

تحلیل تأثیر فضای کارآفرینی بر تمایل کارآفرینی دانشجویان کشاورزی دانشگاه آزاد اسلامی ایلام

شهرزاد بارانی *

سیده مریم حسینی لرگانی **

کیومرث زرافشانی ***

علی رضا پورسعید ****

چکیده

هدف مقاله حاضر، بررسی تأثیر فضای کارآفرینی ایجادشده از سوی دانشگاه آزاد بر تمایل دانشجویان کشاورزی نسبت به راه اندازی کسب و کارهای خلاق است. جامعه آماری تحقیق، دانشجویان کشاورزی دانشگاه آزاد ایلام بودند (۳۲۰) که ۱۶۹ نفر آنان از طریق جدول پارتلت به روش نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شدند. بر اساس نتایج، تمایل کارآفرینانه دانشجویان در حد متوسطی برآورد شد. مهم‌ترین حمایت‌های دانشگاه از دیدگاه فراگیران، ارائه دروس مربوط به کارآفرینی، جلب اعتبار، بازاریابی یا جلب مشتری، تأمین حمایت مالی مورد نیاز فراگیران در راه‌اندازی یک کسب و کار جدید و حفظ و گسترش آن بود. موارد اخیر به علاوه برگزاری بازدیدهای علمی از کسب و کارهای کارآفرینانه و دعوت از کارآفرینان موفق، کمترین میزان توجه را در دانشگاه از دیدگاه دانشجویان به خود اختصاص داده بودند. با این حال، دانشگاه بیشترین حمایت خود را بر ارائه دروس مربوط به کارآفرینی در سرفصل‌های آموزشی متمرکز کرده است. نتایج مدل‌سازی نشان داد که حمایت‌های کارآفرینانه دانشگاه از طریق نگرش نسبت به کارآفرینی و مهارت‌های عمومی اثر غیر مستقیم معنی‌داری بر تمایل دانشجویان به راه‌اندازی کسب و کار دارد. یافته‌های مطالعه حاضر می‌تواند دستاوردهایی برای نظام آموزش عالی کشاورزی داشته باشد. بدین صورت، راهکارهایی به منظور ایجاد یک فضای کارآفرینی مساعد برای تقویت زمینه راه‌اندازی کسب و کارهای خلاق از سوی دانشجویان کشاورزی، پیشنهاد شد.

واژگان کلیدی: حمایت کارآفرینانه، تمایل کارآفرینانه، فضای کارآفرینانه، دانشجویان کشاورزی.

* دانشجوی دکتری توسعه روستایی و کشاورزی دانشگاه رازی

** دانشجوی دکتری برنامه‌ریزی درسی دانشگاه شهید بهشتی

*** دانشیار دانشکده کشاورزی و عضو مرکز توسعه اقتصادی اجتماعی دانشگاه رازی

**** عضو هیئت علمی واحد علوم تحقیقات دانشگاه آزاد ایلام

تاریخ دریافت: ۹۰/۴/۶ تاریخ پذیرش: ۹۱/۱۰/۱۲

مقدمه

نیروی انسانی یکی از مهم‌ترین سرمایه‌های هر کشور در جهت رشد و پیشرفت اقتصادی به شمار می‌آید. گویاترین صحنه نمایش واقعی نیاز به نیروی انسانی ماهر و متخصص، عرضه و تقاضای نیروی انسانی در بازار کار کشاورزی در مناطق روستایی و قطب‌های تولیدی در سراسر کشور است. شرایط این عرضه و تقاضا در وضعیت موجود حاکی از بیکاری بیش از حد بروندادهای نظام آموزش کشاورزی در سطوح مختلف است.^۱ بر اساس آمار سال ۱۳۸۰، نرخ بیکاری در بین ۱۴۷ هزار دانش‌آموخته کشاورزی ۲۸ درصد گزارش شده که این رقم دو برابر نرخ بیکاری سایر توده‌های بیکار و همچنین بالاترین نرخ بیکاری در بین کل دانش‌آموختگان دانشگاهی است.^۲ از آن‌جایی که امکان ایجاد اشتغال برای تمامی این افراد وجود ندارد، آماده‌سازی فارغ‌التحصیلان کشاورزی از طریق توسعه فرهنگ کارآفرینی و خوداشتغالی، با توجه به تجارب کشورهای مختلف دنیا، ضروری می‌نماید. کارآفرینی و راه‌اندازی کسب و کار کارآفرینانه مقوله بسیار مهمی است که بسیاری از کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه توجه جدی بدان مبذول داشته‌اند.^۳ آن چه مسلم است آماده سازی در خصوص کارآفرینی نباید بعد از فارغ التحصیلی باشد، بلکه برای تحقق این امر لازم است طی فرایندی و در حین تحصیل، مقدمات لازم فراهم و موانع و محدودیت‌ها برطرف شوند، یکی از مهمترین این اقدامات تحت تأثیر قرار دادن "نگرش‌های کارآفرینانه" به منظور بروز رفتار کارآفرینانه است.^۴ انگیزه‌دهی و تقویت نگرش‌ها متأثر از دو دسته فضاهای بیرونی و درونی فرد است. فضای درونی مشتمل بر حیطه گسترده‌ای از عوامل مختلف از جمله نگرش درونی فرد نسبت به کارآفرینی، باور به خودکارآمدی و مهارت‌های عمومی کارآفرینانه وی بوده و فضای بیرونی شامل عواملی است که در محیط اطراف فرد، او را تحت تأثیر قرار می‌دهند؛ از جمله حمایت‌های کارآفرینانه دانشگاه و هنجارهای ذهنی شکل گرفته در محیط پیرامونی. نکته قابل توجه در این

1. Noori Puraprovari, 2011

2. Jalali, 2003

3. Rostami et al, 2011

4. Amiri & Moradi, 2008

راستا آن است که به رغم گنجانیدن سه واحد درس کارآفرینی در برنامه‌های نظام آموزش عالی کشاورزی، این آموزش‌ها نتوانسته انگیزه لازم نسبت به راه‌اندازی کسب و کارهای کارآفرینانه را در دانش‌آموختگان خود ایجاد نماید. از این رو فضای کارآفرینانه مطلوبی برای تقویت نگرش‌های کارآفرینانه و مهارت‌های عمومی دانشجویان برای گرایش دادن آنان به سمت راه‌اندازی کسب و کارهای خلاق، شکل نگرفته است. از طرفی، دانشگاه‌ها می‌توانند سه نوع حمایت را برای فراگیران خود فراهم آورند، شامل: حمایت آموزشی، حمایت شناختی هدفمند و حمایت غیر شناختی هدفمند، که تأثیر آن‌ها بر تمایل دانشجویان به ایجاد کسب و کارهای کارآفرینانه تا حد زیادی بدون آزمون باقی مانده است. بهره‌گیری از مدل‌های مبتنی بر تمایل نیز به عنوان ابزار مناسب برای توضیح و تفسیر شکل‌گیری تمایل کارآفرینانه و رفتار کارآفرینی، این امکان را فراهم می‌سازد که از آن، به شکل یک چارچوب مناسب برای اندازه‌گیری اثر برنامه‌های آموزش کارآفرینی در آموزش عالی و بهبود طراحی و برنامه‌ریزی‌های مرتبط با آن به عنوان روزه‌ای به سوی حل بحران بیکاری دانش‌آموختگان آموزش عالی، بهره‌گرفت. از این رو، هدف کلی تحقیق حاضر، بررسی تأثیر فضای کارآفرینی ایجاد شده توسط دانشگاه بر تمایل دانشجویان کشاورزی دانشگاه آزاد ایلام نسبت به راه‌اندازی کسب و کارهای خلاق است.

پژوهشگران کارآفرینی کوشیده‌اند تا دلیل این موضوع را که چرا برخی از افراد به راه‌اندازی کسب و کارهای توأم با ریسک اقدام می‌کنند، در حالی که دیگران این چنین نیستند، توضیح دهند.^۱ برای تصمیم‌گیری درباره‌ی ایجاد یک کسب و کار جدید، تمایل کارآفرینی بخش اولیه و با اهمیتی از فرایند شناختی محسوب می‌شود. TPB یک تئوری اجتماعی - شناختی بوده که در زمینه‌های بسیار گوناگونی به کار گرفته شده است و نسبت به مدل‌های دیگر، تمایل کارآفرینانه را با جزئیات بیشتر و به شکل منظم‌تری ارائه می‌دهد.^۲ از این رو، به عنوان چارچوب نظری بسیاری از مطالعات کارآفرینی

1. Shane & Venkataraman, 2000

2. Krueger et al., 2000; Van Gelderen et al., 2006

مورد استفاده قرار گرفته است.^۱ با توجه به اهمیت نقش فضاهای کارآفرینی در افزایش تمایل کارآفرینانه، در این مطالعه از تعدیل تئوری رفتار برنامه‌ریزی‌شده آژن بهره گرفته شد. بر اساس نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده آژن (Ajzen) (۱۹۹۱)، نگرش نسبت به رفتار، هنجارهای ذهنی و باور به خودکارآمدی پیشگو کننده‌های تمایل به راه‌اندازی فعالیت‌های کارآفرینانه به شمار می‌روند.

