

بررسی دلایل گرایش به کارآفرینی دانشجویان علمی-کاربردی کشاورزی (مطالعه‌ی موردی: استان کرمانشاه)

شهرزاد بارانی^{۱*} - زهرا اطهری^۲ - کیومرث زرافشانی^۳

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد ترویج و آموزش کشاورزی دانشکده کشاورزی دانشگاه رازی
۲. دانشجوی کارشناسی ارشد ترویج و آموزش کشاورزی دانشکده کشاورزی دانشگاه رازی
۳. استادیار دانشکده کشاورزی دانشگاه رازی و عضو مرکز پژوهشی تحقیقات توسعه اقتصادی اجتماعی دانشگاه رازی

(تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۸۷/۱۱/۷، تاریخ تصویب: ۱۳۸۸/۸/۲۰)

چکیده

نظریه‌ی رفتار برنامه‌ریزی شده‌ی آژن به صورت گسترده‌ای به منظور پیش‌گویی رفتار کارآفرینانه استفاده شده است. اما این نظریه در بین دانشجویان مراکز علمی-کاربردی به کار گرفته نشده است. هدف کلی این پژوهش که با روش توصیفی-همبستگی انجام شده است، بررسی دلایل گرایش به کارآفرینی دانشجویان علمی-کاربردی کشاورزی است. جامعه آماری تحقیق را دانشجویان علمی-کاربردی کشاورزی استان کرمانشاه تشکیل دادند که تعداد ۹۶ نفر از آن‌ها به عنوان نمونه با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. داده‌های مورد نظر از طریق پرسش‌نامه جمع‌آوری شد. نتایج حاصل از آزمون رگرسیون چندگانه به روش گام به گام نشان داد که ۳۷ درصد از تغییرات متغیر نیت کارآفرینانه را سه متغیر شامل: نگرش نسبت به کارآفرینی، هنجارهای جامعه و باور به خودکارآمدی تبیین می‌کنند. همچنین رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری بین هر یک از متغیرهای مستقل یادشده با نیت کارآفرینانه به دست آمد. در کل، یافته‌ها نشان داد که در بین دانشجویان علمی-کاربردی کشاورزی، نیت کارآفرینانه‌ی بالایی وجود دارد.

واژه‌های کلیدی: کشاورزی، نیت‌های کارآفرینانه، نگرش، هنجار جامعه، باور به خودکارآمدی

بیان مساله

امروزه چالش‌های اشتغال یا موضوع کار و بی‌کاری نه تنها یکی از مهم‌ترین مسایل اجتماعی روز جهان در کشور ما به شمار می‌آید بلکه با توجه به به میزان رشد جمعیت در دو دهه گذشته می‌توان آن را مهم‌ترین چالش اجتماعی چند دهه‌ی آینده به حساب آورد (تاج آبادی و همکاران، ۱۳۸۷، ص ۳۴). حل این مشکل، سیاست‌گذاران اغلب کشورها را با چالش‌های بزرگی روبه‌رو کرده است، به گونه‌ای که می‌توان گفت: ثبات و زوال برخی از دولت‌ها در گرو حل بحران بی‌کاری است (صالحی و برادران، ۱۳۸۵، ص ۱۸۵). براساس آمار سالانه ۲۷۰ هزار دانش‌آموخته‌ی دانشگاهی وارد بازار کار می‌شوند، اما ظرفیت بازار جواب‌گوی این تعداد نیست (عزیزی و حسینی، ۱۳۸۵، ص ۱۶۸-۱۶۹). حادثه از آن زمانی است که بدانیم، نرخ بی‌کاری در بین ۱۴۷ هزار دانش‌آموخته‌ی دانشگاهی کشاورزی براساس آمار سال ۱۳۸۰، ۲۸ درصد گزارش شده که دو برابر نرخ بی‌کاری در بین سایر توده‌های بی‌کار و هم‌چنین بالاترین نرخ بی‌کاری در بین کل دانش‌آموختگان دانشگاهی است (جلالی، ۱۳۸۲ الف؛ ب، ص ۲۰). دانش‌آموختگان علمی - کاربردی نیز از این اصل مستثنی نبوده و بخشی از این آمار را تشکیل می‌دهند. هر چند که بحران یادشده در مورد این دسته از دانش‌آموختگان، معضل بسیار بزرگ‌تری به نظر می‌رسد. چرا که به دلیل ماهیت این نوع آموزش‌ها که به‌عنوان نظامی در درون نظام آموزشی کشور و به‌عنوان سومین نظام آموزشی کشور در تکمیل دو نظام موجود به‌منظور شکل دادن به آموزش‌های شغلی در سطح جامعه طراحی شده است و چنان‌که در بند هفتم ماده‌ی ۲ آیین‌نامه‌ی تشکیل شورای عالی آموزش‌های علمی - کاربردی، طراحی یک نظام آموزشی پیش‌بینی شده است که فارغ‌التحصیلان آن کارایی لازم برای اشتغال را داشته باشند (شریعتی و مهاجر، ۱۳۸۵، ص ۴۷۵)، انتظار اشتغال دانش‌آموختگان علمی - کاربردی بسیار بیش‌تر از سایر دانش‌آموختگان کشور است. اما این انتظار هم‌چنان در سطح رضایت‌بخشی برآورده نشده است. از سوی دیگر تجارب کشورهای مختلف دنیا اعم از توسعه‌یافته و در حال توسعه، نشان دهنده‌ی آن است که

بهترین گزینه برای آماده کردن فراگیران نظام آموزشی برای اشتغال در بازار کار، خوداشتغالی و آموزش کارآفرینی است (تاج آبادی و همکاران، ۱۳۸۷، ص ۳۴). عامل انسانی مهم ترین جنبه‌ی کارآفرینی بوده و آموزش عامل انسانی در روند پیشرفت کارآفرینی تاثیر به‌سزایی داشته و دارد (همان). به‌طور کلی آموزش کارآفرینی، در رابطه با افراد تنها دو گزینه در پیش‌رو دارد یا این که آموزش کارآفرینی اقدام به «ایجاد» روحیه‌ها، ویژگی‌ها و مهارت‌های کارآفرینی در فراگیران کند یا این که برای «پرورش» ویژگی‌ها و مهارت‌های کارآفرینی در فراگیران سمت و سو یابد (همان) تا فرد به کمک آن‌ها بتواند به راه‌اندازی یک کسب‌وکار کارآفرینانه اقدام کند. در حالی که نکته‌ی مهمی در این زمینه نادیده گرفته شده و آن این است که در مجموع، چنین دوره‌هایی موجب می‌شود که درصد بالایی از کسب‌وکارهای جدید، در ابتدای کار توسط افراد موفق شوند در حالی که هنوز تعدادی از افراد نسبت به کارآفرین بودن تصمیمی نگرفته‌اند. زیرا راه‌اندازی یک کسب‌وکار کارآفرینانه در وهله‌ی اول یک تصمیم فردی و شخصی است. متأسفانه اکثر تحقیق‌های کارآفرینی نیز توجه خود را معطوف به «فرایند راه‌اندازی» کسب‌وکار (مرحله‌ی بعد از تصمیم‌گیری) کرده و نسبت به مرحله‌ی تصمیم‌گیری غفلت می‌کنند. در آموزش‌های کارآفرینی نیز این امر نادیده گرفته می‌شود. این در حالی است که به‌طور واضح، قبل از مرحله‌ی راه‌اندازی، مرحله‌ی تصمیم‌گیری قرار دارد. در مرحله‌ی تصمیم‌گیری به این نکته توجه می‌شود که چه عوامل و عناصری باعث می‌شود تا یک فرد تصمیم بگیرد که از میان گزینه‌های شغلی مختلف، راه‌اندازی یک کسب‌وکار را انتخاب کند (موریانو و گرجیوسکی، ۲۰۰۷، ص ۱۲). در این باره تمایل به کارآفرینی را می‌توان به‌عنوان پیش درآمد و عامل موثر بر رفتار کارآفرینانه و یا تصمیم برای کارآفرین بودن و خلق یک کار جدید قلمداد کرد (همان). از این‌رو، آنچه در این زمینه مطرح می‌شود این است که چگونه می‌توان در دانش‌آموختگان تمایل به کارآفرینی را ایجاد کرد تا در آن‌ها مقاصد و نیت‌های

