

فصلنامه‌ی علمی - پژوهشی رهیافتی نو در مدیریت آموزشی

دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت

سال دوم - شماره‌ی ۳ - پاییز ۹۰

صص ۱۰۷-۱۲۴

## تبیین پیشگوکننده‌های نیت کار آفرینانه در بین هنرجویان هنرستان

### کشاورزی

عادل سلیمانی\*<sup>۱</sup> و کیومرث زرافشانی<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت: ۸۹/۹/۷ تاریخ پذیرش: ۹۰/۵/۱۳

#### چکیده

هدف اصلی از انجام این پژوهش توصیفی- همبستگی، تبیین پیشگوکننده‌های نیت کارآفرینانه در بین هنرجویان هنرستان کشاورزی شهرستان روانسر در استان کرمانشاه بوده است. جامعه‌ی آماری پژوهش را هنرجویان پایه‌ی سوم شاخه‌ی کاردانش در هنرستان کشاورزی خوشه‌های زرین شهرستان روانسر تشکیل دادند که تمام ۹۱ نفر آنان با روش سرشماری در این پژوهش شرکت کردند. داده‌ها از راه پرسشنامه‌ی نیت کارآفرینانه‌ی لینان گرد آوری شد. بمنظور سنجش روایی پرسشنامه‌ی مذکور از روش ترجمه‌ی معکوس استفاده شد سپس نسخه‌ی نهایی را پانل متخصصان تایید کردند و برای پایایی ابزار از آزمون آلفای کرونباخ بهره‌گرفته شد. ضرایب آلفا برای کلیه‌ی بخش‌ها بالاتر از ۰/۷ بدست آمد. نتایج پژوهش نشان دادند که در بین هنرجویان کاردانش هنرستان یاد شده، نیت کارآفرینانه‌ی بالایی وجود دارد. تحلیل رگرسیون گام به گام نیز بیانگر آن بود که ۵۴ درصد از تغییرات متغیر نیت کارآفرینانه را می‌توان از راه نگرش نسبت به کارآفرینی و باور به خودکارآمدی تبیین نمود. نتایج این مطالعه می‌تواند توصیه‌هایی برای هنرآموزان کشاورزی داشته باشد، یعنی چنانچه قرار باشد روحیه‌ی کارآفرینی در هنرجویان به‌وجود آید هنرآموزان می‌بایست محیط مثبتی نسبت به کارآفرینی ایجاد کنند تا رفتار کارآفرینانه‌ی هنرجویان تقویت گردد.

**واژه‌های کلیدی:** هنرستان کشاورزی، نیت کارآفرینانه، نگرش، هنجارهای جامعه، خودکارآمدی.

۱- کارشناسی ارشد مهندسی ترویج و آموزش کشاورزی.

۲- دانشیار دانشکده کشاورزی و عضو مرکز پژوهشی تحقیقات توسعه‌ی اقتصادی اجتماعی دانشگاه رازی کرمانشاه.

\*- نویسنده‌ی مسئول مقاله: AdelSulaimany@Gmail.com

## مقدمه

امروزه کارآفرینی با توجه به نیاز مبرم جهانی اهمیتی چشمگیر یافته و به یکی از وظایف نوین و ضروری نظام آموزش مهارتی، تبدیل شده است. از دهه‌ی ۱۹۷۵ میلادی تاکنون، باور بسیاری از کشورهای توسعه یافته‌ی اروپایی و آمریکایی این بوده است که کاهش رشد اقتصادی و شکست در رقابت‌های بین‌المللی به گونه‌ای متأثر از عملکرد نظام آموزش و پرورش بوده است (Adent & Davice, 2002). از سوی دیگر، کارآفرینی یکی از مهم‌ترین عوامل توسعه‌ی اقتصادی بشمار می‌رود که منافع متنوعی را برای جامعه به دنبال دارد (Rezaee & Rahsepar & 2009). واندربلیند (Van der Linde, 2000) بر این باور است که در میان همه‌ی مهارت‌های مورد نیاز دانش‌آموختگان، مهارت کارآفرینی ارزشمندترین مهارتی است که اشخاص هوشمند برای رویارویی با چالش‌های اساسی قرن بیست و یکم بویژه معضل بیکاری باید به آن مجهز باشند. کارآفرینی موجب نوآوری، ایجاد شغل، توسعه‌ی منابع انسانی و برآوردن رضایت مشتریان می‌گردد (European Commission, 2003; Van Praag & Versloot, 2007). اما پژوهش‌ها نشان می‌دهند که فقط درصد کمی از جامعه وارد فعالیت‌های کارآفرینانه می‌شوند (Bosma et al, 2008). چنین شواهدی پژوهشگران را در بکارگیری مدل‌ها و تئوری‌های شناختی-اجتماعی برای شناسایی نیت کارآفرینی بویژه در راستای برنامه‌ریزی‌های شغلی جوانان تحت تأثیر قرار داده است (Van Gelderen et al, 2008). بنابراین، از آنجایی که تصمیم برای کارآفرین شدن می‌تواند به گونه‌ی منطقی، عمدی و آگاهانه انجام گیرد (Krueger et al, 2000) و ایجاد یک شغل نیازمند زمان، برنامه‌ریزی و تا حد زیادی پردازش داده‌هاست (Baron, 2004)، پس رفتار کارآفرینانه می‌تواند نوعی رفتار برنامه‌ریزی شده تلقی گردد که مدل‌های نیت برای مطالعات آن مناسب بشمار می‌روند (Bird, 1988; Katz & Gartner, 1988). نیت‌های کارآفرینی عامل تصمیم‌گیری برای رفتار کارآفرینانه هستند (Kolvereid & Isaksen, 2006). در این پژوهش از تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده‌ی آژن (Ajzen, 1991) که عوامل فردی و اجتماعی را بمنظور تشریح رفتارهای کارآفرینانه‌ی بکار گرفته، استفاده می‌شود. تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده یک نظریه‌ی مهم شناختی اجتماعی است که در زمینه‌های متنوع کاربرد دارد (Ajzen, 1991; Harland et al, 1999) و با جزئیات بیش‌تر و یکپارچه نسبت به سایر مدل‌ها، نیت کارآفرینانه را توضیح می‌دهد (van Gelderen, 2008). هم‌چنین، تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده سه عامل را در پژوهش‌های نیت کارآفرینانه تلفیق می‌کند که عبارتند از: رابطه‌ی بین نگرش (Douglas & Shepherd, 2002)، هنجارهای جامعه و خودکارآمدی با نیت کارآفرینانه (De Noble et al, 1999; Jung et al, 2001).

تئوری رفتار برنامه ریزی شده به صورت موفقیت آمیزی در گذشته، برای تشریح نیت کارآفرینانه‌ی دانشجویان و دانش‌آموزان در آمریکا (Krueger et al,2000; Autio Keeley et al,2000) et al,2000)، هلند (van Gelderen et al,2008)، نروژ (Kolvereid,1996)، روسیه (Alexei, T., & Kolvereid,1999)، فنلاند و سوئد (Autio,2001)، آلمان (Jacob & Richter,2005)، اسپانیا و تایوان (Moriano,2005; Linan & Chen,2009)، و آفریقای جنوبی (Gird & Bagraim,2008) بکار رفته است.

