

تأثیر آموزش کار آفرینی بر رفتار کار آفرینانه دانشجویان دانشگاه پیام نور کرمانشاه: رویکرد مدلسازی معادله ساختاری

شهرزاد بارانی^۱، کیومرث زرافشانی^۲، سهراب دل انگیزان^۳ و سیده مریم حسینی لرگانی^۴

چکیده

در گستره هزاره جدید آموزش کسب و کار و فرهنگ کارآفرینانه می‌تواند راهکار ارزشمندی برای ایجاد تفکر کارآفرینی و اشتغال دانش‌آموختگان آموزش عالی و به موازات آن بهبود بحران بیکاری جامعه باشد. با این حال، ارتقای کارآفرینی از طریق آموزش با چالش همراه بوده و بررسی‌های مرتبط با تأثیر آن به‌خصوص بر نیت و رفتار کارآفرینانه فراگیران نسبتاً بدون آزمون باقی مانده است. لذا، پژوهش حاضر با هدف کلی بررسی تأثیر آموزش کارآفرینی بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان با کاربرد تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده Ajzen انجام شده است. جامعه آماری این پژوهش را دانشجویان رشته مهندسی صنایع دانشگاه پیام نور کرمانشاه تشکیل دادند ($N=220$). از این تعداد ۱۴۰ نفر به عنوان نمونه به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده و با استفاده از جدول Krejcie and Morgan (۱۹۷۰) انتخاب شدند. به منظور آزمون فرضیات پژوهش به روش مدلسازی معادلات ساختاری و تحلیل واریانس چند متغیره، از دو گروه-افرادی که در دوره‌های آموزش کارآفرینی شرکت کرده بودند و افرادی که در این دوره‌ها شرکت نکرده بودند - بهره گرفته شد. بر اساس یافته‌ها، فرضیه‌های اصلی پژوهش مبنی بر ارتباط مثبت و معنادار نیت کارآفرینانه دانشجویان با نگرش نسبت به کارآفرینی، هنجارهای ذهنی، باور به خودکارآمدی و رفتار کارآفرینانه و تأثیر مثبت و معنادار آموزش کارآفرینی بر نگرش نسبت به کارآفرینی، هنجارهای ذهنی و باور به خودکارآمدی تأیید شد.

کلید واژگان: آموزش کارآفرینی، نیت کارآفرینانه، رفتار کارآفرینانه و مدلسازی معادله ساختاری.

مقدمه

امروزه، چالش‌های اشتغال یا موضوع کار و بیکاری نه فقط یکی از مهم‌ترین مسائل اجتماعی روز کشور به شمار می‌آید، بلکه با توجه به میزان رشد جمعیت در دو دهه گذشته می‌توان آن را مهم‌ترین چالش اجتماعی چند دهه آینده به حساب آورد (Tajabadi et al., ۲۰۰۸). حل این مشکل سیاستگذاران غالب کشورها را با چالش‌های بزرگی روبه‌رو ساخته است، به گونه‌ای که می‌توان گفت ثبات و زوال برخی از دولتها در گرو حل بحران بیکاری است (Salehi and Baradaran, ۲۰۰۶). کارشناسان اقتصادی بر این باورند که کشور ایران نیز برای حل

۱. کارشناس ارشد ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران: baraniv.۵@yahoo.com

۲. دانشیار دانشکده کشاورزی دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران: Zarafshai۲۰۰۰@yahoo.com

۳. عضو هیئت علمی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران: Sohrabdelangizan@gamil.com

۴. عضو هیئت علمی مؤسسه پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش عالی، تهران، ایران، مسئول مکاتبات: smhlargani@gmail.com

بحران بیکاری خود نیازمند تحول اقتصادی است، در حالی که بر اساس آمار رسمی منتشر شده در طول چند سال گذشته، جابه‌جایی خاصی در رشد اقتصادی کشور مشاهده نمی‌شود (Hosseini Largani et al., ۲۰۰۸)، به‌خصوص در شرایطی که بر اساس برآوردها ورود سالانه ۸۰۰ هزار نیروی انسانی جویای کار کشور به بازار کار و پیش‌بینی ۱۰ میلیون نفر بیکار در افق سالهای ۱۴۰۰، یکی از چالشهای اصلی توسعه اقتصادی-اجتماعی در برنامه چهارم و برنامه‌های بعدی تا افق ۱۴۰۰ خواهد بود (Zare, ۲۰۰۶). البته، دومین هدف آرمانی در سند چشم‌انداز بیست‌ساله (افق ۱۴۰۴) دستیابی به جایگاه اول علمی و فناوری در سطح منطقه آسیای جنوب غربی است. به منظور تحقق این هدف آرمانی چند هدف کیفی در برنامه چهارم برای آن تدوین شده است که از آن جمله افزایش روحیه کار کردن، ابتکار و کارآفرینی اعم از توسعه کارآفرینی در نظام آموزش عالی، تدوین و پیاده‌سازی برنامه آموزش کارآفرینی در دانشگاههای کشور به عنوان اقدام اساسی در اسناد پشتیبان برنامه چهارم توسعه موجود است (Hosseini Largani, ۲۰۱۰). این در حالی است که بر اساس تحقیقات، اغلب متخصصان معتقدند که در گستره هزاره جدید عصری که به جامعه اطلاعاتی و هنگامه جهانی شدن موسوم است، آموزش کسب و کار و فرهنگ کارآفرینانه، گسترش مراکز تحقیق و توسعه کارآفرینی، برگزاری کارگاههای آموزش کارآفرینی دیجیتال، کسب و کارهای الکترونیکی، سیاستگذارها و برنامه‌ریزیهای آموزشی و پژوهشی دانشگاهها با ارزشهای کارآفرینی و ... می‌تواند راهکار ارزشمندی برای ایجاد تفکر کارآفرینی و اشتغال دانش‌آموختگان آموزش عالی و به موازات آن بهبود بحران بیکاری جامعه باشد (Hosseini Laregani et al., ۲۰۰۸). با این حال، ارتقای کارآفرینی به وسیله آموزش با چالش همراه بوده و تحقیقات مرتبط با آن هنوز در مرحله اکتشافی است (Souitaris et al., ۲۰۰۷). هر چند در خصوص مزایای آموزش کارآفرینی محققان و آموزشگران بسیار تأکید و آن را تجویز کرده‌اند، با این حال، تأثیر برنامه‌های آموزش کارآفرینی به خصوص بر نگرشها و نیت کارآفرینانه نسبتاً بدون آزمون باقی مانده و نیازمند بررسیهای بیشتری است (Souitaris et al., ۲۰۰۷; Oosterbeek et al., ۲۰۰۸). از این رو، بحث اصلی و جدید در تحقیقات اخیر در زمینه آموزش کارآفرینی تأثیر این گونه آموزشها بر نگرشهای فراگیران نسبت به رفتار کارآفرینانه، نیت کارآفرینانه و بالاخره خود رفتار است (Fayolle et al., ۲۰۰۶). بیشتر محققان کارآفرینی توجه خود را به «فرایند راه‌اندازی» کسب و کار (مرحله بعد از تصمیم‌گیری) معطوف ساخته و مرحله تصمیم‌گیری را مورد غفلت قرار داده‌اند، درحالی که قبل از مرحله راه‌اندازی، مرحله تصمیم‌گیری قرار دارد. در مرحله 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 کسب و کار را انتخاب کند. از این منظر، اینکه چه کسی تصمیم می‌گیرد رفتار کارآفرینانه داشته باشد اهمیت ندارد، بلکه مهم آن است که چه عواملی باعث می‌شود تا فرد یک چنین تصمیمی را اتخاذ کند (Moriano and Gorgievski, ۲۰۰۷). از آنجا که تصمیم‌گیری برای کارآفرینی یک تصمیم دوطرفه و آگاهانه به شمار می‌رود (Krueger et al., ۲۰۰۰)، می‌توان سازکارهای تصمیم‌گیری را از نزدیک تجزیه و تحلیل کرد. در این خصوص نیت کارآفرینانه را می‌توان به‌عنوان پیش‌درآمد و عامل مؤثر بر رفتار کارآفرینانه یا تصمیم‌گیری برای کارآفرین بودن و خلق یک کار جدید قلمداد کرد (Moriano and Gorgievski, ۲۰۰۷). با توجه به اینکه برای راه‌اندازی یک کسب و کار جدید به زمان و برنامه‌ریزی همراه با فکر و اندیشه نیاز است، لذا، می‌توان تصمیم کارآفرینانه را جزئی از رفتار برنامه‌ریزی شده دانست که برای پیشگویی آن می‌توان از مدل‌های مبتنی بر نیت به خوبی بهره گرفت (Bird,

