقی است. از این منظر نیات کارآفرینانه، عنصر پیش‌بین و تعیین‌کننده در جهت انجام رفتار کارآفرینانه می‌باشد.^{۱۰}

¹ Kolvereid (1996), Mazzarol et al. (1999) and Ismail et al. (2009)

² Boyd and Vozikis (1994), Gartner (1988), Henry et al. (2003) and Ismail et al. (2009)

³ Krueger (1993)

⁴ Nabi and Holden (2008)

⁵ McClelland (1960)

⁶ Reynolds et al. (1994), Storey (1994) and Robinson et al. (1991)

⁷ Reynolds (1997)

⁸ Gartner (1988), Robinson et al. (1991), Krueger et al. (2000) and Linan et al. (2002)

⁹ Krueger et al. (2000)

¹⁰ Fayolle, Gailly (2004) and Kolvereid (1996)

دو مدل نظری اصلی که توسط محققانی که از رویکرد قصد کارآفرینانه برای مطالعه پدیده خلق سرمایه‌گذاری مخاطره‌آمیز و راه‌اندازی کسب‌وکار فردی استفاده می‌کنند، به‌کار برده شده است عبارتند از نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده^۱ آژن^۲ که از روانشناسی برنامه‌ریزی شده شده اخذ گردیده و مدل پدیده کارآفرینی^۳ شاپیرو و سوکل^۴ که به‌طور ویژه برای حوزه کارآفرینی ارایه شده‌اند. طبق نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده، هر رفتاری که نیازمند میزان مشخصی برنامه‌ریزی است، به‌واسطه نیت برای انجام آن رفتار، قابل پیش‌بینی می‌باشد. در نتیجه می‌توان از طریق مطالعه نیت یک فرد برای راه‌اندازی یک کسب و کار، پیش‌بینی نمود که آیا فرد در نهایت این کار را انجام خواهد داد یا خیر.^۵ این مدل رفتارها در پی زنجیره‌ای از عوامل به‌وجود می‌آیند و حلقه‌ی ماقبل بروز رفتار، قصد و نیت برای انجام آن است. بنابراین در نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده نگرش،^۶ هنجارهای ذهنی،^۷ کنترل رفتاری ادراک شده،^۸ نیات رفتاری و رفتار را در قالب توالی علی به یکدیگر مرتبط می‌کند.

در این مدل، رفتار به‌عنوان تابع مستقیم نیت (قصد) رفتاری فرض شده است که خود قصد و نیت تابعی از نگرش و هنجار ذهنی می‌باشد. فرض بر آن است که نگرش نتیجه مجموعه باورهای اشخاص و ارزیابی افراد از این باورهاست. ادراک هنجارهای ذهنی مؤثر عبارت است از نتیجه مجموع باورهای اشخاص در مورد اینکه سایر افراد مهم چی فکر می‌کنند، آنها باید رفتار خاص را انجام دهند یا خیر و علاوه‌بر آن انگیزه افراد برای تطابق با دیگران.^۹ براساس نظریه پدیده کارآفرینی، تصمیم به ایجاد یک تغییر عمده در زندگی مثلاً از طریق راه‌اندازی یک کسب و کار به‌واسطه یک رخداد یا یک شکست در امور عادی و تثبیت شده، تسریع می‌گردد. بنابراین تصمیم فرد به سه عامل یعنی ادراک خود فرد در مورد مطلوب بودن رفتار مورد نظر^{۱۰} (درک از جذاب بودن شروع یک کسب و کار)، تمایل خود فرد برای عمل کردن^{۱۱} (یعنی عمل نمودن در راستای نیات خودش) و ادراک خود فرد در مورد

¹ Theory of Planned Behavior

² Ajzen (1991)

³ Entrepreneurship Event

⁴ Shapero and Sokol (1982)

⁵ Ajzen and Driver (1992)

⁶ Attitudes

⁷ Subjective Norms

⁸ Perceived behavior control

⁹ Ajzen (1991)

¹⁰ Perceived Desirability

¹¹ Propensity to Act

امکان پذیر بودن رفتار^۱ (درجه‌ای که فرد احساس می‌کند قادر به شروع کسب‌وکار است) بستگی خواهد داشت.^۲ بنابراین افرادی که در کسب‌وکارهای پیشین تجاری اندوخته‌اند، تمایل بیشتری به انجام فعالیت‌های کارآفرینی دارند. از این دیدگاه، افراد از طریق جمع‌آوری و پردازش اطلاعات از محیط بازار، شرایط منطقه، دسترسی به منابع و امکانات و سایر علائم راهنمای محیط کسب‌وکار راجع به خلق و توسعه یک فرصت کارآفرینانه تصمیم‌گیری می‌کنند.^۳

یک عامل مهم دیگر که در ادبیات کارآفرینی به‌منظور تبیین عوامل مؤثر بر گرایش کارآفرینانه مورد بررسی قرار گرفته عامل محیطی است.^۴ عامل محیطی بیانگر شرایط و ویژگی‌هایی است که از طریق ترکیب منابع موجود تأثیر معناداری بر فرآیند شروع کسب‌وکار دارند^۵ و نیز ممکن است بر تصمیم یک فرد برای آغاز فرآیند کارآفرینی تأثیر داشته باشد. علاوه بر آن فردی با ریسک‌پذیری بالا، سطح بالاتر آموزش و مهارت و دسترسی بیشتر به منابع تمایل بیشتری به توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه خود دارد.^۶ اسپچت^۷ (۱۹۹۳) پنج عامل محیطی؛ اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، توسعه زیرساختی و بازاری مؤثر بر گرایش کارآفرینانه را شناسایی کرد. این مطالعه بیان می‌کند که توسعه زیرساختی ارتباط نزدیکی با نیت کارآفرینانه دارد زیرا دربرگیرنده نظام آموزش است. امری که تحقیق حاضر نیز به آن توجه دارد. از این منظر، آموزش از طریق آماده‌سازی مهارت‌ها و دانش عمومی و تخصصی برای ارزیابی بازار عرضه و تقاضای کالاها، منابع و نیروی کار دسترسی به دنیای کسب‌وکار را تسهیل می‌کند.^۸ برخی مطالعات دیگر بر تأثیر الگوی نقش خانوارها بر جهت‌دهی به تصمیم و نگرش اعضای خود در فرآیند کارآفرینی اشاره دارد.^۹ اعضای خانوارها ضمن فراهم‌سازی نیروی کار رایگان در مراحل اولیه شروع کسب‌وکار با تأمین برخی نیازهای سرمایه‌گذاری، فرآیند شروع کسب‌وکار را تسریع می‌کنند.^{۱۰} ارتباط با سایر کارآفرینان و صاحبان کسب‌وکار نیز ضمن تأمین برخی مهارت‌ها، اطلاعات مفیدی را در فرآیند آغاز کسب‌وکار عرضه می‌کند و عملیاتی‌سازی