در این میان بررسی ادبیات پژوهش در ایران نشان می‌دهد که با وجود انجام پژوهش‌های متنوع در زمینه‌ی کارآفرینی دانش‌آموزان (Mashayekh,2008; Samadi & Shirzadi,2000; esfahani,2008; khani,2009; khedmati,2000) تا کنون مدل رفتار برنامه ریزی شده‌ی آژن (Ajzen,1991) در اندازه‌گیری نیت کارآفرینانه‌ی هنرجویان در مقطع متوسطه‌ی کشاورزی استفاده نشده است، این در حالی است که درس سه واحدی تکمیلی کارآفرینی در پایه‌ی سوم شاخه‌ی کاردانش برای هنرجویان هنرستان‌های کشاورزی ارائه می‌گردد، اما همواره یکی از چالش‌های پیش روی دانش‌آموختگان این شاخه، عدم توانایی آنان در راه‌اندازی کسب و کار است و آمار دانش‌آموختگان بیکار رشته‌های کشاورزی هنرستان‌های کار دانش بیانگر این مطلب است (Zarafshani & Pezeshki,2008; Khani,2009). بنابراین، تبیین عوامل مؤثر بر نیت کارآفرینانه‌ی این هنرجویان، امری بسیار مهم و ضروری تلقی می‌شود که از چشم پژوهشگران کشور غافل مانده است. لذا، هدف کلی این پژوهش، تبیین پیشگوکننده‌های نیت کارآفرینانه در بین هنرجویان هنرستان کشاورزی خوشه‌های زرین شهرستان روانسر در استان کرمانشاه است.

### پیشینه‌ی پژوهش

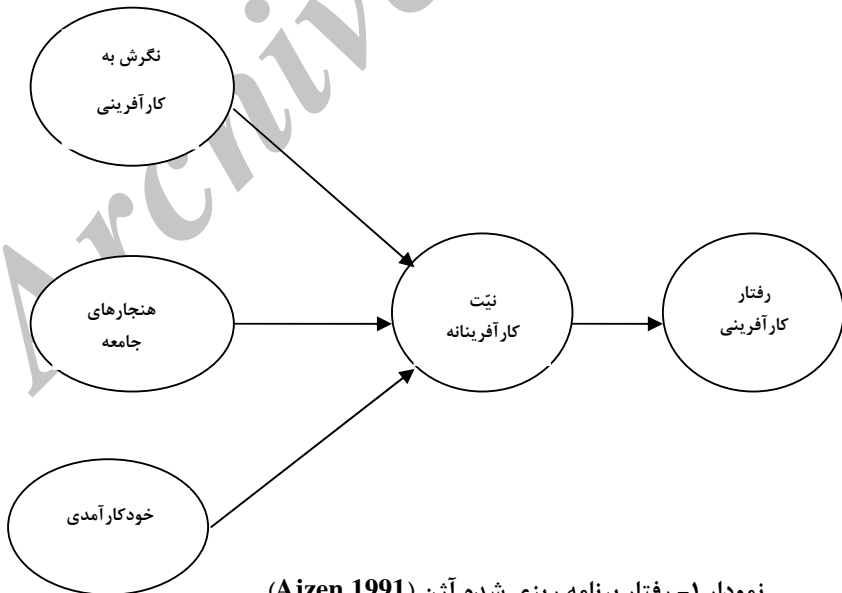
از جمله مدل‌هایی که به تشریح نیت‌های کارآفرینانه کمک می‌کنند، عبارتند از: مدل رویداد کارآفرینی (Shapero,1982) و مدل اجرایی نیت کارآفرینی (Bird,1988) یا حداکثر سودمندی مورد انتظار (Douglas & Shepherd,2000). گرچه مدل‌های ارائه شده گامی در جهت پژوهش رفتار کارآفرینانه بشمار می‌روند، اما دارای تأثیر و توانمندی مدل رفتار برنامه ریزی شده نیستند (Alexei & Kolvereid,1999; Adent,2002; Autio et al,2001; Krueger et al,2000; van Gelderen et al,2008). دلیل اصلی استفاده از تئوری رفتار برنامه ریزی شده به عنوان چارچوب نظری یکپارچه و قابل اجرای این پژوهش، آن است که توانایی ما را در درک و پیش‌گویی فعالیت‌های کارآفرینانه به وسیله‌ی در نظر گرفتن عوامل شخصی و اجتماعی افزایش می‌دهد (Krueger et al,2000). تئوری رفتار برنامه ریزی شده، نیت

کارآفرینانه را با ترکیب دو عامل فرد و اجتماع تشریح می‌کند. به گونه‌ای که ویژگی‌ها، سوابق و مهارت‌های فرد به همان اندازه‌ی محیط اجتماعی (حمایت و ارزش‌های جامعه)، او را در تعیین نیت کارآفرینانه متأثر می‌سازد. بنابراین، مؤلفه‌های مؤثر بر تئوری رفتار برنامه ریزی شده عبارتند از: نگرش نسبت به رفتار، هنجارهای جامعه و خودکارآمدی.

