

## رابطه بین خودکارآمدی کارآفرینانه با قصد کارآفرینانه: نقش تعدیلگری جنسیت

روح اله رضائی<sup>۱</sup>

### چکیده

هدف اصلی این تحقیق بررسی رابطه بین قصد کارآفرینانه و خودکارآمدی کارآفرینانه دانشجویان رشته‌های کشاورزی و آزمون اثر تعدیلگری متغیر جنسیت در این رابطه بود. جامعه آماری تحقیق شامل ۴۶۹ نفر از دانشجویان کارشناسی ارشد دانشکده کشاورزی دانشگاه زنجان بود که تعداد ۲۸۵ تن از آن‌ها از طریق روش نمونه‌گیری طبقه‌ای با انتساب متناسب انتخاب شدند. برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه‌های استاندارد استفاده شد. روایی محتوایی پرسشنامه با نظر کارشناسان و متخصصان تأیید شد. به منظور تعیین قابلیت اعتماد ابزار تحقیق پیش‌آزمون انجام شد که مقدار آلفای کرونباخ محاسبه‌شده برای مقیاس‌های اصلی پرسشنامه در حد مناسب (در دامنه بین ۰/۷۹۲ تا ۰/۸۸۷) بود. داده‌های گردآوری‌شده با نرم‌افزارهای SPSS<sub>win20</sub> و AMOS<sub>20</sub> تجزیه و تحلیل شد. نتایج تحقیق نشان داد که خودکارآمدی کارآفرینانه اثر مثبت و معناداری بر قصد کارآفرینانه داشت و در حدود ۴۰ درصد از واریانس آن را تبیین کرد. همچنین، براساس نتایج تحقیق مشخص شد که متغیر جنسیت از اثر تعدیلگری در رابطه بین قصد کارآفرینانه و خودکارآمدی کارآفرینانه برخوردار بود؛ به‌نحوی که این رابطه برای دانشجویان دختر غیرمعنادار، ولی برای دانشجویان پسر مثبت و معنادار بود.

### کلیدواژگان

جنسیت، خودکارآمدی کارآفرینانه، دانشجویان کشاورزی، قصد کارآفرینانه.

## مقدمه

در دو دهه اخیر، از زمانی که نوآوری و ریسک‌پذیری به منزله عوامل حیاتی تعیین‌کننده رشد اقتصادی و تولید ثروت در کشورهای مختلف مورد توجه قرار گرفته‌اند، اهمیت زیادی از سوی محققان و سیاستگذاران به کارآفرینی و ایجاد کسب‌وکارهای جدید داده شده است [۲۷]. اگرچه، به منظور تسهیل توسعه و تسریع فرایند کارآفرینی ضروری است تا مؤلفه‌های اصلی تأثیرگذار بر کارآفرین شدن افراد بررسی و شناسایی شوند [۳۸] که در این زمینه، به‌رغم پژوهش‌های انجام‌شده در سال‌های اخیر، شناخت بسیار اندکی شکل گرفته است. در این راستا، سوگیری تحقیقات جدید بر روی عوامل روان‌شناختی-اجتماعی با تأکید بر متغیرهایی همچون خودکارآمدی، به ایجاد درک بهتری از فرایندهای کارآفرینی منجر شده است [۲۲].

نتایج مطالعات مختلف حاکی از آن است که خودکارآمدی به‌منزله یکی از متغیرهای مهم پیش‌بینی‌کننده تنظیم، استمرار، و دستیابی به هدف‌های چالش‌برانگیز [۴۵] از جمله راه‌اندازی و توسعه کسب‌وکارهای کارآفرینانه به‌شمار می‌رود [۲۴؛ ۴۶]. سیوارجا و آکچوتان (۲۰۱۳) بر این باورند که خودکارآمدی کارآفرینانه نقش تعیین‌کننده‌ای در ایجاد قصد کارآفرینانه و تبدیل آن به رفتار و فعالیت‌های کارآفرینانه دارد [۴۴]. از سوی دیگر، مرور ادبیات در حوزه روانشناسی شغلی بیانگر آن است که شواهد فراوانی وجود دارد که جنسیت یک متغیر اصلی در درک تفاوت بین خودکارآمدی شغلی مردان و زنان محسوب می‌شود؛ در این خصوص، براساس نتایج تحقیقات متعدد، زنان بنا به دلایل مختلف، به‌ویژه وجود کلیشه‌های جنسیتی رایج و تصور ذهنی مبنی بر نداشتن قابلیت‌ها و توانایی‌های لازم، سطح خودکارآمدی پایین‌تری نسبت به مردان دارند [۱۱؛ ۱۲] که این مسئله سبب شده است تا آن‌ها از تمایل/ قصد کارآفرینانه پایین‌تری نیز برخوردار باشند [۲۴؛ ۲۵]. با توجه به مطالب اشاره‌شده در خصوص تأثیر خودکارآمدی کارآفرینانه بر قصد کارآفرینانه از یک‌سو و وجود تفاوت جنسیتی و پایین‌تر بودن سطح خودکارآمدی کارآفرینانه در زنان نسبت به مردان از سوی دیگر، پرسش اساسی این تحقیق این بود آیا رابطه بین قصد کارآفرینانه و خودکارآمدی کارآفرینانه می‌تواند برای دانشجویان دختر و پسر متفاوت باشد یا خیر؟ به عبارت دیگر، آیا متغیر جنسیت از اثر تعدیل‌کنندگی در رابطه بین خودکارآمدی و قصد کارآفرینانه برخوردار است یا خیر؟ براساس پرسش طرح‌شده، این تحقیق با هدف اصلی بررسی رابطه قصد کارآفرینانه با خودکارآمدی کارآفرینانه با تأکید بر نقش تعدیلگری جنسیت در بین دانشجویان رشته‌های کشاورزی دانشگاه زنجان انجام گرفت.

## تعریف مفاهیم

### الف) قصد کارآفرینانه

قصد کارآفرینانه به‌منزله یکی از مشخصه‌های رفتاری افراد، از عوامل اصلی تأثیرگذار در

شکل‌گیری و بروز رفتار کارآفرینانه به‌شمار می‌رود [۹]؛ به‌نحوی که بیشتر محققان بر این باورند که بخش عمده‌ای از آنچه فعالیت کارآفرینی نامیده می‌شود نتیجه مستقیم قصد افراد و فعالیت‌های متعاقب آن در یک دوره زمانی مشخص است [۱۸]. در تحقیقات پیشین، تعاریف مختلفی از قصد کارآفرینانه ارائه شده و مقیاس‌های گوناگونی نیز برای سنجش آن به کار گرفته شده است [۲۹؛ ۴۰؛ ۴۲]. بیرد (۱۹۸۸) قصد کارآفرینانه را حالت آگاهی ذهنی می‌داند که جهت‌دهنده اقدامات فردی برای راه‌اندازی و توسعه کسب‌وکار جدید یا فعالیت کارآفرینانه است [۱۴]. لوتجه و فرانک (۲۰۰۳) قصد کارآفرینانه را به‌منزله آمادگی برای شروع کسب‌وکار ریسک‌پذیر و نگرش مساعد نسبت به خوداشتغالی تعریف کرده‌اند [۳۲]. به همین منوال، اچمیلسکی و کوربت (۲۰۰۶)، در یک تعریف ساده، قصد کارآفرینانه را گرایش/ تمایل افراد برای شروع کسب‌وکار با رشد سریع مد نظر قرار داده‌اند [۲۸]. با در نظر گرفتن تعاریف اشاره‌شده، در یک برداشت جامع، می‌توان قصد کارآفرینانه را تمایل و آمادگی ذهنی افراد برای راه‌اندازی کسب‌وکار جدید با سرعت رشد بالا با هدف ارزش‌افزایی و کسب سود در نظر گرفت [۲۴].