^۱ Perceived Feasibility

^۲ Krueger (1993)

^۳ Katz and Gartner (1988), Shapero and Sokol (1982) and Krueger (2000)

^۴ Van de Ven (1993)

^۵ Dess and Beard (1984), Bull and Winter (1991), Keeble and Walker (1994) and Reynolds et al. (1994)

^۶ Chandler and Hanks (1994)

^۷ Specht

^۸ Borjas (1986)

^۹ Scherer et al. (1991)

^{۱۰} Butler and Herring (1991)

گرایش‌های کارآفرینانه را سرعت می‌بخشد.^۱

علی‌رغم تعدد و فراوانی مطالعات مربوط به گرایش کارآفرینانه و اهمیت آن در سایر کشورها، پژوهش‌های اندکی به مطالعه گرایش کارآفرینانه و شناسایی و تحلیل عوامل مؤثر بر آن در ایران پرداخته‌اند. مطالعات انجام‌شده نیز بر اساس مدل‌های گرایش کارآفرینانه (رفتار برنامه‌ریزی شده و پدیده کارآفرینی) بیشتر به پیش‌بینی نیات، بدون در نظر گرفتن کاربرد آنها با توجه به شرایط جامعه آماری مورد مطالعه پرداخته‌اند. ویژگی این تحقیق توسعه مقیاسی برای تعیین جهت‌گیری کارآفرینانه افراد، سپس پیش‌بینی آن از طریق عوامل ایجاد شده از فرآیند تحلیل عاملی که با توجه به شرایط محیطی نمونه آماری به دست آمد، می‌باشد.

۳. روش تحقیق

این تحقیق از منظر گردآوری داده‌ها از نوع میدانی، از منظر کنترل متغیرها از نوع غیرآزمایشی و از لحاظ هدف، کاربردی به شمار می‌رود. تحقیق حاضر از طریق پیمایش پرسشنامه‌ای از پارادایم متعارف تحقیقات کمی انجام شده است. ابزار آن، پرسشنامه محقق ساخته، با سه بخش اصلی می‌باشد که بخش اول ویژگی‌های فردی و خانوادگی، اطلاعات تحصیلی، وضعیت اشتغال، پاسخگویان، بخش دوم شامل مقیاس توسعه‌یافته‌ای با ۲۳ گویه برای سنجش گرایش کارآفرینانه افراد است که جمع جبری گویه‌های آن نیز به‌عنوان متغیر وابسته لحاظ شده است. در نهایت بخش سوم شامل گویه‌های مربوط به سنجش اهداف و انگیزه‌های خوداشتغال و کارآفرینی افراد است که عامل‌های استخراج شده از آن به‌عنوان متغیر مستقل برای پیش‌بینی متغیر وابسته مدنظر قرار گرفته‌اند. این پرسشنامه در راستای هدف کلی تحقیق و بر پایه مرور ادبیات موضوع از طریق جستجوی کتابخانه‌ای و اینترنتی و نیز گفتگو و تبادل نظر با گروهی از اعضای هیئت علمی متخصص در این زمینه تدوین شده است. برای حصول اطمینان از پایایی پرسشنامه مورد استفاده از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شده است که طی پالایش گویه‌های مرتبط با گرایش کارآفرینانه دانشجویان، ۰/۸۶ به دست آمده که نشان از تناسب پرسشنامه مورد استفاده دارد و برای اطمینان از روایی یا اعتبار محتوایی پرسشنامه به قضاوت و ارزیابی گروهی از اعضای هیئت علمی مجرب و متخصص در زمینه موضوع مورد مطالعه رجوع شده است.

دانشجویان حضوری دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران در سال تحصیلی ۱۳۸۸-۱۳۸۹ جامعه آماری پژوهش جاری را تشکیل داده‌اند. بر پایه جدول مورگان از میان جامعه آماری ۲۰۰ نفره دانشجویان، نمونه‌ای با حجم ۱۳۲ نفر انتخاب گردید. برای دستیابی به نمونه‌ها و تکمیل پرسشنامه‌ها، از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی با انتساب متناسب بهره گرفته شده است.

¹ Landry et al. (1992)

بدین ترتیب که ابتدا دانشجویان بر اساس سال تحصیل و جنسیت تقسیم شدند سپس نمونه‌ها با رجوع به فهرست یا چارچوب نمونه‌گیری، به‌طور تصادفی از این طبقات انتخاب شدند. پس از گردآوری داده‌ها، برای تحلیل آنها از آماره‌های توصیفی: فراوانی، درصد، درصد تجمعی و میانگین، و نیز برای توصیف و اولویت‌بندی گویه‌ها بهره گرفته شد. از تکنیک تحلیل عاملی از نوع اکتشافی برای استخراج مؤلفه‌ها یا سازه‌های زیربنایی گرایش کارآفرینانه دانشجویان، استفاده شد.