بندورا (Bandura, 2001) نیت و دوراندیشی را عمق خصیصه‌ی انسانی می‌داند. نیت نمایش دهنده‌ی مسیر رفتار و عمل آینده فرد است. نیت متأثر از انتخاب شخص است و به تداوم و هدایت رفتار منجر می‌شود. پژوهش‌های انجام شده‌ی گوناگونی در زمینه‌های رفتار سلامتی، رفتار انتخاباتی، فعالیت‌های اوقات فراغت یا شغل‌یابی، نشان می‌دهد که نیت پیش‌گوکننده‌ی قوی و توانمند رفتار است (Armitage & Conner, 2001). نیت کارآفرینانه به‌عنوان یک حالت آگاهانه‌ی قبل از عمل و هدایت‌کننده بسوی هدفی مانند ایجاد یک شغل تعریف می‌شود (Bird, 1988; Krueger & Carsrud, 1993). قصد و نیت ایجاد یک شغل جدید نخستین مرحله‌ای است که اغلب فرایندی طولانی و مخاطره آمیز را در برمی‌گیرد (Bandura, 2002; Gartner et al, 1994, Shaver & Scott, 1991). از این جهت، ایجاد شغل نتیجه‌ی نیت کارآفرینانه و رفتارهایی است که به دنبال آن انجام می‌گیرد (Shook et al, 2003). از سوی دیگر، نگرش نسبت به رفتار در تئوری رفتار برنامه ریزی شده به عنوان ارزیابی کلی فرد از رفتار تعریف شده است (Ajzen, 1991). نگرش نسبت به کارآفرینی نیز گویای این مطلب است که جذابیت کارآفرینی برای افراد تا چه حد است (Luthje & Franke, 2003; Guerrero et al, 2006; Fitzsimmons & Douglas, 2005). هرچند دو شخص ممکن است شدت نظر یکسانی در مواجهه با چالش‌های کارآفرینانه داشته باشند، اما یکی از اشخاص، چالش‌ها را از دیدگاه مثبت و دیگری از دید منفی ببیند. پردازش این دو حالت نگرشی ما را در تشریح این که چرا اشخاص ممکن است نگرش متضاد داشته باشند، کمک می‌کند. دومین مؤلفه‌ی تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده، هنجارهای جامعه است که با عنوان درک فرد از فشار جامعه برای انجام دادن یا ندادن رفتار کارآفرینانه تعریف می‌گردد (Ajzen, 1991). هنجارهای جامعه شامل دو جزء: باورهای هنجاری و انگیزه‌ی موافق با باورهاست (Ajzen, 1991). باورهای هنجاری با درک احتمال اینکه شخص یا گروهی رفتاری را تایید یا رد کنند رابطه دارد و قواعدی است که نشان می‌دهد رفتار باید چگونه باشد. انگیزه‌ی موافق با باورها نیز آمادگی پیروی از این هنجارها برای تداوم رفتار با انتظارات مربوط به آن است. با وابستگی به محیط اجتماعی، فشارها می‌تواند محرک یا مانع توسعه‌ی کارآفرینی شغلی گردند. سومین مؤلفه‌ی تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده، خودکارآمدی است که به ادراک فرد از توانایش برای انجام یک رفتار اشاره دارد. معمولاً افراد

رفتارهایی را برای اجرا انتخاب می‌کنند که فکر می‌کنند به خوبی قادر به کنترل آن خواهند بود. آژن (Ajzen, 2002) نشان داد که مفهوم کنترل رفتار ادراک شده با خودکارآمدی شباهت بسیاری دارد. خودکارآمدی قضاوتی است که فرد از تواناییش برای انجام موفقیت آمیز یک عمل در موقعیتی یا احساس انجام یک وظیفه دارد (Bandura, 1982). خودکارآمدی در مطالعات کارآفرینی زیادی مورد استفاده قرار گرفته است. یک فراتحلیل اخیر نشان داد که خودکارآمدی به گونه‌ی به شدت مثبتی با ایجاد شغل و موفقیت کارآفرینی ارتباط دارد (Rauch & Frese, 2007).

نیت برای انجام یک رفتار، عنصر مرکزی تئوری رفتار برنامه ریزی شده را تشکیل می‌دهد (Ajzen, 1991)، نیت قوی‌تر برای انجام یک رفتار، احتمال وقوع بیش‌تری دارد. بررسی پژوهش‌های موجود نشان می‌دهد که نیت تقریباً ۳۰٪ از واریانس رفتار کارآفرینانه را تبیین می‌کند (Armitage & Conner, 2001; Sutton, 1998). نتیجه‌ی پژوهش‌های گذشته نشان می‌دهد که مؤلفه‌های تئوری رفتار برنامه ریزی شده به گونه‌ای معنی دار بر نیت کارآفرینانه تأثیر می‌گذارند، اگرچه شدت تأثیر آن‌ها بر نیت در مطالعات گوناگون متفاوت است. نگرش، هنجارهای جامعه و خودکارآمدی باهمدیگر بین ۲۱٪ (Autio, 2001) تا ۵۵٪ (Linan & Chen, 2009) از واریانس نیت برای ایجاد یک شغل جدید را تبیین کرده‌اند. در نهایت، بر اساس آن چه مطرح گردید چارچوب نظری این مطالعه به شکل زیر است:



هدف کلی این پژوهش، تبیین پیشگوکننده‌های نیت کارآفرینانه در بین هنجریان هنرستان کشاورزی خوشه‌های زرین شهرستان روانسردر استان کرمانشاه می‌باشد. اهداف اختصاصی این پژوهش عبارتند از:

- ۱- بررسی رابطه‌ی نگرش نسبت به کارآفرینی و نیت کارآفرینانه.
- ۲- بررسی رابطه‌ی هنجارهای جامعه نسبت به کارآفرینی و نیت کارآفرینانه.
- ۳- بررسی رابطه‌ی خودکارآمدی کارآفرینی و نیت کارآفرینانه.
- ۴- تعیین عوامل مرتبط و مؤثر بر نیت کارآفرینانه هنجریان کاردانش هنرستان کشاورزی.

### فرضیه‌های پژوهش

- ۱- بین نگرش و نیت کارآفرینانه رابطه‌ای مثبت و معنی دار وجود دارد.
- ۲- بین هنجارهای جامعه و نیت کارآفرینانه رابطه‌ای مثبت و معنی دار وجود دارد.
- ۳- بین باور به خودکارآمدی و نیت کارآفرینانه رابطه‌ای مثبت و معنی دار وجود دارد.
- ۴- بین نگرش و باور به خودکارآمدی رابطه‌ای مثبت و معنی دار وجود دارد.
- ۵- بین نگرش نسبت به کارآفرینی و هنجارهای جامعه رابطه‌ای مثبت و معنی دار وجود دارد.
- ۶- بین باور به خودکارآمدی و هنجارهای جامعه رابطه‌ای مثبت و معنی دار وجود دارد.
- ۷- نگرش نسبت به کارآفرینی، هنجارهای جامعه و باور به خودکارآمدی پیشگوکننده‌های اصلی نیت کارآفرینانه بشمار می‌آیند.

### روش پژوهش

این پژوهش با توجه به هدف از نوع پژوهش‌های کاربردی و از لحاظ روش گردآوری داده‌ها، جزو پژوهش‌های توصیفی (غیرآزمایشی) از نوع همبستگی است. با توجه به محدوده‌ی پژوهش، پژوهش مقطعی بوده و در سال ۱۳۸۸ انجام شده است. جامعه‌ی آماری این پژوهش را هنجریان پایه‌ی سوم شاخه‌ی کاردانش هنرستان کشاورزی خوشه‌های زرین شهرستان روانسردر که درس کارآفرینی را گذرانده بودند، تشکیل دادند ( $N=91$ ). برای اعتبار بیشتر یافته‌ها از روش سرشماری استفاده شد و بدین ترتیب کل جامعه‌ی پژوهش مورد بررسی، یعنی ۹۱ نفر هنرجو انتخاب شدند. ابزار اصلی پژوهش، پرسشنامه‌ای شامل ۵ قسمت: ویژگی‌های فردی پاسخگویان، مقیاس سنجش میزان نیت کارآفرینانه، نگرش نسبت به کارآفرینی، هنجارهای جامعه و باور به خودکارآمدی کارآفرینی بود. برای سنجش مقوله‌های بالا، از پرسشنامه‌ی لینان (Linan et al, 2008) بهره گرفته شد. این مقیاس به زبان فارسی ترجمه معکوس گردید، و برای تعیین روایی آن از پانل متخصصان و بمنظور

برآورد پایایی آن از روش آلفای کرونباخ استفاده شد. ضریب آلفای محاسبه شده برای هر یک از بخش‌های پرسشنامه به شرح زیر ارائه شده است (جدول ۱). با توجه به این که ضرایب آلفای محاسبه شده بالاتر از ۰/۷ بوده است، لذا این پرسشنامه از پایایی مناسبی برخوردار است. بمنظور تحلیل داده‌ها از نرم افزارهای SPSS11.5 و آماره‌هایی نظیر: میانگین، انحراف معیار، درصد و فراوانی، و آزمون تحلیل رگرسیون چندگانه به روش گام به گام و همبستگی پیرسون استفاده شد.