شواهد متعددی وجود دارند که نشان می‌دهند فرهنگ یک جامعه، هنجارهای ذهنی، و مشخصه‌های فردی نقش اساسی در تعیین قصد و رفتار کارآفرینانه ایفا می‌کنند [۸]. در این میان، جنسیت یکی از متغیرهای مهم فردی تأثیرگذار بر قصد کارآفرینانه است؛ به‌نحوی که بر اساس آن، سطح قصد کارآفرینانه بین مردان و زنان متفاوت است و زنان از قصد کارآفرینانه پایین‌تری برخوردارند [۱۷؛ ۳۳]. با توجه به این مسئله، شمار زنانی که درگیر راه‌اندازی و ایجاد یک کسب‌وکار کارآفرینانه می‌شوند، به‌طور معنادار و قابل توجهی کمتر از مردان است [۱۹؛ ۳۵].

### ب) خودکارآمدی کارآفرینانه

مفهوم خودکارآمدی برآمده از نظریه یادگیری اجتماعی است که به باور افراد درباره توانایی و ظرفیت خود برای انجام‌دادن یک فعالیت خاص اشاره دارد [۱۰]. در تعریف دقیق‌تر، خودکارآمدی به‌منزله باور یک فرد در به حرکت درآوردن انگیزه‌ها و منابع شناختی خود و انجام‌دادن اقداماتی برای رسیدن به یک هدف خاص در نظر گرفته شده است [۴۷]. نظریه‌پردازان متعددی در حوزه کارآفرینی بر این نکته تأکید دارند که خودکارآمدی نقش کلیدی در فرایند ایجاد کسب‌وکارها ایفا می‌کند [۳۸]. در این خصوص، بوید و وزیکیس (۱۹۹۴) بیان می‌دارند که خودکارآمدی بر توسعه و تقویت قصد کارآفرینانه تأثیر داشته و بنابراین، احتمال ایجاد کسب‌وکار را افزایش می‌دهد؛ درحقیقت، یک فرد زمانی از قصد کارآفرینانه برای ایجاد کسب‌وکار جدید یا انجام‌دادن یک فعالیت کارآفرینانه برخوردار خواهد بود که سطح خودکارآمدی بالایی داشته و اعتماد کافی به توانایی‌ها و قابلیت‌های خود برای استفاده از یک فرصت خاص داشته باشد [۱۵].

با در نظر گرفتن اهمیت خودکارآمدی در شکل‌گیری و توسعه قصد کارآفرینانه، در سال‌های اخیر توجه زیادی از سوی محققان و صاحب‌نظران مختلف به تحقیق در این حوزه، به‌ویژه با در نظر گرفتن تفاوت‌های جنسیتی در شکل‌گیری خودکارآمدی، جلب شده است [۱۶]. در این زمینه، نتایج تحقیقات حاکی از آن است که کارآفرینان زن برحسب ویژگی‌هایی همچون سن، سطح تحصیلات، مهارت‌های تأمین منابع مالی، و به‌طور قابل توجهی از نظر سطح خودکارآمدی از مردان کارآفرین متفاوت بوده و در مقایسه با آن‌ها از خودکارآمدی پایین‌تری برخوردارند [۱۶؛ ۲۴؛ ۳۸]. یکی از دلایل این موضوع را می‌توان به تفاوت‌های روان‌شناختی بین زنان و مردان نسبت داد؛ مردان از سطح اعتماد بالاتری به توانایی‌های خود برای انجام دادن اقدامات کارآفرینانه از قبیل توسعه یک ایده جدید برای ایجاد کسب‌وکار، تأمین منابع پولی مورد نیاز برای آن، و استخدام و مدیریت منابع انسانی لازم برخوردارند. افزون بر این، فرایند اجتماعی شدن زنان با مردان متفاوت است که این موضوع روی انتظارات و آرزوهای شغلی/ حرفه‌ای زنان، از جمله تمایل آن‌ها برای کارآفرین شدن، تأثیرگذار است [۳۷؛ ۴۱].

### پیشینه تحقیق

فولادی و باغبانی (۱۳۹۳) در تحقیقی نشان دادند که متغیر خودکارآمدی کارآفرینانه در حدود ۳۶/۴ درصد از واریانس متغیر قصد کارآفرینانه را تبیین و پیش‌بینی می‌کند [۶]. کرونایچ و همکاران (۱۳۹۳) در بررسی تأثیر مؤلفه‌های زمینه‌ای بر قصد کارآفرینانه در دانشجویان کشور مشخص کردند که هرچند میانگین قصد کارآفرینانه دانشجویان پسر از دانشجویان دختر بالاتر بود، با توجه به نتایج آزمون *t*، این تفاوت به لحاظ آماری معنادار نبود [۷]. زرافشانی و سلیمانی (۱۳۹۰) در تحقیق خود دریافتند که ۵۴ درصد از تغییرات متغیر قصد کارآفرینانه را دو متغیر نگرش به کارآفرینی و باور به خودکارآمدی کارآفرینانه تبیین می‌کنند [۳]. فولادچنگ (۱۳۸۸) در بررسی مقایسه‌ای باورهای خودکارآمدی شغلی دختران و پسران دبیرستانی به این نتیجه رسید که برخلاف مشاغل زنان، دختران در مشاغل مردانه سطح پایین‌تری از خودکارآمدی دارند [۵]. به همین منوال، نتایج تحقیق شهنی و همکاران (۱۳۸۲) حاکی از آن بود که دانش‌آموزان پسر از باورهای خودکارآمدی بالاتری نسبت به دانش‌آموزان دختر برخوردار بودند [۴].

گلوریا و همکاران (۲۰۱۳) در مطالعه اثرات کلیشه‌های جنسیتی بر رابطه بین خودکارآمدی کارآفرینانه با قصد کارآفرینانه دریافتند که جنسیت از اثر منفی و معناداری بر رابطه خودکارآمدی و قصد کارآفرینانه زنان برخوردار بوده و زنان تمایل و قصد پایین‌تری برای شروع کسب‌وکارهای کارآفرینانه دارند [۲۴]. بارنیر و همکاران (۲۰۱۱) در مطالعه خود روابط بین مدل‌های نقش، خودکارآمدی، قصد کارآفرینانه، و جنسیت را بررسی کرده‌اند. نتایج این تحقیق حاکی از آن بود که متغیر جنسیت نقش تعدیلگری در رابطه بین خودکارآمدی کارآفرینانه و

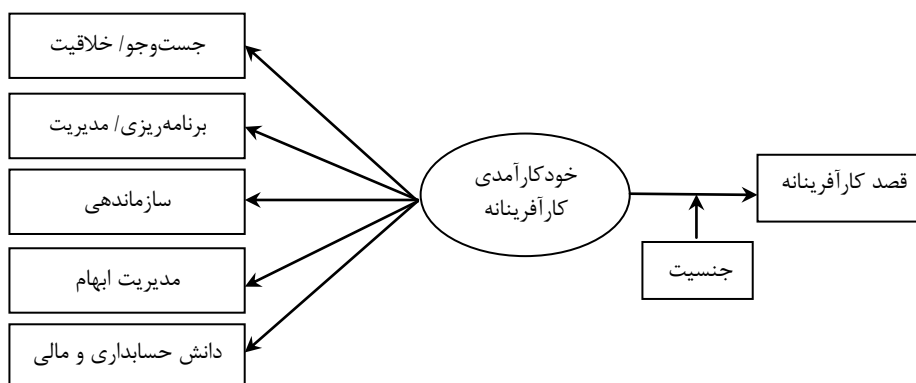
قصد شغلی دانشجویان کارشناسی مطالعه شده در دانشگاه جنوب غربی نیومکزیکو داشت [۱۳]. شائوهوی و همکاران (۲۰۱۱) در مطالعه روابط بین خودکارآمدی کارآفرینانه، قصد کارآفرینانه، نگرش کارآفرینانه، و مدل‌های نقش مشخص کردند که رابطه بین خودکارآمدی و قصد کارآفرینانه به‌طور معناداری تحت‌تأثیر مدل‌های نقش و جنسیت قرار دارد؛ به‌نحوی که این رابطه برای دانشجویان دختر غیرمعنادار، ولی برای دانشجویان پسر مثبت و معنادار بود [۴۳]. در مطالعه دیگری، موی و لوک (۲۰۰۸) در بررسی قصد کارآفرینانه شغلی با رویکرد روان‌شناختی در بین دانشجویان چهار دانشگاه چین و هنگ‌کنگ به این نتیجه رسیدند که متغیرهای جنسیت و نقش والدین تأثیر مثبت و معناداری بر رابطه بین قصد کارآفرینانه و خودکارآمدی کارآفرینانه دارد و در این رابطه نقش میانجی جزئی را ایفا می‌کند [۳۶]. ویلسون و همکاران (۲۰۰۷) در پژوهشی به بررسی رابطه بین جنسیت، خودکارآمدی کارآفرینانه، و قصد کارآفرینانه به منظور ارائه راهکارهایی برای آموزش کارآفرینی پرداخته‌اند. براساس نتایج این تحقیق، مشخص شد که بین خودکارآمدی کارآفرینانه و قصد کارآفرینانه دانشجویان مدیریت کسب‌وکار رابطه مثبت و معناداری وجود داشت و این رابطه برای دانشجویان پسر قوی‌تر از دانشجویان دختر بود [۴۶].