متغیر نگرش نسبت به رفتار یک متغیر فردی و شخصی است که طی آن رفتار از دیدگاه خود فرد ارزیابی می‌شود.^۲ کاربرد این متغیر در تحقیقات تمایل کارآفرینانه بدین صورت است که از دیدگاه خود کارآفرین تا چه اندازه راه‌اندازی کسب و کار جذاب به نظر می‌رسد.^۳ در روان‌شناسی اجتماعی و تئوری‌های شناختی نیز، ادراکات متعددی از نقش برخی عقاید و نگرش‌ها در پدیده خلق یک کسب و کار جدید ارائه شده است.^۴ که مؤید تأثیر نقش نگرش بر تمایل به شروع یک کسب و کار کارآفرینانه است، چرا که هر اندازه افراد نگرش مثبتی نسبت به فعالیت‌های کارآفرینانه داشته است؛ بدون شک کارآفرینی را به عنوان امری شدنی و امکان‌پذیر درک می‌کنند؛ بنابراین، احتمال بیشتری وجود دارد که گرایش‌های کارآفرینانه پایدارتری به وجود آید.^۵ پژوهش‌های متعددی در این راستا صورت گرفته که وجود این رابطه را مورد تأیید قرار می‌دهند.^۶

خودکارآمدی به عنوان یکی از پیشگو کننده‌های ضروری در رفتار به شمار می‌رود. منظور از این مفهوم این است که تا چه اندازه یک فرد توانایی انجام دادن یک فعالیت کارآفرینانه را در خود احساس می‌کند.^۷ بنا بر اعتقاد، برای موفق شدن در شرایط کاملاً پیچیده و در مواجهه با شرایط چند بعدی، باور به خودکارآمدی از اهمیت فوق‌العاده‌ای برخوردار است.^۸ در مدل انگیزه در کارآفرینی شان و همکاران^۱ ارائه شده که

1. Alexei & Kolvereid 1999; Audet 2002; Autio et al., 2001; Krueger et al., 2000; van Gelderen et al., 2006 .

2. Krueger et al., 2000

3. Autio et al., 2001; Krueger et al., 2000

4. Barbosa et al., 2006

5. Drnovsek & Erikson, 2005

6. Linan, 2005; Degeorge & Fayolle, 2005; Linan et al., 2005; Moriano et al., 2006; Moriano et al., 2007a;b

7. Linan et al., 2005

8. Jerusalem & Schwarzer, 1992; Stajkovic & Luthans, 1998

خودکارآمدی یکی از عوامل انگیزشی کارآفرینان است؛ بنابراین، می‌توان انتظار داشت که فردی با باور به خودکارآمدی بیشتر، برای کارآفرین شدن و راه‌اندازی یک کسب و کار جدید (رفتار کارآفرینانه) انگیزهٔ بیشتر و در نتیجه تمایل پایدارتری را شکل خواهد داد. نتایج تحقیقات دیگر نیز مؤید این مطلب است.^۲

مهارت‌های عمومی کارآفرینانه در قالب سرمایهٔ انسانی، برای کشف فرصت‌های کارآفرینانه، حل مسئله، پذیرش تغییر و اجرای فناوری‌های جدید، مهم و حیاتی است. از این رو، انباشت سرمایه‌های انسانی یکی از عوامل‌های مهمی است که به موفقیت افراد در جهت کارآفرینی تأثیر می‌گذارد.^۳ در صورتی که کارآفرینان آینده در ارتباط با مهارت‌های کارآفرینی و کسب و کار به خوبی آموزش دیده باشند، زمانی که با وظایف چالش‌برانگیز در شروع فرایند کسب و کارشان مواجه می‌شوند، دلسرد نخواهند شد.^۴ دیویدسون^۵ نشان داد که توان کارآفرینی برای آغاز و انجام کسب و کار همبستگی بالایی با تجربه و آموزش مرتبط با کسب و کار دارد. بنابراین، برنامهٔ آموزشی که مهارت‌های کارآفرینی را ارائه می‌دهد عاملی با اهمیت در ظهور و موفقیت یک کسب و کار کوچک محسوب می‌شود.^۶ در پژوهش صادقی و ملکی نیا^۷ نیز ارتباط معنادار بین مهارت‌های کارآفرینی و قصد کارآفرینانه تأیید شد. در بسیاری تحقیقات به تأثیر مهارت‌های عمومی بر آمادگی شغلی فرد اشاره شده است.^۸ با توجه به موارد فوق، فرضیهٔ (۱) تحقیق بدین صورت شکل می‌گیرد:

فرضیه ۱: عوامل سازندهٔ فضای درونی فرد (نگرش نسبت به کارآفرینی، باور به خودکارآمدی و مهارت‌های عمومی کارآفرینانه) بر تمایل به راه‌اندازی کسب و کار خلاق تأثیر معنی‌داری دارند.

-
1. Shane et al. 2003
 2. Tkachev & Kolvereid, 1999; De Noble et al., 1999; Linan, 2004; Linan et al., 2005; Linan, 2005; Moriano et al., 2006; Moriano et al., 2007a;b; Autio et al., 2001; Krueger et al., 2000; Van Gelderen et al., 2006
 3. Zimmerman & Chu, 2010
 4. Gnyawali & Fogel, 1994
 5. Davidsson, 1991
 6. Ladzani & Van vuuren, 2002
 7. Sadeghi & Malkinia, 2011
 8. Pezeshkirad et al., 2005; Groot & Van Den Brink, 2000; Moreau & Leathwood, 2006; McQuaid, 2006 & Leathwood, 2006; McQuaid, 2006

هنجارهای ذهنی به عنوان یک عامل از فضای بیرونی که تمایل فرد را تحت تأثیر قرار می‌دهد، منعکس‌کننده فشار اجتماعی است که شخص آن را برای انجام دادن یک رفتار خاص، احساس می‌کند؛ یعنی شخص در رفتارش گروهی را به عنوان مرجع در نظر می‌گیرد و سعی می‌کند رفتار خود را با نیازهای آنان تنظیم کند.^۱ در جوامعی که کارآفرینی مشروعیت اجتماعی دارد، به کارآفرینی در نظام آموزشی توجه بیشتری شده و به آن به عنوان یک مقوله مطلوب در جامعه نگریسته می‌شود.^۲ هنجارهای جامعه همسو با فعالیت‌های کارآفرینانه بوده و کارآفرین خود را در یک فضای کارآفرینی مطلوب احساس می‌کند؛ بنابراین، تمایل بیشتری برای آغاز یک فعالیت کارآفرینانه خواهد داشت. موریانو و همکاران^۳ در مطالعه‌ای با بهره‌گیری از مدل آژن، تمایل کارآفرینانه را در بین شش کشور (ایران، هند، آلمان، هلند، اسپانیا و لهستان) بررسی کردند و به این نتیجه رسیدند که به لحاظ هنجارهای ذهنی بین شش فرهنگ مختلف تفاوت وجود داشته است. بنابراین، برنامه‌های آموزشی و حمایتی دانشکده‌ها بایستی این امر را مدنظر قرار دهند؛ چرا که محیط و فرهنگ مستعد کارآفرینی می‌تواند هنجارهای ذهنی مثبت و کارآفرینانه را در افراد بارور سازد. در تحقیقات بسیاری وجود این رابطه مورد تأکید واقع شده است.^۴

حمایت دانشگاه از کارآفرینی می‌تواند در سه دسته حمایت‌های آموزشی (دانش عمومی و مهارت‌های مورد نیاز یک کسب و کار)، حمایت‌های شناختی هدفمند (ایجاد آگاهی، انگیزه و دیدگاه‌های کسب و کاری در فراگیران) و غیر شناختی هدفمند (تدارک حمایت‌های مالی) قرار گیرد. مزایای بیشتر آموزش کارآفرینی توسط محققان و آموزشگران مورد تأکید و تجویز بسیار قرار گرفته است، اما با این حال، تأثیر برنامه‌های حمایتی کارآفرین به خصوص بر نگرش‌ها و تمایلات کارآفرینانه، نسبتاً بدون آزمون باقی مانده و نیازمند بررسی‌های بیشتری است.^۵ زرافشانی و همکاران^۶ به نقل از

1. Moriano & Gorgievski, 2007

2. Moriano & Gorgievski, 2007

3. Moriano et al., 2011

4. Moriano et al., 2006; Moriano et al., 2007a; Linan et al., 2005; Degeorge & Fayolle, 2005 .

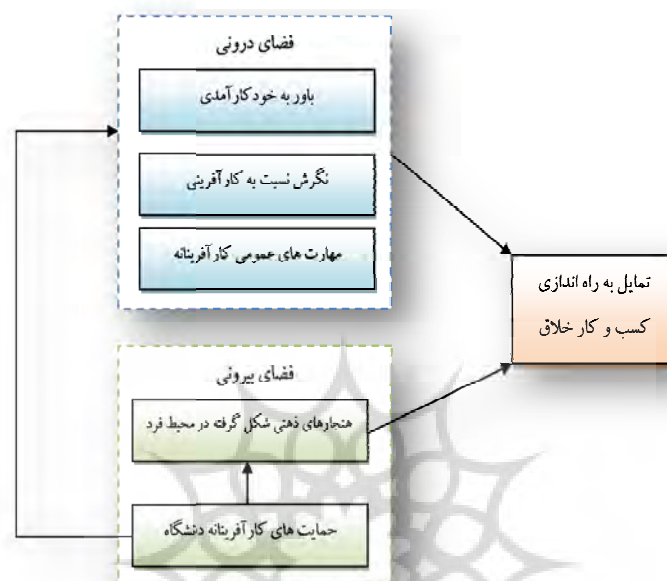
5. Souitaris et al, 2007

6. Zarafshani et al, 2010

Basu & Virick (۲۰۰۸)، با بهره‌گیری از مدل فیشباین و آژن دریافتند که آموزش کارآفرینی اثر مثبتی بر نگرش دانشجویان نسبت به کارآفرینی و باور به خودکارآمدی کارآفرینانه آنان دارد. تجربه قبلی در راه‌اندازی یک کسب و کار یا سعی در راه‌اندازی آن با نگرش و باور به خودکارآمدی کارآفرینانه دانشجویان رابطه مثبت و معنی‌داری داشت. این در حالی است که کندوراس و همکاران^۱ تحقیقی را با هدف بررسی رابطه آماری بین حمایت‌های دانشکده از کارآفرینی و سطح فعالیت کارآفرینانه در اسپانیا به انجام رساندند. یافته‌های آنان نشان داد که تمایل کارآفرینانه با حمایت دانشکده از کارآفرینی، رابطه معناداری به لحاظ آماری داشته است. تحقیق لینان^۲ نیز نشان می‌دهد که حمایت‌های کارآفرینی از جمله حمایت‌های مالی هر چند در حد محدود برای دانشجویانی که خواستار آزمایش ایده‌های خود در یک مقیاس کوچک‌تر هستند می‌تواند بسیار مؤثر باشد؛ چرا که موفقیت در یک آزمایش مقدماتی می‌تواند به افزایش باور به خودکارآمدی فرد کمک کند. تجربه دانشگاه رازی در این زمینه کاملاً ادعای فوق را تأیید می‌کند. مطالعه Franke & Luthje (۲۰۰۴) و Sadeghi & Malekinia (۲۰۱۱) نیز منجر به تأیید اثر آموزش کارآفرینی و حمایت‌های مالی و غیر مالی از کارآفرینی بر تمایلات کارآفرینانه دانشجویان شد. با توجه به مطالب فوق، فرضیه (۲) تحقیق به صورت ذیل ارائه شد:

