

## شناسایی انگیزه‌های کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی: کاربرد مقیاس بندی چندبعدی

نعمت‌اله شیری<sup>\*</sup>، امیرحسین علی بیگی<sup>۲</sup>

۱. دانشجوی دکتری گروه ترویج و توسعه روستایی دانشکده کشاورزی، دانشگاه رازی

۲. دانشیار گروه ترویج و توسعه روستایی دانشکده کشاورزی، دانشگاه رازی

(تاریخ دریافت: ۹۲/۹/۱ - تاریخ تصویب: ۹۳/۳/۴)

### چکیده

هدف کلی این پژوهش که با روش آمیخته انجام گرفت، شناسایی و تحلیل انگیزه‌های کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی بود. جامعه پژوهش در بخش کیفی شامل دانشجویانی است که در پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه رازی برای ایجاد کسب و کارهای کارآفرینی اقدام کرده بودند. جامعه آماری پژوهش در بخش کمی شامل تمام دانشجویان سال چهارم کارشناسی رشته‌های کشاورزی دانشگاه رازی است (N=186) که ۱۶۴ نفر از آنها به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای با انتساب متناسب انتخاب شدند. ابزار اصلی پژوهش برای جمع‌آوری داده‌ها در بخش کیفی مصاحبه و در بخش کمی پرسشنامه بود. یافته‌ها نشان داد میزان انگیزه کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی بالاتر از متوسط است. براساس نتایج مقایسه میانگین‌ها، بین میزان انگیزه‌های کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی براساس متغیرهای جنسیت، شرکت یا شرکت نکردن در دوره‌های آموزش کارآفرینی، داشتن یا نداشتن الگو، رشته تحصیلی، خودکارآمدی کارآفرینی و نگرش به کارآفرینی اختلاف معنی‌داری وجود داشت. نتایج تحلیل مقیاس بندی چندبعدی، انگیزه‌های کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی را در دو بُعد «انگیزه‌های اقتصادی کارآفرینانه» و «انگیزه‌های روان‌شناختی کارآفرینانه» در فضا نمایش داد. نتایج این مطالعه دستاوردهای مناسبی برای کمک به برنامه‌ریزان نظام آموزش عالی کشاورزی در راستای ارتقای انگیزه‌های کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی دارد.

**واژه‌های کلیدی:** آموزش کشاورزی، انگیزه کارآفرینی، کارآفرینی، مقیاس بندی چندبعدی.

### مقدمه

۲۰۱۰). مرکز آمار ایران میزان بیکاری جوانان را ۲۱/۸ درصد اعلام کرده است که تقریباً دو برابر میزان متوسط بیکاری در جهان است. نیروی انسانی دارای تحصیلات عالی از لحاظ کمی در ایران نیز مانند بسیاری از کشورهای در حال توسعه، رشد شایان توجهی داشته است؛ برای مثال، در سال‌های ۱۳۸۳-۱۳۸۴ تا سال ۱۳۸۷-۱۳۸۸ حدود ۸۹۰ هزار دانشجوی در بخش کشاورزی از دانشگاه‌های دولتی و آزاد فارغ‌التحصیل شدند (Jamshidifar et al., 2010). هم‌اکنون در بخش کشاورزی ۲۴۰ هزار دانش‌آموخته کشاورزی و منابع طبیعی عضو نظام مهندسی هستند. براساس آمار رسمی این سازمان

افزایش چشمگیر بیکاری در میان گروه‌های تحصیلکرده به ویژه دانش‌آموختگان نظام آموزش عالی ایران به یکی از مسائل و مشکلات جامعه تبدیل شده است (Ghasemi et al., 2009)، به طوری که چالش‌های اشتغال یا موضوع کار و بیکاری نه فقط یکی از مهم‌ترین مسائل اجتماعی روز کشور به‌شمار می‌آید، بلکه با میزان رشد جمعیت در دو دهه گذشته می‌توان آن را از مهم‌ترین چالش‌های اجتماعی در چند دهه آینده به حساب آورد (Tajabadi et al., 2008). نزدیک به یک‌چهارم نیروی کار ایران بیکار است (Jamshidifar et al.,

اساس، در سال‌های اخیر دانشگاه‌ها و مؤسسه‌های آموزش عالی در راستای حل معضل بیکاری به تدریس و آموزش مباحث کارآفرینی علاقه‌مند شده‌اند (Meyer, 2003; Landry et al., 2006). شواهد تجربی موجود نیز بیانگر تأسیس و اجرای مراکز آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها هستند (Oshea et al., 2004; Searle, 2006). هرچند اولین نمونه دوره‌های آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌های اروپا برگزار شدند، اما این پدیده در آمریکا به صورت گسترده‌ای نیز توسعه پیدا کرد. ایالات متحده الگویی جهانی در مباحث مربوط به آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها به شمار می‌رود، درحالی‌که توسعه دانشگاه‌های کارآفرین در اروپا به تازگی صورت گرفته است، اگرچه علاقه‌مندی به ترویج و توسعه آن وجود داشته است (Lockett et al., 2005; Wright et al., 2007). در ایران نیز تعدادی از مؤسسه‌های آموزش عالی در کشور تلاش کرده‌اند با برگزاری دوره‌های آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها، مهارت‌های راه‌اندازی کسب و کارهای کارآفرینانه را در دانشجویان به منظور ورود به محیط کسب و کار واقعی ایجاد کنند. دانشکده کشاورزی دانشگاه رازی کرمانشاه یکی از دانشکده‌هایی است که در این زمینه اقدامات اثرگذاری را انجام داده است و با قراردادن فرصت‌های کارآفرینانه در اختیار دانشجویان کشاورزی، موجب شده است این افراد بتوانند درگیر فرایند کارآفرینی و کارآفرین شدن شوند و کسب و کاری را برای خود ایجاد کنند (Rostami et al., 2012). حال این پرسش مطرح می‌شود که مهم‌ترین اهداف و تمایلات دانشجویان در ایجاد کسب و کارهای دانشجویی در دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی برای نمونه در دانشکده کشاورزی دانشگاه رازی کرمانشاه کدام‌اند که در این سال‌ها شاهد افزایش تعداد کسب و کارهای دانشجویی در آن هستیم.

در راستای پاسخ به این پرسش، محققان مختلف اظهار کرده‌اند که اهداف و تمایلات کارآفرینانه افراد با انگیزه‌های کارآفرینانه آن‌ها همسو هستند (Kolvereid, 1992; Amir et al., 2001; morris et al., 2006; Cassar, 2007). انگیزه در کارآفرینی محرکی بسیار قوی است که به رفتار انسان برای رسیدن به هدف و تمایلات آن جهت می‌دهد (Locke & Baum, 2007).

ادبیات انگیزه کارآفرینانه کمیاب و پراکنده است. اولین پژوهش در زمینه بررسی انگیزه‌های کارآفرینی توسط Doutriaux & Peterman (1982) انجام گرفت. این محققان بر پایه مصاحبه با ده نفر از کسانی که در دانشگاه‌ها کسب و کار

حدود ۵۷ هزار نفر از دانش‌آموخته‌های کشاورزی جوینی کار هستند (Nasrollahi, 2009). این گزارش‌ها و آمارها بیانگر آن است که دانش‌آموختگان کشاورزی پس از فارغ‌التحصیلی با چالش‌های زیادی روبه‌رو هستند و در عمل نمی‌توانند وارد بازار کار شوند. در چنین شرایطی، آموزش عالی باید رویکردی را اتخاذ کند که ضمن ارائه دانش جدید، کارآفرینی را نیز در دانشجویان نهادینه کند (Hosseini et al., 2010).