به‌منظور شناسایی عوامل تبیین‌کننده گرایش کارآفرینانه دانشجویان از تکنیک تحلیل عاملی اکتشافی (نوع R) به‌روش تحلیل مولفه‌های اصلی استفاده شده است. بر این اساس در گام اول به بررسی مناسب بودن مجموعه موردنظر برای تحلیل عاملی پرداخته شده است. در این رابطه، مقدار KMO برابر با $0/771$ محاسبه شده است و مقدار بارتلت که در سطح $0/01$ درصد معنی‌دار شده است، برابر با $1674/74$ محاسبه شده است که بیانگر مناسب بودن داده‌ها برای انجام تحلیل عاملی است. پس از اطمینان از مناسب بودن مجموعه مورد نظر، به انجام تحلیل عاملی اقدام شده است. در این خصوص از چرخش وریماکس^۱ برای ایجاد یک ساختار عاملی متناسب بهره گرفته شده است به‌علت اینکه جداسازی عامل‌ها را به‌طور شفاف و واضح انجام می‌دهد و برای تعیین تعداد عامل‌ها براساس مقادیر ویژه^۲ بیشتر از یک عمل شده است. همچنین از تکنیک رگرسیون چندگانه به روش گام به گام برای پیش‌بینی گرایش کارآفرینانه دانشجویان استفاده شد. همان‌طور که گفته شد، متغیر وابسته تحقیق از طریق جبری گویه‌های سنجنده گرایش کارآفرینانه دانشجویان به‌دست آمد و متغیرهای مستقل نیز عوامل استخراجی از فرآیند تحلیل عاملی است. برای سطح‌بندی گرایش کارآفرینانه دانشجویان نیز بعد از اینکه نمره کل گرایش کارآفرینی از طریق جمع جبری گویه‌های مربوطه به‌دست آمد از روش فاصله انحراف معیار از میانگین یا معیار ISDM^۲ استفاده شده است. بر این اساس می‌توان قضاوت زیر را به‌عمل آورد:

انحراف معیار - میانگین < امتیاز گویه : گرایش کم

میانگین + انحراف معیار \leq امتیاز کیفیت \leq انحراف معیار - میانگین : کیفیت متوسط

میانگین + انحراف معیار > امتیاز گویه : کیفیت زیاد

¹ Varimax

² Interval of Standard Deviation from Mean

۴. یافته‌ها

ویژگی‌های پاسخگویان

از نظر ترکیب جنسی، ۷۵/۸ درصد از این پاسخگویان مرد بودند. متوسط سنی آنها ۲۶/۵۷ سال و به‌طور متوسط ۱۴/۱۵ واحد از دروس خود را با معدل ۱۶/۵۵ گذرانده بودند. به علاوه اعضای خانواده ۴۲/۴ درصد پاسخگویان دارای کسب‌وکار خصوصی بودند. همچنین متوسط درآمد خانواده پاسخگویان نیز کمی کمتر از یک میلیون تومان و اعضای خانواده ۴۲/۴ درصد آنها دارای کسب‌وکار خصوصی بودند. از نظر میزان علاقه به رشته کارآفرینی، ۲۴/۲ درصد در سطح متوسط، ۴۲/۴ درصد در سطح زیاد و ۳۳/۳ درصد در سطح خیلی زیاد به رشته خود علاقه داشته‌اند. در همین زمینه ۸۷/۹ درصد پاسخگویان عنوان کرده‌اند که علاوه بر رشته تحصیل خود به کسب تخصص یا مهارت دیگری نیز اقدام کرده‌اند تا برای راه‌اندازی کسب و کار خود مورد استفاده قرار دهند. ۵۶/۳ درصد پاسخگویان نیز در حد زیاد و بسیار زیاد این کار (راه‌اندازی کسب‌وکار شخصی) را برای خود امکان‌پذیر می‌دانند. همچنین ۴۵/۵ درصد نیز توانسته‌اند با امکانات خود به راه‌اندازی کسب‌وکار خویش اقدام کنند.

ارزیابی گرایش کارآفرینانه پاسخگویان

برای سنجش گرایش کارآفرینانه افراد از ۲۳ گویه استفاده شده که در مقیاس لیکرت اندازه‌گیری شدند. نتایج جدول ۱ نشان می‌دهد که سه گویه «تصمیم جدی دارم در آینده یک کسب‌وکار خصوصی (خویش‌فرمایی) برای خویش دایر کنم»، «در کل، شغل آزاد (خویش‌فرمایی) را بر کارمندی ترجیح می‌دهم» و «بتکار عمل و نوآوری‌هایی را برای موفقیت در کسب‌وکار مورد نظر در ذهن می‌پرورانم» از نظر پاسخگویان بیشترین اولویت را داشته‌اند. این امر بیانگر این است که پاسخگویان تمایل زیادی به داشتن کسب‌وکار شخصی خویش دارند و بر این اساس ایده‌های نوآورانه خود را پرورش می‌دهند. علاوه بر آن سه گویه «حاضریم برای تأمین منابع مالی مورد نیاز از دیگران قرض کنیم»، «در حال انجام رایزنی‌های لازم برای راه‌اندازی کسب‌وکار مورد نظر در آینده هستیم» و «حاضریم برای موفقیت در کسب‌وکار مورد نظر، خطر شکست و ضرر و زیان‌های احتمالی را بپذیرا باشم» کمترین اهمیت را داشته‌اند. این امر می‌تواند بیانگر این باشد که افراد سعی دارند از نظر مالی خود اتکاء عمل کرده یا حداقل درصد کمی از آشنایان و دوستان قرض بگیرند. همچنین نتایج این قسمت نشان می‌دهد که افراد ریسک‌پذیری کمی داشته و برای راه‌اندازی کسب‌وکار شخصی خود حاضر به پذیرش ریسک‌های بالا نیستند.