فرضیه ۴: عوامل سازنده فضای بیرونی فرد - حمایت‌های کارآفرینانه دانشگاه به صورت غیر مستقیم از طریق عوامل سازنده فضای درونی فرد و هنجارهای ذهنی - هنجارهای ذهنی به صورت مستقیم بر تمایل به راه‌اندازی کسب و کار خلاق تأثیر معنی‌داری دارند.

در نهایت با توجه به توضیحات مذکور، چارچوب مفهومی پژوهش به صورت زیر تدوین شد:



شکل (۱) چارچوب مفهومی پژوهش

روش

روش این تحقیق، کمی و به لحاظ روش‌های دستیابی به حقایق و داده‌پردازی، از نوع تحقیقات توصیفی - همبستگی است. جامعه آماری این پژوهش شامل دانشجویان سال آخر گرایش‌های مختلف رشته کشاورزی دانشگاه آزاد ایلام بود که در کل حدود ۳۲۰ نفر را تشکیل دادند. حجم نمونه با استفاده از جدول بارتلت و همکاران (Bartlett et al (۲۰۰۱) ۱۶۹ نفر تعیین شد. از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای (برحسب گرایش) بهره گرفته شد. ابزار اصلی تحقیق، پرسشنامه محقق‌ساخته بود (متغیرهای مستقل از جمله؛ نگرش، هنجارهای ذهنی، باوربه خودکارآمدی، مهارت‌های کارآفرینانه، حمایت‌های کارآفرینانه و متغیر وابسته تمایل به راه‌اندازی). روایی صوری

ابزار به وسیله پانل متخصصان تعیین شد. به منظور اعتبارسنجی آن، تعیین میزان تطبیق و برازش داده‌های پژوهش حاضر با مدل رفتار برنامه‌ریزی شده آژن و بررسی چارچوب مفهومی تحقیق، از روش مدل‌سازی معادله ساختاری^۱ با کاربرد نرم افزار AMOS^{۱۸} استفاده شد. نتایج آماری تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول نشانگر اعتبار مناسب ابزار تحقیق بود (RMSEA= ۰/۰۴; P-value<۰/۰۵; Chi-۳۸۹۷/۴۲; Square₍₂₁₉₅₎=۰/۹۱). به منظور تعیین پایایی ابزار از ضریب آلفای کرونباخ بهره گرفته شد (۰/۹۱). در خصوص مدل‌سازی معادله ساختاری قابل ذکر است که این روش یک رهیافت آماری جامع و گسترده است که فرضیاتی در خصوص روابط بین متغیرهای مشاهده شده و متغیرهای نهفته را مورد آزمون قرار می‌دهد (Mahmood Abbad et al, 2009). معیارهای برازش کلی مدل شامل: کای اسکوئر (χ^2)، شاخص برازش هنجار شده بنتلر - بونت (NFI)^۳، شاخص برازش افزایشی (IFI)^۴، شاخص توکر - لويس (TLI)^۵، شاخص برازش تطبیقی (CFI)^۶ و ریشه دوم میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA)^۷ هستند. در صورتی برازش مدل مورد بررسی، رضایت‌بخش و قابل قبول است که مقدار χ^2 کوچک و $\text{Sig} > ۰/۰۵$ ؛ مقادیر شاخص های NFI, IFI, TLI و CFI، بیشتر از ۰/۹ و RMSEA کمتر از ۰/۰۵ باشد. قابل ذکر است که کای اسکوئر مدل تابعی از حجم نمونه است؛ به نحوی که هر چه حجم نمونه افزایش یابد، آماره کای اسکوئر متمایل به نشان دادن یک سطح احتمال معنادار است؛ بنابراین، تقریباً اکثر مدل‌های منطقی با داشتن حجم نمونه زیاد، در صورتی که تنها به شاخص برازش کای اسکوئر اکتفا می‌شود، مورد تأیید قرار نمی‌گیرند. با این توضیح، ضرورت برآورد سایر شاخص‌های مذکور روشن می‌شود.

1. Structural Equation Modeling
2. Chi-Square
3. Normed fit index
4. Incremental fit index
5. Tucker-Lewis index
6. Comparative fit index
7. Root mean square error of approximation

یافته‌ها

بر اساس یافته‌ها، ۵۶/۲۱ درصد از دانشجویان مورد مطالعه را پسران و ۴۳/۷۹ درصد آنان را دختران تشکیل دادند. رشته تحصیلی ۱۶/۵۷ درصد از پاسخگویان تولیدات گیاهی، ۲۴/۸۵ درصد زراعت، ۲۵/۴۴ درصد ترویج و آموزش کشاورزی و مابقی در رشته علوم دامی مشغول به تحصیل بودند.

جدول (۱)، تمایل کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی دانشگاه ایلام را نشان می‌دهد. مؤلفه‌های تشکیل دهنده مقوله مذکور بر اساس میانگین رتبه ای (از بیشترین به کمترین) مرتب شده اند.

جدول (۱) تمایل کارآفرینانه دانشجویان

انحراف معیار	میانگین*	رتبه	متغیر/گویه
۰/۶۸	۴/۶۴	-	تمایل کارآفرینانه
۱/۴۰	۵/۷۴	۱	اگر فرصت و منابع در اختیار داشتم، کسب و کار جدیدی را شروع می‌کردم
۱/۶۲	۵/۶۸	۲	اگر به اندازه کافی برای راه اندازی کسب و کار تلاش کنم، شانس خیلی زیادی در موفقیت آن دارم
۱/۴۲	۵/۶۱	۳	برای راه اندازی کسب و کار از هیچ کوششی دریغ نمی‌کنم
۱/۵۸	۵/۴۴	۴	مصمم هستم در آینده کسب و کاری را ایجاد کنم
۱/۵۶	۵/۲۹	۵	می‌توانم مراحل خلق یک کسب و کار را تحت کنترل بگیرم
۱/۸۴	۵/۲۹	۶	فکر می‌کنم که توانایی راه‌اندازی یک کسب و کار را دارم
۱/۸۲	۵/۰۵	۷	من تمایل زیادی برای راه اندازی یک کسب و کار دارم
۱/۶۹	۵/۰۱	۸	اگر کسب و کار جدیدی را آغاز کنم مورد تأیید دوستانم قرار می‌گیرم
۱/۹۵	۴/۹۷	۹	از اینکه یک کارآفرین باشم احساس رضایت بیشتری می‌کنم
۱/۸۱	۴/۸۱	۱۰	برای کارآفرین شدن هر کاری لازم باشد انجام می‌دهم
۱/۶۹	۴/۴۹	۱۱	همکلاسی‌هایم تصمیم من را نسبت به راه اندازی یک کسب و کار تأیید می‌کنند
۱/۸۵	۴/۴۴	۱۲	مزایای کارآفرین بودن برای من بیش از معایب آن است
۱/۹۵	۴/۳۰	۱۳	تمام جزئیات فنی را برای راه‌اندازی یک کسب و کار می‌دانم
۲/۰۰	۴/۲۵	۱۴	بستگان نزدیک همواره برای راه‌اندازی کسب و کار مشوق من هستند
۱/۹۸	۴/۲۴	۱۵	حاضر نیستم هیچ کاری را به غیر از کارآفرین شدن، انجام دهم
۱/۹۱	۴/۱۵	۱۶	در مجموع، حرفه کارآفرینی برای من جذاب است
۲/۰۲	۳/۷۷	۱۷	شروع یک کسب و کار و حفظ آن برای من کار ساده ای است
۱/۸۰	۳/۶۴	۱۸	نسبت به راه‌اندازی کسب و کار خودم شک و تردیدی ندارم
۱/۷۰	۳/۲۹	۱۹	کارآفرین بودن یکی از هدف‌های نهایی من است
۲/۰۰	۳/۲۵	۲۰	برای من ارائه یک ایده کاری مشکل نیست

* مقیاس: کاملاً مخالفم=۱ تا کاملاً موافقم=۷

بر اساس جدول (۱)، میانگین کلی ۴/۶۴ از ۷ نشان دهنده آن است که اکثریت دانشجویان کشاورزی دانشگاه ایلام تمایل متوسطی به فعالیت‌های کارآفرینانه داشته‌اند. مطابق جدول فوق بیشترین اتفاق نظر دانشجویان مورد مطالعه بر این بوده است که در صورتی فرصت و منابع کافی در اختیار داشته باشند، مسلماً کسب و کار جدیدی را راه اندازی خواهند کرد. از طرفی به اعتقاد آنان تلاش کافی، شانس آنان را برای موفقیت در راه‌اندازی کسب و کار افزایش خواهد داد. بنابراین، از هیچ کوششی برای این کار دریغ نکرده و مصمم هستند که کسب و کاری در آینده ایجاد کنند. اما آنچه آنها را با محدودیت مواجه می‌سازد، شک و تردید نسبت به ارائه یک ایده کاری خلاق و کارآفرینانه، شروع کسب و کار و حفظ آن است؛ از طرفی، قرار نگرفتن کارآفرینی در اولویت‌بندی اهداف دانشجویان، نشان دهنده آن است که آنان همچنان فعالیت‌های کارآفرینانه را به عنوان یک گزینه شغلی ممکن در آینده شغلی خود تصور نکرده‌اند.