## مدل مفهومی پژوهش

با توجه به مطالب اشاره شده در بخش‌های پیشین، در این بخش مدل نظری پژوهش ترسیم شد (تصویر ۱). در این خصوص، با استناد بر نتایج مطالعات متعدد همچون فولادی و باغبانی (۱۳۹۳)، شائوهوی و همکاران (۲۰۱۱)، موی و لوک (۲۰۰۸)، و ویلسون و همکاران (۲۰۰۷) رابطه بین متغیرهای مطالعه شده در جهت تأثیر مثبت خودکارآمدی کارآفرینانه بر قصد کارآفرینانه شکل گرفت و با توجه به نتایج پژوهش‌های مختلف، به‌ویژه گلوریا و همکاران (۲۰۱۳)، بارنیر و همکاران (۲۰۱۱)، و ویلسون و همکاران (۲۰۰۷)، متغیر جنسیت به‌منزله متغیر تعدیلگر در رابطه بین خودکارآمدی کارآفرینانه و قصد کارآفرینانه به مدل افزوده شد. همچنین، برای شناسایی متغیرهای مرتبط با قصد کارآفرینانه از مقیاس‌های توسعه داده شده در پژوهش‌های دی‌نابل و همکاران (۱۹۹۹) و مک‌گی و همکاران (۲۰۰۹) و شناسایی مؤلفه‌های خودکارآمدی کارآفرینانه از مقیاس‌های به‌کاررفته در مطالعات ینان و چن (۲۰۰۹) و لورز (۲۰۱۱) استفاده شد.

براساس مدل نظری پژوهش، دو فرضیه اصلی این تحقیق عبارت‌اند از:

۱. خودکارآمدی کارآفرینانه بر قصد کارآفرینانه دانشجویان رشته‌های کشاورزی اثر مثبت و معناداری دارد (فرضیه ۱)؛ و ۲. متغیر جنسیت در رابطه بین خودکارآمدی کارآفرینانه و قصد کارآفرینانه دانشجویان رشته‌های کشاورزی اثر تعدیل‌کنندگی دارد (فرضیه ۲).



تصویر ۱. مدل نظری پژوهش

## روش تحقیق

این تحقیق از نظر ماهیت از نوع تحقیقات کمی، با توجه به هدف از نوع تحقیقات کاربردی و به لحاظ نحوه گردآوری داده‌ها، جزء تحقیقات توصیفی-همبستگی است که از بین روش‌های همبستگی، از روش تحلیل کوواریانس-واریانس بهره برده است. جامعه آماری این تحقیق را ۴۶۹ نفر از دانشجویان کارشناسی ارشد دانشکده کشاورزی دانشگاه زنجان (شامل ۱۹۹ دانشجوی پسر و ۲۷۰ دانشجوی دختر) تشکیل دادند که با توجه به جدول بارتلت و همکاران (۲۰۰۱)، ۲۸۵ نفر از آن‌ها به‌منزله نمونه برای تحقیق انتخاب شدند. برای دستیابی به نمونه‌ها، از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای با انتساب متناسب برحسب جنس دانشجویان استفاده شد که پس از محاسبه، ۱۲۱ دانشجوی پسر و ۱۶۴ دانشجوی دختر انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها در این تحقیق پرسشنامه بود که از سه بخش مشخصه‌های فردی و آموزشی و پرسش‌های مرتبط با سنجش قصد کارآفرینانه و خودکارآمدی کارآفرینانه تشکیل شده بود (جدول ۱). روایی محتوایی پرسشنامه با نظر اعضای هیئت علمی دانشگاه زنجان تأیید شد. برای تعیین پایایی ابزار تحقیق پیش‌آزمون انجام گرفت که مقدار آلفای کرونباخ محاسبه‌شده برای مقیاس‌های اصلی در حد مناسب بود (جدول ۱).

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش آمار توصیفی از نرم‌افزار SPSS<sub>win20</sub> و در بخش آمار استنباطی به منظور بررسی رابطه بین قصد کارآفرینانه و خودکارآمدی کارآفرینانه و آزمون اثر تعدیلگری متغیر جنسیت از نرم‌افزار AMOS<sub>20</sub> در قالب تکنیک تحلیل گروه‌های چندگانه<sup>۱</sup> در مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شد.

### 1. Multiple-Group Analyses

جدول ۱. بخش‌های مختلف پرسشنامه به همراه تعداد گویه‌ها و مقدار آلفای کرونباخ

آلفای کرونباخ	مقیاس سنجش	تعداد گویه‌ها	بخش‌ها و زیربخش‌ها
-	براساس مقیاس‌های اسمی و نسبی	۶	مشخصه‌های فردی و آموزشی (سن، جنس، سابقه کار کشاورزی، و...)
۰,۸۵۲	مقیاس ترتیبی (طیف لیکرت ۵ سطحی از کاملاً مخالف = ۱ تا کاملاً موافق = ۵)	۸	قصد کارآفرینانه
۰,۸۸۷	مقیاس ترتیبی (طیف لیکرت ۵ سطحی از خیلی کم = ۱ تا خیلی زیاد = ۵)	۴	خودکارآمدی کارآفرینانه
۰,۸۰۲		۴	
۰,۷۹۲		۵	
۰,۷۵۸		۶	
۰,۸۶۴		۳	
			جست‌وجو/ خلاقیت برنامه‌ریزی/ مدیریت سازماندهی مدیریت ابهام دانش حسابداری و مالی

شایان ذکر است که در این تکنیک معمولاً دو مدل شامل مدل اولیه، که در آن همه پارامترها برای گروه‌های مختلف متفاوت در نظر گرفته می‌شود (مدل غیریکسان یا مغایر)<sup>۱</sup> و مدلی که فارغ از هرگونه محدودیت و کاملاً یکسان برای هر دو گروه در نظر گرفته می‌شود (مدل یکسانی)<sup>۲</sup>، مبنای مقایسه قرار می‌گیرند؛ تفاوت در مقدار کای اسکویر ( $\Delta\chi^2$ ) دو مدل، اساس اندازه‌گیری تفاوت در مدل‌های مختلف است؛ بدین نحو که در صورت معناداری تفاوت در کای اسکویر، نقش تعدیل‌کنندگی متغیر بررسی شده تأیید می‌شود [۲۶]. درنهایت، برای آزمون درست‌بودن مدل‌ها و برازش آن‌ها با داده‌های میدانی، از شاخص‌های مختلف برازش استفاده شد (جدول ۲).