کارآفرینانه برای تصمیم به راه‌اندازی یک کسب‌وکار ایجاد شود. بر این اساس، باید آموزش‌های کارآفرینی در افراد را به سمتی فراتر از آشنایی و ایجاد مهارت‌های راه‌اندازی یک کسب‌وکار کارآفرینانه برد و بیش‌تر به دنبال این موضوع رفت که چگونه در افراد نیت کارآفرینانه شکل می‌گیرد، چگونه می‌توان افراد را برای کارآفرین شدن تشویق کرد و در این مسیر، پرورش و آماده‌سازی چه شرایط و ویژگی‌های خاصی در ایجاد نیت‌های کارآفرینانه و اقدام به خود اشتغالی تاثیر خواهد داشت. از این‌رو، بررسی نیت‌ها و تمایل کارآفرینانه‌ی دانشجویان علمی-کاربردی و بهره‌گیری از الگوهای مبتنی بر نیت به‌عنوان ابزار مناسب برای توضیح و تفسیر شکل‌گیری و توسعه‌ی نیت‌های کارآفرینانه و رفتار کارآفرینی، این اجازه را برای ما فراهم می‌کند که از آن‌ها به‌عنوان یک چارچوب مناسب برای اندازه‌گیری اثر برنامه‌های آموزشی کارآفرینی در آموزش‌های عالی علمی-کاربردی و بهبود طراحی آن‌ها به‌منظور حل بحران بی‌کاری دانش‌آموختگان بهره‌گیریم. از این‌رو، نتایج این پژوهش می‌تواند دستاوردهای مناسبی برای اساتید، مشاوران، راهنمایان مشاغل، کارآفرینان و برنامه‌ریزان آموزشی داشته باشد تا از این منظر برای درک چگونگی شکل‌گیری نیت‌ها بهره‌گرفته و از آن در تدوین برنامه‌های آموزشی مناسب کارآفرینی و بهبود اثربخشی دوره‌ها استفاده کنند.

پیشینه تحقیق

برخی از صاحب‌نظران دانش کارآفرینی بر این عقیده‌اند که ویژگی‌های شخصی (خطرپذیری، مرکز کنترل درونی، نیاز به پیشرفت و ...)، عامل موثری بر تصمیم‌گیری در کارآفرینی به‌شمار می‌روند. به‌عبارت دیگر آن‌ها بر این باورند اگر چنین ویژگی‌هایی در فرد وجود داشته باشد، فرد به سمت کارآفرینی سوق می‌یابد. این نظریه در سال ۱۹۹۱ توسط شاور و اسکات^۱ با عنوان رهیافت شخصیت‌شناسی^۲ معروف شد، اما

1. Shaver & Scott
2. Personological Approach

در سال ۲۰۰۷ لینان و سانتوس^۱ آنرا نقد و بررسی کردند. این دو نظریه‌پرداز معتقد بودند رهیافت شخصیت‌شناسی نمی‌تواند آن‌گونه که باید رفتار کارآفرینی افراد را تبیین کند (موریانو و گرجیوسکی، ۲۰۰۷، ص ۱۱). رینولدز^۲ (۱۹۹۷) معتقد است با این‌که رابطه‌ی مستقیم و معنی‌داری بین ویژگی‌های شخصیتی و کارآفرینی وجود دارد، اما توان پیش‌گویی ویژگی‌های شخصیتی بسیار ضعیف بوده و این رهیافت از نظر روش‌شناسی و عوامل نظری نیز نقد و بررسی شده است (شاپیرو و سوکول^۳، ۱۹۸۲، ص ۷۵؛ گارتنر^۴، ۱۹۸۹، ص ۵۲؛ آژن^۵، ۱۹۹۱، ص ۱۸۲؛ وسیانا و همکاران^۶، ۲۰۰۰، ص ۱۹؛ سانتوس^۷، ۲۰۰۱، ص ۱۹۹). به نقل از توکلی (۱۳۸۴) رابرت لمب، معتقد به نقش کارآفرین به‌عنوان تصمیم‌گیرنده بوده و وی اعتقاد دارد کارآفرینی نوعی تصمیم‌گیری اجتماعی است که توسط نوآوران انجام می‌شود. از آنجایی که تصمیم‌گیری برای کارآفرینی یک تصمیم داوطلبانه و آگاهانه به‌شمار می‌رود (کروگر و همکاران^۸، ۲۰۰۰، ص ۴۲۵)، در این‌باره نیت کارآفرینانه را می‌توان به‌عنوان پیش‌درآمد و عامل موثری بر رفتار کارآفرینی و یا تصمیم برای کارآفرین بودن قلمداد کرد (موریانو و گرجیوسکی، ۲۰۰۷، ص ۱۱). به‌طور کلی در ادبیات روان‌شناسی، از نیت کارآفرینانه به‌عنوان یکی از عوامل زیربنایی رفتار برنامه‌ریزی شده یاد می‌شود. به‌عبارت دیگر، نیت یکی از بهترین عوامل پیش‌گوکننده‌ی رفتار به‌شمار می‌رود (لینان و همکاران^۹، ۲۰۰۵، ص ۷۲). الگوهای زیادی برای سنجش نیت کارآفرینانه ارائه شده است. برخی از این الگوها عبارتند از: الگوی پدیده‌ی کارآفرینی شاپیرو^{۱۰} (۱۹۸۲، ص ۷۷)، نظریه‌ی رفتار

1. Linán & Santos
2. Reynolds
3. Shapero & Sokol,
4. Gartner
5. Ajzen
6. Veciana & et al
7. Santos
8. Krueger & et al
9. Linan & et al
10. Entrepreneurial Event Model of Shapero

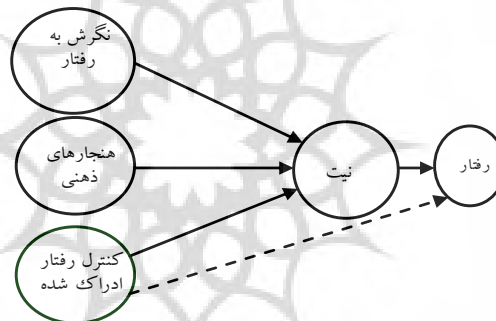
برنامه‌ریزی شده‌ی^۱ آژن (۱۹۸۷، ص ۵۶)، و الگوی نیت کارآفرینانه (بیرد^۲، ۱۹۸۸، ص ۴۴۴؛ بوید و وزیکیس^۳، ۱۹۹۴، ص ۶۶). در الگوی شاپیرو و همکاران، مطلوبیت‌های عینی خواسته‌ها و باور به خود کارآمدی به‌عنوان پیش‌گوکننده‌های اولیه‌ی نیت، نقش مهمی در شروع فعالیت‌های کارآفرینانه دارند. گرایش مثبت به کارآفرینی به‌عنوان یک حلقه‌ی میانی در کنار قابل دسترس بودن و امکان اجرای فعالیت‌های کارآفرینی، به تمایل فرد در روی آوردن به این فعالیت‌ها، قوت می‌بخشد (زرافشانی، مرادی، ۱۳۸۶، ص ۲۵). در الگوی نیت کارآفرینانه بیرد (۱۹۸۸)، خود کارآمدی به‌عنوان یک عنصر مهم در تبیین رفتار کارآفرینانه به‌شمار می‌رود (درنوسک و اریکسون^۴، ۲۰۰۵، ص ۹۶). بوید و وزیکیس (۱۹۹۴، ص ۶۷) معتقدند خود کارآمدی بر شناسایی فرصت، خطرپذیری و پرورش ایده‌های کارآفرینانه تاثیر می‌گذارد. از دیدگاه بندورا^۵ (۱۹۹۷، ص ۲۷)، خود کارآمدی باورهایی است که یک فرد از توانایی خود برای مقابله با موقعیت‌های چالش‌زا می‌شناسد. بر مبنای نظریه‌ی شناخت اجتماعی اشتغال (لنت و همکاران^۶، ۲۰۰۲، ص ۲۶۷) باور به خود کارآمدی بر مواردی نظیر انتخاب شغل، توسعه‌ی فعالیت‌های شغلی، قابلیت‌های حرفه‌ای و عملکرد شغلی افراد تاثیر دارد. (چن و همکاران^۷، ۱۹۹۸، ص ۲۹۶) در مطالعه‌ی خود، خود کارآمدی کارآفرینانه را این‌گونه تعریف کرده‌اند: باورهایی که یک فرد از توانایی‌های خود برای انجام نقش‌ها و وظایف کارآفرینی دارد. آن‌ها در مطالعه‌ی خود نشان دادند، خود کارآمدی اثر معنی‌دار و مثبتی روی نیت کارآفرینی دارد. با وجود مفید بودن این الگوها در پژوهش‌های کارآفرینی به‌ویژه نیت کارآفرینانه، هیچ کدام از آن‌ها نتوانسته‌اند به‌عنوان یک الگوی جامع در این‌گونه مطالعه‌ها استفاده شوند. ماهیت فردنگری از یک سو و توجه نداشتن به عوامل