(Krueger et al., ۲۰۰۰; ۱۹۸۸). از طرفی، گسترش برنامه‌های آموزش کارآفرینی از یک سو و افزایش منابع اختصاص یافته به چنین اقداماتی از سوی دیگر، به تمایل سرمایه‌گذاران، مؤسسات آموزشی و سازمانهای مرتبط دولتی در خصوص ارزیابی اثربخشی و قابلیت و کارآمدی این برنامه‌ها منجر شده است. چندین محقق در ارتباط با تأثیر مستقیم [کسب و کار جدید و تولید شغل] یا غیر مستقیم [روحیه کارآفرینی در حال گسترش] بر توسعه اقتصادی راههایی را برای ارزیابی آموزش کارآفرینی کشف و پیشنهاد و پیچیدگی این مقوله را بیان کرده‌اند (Saeidi Mehrabadi and Mohtadi, ۲۰۰۸) در این میان، به عقیده محققان نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده^۵ Ajzen (۱۹۹۱) چارچوب معتبری را به منظور تحلیل و اندازه‌گیری چگونگی تأثیر برنامه‌های آموزش کارآفرینی بر نگرشها و نیت و رفتار کارآفرینانه فراگیران آن فراهم می‌آورد (Fayolle et al., ۲۰۰۶). بدون شک، بهره‌گیری از مدل‌های مبتنی بر نیت به عنوان ابزاری مناسب برای توضیح و تفسیر شکل‌گیری نیت 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 به‌سوی حل بحران بیکاری دانش‌آموختگان آموزش عالی بهره گرفت. از این رو، با توجه به مطالب بیان شده، در مطالعه حاضر از تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده Ajzen با کاربرد مدلسازی معادله ساختاری بهره گرفته شده است. در مدلسازی معادل ساختاری می‌توان مدل‌های نظری ساختاری پیشرفته‌تر نظیر مدل Ajzen را تحلیل و تفاوت‌های گروهی در مدل‌های نظری را با احتساب خطای اندازه‌گیری هنگام آزمون فرضیه ارزیابی کرد. با این اوصاف، پژوهش حاضر نقش بسزایی در گسترش ادبیات مرتبط با مدل TPB، کاربرد مدلسازی معادله ساختاری و ارزیابیهای برنامه‌های آموزش کارآفرینی در نظام آموزش عالی دارد. از این رو، هدف کلی پژوهش بررسی تأثیر آموزش کارآفرینی بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان آموزش عالی بوده است.

نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده Ajzen (۱۹۹۱) عوامل فردی و اجتماعی را به منظور توضیح و تفسیر رفتارهای مبتنی بر نیت در بر می‌گیرد. TPB یک تئوری اجتماعی-شناختی است که در زمینه‌های بسیار گوناگونی به کار گرفته شده است (Harland et al., ۱۹۹۹; Beck and Ajzen, ۱۹۹۱) و نسبت به مدل‌های دیگر نیت کارآفرینانه را با جزئیات بیشتر و به شکل منظم‌تری ارائه می‌دهد (Krueger et al., ۲۰۰۰; Van Gelderen et al., ۲۰۰۶). از این رو، به عنوان چارچوب نظری بسیاری از مطالعات نیت کارآفرینانه مورد استفاده قرار گرفته است (Krueger et al., ۲۰۰۰; Alexei and Kolvereid ۱۹۹۹; Audet, ۲۰۰۲; Autio et al., ۲۰۰۱; Van Gelderen et al., ۲۰۰۶). از مزایای دیگر این مدل این است که در TPB دو دسته از تحقیقات مربوط به نیت کارآفرینانه تلفیق شده است: تحقیق در زمینه روابط بین نگرشها و نیت کارآفرینانه و تحقیق در خصوص ارتباطات بین خودکارآمدی و نیت کارآفرینانه (Douglas and Shepherd, ۲۰۰۲).

بر اساس نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده Ajzen (۱۹۹۱) نگرش در باره رفتار، هنجارهای ذهنی و باور به خودکارآمدی پیشگوکننده‌های نیت در راه‌اندازی فعالیتهای کارآفرینانه به شمار می‌روند. متغیر نگرش در خصوص رفتار یک متغیر فردی و شخصی است که طی آن رفتار از دیدگاه خود فرد ارزیابی می‌شود (Krueger et al., ۲۰۰۰). کاربرد این متغیر در تحقیقات نیت کارآفرینانه بدین صورت است که از دیدگاه خود کارآفرین تا چه اندازه راه‌اندازی کسب و کار جذاب به نظر می‌رسد (Krueger et al., ۲۰۰۰; Autio et al., ۲۰۰۱). 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 (Barbosa et al., ۲۰۰۶) که مؤید تأثیر نقش نگرش بر نیت به شروع یک کسب و کار کارآفرینانه است، چرا که هر اندازه افراد نگرش مثبتی نسبت به فعالیتهای کارآفرینانه داشته باشند، بدون شک کارآفرینی را به عنوان امری شدنی و امکان‌پذیر درک می‌کنند، لذا، احتمال بیشتری وجود دارد که نیت کارآفرینانه پایدارتری به وجود آید (Drnovsek and Erikson, ۲۰۰۵). پژوهشهای متعددی در این زمینه صورت گرفته است که وجود این ارتباط را تأیید می‌کند (Linan, ۲۰۰۵; DeGeorge and Fayolle, ۲۰۰۵; Linan, ۲۰۰۵; Moriano et al., ۲۰۰۶; Moriano et al., ۲۰۰۷ a,b). بر اساس مطالب مذکور، می‌توان فرضیه اول پژوهش حاضر را به صورت زیر بیان کرد:

فرضیه ۱ (H₁): نگرش در باره کارآفرینی با نیت کارآفرینانه رابطه مثبت و معنادار دارد.

متغیر دوم، هنجارهای ذهنی و منعکس‌کننده فشار اجتماعی است که شخص آن را برای انجام دادن یک رفتار خاص احساس می‌کند؛ یعنی شخص در رفتار خود گروهی را به عنوان مرجع در نظر می‌گیرد و سعی می‌کند رفتار خود را با نیازهای آنان تنظیم کند (Moriano and Gorgievski, ۲۰۰۷). هنجارهای ذهنی در قالب فرهنگ جامعه جای می‌گیرد و فرهنگ حاکم بر جامعه نیز بر کارآفرینی تأثیر می‌گذارد. 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 و برای مثال، مشوقهای مالی بیشتری برای کسب و کارهای کارآفرینانه در نظر گرفته شده است (Moriano and Gorgievski, ۲۰۰۷). از این رو، هنجارهای جامعه با فعالیتهای کارآفرینانه همسو خواهد بود و کارآفرین خود را در یک فضای کارآفرینی مطلوب احساس می‌کند و بنابراین، قصد و نیت قوی‌تری برای آغاز یک فعالیت کارآفرینانه خواهد داشت. در تحقیقات بسیاری بر وجود این رابطه تأکید شده است (Moriano et al., ۲۰۰۵; DeGeorge and Fayolle, ۲۰۰۵; Moriano et al., ۲۰۰۷a; Linan et al., ۲۰۰۵). بر این اساس، فرضیه دوم تحقیق شکل می‌گیرد:

فرضیه ۲ (H₂): هنجارهای ذهنی با نیت کارآفرینانه رابطه مثبت و معنادار دارد.

متغیر سوم (خودکارآمدی) به عنوان یکی از پیشگوکننده‌های ضروری در رفتار به شمار می‌رود. این مفهوم با کنترل رفتار ادراک شده آن چنان تفاوتی ندارد. منظور از این دو مفهوم توانایی فرد برای انجام دادن یک فعالیت است و اینکه تا چه اندازه یک فرد توانایی انجام دادن یک فعالیت کارآفرینانه را در خود احساس می‌کند (Linan et al., ۲۰۰۵). اعتقاد بر این است که برای موفق شدن در شرایط کاملاً پیچیده و در مواجهه با شرایط چند بعدی، باور به خودکارآمدی اهمیت فوق‌العاده‌ای دارد (Jerusalem and Schwarzer, ۱۹۹۲; Stajkovic and Luthans, ۱۹۹۸). بر مبنای نظریه شناخت اجتماعی اشتغال^۶ (Lent et al., ۲۰۰۲)، باور به خودکارآمدی بر مواردی نظیر انتخاب شغل، توسعه فعالیتهای شغلی، قابلیت‌های حرفه‌ای و عملکرد شغلی افراد تأثیر دارد؛ به عبارت دیگر، افراد سعی می‌کنند کارهایی را انجام دهند که در باره آنها احساس شایستگی و اعتماد به نفس دارند و از انجام دادن کارهایی که به آنها بی‌اعتماد هستند، اجتناب می‌ورزند. لذا، نتیجه مسلم باور به خودکارآمدی بیشتر در فرد، سطح اطمینان بالاتر از تواناییهای خود، اعتماد به نفس و اراده قوی‌تر خواهد بود و

۶. Self Efficacy

۷. Theory of Social Cognitive Career

همان‌طور که در مدل انگیزه در کارآفرینی شین و همکاران (Shane et al., ۲۰۰۳) ارائه شده که 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) انگیزه بیشتر و در نتیجه، قصد و نیت محکم‌تر و پایدارتری داشته باشد. نتایج تحقیقات دیگر نیز مؤید این مطلب است (Tkachev and Kolvereid, ۱۹۹۹; De Noble et al., ۱۹۹۹; Linan, ۲۰۰۴; Linan et al., ۲۰۰۵; Linan, ۲۰۰۵; Moriano et al., ۲۰۰۶; Moriano et al., ۲۰۰۷a,b; Autio et al., ۲۰۰۱; Krueger et al., ۲۰۰۰; Van Gelderen et al., ۲۰۰۶). از این رو، فرضیه سوم و چهارم تحقیق را می‌توان به صورت زیر بیان کرد:

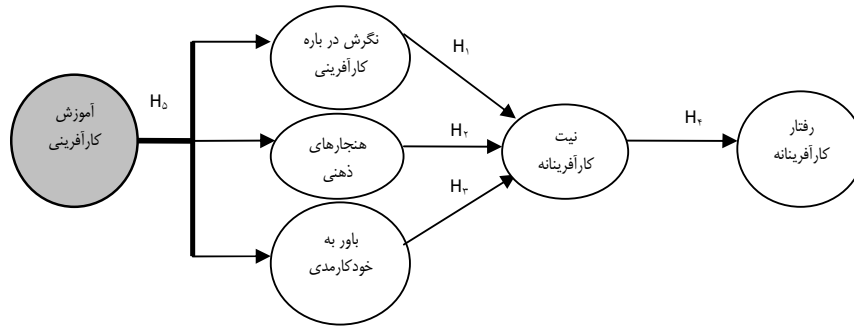
فرضیه ۳ (H۳): باور به خودکارآمدی با نیت کارآفرینانه رابطه مثبت و معنادار دارد.