جدول ۱- ضرایب آلفای محاسبه شده

گویه های مرتبط	تعداد پرسش‌ها	آلفای کرونباخ
نیت کارآفرینانه	۶ پرسش	۰/۸۲
نگرش نسبت به کارآفرینی	۴ پرسش	۰/۷۷
هنجارهای جامعه	۳ پرسش	۰/۷۰
باور به خودکارآمدی	۶ پرسش	۰/۷۱

## یافته‌ها

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهند که میانگین سنی هنرجویان ۱۸/۱۲ سال بود. هنرجویان شرکت کننده در پژوهش همگی پسر بوده و درس تکمیلی کارآفرینی را در پایه‌ی سوم گذرانده بودند. ۲۹/۶۷ درصد از آن‌ها در رشته‌ی پرورش گیاهان آپارتمانی، ۳۲/۹۶ درصد در رشته‌ی تعمیر موتور تراکتور و ۳۷/۳۶ درصد در رشته‌ی زراعت گندم و جو تحصیل می‌کردند. در زیر هریک از فرضیه‌های پژوهش مورد بررسی قرار گرفته است.

جدول ۲- میانگین، انحراف معیار و همبستگی بین متغیرها

۳	۲	۱	SD	M	
		-	۱/۴۱	۵/۰۷	۱- نگرش نسبت به کارآفرینی
	-	۰/۳۱**	۱/۳۲	۴/۷۳	۲- هنجارهای جامعه
-	۰/۳۰**	۰/۳۷**	۱/۰۷	۵/۰۰	۳- باور به خودکارآمدی
					کارآفرینی
۰/۶۳**	۰/۲۰	۰/۵۸**	۱/۲۳	۵/۴۶	۴- نیت کارآفرینانه

مقیاس طیف لیکرت از ۱ (کاملاً مخالفم) تا ۷ (کاملاً موافقم). \*  $P < 0.05$ , \*\*  $P < 0.01$ .

نتایج بدست آمده از جدول ۲ نشان می‌دهند که میانگین کلیه‌ی متغیرهای مورد مطالعه در هنرجویان هنرستان کشاورزی خوشه‌های زرین روانسر، بالاتر از حد متوسط برآورد گردیده، اما در این بین، نیت کارآفرینانه با میانگین ۵/۴۶ بالاترین رتبه را در میان سایر متغیرها در هنرجویان به خود اختصاص داده است.

**فرضیه‌های ۱، ۲ و ۳:** بین نگرش، هنجارهای جامعه و باور به خودکارآمدی با نیت کارآفرینانه رابطه‌ی مثبت و معنی دار دارد.

بر اساس جدول ۲، بین نیت کارآفرینانه با نگرش نسبت به کارآفرینی و باور به خودکارآمدی رابطه‌ی مثبت و معنی داری وجود دارد، اما بین نیت کارآفرینانه با هنجارهای جامعه رابطه‌ی معنی داری وجود ندارد لذا، بر اساس نتیجه‌ی یاد شده، فرضیه‌ی ۲ پژوهش رد و فرضیه‌های ۱ و ۳ مورد تأیید قرار می‌گیرد.

**فرضیه‌های ۴، ۵ و ۶:** بین نگرش و باور به خودکارآمدی، نگرش و هنجارهای جامعه، باور به خودکارآمدی و هنجارهای جامعه رابطه‌ی مثبت و معنی داری وجود دارد.

از سوی دیگر، بر اساس یافته‌های مندرج در جدول ۲ بین هنجارهای جامعه و نگرش نسبت به کارآفرینی و باور به خودکارآمدی و هنجارهای جامعه و نیز بین نگرش نسبت به کارآفرینی و باور به خودکارآمدی ارتباط مثبت و معنی داری وجود دارد. لذا، بر اساس این یافته‌ها، فرضیه‌های ۴ و ۵ و ۶ پژوهش تأیید می‌شوند.

**فرضیه‌ی ۷:** نگرش نسبت به کارآفرینی، هنجارهای جامعه و باور به خودکارآمدی پیشگوکننده‌های اصلی نیت کارآفرینانه بشمار می‌آیند.

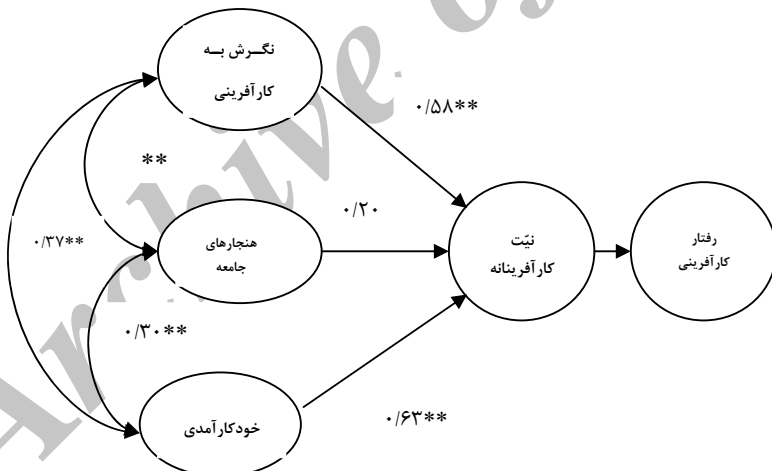
بمنظور آزمون فرضیه‌ی آخر و در واقع برای تعیین این که آیا متغیرهای مستقلی شامل: نگرش نسبت به کارآفرینی، هنجارهای جامعه و باور به خودکارآمدی در زمینه‌ی مدل رفتار برنامه ریزی شده‌ی آژن (Ajzen, 1991)، به ما اجازه‌ی پیشگویی نیت کارآفرینانه را می‌دهند یا نه، از تحلیل رگرسیون گام به گام بهره گرفته شد. در این تحلیل، نگرش، هنجارهای جامعه و باور به خودکارآمدی به عنوان متغیرهای مستقل و نیت کارآفرینانه به عنوان متغیر وابسته تعیین گردید (جدول ۳).

جدول ۳- متغیرهای پیش بینی کننده‌ی نیت کارآفرینانه هنرجویان هنرستان کشاورزی بر اساس تحلیل رگرسیون گام به گام.