1. Theory of Planned Behavior
2. Bird
3. Boyd & Vozikis
4. Drnovsek & Erikson
5. Bandura
6. Lent & et al
7. Chen & et al

اجتماعی از سوی دیگر، از جمله محدودیت‌های این الگوها بوده است؛ از این رو برخی از پژوهش‌گران به منظور دستیابی به الگویی که بتواند نیت کارآفرینانه را با توجه به تعامل بین عوامل اجتماعی و فردی بسنجد، به روان‌شناسی اجتماعی روی آورده‌اند. در نهایت نظریه‌ی رفتار برنامه‌ریزی شده‌ی آژن در سال ۱۹۹۱ به‌عنوان چارچوب نظری بسیاری از مطالعه‌های نیت کارآفرینانه استفاده شد.

نظریه‌ی رفتار برنامه‌ریزی شده آژن (۱۹۹۱)

این نظریه با سایر الگوها یک تفاوت اساسی دارد و آن متغیر هنجار ذهنی است که در الگوهای دیگر به آن اشاره نشده (موریانو و گرجیوسکی، ۲۰۰۷، ص ۱۳). براساس نظریه‌ی رفتار برنامه‌ریزی شده‌ی آژن (۱۹۹۱، ص ۱۸۰) نیت تابعی از سه متغیر است. (۱) نگرش به رفتار؛ (۲) هنجار ذهنی؛ (۳) کنترل رفتار ادراک شده.



نمودار ۱. الگوی رفتار برنامه‌ریزی شده (آژن، ۱۹۹۱، ۱۹۸)

نگرش به رفتار، یک متغیر فردی و شخصی است که طی آن رفتار از دیدگاه خود فرد ارزیابی می‌شود. کاربرد این متغیر در تحقیق‌های تمایل به کارآفرینی بدین صورت است که از دیدگاه خود کارآفرین تا چه اندازه کسب‌وکار جذاب به نظر می‌رسد (کروگر و همکاران، ۲۰۰۰، ص ۴۲۰؛ آتیو و همکاران^۱، ۲۰۰۱، ص ۱۴۷). در «رفتار

1. Autio & et al

برنامه‌ریزی شده‌ی آژن» نگرش به‌عنوان یکی از ابعاد تعیین‌کننده‌ی رفتار اجتماعی، به دو مؤلفه‌ی انتظار فایده و ارزیابی فایده تجزیه می‌شود. انتظار فایده به معنی آن است که یک شخص تا چه حد از یک پدیده انتظار فایده دارد. ارزیابی فایده به‌نسبت روشن است و طی آن شخص ارزیابی می‌کند که آیا آن پدیده برای او فایده دارد یا نه (کروگر و همکاران، ۲۰۰۰، ۴۱۵).

متغیر دوم هنجار ذهنی است. بدین معنا که تا چه اندازه فرد برای انجام رفتار خاصی از سوی جامعه احساس فشار یا تاکید می‌کند (آژن، ۱۹۹۱، ص ۱۹۲). هنجار ذهنی در این نظریه یعنی فشار درک شده از سوی محیط (پدر و مادر، دوستان نزدیک، همکاران و ...) که به معنای هنجارهای جامعه بوده و منعکس‌کننده‌ی فشار و جهت‌دهی مؤکد اجتماعی است که شخص آن را برای انجام دادن یک رفتار خاص، احساس می‌کند. به‌عبارت دیگر، برای شخص مهم است که جامعه چه برداشتی از رفتار مورد نظر وی داشته باشد (آژن، ۱۹۹۱، ص ۱۹۳).

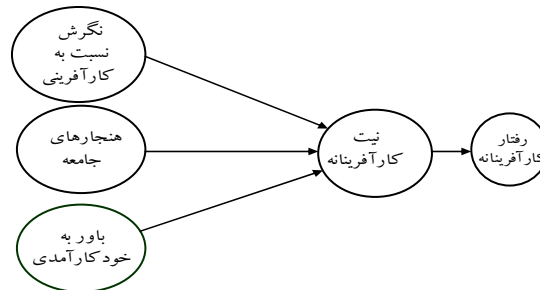
متغیر سوم به‌عنوان یکی از پیش‌گوکننده‌های ضروری در رفتار به شمار می‌رود. این متغیر با امکان‌پذیری رفتار آن‌چنان تفاوتی ندارد. شاید بتوان کنترل رفتار ادراک شده را همانند مفهوم خودکارآمدی بندورا (۱۹۸۶) دانست. منظور از این دو مفهوم، توانایی فرد برای انجام دادن یک فعالیت است و این که تا چه اندازه یک فرد توانایی انجام دادن یک فعالیت را در خود احساس می‌کند (موریانو و گرجیوسکی، ۲۰۰۷، ص ۱۲). خودکارآمدی در بسیاری از تحقیق‌های کارآفرینی استفاده شده است. به‌عنوان مثال دی نوبل^۱ و همکارانش در سال ۱۹۹۹ مقیاس خودکارآمدی را در کارآفرینی طراحی و عملیاتی کردند (همان).

چارچوب مفهومی تحقیق

با توجه به پیشینه‌ی تحقیق و نظریه‌ی رفتار برنامه‌ریزی شده‌ی آژن، چارچوب مفهومی زیر برای این پژوهش ارائه شد.

1. De Noble

براساس نمودار شماره (۲)، نگرش نسبت به کارآفرینی، هنجارهای جامعه و باور به خود کارآمدی، پیش‌گوکننده‌های نیت کارآفرینانه به شمار می‌آیند و نیت کارآفرینانه نیز به نوبه‌ی خود، رفتار کارآفرینانه را شکل می‌دهد.



نمودار ۲. چارچوب مفهومی پژوهش: برگرفته از الگوی آژن (۱۹۹۱، ص ۱۹۸)

هدف کلی این تحقیق، بررسی دلایل گرایش به کارآفرینی دانشجویان علمی-

کاربردی کشاورزی است. اهداف اختصاصی این تحقیق عبارتند از:

۱. بررسی رابطه‌ی بین نگرش نسبت به کارآفرینی و نیت کارآفرینانه.
۲. بررسی رابطه‌ی بین هنجارهای جامعه نسبت به کارآفرینی و نیت کارآفرینانه.
۳. بررسی رابطه‌ی بین باور به خود کارآمدی و نیت کارآفرینانه.
۴. تعیین عوامل مرتبط و موثر بر نیت‌های کارآفرینانه‌ی دانشجویان علمی-کاربردی کشاورزی.