مراکز آموزشی می‌توانند با تربیت افراد کارآفرین، نقش مهمی در حل این معضل ایفا کنند (Hooshmandan et al., 2012). زیرا پیدایش کسب و کارهای جدید با پدیدآوردن فرصت‌های شغلی جدید به اقتصاد بازار شور و نشاط می‌بخشد، درحالی‌که کنار گذاشتن بخش وسیعی از نیروی فعال به معنای هدر دادن منابع انسانی، افزایش انعطاف‌پذیری بازار و کاهش توان اقتصادی برای تعدیل دگرگونی‌هاست. براین اساس، ترویج کارآفرینی در بین دانشجویان نظام آموزش عالی به عنوان راهکاری مناسب در این زمینه برگزیده شد و ایجاد اشتغال یکی از پیامدهای آن است (GEM, 2002). کارآفرینی فعالیتی است که به ایجاد فرصت‌های معنی‌داری برای افراد در راستای دستیابی به استقلال مالی و اقتصادی از طریق افزایش نوآوری‌ها و فرصت‌های جدید کسب و کار منجر می‌شود (Souitaris et al., 2007)؛ بنابراین، تغییر رویکرد دانشگاه‌ها به سوی تربیت دانشجویان کارآفرین که دانشجویان در آن به جای کارجویی به دنبال کارآفرینی باشند، دارای مزیت رقابتی است (Talebi & Zare Yekta, 2008). در این راستا، یکی از چالش‌های پیش روی جوامع مختلف، دانش‌آموختگانی هستند که توانایی فردی و مهارت لازم برای راه‌اندازی کسب و کار ندارند. براین اساس، آماده‌سازی دانش‌آموختگان دانشگاهی از طریق توسعه فرهنگ کارآفرینی در آنان ضروری است. بی‌گمان این آماده‌سازی نباید بعد از فارغ‌التحصیلی باشد، بلکه به منظور تحقق این امر هنگام تحصیل، باید مقدمات لازم فراهم شود و موانع و محدودیت‌ها برطرف شوند. یکی از مهم‌ترین اقدامات تأثیرگذار بر نگرش، نیات و انگیزه‌های کارآفرینانه دانشجویان است (Amiri & Moradi, 2008).

مطالعات مختلف نشان داده‌اند که آموزش کارآفرینی نقش مؤثری در افزایش آگاهی در زمینه ماهیت و اهمیت کارآفرینی (Hill & Cinnide, 2001)، تغییر نگرش و انگیزه‌های کارآفرینانه (McVie, 2001; Rasheed, 2000) و مهارت‌های کسب و کار (Leitch & Hisrich, 2001) ایفا می‌کند. براین

تعیین‌کننده اهداف و تمایلات افراد برای ایجاد یک کسب و کار هستند، شناسایی انگیزه‌های کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی که بیشترین میزان بیکاری را نسبت به سایر رشته‌های نظام آموزش عالی در کشور دارند برای سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان نظام آموزش عالی حیاتی است؛ بنابراین، در پژوهش حاضر به شناسایی انگیزه‌هایی پرداخته می‌شود که دانشجویان دانشکده کشاورزی دانشگاه رازی کرمانشاه را به ایجاد کسب و کارهای دانشجویی وادار کرد. در نتیجه، نتایج این پژوهش می‌تواند به برنامه‌ریزان و مدیران نظام آموزش عالی کشاورزی کشور کمک کند تا در راستای تدوین برنامه‌های منسجم برای ارتقای انگیزه‌های کارآفرینانه دانشجویان برای خروج از بحران بیکاری اقدام کنند و به رسالت واقعی خود جامعه عمل ببوشانند که همانا آماده کردن دانش‌آموختگان برای خوداشتغالی است. از این‌رو، با توجه به ماهیت و اهمیت موضوع در این پژوهش در مرحله اول با روش کیفی به شناسایی انگیزه‌های کارآفرینانه‌ای پرداخته می‌شود که دانشجویان کشاورزی دانشگاه رازی را به ایجاد کسب و کارهایی دانشجویی وادار کرد و در مرحله دوم به روش کمی، میزان و ابعاد انگیزه‌های کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی دانشگاه رازی کرمانشاه بررسی می‌شود؛ بنابراین، اهداف اختصاصی پژوهش حاضر عبارت‌اند از:

۱. شناسایی ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای دانشجویان مورد مطالعه
۲. شناسایی و اولویت‌بندی انگیزه‌های کارآفرینانه دانشجویان مورد مطالعه
۳. مقایسه میزان انگیزه‌های کارآفرینانه دانشجویان براساس متغیرهای مورد مطالعه
۴. تعیین ابعاد انگیزه‌های کارآفرینانه دانشجویان مورد مطالعه

### مواد و روش‌ها

این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از لحاظ گردآوری داده‌ها و اطلاعات توصیفی-پیمایشی است که در دو بخش کیفی و کمی انجام گرفت. جامعه مورد مطالعه در بخش کیفی پژوهش شامل تمام دانشجویانی است که در پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه رازی در چند سال اخیر به پدیده کارآفرین شدن و راه‌اندازی کسب و کار پرداخته بودند (N=23). برای انتخاب نمونه‌ها در بخش کیفی پژوهش از نمونه‌گیری مبتنی بر هدف استفاده شد. در راستای دستیابی به عمیق‌ترین و

ایجاد کرده بودند، نشان دادند انگیزه‌های اصلی آن‌ها برای ایجاد کارآفرینی میل به آزادی و استقلال طلبی است. پس از آن‌ها Samson & Gardon (1990) در مطالعه‌ای با مصاحبه با ۲۲ نفر از کارآفرینان دانشگاهی در ایالات متحده و کانادا نشان دادند انگیزه اصلی آن‌ها برای ایجاد کسب و کار، به‌کاربردن معلومات خود در عمل، استفاده از فرصت‌ها برای تبدیل شدن به یک کارآفرین و تبدیل فرصت‌ها به پول بود. پژوهش‌های انجمن سازماندهی کار و مهارت (ESEC, 1994)، انگیزه‌های زنان و مردان را در ایجاد کسب و کار و کارآفرینی گرایش به مدیریت، خشنودی شغلی و دستیابی به سود مالی بیشتر می‌دانند. محققانی مانند Yzinenpaa & Checharina (2000) انگیزه‌های کارآفرینی را در مواردی مانند دستیابی به استقلال، فراهم‌ساختن شرایط بهتر زندگی، دوری از فقر، به‌دست‌آوردن قدرت و اعتبار در جامعه، فراهم‌سازی شرایط دلخواه زندگی شخصی در زمان سالمندی، مفیدبودن برای جامعه و افراد دیگر، ناخشنودی از شغل پیشین و شناخت و بروز استعدادها و توانایی شخصی می‌دانند. مرکز جهانی کارآفرینی (GEM, 2006) انگیزه‌هایی را که موجب کارآفرینی می‌شوند به دو دسته تفکیک کردند: کارآفرینی براساس فرصت و کارآفرینی براساس اجبار. کارآفرینی براساس فرصت، زمانی شکل می‌گیرد که افراد از فرصت‌های موجود بهره‌برداری کنند و کارآفرینی براساس اجبار و نیاز هنگامی است که افراد به‌علت نبود گزینه‌های شغلی بهتر و نیاز اقتصادی مجبور به کارآفرینی می‌شوند. Olivier et al. (2011) در مطالعه‌ای مهم‌ترین انگیزه‌های کارآفرینانه را شامل مواردی مانند فرصتی برای پیاده‌سازی ایده‌های خود، خلق چیزهایی با ایده خود، استقلال شخصی، رئیس‌بودن در یک گروه و به‌دست‌آوردن فرصت‌های مالی مستقل می‌دانند. Damoori et al. (2010) در مطالعه‌ای اصلی‌ترین انگیزه‌های کارآفرینانه دانشجویان را فراهم‌ساختن شرایط برای زندگی بهتر، سپس مفیدبودن برای جامعه، دستیابی به استقلال و شناخت و بروز استعداد و توانایی‌های شخصی بیان کردند.