جدول ۱. گویه‌های مربوط به سنجش گرایش کارآفرینانه دانشجویان

رتبه	انحراف معیار	میانگین	گویه‌ها	شماره
۹	۰/۹۷	۳/۸۲	تا حالا به‌طور جدی به گزینه‌های شغلی خویش در آینده اندیشیده‌ام.	۱
۱۱	۰/۸۵	۳/۷۹	ایده‌هایی را برای راه‌اندازی یک کسب‌وکار برای خود در آینده در سر دارم.	۲
۱	۰/۷۰	۴/۰۹	تصمیم جدی دارم در آینده یک کسب‌وکار خصوصی (خویش‌فرمایی) برای خویش دایر کنم.	۳
۲	۰/۹۰	۴/۰۶	در کل، شغل آزاد (خویش‌فرمایی) را بر کارمندی ترجیح می‌دهم.	۴
۱۰	۱/۲۷	۳/۸۱	روی هم رفته شغل آزاد (خویش‌فرمایی) را بر کار برای دیگران (دیگرفرمایی) ترجیح می‌دهم.	۵
۷	۱/۰۱	۳/۹۰	حاضریم (تصمیم دارم) بطور داوطلبانه یک دوره کارآموزی را در یک شرکت یا سازمان برای کسب مهارت‌های عملی مورد نیاز در حرفه مورد نظر بگذرانم.	۶
۸	۰/۶۴	۳/۸۸	به‌دنبال کسب اطلاعات درخصوص فرصت‌های راه‌اندازی یک کسب‌وکار در زمینه مورد نظر هستم (از نشریات، افراد و غیره).	۷
۱۲	۰/۹۵	۳/۷۹	مایلم در دوره‌های آموزشی مناسب برای کسب تجربه در زمینه‌های کاری مورد نظر شرکت کنم.	۸
۱۶	۱/۰۱	۳/۶۴	حاضریم برای تأمین منابع مالی مورد نیاز برای راه‌اندازی کسب‌وکار مورد نظر وام بگیریم.	۹
۲۳	۰/۹۹	۲/۹۴	حاضریم برای تأمین منابع مالی مورد نیاز از دیگران قرض کنم.	۱۰
۲۱	۱/۱۶	۳/۲۴	حاضریم برای موفقیت در کسب‌وکار مورد نظر، خطر شکست و ضرر و زیان‌های احتمالی را بپذیرا باشم.	۱۱
۴	۰/۶۳	۳/۹۷	برای به بار نشستن تلاش‌هایم در راه‌اندازی کسب‌وکار مورد نظر و کسب مزایای مربوطه (نظیر درآمد، دارایی، منزلت اجتماعی، شهرت حرفه‌ای و غیره)، حاضریم صبر کنم.	۱۲
۶	۰/۹۰	۳/۹۱	پای صحبت افراد موفق در عالم دنیای کسب‌وکار می‌نشینم و اخبار مربوطه را از رسانه‌ها دنبال می‌کنم.	۱۳
۱۴	۱/۰۷	۳/۶۷	با افرادی که در تجارت و بازار و حرفه مورد نظرم فعالند، در تعاملم و از آنها کسب اطلاعات می‌کنم.	۱۴
۱۷	۰/۹۳	۳/۵۸	با وجود این‌که ممکن است راه‌اندازی کسب‌وکار، موقعیت فعلی‌ام را هم به‌خطر اندازد، با این‌حال حاضریم برای رسیدن به موفقیت مورد انتظار در کسب‌وکار مورد نظر بکوشم.	۱۵
۱۹	۰/۸۶	۳/۵۵	در زندگی روزمره، خود را در موقعیت حرفه و کسب‌وکار مورد نظر می‌پندارم و رفتارهای مربوطه (نظیر روابط اجتماعی پویا، تعامل با مخاطب و غیره) را در تعامل با دیگران تمرین می‌کنم.	۱۶
۲۰	۰/۹۷	۳/۵۰	خانواده و دوستانم را در جریان تصمیم برای راه‌اندازی کسب‌وکار قرار داده‌ام / تصمیم دارم بزودی آنها را در جریان قرار بدهم.	۱۷
۱۸	۰/۷۵	۳/۵۶	از مراحل کار مربوط به راه‌اندازی کسب‌وکار مورد نظر آگاهم و درحال برنامه‌ریزی برای آن هستم.	۱۸
۲۲	۰/۹۰	۳/۱۳	در حال انجام رایزنی‌های لازم برای راه‌اندازی کسب‌وکار مورد نظر در آینده هستم.	۱۹
۱۵	۰/۸۸	۳/۶۷	حتی اگر خانواده و افراد دیگری که رویشان حساب کرده‌ام، به‌طور مناسب از من حمایت نکنند، باز هم حاضریم برای راه‌اندازی و موفقیت کسب‌وکار خویش تلاش کنم.	۲۰
۱۳	۰/۹۰	۳/۷۸	تا حدودی با ابعاد و زوایای مختلف زمینه کسب‌وکار مورد نظر آشنا شده‌ام.	۲۱
۳	۰/۸۵	۴/۰۳	ابتکار عمل و نوآوری‌هایی را برای موفقیت در کسب‌وکار مورد نظر در ذهن می‌پرورانم.	۲۲
۵	۱/۰۰	۳/۹۴	آینده خود را در راه‌اندازی و توسعه کسب‌وکار مورد نظر می‌بینم.	۲۳

همچنین در جدول ۲ بر اساس نمره ترکیبی حاصل از گویه‌های بالا سطح گرایش کارآفرینانه افراد به سه سطح تقسیم شده است. مشاهده می‌شود که به‌طور کلی ۷۸ درصد پاسخگویان گرایش اندکی به کارآفرینی و راه‌اندازی کسب‌وکارهای شخصی خود داشته‌اند. ۶ درصد در سطح متوسط و فقط ۱۵ درصد پاسخگویان گرایش بالایی به سمت فعالیت‌های کارآفرینانه و داشتن کسب‌وکار شخصی خود داشته‌اند.

جدول ۲. سطوح گرایش کارآفرینانه در بین پاسخگویان

سطح گرایش کارآفرینانه	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
گرایش کارآفرینی کم	۱۰۴	۷۸/۷۹	۷۸/۷۹
گرایش کارآفرینی متوسط	۸	۶/۰۶	۸۴/۸۵
گرایش کارآفرینی زیاد	۲۰	۱۵/۱۵	۱۰۰

استخراج عوامل

جدول ۳ گویه‌های شش عامل استخراج شده با فرض معناداری بارهای عاملی بیش از ۰/۵ را در هر عامل نشان می‌دهد. بر این اساس، عامل نخست با مقدار ویژه ۳/۳۰ به‌تنهایی تبیین‌کننده ۱۴/۳۴ درصد واریانس کل می‌باشد. عامل‌های دوم، سوم و چهارم نیز به‌ترتیب تبیین‌کننده ۱۳/۵۰، ۱۲/۶۱ و ۹/۸۱ درصد واریانس کل می‌باشند. به‌طور کلی چهار عامل نخست روی هم رفته توانسته‌اند حدود نیمی (۴۹/۸۱ درصد) از کل واریانس مجموعه مورد تحلیل را توضیح دهند. دو عامل بعدی به‌ترتیب ۹/۲۷ و ۹/۲۴ درصد کل واریانس مجموعه مورد تحلیل (عوامل مؤثر بر نیت کارآفرینانه) را تبیین نموده‌اند. در کل، این شش عامل توانسته‌اند ۶۸/۳۳ درصد تغییرات متغیر وابسته را تبیین نمایند. جدول ۳ متغیرهای معنادار در هر عامل را پس از چرخش به روش واریماکس و بر اساس قرار گرفتن متغیرهایی با بار عاملی بزرگتر از ۰/۵ نشان می‌دهد که بر این اساس نامگذاری عامل‌ها صورت گرفته است.