فرضیه‌های تحقیق

۱. بین نگرش و نیت کارآفرینانه رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری وجود دارد.
۲. بین هنجارهای جامعه و نیت کارآفرینانه رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری وجود دارد.
۳. بین باور به خود کارآمدی و نیت کارآفرینانه رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری وجود دارد.
۴. بین نگرش و باور به خود کارآمدی رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری وجود دارد.
۵. بین نگرش و هنجارهای جامعه رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری وجود دارد.
۶. بین باور به خود کارآمدی و هنجارهای جامعه رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

۷. نگرش نسبت به کارآفرینی، هنجارهای جامعه و باور به خودکارآمدی، پیش‌گوکننده‌های اصلی نیت کارآفرینانه به شمار می‌آیند.

روش پژوهش

این مطالعه با استفاده از روش توصیفی-هم‌بستگی اجرا شده و با توجه به محدوددهی تحقیق، این پژوهش مقطعی است. جامعه‌ی آماری این پژوهش را دانشجویان علمی-کاربردی کشاورزی استان کرمانشاه تشکیل داده‌اند ($N=125$) که تعداد ۹۶ نفر از آن‌ها با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. حجم نمونه با استفاده از جدول کرجسی و مورگان^۱ (۱۹۷۰) برآورد شد. ابزار اصلی تحقیق، پرسش‌نامه‌ای شامل ۵ قسمت: ۱) ویژگی‌های فردی پاسخ‌گویان، ۲) مقیاس سنجش میزان نیت کارآفرینانه، ۳) نگرش نسبت به کارآفرینی، ۴) هنجارهای جامعه و ۵) باور به خودکارآمدی بود. برای سنجش مقوله‌های یادشده، بخشی از پرسش‌نامه‌ی موریانو و گرجیوسکی (۲۰۰۷، ص ۲۰) استفاده شد. این مقیاس به زبان فارسی ترجمه، برای تعیین روایی آن از پانل متخصصان و به منظور برآورد پایایی آن از روش آلفای کرونباخ استفاده شد. ضریب آلفای محاسبه شده برای هر یک از بخش‌های پرسش‌نامه به شرح زیر ارایه شده است (جدول شماره ۱). با توجه به این‌که، ضرایب آلفای محاسبه شده بالاتر از ۰/۷ بوده است، از این‌رو این پرسش‌نامه از پایایی مناسبی برخوردار است. به منظور تحلیل داده‌ها از نرم افزار SPSS و آماره‌هایی شامل: میانگین، انحراف معیار، درصد و فراوانی، و آزمون تحلیل رگرسیون چندگانه به روش گام‌به‌گام و هم‌بستگی پیرسون استفاده شد.

یافته‌های تحقیق

از بین دانشجویان شرکت‌کننده در تحقیق ۱۹/۸ درصد (۱۹ نفر) زن و ۸۰/۲ درصد (۷۷ نفر) نیز مرد بودند. براساس یافته‌ها ۴۵/۸ درصد از افراد مطالعه شده دانشجوی سال اول

1. Krejcie & Morgan

و ۵۴/۲ درصد دانشجوی سال آخر بودند. رشته‌ی تحصیلی اکثر آن‌ها آب‌خیزداری (۲۵/۴ درصد) بود. رشته‌های مکانیزاسیون و گیاه پزشکی با ۱۳/۸ درصد، کم‌ترین تعداد

جدول ۱. ضرایب آلفای محاسبه شده

آلفای کرونباخ	متغیر گویه‌های مرتبط
۰/۸۲	<p>نیت کارآفرینانه</p> <ul style="list-style-type: none"> ◀ ساده بودن شروع یک کسب و کار و حفظ آن ◀ جذاب نبودن حرفه‌ی کارآفرینی ◀ خوشنود بودن دوستان از تصمیم به راه‌اندازی یک کسب‌وکار توسط فرد ◀ انجام هر کاری به منظور کارآفرین شدن ◀ عدم توانایی راه‌اندازی یک کسب‌وکار ◀ انجام هر تلاشی به منظور شروع یک کسب‌وکار ◀ توانایی تحت کنترل درآوردن فرایند خلق یک کسب‌وکار ◀ رضایت والدین نسبت به تصمیم به راه‌اندازی یک کسب‌وکار ◀ شک و تردید در راه‌اندازی یک کسب‌وکار ◀ علاقه زیاد به راه‌اندازی یک کسب‌وکار در صورت وجود فرصت و منابع کافی ◀ تأیید تصمیم به راه‌اندازی یک کسب‌وکار توسط همکلاسی‌ها ◀ تفکر در انتخاب کارآفرینی به‌عنوان آخرین گزینه‌ی انتخابی ◀ مصمم بودن به خلق یک کسب‌وکار در آینده ◀ شانس زیاد در موفقیت برای راه‌اندازی یک کسب‌وکار در صورت وجود تلاش کافی ◀ احساس رضایت بخش از کارآفرین بودن ◀ مشکل بودن اراییه‌ی یک ایده‌ی کاری ◀ کارآفرین بودن به‌عنوان یکی از اهداف نهایی ◀ بیش‌تر بودن مزایای کارآفرینی نسبت به معایب آن ◀ نیت ضعیف برای راه‌اندازی یک کسب‌وکار ◀ آگاه بودن از تمامی جزئیات فنی راه‌اندازی یک کسب‌وکار
۰/۷۰	<p>نگرش نسبت به کارآفرینی</p> <ul style="list-style-type: none"> ◀ ترجیح کارمند بودن ◀ ترجیح کارآفرین بودن
۰/۷۸	<p>هنجارهای جامعه</p> <ul style="list-style-type: none"> ◀ ارزش قائل بودن والدین برای کارآفرینی ◀ ارزش قائل بودن فرهنگ جامعه برای کارآفرینی ◀ بیهوده قلمداد شدن نقش کارآفرینی در اقتصاد کشور ◀ ارزشمندی کارآفرینی در نزد دوستان، بیش از فعالیت‌های دیگر ◀ مقبول نبودن کارآفرینی در نزد اکثریت افراد جامعه ◀ ارزشمند بودن کارآفرینی در نزد مردم، علی‌رغم مخاطره‌پذیری آن ◀ با ارزش بودن کارآفرینی در نزد همکلاسی‌ها بیش از فعالیت‌های دیگر ◀ تفکر عموم مبنی بر سوء استفاده‌ی کارآفرینان از دیگران
۰/۷۵	<p>باور به خودکارآمدی</p> <ul style="list-style-type: none"> ◀ توانایی در شناسایی فرصت‌های کارآفرینی ◀ خلاقیت ◀ مهارت حل مسئله ◀ مهارت برقراری ارتباط ◀ توانایی اراییه‌ی ایده‌های نو و خدمات جدید ◀ مهارت در روابط اجتماعی

پاسخ گو را در برداشتند. رشته‌ی فناوری تولیدات زراعی ۱۶/۲ درصد، رشته‌ی دانه‌های روغنی ۱۶/۳ درصد و رشته‌ی امور زراعی و باغی ۱۴/۵ درصد پاسخ‌گویان را به خود اختصاص دادند. از نظر محل تولد ۴۸/۵ درصد از پاسخ‌گویان در روستا و مابقی در شهر متولد شده‌اند. هم‌چنین شغل پدر اکثر آن‌ها (۷۶ درصد) غیر کشاورز بود.

یافته‌ها در زمینه‌ی فرضیه‌های پژوهش، در زیر بررسی شده است.

در جدول شماره (۲)، میانگین، انحراف معیار، و هم‌بستگی بین هر یک از متغیرهای مستقل (نگرش نسبت به کارآفرینی، هنجارهای جامعه و باور به خودکارآمدی) با یک‌دیگر و با متغیر وابسته (نیت کارآفرینانه) ارایه شده است.