فرضیه ۴ (H۴): بین نیت کارآفرینانه و رفتار کارآفرینانه رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

برخی از محققان معتقدند که رابطه‌ای بین آموزش کارآفرینی و نگرش‌های کارآفرینانه، نیت یا رفتار کارآفرینانه وجود دارد، اما با این حال شواهد تجربی بسیار کمی در حمایت از این اظهارات نظری یافت شده است (Souitaris et al., ۲۰۰۷). برای مثال، مطالعه سوتیز و همکاران (Souitaris et al., ۲۰۰۷) با بهره‌گیری از مدل TPB به این یافته منتج شد که برنامه‌های آموزش کارآفرینی، نگرشها و نیت کارآفرینانه را افزایش می‌دهد. (Noel, ۲۰۰۱) نیز در باره اثر آموزش کارآفرینی بر توسعه نیت کارآفرینانه و درک خودکارآمدی در دانش‌آموختگان رشته‌های کارآفرینی و دو رشته دیگر که همگی از دوره‌های آموزش کارآفرینی برخوردار بودند، بررسی کرد. یافته‌های وی این فرضیه را تأیید کرد که دانش‌آموختگان کارآفرینی کسب و کار بیشتری را راه‌اندازی کرده و از نیت و خودکارآمدی بالاتری برخوردار بوده‌اند. از طرفی، تحقیق پیترمن و همکاران (Peterman et al., ۲۰۰۳) نیز اثر دوره‌های آموزش کسب و کار را بر نیت دانش‌آموزان دبیرستان تأیید کرد. تحقیقات سعیدی مهرآبادی و مهتمدی (۲۰۰۸) (Saeidi Mehrabadi and Mohtadi) نیز بیانگر آن بود که دوره‌های آموزش کارآفرینی وزارت کار تأثیر مثبتی بر بروز رفتارهای کارآفرینانه شرکت‌کنندگان داشته است؛ به عبارت بهتر، شرکت در دوره‌های مزبور سبب شده است تا فراگیران درخصوص تغییر وضعیت شغل و کسب و کار خود تحریک شوند و تلاش کنند تا خود را به سطوح بالاتر برسانند. از آنجایی که تحقیقات محدودی در این زمینه انجام گرفته است، نیاز مبرم برای مفهوم‌سازی بیشتر به منظور آزمون رابطه بین آموزش کارآفرینی و نگرشها و نیت کارآفرینانه آشکار می‌شود. از این رو، فرضیه پنجم تحقیق به شرح زیر شکل می‌گیرد:

فرضیه ۵ (H۵): آموزش کارآفرینی بر نگرش‌های کارآفرینانه (نگرش به کارآفرینی، هنجارهای ذهنی و باور به خودکارآمدی) تأثیر مثبت و معنادار دارد.

در نهایت، مطابق با آنچه در خصوص مدل رفتار برنامه‌ریزی شده ذکر شد و نیز بر اساس فرضیات مطرح شده، چارچوب مفهومی این مطالعه به صورت شکل ۱ است.



شکل ۱- چارچوب مفهومی پژوهش

روش پژوهش

روش این تحقیق کمی و به لحاظ روشهای دستیابی به حقایق و داده‌پردازی از نوع تحقیقات توصیفی-همبستگی است. با توجه به محدوده زمانی تحقیق، پژوهش حاضر از نوع مقطعی است. جامعه آماری این پژوهش شامل دانشجویان رشته مهندسی صنایع دانشگاه پیام نور کرمانشاه است ($N=220$) که از این تعداد ۱۴۰ نفر به عنوان نمونه به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده و با استفاده از جدول Krejcie and Morgan (۱۹۷۰) انتخاب شدند. ابزار اصلی تحقیق پرسشنامه‌ای شامل ۶ قسمت: ویژگیهای فردی پاسخگویان، نگرش نسبت به کارآفرینی (۷ گویه)، هنجارهای ذهنی (۳ گویه)، باور به خودکارآمدی (۱۱ گویه)، نیت کارآفرینانه (۴ گویه) و رفتار کارآفرینانه (۷ گویه) بود. برای سنجش مقوله‌های یاد شده از پرسشنامه نیت کارآفرینی لینان و چن (Linan and Chen, ۲۰۰۹) بهره گرفته شد. این مقیاس به زبان فارسی ترجمه و روایی آن به وسیله پانل متخصصان تعیین شد. به منظور اعتبارسنجی ابزار تحقیق، تعیین میزان تطبیق و برازش داده‌های پژوهش حاضر با مدل رفتار برنامه‌ریزی شده Ajzen و بررسی چارچوب مفهومی تحقیق، از روش مدلسازی معادله ساختاری^۸ با کاربرد نرم افزار ۸/۸ Lizrel و AMOS^۹ و روش تحلیل واریانس چند متغیره^۹ با کاربرد نرم افزار SPSS^{۱۰} استفاده شد. نتایج آماری تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول با بهره‌گیری از نرم افزار ۸/۸ Lizrel نشان دهنده پایایی مناسب ابزار تحقیق بود ($\text{Chi-Square}_{(395)} = 709/65$; $P\text{-value} < 0/05$; $\text{RMSEA} = 0/052$). از تعداد ۱۲۰ پرسشنامه‌های جمع‌آوری شده بدون نقص و قابل استفاده بودند (نرخ پاسخگویی = $85/71\%$). از تعداد ۱۲۰ نفر، ۶۰ نفر در دوره‌های آموزش کارآفرینی شرکت کرده بودند و ۶۰ نفر مابقی هیچ تجربه‌ای در خصوص شرکت در دوره‌های آموزش کارآفرینی نداشتند. در خصوص مدلسازی معادله ساختاری گفتنی 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., ۲۰۰۹). این روش محققان را به پیچیدگی تأثیرگذاری مجموعه‌ای از متغیرها بر یکدیگر به طور یکسویه و دوسویه، مستقیم و غیر مستقیم و همچنین، پیچیدگیهای

۸. Structural Equation Modeling

۹. Multivariate Analysis of Variance

موجود در اندازه‌گیری سازه‌های پنهان رهنمون شد و بنابراین، تحلیل کمی از پدیده‌های کیفی را از نظر روش شناختی دقیق‌تر و از نظر کاربردی واقع بینانه‌تر می‌سازد (Ghasemi, ۲۰۱۰). معیارهای برازش کلی مدل شامل کای اسکوتر (χ^2)^{۱۰}، شاخص برازش هنجار شده بنتلر- بونت (NFI)^{۱۱}، شاخص برازش افزایشی (IFI)^{۱۲}، شاخص توکر- لویس (TLI)^{۱۳}، شاخص برازش تطبیقی (CFI)^{۱۴} و ریشه دوم میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA)^{۱۵} هستند. در صورتی برازش مدل مورد بررسی رضایتبخش و قابل قبول است که مقدار χ^2 کوچک و $Sig > ۰/۰۵$ ، مقادیر شاخصهای NFI، IFI، TLI و CFI بیشتر از ۰/۹ و RMSEA کمتر از ۰/۰۵ باشد. شایان ذکر است که کای اسکوتر مدل تابعی از حجم نمونه است، به نحوی که هر چه حجم نمونه افزایش یابد، آماره کای اسکوتر متمایل به نشان دادن یک سطح احتمال معنادار است، لذا، تقریباً بیشتر مدل‌های منطقی با داشتن حجم نمونه زیاد، در صورتی که فقط به شاخص برازش کای اسکوتر اکتفا شود، تأیید نمی‌شوند. با این توضیح، ضرورت برآورد سایر شاخصهای مذکور روشن می‌شود.

یافته‌ها

بر اساس یافته‌ها، ۴۱ درصد (۴۹ نفر) دانشجویان مورد مطالعه دختر و ۵۹ درصد (۷۱ نفر) پسر بودند. میانگین سنی آنها ۲۴ سال (انحراف معیار = ۳/۶ سال) بود و بیشترین فراوانی به طبقه سنی ۲۲ تا ۲۵ سال اختصاص داشت (۵۹/۲ درصد). ۵۰ درصد (۶۰ نفر) از دانشجویان مذکور در دوره‌های آموزش کارآفرینی شرکت کرده بودند و ۶۰ نفر مابقی در این دوره‌ها حضور نداشتند (۵۰ درصد).

به منظور بررسی چارچوب مفهومی پژوهش حاضر و پی بردن به روابط علی میان متغیرهای درونی (رفتار و نیت کارآفرینانه) و متغیرهای بیرونی (نگرش، هنجار و باور به خودکارآمدی) از روش مدلسازی معادله ساختاری (SEM) با کاربرد نرم افزار AMOS بهره گرفته شد. مدل مورد بررسی یک مدل مسیر است و مدل‌های مسیر یکی از انواع مدل‌هایی هستند که می‌توان در تبیین و پیش‌بینی پدیده‌های مختلف از آنها بهره برد. همبستگی بین متغیرهای پژوهش در جداول ۱ و ۲ ارائه شده است.