جدول (۲)، میزان وجود و میزان اهمیت حمایت‌های کارآفرینی در دانشگاه ایلام را نشان می‌دهند. مؤلفه‌های تشکیل دهنده مقوله‌های مذکور بر اساس میانگین رتبه ای مرتب شده‌اند.

جدول (۲) میزان وجود و اهمیت حمایت‌های کارآفرینی در دانشگاه

میزان وجود میانگین کلی (۱/۹۴) و انحراف معیار (۰/۷۶)			متغیر/گویه	میزان اهمیت میانگین کلی (۴/۱۷) و انحراف معیار (۰/۷۶)			
انحراف معیار	میانگین*	رتبه		رتبه	میانگین	انحراف معیار	
۱/۱۵	۲/۱۳	۱	آموزشی	ارائه درس مربوط به کارآفرینی در سرفصل‌های آموزشی	۱	۴/۵۰	۰/۴۶
۱/۰۶	۲/۱۱	۲	آموزشی	ارائه دوره‌های کارآموزی مبتنی بر کارآفرینی	۱۱	۳/۹۳	۰/۸۲
۱/۱۰	۲/۰۸	۳	آموزشی	ارائه پروژه‌های مربوط به فعالیت‌های کارآفرینانه برای دانشجویان	۱۳	۳/۸۸	۰/۹۴
۱/۰۶	۲/۰۶	۴	شناختی هدفمند	انگیزه دادن به دانشجویان برای راه اندازی یک کسب و کار جدید	۸	۴/۱۵	۰/۹۹
۱/۰۷	۲/۰۶	۵	شناختی هدفمند	ایجاد شرایط لازم برای دانشجویان به منظور ارائه ایده‌های خود برای راه اندازی یک کسب و کار جدید (مثال: مرکز رشد واحدهای فناوری)	۷	۴/۱۸	۰/۹۱

۰/۹۹	۲/۰۱	۶	شناختی هدفمند	برگزاری بازدیدهای علمی دانشجویان از کسب و کارهای کارآفرینانه (مثال: بازدید از یک گلخانه موفق)	۶	۴/۲۲	۰/۸۵
۱/۰۵	۱/۹۸	۷	شناختی هدفمند	برگزاری کنفرانس‌ها و کارگاه‌های کارآفرینی در دانشگاه	۱۴	۳/۸۶	۰/۸۸
۰/۹۵	۱/۹۴	۸	شناختی هدفمند	آگاهی دادن به دانشجویان در خصوص کارآفرینی و معرفی آن به عنوان یک انتخاب شغلی ممکن	۱۰	۴/۰۳	۰/۹۰
۰/۹۸	۱/۹۱	۹	آموزشی	ارائه دانش مورد نیاز برای راه اندازی یک کسب و کار جدید	۵	۴/۳۷	۰/۸۲
۰/۹۸	۱/۸۸	۱۰	آموزشی	ارائه دوره‌های غیر رسمی کارآفرینی برای دانشجویان (مثال: دوره‌های کارآفرینی خارج دانشگاه)	۱۲	۳/۸۹	۱/۰۴
۰/۱۰	۱/۸۱	۱۱	شناختی هدفمند	دعوت از کارآفرینان موفق و برگزاری نشست‌های دانشجویان با آن‌ها	۹	۴/۰۸	۰/۷۵
۰/۹۷	۱/۸۱	۱۲	غیرشناختی هدفمند	جلب مشتری یا خریدار برای دانشجویانی که کسب و کار جدیدی را راه‌اندازی کرده‌اند (بازاریابی)	۳	۴/۴۴	۰/۸۵
۰/۸۸	۱/۷۹	۱۳	غیرشناختی هدفمند	جلب اعتبار به منظور حمایت از دانشجویانی که کسب و کار جدیدی را راه‌اندازی کرده‌اند	۲	۴/۴۶	۰/۷۳
۱/۰۴	۱/۷۶	۱۴	غیرشناختی هدفمند	فراهم کردن وسایل و امکانات مالی مورد نیاز دانشجویان برای راه‌اندازی یک کسب و کار جدید	۴	۴/۳۹	۰/۷۸

* مقیاس: کاملاً مخالفم=۱ تا کاملاً موافقم=۷

بنا به ادراک دانشجویان مورد مطالعه، بیشترین اتفاق نظر در این خصوص بود که دانشگاه آزاد ایلام در حمایت‌های آموزشی یعنی ارائه دروس مربوط به کارآفرینی در سرفصل‌های آموزشی، ارائه دوره‌های کارآموزی مبتنی بر کارآفرینی و ارائه پروژه‌های مربوط به فعالیت‌های کارآفرینانه بهتر از سایر موارد عمل کرده‌اند. از طرفی، کمترین اتفاق نظر پاسخگویان در خصوص توانایی دانشگاه در حمایت‌های غیرشناختی هدفمند بوده است؛ به عبارتی، میزان همکاری دانشگاه در فراهم کردن وسایل و امکانات مالی مورد نیاز دانشجویان برای راه‌اندازی یک کسب و کار جدید، جلب اعتبار و جلب مشتری یا بازاریابی در حد بسیار کمی بوده است. از طرفی، دعوت از کارآفرینان موفق و

برگزاری نشست های دانشجویان با آنان به اعتقاد دانشجویان، یکی دیگر از محدودیت های حمایتی شناختی دانشگاه بیان شد. به طور کلی، بر اساس میانگین ۱/۹۴ از ۵ می توان چنین نتیجه گرفت که دانشگاه آزاد ایلام حمایت های کارآفرینانه محدودی را برای دانشجویان خود فراهم کرده است؛ در حالی که میزان اهمیت این گونه حمایت ها از دیدگاه دانشجویان در حد بالایی (میانگین کلی ۴/۱۷ از ۵) ارزیابی شد. از طرفی، شایان توجه است که سه گزینه اخیر نیز به لحاظ میزان اهمیت، رتبه های دوم تا چهارم را به خود اختصاص داده است. این در حالی است که از دیدگاه دانشجویان مورد مطالعه، ارائه دوره های غیر رسمی کارآفرینی، برگزاری کنفرانس ها و کارگاه های کارآفرینی و ارائه پروژه های مربوط به فعالیت های کارآفرینانه برای دانشجویان، از اولویت و اهمیت کمتری نسبت به سایر موارد برخوردار هستند. جالب توجه است که به اعتقاد دانشجویان ارائه دروس مربوط به کارآفرینی در سرفصل های آموزشی همچنان جز بسیار مهمی از حمایت های دانشگاه است. جدول ذیل، میزان تسلط دانشجویان به مهارت های عمومی کارآفرینی را نشان می دهد. مهارت های مورد تسلط دانشجویان بر اساس میانگین رتبه های (از بیشترین به کمترین) مرتب شده اند.

جدول (۳) مهارت های عمومی کارآفرینی

متغیر/گروه	رتبه	میانگین*	انحراف معیار
مهارت های عمومی کارآفرینی	-	۵/۲۶	۱/۱۲
مسئولیت پذیری و تصمیم گیری	۱	۵/۶۹	۱/۴۰
برنامه ریزی، هماهنگی و سازماندهی	۲	۵/۵۵	۱/۶۰
مهارت های معرفی و ارائه تولیدات و خدمات	۳	۵/۳۸	۱/۵۰
انعطاف پذیری	۴	۵/۳۵	۱/۶۰
استقلال کاری	۵	۵/۲۸	۱/۴۹
توجه به جزئیات	۶	۵/۲۷	۱/۵۰
جمع آوری و تجزیه و تحلیل اطلاعات	۷	۵/۱۸	۱/۶۱
کار گروهی	۸	۵/۱۶	۱/۸۰
ابتکار عمل	۹	۵/۱۳	۱/۶۱
مدیریت زمان	۱۰	۴/۹۸	۱/۵۴
مهارت های ارتباطی	۱۱	۴/۸۴	۱/۶۲

* مقیاس: پایین=۱ تا بالا=۷

بر اساس جدول (۳)، دانشجویان کشاورزی دانشگاه ایلام به طور کلی خود را به لحاظ مهارت های عمومی کارآفرینی در حد متوسط ارزیابی کردند (میانگین کلی ۵/۲۶

از ۷). در این میان، آنان بیشترین توانمندی خود را در زمینه مسئولیت‌پذیری و تصمیم‌گیری، برنامه‌ریزی، هماهنگی و سازماندهی بیان کردند اما به لحاظ مهارت‌های توجه به جزئیات، جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل اطلاعات، کارگروهی، ابتکار عمل، مدیریت زمان و مهارت‌های ارتباطی، توانایی خود را در حد کمتری ارزیابی کردند. به منظور پی بردن به روابط علی میان تمایل کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی دانشگاه آزاد ایلام به عنوان متغیر وابسته و نگرش نسبت به کارآفرینی، هنجارهای ذهنی، باور به خودکارآمدی، مهارت‌های عمومی کارآفرینی و میزان حمایت دانشگاه از کارآفرینی به عنوان متغیرهای مستقل از روش مدل‌سازی معادله ساختاری با کاربرد نرم افزار AMOS¹⁸ بهره گرفته شد. مدل مورد بررسی، یک مدل مسیر بوده و مدل‌های مسیر یکی از انواع مدل‌هایی هستند که می‌توان در تبیین و پیش‌بینی پدیده‌های مختلف از آنها بهره برد. در ابتدا، همبستگی بین متغیرهای پژوهش، در جدول (۴) ارائه شده است.