جدول ۲. میانگین، انحراف معیار و همبستگی.

متغیر	M	SD	۱	۲	۳
۱. نگرش نسبت به کارآفرینی	۴/۷۵	۱/۲۳	-	-	-
۲. هنجارهای جامعه	۴/۴۷	۰/۸۱	۰/۲۴*	-	-
۳. باور به خودکارآمدی	۵/۱۱	۰/۹۷	۰/۰۸	۰/۲۰*	-
۴. نیت کارآفرینانه	۴/۹۹	۰/۷۷	۰/۳۳**	۰/۳۸**	۰/۴۸**

توجه: مقیاس طیف لیکرت از ۱ (کاملاً مخالفم) تا ۷ (کاملاً موافقم). $P < 0/01$ **، $P < 0/05$ *

یافته‌های مندرج در جدول شماره (۲) حاکی از آن است که میانگین کلیه‌ی متغیرهای مطالعه شده در دانشجویان علمی- کاربردی کشاورزی، بالاتر از حد متوسط برآورد شده، اما در این بین، باور به خودکارآمدی با میانگین ۵/۱۱ بالاترین رتبه را در میان سایر متغیرها در دانشجویان به خود اختصاص داده است.

مطابق با جدول شماره (۲)، بین نیت کارآفرینانه با نگرش نسبت به کارآفرینی، هنجارهای جامعه و باور به خودکارآمدی ارتباط مثبت و معنی‌داری وجود دارد. به این معنی که هرچه نگرش فرد یعنی مجموعه باورهای شخصی و ارزیابی او از این باورها نسبت به کارآفرینی مطلوب‌تر و مثبت‌تر باشد، هنجارهای جامعه یعنی حاصل مجموعه باورهای اشخاص جامعه از جمله: والدین، دوستان، همشهری‌ها و ... مطابق و هم‌سو با

فعالیت‌های کارآفرینی است، به طوری که کارآفرینی با ارزش قلمداد شود، یا باور به خود کارآمدی یعنی توانایی فرد برای شناسایی فرصت‌های کارآفرینی، خلاقیت، راه‌اندازی یک کسب‌وکار جدید و ... در فرد قوی‌تر باشد، وی مصمم‌تر و با قصد و نیت بیش‌تری برای راه‌اندازی یک فعالیت کارآفرینانه اقدام می‌کند. از طرفی براساس نتایج مندرج در جدول شماره (۲)، بین هنجارهای جامعه و نگرش نسبت به کارآفرینی، و باور به خود کارآمدی و هنجارهای جامعه نیز ارتباط مثبت و معنی‌داری وجود دارد. اما بین نگرش نسبت به کارآفرینی و باور به خود کارآمدی، هیچ‌گونه رابطه‌ی معنی‌داری مشاهده نمی‌شود.

به منظور آزمون فرضیه‌ی آخر و در واقع برای تعیین این که آیا متغیرهای مستقلی شامل: نگرش نسبت به کارآفرینی، هنجارهای جامعه و باور به خود کارآمدی در زمینه‌ی الگوی رفتار برنامه‌ریزی شده‌ی آژن (۱۹۹۱)، به ما اجازه‌ی پیش‌گویی نیت کارآفرینانه را می‌دهند یا خیر، از تحلیل رگرسیون گام‌به‌گام استفاده شد. در این تحلیل، نگرش، هنجارهای جامعه و باور به خود کارآمدی به‌عنوان متغیرهای مستقل و نیت کارآفرینانه به‌عنوان متغیر وابسته تعیین شد (جدول شماره ۳).

جدول ۳. متغیرهای پیش‌گوکننده‌ی نیت کارآفرینانه‌ی دانشجویان علمی-کاربردی کشاورزی براساس تحلیل رگرسیون گام‌به‌گام

الگو	مقدار B	خطای معیار	مقدار بتا	t	سطح معنی‌داری
(مقدار ثابت)	۱/۵۶	۰/۴۸	-	۳/۲۷	۰/۰۰۲
باور به خود کارآمدی	۰/۳۳	۰/۰۷	۰/۴۱	۴/۸۹	۰/۰۰۰
هنجارهای جامعه	۰/۲۳	۰/۰۸	۰/۲۴	۲/۷۹	۰/۰۰۶
نگرش نسبت به کارآفرینی	۰/۱۵	۰/۰۵	۰/۲۴	۲/۷۷	۰/۰۰۷

ضریب تعیین (R^2) در این تحلیل برابر ۰/۳۷ است که نشان می‌دهد متغیر باور به خود کارآمدی، هنجارهای جامعه و نگرش نسبت به کارآفرینی، ۳۷ درصد از تغییرات متغیر نیت کارآفرینانه را تبیین می‌کنند. براساس جدول شماره (۳)، متغیر باور به

خود کارآمدی با دارا بودن بیشترین مقدار بتا از اهمیت نسبی بیشتری نسبت به متغیرهای دیگر در نیت کارآفرینانه دانشجویان علمی- کاربردی کشاورزی برخوردار بوده و نگرش نسبت به کارآفرینی دارای اهمیت نسبی کمتری نسبت به سایر متغیرها است. براساس نتایج این بخش، فرضیه‌ی یادشده مبنی بر این که نگرش، هنجارهای جامعه و باور به خود کارآمدی پیش‌گوکننده‌های اصلی نیت کارآفرینانه به شمار می‌آیند، تایید می‌شود.

جدول شماره (۴)، ضریب هم‌بستگی چندگانه و ضریب تعیین متغیرهای پیش‌گوی یادشده و متغیر وابسته‌ی نیت کارآفرینانه را نشان می‌دهد.

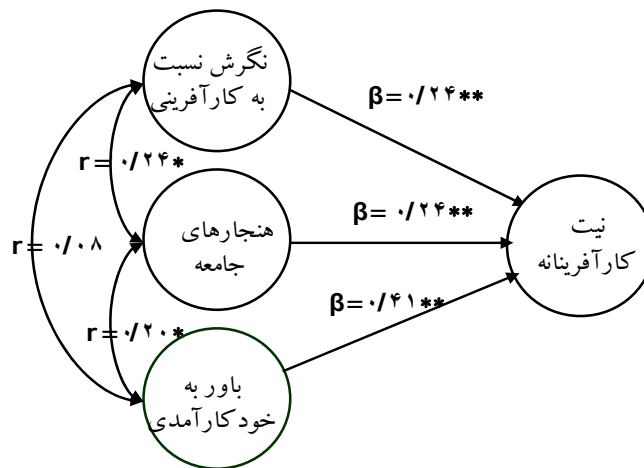
جدول ۴. ضریب همبستگی چندگانه و ضریب تعیین متغیرهای پیش‌گو و متغیر وابسته‌ی نیت کارآفرینانه

متغیر پیش‌گو / مستقل	R	R ^۲	R ^۲ تعدیل شده
باور به خود کارآمدی	۰/۴۸	۰/۲۳	۰/۲۲
هنجارهای جامعه	۰/۵۶	۰/۳۱	۰/۳۰
نگرش نسبت به کارآفرینی	۰/۶۰	۰/۳۷	۰/۳۵

براساس جدول شماره (۴)، از بین متغیرهای مستقل بیان شده، باور به خود کارآمدی بیشترین سهم را در تبیین واریانس نیت کارآفرینانه دارد (۲۲ درصد). از این‌رو، می‌توان گفت که یکی از عوامل اصلی شکل‌دهنده‌ی نیت کارآفرینانه، باور به خود کارآمدی در فرد است. در نهایت، معادله‌ی رگرسیونی مطالعه حاضر به صورت زیر ارایه می‌شود:

$$Y = 1/56 + 0/23X_1 + 0/15X_2 + 0/15X_3$$

نمودار شماره (۳)، خلاصه‌ای از یافته‌های پژوهش را ارایه می‌کند.