سطح معنی‌داری	t	مقدار b	تغییر در R <sup>۲</sup>	R <sup>۲</sup>	
۰/۰۰۰	۶/۲۲	۰/۵۵	۰/۴۰	۰/۴۰	باور به خودکارآمدی
۰/۰۰۰	۵/۲۲	۰/۵۲	۰/۱۴	۰/۵۴	نگرش نسبت به کارآفرینی
۰/۰۵	۵/۲۹	۵/۲۹			(مقدار ثابت)



بر اساس جدول بالا متغیر باور به خودکارآمدی به تنهایی ۰/۴۰ از واریانس مربوط به متغیر نیت کارآفرینانه را تبیین می‌کند که از نظر آماری مقدار قابل توجهی است و می‌توان گفت متغیر یاد شده یکی از عوامل مؤثر بر نیت کارآفرینانه‌ی هنرجویان است. نگرش نسبت به کارآفرینی نیز به عنوان متغیر دوم در جدول بالا ۰/۱۴ از تغییرات متغیر وابسته‌ی نیت کارآفرینانه را تبیین کرده است. ضریب تعیین ( $R^2$ ) در این تحلیل برابر ۰/۵۴ است که نشان می‌دهد متغیرهای باور به خودکارآمدی و نگرش نسبت به کارآفرینی، ۵۴ درصد از تغییرات متغیر نیت کارآفرینانه را تبیین می‌کنند. بر اساس جدول ۳، متغیر باور به خودکارآمدی با دارا بودن بیش‌ترین مقدار بتا از اهمیت بیش‌تری نسبت به متغیرهای دیگر در پیش‌بینی نیت کارآفرینانه هنرجویان هنرستان کشاورزی برخوردار است و کم‌اثرترین متغیر نیز در این بین نگرش نسبت به کارآفرینی بوده است. بر اساس نتایج این بخش، فرضیه‌ی یاد شده مبنی بر این که نگرش و باور به خودکارآمدی پیش‌بینی‌کننده‌های اصلی نیت کارآفرینانه بشمار می‌آیند، تأیید می‌گردد، اما متغیر هنجارهای جامعه در تحلیل رگرسیون گام به گام وارد نشد، یعنی این متغیر بر نیت کارآفرینانه هنرجویان مؤثر نبوده است. خلاصه‌ای از یافته‌های پژوهش در نمودار زیر ارائه شده است.



نمودار ۲- خلاصه‌ای از یافته‌های پژوهش

### بحث، نتیجه‌گیری و پیشنهادها

بر اساس یافته‌های این پژوهش، بین باور به خودکارآمدی و نیت کارآفرینانه رابطه‌ای مثبت و معنی‌دار وجود دارد. به گونه‌ای که هر اندازه باور به خودکارآمدی در فرد بیش‌تر باشد، او قصد و

نیت بیش‌تری برای کارآفرین شدن و به تبع آن تصمیم‌گیری جهت انتخاب یک مسیر شغلی کارآفرینی دارد. بندورا در نظریه‌ی شناخت اجتماعی خود (۱۹۹۷)، خودکارآمدی را باورهایی می‌داند که یک فرد از توانایی‌های خود برای رویارویی با موقعیت‌های چالش‌زا می‌شناسد (Zarafshani and Moradi, 2008). (Lent et al, 2002) در تکمیل نظریه‌ی بندورا، نظریه‌ی شناخت اجتماعی اشتغال را مطرح کردند. بر مبنای این نظریه، باور به خودکارآمدی بر مواردی نظیر توسعه‌ی فعالیت‌های شغلی، قابلیت‌های حرفه‌ای، عملکرد شغلی و حتی انتخاب شغل افراد تأثیر دارد. بنابراین، نتیجه‌ی باور به خودکارآمدی بیش‌تر در فرد، اعتماد به نفس و اراده قوی‌تر و اطمینان بیش‌تر از توانایی‌های شخص خواهد بود و می‌توان انتظار داشت که فردی با باور به خودکارآمدی بیش‌تر، برای کارآفرین شدن و راه اندازی یک کسب و کار جدید (رفتار کارآفرینانه) انگیزه‌ی بیش‌تر و در نتیجه، قصد و نیت محکم‌تر و پایدارتری را ایجاد خواهد کرد (Shane et al, 2003). این نتیجه با پژوهش‌های دیگر در همین راستا همخوانی دارد (De Noble et al, 1999; Linan, 2004; Linan et al, 2005; Linan, 2005; Moriano et al, 2007a; Moriano et al, 2006, Moriano et al, 2007b). از سوی دیگر، برخلاف یافته‌ی پژوهش‌های (Degeorge & Fayolle, 2005) و (Barbosa et al, 2006) می‌باشد.

هم‌چنین، نتایج پژوهش نشان داد که رابطه‌ی معنی‌دار میان هنجارهای جامعه و نیت کارآفرینانه وجود ندارد و این متغیر نتوانسته است نیت کارآفرینانه‌ی هنرجویان را تبیین نماید. در تفسیر این نتیجه می‌توان گفت که هنجارهای جامعه در قالب فرهنگ جامعه جای می‌گیرند و فرهنگ را به عنوان مجموعه‌ی ویژگی‌های انتزاعی که فرد را در یک گروه یا دسته‌ی خاص قرار می‌دهد تعریف می‌کنند (Hofstede, 2001)، لذا ممکن است فرهنگ جامعه محرک یا مانعی مؤثر در پیش‌گویی نیت کارآفرینانه باشد. از سوی دیگر، جوامع گوناگون، ارزش‌های فرهنگی متفاوتی دارند، ارزش‌های فرهنگی را می‌توان به عنوان ارزش‌های اجتماعی، هنجارها، انتظارات و نظام عقیدتی (مذهب، زبان، روابط اجتماعی و...) که مورد تایید و تمایل افراد درون یک گروه است، تعریف نمود (Hagger et al, 2007). در جوامعی نظیر ایران که خانواده‌ها مشاغلی مانند پزشکی را بر کارآفرینی فرزندان‌شان ترجیح می‌دهند، هنجارهای جامعه همسو با فعالیت‌های کارآفرینانه نخواهد بود و محیط شامل فرهنگ اجتماعی حامی کارآفرینی نشده، بنابراین، قصد و نیت کارآفرینانه‌ی هنرجویان تحت تأثیر ارزش‌های فرهنگی و بالتبع هنجارها قرار نگرفته و رابطه‌ی معنی‌دار بین هنجارهای جامعه و نیت کارآفرینانه بوجود نیامده است. در پژوهش‌های دیگر نیز عدم وجود این رابطه مورد تأکید قرار گرفته است از جمله: (Azjen, 1991) با انجام ۱۹ مطالعه در مورد تئوری رفتار برنامه ریزی شده دریافت که در ۱۱ مورد از این ۱۹ پژوهش هنجارهای جامعه دارای ضرایب رگرسیون غیر معنی‌دار یا منفی بوده اند (Linan, 2005). وی این گونه

تصمیم‌گیری کرد که این متغیر ضعیف‌ترین عنصر در بین سایر متغیرهای تبیین‌کننده‌ی نیت کارآفرینانه است (Linan et al, 2005). پژوهش (Linan, 2005) نیز رابطه‌ی غیر معنی‌دار بین هنجارهای جامعه و نیت کارآفرینانه را نشان داد. نتیجه‌ی این پژوهش بر خلاف یافته‌های (Linan et al, 2005; Moriano et al, 2006; Moriano et al, 2007a; Degeorge & Fayolle, 2005) است.