جدول (۴) همبستگی بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته

متغیر	۱	۲	۳	۴	۵
تمایل به راه اندازی کسب و کار خلاق	-				
نگرش نسبت به کارآفرینی	۰/۴۵***	-			
هنجارهای ذهنی	۰/۲۵	۰/۰۵	-		
باور به خودکارآمدی	۰/۵۴***	۰/۳۳*	۰/۱۷	-	
مهارت‌های عمومی کارآفرینی	۰/۵۴***	۰/۴۲***	۰/۱۶	۰/۴۴***	-
میزان حمایت دانشگاه از کارآفرینی	۰/۲۶*	۰/۲۶*	۰/۲۳	۰/۱۷	۰/۳۲*

یافته‌های حاصل از همبستگی پیرسون نشان می‌دهد که بین هر یک از متغیرهای مستقل نگرش نسبت به کارآفرینی، مهارت‌های عمومی کارآفرینی، باور به خودکارآمدی و میزان حمایت دانشگاه از کارآفرینی، با یکدیگر رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. علاوه بر آن، مهارت‌های عمومی کارآفرینی با باور به خودکارآمدی و میزان حمایت دانشگاه رابطه مثبت و معنی‌داری را برقرار کرده است. مطابق جدول فوق بین هر یک از متغیرهای مستقل مذکور به جزء هنجارهای ذهنی، با تمایل کارآفرینانه دانشجویان نیز، رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

جدول (۵) اثرات مستقیم، غیر مستقیم و کل متغیرهای پیش بین بر متغیرهای وابسته تمایل کارآفرینانه دانشجویان را نشان می‌دهد. در جدول مذکور، اثر مستقیم معادل ضریب استاندارد شده متغیرهای رگرسیون چندگانه بوده و زمانی است که تغییر در متغیر X منجر به تغییری در متغیر Y می‌شود (X → Y). اثر غیر مستقیم هر متغیر برابر حاصل ضرب ضرایب مسیر کلیه متغیرهای یک مسیر منتهی به متغیر وابسته مذکور است. به عبارت بهتر، زمانی است که متغیر Y از طریق متغیر سومی مثل Z تحت تأثیر متغیر X قرار می‌گیرد (X → Z → Y). اثر کل نیز نشان دهنده مجموع اثرات مستقیم و غیر مستقیم هر متغیر است. نمودار مسیر در شکل ۲ نشان داده شده است. با توجه به شاخص‌های کلی برازش می‌توان گفت که مدل از برازش مناسبی برخوردار است (RMSEA= ۰/۰۶; CFI= ۱/۰۰; TLI= ۰/۹۵; IFI= ۰/۹۹; NFI= ۰/۹۸; ۰/۲۷; $\chi^2(2) = 1/20p =$

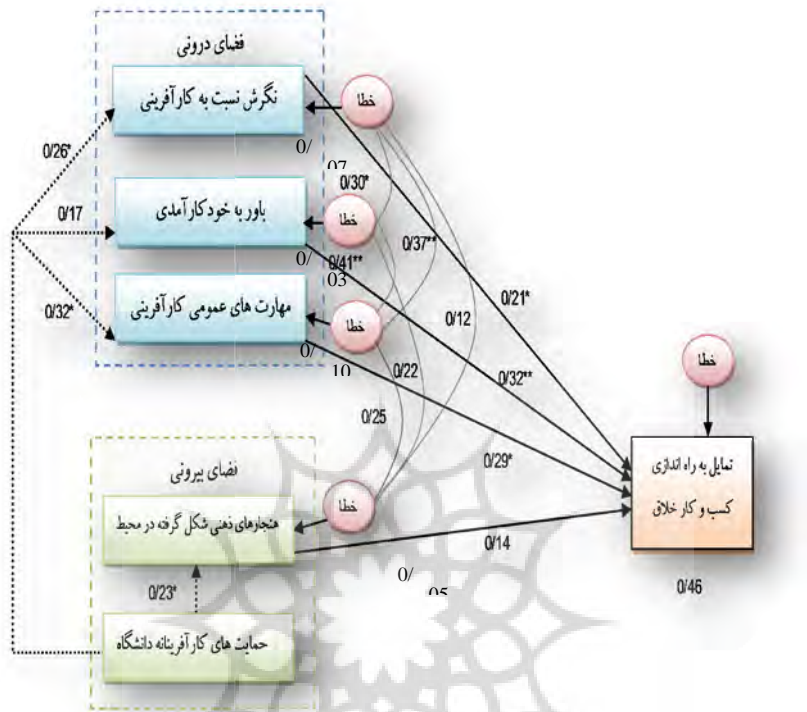
جدول (۵) اثرات مستقیم، غیر مستقیم و کل متغیرهای پیش بین بر متغیرهای وابسته

متغیر وابسته	متغیر پیش بین	اثر مستقیم	اثر غیر مستقیم	اثر کل
تمایل $R^2 = ۰/۴۶$	نگرش	۰/۲۱	-	۰/۲۱
	هنجار	۰/۱۴	-	۰/۱۴
	خودکارآمدی	۰/۳۲	-	۰/۳۲
	مهارت‌های عمومی	۰/۲۹	-	۰/۲۹
	حمایت دانشگاه	۰/۰۰	۰/۱۷	۰/۱۷
نگرش $R^2 = ۰/۰۷$ هنجار $R^2 = ۰/۰۵$ خودکارآمدی $R^2 = ۰/۰۳$ مهارت‌های عمومی $R^2 = ۰/۱۰$	حمایت دانشگاه	۰/۲۶	-	۰/۲۶
		۰/۲۳	-	۰/۲۳
		۰/۱۷	-	۰/۱۷
		۰/۳۲	-	۰/۳۲

مطابق جدول (۵) و نمودار مسیر (شکل ۲)، از میان متغیرهای مستقل پژوهش، باور به خودکارآمدی بیشترین اثر مستقیم و مثبت (۰/۳۲) را بر تمایل کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی دانشگاه آزاد ایلام داشته است. سپس متغیرهای مهارت‌های عمومی کارآفرینی (۰/۲۹) و نگرش نسبت به کارآفرینی (۰/۲۱) از اثرات مستقیم و مثبتی بر متغیر تمایل کارآفرینانه دانشجویان مذکور برخوردار بودند. این در حالی است

که حمایت دانشگاه از کارآفرینی و هنجارهای ذهنی هیچ‌گونه اثر مستقیم و معنی‌داری را بر متغیر وابسته تمایل کارآفرینانه دانشجویان نداشته‌اند. با وجود این، حمایت دانشگاه از کارآفرینی به طور غیر مستقیم از طریق نگرش نسبت به کارآفرینی و مهارت‌های عمومی کارآفرینی بر تمایل کارآفرینانه دانشجویان تأثیر خواهد گذاشت (۰/۱۷). بر اساس یافته‌ها، در کل، ۴۶ درصد تغییرات مربوط به تمایل کارآفرینانه دانشجویان توسط متغیرهای مستقل مذکور تبیین شده است. علاوه بر این، متغیر حمایت دانشگاه از کارآفرینی، بیشترین اثر مستقیم و مثبت (۰/۳۲) را بر متغیر مهارت‌های عمومی کارآفرینی دانشجویان داشته و ۱۰ درصد تغییرات متغیر مذکور توسط حمایت دانشگاه از کارآفرینی تبیین شده است. از طرفی، متغیر حمایت دانشگاه از کارآفرینی، بر نگرش نسبت به کارآفرینی (۰/۲۶) و هنجارهای ذهنی (۰/۲۳-) دانشجویان نیز اثرات مستقیم معنی‌داری داشته است.

در نهایت، فرضیه اول تحقیق مبنی بر تأثیر معنی‌دار عوامل سازنده فضای درونی دانشجویان (نگرش نسبت به کارآفرینی، باور به خودکارآمدی و مهارت‌های عمومی کارآفرینانه) بر تمایل آنان به راه‌اندازی کسب و کار خلاق مورد تأیید قرار گرفت. در خصوص فرضیه دوم تحقیق، تنها اثر غیر مستقیم و معنی‌دار حمایت‌های کارآفرینانه دانشگاه (به عنوان یکی از عوامل سازنده فضای بیرونی فرد) از طریق نگرش نسبت به کارآفرینی و مهارت‌های عمومی کارآفرینانه (عوامل سازنده فضای درونی) مورد تأیید قرار گرفت و سایر موارد رد شد.



$$(\chi^2_{(7)}=120; p=0.27; NFI=0.98; IFI=0.99; TLI=0.95; CFI=1.00; RMSEA=0.06)$$

شکل (۲) اثرات مستقیم (خطوط ممتد مشکی) و غیر مستقیم (خطوط منقطع مشکی) متغیرهای مستقل پژوهش بر متغیر وابسته تمایل به راه اندازی کسب و کار خلاق

نتیجه گیری

مطابق با نتایج تحقیق، اکثریت دانشجویان کشاورزی دانشگاه ایلام تمایل متوسطی به فعالیت های کارآفرینانه داشته اند که می تواند حاکی از خلاء در برنامه ها و حمایت های کارآفرینانه دانشگاه تا سطح مطلوب باشد. این یافته برخلاف نتایج Degeorge & Fayolle (۲۰۰۵)، Moriano et al (۲۰۰۷ الف؛ ب) و Naktiyok et al (۲۰۰۹) مبنی بر تمایل کارآفرینانه بالا بوده است. از طرفی، در برخی از تحقیقات دیگر (Moriano et al, 2006a; Moriano et al, 2006) نمره میانگین تمایل کارآفرینانه در بین