جدول ۲. شاخص‌های مختلف برازش به همراه سطح قابل قبول آن‌ها

شاخص‌های مختلف برازش	نماد	سطح قابل قبول
کای اسکویر (درجه آزادی و سطح معناداری)	$\chi^2$ (df), p	---
کای اسکویر نسبی	$\chi^2/df$	$\leq 3$
شاخص نیکویی برازش	GFI	$0.90 \leq$
شاخص برازش تطبیقی	CFI	$0.90 \leq$
شاخص نیکویی برازش اصلاح شده	AGFI	$0.90 \leq$
شاخص برازش فزاینده	IFI	$0.90 \leq$
شاخص ریشه دوم برآورد واریانس خطای تقریب	RMSEA	$\leq 0.08$

1. variant model
2. invariant model

## یافته‌های تحقیق

### الف) آمار توصیفی

براساس نتایج تحقیق، میانگین سن و معدل دانشجویان مطالعه‌شده به ترتیب ۲۴/۸ و ۱۸/۵ سال بود. با توجه به یافته‌های پژوهش، ۵۷/۶ درصد از پاسخگویان را دانشجویان دختر و ۴۲/۴ درصد از آن‌ها را دانشجویان پسر تشکیل دادند. از نظر وضعیت تأهل، ۸۱/۵ درصد از دانشجویان مجرد و ۱۸/۵ درصد از آن‌ها متأهل بودند. همچنین، یافته‌های تحقیق حاکی از آن بود که بیشتر دانشجویان مطالعه‌شده (یعنی ۷۲/۸ درصد) فاقد سابقه کار کشاورزی بودند و ۲۷/۲ درصد آن‌ها سابقه کار کشاورزی داشتند. نتایج تحقیق نشان داد که ۷۵/۵ درصد از پاسخگویان در دوره‌های آموزش کارآفرینی شرکت نکرده بودند و فقط حدود یک‌چهارم از آن‌ها در این دوره‌ها شرکت داشته‌اند.

نتایج حاصل از سنجش میزان قصد کارآفرینانه و خودکارآمدی کارآفرینانه به تفکیک برای دانشجویان دختر و پسر در جدول ۳ آورده شده است. همان‌طور که از نتایج پیداست، بیشتر پاسخگویان دختر مطالعه‌شده از نظر سطح قصد کارآفرینانه و خودکارآمدی کارآفرینانه در سطح پایین قرار داشتند؛ درحالی‌که بیشترین فراوانی برای دانشجویان پسر از نظر دو متغیر مطالعه‌شده مربوط به طبقه متوسط بود.

جدول ۳. توزیع فراوانی دانشجویان دختر و پسر بر حسب سطوح مختلف قصد کارآفرینانه و خودکارآمدی کارآفرینانه

جنس	متغیر	پایین		متوسط		بالا	
		درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی
دختر	قصد کارآفرینانه	۱۰۲	۶۲،۲	۵۸	۳۵،۴	۴	۲،۴
	خودکارآمدی کارآفرینانه	۹۳	۵۶،۷	۶۲	۳۷،۸	۹	۵،۵
پسر	قصد کارآفرینانه	۲۲	۱۸،۲	۷۱	۵۸،۷	۲۸	۲۳،۱
	خودکارآمدی کارآفرینانه	۲۶	۲۱،۵	۶۲	۵۱،۲	۳۳	۲۷،۳

### ب) مدل ساختاری کلی

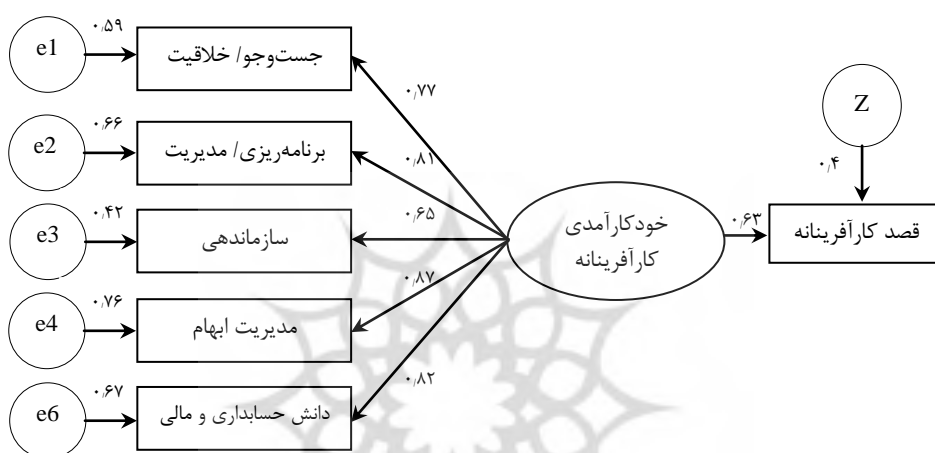
مدل ساختاری در واقع مدل کلی تحقیق است و روابط علی بین متغیرهای مستقل و وابسته تحقیق را نشان می‌دهد. بر این اساس، در تحقیق حاضر مدل ساختاری بیانگر رابطه مستقیم متغیر مستقل خودکارآمدی کارآفرینانه با متغیر وابسته قصد کارآفرینانه است (تصویر ۲). یافته‌های تحقیق در خصوص برازش نیکویی مدل نشان داد که هرچند مدل برآوردشده براساس شاخص کای اسکویر از برازش نیکویی مناسبی برخوردار نیست، براساس سایر شاخص‌ها، برازش نیکویی قابل قبولی داشت (جدول ۴).



جدول ۴. ارزیابی شاخص‌های برازش نیکویی در مدل ساختاری تحقیق

شاخص‌های برازش	$\rho$ , (df $\chi^2$ )	$\chi^2/df$	GFI	CFI	AGFI	IFI	RMSEA
مقادیر به دست آمده	(۲۵, ۰,۰۰۰) ۵۵,۰۲۸	۲,۲۰۱	۰,۹۴۴	۰,۹۵۳	۰,۹۴۸	۰,۹۵۶	۰,۰۵۹

همان‌طور که از تصویر ۲ پیداست، متغیر خودکارآمدی کارآفرینانه و پنج مؤلفه آن در حدود ۴۰ درصد از واریانس قصد کارآفرینانه دانشجویان را تبیین کردند.



تصویر ۲. مدل ساختاری کلی تحقیق براساس ضرایب استاندارد شده

همچنین، براساس نتایج کسب شده در جدول ۵، فرضیه شماره ۵ تحقیق تأیید شده است؛ به‌نحوی که متغیر خودکارآمدی کارآفرینانه از اثر مثبت و معناداری بر متغیر قصد کارآفرینانه برخوردار است.

جدول ۵. نتایج و ضرایب رگرسیونی براساس مدل ساختاری

فرضیه تحقیق	مقدار غیراستاندارد	خطای استاندارد	ضریب رگرسیونی استاندارد	مقدار t	سطح معناداری
خودکارآمدی کارآفرینانه → قصد کارآفرینانه	۰,۷۴۸	۰,۰۷۵	۰,۶۳۳	۷,۸۷۹	۰,۰۰۰

### ج) آزمون اثر تعدیلگری متغیر جنسیت

همان‌گونه که قبلاً نیز اشاره شد، براساس مبانی تئوری و ادبیات تحقیق، فرضیه ۲ این تحقیق آزمون اثر تعدیلگری متغیر جنسیت در رابطه بین قصد کارآفرینانه و خودکارآمدی کارآفرینانه