عامل مؤثر دیگر در تبیین نیت کارآفرینانه، نگرش نسبت به کارآفرینی است که نتیجه‌ی این پژوهش بیانگر رابطه‌ی مستقیم و معنی‌دار بین این متغیر و نیت کارآفرینانه است. در کل نگرش یا گرایش ذهنی عبارت از احساس موافق یا مخالفی است که آدمی بنا به احساس و اندیشه‌ی اکتسابی پیشین خود نسبت به شخصی، شی یا امری واکنش نشان می‌دهد. لذا، رفتار را از منظر خود ارزیابی کرده و به آن بار ارزشی مثبت یا منفی می‌دهد. بی‌گمان، هنجاریانی که رفتار کارآفرینانه را مطلوب دریافت می‌کنند و نگرش مثبتی به سمت آن دارند، کسانی هستند که کارآفرینی را به عنوان امری شدنی و امکان‌پذیر درک نموده و احتمال بیشتری وجود دارد که نیت کارآفرینانه‌ی پایدارتری در آن‌ها بوجود آید (Drmovsek, M., & Erikson, 2005). در روان‌شناسی اجتماعی و تئوری‌های شناختی نیز ادراکات متعددی از نقش برخی باورهای و نگرش‌ها در پدیده‌ی خلق یک کار جدید ارائه شده است (Barbosa et al, 2006) که بیانگر تأثیر نقش نگرش بر نیت به شروع یک کسب و کار کارآفرینانه است. این یافته، با نتایج پژوهش‌های (Degeorge & Moriano et al, 2007b; Moriano et al, 2006; Linan et al, 2005; Fayolle, 2005) و (Moriano et al, 2007a) همخوانی دارد.

در بررسی رابطه‌ی بین هر یک از سه متغیر ذکر شده (نگرش نسبت به کارآفرینی، هنجارهای جامعه و باور به خودکارآمدی) با یکدیگر، نتایج بیانگر وجود رابطه‌ی مثبت و معنی‌دار بین نگرش و هنجارهای جامعه است. دلیل احتمالی این امر می‌تواند این باشد که هر اندازه هنجارهای جامعه یعنی مجموعه‌ی باورها و ارزش‌های حاکم بر محیط هنرستان کشاورزی، هم‌سو با فعالیت‌های کارآفرینانه باشد و کارآفرینی در جامعه و هنرستان کشاورزی به عنوان یک ارزش قلمداد گردد، آن‌گاه نگرش هنرجویان به کارآفرینی یا آمادگی قبلی آن‌ها برای پاسخ مساعد به تصمیم در راه‌اندازی یک کسب و کار جدید، مثبت بوده و این نگرش مثبت به عنوان یک عامل توانمند منجر به بروز رفتار کارآفرینانه در فرد خواهد شد. در پژوهش‌های دیگر نیز وجود این رابطه مورد تأیید قرار گرفته است (Moriano et al, 2007a; Linan, 2005).

از سوی دیگر، رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری بین هنجارهای جامعه و باور به خودکارآمدی در این پژوهش مشابه با برخی از پژوهش‌های گذشته مورد تأیید قرار گرفت (Moriano Linan, 2005; et al, 2007a) در تفسیر این نتیجه می‌توان چنین برداشت نمود که باور به خودکارآمدی مانند

نگرش نسبت به کارآفرینی یکی از ویژگی‌های شخصی کارآفرینان است و از آن جایی که فرهنگ اجتماعی ویژگی‌ها و خصیصه‌های شخصی افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهد آن‌گاه فرهنگ کارآفرینانه‌ی حاکم بر جامعه که متشکل از مجموعه‌ی هنرهای اجتماعی است می‌تواند احساس اطمینان بیش‌تری از توانایی‌های هنرجویان را جهت ایجاد یک شغل در فرد متجلی سازد، چرا که فرد محیط هنرستان کشاورزی را حامی خود و فعالیت‌های کارآفرینی می‌یابد. لذا، سطح باور به خودکارآمدی بیش‌تری در وی بمنظور تصمیم‌گیری برای کارآفرین شدن ایجاد می‌گردد هرچند ممکن است محیط خارج از هنرستان کشاورزی نظیر خانواده و... نیت کارآفرینانه هنرجویان را در جهت عکس تحت شعاع قرار دهد افزون بر این، نتیجه‌ی حاضر برخلاف یافته‌ی پژوهش (Barbosa et al, 2006) است شاید تناقض میان این یافته و نتایج پژوهش‌های دیگران به دلیل بهره‌گیری از محیط آموزشی، مکان جغرافیایی متفاوت، جامعه‌ی آماری با ویژگی‌های فردی متنوع و ابزار اندازه‌گیری گوناگون باشد.

در نهایت، یافته‌ها رابطه‌ی معنی‌دار بین نگرش و باور به خودکارآمدی را نشان دادند که با برخی از پژوهش‌های پیشین همخوانی دارد (Moriano et al, 2007a؛ Linan et al, 2005). نگرش و باور به خودکارآمدی هر دو از ویژگی‌های شخصی کارآفرینی هستند. از آن جایی که نگرش، یعنی آمادگی ذهنی برای انجام یک کار در فرد می‌تواند با باور به خودکارآمدی که انگیزه‌ی نیروزا را بوجود آورده و فرد را در راستای دستیابی به هدف مطلوب سوق می‌دهد، رابطه‌ی معنی‌داری برقرار سازد. فردی که آمادگی ذهنی برای امری را یافته، ممکن است به توانایی‌های خود آن قدر مطمئن گردد و جهت انجام آن اقدام کند. با این وجود، نتیجه‌ی بالا با یافته‌ی پژوهش (Barbosa et al, 2006) مبنی بر عدم وجود رابطه‌ی معنی‌دار بین باور به خودکارآمدی و سایر متغیرها از جمله نگرش نسبت به کارآفرینی، همسو نمی‌باشد.