با توجه به جدول و مشاهد گویه‌های معنادار در هر عامل می‌توان شش عامل معنادار شده را نامگذاری کرد. این عوامل به‌ترتیب ترجیحات شغلی، مطلوبیت فردی و خانوادگی، کارآمدی اجتماعی، کسب موقعیت اجتماعی، انگیزه اقتصادی و روحیه کارفرمایی نامگذاری شدند.

جدول ۳. نتایج تحلیل عامل مؤثر بر نیت کارآفرینانه

مقدار ویژه	درصد واریانس	بار عاملی	نام پیشنهادی
۳	۱۳/۰۵	۰/۹۲۷	عدم رضایت از شغل قبلی
		۰/۹۴۹	عملیاتی کردن آموخته‌های حین تحصیل
		۰/۵۴۵	انعطاف‌پذیری در ساعات کار
		۰/۸۳۷	نگرانی از پیدا کردن شغل استخدامی
		۰/۵۸۸	ادامه دادن شغل پدری
۳	۱۳/۰۵	۰/۷۴۱	عدم علاقه به ادامه تحصیل
		۰/۶۹۲	مهیا ساختن شرایط بهتر زندگی
		۰/۵۴۸	تأمین شرایط مطلوب زندگی شخصی در زمان سالمندی
		۰/۸۶۱	گریز از زندگی بکنواخت و معمولی
		۰/۷۹۶	انتظارات اعضای خانواده از شرایط خوب مالی
۲/۹۰	۱۲/۶۱	۰/۸۲۹	عملیاتی کردن ایده‌ها (نوآوری)
		۰/۵۷۲	سودمند و مفید واقع شدن برای جامعه و سایر افراد
		۰/۵۹۵	میل به رقابت، کار تجاری، موفقیت فزاینده
		۰/۸۸۲	ارایه کالا یا خدماتی نو در جامعه
۲/۲۶	۹/۸۱	۰/۷۸۴	کسب پرستیژ اجتماعی
		۰/۸۱۱	پیش‌قراول و نمونه بودن
		۰/۷۱۶	به‌دست آوردن قدرت و اعتبار در جامعه
۲/۱۳	۹/۲۷	۰/۶۴۴	کسب سود
		۰/۸۱۲	تأمین نیاز اقتصادی
		۰/۶۸۷	ایجاد درآمد مکمل
۲/۱۲	۹/۲۴	۰/۷۰۹	رهبری و هدایت سایر افراد
		۰/۷۹۷	دستیابی به استقلال
		۰/۷۹۳	رئیس خود بودن

تحلیل روابط وابستگی

در ادامه، از تحلیل رگرسیون چندگانه برای بررسی تأثیر متغیرهای مستقل مورد مطالعه (عوامل استخراجی از تحلیل عاملی) بر متغیر وابسته «گرایش کارآفرینانه دانشجویان» استفاده شده است. به این منظور عوامل شش‌گانه در مدل رگرسیونی گام به گام وارد شده است. مشخصات مدل حاصل از هر مرحله، شامل متغیرهای ورودی که بر اساس میزان اهمیت تبیینی وارد معادله می‌شوند و نیز ضریب همبستگی و ضریب تعیین در جدول ۴ ارائه شده است.

جدول ۴. مشخصه‌های مدل‌های رگرسیونی به ترتیب مراحل

گام	متغیر	ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	مقدار F
۱	کارآمدی اجتماعی	۰/۳۴۵	۰/۱۱۹	۰/۱۱۲	۱۷/۵۸**
۲	انگیزه اقتصادی	۰/۵۳۸	۰/۲۸۹	۰/۲۷۸	۲۶/۲۶**
۳	مطلوبیت فردی و خانوادگی	۰/۵۷۲	۰/۳۲۸	۰/۳۱۲	۲۰/۸۰**
۴	روحیه کارفرمایی	۰/۶۱۱	۰/۳۷۴	۰/۳۵۴	۱۸/۹۶**
۵	کسب موقعیت اجتماعی	۰/۶۳۳	۰/۴۰۱	۰/۳۷۷	۱۶/۸۴**

* و ** به ترتیب معناداری در سطح ۵ و ۱ درصد را نشان می‌دهد.

همان‌طور که مشاهده می‌شود در اولین گام عامل کارآمدی اجتماعی وارد معادله گردیده است. در این مرحله، مقدار ضریب همبستگی چندگانه (R) برابر ۰/۳۴۵ و ضریب تعیین (R^2) برابر ۰/۱۱۹ به دست آمده است. به عبارت دیگر، نزدیک به ۱۱/۹ درصد تغییرات متغیر وابسته را این متغیر تبیین می‌کند. ورود سایر متغیرها به نوبت در چهار مرحله دیگر صورت گرفته و ضریب همبستگی و ضریب تعیین را افزایش داده است. در گام دوم تا پنجم به ترتیب عامل‌های انگیزه اقتصادی، مطلوبیت فردی و خانوادگی، روحیه کارفرمایی و کسب موقعیت اجتماعی وارد معادله شده که توانسته ضریب تعیین را تا ۰/۴۰۱ افزایش دهد. پس از ورود این پنج عامل، عملیات متوقف گردیده است و عامل «ترجیحات شغلی» وارد معادله نگردید. به‌طور کلی پنج عامل وارد شده در ترکیب خطی توانسته‌اند حدود ۴۰/۱ درصد از تغییرات متغیر وابسته یا «گرایش کارآفرینانه دانشجویان» را تبیین کنند. این نتایج نیز فرضیه‌های اول تا ششم را تأیید می‌کند. با توجه به یافته‌های ارائه شده در جدول ۵ معادله خطی حاصل از تحلیل رگرسیونی گام به گام را می‌توان به شکل زیر نوشت:

$$Y = 2/85 + 1/39 X_1 + 2/58 X_2 + 1/45 X_3 + 1/48 X_4 + 0/51 X_5$$

$$t \quad (2/81) \quad (4/90) \quad (5/45) \quad (2/83) \quad (3/33) \quad (2/37)$$