با توجه به ادبیات موضوع، مشاهده می‌شود تا به حال پژوهش‌های کمی و کیفی محدودی در داخل کشور به‌منظور پاسخ به پرسش در زمینه چگونگی انگیزه‌های کارآفرینانه دانشجویان انجام گرفته است، درحالی‌که توجه به نوع و ابعاد انگیزه‌های کارآفرینانه دانشجویان می‌تواند در تدوین برنامه‌های منسجم برای تقویت آن‌ها در بین دانشجویان مفید باشد؛ به بیان دیگر، با توجه به اینکه انگیزه‌های کارآفرینانه

راه اندازی یک کسب و کار کارآفرینانه توانمند می‌دانید؟)، هنجارهای اجتماعی (چقدر هنجارهای جامعه را برای راه اندازی کسب و کارهای کارآفرینانه مناسب می‌دانید؟) و نگرش به کارآفرینی (چقدر کارآفرینی را برای جامعه مفید می‌دانید؟) پرسشی مطرح شد. در بخش دوم پرسشنامه- که مقیاسی برای سنجش انگیزه‌های کارآفرینانه دانشجویان بود- از ۲۱ متغیر (حاصل بخش کیفی پژوهش) استفاده شد و روایی آن توسط متخصصانی از رشته‌های ترویج و آموزش کشاورزی و کارآفرینی تأیید شد و پایایی آن نیز با محاسبه ضریب آلفای کرونباخ تأیید شد ( $\alpha=0.82$ ). داده‌ها در بخش کمی، در دو قسمت آمار توصیفی و استنباطی با استفاده از نرم‌افزار SPSSWin20 تجزیه و تحلیل شد. به این منظور، برای اولویت‌بندی انگیزه‌های کارآفرینانه دانشجویان و مقایسه آن‌ها براساس متغیرهای مورد مطالعه به ترتیب از ضریب تغییرات و آزمون مقایسه میانگین‌ها و برای تعیین ابعاد انگیزه‌های کارآفرینانه دانشجویان از روش تحلیل مقیاس‌بندی چندبعدی (MDS: Multidimensional Scaling) استفاده شد. روش تحلیل مقیاس‌بندی چندبعدی، تصویر واقعی و هندسی متغیرها را به صورت نقاطی در فضای چندبعدی نشان می‌دهد که فاصله بین این نقاط بیانگر شباهت بین آن‌هاست؛ به عبارت دیگر، دو مورد مشابه از طریق دو نقطه‌ای که نزدیک به هم هستند و دو مورد نامتشابه از طریق دو نقطه‌ای که از همدیگر دور هستند در فضا نمایش داده می‌شوند (Todman & Dugard, 2007)؛ بنابراین، به کاربردن روش تحلیل مقیاس‌بندی چندبعدی برای کشف ابعاد انگیزه‌های کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی به عنوان روشی علمی مفید است.

### نتایج و بحث

#### ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای دانشجویان (بخش کمی)

براساس یافته‌ها، میانگین سن دانشجویان مورد مطالعه ۲۲/۳۲ سال با انحراف معیار ۱/۰۵ بود و آن‌ها در دامنه سنی ۲۱ تا ۲۵ سال قرار داشتند. از بین پاسخگویان، ۶۵ نفر (۳۹/۶ درصد) پسر و ۹۹ نفر (۶۰/۴ درصد) دختر بودند که محل زندگی ۱۰۹ نفر (۶۶/۵ درصد) از آن‌ها شهر و ۵۵ نفر (۳۳/۵ درصد) روستا بود. همچنین، نتایج نشان داد از بین دانشجویان مورد مطالعه، ۲۹ نفر (۱۷/۷ درصد) در رشته ترویج و آموزش کشاورزی، ۲۷ نفر (۱۶/۵ درصد) در رشته زراعت و اصلاح نباتات، ۱۸ نفر (۱۱ درصد) در رشته خاک‌شناسی، ۲۲ نفر (۱۳/۴ درصد) در رشته مکانیک ماشین‌های کشاورزی، ۲۰ نفر (۱۲/۲ درصد) در رشته

کامل‌ترین اطلاعات، نمونه‌گیری مبتنی بر هدف تا جایی ادامه یافت که به اشباع نظری (Theoretical Saturation) رسیدیم؛ به عبارت دیگر، با انجام دادن مصاحبه‌های بعدی دیگر اطلاعات جدیدی به دست نیامد. ابزار جمع‌آوری داده‌ها در بخش کیفی پژوهش، مصاحبه انفرادی نیمه‌ساختار (SemiStructured) با پاسخگویان بود که به منظور دستیابی به هدف تحقیق در این بخش (شناسایی انگیزه‌های کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی) پژوهشگر در ابتدای هر مصاحبه ضمن بیان هدف تحقیق و ارائه توصیفات کلی در زمینه پژوهش، از پاسخگویان درخواست کرد تا با توجه به پرسش پژوهش (انگیزه‌های شما برای ایجاد کسب و کار کدام‌اند؟) اطلاعات خود را به پژوهشگر انتقال دهند. تمام مطالب با رضایت پاسخگویان هنگام مصاحبه روی نوار کاست ضبط و پس از آن به طور کامل روی کاغذ پیاده‌سازی و نسخه‌برداری شد، سپس با به کارگیری روش تحلیل محتوا و با مطالعه مکرر و خط‌به‌خط متن مصاحبه‌ها، ۲۱ متغیر به عنوان انگیزه‌های کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی شناسایی شدند. در این قسمت، برای اطمینان از روایی نتایج پژوهش از بازنگری شرکت‌کنندگان استفاده شد. به این منظور، بعد از انجام دادن تحلیل محتوا، ۲۱ متغیر در اختیار شرکت‌کنندگان در مصاحبه قرار گرفت تا صحت (اعتبار) آن‌ها را تأیید کنند و برای اطمینان از پایایی نتایج در این قسمت، تمام متغیرها پس از انجام دادن تحلیل محتوا با متن مصاحبه‌ها مقایسه شد و همچنین، از تخصصی بیرونی خواسته شد که با خواندن متن مصاحبه‌ها و انجام دادن تحلیل محتوا، پایایی متغیرها را به عنوان انگیزه‌های کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی تأیید کنند.

جامعه آماری پژوهش در بخش کمی شامل تمام دانشجویان سال چهارم کارشناسی رشته‌های کشاورزی در پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه رازی بودند ( $N=186$ ). حجم نمونه با استفاده از جدول Patton (2002)، ۱۶۴ نفر تعیین شد که با روش نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی با انتساب متناسب برای مطالعه انتخاب شدند. ابزار اصلی برای جمع‌آوری داده‌ها در بخش کمی، پرسشنامه‌ای مشتمل بر دو بخش ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای (سن، جنس، رشته تحصیلی، محل سکونت، شرکت در دوره‌های آموزش کارآفرینی، داشتن الگوی کارآفرینی، خودکارآمدی کارآفرینی، هنجارهای اجتماعی و نگرش به کارآفرینی) و انگیزه‌های کارآفرینانه بود. در بخش اول، برای سنجش هر کدام از متغیرهای خودکارآمدی کارآفرینی (چقدر خود را برای

کشاورزی مورد مطالعه، خودکارآمدی کارآفرینانه مطلوبی را در راستای ایجاد کسب و کارهای کارآفرینانه دارند؛ به عبارت دیگر، اکثر دانشجویان کشاورزی مورد مطالعه توانایی خود را برای ایجاد کسب و کارهای کارآفرینانه مناسب می‌دانند، درحالی‌که بیشتر دانشجویان (۹۸/۲ درصد) کشاورزی مورد مطالعه هنجارهای اجتماعی را در حد متوسط و کمتر برای ایجاد کسب و کارهای کارآفرینانه مناسب می‌دانند. در نتیجه، می‌توان گفت اعتقادات و باورهای فرهنگی جامعه از دیدگاه دانشجویان کشاورزی مورد مطالعه با ایجاد کسب و کارهای کارآفرینانه همسو نیستند. علاوه بر این، براساس نتایج ارائه شده در جدول ۱ مشاهده می‌شود نگرش بیشتر دانشجویان کشاورزی مورد مطالعه به مفید بودن کارآفرینی برای جامعه در حد متوسط و بالاتر است و فقط نوزده نفر از آن‌ها کارآفرینی را در حد کم برای جامعه مفید می‌دانند. از این رو، می‌توان اذعان کرد دانشجویان کشاورزی مورد مطالعه نگرش مثبتی به کارآفرینی دارند و این نگرش بر رفتار آن‌ها در راستای ایجاد کسب و کارهای کارآفرینانه تأثیر مثبتی می‌گذارد.