دانشجویان در حد پایینی برآورد شد و چنین استنباط شد که آنان تمایل به خدمت در یک سازمان دولتی یا شرکت خصوصی را داشته‌اند تا یک فعالیت کارآفرینانه. در ادامه، بیشترین اتفاق نظر دانشجویان مورد مطالعه بر این بوده است که در صورتی فرصت و منابع کافی در اختیار داشته باشند، مسلماً کسب و کار جدیدی را راه‌اندازی خواهند کرد. قابل ذکر است که برای دستیابی به این فرصت‌ها فرد باید از توانایی فرصت شناسی، خلق فرصت و جست‌وجو و کشف یا جذب منابع را برخوردار باشد تا بتواند این ملزومات را در خدمت خود در آورد. از طرفی، به اعتقاد دانشجویان، تلاش کافی، شانس آنان را برای موفقیت در راه اندازی کسب و کار افزایش خواهد داد. بنابراین، از هیچ کوششی برای این کار دریغ نکرده و مصمم هستند که کسب و کاری در آینده ایجاد کنند. آنان به توانایی خود در جهت کنترل مرحله خلق کسب و کار اعتقاد دارند و تمایل متوسطی برای این کار در خود احساس می‌کنند. در تفسیر این بخش قابل توجه است که، هر مرحله مقدماتی فرایند کارآفرینی به چهار قسمت تقسیم می‌شود: (۱) تصمیم‌گیری مقدماتی، (۲) شناسایی فرصت و شکل‌گیری ایده، (۳) تهیه طرح تجاری و (۴) تصمیم‌گیری نهایی (Saeidikia, 2011). دانشجویان مورد مطالعه، از تمایل کارآفرینانه نسبتاً متوسطی برخوردار بوده و از این رو، تصمیم‌گیری مقدماتی را پشت سر گذاشته‌اند اما در سه مرحله بعدی با مشکل جدی مواجه هستند. همان‌طور که یافته‌ها نشان می‌دهد، محدودیت ارائه یک ایده خلاق، شک و تردید در شروع کسب و کار و حتی حفظ آن برای دانشجویان، می‌تواند آنان را در دو مرحله تشخیص فرصت و شکل‌گیری ایده و سپس تهیه طرح تجاری یا به نوعی تنظیم و انسجام و تدوین ایده خلاق در تنگنا بگذارد و قطعاً چنانچه این دو مرحله را طی نکنند به مرحله تصمیم‌گیری نهایی نخواهند رسید. گذار فرد از این دو مرحله و رسیدن به تصمیم‌گیری نهایی نیازمند پرورش قابلیت‌ها، مهارت‌ها و آموزش‌های ویژه‌ای است که بایستی مورد توجه قرار گیرد.

از آنجایی که دانشجویان به لحاظ فرصت شناسی با کمبود جدی مواجه بودند، توصیه می‌شود که دوره‌های آموزشی مناسبی برای تقویت قابلیت‌های فرصت‌شناسی دانشجویان در برنامه‌های آموزشی لحاظ شود؛ این دوره‌ها شامل: (۱) آموزش مهارت‌های

اجتماعی، ۲) مدیریت برداشت‌های ذهنی دیگران، ۳) مهارت بیانگری، ۴) متقاعدسازی، ۵) سازگاری اجتماعی.

در خصوص میزان وجود و اهمیت حمایت‌های کارآفرینی در دانشگاه، بنا به ادراک دانشجویان مورد مطالعه، بیشترین اتفاق نظر در این خصوص بود که دانشگاه آزاد ایلام در ارائه دروس مربوط به کارآفرینی در سرفصل‌های آموزشی، دوره‌های کارآموزی مبتنی بر کارآفرینی و پروژه‌های مربوط به فعالیت‌های کارآفرینانه بهتر از سایر موارد عمل کرده‌اند. بنابراین، بر اساس الگوی بارون (Baron) (۲۰۰۲) و کارتون و همکاران (Carton et al) (۱۹۹۸) می‌توان چنین استدلال کرد که دانشگاه آزاد ایلام در مرحله قبل از راه اندازی تا حدودی بهتر عمل کرده‌اند. هر چند خلاء تا حد مطلوب همچنان به چشم می‌خورد. از طرفی، کمترین اتفاق نظر پاسخگویان در خصوص توانایی دانشگاه در حمایت‌های غیرشناختی هدفمند بوده است یا به عبارتی، میزان همکاری دانشگاه در فراهم کردن وسایل و امکانات مالی مورد نیاز دانشجویان برای راه‌اندازی یک کسب و کار جدید، جلب اعتبار و جلب مشتری یا بازاریابی. این مورد به ضعف دانشگاه در دو مرحله راه اندازی (شروع) و توسعه کسب و کار اشاره دارد. در تحقیقات دیگر از جمله فوگلیستالر و همکاران (Fueglistaller et al) (۲۰۰۸) نیز میزان وجود حمایت‌های مالی دانشگاه از راه اندازی کسب و کارها در حد کمی برآورد شد. این درحالی بود که سمینارها و سخنرانی‌ها بیشترین توجه را در دانشگاه‌ها به خود اختصاص داده بودند (Fueglistaller et al, 2008). لوتج و فرانک (Luthje & Franke) (۲۰۰۲) با مقایسه‌ای بین دو دانشگاه در آلمان و آمریکا دریافتند که دانشگاه MIT در ارتقاء و تقویت کارآفرینان آینده در مرحله قبل از راه‌اندازی کسب و کار، فعال تر عمل کرده است. کرایجنبریک و همکاران (Kraaijenbrink et al) (۲۰۱۰) نیز به این نتیجه دست یافتند که ۵ دانشکده در استرالیا و اروپا، حمایت‌های آموزشی را در سطح پایینی فراهم کرده‌اند که با نتایج تحقیق حاضر هم‌خوانی داشته است. در این بین، ماس و هرینگتون (Maas & Herrington) (۲۰۰۶) نشان دادند که فقدان حمایت مالی دومین عامل اصلی برای کاهش نرخ فعالیت‌های مربوط به راه‌اندازی کسب و کارها در آفریقای جنوبی بوده است. از این رو، با آنکه اندک دانشگاه‌هایی هستند که

بتوانند یک چنین خدمات حمایتی گسترده‌ای را برای دانشجویان خود فراهم آورند اما با وجود این، از ارزش و اهمیت یک چنین حمایت‌هایی به خصوص در کشورهای در حال توسعه نباید چشم پوشی کرد (Scheepers et al, 2009). به طور کلی، دانشگاه آزاد ایلام حمایت‌های کارآفرینانه محدودی را برای دانشجویان خود فراهم کرده است و از آنجایی که میزان اهمیت این گونه حمایت‌ها از دیدگاه دانشجویان در حد بالایی ارزیابی شد، این موضوع بایستی مورد توجه جدی مسئولان و برنامه‌ریزان آموزش عالی قرار گیرد. از طرفی، شایان توجه است که سه گزینه اخیر از دیدگاه دانشجویان مورد مطالعه از اهمیت بالایی برخوردار بودند که این امر نشان از فاصله زیاد و شکاف بین وضعیت موجود و مطلوب حمایت‌های مالی و بازاریابی دانشگاه آزاد ایلام از دانشجویان خود به منظور تشویق به راه اندازی و حفظ و گسترش یک کسب و کار جدید است. این در حالی است که، ارائه دوره‌های غیر رسمی کارآفرینی، برگزاری کنفرانس‌ها و کارگاه‌های کارآفرینی و پروژه‌های مربوط به فعالیت‌های کارآفرینانه، از اولویت و اهمیت کمتری نسبت به سایر موارد برخوردار هستند که شاید این امر، به دلیل گسترش روزافزون موضوع کارآفرینی در سطح جامعه، دانشگاه و در مباحث اقتصادی روز کشور بوده که منجر به فراهم شدن آگاهی و آشنایی بیشتر دانشجویان با این مبحث جدید و مزایای آن گشته است. با این حال، جالب توجه است که به اعتقاد دانشجویان ارائه دروس مربوط به کارآفرینی در سرفصل‌ها به دلیل رشد و تنوع موضوعات مربوط به علم کارآفرینی به عنوان یک واحد درسی مجزا یک ضرورت اجتناب ناپذیر است. پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

بر اساس یافته‌ها، دانشجویان کشاورزی دانشگاه ایلام به طور کلی با توجه به چارچوب ارائه شده از سوی شاک و همکاران (Shook et al) (۲۰۰۳)، تا اندازه‌ای از مهارت‌های مورد نیاز در مراحل آخر فرایند کارآفرین یعنی بررسی فرصت (مهارت‌های انتخاب، تصمیم‌گیری، قضاوت و ...) و بهره برداری از فرصت (مهارت‌های مسئولیت-پذیری، مدیریت و ...) برخوردارند. اما در مهارت‌های لازمه برای مرحله اول فرایند کارآفرینی یعنی فرصت‌شناسی (مهارت‌های جست‌وجو و تجزیه و تحلیل اطلاعات، شبکه‌های فردی و اجتماعی، برقراری ارتباط، ...) که نقطه شروع کننده فرایند کارآفرینی

است، با کمبود بیشتری مواجه هستند. از این رو، شاید بتوان گفت که یکی از علت‌های اعتقاد دانشجویان مورد مطالعه تحقیق حاضر مبنی بر اینکه "در صورتی فرصت و منابع کافی در اختیار داشته باشیم، مسلماً کسب و کار جدیدی را راه اندازی خواهیم کرد" می‌تواند عدم تسلط کافی آنان به مهارت‌های مورد نیاز این مهم یعنی مهارت‌های فرصت‌شناسی باشد. در مطالعه‌ای که بر روی دانشجویان دانشگاه‌های اصفهان صورت گرفت، نتایج تحقیق لیاگاتر و همکاران (Liyaghatdar et al) (۲۰۰۹) و ویج و بال (Vij & Ball) (۲۰۰۲) نشان داد که از نظر دانشجویان اهداف برنامه‌درسی دانشگاه‌ها در ارتقای این مهارت‌های فرصت‌شناسی چندان خوب عمل نکرده است. در برخی تحقیقات مشابه به کمبودهای مهارتی فوق و ارتقای بیشتر آنان در برنامه‌های درسی اشاره شده است از جمله تحقیق رابینسون و گارتون (Rabinson & Garton) (۲۰۰۷) که با کاربرد مدل بوریچ، ارتقا مهارت‌هایی از جمله مدیریت مؤثر زمان و ارتباطات را به عنوان نیازهای اساسی بیان کردند. و یا برل (Berle) (۲۰۰۷) که به نقل از Madol et al (۲۰۰۳) مواردی از جمله کارگروهی، مهارت‌های ارتباطات، تفکر خلاق به منظور شمول در طراحی یک دوره آموزشی را به دلیل اهمیت کاربردی این مهارت‌ها در امر آموزش پیشنهاد کرد. بنابراین، وجود این مهارت‌ها برای آغاز یک فعالیت کارآفرینانه امری حیاتی است.