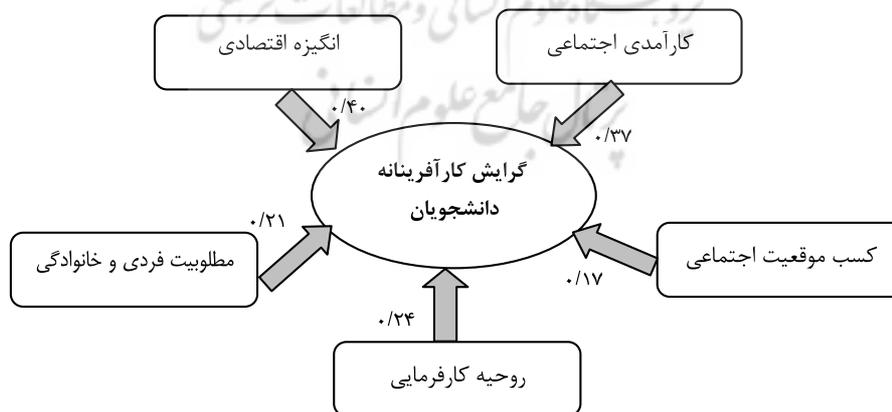
Y گرایش کارآفرینانه دانشجویان، X_1 کارآمدی اجتماعی، X_2 انگیزه‌های اقتصادی، X_3 مطلوبیت فردی و خانوادگی، X_4 روحیه کارفرمایی و X_5 کسب موقعیت اجتماعی است.

جدول ۵. مشخصه‌های مدل نهایی معادله رگرسیونی

سطح معنادار	آماره	ضریب استاندارد شده	ضریب غیراستاندارد	مشخصه‌ها و متغیرها
۰/۰۱	۲/۸۱	—	۲/۸۵	مقدار ثابت
۰/۰۰	۴/۹۰	۰/۳۷	۱/۳۹	کارآمدی اجتماعی
۰/۰۰	۵/۴۵	۰/۴۰	۲/۵۸	انگیزه اقتصادی
۰/۰۱	۲/۸۳	۰/۲۱	۱/۴۵	مطلوبیت فردی و خانوادگی
۰/۰۰	۳/۳۳	۰/۲۴	۱/۴۸	روحیه کارفرمایی
۰/۰۲	۲/۳۷	۰/۱۷	۰/۵۱	کسب موقعیت اجتماعی

مقدار بتا تاثیر متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته را نشان می‌دهد، بر اساس نتایج حاصل از ضرایب، مشاهده می‌شود که عامل انگیزه اقتصادی با مقدار ضریب ۰/۴۰، بیشتر از بقیه متغیرها در گرایش کارآفرینانه دانشجویان تاثیرگذار است. بعد از آن عامل‌های کارآمدی اجتماعی با مقدار ضریب ۰/۳۷، روحیه کارفرمایی بر مقدار ضریب ۰/۲۴، مطلوبیت فردی و خانوادگی با مقدار ضریب ۰/۲۱ و کسب موقعیت اجتماعی با مقدار ضریب ۰/۱۷ از نظر میزان اثرگذاری بر گرایش کارآفرینانه دانشجویان، در ردیف‌های بعدی قرار دارند. این نتایج نشان می‌دهد که متغیرهای فوق پیش‌گوکننده‌های قوی نیت کارآفرینانه دانشجویان می‌باشند که فرضیه ششم تحقیق را تأیید می‌کند. شکل ۱ اهمیت نسبی متغیرهای مستقل را بر گرایش کارآفرینانه دانشجویان نشان می‌دهد.

شکل ۱. اهمیت نسبی متغیرهای مستقل در تبیین گرایش کارآفرینانه دانشجویان



۵. بحث و نتیجه‌گیری

این تحقیق به شناسایی نیات کارآفرینانه دانشجویان و تحلیل عوامل مؤثر بر آن پرداخته است. با به‌کارگیری داده‌های به‌دست آمده از ۱۳۲ دانشجوی دوره روزانه رشته کارآفرینی دانشگاه تهران، نتایج نشان داد بیشتر دانشجویان گرایش کمی به راه‌اندازی کسب‌وکار شخصی خود و انجام فعالیت کارآفرینانه بعد از دوران فارغ‌التحصیلی دارند. در برخی پژوهش‌های صورت‌گرفته، مشابه نتایج بالا گزارش شده است.^۱ در مطالعه موریانو و همکاران^۲ (۲۰۰۶) متوسط گرایش کارآفرینانه در بین دانشجویان اسپانیایی کمتر از میانگین، برآورد گردید و دانشجویان از سطح پایینی از گرایش کارآفرینانه برخوردار بودند و اغلب به خدمت در یک سازمان دولتی یا شرکت خصوصی تمایل داشته‌اند تا راه‌اندازی یک کسب‌وکار شخصی. همچنین برخی تحقیقات دیگر نتایج متفاوتی را گزارش کرده‌اند^۳، چنانچه در تحقیقی در بین دانشجویان مالزیایی مشخص شد، ۶۷ درصد پاسخگویان تمایل به فعالیت‌های کارآفرینانه داشته‌اند.^۴ نتایج تحلیل عامل نشان داد که شش عامل ترجیحات شغلی، مطلوبیت فردی و خانوادگی، کارآمدی اجتماعی، کسب موقعیت اجتماعی، انگیزه اقتصادی و روحیه کارفرمایی، ۶۸/۳۳ درصد عوامل مؤثر بر نیات کارآفرینانه را تبیین می‌کنند. به‌علاوه نتایج رگرسیون چندگانه نیز نشان داد که به‌جزء عامل ترجیحات شغلی، سایر عوامل می‌توانند ۴۰/۱ درصد تغییرات متغیر وابسته را پیش‌بینی کنند.