گیاه‌پزشکی، ۲۸ نفر (۱۷/۱ درصد) در رشته علوم دامی و ۲۰ نفر (۱۲/۲ درصد) در رشته آب مشغول به تحصیل بودند و دوره تحصیلی ۱۰۷ نفر (۶۵/۲ درصد) از آن‌ها روزانه و ۵۷ نفر از آن‌ها (۳۴/۸ درصد) شبانه بود. علاوه بر این، یافته‌ها نشان داد از بین پاسخگویان ۴۲ نفر (۲۵/۶ درصد) در دوره‌های آموزش کارآفرینی شرکت کردند و ۱۲۲ نفر (۷۴/۴ درصد) در دوره‌های آموزش کارآفرینی شرکت نکرده بودند. همچنین، براساس نتایج، ۴۶ نفر (۲۸ درصد) از دانشجویان دارای الگوی کارآفرین در بین خانواده، دوستان و همکلاسی‌ها بودند و ۱۱۸ نفر (۷۲ درصد) از آن‌ها الگوی کارآفرین نداشتند. یافته‌های سایر ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای دانشجویان مورد مطالعه شامل خودکارآمدی کارآفرینی، هنجارهای اجتماعی و نگرش به کارآفرینی در جدول ۱ ارائه می‌شود. نتایج ارائه شده در جدول ۱ بیانگر این است که خودکارآمدی کارآفرینانه اکثر دانشجویان کشاورزی مورد مطالعه در حد متوسط و بالاتر است و فقط برای ۲۲ نفر (۱۳/۴ درصد) در حد کم است؛ بنابراین، می‌توان گفت دانشجویان

جدول ۱. توزیع فراوانی خودکارآمدی، هنجارهای اجتماعی و نگرش پاسخگویان به کارآفرینی

متغیر	طبقات	فراوانی	درصد	درصد تجمعی	میانگین رتبه‌ای*	انحراف معیار	نما
خودکارآمدی کارآفرینانه	کم	۲۲	۱۳/۴	۱۳/۴	۲/۱۱	۰/۶۱	متوسط
	متوسط	۱۰۱	۶۱/۶	۷۵/۰			
	زیاد	۴۱	۲۵/۰	۱۰۰			
هنجارهای اجتماعی	کم	۷۰	۴۲/۷	۴۲/۷	۱/۵۹	۰/۵۲	متوسط
	متوسط	۹۱	۵۵/۵	۹۸/۲			
	زیاد	۳	۱/۸	۱۰۰			
نگرش به کارآفرینی	کم	۱۹	۱۱/۶	۱۱/۶	۲/۳۹	۰/۶۸	زیاد
	متوسط	۶۱	۳۷/۲	۴۸/۸			
	زیاد	۸۴	۵۱/۲	۱۰۰			

\* میانگین از ۳ (۱. کم، ۲. متوسط، ۳. زیاد) است.

انگیزه‌های کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی دست یافتیم که با انجام دادن مصاحبه‌های بعدی اطلاعاتی به اطلاعات قبلی ما افزوده نشد و مطالب ارائه شده توسط پاسخگویان تکرار مطالب قبلی بودند. مدت هر مصاحبه بین ۲۰ تا ۴۰ دقیقه متغیر بود. پس از انجام دادن مصاحبه‌ها و نسخه‌برداری و پیاده‌سازی متن مصاحبه‌ها روی کاغذ، تحلیل محتوا را انجام دادیم. در این مرحله، با مطالعه دقیق، مکرر و خطبه‌خط متن مصاحبه‌های مکتوب، ۲۱ متغیر به‌عنوان انگیزه‌های کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی شناسایی شدند (جدول ۲).

انگیزه‌های کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی (بخش کیفی) در این بخش، که به صورت کیفی انجام گرفت، برای دستیابی به عمیق‌ترین و کامل‌ترین اطلاعات در زمینه شناسایی انگیزه‌های کارآفرینانه دانشجویان پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه رازی از روش مصاحبه انفرادی نیمه‌ساختار استفاده شد. در این مرحله، با انجام دادن سیزده (نه پسر و چهار دختر) مصاحبه با دانشجویانی که در چند سال اخیر در پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه رازی کسب و کار (کارآفرینی) ایجاد کرده بودند به اطلاعات کاملی در زمینه

جدول ۲. انگیزه‌های کارآفرینان دانشجویان کشاورزی (نتایج بخش کیفی)

اثبات استعدادها و توانایی‌های خود در ایجاد کسب و کار	فراهم کردن شرایط دلخواه زندگی
مدیربودن در یک گروه	علاقه‌مندی به ایجاد کسب و کاری برای خودم
استفاده از مهارت‌ها و تجربیات خود در عمل	جذابیت ایجاد یک کسب و کار
کسب شغلی پردرآمد	تمایل به انجام‌دادن کارهای عملی و پرتحرک
پیاپی‌سازی ایده‌های خود در عمل	برتری‌یافتن نسبت به دوستان
ایجاد دارایی‌های شخصی	فرار از بیکاری
کشف فرصت‌های کارآفرینی	کمک به درآمد خانواده
تولید محصولات مورد نیاز بازار	دستیابی به استقلال مالی
کاربرد دانش علمی در موقعیت واقعی	رهایی از فقر اقتصادی
بهره‌برداری از فرصت‌های موجود کارآفرینی	ارتقای جایگاه (منزلت) اجتماعی
	مفیدبودن برای جامعه

که کم‌اهمیت‌ترین انگیزه‌های کارآفرینان دانشجویان کشاورزی مورد مطالعه به‌ترتیب شامل برتری پیداکردن نسبت به دوستان، مدیربودن در یک گروه و رهایی از فقر اقتصادی است. در تفسیر این یافته می‌توان گفت دانشجویان کشاورزی مورد مطالعه در ایجاد کسب و کارهای کارآفرینانه به‌دنبال رقابت، قدرت و کسب منابع مالی و اقتصادی در راستای رفع فقر مالی نیستند؛ به‌عبارت دیگر، رقابت برای کسب ریاست و رفع فقر اقتصادی در دانشجویان کشاورزی مورد مطالعه شاخص‌های مناسبی برای بیان کردن انگیزه‌های آن‌ها در راستای ایجاد کسب و کارهای کارآفرینانه نیست.

#### مقایسه انگیزه کارآفرینان دانشجویان براساس متغیرهای مورد مطالعه

در این پژوهش، به‌منظور مقایسه انگیزه کارآفرینان دانشجویان کشاورزی مورد مطالعه براساس ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای آن‌ها شامل جنسیت، محل زندگی، دوره تحصیلی، شرکت در دوره آموزش کارآفرینی و داشتن مدل کارآفرینی از آزمون مقایسه میانگین t مستقل استفاده شد و برای سایر ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای آن‌ها شامل رشته تحصیلی، خودکارآمدی کارآفرینی، هنجارهای اجتماعی و نگرش به کارآفرینی از آزمون مقایسه میانگین کروسکال‌والیس استفاده شد. نتایج این قسمت به‌ترتیب در جدول‌های ۴ و ۵ ارائه می‌شود.

#### اولویت‌بندی انگیزه‌های کارآفرینان دانشجویان

در این پژوهش، به‌منظور اولویت‌بندی انگیزه‌های کارآفرینان دانشجویان کشاورزی مورد مطالعه از صریب تغییرات استفاده شد (جدول ۳).

نتایج ارائه‌شده در جدول ۳ بیانگر این است که مهم‌ترین انگیزه‌های کارآفرینان دانشجویان کشاورزی مورد مطالعه برای ایجاد کسب و کارهای کارآفرینانه به‌ترتیب شامل ارتقای جایگاه (منزلت) اجتماعی، فراهم کردن شرایط دلخواه زندگی و دستیابی به استقلال مالی است؛ بنابراین، می‌توان اظهار کرد انگیزه اصلی دانشجویان کشاورزی مورد مطالعه برای ایجاد کسب و کارهای کارآفرینانه در اولویت اول بیشتر جنبه اجتماعی دارد و آن‌ها معمولاً به‌دنبال کسب مقام و شهرت اجتماعی هستند. همچنین، در اولویت دوم انگیزه دانشجویان کشاورزی مورد مطالعه برای ایجاد کسب و کار (کارآفرینی) جنبه رفاهی دارد و آنان بیشتر به‌دنبال شرایطی هستند که بتوانند در آسایش و رفاه زندگی کنند و به‌منظور دستیابی به این آسایش و رفاه، ایجاد کسب و کار و به عبارت بهتر، کارآفرینی را گزینه مناسبی برای ارضای این نیاز خود می‌دانند. علاوه‌براین، مشاهده می‌شود در اولویت سوم انگیزه دانشجویان کشاورزی مورد مطالعه بیشتر جنبه اقتصادی دارد؛ یعنی آن‌ها به‌دنبال کسب و کارهای کارآفرینانه هستند تا از وابستگی مالی نجات یابند و بتوانند در زندگی از لحاظ اقتصادی مستقل باشند. علاوه‌براین، نتایج ارائه‌شده در جدول ۳ بیانگر این است

جدول ۳. اولویت‌بندی انگیزه‌های کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی

اولویت	ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین	انگیزه
۱	۰/۲۳۸	۰/۹۱	۳/۸۱	ارتقای جایگاه (منزلت) اجتماعی
۲	۰/۲۴۲	۰/۹۲	۳/۷۹	فراهم کردن شرایط دلخواه زندگی
۳	۰/۲۵۲	۰/۹۶	۳/۸۱	دستیابی به استقلال مالی
۴	۰/۲۵۷	۰/۸۳	۳/۲۳	جدابیت ایجاد یک کسب و کار
۵	۰/۲۶۰	۰/۹۵	۳/۶۵	فرار از بیکاری
۶	۰/۲۷۲	۱/۰۰	۳/۶۷	مفیدبودن برای جامعه
۷	۰/۲۸۶	۱/۰۶	۳/۷۰	کسب شغلی پر درآمد
۸	۰/۲۹۰	۱/۰۴	۳/۵۸	علاقه‌مندی به ایجاد کسب و کاری برای خودم
۹	۰/۲۹۸	۱/۰۰	۳/۳۵	کاربرد دانش علمی در موقعیت واقعی
۱۰	۰/۳۰۰	۱/۰۴	۳/۴۶	پیاده‌سازی ایده‌های خود در عمل
۱۱	۰/۳۰۸	۱/۰۶	۳/۴۴	ایجاد دارایی‌های شخصی
۱۲	۰/۳۰۹	۱/۰۵	۳/۳۹	استفاده از مهارت‌ها و تجربیات خود در عمل
۱۳	۰/۳۱۶	۱/۱۲	۳/۵۴	اثبات استعداد و توانایی‌های خود در ایجاد کسب و کار
۱۴	۰/۳۲۵	۱/۰۸	۳/۳۲	بهره‌برداری از فرصت‌های موجود کارآفرینی
۱۵	۰/۳۳۹	۱/۰۳	۳/۰۳	تولید محصولات مورد نیاز بازار
۱۶	۰/۳۴۲	۱/۱۴	۳/۳۳	کمک به درآمد خانواده
۱۷	۰/۳۴۴	۰/۹۹	۲/۸۷	تمایل به انجام دادن کارهای عملی و پرتحرک
۱۸	۰/۳۶۰	۱/۰۸	۳/۰۰	کشف فرصت‌های کارآفرینی
۱۹	۰/۳۶۶	۱/۲۶	۳/۴۴	رهایی از فقر اقتصادی
۲۰	۰/۳۸۰	۱/۲۶	۳/۳۱	مدیربودن در یک گروه
۲۱	۰/۴۴۱	۱/۳۳	۳/۰۱	برتری یافتن نسبت به دوستان
-	-	۰/۶۵	۳/۴۱	انگیزه کارآفرینانه

رسیدن به توسعه فردی و مالی درک می‌کنند، درحالی‌که زنان کارآفرینی را به‌عنوان ترکیب کار و زندگی فردی درک می‌کنند که این موضوع اختلاف بین نگرش‌ها و انگیزه‌های کارآفرینی زنان و مردان را نمایان می‌کند. در این زمینه، تحقیقات متنوعی نیز تأثیر معنادار جنسیت را بر فعالیت‌های کارآفرینی تأیید کردند که از آن جمله می‌توان به تحقیقات (1995) Matthews & Davidson؛ (2000) Delmar & Scherer et al.؛ (1989) Moser؛ (2008) Allen et al.؛ (2005) Georgellis اشاره کرد.

همچنین، نتایج نشان داد بین انگیزه کارآفرینانه دانشجویان مورد مطالعه براساس شرکت در دوره‌های آموزش کارآفرینی اختلاف معنی‌داری در سطح یک درصد وجود دارد، به‌طوری‌که میانگین نمره انگیزه کارآفرینانه دانشجویانی که در دوره‌های آموزشی کارآفرینی شرکت کردند، بیشتر از دانشجویانی است که در این دوره‌ها شرکت نکردند؛ بنابراین، به اطمینان ۹۹ درصد می‌توان اظهار کرد دانشجویانی که در

نتایج ارائه‌شده در جدول ۴ بیانگر این است که بین انگیزه کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی مورد مطالعه براساس جنسیت آن‌ها اختلاف معنی‌داری در سطح یک درصد وجود دارد. با توجه به میانگین، مشاهده می‌شود میانگین نمره انگیزه کارآفرینانه پسران بیشتر از دخترهاست؛ بنابراین، می‌توان با احتمال ۹۹ درصد اظهار کرد دانشجویان پسر مورد مطالعه انگیزه کارآفرینانه بالاتری نسبت به دانشجویان دختر مورد مطالعه دارند. در این راستا، نتایج بسیاری از مطالعات بیانگر تفاوت‌های جنسیتی در انگیزه‌های کارآفرینانه است، به‌طوری‌که بیشتر پژوهشگران نشان دادند مردها نسبت به زن‌ها انگیزه‌های کارآفرینانه بالاتری دارند. Kirk & Belovics (2006) در مطالعه‌شان نشان دادند زنان در فعالیت‌های کارآفرینی بیشتر به‌دنبال تعادل کار و خانواده هستند، درحالی‌که مردان در فعالیت‌های کارآفرینی بیشتر به‌دنبال ایجاد ثروت و توسعه اقتصادی هستند. براین‌اساس، آن‌ها نتیجه گرفتند مردان کارآفرینی را به‌عنوان وسیله‌ای برای

خانواده و دوستان دارند، میانگین نمره انگیزه کارآفرینانه بالاتری نسبت به دانشجویانی دارند که مدل کارآفرینی ندارند؛ بنابراین، با احتمال ۹۹ درصد می‌توان گفت داشتن الگوی کارآفرینی موجب افزایش انگیزه کارآفرینی دانشجویان می‌شود. الگوی کارآفرینی به‌عنوان کارآفرینانی تعریف می‌شود که برای فرد آشنا هستند یا فرد با آن‌ها در تماس است، که بر انگیزه و نیت کارآفرینی فرد تأثیر می‌گذارد (Grandsten, 2004). نتایج مطالعات نیز بیانگر این است که اعضای خانواده بیش از ۵۰ درصد صاحبان کسب و کار خوداشتغالی داشته‌اند (Fairlie, 2004). در زمینه مطالعاتی که تأثیر معنادار الگوی کارآفرینی را بر انگیزه کارآفرینانه افراد تأیید کردند، می‌توان به مطالعات (Pittaway & Cope, 2007)؛ (Dlaz, 2009) Casero et al. اشاره کرد. براساس نتایج ارائه شده در جدول ۴، برخلاف این نتایج مشاهده می‌شود بین انگیزه کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی مورد مطالعه براساس متغیرهای محل زندگی و دوره تحصیلی اختلاف معنی‌داری از لحاظ آماری وجود ندارد؛ بنابراین، می‌توان گفت روستا یا شهری و روزانه یا شبانه‌بودن دانشجویان کشاورزی مورد مطالعه بر انگیزه‌های کارآفرینی آن‌ها تأثیری ندارند.

دوره‌های آموزش کارآفرینی شرکت کردند انگیزه کارآفرینی بالاتری نسبت به دانشجویانی دارند که در این دوره‌ها شرکت نکردند. در این راستا، محققان مختلفی اظهار داشتند آموزش کارآفرینی برای دانشجویان شرط لازم برای بروز نیت و انگیزه کارآفرینانه در آن‌هاست (Noel, 2005). آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی از عنصرهای مهم در ایجاد کسب و کار توسط دانش‌آموختگان است (Benger, 2006). Souitaris et al. (2007) در مطالعه‌ای نشان دادند برنامه‌های آموزش کارآفرینی به‌طور معنی‌داری موجب افزایش قابلیت‌های کارآفرینانه دانشجویان در راستای ایجاد کسب و کاری جدید یا خوداشتغالی می‌شود. همچنین، نتایج مطالعات مختلفی نیز بیانگر تأثیر معنادار دوره‌های آموزش کارآفرینی بر ویژگی‌های روان‌شناختی کارآفرینانه افراد است که از آن جمله می‌توان به مطالعات Wilson et al. (2007) و Petman et al. (2003) اشاره کرد.