جدول ۱- همبستگی پیرسون: افراد برخوردار از دوره‌های آموزش کارآفرینی (n= ۶۰)

متغیر	۱	۲	۳	۴
۱- باور به خودکارآمدی	-	-	-	-
۲- هنجارهای ذهنی	۰/۹۲***	-	-	-
۳- نگرش در باره کارآفرینی	۰/۹۶***	۰/۹۳***	-	-
۴- نیت کارآفرینانه	۰/۹۶***	۰/۹۴***	۰/۹۷***	-
۵- رفتار کارآفرینانه	۰/۸۳***	۰/۸۴***	۰/۸۵***	۰/۸۷***

۱۰. Chi-Square

۱۱. Nor med Fit Index

۱۲. Incremental Fit Index

۱۳. Tucker-Lewis Index

۱۴. Comparative Fit Index

۱۵. Root Mean Square Error of Approximation

جدول ۲- همبستگی پیرسون: افراد غیر برخوردار از دوره‌های آموزش کارآفرینی (n=۶۰)

متغیر	۱	۲	۳	۴
۱- باور به خودکارآمدی	-	-	-	-
۲- هنجارهای ذهنی	۰/۸۷***	-	-	-
۳- نگرش در باره کارآفرینی	۰/۹۲***	۰/۹۳***	-	-
۴- نیت کارآفرینانه	۰/۹۴***	۰/۹۲***	۰/۹۵***	-
۵- رفتار کارآفرینانه	۰/۸۷***	۰/۸۴***	۰/۹۰***	۰/۹۳***

مقیاس طیف لیکرت از ۱ (کاملاً مخالفم) تا ۷ (کاملاً موافقم) $p < .001$

یافته‌های به دست آمده از همبستگی پیرسون نشان می‌دهد که بین هر یک از متغیرهای مستقل (نگرش در باره کارآفرینی، هنجارهای ذهنی، باور به خودکارآمدی و نیت کارآفرینانه) با یکدیگر در هریک از دانشجویان برخوردار از دوره‌های آموزش کارآفرینی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. علاوه بر این، مطابق جدول ۱ بین نگرشهای کارآفرینی (نگرش در باره کارآفرینی، هنجارهای ذهنی و باور به خودکارآمدی) و نیت کارآفرینانه این دانشجویان با رفتار کارآفرینانه آنان نیز رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. نتایج مذکور در خصوص دانشجویان غیر برخوردار از دوره‌های کارآفرینی نیز صادق بود.

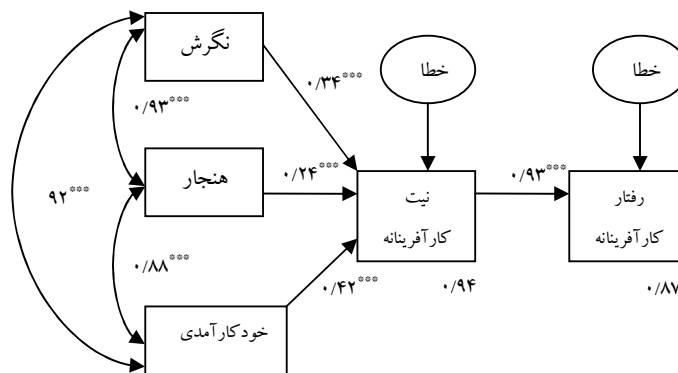
در جدول ۳ آثار مستقیم، غیر مستقیم و کل متغیرهای پیش بین بر متغیرهای وابسته نیت و رفتار کارآفرینانه دانشجویان به تفکیک برخوردار از دوره‌های آموزش کارآفرینی نشان داده شده است. در جدول مذکور اثر مستقیم معادل ضریب استاندارد شده متغیرهای رگرسیون چندگانه و زمانی است که تغییر در متغیر X به تغییر در متغیر Y منجر می‌شود ($Y \leftarrow X$). اثر غیر مستقیم هر متغیر برابر با حاصلضرب 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 ($Y \leftarrow Z \leftarrow X$). اثر کل نیز نشان دهنده مجموع اثرهای مستقیم و غیر مستقیم هر متغیر است. نمودارهای مسیر در شکل‌های ۱ و ۲ نشان داده شده است. با توجه به شاخص‌های کلی برازش می‌توان گفت که مدل از برازش مناسبی در بین دو گروه مورد مطالعه برخوردار است (RMSEA= ۰/۰۴; $\chi^2_{(6)}=7/11$; $p= 0/31$; NFI= ۰/۹۹; IFI= ۰/۹۹; TLI= ۰/۹۹; CFI=

جدول ۳- اثرهای مستقیم، غیر مستقیم و کل متغیرهای پیش بین بر متغیرهای وابسته نیت و رفتار کارآفرینانه دانشجویان به تفکیک برخوردار از دوره‌های آموزش کارآفرینی

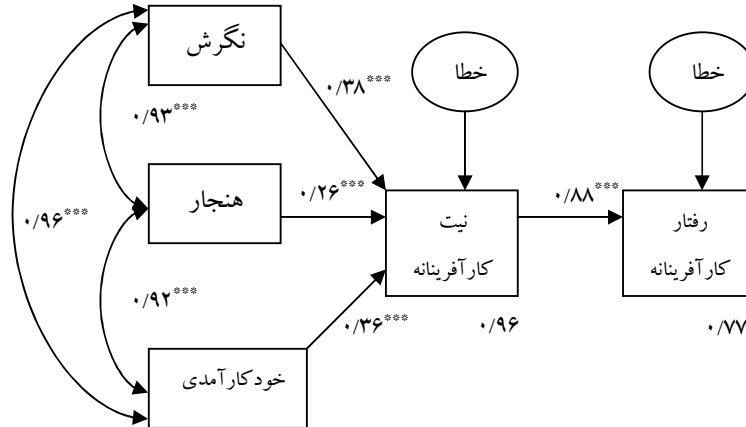
متغیر وابسته	متغیر پیش بین	برخوردار از دوره‌های آموزش کارآفرینی ^۱		غیر برخوردار از دوره‌های آموزش کارآفرینی ^۲	
		اثر مستقیم	اثر غیر مستقیم	اثر کل	اثر غیر مستقیم
نیت	نگرش	۰/۲۸	-	۰/۲۸	۰/۳۴
	هنجار	۰/۲۶	-	۰/۲۶	۰/۲۴
رفتار	خودکارآمدی	۰/۳۶	-	۰/۳۶	۰/۴۲
	نگرش	-	۰/۳۴	۰/۳۴	۰/۳۱
نیت	هنجار	-	۰/۲۳	۰/۲۳	۰/۲۲
	خودکارآمدی	-	۰/۳۱	۰/۳۱	۰/۳۹

نیت	۰/۸۸	-	۰/۸۸	۰/۹۳	-	۰/۹۳
-----	------	---	------	------	---	------

مطابق جدول ۳ و نمودار مسیر (شکل ۱)، از میان متغیرهای مستقل، باور به خودکارآمدی در بین دانشجویانی که از دوره‌های آموزش کارآفرینی برخوردار نبودند، بیشترین اثر مستقیم و معنادار (۰/۴۲) را بر نیت کارآفرینانه آنان داشته است. سپس، متغیرهای نگرش در باره کارآفرینی (۰/۳۴) و هنجارهای ذهنی (۰/۲۴) دارای بیشترین اثر مستقیم بر متغیر نیت کارآفرینانه بودند. در کل ۹۴ درصد تغییرات مربوط به نیت کارآفرینانه دانشجویان غیربرخوردار از دوره‌های آموزش کارآفرینی توسط باور به خودکارآمدی، نگرش در باره کارآفرینی و هنجارهای ذهنی تبیین شد، در حالی که در بین دانشجویان برخوردار از دوره‌های آموزش کارآفرینی، ۹۶ درصد تغییرات مربوط به این متغیر توسط متغیرهای مستقل مذکور تبیین شد (شکل ۲). در این بین، متغیر نگرش در باره کارآفرینی با داشتن بالاترین اثر مستقیم و معنادار (۰/۳۸) بیشترین اهمیت را در پیش بینی نیت کارآفرینانه دانشجویان برخوردار از دوره‌های آموزش کارآفرینی به خود اختصاص داد. سپس، متغیرهای باور به خودکارآمدی (۰/۳۶) و هنجارهای ذهنی (۰/۲۶) به ترتیب از بیشترین اثر مستقیم در بین دانشجویان برخوردار بودند (شکل ۲). مطابق یافته‌های جدول ۳ متغیر نیت کارآفرینانه تنها متغیری است که اثر مستقیم و معناداری را بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان داشته است (۰/۸۸). از طرفی، نگرش در باره کارآفرینی (۰/۳۴)، هنجارهای ذهنی (۰/۲۳) و باور به خودکارآمدی (۰/۳۱) از طریق نیت کارآفرینانه اثر غیر مستقیمی را بر متغیر مذکور داشته است. در کل، ۷۷ درصد تغییرات رفتار کارآفرینانه دانشجویان برخوردار از دوره‌های آموزش کارآفرینی توسط متغیرهای مذکور تبیین شد (شکل ۲). این در حالی است که در میان دانشجویان غیر برخوردار از دوره‌های آموزش کارآفرینی نیز متغیرهای نگرش در باره کارآفرینی (۰/۳۱)، هنجارهای ذهنی (۰/۲۲) و باور به خودکارآمدی (۰/۳۹) از طریق نیت کارآفرینانه اثرهای غیرمستقیم معناداری را بر رفتار کارآفرینانه این دانشجویان داشته و در کل به همراه اثر مستقیم نیت کارآفرینانه (۰/۳۱) حدود ۸۷ درصد تغییرات رفتار کارآفرینانه این دانشجویان را تبیین کرده است. بر اساس تحلیل به روش مدلسازی معادله ساختاری هیچ‌گونه تفاوتی بین دو گروه مطالعاتی از نظر ضرایب رگرسیونی وجود نداشت.