بود. در این زمینه، نتایج حاصل از تحلیل گروه‌های چندگانه نشان داد که مدل مبتنی بر فرض متفاوت بودن (مدل غیریکسانی) رابطه بین دو متغیر مطالعه‌شده برای دانشجویان دختر و پسر از برازش نیکویی بهتری نسبت به مدل مبتنی بر فرض یکسان بودن (مدل یکسانی) رابطه برای دو گروه برخوردار است. نتایج به‌دست‌آمده در خصوص شاخص‌های برازش نیکویی برای مدل‌های مبتنی بر یکسانی و غیریکسانی روابط در میان دو گروه مطالعه‌شده در جدول ۶ نشان داده شده است. بر این اساس، هر چند مقدار کای اسکویر برای هر دو مدل معنادار است و هر دو مدل بر مبنای این شاخص از برازش خوبی برخوردار نبودند، مدل مبتنی بر غیریکسان بودن روابط بین دو گروه دارای کای اسکویر کوچک‌تر و براساس سایر شاخص‌ها از برازش بهتری برخوردار بود (جدول ۶). همچنین، با توجه به معنادار بودن تفاوت کای اسکویر برای دو مدل به‌دست‌آمده ( $42,867 = 91,248 - 134,115$ ) با درجه آزادی ۱۸ ( $18 = 41 - 59$ ) (جدول ۷)، فرض مبتنی بر بهتر و مناسب بودن مدل غیریکسانی رابطه بین قصد کارآفرینانه و خودکارآمدی کارآفرینانه در میان دو گروه مطالعه‌شده تأیید شد. افزون بر این، کوچک بودن شاخص مقایسه مدل‌ها، یعنی معیار اطلاعات آکائیک (AIC)، برای مدل غیریکسانی روابط در میان دو گروه ( $118,816$ ) در برابر مقدار این شاخص برای مدل یکسانی رابطه ( $221,008$ ) نشان‌دهنده برازش نیکویی بهتر مدل غیریکسانی روابط بود. با توجه به این موضوع، در ادامه روابط بین متغیرهای موجود براساس این مدل (مدل متفاوت یا غیریکسان بودن روابط) برای دانشجویان دختر و پسر تفسیر و مقایسه شده است.

جدول ۶. خلاصه شاخص‌های برازش نیکویی برای مدل‌های مبتنی بر یکسانی و غیریکسانی رابطه در میان دو گروه دانشجویان دختر و پسر

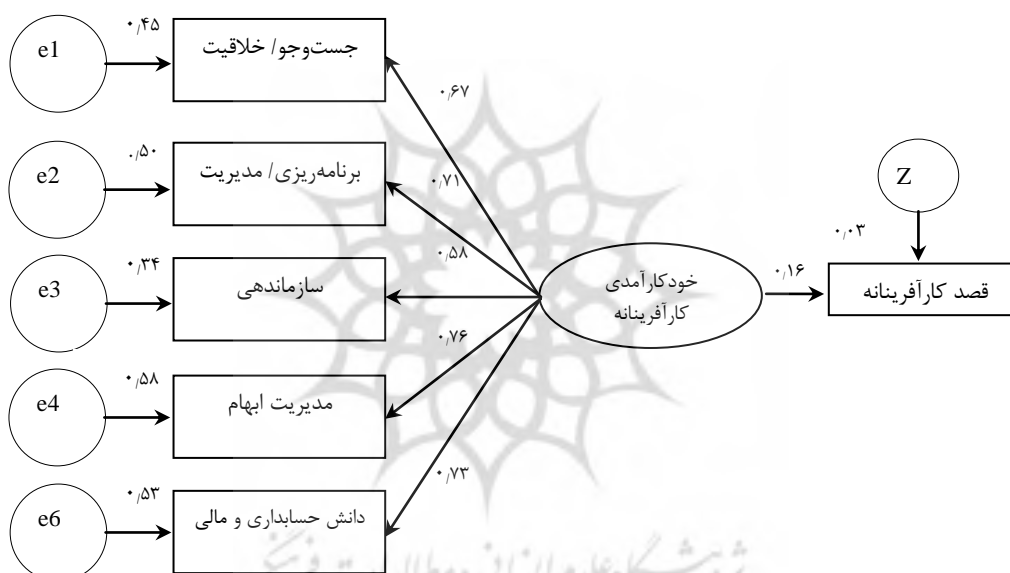
مدل	$\rho$ ), (df $\chi^2$	$\chi^2/df$	IFI	GFI	AGFI	CFI	RMSEA	AIC
مدل غیریکسان بودن رابطه	۹۱,۲۴۸ (۴۱, ۰,۰۰۰)	۲,۲۲۵	۰,۹۵۲	۰,۹۲۷	۰,۹۴۱	۰,۹۴۳	۰,۰۵۳	۱۸۸,۸۱۶
مدل یکسان بودن رابطه	۱۳۴,۱۱۵ (۵۹, ۰,۰۰۰)	۲,۲۳۷	۰,۹۲۱	۰,۹۰۶	۰,۹۰۱	۰,۹۱۸	۰,۰۵۸	۲۲۱,۰۰۸

جدول ۷. مقایسه مدل‌ها (با فرض اصلی بهتر بودن مدل غیریکسانی رابطه برای دو گروه)

مدل	$\chi^2$	df	Sig.
مدل یکسان بودن رابطه	$134,115 - 91,248 = 42,867$	$59 - 41 = 18$	۰,۰۰۰

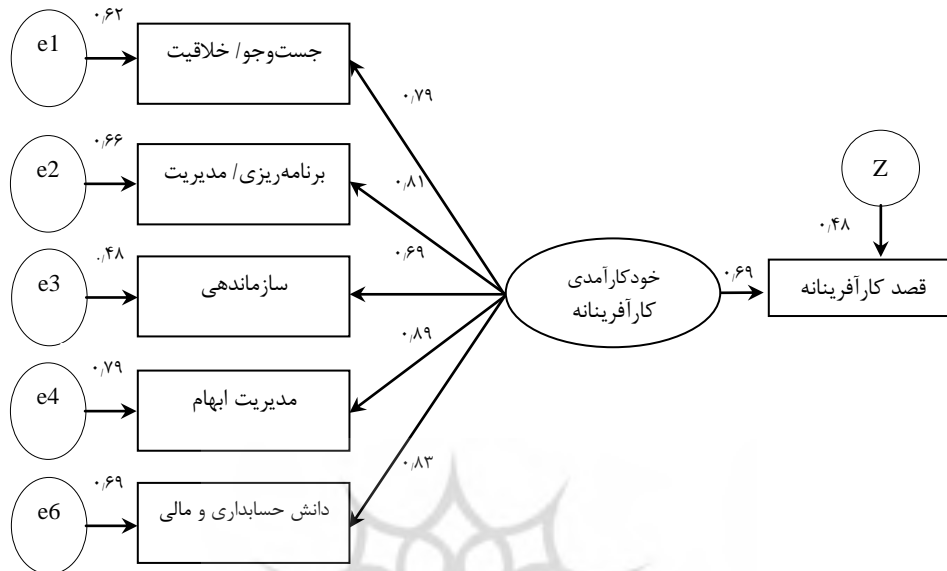
#### 1. Akaike Information Criterion

همان گونه که در تصویرهای ۳ و ۴ و جدول ۸ نشان داده شده است، یافته‌های تحقیق حاکی از آن بود که برخلاف معنادار بودن رابطه بین قصد کارآفرینانه و خودکارآمدی کارآفرینانه در مدل کلی تحقیق، پس از آزمون متفاوت بودن روابط برای دو گروه، رابطه بین این دو متغیر برای دانشجویان دختر مثبت و غیرمعنادار و برای دانشجویان پسر مثبت و معنادار بود (جدول ۸). بنابراین، به‌رغم همسویی روابط (مثبت بودن)، به دلیل اینکه این رابطه برای گروه دانشجویان پسر معنادار، ولی برای گروه دانشجویان دختر غیرمعنادار است، براساس معیاری که توسط هیر و همکاران (۲۰۱۰) پیشنهاد شده است [۲۶]، فرض اثر تعدیلگری متغیر جنسیت در رابطه بین قصد کارآفرینانه و خودکارآمدی کارآفرینانه دانشجویان تأیید می‌شود.



تصویر ۳. مدل ساختاری تحقیق براساس مدل غیریکسان رابطه برای دانشجویان پسر

همچنین، همان‌طور که از تصویر ۳ پیداست، ۴۸ درصد از واریانس قصد کارآفرینانه دانشجویان پسر از طریق متغیر خودکارآمدی کارآفرینانه تبیین شده است؛ این در حالی است که، همان‌گونه که اشاره شد، این رابطه برای دانشجویان دختر معنادار نشده است (تصویر ۴).