علاوه‌براین، براساس نتایج ارائه شده در جدول ۴، مشاهده می‌شود بین انگیزه کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی مورد مطالعه براساس داشتن مدل یا الگوی کارآفرینی اختلاف معنی‌داری در سطح یک درصد وجود دارد، به‌طوری‌که مشاهده می‌شود دانشجویانی که مدل کارآفرینی در بین

جدول ۴. مقایسه انگیزه کارآفرینانه پاسخگویان براساس ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای آن‌ها (آزمون t)

متغیر وابسته	متغیر مستقل	طبقات	تعداد	میانگین رتبه‌ای	انحراف معیار	t	Sig.
	جنسیت	پسر	۶۵	۳/۶۲	۰/۵۵	۰/۵۲۶**	۰/۰۰۱
		دختر	۹۹	۳/۲۸	۰/۶۸		
	محل زندگی	شهر	۱۰۹	۳/۳۹	۰/۶۳	۰/۰۷۶	۰/۴۳۴
		روستا	۵۵	۳/۳۴	۰/۶۹		
انگیزه کارآفرینانه	دوره تحصیلی	روزانه	۱۰۷	۳/۴۰	۰/۶۳	۰/۱۶۷	۰/۰۹۷۳
		شبانه	۵۷	۳/۳۱	۰/۶۱		
	آموزش کارآفرینی	بله	۴۲	۳/۸۷	۰/۵۲	۵/۶۴۶**	۰/۰۰۰
		خیر	۱۲۲	۳/۲۶	۰/۶۲		
	مدل کارآفرینی	بله	۴۶	۳/۸۰	۰/۴۹	۵/۵۹۶**	۰/۰۰۰
		خیر	۱۱۸	۳/۲۷	۰/۶۵		

\*\* معنی‌داری در سطح یک درصد

سایر رشته‌هاست و برای دانشجویانی که رشته‌شان علوم خاک است، کمتر از سایر رشته‌هاست؛ بنابراین، با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان اظهار کرد رشته تحصیلی دانشجویان کشاورزی مورد مطالعه بر انگیزه کارآفرینانه آن‌ها تأثیر می‌گذارد. این یافته ممکن است به دلیل ماهیت رشته‌های کشاورزی باشد که

نتایج ارائه شده در جدول ۵ بیانگر این است که بین انگیزه کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی مورد مطالعه براساس رشته تحصیلی آنان اختلاف معنی‌داری در سطح یک درصد وجود دارد، به‌طوری‌که میانگین رتبه‌ای نمره انگیزه کارآفرینانه دانشجویانی که رشته تحصیلی‌شان علوم دامی است بیشتر از



گفت با توجه به اینکه هنجارهای اجتماعی در قالب فرهنگ جامعه جای می‌گیرد، فرهنگ مجموعه ویژگی‌های انتزاعی تعریف می‌شود که فرد را در گروه یا دسته‌ای ویژه قرار می‌دهد (Hofstede, 2001). براین اساس، ممکن است فرهنگ جامعه محرک یا مانعی در بروز اهداف و انگیزه‌های کارآفرینانه باشد. همچنین، جوامع مختلف، ارزش‌های فرهنگی متفاوتی دارند. ارزش‌های فرهنگی را می‌توان ارزش‌های اجتماعی، هنجارها، انتظارات و نظام عقیدتی (مذهب، زبان، روابط اجتماعی و...) تعریف کرد که مورد تأیید و تمایل افراد یک گروه است (Hagger et al., 2007)؛ بنابراین، در جوامعی مانند ایران که خانواده‌ها مشاغلی مانند پزشکی و کار در اداره‌ها و سازمان‌های دولتی را بر کارآفرینی فرزندان نشان ترجیح می‌دهند (Javadian & Dastmalchian, 2003)، دور از انتظار نیست که هنجارهای اجتماعی در دانشجویان مورد مطالعه همسو با انگیزه‌های کارآفرینانه آن‌ها نباشد.

براساس یافته‌های ارائه‌شده در جدول ۵ نیز مشخص شد بین انگیزه کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی مورد مطالعه براساس نگرش آن‌ها به کارآفرینی اختلاف معنی‌داری در سطح یک درصد وجود دارد، به طوری که میانگین رتبه‌ای نمره انگیزه کارآفرینانه دانشجویانی که نگرش بالاتری به کارآفرینی دارند، بیشتر از دانشجویانی است که نگرش متوسطی دارند. همچنین، میانگین رتبه‌ای نمره انگیزه کارآفرینانه دانشجویانی که نگرش متوسطی دارند، بیشتر از دانشجویانی است که نگرش پایینی دارند؛ بنابراین، می‌توان گفت نگرش به کارآفرینی بر انگیزه کارآفرینانه دانشجویان تأثیر مثبتی می‌گذارد. نگرش به‌عنوان باورها و ادراکات در ارتباط با مطلوبیت فردی اجرای رفتار است که با انتظارات فردی در زمینه نتایج آن رفتار مرتبط است (Ajzen, 1991). پس بی‌شک دانشجویانی که فعالیت‌های کارآفرینانه را مطلوب درک می‌کنند و نگرش مثبتی به آن دارند، کسانی هستند که کارآفرینی را به‌عنوان امری امکان‌پذیر درک می‌کنند و احتمال بیشتری وجود دارد که آن‌ها انگیزه‌های کارآفرینانه قوی‌تری داشته باشند.

موجب اختلاف در انگیزه کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی می‌شود؛ برای مثال، در رشته علوم دامی دانشجویان بالاترین انگیزه را نسبت به سایر رشته‌ها دارند و این موضوع احتمالاً به این دلیل است که در این رشته فرصت ایجاد و راه‌اندازی کسب و کارهای کارآفرینانه مرتبط به رشته مثل احداث مرغداری، گاوآردی و... وجود دارد، ولی در رشته‌ای مثل خاک‌شناسی این فرصت‌ها وجود ندارد.

همچنین، نتایج ارائه‌شده در جدول ۵ نشان می‌دهد بین انگیزه کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی براساس میزان خودکارآمدی کارآفرینانه آن‌ها تفاوت معنی‌داری در سطح یک درصد وجود دارد، به طوری که میانگین رتبه‌ای نمره انگیزه کارآفرینانه دانشجویانی که خودکارآمدی کارآفرینانه زیادی دارند، بیشتر از دانشجویانی است که خودکارآمدی متوسطی دارند و همچنین، میانگین رتبه‌ای نمره انگیزه کارآفرینانه دانشجویانی که خودکارآمدی متوسطی دارند، بیشتر از دانشجویانی است که خودکارآمدی کمی دارند؛ بنابراین، می‌توان گفت خودکارآمدی کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی مورد مطالعه بر انگیزه کارآفرینانه آن‌ها تأثیر مثبتی می‌گذارد. خودکارآمدی کارآفرینانه به‌عنوان باورهای فردی در مورد توانایی اجرای یک رفتار و ادراکی از این رفتار تعریف شد که در محدوده کنترل تصمیم‌گیرنده (فرد) است (Bendura, 1986)؛ بنابراین، در صورتی که فرد باور به خودکارآمدی بیشتری داشته باشد، اعتماد به نفس و اراده قوی‌تر و اطمینان بیشتری به توانایی‌هایش برای انجام دادن رفتاری ویژه (مثلاً کارآفرینی) دارد. براین اساس، می‌توان انتظار داشت فرد با باور به خودکارآمدی بیشتر، برای کارآفرین شدن انگیزه بیشتری داشته باشد.

علاوه‌براین، نتایج ارائه‌شده در جدول ۵ بیانگر این است که بین انگیزه کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی مورد مطالعه براساس هنجارهای اجتماعی اختلاف معنی‌داری از لحاظ آماری وجود ندارد؛ به‌عبارت دیگر، می‌توان گفت هنجارهای اجتماعی در جامعه در راستا و تقویت‌کننده انگیزه‌های کارآفرینانه دانشجویان نیستند. در توضیح این یافته، می‌توان

جدول ۵. مقایسه انگیزه کارآفرینانه پاسخگویان براساس متغیرهای مورد مطالعه (آزمون کروسکال والیس)

متغیر وابسته	متغیر مستقل	طبقات	تعداد	میانگین رتبه‌ای	H	Sig.
انگیزه کارآفرینانه	رشته تحصیلی	ترویج و آموزش کشاورزی	۲۹	۷۳/۵۵	۲۶/۷۲۷**	۰/۰۰۰
		زراعت و اصلاح نباتات	۲۷	۶۴/۶۱		
		علوم خاک	۱۸	۵۹/۲۵		
		مکانیک ماشین‌آلات کشاورزی	۲۲	۹۲/۰۲		
		گیاه پزشکی	۲۰	۶۹/۸۸		
		علوم دامی	۲۸	۱۱۵/۴۱		
		آب	۲۰	۹۶/۶۲		
انگیزه کارآفرینانه	خودکارآمدی	کم	۲۲	۶۸/۳۹	۲۴/۹۰۴**	۰/۰۰۰
		متوسط	۱۰۱	۷۲/۶۱		
		زیاد	۴۱	۱۱۴/۴		
انگیزه کارآفرینانه	هنجارهای اجتماعی	کم	۷۰	۷۴/۹۳	۳/۳۷۳	۰/۱۸۵
		متوسط	۹۱	۸۷/۶۸		
		زیاد	۳	۱۰۲/۰۰		
انگیزه کارآفرینانه	نگرش به کارآفرینی	کم	۱۹	۵۲/۳۷	۵۷/۹۱۶**	۰/۰۰۰
		متوسط	۶۱	۵۳/۹۹		
		زیاد	۸۴	۱۱۰/۰۲		