شکل ۱- نمودار مسیر مربوط به دانشجویان غیر برخوردار از دوره‌های آموزش کارآفرینی



شکل ۲- نمودار مسیر مربوط به دانشجویان برخوردار از دوره‌های آموزش کارآفرینی

به منظور بررسی تأثیر آموزش‌های کارآفرینی بر نگرش‌های کارآفرینی (نگرش در باره کارآفرینی، هنجارهای ذهنی و باور به خودکارآمدی) از تحلیل واریانس چندمتغیره (MANOVA) با استفاده از نرم افزار SPSS بهره گرفته شد. برخوردار از دوره‌های آموزش کارآفرینی (دو طبقه) به عنوان متغیر مستقل و نگرش در باره کارآفرینی، هنجارهای ذهنی و باور به خودکارآمدی به عنوان متغیر وابسته وارد تحلیل شدند. پیشفرض اصلی به منظور انجام یافتن MANOVA، برابری ماتریسهای کوواریانس مرتبط با دو گروه مطالعاتی است. در این پژوهش نتایج آماری اولیه بیانگر برابر نبودن ماتریسهای کوواریانس دو گروه مطالعاتی بود ($F=7/65$; $P<0/05$). اما از آنجایی که دو گروه از تعداد نمونه مساوی برخوردار بودند، نتایج یاد شده به منظور جلوگیری از انجام دادن تحلیل MANOVA محسوس نیست (Sharma, ۱۹۹۶: P. ۳۵۱). مطابق یافته‌های این بخش تفاوت معناداری بین دانشجویان برخوردار از دوره‌های آموزش کارآفرینی و غیربرخوردار از این دوره‌ها وجود داشت ($P<0/001$; $F_{(5/114)}=354/66$; Wilks' Lambda = $0/098$). از طرفی، PES^{۱۶} به عنوان بهترین معیار اندازه اثر^{۱۷} [به منظور تعیین میزان اثر متغیر مستقل بر متغیرهای وابسته] نیز نشان می‌دهد که ۸۹ درصد کل واریانس متغیرهای وابسته مذکور توسط تفاوت بین دو گروه مطالعاتی تبیین می‌شود. در نتیجه، می‌توان چنین بیان کرد که تفاوت بین دو گروه مطالعاتی از نظر متغیرهای وابسته مذکور معنادار بوده است.

۱۶. Partial Eta Square

۱۷. Effect Size

جدول ۴- تفاوت بین نگرشهای کارآفرینی در دانشجویان به تفکیک برخورداری از دوره‌های آموزش کارآفرینی

F	غیر برخوردار از آموزش کارآفرینی (n=۶۰)		برخوردار از آموزش کارآفرینی (n=۶۰)		متغیر وابسته ^۱
	SD	M	SD	M	
۳۳/۰۹***	۲/۰۳	۴/۱۸	۱/۳۴	۵/۹۹	نگرش در باره کارآفرینی
۲۲/۴۹***	۲/۰۸	۴/۲۰	۱/۴۰	۵/۷۴	هنجارهای ذهنی
۳۳/۲۸***	۱/۹۶	۴/۲۰	۱/۴۶	۶/۰۳	باور به خودکارآمدی

^۱ مقیاس طیف لیکرت از ۱ (کاملاً مخالفم) تا ۷ (کاملاً موافقم)
*** p<۰/۰۰۱

با توجه به جدول ۴، تفاوت معناداری بین دانشجویان برخوردار از دوره‌های آموزش کارآفرینی و غیربرخوردار از آن از نظر نگرشهای کارآفرینی (نگرش در باره کارآفرینی، هنجارهای ذهنی و باور به خودکارآمدی) به دست آمد. از آنجایی که میانگینهای مربوط برای تمام متغیرها در دانشجویان برخوردار از دوره‌های آموزش کارآفرینی بیش از دانشجویان غیربرخوردار از آن بوده است (میانگین بیش از ۵ از ۷)، لذا می‌توان چنین استدلال کرد که دانشجویانی که در دوره‌های آموزش کارآفرینی شرکت داشته‌اند از نگرش مطلوب‌تری در باره کارآفرینی، هنجارهای ذهنی همسوتر با فعالیتها و کسب و کارهای کارآفرینانه و خلاق و باور به خودکارآمدی بالاتری برخوردار بوده و به موازات آن احتمالاً با نیت بالاتری برای راه‌اندازی یک کسب و کار جدید (رفتار کارآفرینانه) تلاش کرده‌اند. در واقع، این امر نشان دهنده احتمال بسیار زیاد تأثیر و اهمیت برنامه‌های آموزش کارآفرینی در ارتقای نگرشها و تبعاً نیت و رفتار کارآفرینانه دانشجویان است. در نهایت، بر اساس یافته‌های پژوهش حاضر تمام فرضیه‌های تحقیق تأیید می‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف کلی بررسی تأثیر آموزشهای کارآفرینی بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان رشته مهندسی صنایع دانشگاه پیام‌نور کرمانشاه با کاربرد تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده Ajzen انجام پذیرفت. به منظور آزمون پنج فرضیه اصلی پژوهش به روش مدلسازی معادله ساختاری و تحلیل واریانس چند متغیره از دو گروه- افرادی که در دوره‌های آموزش کارآفرینی شرکت کرده بودند (۶۰ نفر) و آنهایی که هیچ‌گونه تجربه‌ای در خصوص شرکت در این دوره‌ها نداشتند (۶۰ نفر)- بهره گرفته شد.

بر اساس یافته‌ها، فرضیه‌های اول، دوم، سوم و چهارم پژوهش مبنی بر ارتباط مثبت و معنادار نیت کارآفرینانه دانشجویان با نگرش در باره کارآفرینی، هنجارهای ذهنی، باور به خودکارآمدی و رفتار کارآفرینانه در هر دو گروه مورد مطالعه تأیید شد. در توضیح رابطه مثبت بین نیت کارآفرینانه دانشجویان و نگرش نسبت به کارآفرینی باید اذعان داشت که افرادی که رفتار کارآفرینانه را مطلوب دریافت 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 قادر به این کار نیستند، بدون شک از قابلیت‌های شناسایی فرصتهای خودشان آگاه می‌شوند و بنابراین، آن را به همان صورت مطلوب دریافت خواهند کرد. هنگامی که آنها کارآفرینی را به عنوان امری شدنی و

امکان‌پذیر درک کنند، احتمال بیشتری وجود دارد که نیت کارآفرینانه پایدارتری به وجود آید (Drnovsek and Erikson, ۲۰۰۵). 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., ۲۰۰۶) که مؤید تأثیر نقش نگرش بر نیت به شروع یک کسب و کار کارآفرینانه است. این یافته نتایج پژوهشهای لینان و همکاران (Linan et al., ۲۰۰۵)، دیگرو و فایول (DeGeorge and Fayolle, ۲۰۰۵)، لینان (Linan, ۲۰۰۵)، مورانو و همکاران (Moriano et al., ۲۰۰۶, ۲۰۰۷ a, b) را تأیید می‌کند.

در خصوص تفسیر رابطه مثبت بین هنجارهای ذهنی و نیت کارآفرینانه دانشجویان شایان ذکر است که هر اندازه هنجارهای ذهنی؛ یعنی مجموعه باورها و ارزشهای شخصی فرد، که متأثر از هنجارهای جامعه است، مطابق و همسو با فعالیتهای کارآفرینی باشد، فرد قصد و نیت بیشتری برای شروع یک کسب و کار کارآفرینانه خواهد داشت، چرا که هنجارهای جامعه بر درک افراد از نیت کارآفرینانه خود تأثیر بسزایی دارند (Drnovsek and Erikson, ۲۰۰۵). هنجارهای جامعه در قالب فرهنگ جامعه جای می‌گیرد. فرهنگ حاکم بر جامعه نیز بر کارآفرینی تأثیر می‌گذارد. در صورتی که هنجارهای جامعه با فعالیتهای کارآفرینانه همسو باشد، محیط شامل فرهنگ اجتماعی حامی کارآفرینی می‌شود و بنابراین، فرد قصد و نیت قوی‌تری برای آغاز یک فعالیت کارآفرینانه خواهد داشت. در تحقیقات دیگر نیز بر وجود این رابطه تأکید شده است (Moriano et al., ۲۰۰۶; Moriano et al., ۲۰۰۷a; Linan et al., ۲۰۰۵; DeGeorge and Fayolle, ۲۰۰۵). تحقیق (Linan, ۲۰۰۵) مبنی بر وجود رابطه منفی و معنادار بین هنجارهای جامعه و نیت کارآفرینانه بوده است. رابطه مثبت بین باور به خودکارآمدی و نیت کارآفرینانه بیانگر این است که باور به خودکارآمدی بالاتر در فرد می‌تواند احساس اطمینان بیشتر از تواناییهای شخصی برای خلق رضایتبخش یک کار مخاطره‌آمیز را در وی متبلور سازد، از این رو، انتظار می‌رود که چنین فردی با نیت بیشتر و مصمم‌تر برای کارآفرین شدن و به تبع آن تصمیم‌گیری برای انتخاب یک مسیر شغلی کارآفرینانه اقدام کند. تحقیقاتی که تاکنون در زمینه کارآفرینی و خودکارآمدی انجام گرفته است نیز مؤید وجود رابطه مثبت بین خودکارآمدی و تصمیم‌گیری فرد برای انجام دادن رفتار کارآفرینانه است. (De Noble et al., ۱۹۹۹; Tkachev and Kolvereid, ۱۹۹۹; Krueger et al., ۲۰۰۰; Autio et al., ۲۰۰۱; Linan, ۲۰۰۴; Linan et al., ۲۰۰۵; Linan, ۲۰۰۵; Moriano et al., ۲۰۰۷a, b) با وجود این، نتیجه مذکور برخلاف یافته تحقیقات دیگرو و فایول (DeGeorge and Fayoll, ۲۰۰۵) و باربوسا و همکاران (Barbosa et al., ۲۰۰۶) بوده است. شایان توجه است از آنجایی که نیت کارآفرینانه پیش‌درآمد و عامل مؤثری بر رفتار کارآفرینانه است (Moriano and Gorgievski, ۲۰۰۷)، از این رو، رابطه مثبت و معنادار بین نیت و رفتار کارآفرینانه قابل توجیه منطقی است؛ به عبارت بهتر، افرادی که نیت محکم‌تری برای انجام دادن یک فعالیت کارآفرینانه داشته باشند، این نیت بالا در نقش یک عامل نیروزا به بروز رفتار کارآفرینانه در قالب خلق، حفظ و گسترش آن فعالیت منجر خواهد شد. این در حالی است که رفتارهای کارآفرینانه به اشکال مختلفی در افراد گوناگون ظاهر می‌شوند، از جمله راه‌اندازی یک کسب و کار جدید، شکار فرصتها، ارائه راه‌حلهای جدید برای حل مشکلات و رسیدن به هدف اصلی، نوآوری در بازاریابی کالاها و ارائه خدمات خود و غیره.