نمودار ۳. هم‌بستگی بین متغیرهای مستقل و اثرهای هر یک از آن‌ها بر روی متغیر وابسته

براساس نمودار شماره (۳)، بین نگرش نسبت به کارآفرینی و هنجارهای جامعه رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری وجود دارد ($F=0/24^*$). این نتیجه درباره‌ی باور به خود کارآمدی و هنجارهای جامعه نیز صادق است ($F=0/20^*$). همچنین، رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری بین نگرش نسبت به کارآفرینی و باور به خود کارآمدی به چشم نمی‌خورد ($F=0/08$). علاوه بر این، متغیرهای مستقل نگرش نسبت به کارآفرینی ($\beta=0/24^{**}$) مقدار بتا، هنجارهای جامعه ($\beta=0/24^{**}$) مقدار بتا و باور به خود کارآمدی ($\beta=0/41^{**}$) مقدار بتا) پیش‌گوکننده‌های قوی نیت کارآفرینانه هستند.

بحث، نتیجه و پیشنهادها

براساس یافته‌های این پژوهش، بین باور به خود کارآمدی و نیت کارآفرینانه رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری وجود دارد. به نحوی که هر اندازه باور به خود کارآمدی در فرد از سطح بالاتری برخوردار باشد، او قصد و نیت بیشتری برای کارآفرین شدن و به تبع آن تصمیم‌گیری برای انتخاب یک مسیر شغلی کارآفرینانه خواهد داشت و از آنجایی که نیت کارآفرینانه پیش‌درآمد و عامل موثر بر رفتار کارآفرینی است (موریانو و

گر جیوسکی، ۲۰۰۷)، از این رو می‌توان چنین استنباط کرد که فرد با باور به خود کارآمدی بالا، با نیت بیش‌تر و مصمم‌تر برای راه‌اندازی یک کسب‌وکار جدید اقدام می‌کند. تحقیق‌هایی که تا کنون در زمینه‌ی کارآفرینی و باور به خود کارآمدی انجام شده است نیز تایید‌کننده‌ی وجود رابطه‌ی مثبت بین باور به خود کارآمدی و تصمیم‌گیری فرد نسبت به راه‌اندازی یک کسب‌وکار کارآفرینانه بوده (دی نوبل و همکاران، ۱۹۹۹؛ لینان، ۲۰۰۴؛ لینان و همکاران، ۲۰۰۵؛ لینان، ۲۰۰۵؛ موریانو و همکاران^۱، ۲۰۰۶؛ موریانو و همکاران، ۲۰۰۷ الف؛ ب؛ ج) و از طرف دیگر برخلاف یافته‌ی تحقیق‌های دی جورج و فایول^۲ (۲۰۰۵) و باربوسا و همکاران^۳ (۲۰۰۶) است.

هنجارهای جامعه یکی دیگر از عوامل مهمی است که در این پژوهش بر نقش و اهمیت آن در نیت کارآفرینانه تاکید شد. نتایج حاکی از رابطه‌ی مثبت و معنی‌دار بین هنجارهای جامعه و نیت کارآفرینانه است. در واقع هر اندازه هنجارهای جامعه یعنی ماحصل مجموعه باورهای اشخاص جامعه از جمله: خانواده، دوستان و ... مطابق و هم‌سو با فعالیت‌های کارآفرینی باشد، فرد قصد و نیت بیش‌تری برای شروع یک کسب‌وکار کارآفرینانه خواهد داشت. چرا که هنجارهای جامعه بر درک افراد از نیت کارآفرینانه خود تاثیر به‌سزایی دارند (درنوسک و اریکسون، ۲۰۰۵). هنجارهای جامعه در قالب فرهنگ جامعه جای می‌گیرد. فرهنگ حاکم بر جامعه نیز بر کارآفرینی تاثیر می‌گذارد. در صورتی که، هنجارهای جامعه هم‌سو با فعالیت‌های کارآفرینانه باشد، محیط در بعد فرهنگ اجتماعی حامی کارآفرینی شده، بنابراین، فرد قصد و نیت قوی‌تری برای آغاز یک فعالیت کارآفرینانه خواهد داشت. در تحقیق‌های دیگر نیز بر وجود این رابطه تاکید شده و (دی جورج و فایول، ۲۰۰۵؛ لینان و همکاران، ۲۰۰۵؛ موریانو و همکاران، ۲۰۰۶؛ موریانو و همکاران، ۲۰۰۷ الف؛ ج) این نتیجه برخلاف یافته‌ی تحقیق لینان (۲۰۰۵) مبنی بر وجود رابطه‌ی منفی و معنی‌دار بین هنجارهای جامعه و نیت کارآفرینانه

1. Moriano & et al
2. Degeorge & Fayolle
3. Barbosa & et al

است. آژن (۱۹۹۱) نیز با انجام ۱۹ مطالعه بر روی نظریه‌ی رفتار برنامه‌ریزی شده به این نتیجه رسید که در ۱۱ مورد از این ۱۹ پژوهش هنجارهای جامعه دارای ضرایب رگرسیون غیرمعنی‌دار یا منفی بوده است (لینان، ۲۰۰۵). وی این گونه تصمیم‌گیری کرد که این متغیر ضعیف‌ترین عنصر در بین سایر متغیرهای تبیین‌کننده‌ی نیت کارآفرینانه است (لینان و همکاران، ۲۰۰۵). تحقیق‌های لینان و همکاران (۲۰۰۵) و موریانو و همکاران (۲۰۰۷، الف، ب) مبنی بر نبود رابطه‌ی معنی‌دار بین هنجارهای جامعه و نیت کارآفرینانه نیز بر خلاف نتیجه‌ی این پژوهش است.

عامل موثر دیگر در تبیین نیت کارآفرینانه، نگرش نسبت به کارآفرینی بوده و نتیجه‌ی این تحقیق بیان‌گر رابطه‌ی مستقیم و معنی‌دار بین این متغیر و نیت کارآفرینانه است. براساس یافته‌های پژوهش، آن‌هایی که رفتار کارآفرینانه را مطلوب درک می‌کنند و نگرش مثبتی به آن دارند افرادی هستند که توانایی دریافت و ادراک فرصت‌ها را خواهند داشت و افرادی که توانایی تشخیص فرصت‌ها را داشته باشند در جایی که دیگران توانایی این کار را ندارند، بدون شک از قابلیت‌های شناسایی فرصت‌های خودشان آگاه بوده و بنابراین آن را به همان صورت مطلوب دریافت می‌کنند. هنگامی که آن‌ها کارآفرینی را به‌عنوان امری شدنی و امکان‌پذیر درک کنند، احتمال بیش‌تری وجود دارد که نیت کارآفرینانه‌ی پایدارتری به وجود آید (درنوسک و اریکسون، ۲۰۰۵). در روان‌شناسی اجتماعی و نظریه‌های شناختی نیز، ادراک‌های متعددی از نقش برخی عقاید و نگرش‌ها در پدیده‌ی خلق یک کار جدید ارایه شده (باربوسا و همکاران، ۲۰۰۶) که تاییدکننده‌ی تاثیر نقش نگرش بر نیت در شروع یک کسب‌وکار کارآفرینانه است. این یافته، نتایج پژوهش‌های لینان (۲۰۰۵) دی جورج و فایول (۲۰۰۵)، لینان و همکاران (۲۰۰۵)، موریانو و همکاران (۲۰۰۶) و موریانو و همکاران (۲۰۰۷، الف؛ ب) را تایید می‌کند.