\*\* معنی داری در سطح یک درصد

داد انگیزه‌های کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی مورد مطالعه می‌تواند با دو بعد در فضا نمایش داده شود. در روش تحلیل مقیاس‌بندی چندبعدی به‌منظور بررسی اینکه بینیم آیا داده‌ها به‌دلیل نقش دو بعدی که در فضا نمایش داده شد، خوب برازش شدند؛ از شاخص‌های برازش مدل در تحلیل مقیاس‌بندی چندبعدی شامل ضریب تاکر (Tucker's Coefficient)، پراکندگی محاسبه‌شده (D.A.F.) و مقدار تنش استاندارد شده استفاده شد (جدول ۶). مقدار نزدیک به یک شاخص ضریب توکر و پراکندگی محاسبه‌شده و مقدار پایین تنش استاندارد شده بیانگر برازش خوب مدل است (Todman & Dugard, 2007).

جدول ۶. شاخص‌های برازش مدل

مقدار	شاخص
۰/۰۳۴۲۴	تنش استاندارد شده
۰/۱۸۵۰۵ <sup>a</sup>	تنش ۱
۰/۳۸۷۹۶ <sup>a</sup>	تنش ۲
۰/۹۶۵۷ <sup>a</sup>	تنش - S
۰/۹۶۵۷۶	پراکندگی محاسبه‌شده
۰/۹۸۲۷۳	ضریب توکر

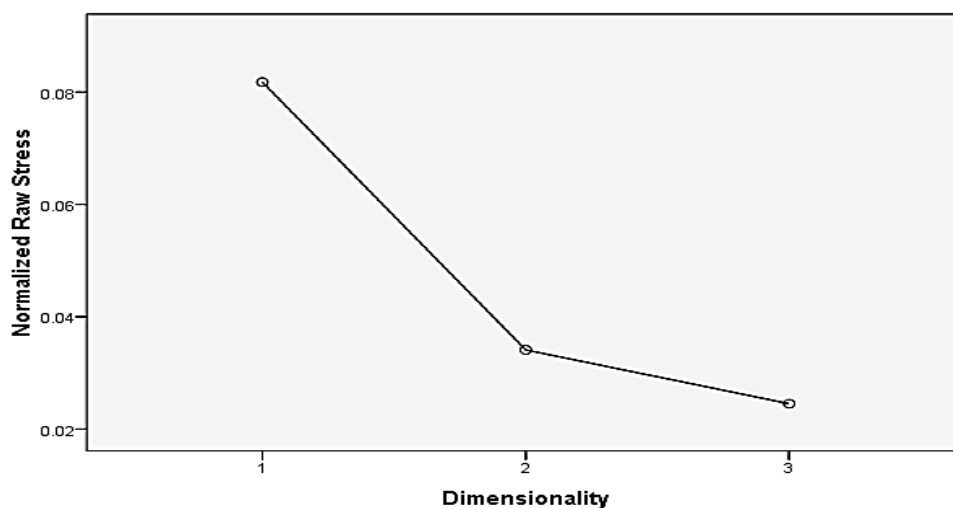
### ابعاد انگیزه‌های کارآفرینانه دانشجویان

این قسمت به بررسی این هدف می‌پردازد که از دیدگاه دانشجویان کشاورزی مورد مطالعه انگیزه‌های کارآفرینانه آن‌ها در چند بعد قرار می‌گیرد. به‌این‌منظور، همان‌طور که قبلاً بیان شد از روش تحلیل مقیاس‌بندی چندبعدی به‌عنوان روشی علمی و مناسب برای شناسایی ابعاد انگیزه‌های کارآفرینانه دانشجویان استفاده شد. برای انجام دادن این تحلیل، پرسشنامه پژوهش به‌صورت ماتریسی ۲۱×۲۱ طراحی شد که در هر سلول ماتریس میزان شباهت هر دو انگیزه کارآفرینانه با یکدیگر در طیف یک تا پنج بررسی شد. به‌این‌صورت که اگر دو انگیزه کارآفرینانه کاملاً مشابه‌اند، عدد پنج و در صورتی که دو انگیزه کارآفرینانه، شباهتی به یکدیگر ندارند، عدد یک به آن تعلق می‌گیرد. پس از تکمیل پرسشنامه‌ها توسط دانشجویان مورد مطالعه و محاسبه میزان فاصله آن‌ها (به‌این‌منظور تمام شباهت‌ها از یک عدد ثابت بزرگ‌تر از پنج کم می‌شوند، در این پژوهش تمام شباهت‌های بین جفت انگیزه‌ها از عدد هفت کم شدند) یک ماتریس فاصله به‌دست آمد که این ماتریس به‌عنوان ورودی در روش تحلیل مقیاس‌بندی چندبعدی استفاده شد. نتایج تحلیل مقیاس‌بندی چندبعدی در این قسمت نشان

همچنین، نمودار مقدار ویژه (نمودار ۱) نیز شیئی تند را بین شاخص‌های اول و دوم نشان می‌دهد که همین امر نیز تأییدی بر مناسب بودن داده‌ها برای نمایش دوبعدی انگیزه‌های کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی مورد مطالعه است.

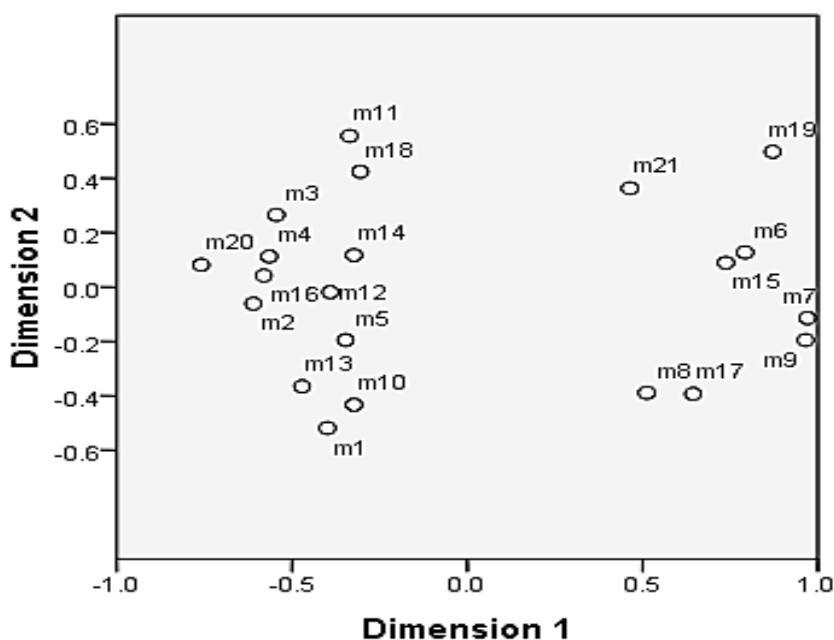
براساس نتایج ارائه‌شده در جدول ۶، مشاهده می‌شود شاخص‌های برازش مدل مقدار مناسبی دارند؛ بنابراین، مدل دو بعدی حاصل از روش تحلیل مقیاس‌بندی چندبعدی برای انگیزه‌های کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی برازش خوبی دارد.

Scree Plot



نمودار ۱. مقدار ویژه

Common Space



نمودار ۲. انگیزه‌های کارآفرینانه در فضای دو بعدی براساس فاصله

است، انگیزه‌های کارآفرینانه‌ای مانند «تولید محصولات مورد نیاز بازار»، «بهره‌برداری از فرصت‌های موجود کارآفرینی»، «فرار از بیکاری»، «کسب شغلی پردرآمد»، «کمک به درآمد خانواده»، «رهایی از فقر اقتصادی»، «ایجاد دارایی‌های شخصی» و «دستیابی به استقلال مالی» قرار گرفت. در واقع، مشاهده می‌شود در این بعد انگیزه‌هایی قرار گرفتند که بیشتر جنبه مالی و اقتصادی دارند؛ بنابراین، ما این بعد را به‌عنوان «انگیزه‌های اقتصادی کارآفرینانه» نامگذاری کردیم.