نتایج بخش تحلیل مسیر با استفاده از روش مدلسازی معادله ساختاری نیز برآزش و اعتبار مدل رفتار برنامه‌ریزی شده Ajzen را در دو گروه مورد مطالعه تأیید کرد. مطابق نتایج این بخش، متغیر نگرش در باره کارآفرینی بیشترین اثر مستقیم را بر نیت کارآفرینانه دانشجویان برخوردار از دوره‌های آموزش کارآفرینی به خود اختصاص داده و از طریق نیت کارآفرینانه نیز بالاترین اثر غیرمستقیم را بر رفتار کارآفرینانه این دانشجویان داشته است. این امر احتمالاً نشان دهنده تأکید بیشتر برنامه‌های آموزش کارآفرینی بر بعد نگرشی فراگیران نسبت به مبحث کارآفرینی و فعالیتهای کارآفرینانه بوده است که به مساعدتر شدن نگرش دانشجویان در خصوص کارآفرینی و در نتیجه، بالا رفتن نیت آنان برای راه‌اندازی یک کسب و کار جدید و حفظ و گسترش آن منجر شده است. در برخی از تحقیقات پیشین نیز تأثیر مثبت برنامه‌های آموزش کارآفرینی بر نگرش دانشجویان در خصوص خلق یک کسب و کار جدید تأیید شده است (Souitaris et al., ۲۰۰۷; Barbosa et al., ۲۰۰۶; Voigt et al., ۲۰۰۶). این در حالی است که در میان دانشجویان غیر برخوردار از دوره‌های آموزش کارآفرینی باور به خودکارآمدی از بالاترین اثر مستقیم بر نیت کارآفرینانه دانشجویان برخوردار بوده و بیشترین اثر غیر مستقیم را از طریق نیت کارآفرینانه بر رفتار این دانشجویان داشته است. باور به خودکارآمدی در مطالعات کارآفرینی بسیار مورد توجه بوده (Stritar et al., ۲۰۰۶) و اعتقاد بر این است که برای موفق شدن در شرایط کاملاً پیچیده از اهمیت فوق‌العاده‌ای برخوردار است (Jerusalem and Scheuarzer, ۱۹۹۲). از آنجایی که باور به خودکارآمدی مهم‌ترین پیشگوکننده نیت کارآفرینانه دانشجویان غیر برخوردار از آموزش کارآفرینی را در راه‌اندازی یک کسب و کار جدید و گسترش فعالیتهای کارآفرینانه تشکیل می‌دهد و تا زمانی که فرد به قابلیت‌ها و تواناییهای خود برای تبدیل ایده‌ها به عمل تصور ذهنی مثبت و باور و اعتقادی نداشته باشد، درخصوص انجام دادن رفتار کارآفرینانه تصمیم‌گیری درستی نخواهد گرفت، از این رو، باید در آموزشهای کارآفرینی به این بعد توجه جدی مبذول شود و صرفاً به بعد نگرشی اکتفا نشود. چرا که تصورات روانشناختی مثبت از جمله باور به خودکارآمدی همانند بسیاری از ویژگیهای شخصیتی ثابت و تغییرناپذیر نیستند، بلکه از طریق آموزش و تجربه قابل توسعه و تغییر خواهند بود (Luthanus and Youssef, ۲۰۰۴). نتیجه تحقیق استریتار و همکاران (Stritar et al., ۲۰۰۶) و نوتل (Noel, ۲۰۰۱) نیز بیانگر تأثیر مثبت دوره‌های آموزش کارآفرینی بر باور به خودکارآمدی فراگیران آن بوده است. مارکمن و همکاران (Markman et al., ۲۰۰۵) نیز معتقدند که یکی از ویژگیهایی که افراد کارآفرین را از افراد غیر کارآفرین جدا می‌کند، این است که کسانی که تصمیم به راه‌اندازی یک کسب و کار کارآفرینانه می‌گیرند، دارای خودکارآمدی بالایی هستند، در حالی که کسانی که چنین رفتاری را در پیش نمی‌گیرند، خودکارآمدی کمتری دارند.

در ادامه، اثر مستقیم باور به خودکارآمدی و هنجارهای ذهنی بر نیت کارآفرینانه دانشجویان برخوردار از دوره‌های آموزش کارآفرینی نیز تأیید شد. با وجود این، هنجارهای ذهنی ضعیف‌ترین پیشگوکننده نیت کارآفرینانه محسوب می‌شود. نقش ضعیف هنجارهای ذهنی در تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده Ajzen 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., ۲۰۰۵). در همین خصوص، آدن (Ajzen, ۱۹۹۱) با انجام دادن ۱۹ مطالعه در باره تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده دریافت که در ۱۱ مورد از این ۱۹ پژوهش، هنجارهای ذهنی دارای ضرایب رگرسیون غیرمعتادار یا منفی بوده است (Linan, ۲۰۰۵). لذا، به زعم آدن (Ajzen, ۱۹۸۷) هنجارهای ذهنی

سهم ضعیفی در تبیین نیت برای انجام دادن رفتارهای مختلف به ویژه برای موضوعات با مرکز کنترل درونی بالا دارد. به هر حال، نیاز به تحقیقات بیشتر در این زمینه احساس می‌شود. نتیجه اخیر در دانشجویان غیر برخوردار از دوره‌های آموزش کارآفرینی نیز صادق بود. از طرفی، اثر مستقیم نگرش نسبت به کارآفرینی و هنجارهای ذهنی بر نیت کارآفرینانه آنان نیز تأیید شد.

بسیاری از محققان معتقدند که آموزش کارآفرینی بر رفتار کنونی و نیت آینده فراگیران تأثیر می‌گذارد (Fayolle et al., ۲۰۰۵). از این رو، در تحقیقات پیشین کاربرد تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده در ارزیابی برنامه‌های آموزش کارآفرینی تأیید شده است (Fayolle et al., ۲۰۰۵; Fayoll and Gailly, ۲۰۰۴). نتایج پژوهش حاضر نیز با بهره‌گیری از تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده Ajzen به تأیید فرض تحقیق مبنی بر تأثیر مثبت و معنادار آموزش کارآفرینی بر نگرشهای (نگرش در باره کارآفرینی، هنجارهای ذهنی و باور به خودکارآمدی) دانشجویان منجر شد. از طرفی، به دلیل وجود رابطه علی میان نگرشها و نیت کارآفرینانه و نیت کارآفرینانه و رفتار، شاید بتوان استدلال کرد که آموزش بر نیت و رفتار کارآفرینانه نیز اثر مثبتی خواهد داشت؛ به عبارت بهتر، دانشجویانی که در دوره‌های آموزش کارآفرینی شرکت کرده بودند، از نگرش مطلوب و مثبت‌تری در باره فعالیت‌های کارآفرینانه، هنجارهای ذهنی همسوتر با راه‌اندازی یک کسب و کار جدید و مخاطره‌آمیز و باور به خودکارآمدی بالاتری برخوردار بوده و از طرفی، با نیت قوی‌تری برای راه‌اندازی، حفظ و گسترش کسب و کار (رفتار کارآفرینانه) تلاش کرده‌اند. با توجه به آنکه یک دوره آموزشی مناسب و مطلوب تمام ابعاد نگرش، بینش، مهارت و دانش فراگیر را تحت‌الشعاع خود قرار می‌دهد، لذا، تفسیر یافته اخیر چندان دور از ذهن نمی‌نماید. در تحقیقات دیگر نیز نتیجه اخیر تأیید شده است، از جمله اتمن‌آیزی و همکاران (Ozman Ameizi et al., ۲۰۱۰) با انجام دادن تحقیقی به منظور بررسی نیت کارآفرینانه دانشجویان لیبیایی در دو دانشگاه Utara و Garyounis به این نتیجه دست یافتند که نیت کارآفرینانه در دانشجویان دانشگاه Utara بیش از دانشجویان دانشگاه Garyounis بوده است. این محققان در استدلال نتیجه خود به برخورداری دانشگاه Utara از دوره‌های آموزش کارآفرینی اشاره کردند که به ایجاد نیت کارآفرینانه بالاتری در دانشجویان این دانشگاه منجر شده، در حالی که دانشگاه Garyouni از چنین دوره‌هایی برخوردار نبوده است. تحقیقات سعیدی مهرآبادی و مهدی (۲۰۰۸) Saeydi Mehrabadi and Mohtadi نیز بیانگر آن بود که دوره‌های آموزش کارآفرینی وزارت کار تأثیر مثبتی بر بروز رفتارهای کارآفرینانه شرکت‌کنندگان داشته است؛ به عبارت بهتر، شرکت در دوره‌های مزبور سبب شده است تا فراگیران در خصوص تغییر وضعیت شغل و کسب و کار خود تحریک شوند و تلاش کنند که خود را به سطوح بالاتر برسانند. نتایج برخی تحقیقات دیگر مبنی بر تأثیر مثبت آموزش کارآفرینی بر نگرش و نیت کارآفرینانه دانشجویان یافته اخیر در پژوهش حاضر را تأیید کرده است (Fayolle and Gailly, ۲۰۰۴; Barbosa et al., ۲۰۰۶; Voigt et al., ۲۰۰۶; Degeorge and Fayolle, ۲۰۰۵; Souitaris et al., ۲۰۰۳; Peterman and Kenedy, ۲۰۰۷). با این اوصاف، می‌توان چنین بیان کرد که نتیجه یاد شده از دیدگاه دراکر (Drucker, ۱۹۸۵) در خصوص کارآفرینی حمایت می‌کند. به اعتقاد وی «کارآفرینی جادو، یک چیز اسرارآمیز، عجیب و موروثی نیست، بلکه کارآفرینی یک رشته است و مانند هر رشته دیگری قابلیت آموزش دارد و می‌تواند فرا گرفته شود».