مهارت‌های عمومی کارآفرینی می‌تواند در آماده‌سازی فرد برای شروع یک کسب و کار موفق تأثیر مستقیم و مثبتی داشته باشد. با این تفسیر که هر اندازه فرد به مهارت‌های عمومی کارآفرینی تسلط بیشتری داشته باشد به احتمال بیشتر، نسبت به توانایی خود به منظور راه‌اندازی فعالیت کارآفرینانه اعتماد بیشتری داشته و همین امر منجر می‌شود که تمایل مثبت‌تری به سمت شروع فعالیت کارآفرینانه پیدا کرده و به منظور اجرای ایده خود مصمم‌تر شود. در بسیاری تحقیقات به تأثیر مهارت‌های عمومی بر آمادگی شغلی فرد اشاره شده است (Pezeshkiran et al, 2005; Groot & Van Den Brink, 2000; Moreau & Leathwood, 2006; McQuaid, 2006). در خصوص رابطه مستقیم و مثبت نگرش با تمایل نیز باید اذعان داشت که افرادی که رفتار کارآفرینانه را مطلوب دریافت می‌کنند و نگرش مثبتی به سمت آن دارند افرادی

هستند که توانایی دریافت و ادراک فرصت‌ها را خواهند داشت و این افراد در جایی که دیگران قادر به این کار نیستند، بدون شک از قابلیت‌های شناسایی فرصت‌های خودشان آگاه هستند و بنابراین آن را به همان صورت مطلوب دریافت خواهند کرد. هنگامی که آنان کارآفرینی را به عنوان امری شدنی و امکان‌پذیر درک کنند، احتمال بیشتری وجود دارد که تمایلات کارآفرینانه پایدارتری به وجود آید (Drnovsek & Erikson, 2005). در روان‌شناسی اجتماعی و تئوری‌های شناختی نیز، ادراکات متعددی از نقش برخی عقاید و نگرش‌ها در پدیده خلق یک کار جدید ارائه شده است (Barbosa et al, 2006) که مؤید تأثیر نقش نگرش بر تمایل به شروع یک کسب و کار کارآفرینانه است (مانند Linan et al (۲۰۰۵)، DeGeorge & Fayolle (۲۰۰۵)، Linan (۲۰۰۵)، Moriano et al (۲۰۰۶) و Moriano et al (۲۰۰۷) الف؛ ب).

متغیر حمایت دانشگاه از کارآفرینی، بیشترین اثر مستقیم و مثبت را بر متغیر مهارت‌های عمومی کارآفرینی دانشجویان داشته است. در تفسیر این یافته می‌توان بیان داشت که هر اندازه دانشگاه حمایت‌های آموزشی، شناختی و غیر شناختی بیشتری برای دانشجویان خود فراهم سازد، زمینه بیشتری برای تقویت مهارت‌های عمومی کارآفرینی آنان به وجود می‌آید. از این رو، دانشجویان با اطمینان و آگاهی بیشتری از توانایی‌های خود به منظور تکرار و یا خلق یک رفتار کارآفرینانه جدید گام بر می‌دارند. تحقیق لینان (Linan) (۲۰۰۵) نیز نشان می‌دهد که حمایت‌های کارآفرینی از جمله حمایت‌های مالی هر چند در حد محدود، برای دانشجویانی که خواستار آزمایش ایده‌های خود در یک مقیاس کوچک‌تر هستند می‌تواند بسیار مؤثر باشد. تجربه دانشکده کشاورزی دانشگاه رازی در این زمینه بسیار سازنده است. این دانشکده با در اختیار قرار دادن فرصت‌های کارآفرینانه برای دانشجویان موجب شده که این افراد بتوانند از محیط دانشگاهی و نظری فاصله بگیرند و به دنیای جدید اشتغال وارد می‌شوند و در آن به کسب مهارت‌ها و تجربیاتی می‌پردازند که تا به حال آنها را تجربه نکرده‌اند (Rostami et al, 2011).

این در حالی است که حمایت دانشگاه از کارآفرینی و هنجارهای ذهنی هیچ گونه اثر مستقیم و معنی‌داری را بر متغیر وابسته تمایل کارآفرینانه دانشجویان نداشته‌اند. نقش

ضعیف هنجارهای جامعه در تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده آژن در برخی از تحقیقات پیشین نیز به اثبات رسیده، به گونه‌ای که در برخی از این مطالعات، هنجارهای ذهنی به طور کلی از مدل حذف شده است (Veciana et al, 2005). در همین راستا، آژن (Azjen) (۱۹۹۱) با انجام ۱۹ مطالعه بر روی تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده دریافت که در ۱۱ مورد از این ۱۹ پژوهش، هنجارهای جامعه دارای ضرایب رگرسیون غیر معنی دار یا منفی بوده است (Linan, 2005). بنابراین، به زعم آژن (Azjen) (۱۹۸۷)، هنجارهای جامعه سهم ضعیفی در تبیین نیت برای انجام رفتارهای مختلف، به ویژه برای موضوعات با مرکز کنترل درونی بالا دارد (Krueger et al., 2000; Autio et al., 2007b; Moriano et al., 2007b; Linan et al., 2005). با وجود این، حمایت دانشگاه از کارآفرینی به طور غیر مستقیم از طریق نگرش نسبت به کارآفرینی، باور به خودکارآمدی، هنجارهای ذهنی و مهارت‌های عمومی کارآفرینی بر تمایل کارآفرینانه دانشجویان تأثیر خواهد گذاشت. فرانک و لوتج (Franke & Luthje) (۲۰۰۴) و کدوراس و همکاران (Coduras et al) (۲۰۰۸) اخیراً دریافتند که آموزش کارآفرینی و حمایت‌های دانشکده از کارآفرینی بر تمایلات کارآفرینانه دانشجویان اثر مثبتی دارد. بسیاری از محققان معتقدند که آموزش کارآفرینی بر رفتار کنونی و تمایلات آینده فراگیران تأثیر می‌گذارد (Fayolle et al, 2005). از این رو، در تحقیقات پیشین، کاربرد تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده در ارزیابی برنامه‌های آموزش کارآفرینی مورد تأیید واقع شده است (Fayolle & Gailly, 2004; Fayolle et al, 2005). نتایج پژوهش حاضر نیز با بهره‌گیری از تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده آژن، منجر به تأیید فرض مبنی بر تأثیر معنی‌دار حمایت‌های کارآفرینی بر نگرش نسبت به کارآفرینی و هنجارهای ذهنی دانشجویان شد. از طرفی، به دلیل وجود رابطه علی میان نگرش نسبت به کارآفرینی و تمایل کارآفرینانه، شاید بتوان استدلال کرد که حمایت‌های کارآفرینی در دانشگاه بر تمایل کارآفرینانه نیز اثر مثبتی خواهد داشت. در تحقیقات دیگر نیز نتیجه اخیر مورد تأیید قرار گرفته است (Barbosa et al, 2006; Souitaris et al, 2007; Peterman et al, 2003; Degeorge & Kennedy, 2003; Saeidi mehrabadi & Mohtad, 2008; Fayolle, 2005; Fayolle & Gailly, 2004; Otman aneizi et al, 2010).