در بررسی رابطه‌ی بین هر یک از سه متغیر بیان شده (نگرش نسبت به کارآفرینی، هنجارهای جامعه و باور به خود کارآمدی) با یک‌دیگر، نتایج بیان‌گر وجود رابطه‌ی مثبت و معنی‌دار بین نگرش و هنجارهای جامعه است. دلیل احتمالی این امر می‌تواند این

باشد که هر اندازه هنجارهای جامعه یعنی مجموعه‌ی باورها و ارزش‌های حاکم بر جامعه‌ی پیرامون فرد، هم سو با فعالیت‌های کارآفرینانه باشد و کارآفرینی در جامعه به‌عنوان یک ارزش قلمداد شود، آن‌گاه نگرش فرد به سمت کارآفرینی یا آمادگی قبلی او برای پاسخ مساعد به تصمیم در راه‌اندازی یک کسب‌وکار جدید، مثبت بوده و این نگرش مثبت به‌عنوان یک عامل نیروزا منجر به بروز رفتار کارآفرینانه در فرد خواهد شد. در تحقیق‌های دیگر نیز وجود این رابطه تایید شده است (لینان، ۲۰۰۵؛ موریانو و همکاران، ۲۰۰۷ الف).

از طرف دیگر، رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری بین هنجارهای جامعه و باور به خودکارآمدی در این تحقیق مشهود است که با برخی از تحقیق‌های گذشته ضمن مطابقت، تایید شد (لینان، ۲۰۰۵؛ موریانو و همکاران، ۲۰۰۷ الف). در تفسیر این نتیجه می‌توان چنین استنباط کرد که باور به خودکارآمدی همانند نگرش نسبت به کارآفرینی یکی از ویژگی‌های شخصی کارآفرینان بوده و از آن‌جایی که فرهنگ اجتماعی، ویژگی‌های شخصی افراد را تحت تاثیر قرار می‌دهد، آن‌گاه فرهنگ کارآفرینانه‌ی حاکم بر جامعه که متشکل از مجموعه‌ی هنجارهای اجتماعی است می‌تواند احساس اطمینان بیش‌تر از توانایی‌های شخصی را برای خلق رضایت‌بخش یک شغل در فرد متبلور کند، چرا که فرد محیط را حامی خود و فعالیت‌های کارآفرینی می‌یابد. از این‌رو، سطح باور به خودکارآمدی بیش‌تری در وی به منظور تصمیم‌گیری برای کارآفرین شدن ایجاد می‌شود. علاوه بر این، این نتیجه برخلاف یافته‌ی تحقیق باربوسا و همکاران (۲۰۰۶) است.

یکی از یافته‌های جالب در این پژوهش که نیاز به تامل بیش‌تری دارد، نبود رابطه‌ی معنی‌دار بین نگرش و باور به خودکارآمدی بوده و بر خلاف برخی از پژوهش‌های پیشین است (لینان، ۲۰۰۵؛ موریانو و همکاران، ۲۰۰۷ الف). شاید تناقض میان این یافته و نتایج تحقیق‌های دیگران به دلیل استفاده از محیط آموزشی، مکان جغرافیایی متفاوت، جامعه‌ی آماری با ویژگی‌های فردی متنوع و ابزار اندازه‌گیری گوناگون است. یک تفسیر برای این یافته می‌تواند این باشد که نگرش و باور به خودکارآمدی هر دو از

ویژگی‌های شخصی کارآفرینی هستند که مجزا از یک‌دیگر بررسی می‌شوند و از آنجایی که نگرش تنها آمادگی ذهنی را برای انجام یک کار در فرد پدید می‌آورد نمی‌تواند با باور به خود کارآمدی که انگیزه‌ی نیروزا را به وجود آورده و فرد را برای دستیابی به هدف مطلوب سوق می‌دهد رابطه‌ی معنی‌داری برقرار کند. چرا که بین گرایش ذهنی و نیرو محرکه‌ای که فرد را در آستانه‌ی حرکت قرار می‌دهد تفاوت بسیاری وجود دارد. فردی که آمادگی ذهنی برای امری را یافته، امکان دارد هیچ‌گاه به توانایی‌های خود آن قدر مطمئن نبوده که برای انجام آن اقدام کند. اما هنگامی که در آستانه‌ی حرکت قرار می‌گیرد مرحله‌ی تصمیم‌گیری را پشت سر نهاده و برای عمل، گام بر می‌دارد. به هر حال نیاز به تحقیق‌ها و بررسی‌های بیش‌تر در این زمینه احساس می‌شود. تفسیر دیگر برای این یافته می‌تواند این باشد که شاید باور به خود کارآمدی و نگرش به صورت غیرمستقیم و از طریق متغیرهای دیگری که در این تحقیق مد نظر قرار نگرفته‌اند بر یک‌دیگر اثر می‌گذارند. با این وجود، نتیجه‌ی یادشده با یافته‌ی تحقیق باریوسا و همکاران (۲۰۰۶) مبنی بر نبود رابطه‌ی معنی‌دار بین باور به خود کارآمدی و سایر متغیرها از جمله نگرش نسبت به کارآفرینی، هم‌سو است.

در نهایت، در این پژوهش مشخص شد که نمره‌ی میانگین کلیه‌ی متغیرهای مطالعه شده در دانشجویان علمی-کاربردی کشاورزی بالاتر از حد متوسط است. این یافته با نتایج تحقیق دی جورج و فایول (۲۰۰۵) و موریانو و همکاران (۲۰۰۷ الف؛ ب) هم‌خوانی داشته اما برخلاف بخشی از نتایج تحقیق‌های دیگر (موریانو و همکاران، ۲۰۰۶؛ موریانو و همکاران، ۲۰۰۷ الف) است. زیرا در پژوهش‌های یادشده نمره‌ی میانگین نیت کارآفرینانه در بین دانشجویان اسپانیایی کم‌تر از متوسط برآورد شده و چنین استنباط شد که آن‌ها در کل از نیت کارآفرینانه‌ی پایینی برخوردار بوده‌اند و بیش‌تر تمایل به خدمت در یک سازمان دولتی یا شرکت خصوصی را داشته‌اند تا یک فعالیت کارآفرینانه. در توضیح این یافته می‌توان چنین استدلال کرد که در برنامه‌های آموزشی علمی-کاربردی کشاورزی استان کرمانشاه به این متغیرهای پیش‌گوکننده‌ی نیت کارآفرینانه تا حدودی توجه شده و از این رو می‌توان انتظار داشت که دانشجویان علمی-کاربردی کشاورزی از نیت کارآفرینانه‌ی رضایت‌بخشی برخوردار باشند.

علاوه بر مزایای بسیار پژوهش حاضر از جمله شناخت بیشتر درباره متغیرهای اندازه‌گیری شده و روابط آن‌ها با نیت کارآفرینانه، از جنبه‌ی نظری، نتایج این پژوهش باعث تایید بیش‌تر الگوی نظری رفتار برنامه‌ریزی شده‌ی آژن (۱۹۹۱) شده و اعتقاد ما را نسبت به این الگو به‌عنوان یک چارچوب نظری پایدار تقویت می‌کند، از این‌رو، می‌تواند به‌عنوان یک ابزار به‌منظور اندازه‌گیری اثرات یک برنامه‌ی آموزشی کارآفرینی در موسسه‌های آموزشی علمی-کاربردی استفاده شود. براساس یافته‌های این پژوهش پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

۱. به دلیل نقش موثر باور به خودکارآمدی در ایجاد نیت کارآفرینانه در دانشجویان علمی-کاربردی کشاورزی، توصیه می‌شود که باور به خودکارآمدی در دانشجویان تقویت شود. یکی از راه‌کارهای تقویت باور به خودکارآمدی، آموزش در حد تسلط است. از این‌رو مدرسان آموزش‌های علمی-کاربردی باید شرایط و زمان کافی برای آموزش را به گونه‌ای فراهم کنند که همه یا تقریباً بیش‌تر دانشجویان بتوانند بخش اعظم مطالب آموزش کارآفرینی از جمله: آموزش‌های چگونگی نوشتن طرح‌های کسب‌وکار، شناسایی فرصت‌ها و ... را در حد تسلط بیاموزند. چرا که موفقیت فرد در تسلط‌آموزی کارآفرینی بر باور به خودکارآمدی او تاثیر به‌سزایی دارد.
۲. از آن‌جایی که هنجارهای جامعه رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری با نیت کارآفرینانه داشته است. توصیه می‌شود که نسبت به تقویت فرهنگ کارآفرینی از طریق رسانه‌ها، اقدام‌های لازم انجام شود.
۳. نتایج نشان داد که نگرش نسبت به کارآفرینی پیش‌گوکننده‌ی قوی در نیت کارآفرینانه در دانشجویان علمی-کاربردی کشاورزی است. از این‌رو توصیه می‌شود که برنامه‌های آموزش کارآفرینی مناسب در نظام آموزش علمی-کاربردی، برای تقویت نگرش مثبت در دانشجویان لحاظ شود. برای این منظور می‌توان از معرفی طرح‌های کارآفرینی موفق، نشست با کارآفرینان نمونه و بازدید از کسب‌وکارهای موفق استفاده کرد.