علاوه بر مزایای بسیار پژوهش حاضر از جمله شناخت بیشتر در خصوص متغیرهای اندازه‌گیری شده و روابط آنها با رفتار کارآفرینانه، از جنبه تئوریک نتایج این پژوهش مدل تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده (Ajzen ۱۹۹۱) را تأیید و اعتقاد محققان را به این مدل به عنوان یک چارچوب نظری پایدار و به عنوان یک ابزار به منظور اندازه‌گیری اثرهای یک برنامه آموزشی کارآفرینی در مؤسسات آموزشی عالی تقویت می‌کند.

به دلیل نقش مؤثر باور به خودکارآمدی در شکل‌گیری نیت و رفتار کارآفرینانه دانشجویان غیربرخوردار از برنامه‌های آموزش کارآفرینی، به برنامه‌ریزان آموزشی توصیه می‌شود که با لحاظ کردن مواردی در دوره‌های آموزش کارآفرینی تقویت بیشتر باور به خودکارآمدی را در دانشجویان محقق سازند، از جمله:

۱. استفاده از آموزشهای خودگردان: قرار دادن زمینه‌های مناسب در سرفصل درس کارآفرینی برای انجام یافتن پروژه‌های مستقل همراه با ایفای نقش تسهیل‌گری استادان می‌تواند دانشجویان را به این باور برساند که آنها توانایی موفقیت در موقعیتهای چالش‌زا را دارند و بدین طریق باور به خودکارآمدی کارآفرینانه آنان افزایش می‌یابد.

۲. استفاده از آموزشهای تسلط یاب: چنین آموزشهایی دانشجویان را به بالاترین سطوح یادگیری که همانا قضاوت و ارزشیابی است، می‌رساند و در این سطح است که دانشجویان از نظر یادگیری به حد تسلط می‌رسند. لذا، برنامه‌ریزان آموزشی باید با تعیین سرفصلهای اصلی و مهم کارآفرینی، زمینه تدریس را برای استادان تسهیل کنند تا آنها بتوانند شرایط و زمان کافی برای آموزش را به گونه‌ای فراهم آورند که همه یا تقریباً بیشتر دانشجویان بخش اعظم مطالب عمده آموزش کارآفرینی از جمله آموزشهای چگونگی نوشتن طرحهای کسب و کار، شناسایی فرصتها و ... را در حد تسلط بیاموزند، چرا که موفقیت فرد در تسلط آموزشی کارآفرینی بر باور به خودکارآمدی او تأثیر بسزایی خواهد داشت.

۳. استفاده از تقویت‌کننده‌های مثبت: تقویت‌کننده‌های مثبت انواع مختلفی دارند، اما در صورتی به یک رویداد تقویت‌کننده گفته می‌شود که ارائه آن بعد از رفتار به افزایش فراوانی آن رفتار منجر شود. لذا، توصیه می‌شود که برنامه‌های آموزشی کارآفرینی مناسب در نظام آموزش عالی برای تقویت باور به خودکارآمدی در دانشجویان لحاظ شود. برای این منظور می‌توان از معرفی طرحهای کارآفرینی موفق، نشست با کارآفرینان نمونه و بازدید از کسب و کارهای موفق استفاده کرد.

از آنجایی که تأثیر مثبت برنامه‌های آموزش کارآفرینی بر نگرشهای (نگرش در باره کارآفرینی، هنجارهای ذهنی و باور به خودکارآمدی) دانشجویان تأیید شده و آموزش کارآفرینی لازمه توسعه کارآفرینی در کشور است، لذا، به مسئولان آموزش عالی توصیه می‌شود که در خصوص سیاستگذاری و برنامه‌ریزیهای منظم برای راه‌اندازی و تقویت هر چه بیشتر دوره‌های رسمی و غیر رسمی کارآفرینی در آموزش عالی اهتمام ورزند. در این زمینه، بهره‌گیری از تجارب کشورهای موفق در زمینه آموزش کارآفرینی به منظور گذر دانشجویان آموزش عالی از کارجویی به کارآفرینی، استفاده از آموزشگرهای مجرب با یکی از دو ویژگی بارز داشتن قالب ذهنی کارآفرینانه یا کارآفرین بودن، کاربرد آموزشهای همسو با سبک یادگیری دانشجویان، بهره‌گیری از روشهای مختلف تدریس از جمله سخنرانی، یادگیری تجربی یا مبتنی بر عمل، بازدید، آموزشهای گروهی و آموزش از راه دور یا رسانه‌ای و استفاده از روشهای ارزشیابی مناسب توصیه می‌شود.

References

۱. Ajzen, I. (۱۹۹۱); "The Theory of Planned behavior"; *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. ۵۰, pp. ۱۷۹-۲۱۱.
۲. Ajzen, I. (۱۹۸۷); Attitudes, Traits and Actions; "Dispositional Prediction of Behavior in Personality and Social Psychology Berkowitz (Ed)"; *Advances in Experimental Social Psychology*, pp. ۱- ۶۳.
۳. Alexei, T. and Kolvereid, L. (۱۹۹۹); Self Employment Intentions Among Russian Students"; *Entrepreneurship and Region Development*, Vol. ۱۱, No. ۳, pp. ۲۶۹-۲۷۱.
۴. Audet, J. (۲۰۰۲); *A longitudinal Study of the Entrepreneurial Intentions of University Students*; Paper Presented at the Frontiers of Entrepreneurship Research, Babson Collee, Wellesley.
۵. Autio, E., Keeley, R. H., Klofsten, M., Parker, G. G. C. and Hay, M. (۲۰۰۱); "Entrepreneurial Intent among Students in Scandinavia and the USA"; *Enterprise and Innovation Management Studies*, Vol. ۲, No. ۲, pp. ۱۴۵-۱۶۰.
۶. Barbosa, S. D., Fayolle, A. and Lassas-Clerc, N. (۲۰۰۶); "Assessing Risk Perception, Self-efficacy, and Entrepreneurial Attitudes and Intentions: Implications for Entrepreneurship Education"; IntEnt ۲۰۰۶ Conference.
۷. Bird, B. (۱۹۸۸); "Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention"; *Academy of Management Review*, No. ۱۳, pp. ۴۴۲-۴۵۳.
۸. Degeorge, J. M. and Fayolle, A. (۲۰۰۵); "Is Entrepreneurial Intention Stable Through Time? First Insights from a Sample of French Students"; IntEnt ۲۰۰۵, School of Management, University of Surrey.
۹. De Noble, A., Jung, D. and Ehrlich, S. (۱۹۹۹); "Entrepreneurial Self-efficacy: The Development of a Measure and its Relationship to Entrepreneurial Actions"; Paper Presented at the Frontiers of Entrepreneurship Research, Waltham.
۱۰. Drnovsek, M. and Erikson, T. (۲۰۰۵); *Competing Models of Entrepreneurial Intentions*; NTNU: Norway.