در نهایت، در این پژوهش مشخص گردید که نمره‌ی میانگین کلیه‌ی متغیرهای مورد مطالعه در هنرجویان هنرستان کشاورزی بالاتر از حد متوسط است. این یافته با نتایج پژوهش (DeGeorge & Fayolle, 2005)، (Moriano et al, 2007a) و (Moriano et al, 2007b) همخوانی دارد، اما برخلاف بخشی از نتایج پژوهش‌های دیگر (Moriano et al, 2006b؛ Moriano et al, 2007a) می‌باشد زیرا در پژوهش‌های بالا نمره‌ی میانگین نیت کارآفرینانه در بین دانشجویان اسپانیایی کم‌تر از متوسط برآورد گردید و چنین استنباط شد که آن‌ها در کل از نیت کارآفرینانه‌ی پایینی برخوردار بوده‌اند و بیش‌تر تمایل به خدمت در یک سازمان دولتی یا شرکت خصوصی را داشته‌اند تا یک فعالیت کارآفرینانه. در توضیح این یافته می‌توان چنین استدلال نمود که در برنامه‌های آموزشی هنرجویان هنرستان کشاورزی

شهرستان روانسر به این متغیرهای پیش‌بینی کننده‌ی نیت کارآفرینانه تا حدودی توجه گردیده و لذا، می‌توان انتظار داشت که هنرجویان هنرستان کشاورزی از نیت کارآفرینانه‌ی رضایت بخشی برخوردار باشند. لذا، بر اساس یافته‌های پژوهش پیشنهادهای زیر ارائه می‌گردد:

۱- از آنجایی که نتایج نشان داد که نگرش نسبت به کارآفرینی پیش‌بینی کننده‌ی نیت کارآفرینانه در هنرجویان هنرستان کشاورزی است. لذا، توصیه می‌گردد که برنامه‌های آموزش کارآفرینی مناسب در نظام آموزش کاردانش، جهت تقویت نگرش مثبت در هنرجویان لحاظ گردد. برای این منظور می‌توان از معرفی طرح‌های کارآفرینی موفق، نشست با کارآفرینان نمونه و بازدید از کسب و کارهای موفق استفاده نمود.

۲- از آنجایی که در این پژوهش هنجارهای جامعه رابطه‌ی معنی داری با نیت کارآفرینانه نداشت. توصیه می‌شود که نسبت به تقویت و ترویج فرهنگ کارآفرینی از راه رسانه‌های جمعی و اهمیت دادن به کارآفرینان، اقدام‌های لازم در سطح منطقه بوجود آید و در نشست‌های اولیاء و مربیان و کلاس‌های آموزش خانواده در سطح هنرستان کشاورزی تمهیدات لازم برای توجیه والدین در این زمینه فراهم گردد.

۳- به دلیل نقش مؤثر باور به خودکارآمدی در ایجاد نیت کارآفرینانه در هنرجویان هنرستان کشاورزی، توصیه می‌شود که باور به خودکارآمدی در هنرجویان همچنان تقویت گردد. یکی از راهکارهای تقویت باور به خودکارآمدی، آموزش در حد تسلط است. لذا، هنرآموزان هنرستان‌های کشاورزی می‌بایست شرایط و زمان کافی برای آموزش را به گونه‌ای فراهم آورند که همه یا تقریباً بیش‌تر دانشجویان بتوانند بخش اعظم مطالب 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 آموزی کارآفرینی بر باور به خودکارآمدی او تأثیر بسزایی خواهد گذاشت.

## References

- Adent, N. & Davice. (2002). Markets for Schooling: An economic analysis. Routledge Press.
- Ajzen, I. (1991). Theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Ajzen, I. (2002). Perceived Behavioral Control, Self-efficacy, Locus of Control and the Theory of Planned Behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32, 1-20.
- Alexei, T., & Kolvereid, L. (1999). Self-employment intentions among Russian students. *Entrepreneurship and Regional Development*, 11(3), 269-271.

Armitage, C. J., & Conner, M. (2001). Efficacy of the Theory of Planned Behavior: A metaanalytic review. *British Journal of Social Psychology*, 40, 471-499.

Audet, J. (2002). A Longitudinal Study of the Entrepreneurial Intentions of University Students. Paper presented at the Frontiers of Entrepreneurship Research, Babson College, Wellesley.

Asch, M. (1990). Standards and Measures of Performance: Indicators of Quality for Virginia Vocational Education Program. Paper prepared for the teleconference "Preparing a Competent Work Force through Indicators of Quality for Vocational Education," Blacksburg: Division of Vocational and Education, Virginia Polytechnic Institute and State University.

Autio, E., Keeley, R. H., Klofsten, M., Parker, G. G. C., & Hay, M. (2001). Entrepreneurial Intent among Students in Scandinavia and in the USA. *Enterprise and Innovation Management Studies*, 2(2), 145-160.

Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unify Theory of behavioral change. *Psychological Review*, 2/2, 145-160

Bandura, A. (1982). Self-efficacy mechanism in human agency. *American Psychologist*, 37, 122-147.

Bandura, A. (2001). Social Cognitive Theory: An Agentic Perspective. *Annual Review of Psychology*, 52(1), 1-26.

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. *Research in Organizational Behavior*, 24, 225-269.

Baron, R. A. (2004). The cognitive perspective: a valuable tool for answering entrepreneurship's basic "why" questions. *Journal of Business Venturing*, 19(2), 221-239.

Bird, B. (1988). Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intentions. *Academy of Management Review*, 13(3), 442-453.

Bosma, N., Acs, Z. J., Autio, E., Coduras, A., & Levie, J. (2008). Global Entrepreneurship Monitor. 2008 Executive Report. Retrieved May 2010, from <http://www.gemconsortium.org/>

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.

DeVellis, R. F. (1991). Scale development: Theory and applications. Newbury Park, CA: Sage.

Douglas, E. J., & Shepherd, D. A. (2000). Entrepreneurship as Utility-Maximizing Response. *Journal of Business Venturing*, 15(3), 231-251.

Douglas, E. J., & Shepherd, D. A. (2002). Self-Employment as a Career Choice: Attitudes, Entrepreneurial Intentions, and Utility Maximization. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(3), 81-90.

Drnovsek, M., & Erikson, T. (2005). Competing models of entrepreneurial intentions. NTNU: Norway.

European Commission. (2003). Green paper "Entrepreneurship in Europe". Retrieved January 2010, from: [http://www.europa.eu.int/comm/enterprise/entrepreneurship/green\\_paper/green\\_paper\\_final\\_en.pdf](http://www.europa.eu.int/comm/enterprise/entrepreneurship/green_paper/green_paper_final_en.pdf)

Fitzsimmons, J.R. & Douglas, E.J. (2005). Entrepreneurial attitudes and entrepreneurial intentions: a cross-cultural study of potential entrepreneurs in India, China, Thailand and Australia. Babson-Kauffman Entrepreneurial Research Conference, Wellesley, MA. June.

Gartner, W. B., Shaver, K. G., Gatewood, E. J., & Katz, J. (1994). Finding the entrepreneur in entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(3), 5-10.

Gird, A., & Bagraim, J. J. (2008). The theory of planned behaviour as predictor of entrepreneurial intent amongst final-year university students. *South African Journal of Psychology*, 38(4), 711-724.

Guerrero, M., Rialp, J. & Urbano, D. (2006). The impact of desirability and feasibility on entrepreneurial intentions: A structural equation model. *International Entrepreneurship Management*, Vol.4, pp 35-50.