تصویر ۴. مدل ساختاری تحقیق بر اساس مدل غیریکسان رابطه برای دانشجویان دختر

جدول ۸. خلاصه نتایج به دست آمده از برآورد مدل های ساختاری غیریکسان بودن رابطه

فرضیه تحقیق	گروه	مقدار غیراستاندارد	خطای استاندارد	ضریب رگرسیونی استاندارد	مقدار t	سطح معناداری
خودکارآمدی ← قصد کارآفرینانه	دختر	۰/۱۹۰	۰/۰۹۹	۰/۱۹	۱/۹۱۲	۰/۰۵۶
	پسر	۰/۶۰۵	۰/۱۰۲	۰/۶۹۹	۵/۹۱۴	۰/۰۰۰

## بحث و نتیجه گیری

این مطالعه با توجه به اهمیت زنان در حوزه کارآفرینی و نقش غیرقابل انکار آنها در آینده در این حوزه و با هدف بررسی و درک بهتر اثرهای متقابل جنسیت با قصد کارآفرینانه و خودکارآمدی کارآفرینانه در بین دانشجویان رشته های کشاورزی در دانشگاه زنجان انجام گرفت. نتایج تحقیق نشان داد که فرضیه ۱ تحقیق تأیید شده و متغیر خودکارآمدی کارآفرینانه از اثر مثبت و معناداری بر متغیر قصد کارآفرینانه برخوردار بود. نتیجه به دست آمده در این بخش از تحقیق با یافته های مطالعات فولادی و باغبانی (۱۳۹۳)، زرافشانی و سلیمانی (۱۳۹۰)، گلوریا و همکاران (۲۰۱۳)، شائوهوی و همکاران (۲۰۱۱)، و ویلسون و همکاران (۲۰۰۷) همخوانی داشت. در تبیین این یافته، می توان چنین استنباط کرد، دانشجویانی که از باورهای قوی و ادراک مثبت پیرامون

توانایی‌های خود برخوردارند، به‌طور طبیعی قصد کارآفرینانه بالاتری نیز دارند. در واقع، چنین نگرش‌ها و ادراکاتی پیش‌نیاز ضروری برای بروز رفتارهای کارآفرینانه محسوب می‌شوند. در این زمینه، زرافشانی و سلیمانی (۱۳۹۰) بیان می‌دارند که نتیجه باور به خودکارآمدی بیشتر در فرد، اعتماد به نفس و اراده قوی‌تر خواهد بود و می‌توان انتظار داشت که فردی با باور به خودکارآمدی بالاتر، برای کارآفرینی و راه‌اندازی یک کسب‌وکار جدید انگیزه بیشتر و در نتیجه قصد محکم‌تر و پایدارتری را ایجاد خواهد کرد [۳]. افزون بر این، نتایج تحقیق رحمانیان کوشکی و همکاران (۱۳۹۱) حاکی از آن است که خودکارآمدی بالاتر می‌تواند احساس اطمینان بیشتر از توانایی‌های شخص بر رضایت‌بخشی یک کار مخاطره‌آمیز را در وی متبلور کند و افراد را به سوی انتخاب یک مسیر شغلی کارآفرینانه سوق دهد [۲]. به همین ترتیب، بارانی و زرافشانی (۱۳۸۸) نیز بر این باورند که خودکارآمدی به دانشجویان کمک می‌کند تا خلاق‌تر و نوآورانه‌تر باشند و در فعالیت‌های چالش‌برانگیز پیشگام شوند [۱].

نتایج حاصل از تحلیل گروه‌های چندگانه حاکی از آن بود که فرضیه شماره ۲ تحقیق تأیید شد؛ بر این اساس، متغیر جنسیت از اثر تعدیلگری درخور توجهی در مدل برخوردار بوده و دانشجویان پسر به دلیل داشتن خودکارآمدی کارآفرینانه بالاتر، قصد کارآفرینانه بیشتری نیز داشتند. این موضوع می‌تواند دلایل متعددی داشته باشد که در این میان، بدون تردید، نقش سیستم‌های اجتماعی غیرقابل انکار است. در این خصوص، به‌طور سنتی مردان به‌عنوان افرادی پرتکاپو، سلطه‌جو، خلاق و خطرپذیر شناخته شده‌اند؛ در حالی که تصور قالب ذهنی درباره زنان این است که آن‌ها افرادی فرمان‌بردار، وابسته، و محافظه‌کارند. همین‌طور، به صورت کلیشه‌ای، برخی فعالیت‌ها حالت مردانه و برخی دیگر بیشتر جنبه زنانه دارند [۳۹]. برای نمونه، فودلادچنگ (۱۳۸۸) در تحقیق خود دریافت که مهارت‌های حسابداری و ریاضی به‌طور کلیشه‌ای بیشتر مردانه در نظر گرفته شده‌اند تا زنانه، که این مسئله سبب شده است تا دختران تصور کنند از مهارت و دانش حسابداری کمتری نسبت به پسران برخوردارند و در نتیجه، سطح پایین‌تری از خودکارآمدی نیز دارند [۵]. چنین کلیشه‌ها و تصوراتی سبب می‌شوند تا مردان عموماً احساس مسئولیت‌پذیری قوی‌تری نسبت به زنان داشته و از اعتماد بیشتری نسبت به توانایی‌ها و قابلیت‌های خود برخوردار باشند؛ بدین ترتیب، به دلیل داشتن ادراک و نگرش مثبت به خود (خودکارآمدی)، مردان خود را مستعدتر از زنان برای کارآفرینی می‌انگارند و قصد کارآفرینانه بیشتری دارند و در نتیجه، بیشتر از زنان درگیر فعالیت‌های خطرپذیر و کارآفرینانه می‌شوند. البته ذکر این نکته نیز ضروری است، از آنجا که نظام تربیتی خانواده، مراکز آموزشی و جامعه به صورت عمدی/ غیرعمدی بر جنسیت افراد برای شکل‌گیری تصورات و تشکیل باورها، صلاحیت‌ها، و شایستگی‌های افراد در همه زمینه‌ها از جمله کارآفرینی به‌طور قابل ملاحظه‌ای تأثیرگذارند، ضروری است تا این نکته به‌منزله یک ملاحظه جدی در فرایند کارآفرین شدن افراد مورد توجه

قرار گیرد. برای نمونه، در این زمینه شهنی و همکاران (۱۳۸۲) معتقدند که ریشه بخشی از تفاوت‌های جنسیتی بین دختران و پسران در باورهای خودکارآمدی را بایستی در انتظارات والدین در خانواده و باورهای قالبی جنسیتی آن‌ها جست‌وجو کرد [۴]. قسمت دیگری از دلیل پایین بودن سطح خودکارآمدی کارآفرینانه دانشجویان دختر در مقایسه با پسران را، همان‌طور که شرر و همکاران (۱۹۹۰) و مولر (۲۰۰۴) تأکید دارند، می‌توان به تفاوت‌های روان‌شناختی بین زنان و مردان نسبت داد؛ مردان از انگیزه/ تمایل به پیشرفت بالاتری نسبت به زنان و از سطح اطمینان و اعتماد بیشتری نیز نسبت به توانایی‌های خود برای انجام دادن اقدامات کارآفرینانه برخوردارند [۳۸؛ ۴۱] یا اینکه، همان‌طور که کردنائیج و همکاران (۱۳۹۳) به نقل از زاپالسکا (۱۹۹۷) اشاره دارند، مردان با احتمال بیشتری نسبت به زنان ریسک را تحمل کرده و در ویژگی‌های تصمیم‌گیری و مهارت‌های ارتباطی نیز همین‌طورند [۷]. به همین منوال، نتایج پژوهش دمپسی و جنینگ (۲۰۱۴) نشان داد که زنان انگیزه پایین‌تری برای ورود به مشاغل کارآفرینانه دارند و فعالیت‌های کارآفرینانه برای آن‌ها احساس هیجان و رضایت درونی کمتری ایجاد می‌کند [۲۱]. بدیهی است که این تفاوت‌های روان‌شناختی نیز می‌تواند در مقیاس کلان تحت‌تأثیر سیستم‌های اجتماعی و هنجارهای رایج در جوامع و در یک مقیاس خردتر تأثیرپذیر از شرایط جنسی و تفاوت‌های جسمانی/ فیزیکی طبیعی بین زنان و مردان باشد. افزون بر دو عامل اشاره‌شده، براساس تحقیقات انجام‌گرفته، منابع اطلاعاتی اعم از عملکرد قبلی خود افراد، تجارب جانشینی از طریق مشاهده عملکرد سایر افراد، و اقلان‌سازی کلامی به واسطه دریافت بازخوردهای مثبت از دیگران درباره داشتن توانایی برای بروز عملکرد مناسب، از دیگر عواملی هستند که می‌توانند بر روی شکل‌گیری خودکارآمدی کارآفرینانه دختران و پسران و تفاوت آن برحسب جنسیت تأثیرگذار باشند [۱۲؛ ۲۱؛ ۲۳].