منابع

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50: 179-211.
- Alexei, T., & Kolvereid, L. (1999). Self employment intentions among Russian students. *Entrepreneurship and Region Development*, 11(3): 269-271.
- Amiri, A. and Moradi, Y. (2008). Determining the students' entrepreneurial intention and its constraints. *Journal of Research and Planning in Higher Education*. 49, p. 45-67(In Persian).
- Autio, E., Keeley, R. H., Klofsten, M., Parker, G. G. C., & Hay, M. (2001). Entrepreneurial Intent among Students in Scandinavia and the USA. *Enterprise and Innovation Management Studies*, 2(2):145-160.
- Audet, J. (2002). *A longitudinal study of the entrepreneurial intentions of university students*. Paper presented at the frontiers of entrepreneurship research, Babson Collee, Wellesley.
- 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.
- Baron, R. A. (2002). *OB and entrepreneurship: The reciprocal benefits of closer conceptual links*. In B. M. Staw & R. M. Kramer (Eds.), *Research in Organizational Behavior An annual series of analytical essays and critical reviews*. Oxford: Elsevier Science, 24: 225-270.
- Bartlett, J. E. & Kotrlik, J. W. & Higgins, C. C. (2001). Organizational research: Determining appropriate sample size in survey research. *Information Technology, Learning, and Performance Journal*, 19(1): 43- 50.
- Berle, D. (2007). Employer preferences in landscape horticulture graduates: Implications for college programs. *NACTA Journal*, 51(1): 21-25.
- Besich, M. (2008). *On the edge: sticking a business toolbox for artists*, USASBE2008, page 0418.
- Carton, R.B. & Hofer, C.W. & Meeks, M. D. (1998). *The Entrepreneur and Entrepreneurship: Operational Definitions of Their Role in Society*. Paper presented at the frontiers of entrepreneurship research, Babson College, Wellesley.
- Coduras, A. & Urbana, D. & Rojas, A. & Martnez, S. (2008). The relationship between university support to entrepreneurship with entrepreneurial activity in Spain: A gem based analysis. *Int. Adv. Ecu. Res.*, 14: 395-406.
- Davidsson, P. & Henrekson, M. (2002): Determinants of the prevalence of start-ups and high-growth firms, *Small Business Economics*, 19(2):81.
- 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.
- 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.
- Drnovsek, M. & Erikson, T. (2005). *Competing models of entrepreneurial intentions*. NTNU: Norway.
- Fayolle, A. & Gailly, B. (2004). Using the Theory of Planned behavior to assess entrepreneurship Teaching programs: A first experimentation. *14 th Annual IntEnt conference*. University of Napoli Federico II: 4-7 July 2004, Italy.
- Fayolle, A. & Gailly, B. & Lassas-Clerc, N. (2005). *Effect and counter-effect of entrepreneurship education and social context on student's intentions*. IntEnt conference, 2005: School of Management, University of Surrey, France.
- Franke, N. & Luthje, C. (2004). Entrepreneurial intentions of business students: A benchmarking study. *International Journal of Innovation & Technology Management*, 1(3): 269-288.
- Fueglistaller, u. & Klandt, H. & Halter, F. & Müller, CH. (2008). *An international comparison of entrepreneurship among students*, International report of the Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey project (GUESSS 2008). Swiss Institute for Small Business and Entrepreneurship at the University of St.Gallen.
- Gnyawali, D. & Fogel, D. (1994): Environments for entrepreneurship development: Key dimensions and research implications, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(4):43-62.
- Groot, W., & Van Den Brink, H.M. (2000). Education, training and employability. *Applied Economics*, 32(5): 573-581.
- Jalali, KH. (2003). Organizing employment of agricultural and natural resources graduates. *Journal of Agricultural and Natural Resources Association*, 2: 19-23(In Persian).
- Jerusalem, M., & Schwarzer, R. (1992). *Self-efficacy as a resource factor in stress appraisal processes*. In: R. Schwarzer (ed.). *Self- efficacy. Thought control of action* Washington: Hemisphere Publishing Corp, 195-213.
- Kraaijenbrink, J. & Bos, G. & Groen, A. (2010). What do students think of the entrepreneurial support given by their universities? *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 9(1): 110-125.
- Krueger, N. F. JR. & Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15: 411-432.
- Ladzani, W. & Van Vuuren, J. (2002); Entrepreneurship training for emerging SMEs in South Africa, *Journal of Small Business Management*, 40(2):154-161.
- 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.), San Francisco: Jossey-Bass, 255-311.
- Liaghatdar, M. & Foroughiabari, A. & Abedi, M. & Vasefian, F. (2009). Determining the accountability of university curriculum in

- entrepreneurship behavior: A case of public and private universities in Isfahan province. *Journal of Entrepreneurship Development*, 2(5):109-138 (In Persian).
- Linan, F. (2005). *Development and validation of an Entrepreneurial Intention Questionnaire (EIQ)*. IntEnt 2005 conference, School of Management, University of Surrey, France.
- Linan, F. (2004). *Intention-based models of entrepreneurship education*. 14 th Annual IntEnt conference. University of Napoli Federico II: 4-7 July 2004, Italy.
- Linan, F. & Rodrigues-cohard, J. & Rueda-Cantuche, J.M. (2005). *Factors affecting entrepreneurial intention levels*. 45 th Congress of the European Regional Science Association, 23-25 august, Amsterdam.
- Luthje, CH. & Franke, N., (2002). *Fostering entrepreneurship through university education and training: Lessons from Massachusetts institute of technology*, 2nd Annual Conference on Innovative Research in Management, May 9-11, 2002, Stockholm, Sweden.
- Maas, G. & Herrington, M. (2006). *Global entrepreneurship monitor South Africa report*.
- Mahmood Abbad, M. & Morris, D. & Nahlik, K. (2009). Looking under the bonnet: Factors affecting student adoption of e-learning systems in Jordan. *International Review of Research in Open and Distance Learning*, 10(2): 1-19.
- McQuaid, R.W. (2006). Job search success and employability in local labor markets. *Ann Reg Sci*, 40: 407-421.
- Moriano, J. A. & Gomez, A. & Palaci, F. J. (2007). *A psychosocial model of entrepreneurial intentions*. Xth European congress of Psychology, Prague: Czech Republic.
- Moriano, J. A. & Palaci, F. J. & Morales, J. F. (2007). The psychological profile of university entrepreneur. *Psychology in Spain*, 11(1): 72-84.
- Moriano, J.A.L. & Gorgievski, M. (2007). *Psychology of entrepreneurship: Research and reduction*. UNED, Inc., Spain.
- Moriano, J. A. & Gomez, A. & Palaci, F. J. & Morales, J.F. (2006a). *Are entrepreneurs individualistic or collectivistic?* 26 th International Congress of Applied Psychology. Athens. Greece.
- Moriano, J. A., Palaci, F. J., & Morales, J. F. (2006b). *The entrepreneurial intention of university student in Spain*. UNED, Inc., Spain.
- Moreau, P. & Leathwood, C. (2006). Graduates' employment and the discourse of employability: A critical analysis. *Journal of Education and Work*, 19(4): 305-324.
- Naktiyok, A. & Karabey, C. N. & Gullunce, A C. (2009). *Entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intention: The Turkish case*. Int. Entrep. Manag. J.
- Nouripour, J. (2011). *Entrepreneurship and strategies in agricultural graduate employment*. *Agricultural graduate employment Conference Proceedings*. Tarbiat Modares University, Tehran (In Persian).
- Otman aneizi, I. & Bakar, H. & Yeng Keat, O. (2010). *Impact of*

- entrepreneurship education on the intention toward entrepreneurship: A comparison study among Libyan students in Malaysia and Libya.* Retrieved 10 2010 July from: <http://cob.uum.edu.my/.../028%20F-%20Ooi%20Yee%20Keat%20Full%20Paper.pdf>
- Oosterbeek, H. & C.van praag, M. & Ijsselstein, A. (2008). *The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship competencies and intentions.* Tinbergen Institute Discussion Paper, University of Amsterdam, Netherlands.
- Peterman, n. & Kennedy, J. (2003). Enterprise education: Influencing students' perceptions of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28 (2): 129-144.
- Pezeshki Rad, Gh. & Mohamadzadeh nasrabadi, M, & Bruening, T. (2005). *An assessment of vocational and technical higher education effect on employment in the north western provinces, Iran.* AIAEE Proceeding of the 21st Annual Conference, San Antonio, TX. pp. 420-430.
- Rabinson, J.Sh. & Garton, B.L. (2007). *An assessment of the employability skills needed by college of agriculture, food and natural resources graduates at the university of Missouri-Columbia.* Proceeding of the 2007 AAAE Research Conference, 34: 385-401.
- Rostami, F. & Geravandi, SH, & Zarafshani, K. (2011). A phenomenological study of students experiences in starting a business venture: A case of Agricultural College at Razi University. *Journal of Entrepreneurship Developemnt*. 4(14): 87-105(In Persian).
- Saeidi mehrabadi, M. & Mohtadi, M. M. (2008). Effectiveness of entrepreneurship education on the entrepreneurial behaviors. *Development of Entrepreneurship*, 1(2): 57-73. (In Persian)
- Saedikia, M. (2011). *Principles and fundamentals of entrepreneurship.* Kia Publishing Tehran (In Persian).
- Sadeghi, M. & Malekinia, E. (2011). Evaluating students in entrepreneurship environment and its relations to entrepreneurship intention. *Journal of Research and Planning in Higher Education*. 59: 69-89 (In Persian).
- Scheepers, MJ. & Solomon, G. & de Vries, A. (2009). *Entrepreneurial Intentions and Behaviour of South African University Students*, Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey: South African Report 2008-2009, (GUESSS 2009). Department of Business Management, University of Stellenbosch, July 2009.
- Shook, C.L. & Priem, R. L. & Mcgee, J. E. (2003). Venture creation and the enterprising individual: a review and synthesis, *Journal of Management*, 29 (3): 379-399.
- Seibert, M. & Harris, M. (2006). *The identification of strategic management counseling competencies, essential for small business counselors: an exploratory study*, USASBE2006.
- Shane, S. & Locke, E. A. & Collins, C. J. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review*, 13: 257- 279.
- Shane, S. & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1): 217-226.

- 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: 566-591.
- Stajkovic, A.D. & Luthans, F. (1998). Social cognitive theory and self-efficacy: going beyond traditional motivational and behavioral approaches. *Organizational Dynamics*, 26: 62- 74.
- Tkachev, A. & Kolvereid, L. (1999). Self-employment intentions among russian students. *Entrepreneurship and Regional Development*, 11(3): 269-271.
- Van Gelderen, M. & Brand, M. & Van Praag, M. & Bodewes, W. & Poutsma, E. & 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. & Urbano, D. (2005). University student's attitudes towards entrepreneurship: A two countries comparison. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1(2):165-182.
- Vij, V. & Ball, s. (2002). *Exploring the Impact And Effect of Entrepreneurship Programmes on University Undergraduates*, Internationalizing Entrepreneurship Education and Training (IntEnt).
- Voigt, K. I. & Brem, A. & Scheiner, Ch. (2006). *Entrepreneurship education and the study cooperation-approach-research from Quantitative empirical analysis*. IntEnt conference, Monday 10 July 2006, São Paulo, Brazil.
- Zarafshani, K. & Nouri, A. & Parvin, N. & Barani, S. (2010). *Determining factors influencing students' intention in starting a business venture in agricultural Applied and Scientific University*. Research Report, Razi University (In Persian).
- Zimmerman, M. & Chu, H. (2010). *Motivation, success, and problems of entrepreneurs in Venezuela*, USASBE2010, page 0375.