تأثیر رفتارهای فردی و زمینه‌های اجتماعی در شکل‌دهی به گرایش‌های کارآفرینانه در سایر مطالعات نیز گزارش شده است.^۵ چنین نتایجی بیانگر این است که نحوه تفکر و رفتار افراد همراه با شرایط و زمینه‌های محیطی بر تصمیم آنها در پیگیری یک فعالیت کارآفرینانه تأثیر دارد. همچنین تأثیر قوی‌تر انگیزه‌های اقتصادی بر پیش‌بینی گرایش کارآفرینانه افراد در این مطالعه مثبت ارزیابی شده است که در تحقیقات پیشین به آن اشاره‌ای نشده است. با توجه به نمونه مورد مطالعه می‌توان گفت که انگیزه‌های اقتصادی در دانشجویان تحصیلات تکمیلی، بهتر می‌تواند گرایش کارآفرینانه را هدایت کند. بیشتر مطالعات صورت گرفته در این زمینه که با استفاده از تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده صورت‌گرفته تأثیر متغیرهای نگرش به کارآفرینی، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتار برنامه‌ریزی شده در پیش‌بینی نیات را گزارش کرده‌اند.^۶ در این پژوهش تلاش شده تا این متغیرها که از مباحث روان‌شناسی اجتماعی گرفته شده به

¹ Moriano et al. (2006) and Barani and Zarafshani (2010)

² Moriano et al.

³ Zain et al. (2010), Degeorge and Fayolle (2005), Karr (1985) and Hart and Harrison (1992)

⁴ Zain et al. (2010)

⁵ Costa et al. (1984), Singh and DeNoble (2003) and Ismail et al. (2009)

⁶ Gird and Bagraim (2008), Kolvereid (1996) and Souitaris et al. (2006)

شاخص‌های کارآفرینی با توجه جامعه آماری مورد مطالعه تغییر یابد که این موضوع از نقاط قوت تحقیق است. و نمونه مورد مطالعه نیز شامل دانشجویان کارآفرینی است، به همین علت پیشنهاد می‌شود که سایر مطالعات برای افزایش اعتبار پیش‌بینی تحقیق، سایر رشته‌های تحصیلی را نیز لحاظ کنند. به‌طور کلی یافته‌های این تحقیق می‌تواند به افراد در آغاز فرآیند کارآفرینی و کسب‌وکار شخصی خود کمک کند. می‌توان بیان کرد که برای تقویت گرایش‌های کارآفرینانه در بین دانشجویان، لازم است عوامل مؤثر بر آن از قبیل؛ کارآمدی اجتماعی، انگیزه اقتصادی، مطلوبیت فردی و خانوادگی، روحیه کارفرمایی و کسب موقعیت اجتماعی مورد توجه بیشتری قرار گیرد و تقویت شود. در راستا تقویت و بهبود چنین عواملی لازم است پیشنهاد‌های زیر مورد توجه قرار گیرد.

- دعوت از کارآفرینان موفق و برتر برای حضور در کلاس جهت طرح آموزه‌های عملی خود در فرآیند کسب‌وکار که می‌تواند دانش و نگرش دانشجویان را نسبت کارآفرینی به‌شيوه‌ای بهتر هدایت کند. همچنین بازدید از کسب‌وکارهای کارآفرینانه جهت آشنایی نزدیک با فرآیند کسب‌وکار، نگرش و نیت دانشجویان را به خوداشتغالی بهبود می‌بخشد.
- بهره‌گیری از تکنیک‌های تدریس متناسب با آموزش کارآفرینی مانند تفکر خلاق، پروژه کسب‌وکار، دیدگاه‌های فراگیرمحور جهت درگیر نمودن عملی دانشجویان در فرآیندهای کارآفرینی و کسب‌وکار می‌تواند انگیزه و ذهنیت بیشتری برای گرایش کارآفرینی ایجاد کند. برگزاری دوره‌های آموزشی تکمیلی با مضمون کارآفرینی عملی نیز در راستای بهبود گرایش کارآفرینانه افراد عمل می‌کند.
- در همین راستا بهره‌گیری از الگوهای آموزشی مبتنی بر استاد شاگردی (کارورزی دانشجویان در یک دوره تجربی) نزد کارآفرینان موفق به‌منظور الهام‌گیری عملی از تجربیات کسب و کار می‌تواند انگیزه‌ها و خلاقیت‌های کارآفرینانه آنها را بیشتر هدایت نماید.
- برگزاری جشنواره‌ها و فستیوال‌ها با موضوعاتی مانند «ایده‌های برتر کسب‌وکار» و یا مسابقه «طرح‌های برتر کسب‌وکار» در بین دانشجویان جهت تشویق و درگیری ذهنی و عملی آنها می‌تواند در برانگیختن نگرش و ذهنیت کارآفرینانه در بین آنها مؤثر باشد.
- ایجاد ساختارهای انعطاف‌پذیر و خلاق در محیط دانشگاه‌ها جهت مشاوره شغلی و حرفه‌ای به دانشجویان جهت تسریع در فرآیند شروع کسب‌وکار خود، چنین گرایش‌هایی را تقویت می‌کند. ترغیب اساتید دانشگاهی به حضور در چنین مکان‌هایی جهت انتقال تجربیات عملی خود به دانشجویان ضمن افزایش اعتبار این مراکز، تشویق دانشجویان به حضور و بهره‌گیری مؤثرتر از چنین مشاوره‌هایی را در پی دارد.