۱۱. Drucker, P. F. (۱۹۸۵); *The Changing World of the Executive*; Times Books, New York.
۱۲. Fayolle, A. and Gailly, B. (۲۰۰۴); "Using the Theory of Planned Behavior to Ssess Entrepreneurship Teaching Programs: A First Experimentation"; ۱۴ th Annual IntEnt Conference, University of Napoli Federico II: ۴-۷ July ۲۰۰۴, Italy.
۱۳. Fayolle, A., Gailly, B. and Lassas-Clerc, N. (۲۰۰۵); "Effect and Counter-effedt of Entrepreneurship Education and Social Context on Student's Intentions"; IntEnt Conference, ۲۰۰۵: School of Management, University of Surrey, France.
۱۴. Fayolle, A., Gailly, B. and Lassas-Clerc, N. (۲۰۰۶); "Effect and Counter-effedt of Entrepreneurship Education and Social Context on Student's Intentions"; *Estudios De Economia Aplicada*, Vol. ۲۴, No. ۲, pp. ۵۰۹-۵۲۳.
۱۵. Ghasemi, V. (۲۰۱۰); *A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling*; Tehran: Jameshenasan, Inc., Iran (in Persian).
۱۶. Hosseini Largani, M., Mirarab Razi, R. and Rezai, S. (۲۰۰۸); "Entrepreneurship Education in the New Millennium: A Substructure for the Employment of Higher Education Graduates"; *Quarterly Research and Planning in the Higher Education*, Vol. ۵۰, pp. ۱۱۹-۱۳۷ (in Persian).
۱۷. Hosseini Largani, M. (۲۰۱۰); Performance Evaluation of Ministry of Science and Search and Technology Towards Goals in ۴th National Development Plan; Institute for Research and Planning in Higher Education (IRPHE) (in Persian).
۱۸. Jerusalem, M. and Schwarzer, R. (۱۹۹۲); Self-efficacy as a Resource Factor in Stress Appraisal Processes; In: R. Schwarzer (ed.); *Self- efficacy Thought Control of Action*; Washington: Hemisphere Publishing Corp, pp. ۱۹۵-۲۱۳.
۱۹. Voigt, K. I., Brem, A. and Scheiner, Ch. (۲۰۰۶); "Entrepreneurship Education and the Study Cooperation-

approach-research from Quantitative Empirical Analysis”; IntEnt Conference, Monday ۱۰ July ۲۰۰۶, São Paulo, Brazil.

۲۰. Krejcie, R. V. and Morgan, D. W. (۱۹۷۰); “Determining Sample Size for Research Activities”; *Educational and Psychological Measurement*, Vol. ۳۰, pp. ۶۰۷-۶۱۰.
۲۱. Krueger, N. F., JR., Reilly, M. D. and Carsrud, A. L. (۲۰۰۰); “Competing Models of Entrepreneurial Intentions”; *Journal of Business Venturing*, Vol. ۱۵, pp. ۴۱۱-۴۳۲.
۲۲. Lent, R. W., Brown, S. D. and Hackett, G. (۲۰۰۲); *Social Cognitive Career Theory*; In D. Brown and Associates, *Career Choice and Development* (۴ th Ed.) San Francisco: Jossey-Bass, pp. ۲۵۵-۳۱۱.
۲۳. Linan, F. and Chen, Yi-W. (۲۰۰۹); “Development and Cross-cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions”; *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. ۳۳, No. ۳.
۲۴. Linan, F. (۲۰۰۵); “Development and Validation of an Entrepreneurial Intention Questionnaire (EIQ)”; IntEnt ۲۰۰۵ Conference, School of Management, University of Surrey, France.
۲۵. Linan, F. (۲۰۰۴); “Intention-based Models of Entrepreneurship Education”; ۱۴ th Annual IntEnt Conference, University of Napoli Federico II: ۴-۷ July ۲۰۰۴, Italy.
۲۶. Linan, F., Rodrigues-cohard, J. and Rueda-Cantuche, J. M. (۲۰۰۵); Factors Affecting Entrepreneurial Intention Levels”; ۴۵ th Congress of the European Regional Science Association, ۲۳-۲۵ August, Amsterdam.
۲۷. Luthans, F. and Youssef, C. (۲۰۰۴); “Human, Social, and Now Positive Psychological Capital Management: Investing in People for Competitive Advantage”; *Organizational Dynamics*, Vol. ۳۳, pp. ۱۴۳-۱۶۰.

۲۸. Mahmood Abbad, M., Morris, D. and Nahlik, K. (۲۰۰۹); "Looking under the Bonnet: Factors Affecting Student Adoption of E-learning Systems in Jordan"; *International Review of Research in Open and Distance Learning*, Vol. ۱۰, No. ۲, pp. ۱-۱۹.
۲۹. Markman, G. D., Baron, R. A. and Balkin, D. B. (۲۰۰۵); "Are Perseverance and Self-efficacy Costless? Assessing Entrepreneurs' Regretful Thinking"; *Journal of Organization Behavior*, Vol. ۲۶, PP. ۱-۱۹.
۳۰. Moriano, J. A. L. and Gorgievski, M. (۲۰۰۷); *Psychology of Entrepreneurship: Research and Reduction*; UNED, Inc., Spain.
۳۱. Moriano, J. A., Gomez, A. and Palaci, F. J. (۲۰۰۷a); "A Psychosocial Model of Entrepreneurial Intentions"; Xth European Congress of Psychology, Prague: Czech Republic.
۳۲. Moriano, J. A., Gomez, A., Palaci, F. J. and Morales, J.F. (۲۰۰۷a); "Are Entrepreneurs Individualistic or Collectivistic?"; ۲۶ th International Congress of Applied Psychology, Athens. Greece.
۳۳. Moriano, J. A., Palaci, F. J. and Morales, J. F. (۲۰۰۷b); *The Entrepreneurial Intention of University Student in Spain*; UNED, Inc., Spain.
۳۴. Moriano, J. A., Palaci ; F. J. and Morales, J. F. (۲۰۰۷c); "The Psychological Profile of University Entrepreneur"; *Psychology in Spain*, Vol. ۱۱, No. ۱, pp. ۷۲-۸۴.
۳۵. Noel, T. W. (۲۰۰۱); "Effects of Entrepreneurial Education on Intent to Open in Business"; *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson Conference, Available at: <http://www.babson.edu/entrep/fer>.
۳۶. Oosterbeek, H., C.van Praag, M. and Ijsselstein, A. (۲۰۰۸); *The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurship Competencies and Intentions*; Tinbergen Institute Discussion Paper, University of Amsterdam, Netherlands.

۳۷. Otmananeizi, I., Bakar, H. and Yeng Keat, O. (۲۰۱۰); "Impact of Entrepreneurship Education on the Intention toward Entrepreneurship: A Comparison Study among Libyan Students in Malaysia and Libya"; Retrieved ۱۰ ۲۰۱۰ July from: <http://cob.uum.edu.my/.../۰۲۸%۲۰F-%۲۰Ooi%۲۰Yee%۲۰Keat%۲۰Full%۲۰Paper.pdf>
۳۸. Peterman, N. and Kennedy, J. (۲۰۰۳); "Enterprise Education: Influencing Students' Perceptions of Entrepreneurship"; *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. ۲۸, No. ۲, pp. ۱۲۹-۱۴۴.
۳۹. Saeidi Mehrabadi, M. and Mohtadi, M. M. (۲۰۰۸); "Effectiveness of Entrepreneurship Education on the Entrepreneurial Behaviors"; *Development of Entrepreneurship*, Vol. ۱, No. ۲, pp. ۵۷-۷۳ (In Persian).
۴۰. Salehi, S. and Baradaran, M. (۲۰۰۶); "Procedures in Using Entrepreneurship in Agricultural Education"; *Jihad Magazine*, pp. ۱۸۳-۲۰۵ (In Persian).
۴۱. Shane, S. Locke, E. A. and Collins, C. J. (۲۰۰۳); "Entrepreneurial Motivation"; *Human Resource Management Review*, Vol. ۱۳, pp. ۲۵۷-۲۷۹.
۴۲. Sharma, S. (۱۹۹۶); *Applied Multivariate Techniques*; New York: John Wiley and Sons, Inc., United state.
۴۳. Stajkovic, A. D. and Luthans, F. (۱۹۹۸); "Social Cognitive Theory and Self-efficacy: Going Beyond Traditional Motivational and Behavioral Approaches"; *Organizational Dynamics*, Vol. ۲۶, pp. ۶۲-۷۴.
۴۴. Souitaris, V., Zerbiniati, S. and Al-Laham, A. (۲۰۰۷); "Do Entrepreneurship Programmes Raise Entrepreneurial Intention of Science and Engineering Students? The Effect of Learning, Inspiration and Resources"; *Journal of Business Venturing*, Vol. ۲۲, pp. ۵۶۶-۵۹۱.
۴۵. Stritar, R., Drnovsek, M. and Kotnik, P. (۲۰۰۶); "When Entrepreneurship Students Work in Teams"; The Consequences for Entrepreneurial Intentions Formation"; IntEnt Conference, Monday ۱۰ July ۲۰۰۶, São Paulo, Brazil.

۴۶. Tajabadi, R. (۲۰۰۸); "Education and Entrepreneurship Development and its Application in Agricultural Higher Education": National Entrepreneurship, Culture, and Society Conference. April ۱۰th: Azad Islamic University, Roodehen Campus (In Persian).
۴۷. Tkachev, A. and Kolvereid, L. (۱۹۹۹); "Self-employment Intentions Among Russian Students"; *Entrepreneurship and Regional Development*, Vol. ۱۱, No. ۳, pp. ۲۶۹-۲۷۱.
۴۸. Veciana, J. M., Aponte, M. and Urbano, D. (۲۰۰۵); "University Student's Attitudes towards Entrepreneurship: A Two Countries Comparison"; *International Entrepreneurship and Management Journal*, Vol. ۱, No. ۲, pp. ۱۶۵-۱۸۲.
۴۹. Van Gelderen, M., Brand, M., Van Praag, M., Bodewes, W., Poutsma, E. and Gils, A. (۲۰۰۶); "Explaining Entrepreneurial Intentions by Means of the Theory of Planned Behavior"; *Research Working Papers Series*, Vol. ۲, pp. ۱-۳۳.
۵۰. Zarafshani, K. and Moradi, M. (۲۰۰۷); *Factors Influencing Success of Rural Women Entrepreneurs in Kermanshah Province*; Research Report, Razi University, Iran (In Persian).
۵۱. Zare, A. (۲۰۰۶); *Agricultural Higher Education: Problems, Challenges and forward Crises*; Retrieved June ۱۲ ۲۰۰۷, from <http://www.aeea.ir>. (In Persian).