به‌رحال، به‌رغم مطالب اشاره‌شده، توجه به این نکته نیز ضروری است. هرچند به برخی از دلایل پایین بودن سطح خودکارآمدی کارآفرینانه و در نتیجه قصد کارآفرینانه دانشجویان دختر اشاره شد، هنوز در این خصوص شناخت و درک درست و کاملی از عواملی که سبب می‌شوند زنان احساس کنند که توانایی کمتری برای پیگیری و ایجاد یک فعالیت کارآفرینانه دارند، شکل نگرفته است [۲۱] و در این زمینه، به طرح و انجام دادن تحقیقات بیشتر و گسترده‌تری نیاز است.

با توجه به یافته‌های اصلی پژوهش، پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

۱. با در نظر گرفتن اینکه خودکارآمدی کارآفرینانه از ماهیتی اکتسابی برخوردار است، از این‌رو، پیشنهاد می‌شود از طریق برگزاری دوره‌های آموزش کارآفرینی، به‌ویژه در قالب آموزش‌های فوق برنامه، زمینه لازم برای بهبود سطح خودکارآمدی دانشجویان فراهم شود. در این راستا، استفاده از روش‌های تدریس اثربخش همچون معرفی کسب‌وکارها و طرح‌های کارآفرینی موفق و بازدید از آن‌ها، بحث و کار گروهی، یادگیری تجربی، و به‌کارگیری استادان

متخصص، باتجربه، و کارآفرین می‌تواند به شکل مطلوبی این باور را در دانشجویان ایجاد کنند که آن‌ها توانایی راه‌اندازی و مدیریت یک کسب‌وکار کارآفرینانه موفق را دارند.

۲. با توجه به نتایج تحقیق مبنی بر اثر تعدیلگری متغیر جنسیت، پیشنهاد می‌شود برای تقویت خودکارآمدی و در نتیجه قصد کارآفرینانه، دانشجویان دختر از ترغیب و حمایت‌های اجتماعی بیشتری در محیط خانواده، دانشگاه، و جامعه، به‌ویژه در قالب اقناع‌سازی کلامی از سوی والدین و استادان دانشگاه، برخوردار شوند. افزون بر این، به‌کارگیری مدل‌ها/الگوهای نقش و معرفی کارآفرینان موفق زن در جامعه از دیگر سازوکارهای مؤثر برای تقویت باور خودکارآمدی کارآفرینانه در دانشجویان دختر است؛ در این خصوص، دعوت از کارآفرینان زن به دانشگاه، سازماندهی، و مکتوب‌سازی تجربیات آن‌ها و به اشتراک گذاشتن آن با دانشجویان و تهیه فیلم از زندگی کاری کارآفرینان زن و استفاده از آن در کلاس‌های درسی می‌تواند نقش بسزایی در تقویت احساس خودکارآمدی دانشجویان دختر و در نهایت تسهیل ورود آن‌ها به فعالیت‌های ریسک‌پذیر و کارآفرینانه داشته باشد.

۳. با توجه به نتایج تحقیق و تأکید بر نقش تعدیلگری جنسیت، انجام‌دادن مطالعات بیشتر به منظور شناسایی اقدامات و راهکارهای آموزشی مناسب برای ایجاد و تقویت مهارت‌ها و قابلیت‌های کارآفرینی در زنان با در نظر گرفتن تفاوت‌های جنسیتی آن‌ها با مردان پیشنهاد می‌شود. بررسی اثرات مدل‌های نقش و کلیشه‌های جنسیتی بر روی قصد کارآفرینانه و مطالعه تأثیر سایر عوامل زمینه‌ای همچون سن، وضعیت تأهل، سطح تحصیلات، و... در رابطه بین خودکارآمدی کارآفرینانه و قصد کارآفرینانه، از دیگر موضوعات پیشنهادی برای تحقیقات آتی است.

## منابع

- [۱] بارانی، شهرزاد؛ زرافشانی، کیومرث (۱۳۸۸). «بررسی تأثیر نگرش نسبت به کارآفرینی، هنجارهای جامعه و باور به خودکارآمدی در پیش‌بینی نیت کارآفرینانه دانشجویان مدیریت و آبادانی روستاها در دانشگاه پیام نور کرمانشاه»، فصلنامه تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی/ایران، س ۴۰، ش ۳، ص ۹۱-۹۹.
- [۲] رحمانیان کوشککی، مهدی؛ چیدری، محمد؛ هواسی، علی (۱۳۹۱). «بررسی عوامل تأثیرگذار بر قصد کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی دانشگاه آزاد ایلام»، فصلنامه توسعه کارآفرینی، س ۵، ش ۱، ص ۱۲۵-۱۴۴.
- [۳] زرافشانی، کیومرث؛ سلیمانی، عادل (۱۳۹۰). «تبیین پیشگوکننده نیت‌های کارآفرینانه در بین هنرجویان هنرستان کشاورزی»، فصلنامه رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، س ۲، ش ۳، ص ۱۰۷-۱۲۴.
- [۴] شهینی، منیجه؛ رجبی، غلامرضا؛ شکرکن، حسین؛ حقیقی، جمال (۱۳۸۲). «مقایسه