- بهبود و بومی‌سازی سرفصل‌های تدریس دروس مرتبط با کارآفرینی و کسب و کار و توجه بیشتر به جنبه‌های عملیاتی کارآفرینی می‌تواند در تقویت عوامل برشمرده مؤثر باشد.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

مآخذ

- Ajzen, I., & Driver, B. L. (1992). Application of the theory of planned behavior to leisure choice. *Journal of Leisure Research*, 24(3), 207-224.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Azizi, B., & Hossieni, S. M. (2006). Role of education and development of entrepreneurship in agricultural higher education system. *Jihad Journal*, 274, 165-182.
- Bagozzi, R., Baumgartner, H., & Yi, Y. (1989). An investigation into the role of intentions as mediators of the attitude-behavior relationship. *Journal of Economic Psychology*, 10, 35-62.
- Barani, S., & Zarafshani, K. (2010). The effect of attitude toward entrepreneurship, social norms, self-efficacy perceived in predicting entrepreneurial intentions of students in Payam Nor University of Kermanshah. *Journal of Agricultural Economic and Development Researches*. 40 (2&3), 91-99
- Borjas, G. (1986). The self-employment experience of immigrants. *Journal of Human Resources*, 21, 485-506.
- Boyd, N.G., & Vozikis, G. S. (1994). The influence of self efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18 (4), 63-77
- Bull, I., & Winter, F. (1991). Community differences in business Births and business growths. *Journal of Business Venturing*, 6, 29-43.
- Butler, J., & Herring, C. (1991). Ethnicity and entrepreneurship in America: Toward an explanation of racial and ethnic group variations in self-employment. *Sociological Perspectives*, 34, 79-94.
- Chandler, G., & Hanks, S. H. (1994). Market attractiveness, resource-based capabilities, venture strategies and venture performance. *Journal of Business Venturing*, 9, 331-349.
- Costa, P. T., McCrae, R. R., & Holland, J. L. (1984). Personality and vocational interests in an adult sample. *Journal of Applied Psychology*, 69, 390-400.
- Degeorge, J. M., & Fayolle, A. (2005). *Is entrepreneurial intention stable through time? First insights from a sample of French students*. School of Management, University of Surrey.
- Dess, G. G., & Beard, D. W. (1984). Dimensions of organizational task environments. *Administrative Science Quarterly*, 29, 52-73.
- Emadzadeh, M., Bakhtiari, S., & Delangizan, S. (2004). Role of university in evolving world. *First student conference of globalization and economy*. Razi University. Kermanshah (in Persian).

- Fayolle, A., & Gailly, B. (2004). Using the theory of planned behavior to assess entrepreneurship teaching programs: A first experimentation. *International Conference on Entrepreneurship*, 5-7 July 1994, Naples, Italy.
- Gartner, W. (1988). Who is an entrepreneur? Is the wrong question. *American Journal of Small Business*, 112, 11-32.
- Gird, A., & Bagraim, J. J. (2008). The theory of planned behavior as predictor of entrepreneurial intent amongst final-year university students. *South African Journal of Psychology*, 38(4), 711-724.
- Hart, M., & Harrison, R. (1992). Encouraging enterprise in Northern Ireland: Constraints and opportunities. *Irish Business and Administrative Research*, 13, 104-116.
- Henry, C., Hill, F., & Leitch, C. (2003). Entrepreneurship education and training. Ashgate Publishing Company. Aldershot, England.
- Ismail, M., Khalid, S.A., Othman, M., Jusoff, K., Abdul Rahman, N., Mohammed, K.M., & Shekh, R.Z. (2009). Entrepreneurial intention among Malaysian undergraduates. *International Journal of Business and Management*, 4(10), 54-60.
- Karr, A. R. (1985). Labor letter. *The Wall Street Journal*, November 1.
- Katz, J., & Gartner, W. (1988). Properties of emerging organizations. *Academy of Management Review*, 13, 429-441
- Keeble, D., & Walker, S. (1994). New firms, small firms, and dead firms: Spatial Patterns and determinants in the United Kingdom. *Regional Studies*, 28, 411-427.
- Kolvareid, L. (1996). Organizational employment versus self-employment: Reasons for career choice intentions. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 20(3), 23-31.
- Kolvareid, L. (1996). Prediction of employment status choice intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 21 (1), 47-57.
- Krueger, N.F. (1993). The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture desirability and feasibility. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(1), 5-21.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing* 15 (5&6), 411-432.
- Landry, R., Allard, R., McMillan, B., & Essiembre, C. (1992). A macroscopic model of the social and psychological determinants of entrepreneurial intent. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 591-605.
- Li?n, F., Mart?n, D., & Gonz?lez, R. (2002). Characteristics of nascent entrepreneurs in Germany. 42nd ERSA Conference, Dortmund (Germany), 27-31.

- Mazzarol, T., Volery, T., Doss, N., & Thein, V. (1999). Factors influencing small business start up. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 5(2), 48-63.
- McClelland, D. (1960). *The achieving society*, The Free Press, London.
- Moriano, J. A., Palaci, F. J., & Morales, J. F. (2006). The entrepreneurial intention of university student in Spain. UNED. Spain.
- Nabi, G., & Holden, R. (2008). Graduate entrepreneurship: Intentions, education and training. *Education and Training*, 50(7), 545-551.
- Reynolds, P., Storey, D. J., & Westhead, P. (1994). Cross-national comparison of the variation in new firm rates. *Regional Studies*, 28, 443-456.
- Reynolds, P. D. (1997). Who start new firms? Preliminary explorations of firms-in-gestation. *Small Business Economics*, 9(5), 449-462.
- Robinson, P.B., Stimpson, D. V., Huefner, J. C., & Hunt, H. K. (1991). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15 (4), 13-30.
- Scherer, R. F., Brodzinski, J. D., & Wiebe, F. A. (1991). Examining the relationship between personality and entrepreneurial career preferences. *Entrepreneurship and Regional Development*, 3, 195-206.
- Shapero, A., & Sokol, L. (1982). *Social dimensions of entrepreneurship*. in Kent, C.A., Sexton, D. L. y Vesper, K. H. (eds.): *Encyclopedia of entrepreneurship*. Prentice Hall, Englewood Cliffs (NJ).
- Singh, G., & DeNoble, A. (2003). Early retirees as the next generation of entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27 (3), 207-226.
- Souitaris, V., Zerbinati, S., & Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, 22(4), 566-591.
- Specht, P. H. (1993). Munificence and carrying capacity of the environment and organizational formation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17(2), 77-86.
- Storey, D.J. (1994). *Understanding the small business sector*, Routledge, London.
- Timmons, J. A. (1999). *New venture creation: Entrepreneurship for the 21st century (5th ed.)*. US: Irwin/McGraw-Hill.
- Van de Ven, A. H. (1993). The development of an infrastructure for entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 8, 211-230.
- Zain, M. A. Akram, A. M., & Ghani, E. D. (2010). Entrepreneurship intention among Malaysian business students. *Canadian Social Science*, 6(3), 34-44.

This document was created with Win2PDF available at <http://www.daneprairie.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.