Hagger, M. s., Chatzisarantis, N. L. D., Barkoukis, V., Wang, J. C. K., Hein, V., Pihu, M., Soos, I., & Karsai, I. (2007). Cross-Cultural generalizability of the Theory of Planned Behavior among young people in a physical activity context. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 29, 1 – 19.

Harland, P., Staats, H., & Wilke, H. (1999). Explaining proenvironmental intention and behavior by personal norms and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 29(2), 505-528.

Hofstede, G. (2001). *Culture's Consequences. Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations.* (California: sage Publications).

Jacob, K., & Richter, P. G. (2005). Absichten zur Gründung eines Unternehmens bei Studierenden [Students' intentions to found a business]. *Wirtschaftspsychologie*, 2, 51-70.

Jung, D. I., Ehrlich, S. B., De Noble, A. F., & Baik, K. B. (2001). Entrepreneurial Self-Efficacy and its Relationship to Entrepreneurial Actions: A Comparative Study Between the US and Korea. *Management International*, 6(1), 41-53.

Katz, J., & Gartner, W. (1988). Properties of emergin organizations. *Academy of Management Review*, 13, 429-441.

Khani, A. (2009). Determining employment status of work-knowledge courses. *The Education and Training Organization in Khorasan Province (In Persian)*. Available at:

[http://www.jobportal.ir/S1/Default.aspx?ID=9\\_3\\_814\\_9\\_515](http://www.jobportal.ir/S1/Default.aspx?ID=9_3_814_9_515)

Khedmati, T. (2000). Determining entrepreneurship mentality among secondary schools in Karaj Township as perceived by teachers, supervisors, and students during semester 1378-1379. Master Thesis, Shahid Beheshti University. (In Persian)

Kolvareid, L. (1996). Prediction of employment status choice intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 21(1), 47-58.

Kolvareid, L., & Isaksen, E. (2006). New business start-up and subsequent entry into selfemployment. *Journal of Business Venturing*, 21(6), 866-885.

Krueger, N. F., Jr., & Carsrud, A. L. (1993). Entrepreneurial intentions: applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship and Regional Development*, 5, 316-323.

Krueger, N. F., Jr., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15, 411-432.

Lent, R. W., Brown, S. D., & Hackett, G. (2002). Social cognitive career theory. In D. Brown and Associates, *Career choice and development* (4 th Ed.), (pp.255-311). San Francisco: Jossey-Bass.

Linan, F., & Rodriguez-Cohard, J & Guzman, J. (2008). Temporal Stability of Entrepreneurial Intention: A Longitudinal Study. 4th European Summer University Conference on Entrepreneurship Bodø Graduate School of Business and Nordland Research Institute 22nd to 26th August, Norway.

Linan, F., & Chen, Y.-W. (2009). Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617.

Linan, F., Rodrigues-Cohard, J., & Rueda-Cantuche, J. M. (2005). Factors affecting entrepreneurial intention levels. 45 th Congress of the European Regional Science Association, Amsterdam, 23- 25 august.

Linan, F. (2004). Intention-based models of entrepreneurship education. 14 th Annual IntEnt Conference. University of Napoli Federico II: Italy.

Luthjé, C. & Franke, N. (2003). The making of an entrepreneur: testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. *R & D Management*, Vol.33, No.2, pp 135-147.

Mashayekh, F. (2008). Determining the effect of entrepreneurship education on secondary students' entrepreneurship mentality in Kazeroon Township. *Journal of Contemporary Thoughts in Behavioral Science*, 2(4). (In Persian)



Moriano, J. A. (2005). *The Psychosocial Profile of the Entrepreneur*. Madrid: Consejo Económico y Social.

Moriano, J. A. L., & Gorgievski, M. (2007). *Psychology of entrepreneurship : Research and rducation*. UNED .

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., Gomez, A., Palaci, F. J., & Morales, J. F. (2006). *Are entrepreneurs individualistic or collectivistic?* 26 th International Congress of Applied Psychology. Athens. Greece.

Moriano, J. A., Robdriguez-Batalla, F., & Zarnowska, A. (2007). *Entrepreneurship: An alternative career for scientists*. UNED. Spain.

Moriano, J. A., Palaci, F. J., & Morales, J. F. (2006). *The entrepreneurial intention of university students in Spain*. UNED. Spain.

Moriano, J. A., Palaci, F. J., & Morales, J. F. (2007). *The psychosocial profile of the university entrepreneur*. *Psychology in Spain*, 11(1): 72-84.

Rashed, H. S. (2000). *Developing entrepreneurial potential in youth: The effect of entrepreneurial education and venture creation*. Available at: [www.proquest.umi.com](http://www.proquest.umi.com).

Rezaee.M & Rahsepar.T .( 2009). *A Survey of Students' Entrepreneurship Traits (A Case Study of Darab Islamic Azad University)*.*The Journal of a New Approach in Education Administration*. Vol.2, No.4, pp 45-62. (In Persian).

Rauch, A., & Frese, M. (2007). *Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success*. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 16,353-385.

Samadi, P., Shirzadi Esfahan, H. (2008). *Determining the relationship between organizational climate in schools and entrepreneurship mentality among students in Isfahan Province*. *Journal of Educational Innovations*, 16(5). (In Persian)

Shane, S. Locke, E. A., & Collins, C. J. (2003). *Entrepreneurial motivation*. *Human Resource Management Review*, 13: 257-279.

Shapéro, A. (1982). *Social Dimensions of Entrepreneurship*. In C. A. Kent, D. L. Sexton & K.Vesper (Eds.), *The Encyclopedia of Entrepreneurship* (pp. 72-90). Englewood Cliffs: Prentice Hall.

Shaver, K. G., & Scott, L. R. (1991). *Person, Process, Choice: The Psychology of New Venture Creation*. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16, 23-45.

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.

Sutton, S. (1998). Predicting and Explaining Intentions and Behavior: How Well Are We Doing? *Journal of Applied Social Psychology*, 28(15), 1317-1338.

Van der.Linde, Dr, Ch. (2000). A new perspective regarding capacities of education institutions to create work. *Journal of Education*, 121(1),pp.8-54.

Van Gelderen, M., Maryse, B., Mirjam van, P., Wynand, B., Erik, P., & Anita van, G. (2008). Explaining entrepreneurial intentions by means of the theory of planned behaviour. 13, 538-559.

Van Praag, C. M., & Versloot, P. H. (2007). What is the value of entrepreneurship? A review of recent research. *Small Business Economics*, 29, 351-382.

Zarafshani, K. and Pezeshki, V. (2008). Follow up study on agricultural vocational graduates. Agricultural Education Conference, Tarbiat Modares University. (In Persian)

Zarafshani, K., and Moradi, KH. (2008). Factors influencing rural women entrepreneurs success in Kermanshah Province. Research Report, Razi University. (In Persian)

Archive of SID