- باورهای خودکارآمدی ریاضی پسران و دختران شهر اهواز و بررسی رابطه متغیرهای جنسیت، نمره قبولی ریاضی و هدفگذاری تحصیلی با آن»، فصلنامه علوم تربیتی و روانشناسی، س ۱۰، ش ۱ و ۲، ص ۱۰۱-۱۲۴.
- [۵] فولادچنگ، محبوبه (۱۳۸۸). «بررسی مقایسه‌ای باورهای خودکارآمدی شغلی دختران و پسران دبیرستانی»، فصلنامه اصول بهداشت، س ۱۱، ش ۴، ص ۳۳۴-۳۴۳.
- [۶] فولادی، مهران؛ باغبانی، حمزه (۱۳۹۳). «بررسی تأثیر خودکارآمدی کارآفرینانه بر تقویت کارآفرینی دانشجویان (مطالعه موردی: دانشجویان پیام نور شهرستان بیجار)»، فصلنامه رشد فناوری، س ۱۰، ش ۳۹، ص ۲۹-۳۶.
- [۷] کردنائیچ، اسداله؛ شاه‌طهماسبی، اسماعیل؛ کریمی، محمد (۱۳۹۳). «بررسی تأثیر مؤلفه‌های زمینه‌ای بر قصد کارآفرینانه در دانشجویان کشور با تأکید بر قومیت دانشجویان»، فصلنامه توسعه کارآفرینی، س ۷، ش ۳، ص ۵۰۹-۵۲۸.
- [۸] مرادی، محمدعلی؛ زالی، محمدرضا؛ محمدی، فریبا (۱۳۹۳). «بررسی نقش میانجی سبک‌شناختی بر رابطه سرمایه انسانی و قصد کارآفرینانه (مورد مطالعه: دانشجویان کارشناسی ارشد دانشکده مهندسی برق و کامپیوتر دانشگاه تهران)»، فصلنامه توسعه کارآفرینی، س ۷، ش ۱، ص ۱۱۱-۱۳۱.
- [9] Ajzen, I. (1991). "The theory of planned behavior". *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50 (2), pp 179-211.
- [10] Bandura, A. (1977). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: Freeman Press.
- [11] Bandura, A. (1992). *Exercise of personal agency through the self-efficacy mechanism*. In R. Schwartz (Ed.), *Self-efficacy: Thought control of action* (pp 3-38). Washington, DC: Hemisphere.
- [12] Bandura, A., Barbaranelli, C., Caprara, G. and Pastorelli, C. (2001). "Self-efficacy beliefs as shapers of children's aspirations and career trajectories". *Child Development*, 72 (1), pp 187- 206.
- [13] Barnir, A., Watson, W. and Hutchins, H. (2011). "Mediation and moderated mediation in the relationship among role models, self-efficacy, entrepreneurial career intention and gender". *Journal of Applied Social Psychology*, 41 (2), pp 270- 297.
- [14] Bird, B. (1988). "Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention". *Academy of Management Review*, 13, pp 442- 453.
- [15] Boyd, N. and Vozikis, G. (1994). "The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(4), pp 63-77.
- [16] Chowdhury, S. and Endres, M. (2005). "Gender difference and the formation of entrepreneurial self-Efficacy". *Entrepreneurship in a Diverse World*, 8, 1-8.
- [17] Crannie-Francies, A., Waring, W., Stavropoulos, P. and Kirky, J. (2003). *Gender studies: Terms and debates*. Basingstoke: Palgrave.
- [18] Crosby, C., Prentice, C., Weber, J. and Hengesh, J. (2001). *Pale seismic and*



- geomorphic evidence for Quaternary fault slip on the Central Range and Los Banjos Faults*. South American-Caribbean plate boundary, Transactions: 10 years of pale seismology, International Lithosphere Project, Kaikoura, New Zealand.
- [19] Davidsson, P. (2006). "Nascent entrepreneurship: Empirical studies and development". *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 2(1), 1-76.
- [20] De Noble, A., Jung, D. and Ehrlich, S. (1999). *Entrepreneurial self-efficacy: The development of a measure and its relationship to entrepreneurial action*. In R.D. Reynolds, W.D. Bygrave, S. Manigart, C.M. Mason, G.D. Meyer, H.J. Sapienza (Eds.). *Frontiers of entrepreneurship research* (pp. 73-87). Waltham, MA: P&R Publications Inc.
- [21] Dempsey, D. and Jennings, J. (2014). "Gender and entrepreneurial self-efficacy: A learning perspective". *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 6 (1), pp 28-49.
- [22] Díaz-García, M. and Jiménez-Moreno, J. (2010). "Entrepreneurial intention: the role of gender". *Int Entrep Manag J*, (6), pp 261- 283.
- [23] Gist, M.E. and Mitchell, T.R. (1992). "Self-efficacy: A theoretical analysis of its determinants and malleability". *Academy of Management Review*, 17 (2), pp 183-211.
- [24] Gloria, L. Sweida Rebecca, J. and Reichard, A. (2013). "Gender stereotyping effects on entrepreneurial self-efficacy and high-growth entrepreneurial intention". *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 20 (2), pp 296- 313.
- [25] Gupta, V.K., Turban, D.B. and Bhawe, N.M. (2008). "The effect of gender stereotype activation on entrepreneurial intentions". *Journal of Applied Psychology*, 93 (5), pp 1053-1061.
- [26] Hair, J., Black, C., Babin, J. and Anderson, E. (2010). *Multivariate data analysis*. USA: Prentice Hall.
- [27] Harding, R. and Bosma, N. (2006). *Global Entrepreneurship Monitor 2006: Global Summary Results*. [http://www.gemconsortium.org/about.aspx?page=global\\_reports\\_2006](http://www.gemconsortium.org/about.aspx?page=global_reports_2006).
- [28] Hmieleski, K.M. and Corbett, A.C. (2006). "Proclivity for improvisation as a predictor of entrepreneurial intentions". *Journal of Small Business Management*, 44 (1), pp 45-63.
- [29] Kickul, J. and Zaper, J.A. (2000). "Understanding the knot: do personal and organizational determinants influence entrepreneurial intentions?" *Journal of Small Business Entrepreneurship*, 15 (3), pp 57-77.
- [30] Linan, F. and Chen, Y. (2009). "Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions». *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33 (3), pp 593-617.
- [31] Lorz, L. (2011). "The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial intention". Ph.D. Dissertation, University of St. Gallen, School of Management, Economics and Social Sciences, Germany.
- [32] Luthje, C. and Franke, N. (2003). "The 'making' of an entrepreneur: testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT". *R and D Management*, 33 (2), pp 135-147.
- [33] Marlow, S. and Patton, D. (2005). "All credit to men? Entrepreneurship, finance

- and gender". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29 (6), pp 717-735.
- [34] McGee, J., Peterson, M., Mueller, S. and Sequeira, J. (2009). "Entrepreneurial self-efficacy: Refining the measure". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(4), pp 965- 988.
- [35] Minniti, M., Arenius, P. and Langowitz, N. (2005). *2004 Global entrepreneurship monitor special topic report: Women and entrepreneurship*. Babson Park, MA: Center for Women's Leadership at Babson College.
- [36] Moy, J. and Luk, V. (2008). *A psychological-based investigation of entrepreneurial career choice intent in china*. Research Report, Hong Kong Baptist University, 34 p.
- [37] Mueller, S. (2004). "Gender gaps in potential for entrepreneurship across countries". *Developmental Entrepreneurship*, 9 (3), pp 199- 220.
- [38] Muller, S. and Dato- On, M. (2008). "Gender- role orientation as a determinant of entrepreneurial self-efficiency". *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 13 (1), pp 3- 20.
- [39] Nwankwo, B., Kanu, G., Marire, M., Balogun, S. and Uhiara, N. (2012). "Gender role orientation and self- efficacy as correlates of entrepreneurial intention". *European Journal of Business and Social Sciences*, 1 (6), pp 09-26.
- [40] Poon, J.M.L. and Ainuddin, R.A. (2006). "Effects of self-concept traits and entrepreneurial orientation on firm performance". *International Small Business Journal*, 24 (61), pp 61-82.
- [41] Scherer, R., Brodzinski, J. and Wiebe, F. (1990). "Entrepreneurship career selection and gender: A socialization approach". *Journal of Small Business Management*, 28 (2), pp 37- 44.
- [42] Schmitt-Rodermund, E. and Vondracek, F.W. (2002). "Occupational dreams, choices and aspirations: adolescents' entrepreneurial prospects and orientations". *Journal of Adolescence*, 25 (1), pp 65-78.
- [43] Shao-hui, L., Ping, L. and Peng-peng, F. (2011). Mediation and moderated mediation in the relationship among entrepreneurial self-efficacy, entrepreneurial intention, entrepreneurial attitude and role models. *Proceeding of International Conference on Management Science & Engineering* (18th), September 13-15, 2011 Rome, Italy, pp. pp 129- 134.
- [44] Sivarajah, K and Achchuthan, S. (2013). "Entrepreneurial intention among undergraduates: Review of literature". *European Journal of Business and Management*, 5 (5), pp 172- 186.
- [45] Stajkovic, A. and Luthans, F. (1998). "Self-efficacy and work-related performance: a meta-analysis". *Psychological Bulletin*, 124, pp 240-261.
- [46] Wilson, F., Kickul, J. and Marlino, D. (2007). "Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: Implications for education". *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 5: pp 378- 406.
- [47] Wood, R. and Bandura, A. (1989). "Social cognitive theory of management". *Academy of Management Review*, 14 (3), pp 361-384.