منابع

۱. تاج آبادی، رضا و همکاران (۱۳۸۷). آموزش و توسعه‌ی کارآفرینی و روش‌های بکارگیری آن در نظام آموزش عالی کشاورزی، همایش ملی کارآفرینی، فرهنگ و جامعه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن.
۲. توکلی، ملکه (۱۳۸۴). بررسی عوامل موثر بر موفقیت کارآفرینان روستایی منطقه ماهیدشت شهرستان کرمانشاه، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده کشاورزی، دانشگاه رازی.
۳. زرافشانی، کیومرث؛ خدیجه مرادی (۱۳۸۶). عوامل موثر بر موفقیت کارآفرینان زن روستایی استان کرمانشاه، گزارش طرح دانشگاه رازی دانشکده کشاورزی.
۴. جلالی، خ. (۱۳۸۲). ساماندهی اشتغال دانش‌آموختگان رشته‌های کشاورزی و منابع طبیعی، فصلنامه‌ی نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی، شماره ۲، صص ۲۳-۱۹.
۵. جلالی، خ. (۱۳۸۲). آمار فارغ‌التحصیلان کشاورزی، برگرفته از ۳۰ خرداد ۱۳۸۳. <http://isna.ir/main/NewsView.aspx?ID=News>
۶. شریعتی، محمد تقی؛ علی رضا مهاجر (۱۳۸۵). بررسی برنامه‌های درسی و مهارت‌های برنامه‌ریزی در آموزش‌های علمی- کاربردی، جهاد، شماره ۲۷۴، آذر و دی، صص ۴۸۱-۴۷۱.
۷. صالحی، سعید؛ مسعود برادران (۱۳۸۵). راه کارهای بکارگیری کارآفرینی در آموزش کشاورزی، جهاد، شماره ۲۷۴، آذر و دی، صص ۲۰۵-۱۸۳.
۸. عزیزی، بهارک؛ سید محمود حسینی (۱۳۸۵). نقش آموزش و توسعه کارآفرینی در نظام آموزش عالی کشاورزی، جهاد، شماره ۲۷۴، آذر و دی، صص ۱۸۲-۱۶۵.
9. Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50: 179-211.
10. Ajzen, I. (1987). Attitudes, traits and actions. Dispositional prediction of behavior in personality and social psychology. Berkowitz (Ed), *Advances in Experimental Social Psychology*, 1-63.
11. Autio, E., Keeley, R. H., Klofsten, M., Parker, G. G. C., & Hay, M. (2001). Entrepreneurial Intent among Students in Scandinavia and in the USA. *Enterprise and Innovation Management Studies*, 2(2): 145-160.

12. Bandura, A. (1997). Self-efficacy: The exercise of control, Freeman, New York. European Commission (2003): *Green Paper Entrepreneurship in Europe*, Enterprise Directorate-General. Brussels.
13. Barbosa, S.D., Fayolle, A., & Lassas-Clerc, N. (2006). *Assessing risk perception, self-efficacy, and entrepreneurial attitudes and intentions: Implications for entrepreneurship education*. IntEnt 2006 conference.
14. Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review*, 13: 442-453.
15. 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: 63-77.
16. Chen, C. C., Greene, P. G., & Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13: 295-316.
17. Degeorge, J.m., & Fayolle, A. (2005). *IS entrepreneurial intention stable through time? First insights from a sample of French students*. Intent 2005, School of Management, University of Surrey.
18. De Noble, A., Jung, D., & Ehrlich, S. (1999). *Entrepreneurial self-efficacy: The development of a measure and its relationship to entrepreneurial actions*. Paper presented at the Frontiers of Entrepreneurship Research, Waltham.
19. Drnovsek, M., & Erikson, T. (2005). *Competing models of entrepreneurial intentions*. NTNU: Norway.
20. Gartner, W. B. (1989). Who is an entrepreneur? Is the wrong question. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13: 47-68.
21. Krueger, N. F., JR., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15: 411-432.
22. Krueger, N. j., & Dickson, P.R. (1994). How believing in ourselves increases risk taking: Perceived self-efficacy and opportunity recognition. *Decision Sciences*, 25: 385-400.
23. Lent, R. W., Brown, S. D., & Hackett, G. (2002). *Social cognitive career theory*. In D.Brown and Associates, *Career choice and development* (4 th Ed.), (pp.255-311). San Francisco: Jossey-Bass.
24. Linan, F. (2005). *Development and validation of an Entrepreneurial Intention Questionnaire (EIQ)*. IntEnt 2005, School of Management, University of Surrey.
25. Linan, F. (2004). *Intention-based models of entrepreneurship education*. 14 th Annual IntEnt Conference. University of Napoli Federico II: Italy.
26. Linan, F., Rodrigues-Cohard, J., & Rueda-Cantuche, J. M. (2005). *Factors affecting entrepreneurial intention levels*. 45 th Congress of the European Regional Science Association, Amsterdam, 23- 25 august.
27. Moriano, J. A. L., & Gorgievski, M. (2007). *Psychology of*

- entrepreneurship: Research and rducation*. UNED.
28. Moriano, J. A., Gomez, A., & Palaci, F. J. (2007). *A psychosocial model of entrepreneurial intentions*. Xth European Congress of Psychology. Prague: Czech Republic.
 29. Moriano, J. A., Robdriguez-Batalla, F., & Zarnowska, A. (2007). *Entrepreneurship: An alternative career for scientists*. UNED. Spain.
 30. Moriano, J. A., Palaci, F. J., & Morales, J. F. (2006). *The entrepreneurial intention of university students in Spain*. UNED. Spain.
 31. Moriano, J. A., Palaci, F. J., & Morales, J. F. (2007). The psychosocial profile of the university entrepreneur. *Psychology in Spain*. 11(1): 72-84.
 32. Reynolds, P. D. (1997). Who start new firms? Preliminary explorations of firms-in-gestation, *Small Business Economics*, 9(5): 449-462.
 33. Santos, F. J. (2001): La calidad del empresario sevillano, Ed. Sevilla Siglo XXI, Seville. Scherer, R. F., Brodzinsky, J. D. & Wiebe, F. A. (1991). Examining the relationship between personality and entrepreneurial career preference, *Entrepreneurship and Regional Development*, 3: 195-206.
 34. Shapero, A. (1982). Social dimensions of entrepreneurship. In C.A. Kent, D. L. Sexton & K. Vesper (Eds.), *The Encyclopedia of Entrepreneurship* (pp. 72-90). Englewood Cliffs: Prentice Hall.
 35. 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).
 36. Veciana, J. M. Aponte, M., & Urbano, D. (2000). *University student's attitudes towards entrepreneurship: A two-country comparison*. Entrepreneurship Summit 2000, Puerto Rico, 28-30 January.



پښتونستان ښار علمي او مطالعاتي مرکز
پرتال جامع علوم انساني