در نمودار فضای عمومی (نمودار ۲) که انگیزه‌های کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی را در فضای دو بعدی براساس فاصله آن‌ها نسبت به یکدیگر ترسیم می‌کند، به خوبی می‌توان ساختار دو بعدی انگیزه‌های کارآفرینانه دانشجویان را مشاهده کرد. نتایج انجام دادن تحلیل مقیاس‌بندی چندبعدی نشان داد انگیزه‌های کارآفرینانه دانشجویان مورد مطالعه دو بعد مختلف دارد که در سمت راست و چپ نمودار ۲ به صورت کاملاً واضح مشاهده می‌شوند. در بعد اول، که در سمت راست نمودار

جدول ۷. انگیزه‌های کارآفرینانه و مختصات آن‌ها در هر دو بعد

انگیزه‌های کارآفرینانه	بعد اول	بعد دوم
M1- فراهم کردن شرایط دلخواه زندگی	-۰/۳۹۹	-۰/۵۱۹
M2- علاقه‌مندی به ایجاد کسب و کاری برای خودم	-۰/۶۱۰	-۰/۰۶۱
M3- جذابیت ایجاد یک کسب و کار	-۰/۵۴۵	۰/۲۶۶
M4- تمایل به انجام دادن کارهای عملی و پرتحرک	-۰/۵۶۵	۰/۱۱۳
M5- برتری یافتن نسبت به دوستان	-۰/۳۴۷	-۰/۱۹۵
M6- فرار از بیکاری	۰/۷۹۳	۰/۱۲۵
M7- کمک به درآمد خانواده	۰/۹۷۱	-۰/۱۱۴
M8- دستیابی به استقلال مالی	۰/۵۱۲	-۰/۳۸۹
M9- رهایی از فقر اقتصادی	۰/۹۶۶	-۰/۱۹۵
M10- ارتقای جایگاه (منزلت) اجتماعی	-۰/۳۲۴	-۰/۴۳۳
M11- مفیدبودن برای جامعه	-۰/۳۳۶	۰/۵۵۶
M12- اثبات استعداد و توانایی‌های خود در ایجاد کسب و کار	-۰/۳۹۱	-۰/۰۱۹
M13- مدیریت کردن در یک گروه	-۰/۴۷۲	-۰/۳۶۵
M14- استفاده از مهارت‌ها و تجربیات خود در عمل	-۰/۳۲۳	۰/۱۱۷
M15- کسب شغلی پردرآمد	۰/۷۳۸	۰/۰۸۹
M16- پیاده‌سازی ایده‌های خود در عمل	-۰/۵۸۱	۰/۰۴۳
M17- ایجاد دارایی‌های شخصی	۰/۶۴۴	-۰/۳۹۳
M18- کشف فرصت‌های کارآفرینی	-۰/۳۰۵	۰/۴۲۵
M19- تولید محصولات مورد نیاز بازار	۰/۸۷۱	۰/۴۹۸
M20- کاربرد دانش علمی در موقعیت واقعی	-۰/۷۵۹	۰/۰۸۲
M21- بهره‌برداری از فرصت‌های موجود کارآفرینی	۰/۴۶۳	۰/۳۶۴

کار»، «علاقه‌مندی به ایجاد کسب و کاری برای خودم»، «برتری یافتن نسبت به دوستان»، «مدیریت کردن در یک گروه»، «ارتقای جایگاه (منزلت) اجتماعی» و «فراهم کردن شرایط دلخواه زندگی» قرار دارند. همان‌طور که مشاهده می‌شود در این بعد، انگیزه‌های کارآفرینانه‌ای قرار گرفتند که بیشتر به نیازهای روانی‌ای مربوط می‌شوند که دانشجویان را وادار به ایجاد کسب و کارهای کارآفرینانه می‌کنند. براین‌اساس، ما

همچنین، براساس نمودار ۲ مشاهده می‌شود در بعد دوم، انگیزه‌های کارآفرینانه‌ای مانند «مفیدبودن برای جامعه»، «کشف فرصت‌های کارآفرینی»، «جذابیت ایجاد یک کسب و کار»، «استفاده از مهارت‌ها و تجربیات خود در عمل»، «تمایل به انجام دادن کارهای عملی و پرتحرک»، «کاربرد دانش علمی در موقعیت واقعی»، «پیاده‌سازی ایده‌های خود در عمل»، «اثبات استعداد و توانایی‌های خود در ایجاد کسب و

نشان داد انگیزه‌هایی که دانشجویان را وادار به ایجاد کسب و کارهای دانشجویی می‌کنند می‌توانند در دو بعد قرار گیرند. بعد اول «انگیزه‌های اقتصادی کارآفرینانه» بود که مهم‌ترین بعد انگیزه‌های کارآفرینانه دانشجویان شناخته شد؛ یعنی دانشجویان در اولویت اول با هدف ایجاد فعالیتی که نیازهای اقتصادی و مالی زندگی آن‌ها را ارضا کند اقدام به ایجاد کسب و کارهای کارآفرینانه می‌کنند. بعد دوم «انگیزه‌های روان‌شناختی کارآفرینانه» بود. در این بعد، برخلاف بعد اول که دانشجویان به دنبال منافع مالی و اقتصادی هستند، دانشجویان اهداف و انگیزه‌های سطح بالاتری را دنبال می‌کنند و در راستای ارضای نیازهای روحی و روانی و دستیابی به خودشکوفایی به راه‌اندازی کسب و کارهای کارآفرینانه اقدام می‌کنند.

براین‌اساس، می‌توان گفت در زمینه تقویت انگیزه‌های کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی در راستای توسعه کارآفرینی در بین دانشجویان نظام آموزش عالی کشاورزی، توجه به نوع و ابعاد انگیزه‌های کارآفرینانه و ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای آن‌ها ضرورت و اهمیت زیادی دارد. از این‌رو، با توجه به نتایج این پژوهش پیشنهادهای کاربردی زیر به‌منظور بهبود انگیزه‌های کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی در جهت ارتقا و توسعه کارآفرینی در میان دانش‌آموختگان دانشگاهی و کاهش میزان بیکاری آن‌ها ارائه می‌شود:

۱. با توجه به اینکه متغیر داشتن الگوی کارآفرینی تأثیر مثبتی بر انگیزه کارآفرینانه دانشجویان مورد مطالعه داشت، به مدیران و مسئولان نظام آموزش عالی کشاورزی توصیه می‌شود در مراکز آموزش عالی کشاورزی دفاتر کارآفرینی تأسیس کنند و از کارآفرینان برتر و صاحبان کسب و کارهای کارآفرینانه دعوت شود به‌طور مستمر در این‌گونه دفاتر حضور یابند تا دانشجویان با آن‌ها در تماس و ارتباط باشند و از تجربیات و راهنمایی‌های آن‌ها بهره‌ای لازم را ببرند.

۲. با توجه به اینکه هنجارهای اجتماعی جامعه بر انگیزه کارآفرینانه دانشجویان مورد مطالعه تأثیر نداشت، به برنامه‌ریزان نظام آموزش عالی کشاورزی توصیه می‌شود به نقش ارزش‌های فرهنگی و هنجارهای اجتماعی به‌عنوان یکی از موانع بروز انگیزه‌های کارآفرینانه در بین دانشجویان توجه کنند و از طریق رسانه‌های جمعی به ترویج فرهنگ کارآفرینی و اهمیت‌دادن به کارآفرینان و تجلیل از آن‌ها در جهت همسو کردن هنجارهای اجتماعی با کارآفرینی در جامعه اقدام کنند.

این بعد را «انگیزه‌های روان‌شناختی کارآفرینانه» نامگذاری کردیم. علاوه‌براین، براساس نمودار ۲ مشاهده می‌شود انگیزه‌های اقتصادی کارآفرینانه اهمیت بالاتری نسبت به انگیزه‌های روان‌شناختی کارآفرینانه در میان دانشجویان مورد مطالعه دارند.

### نتیجه‌گیری و پیشنهادها

این پژوهش با هدف شناسایی و تحلیل انگیزه‌های کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه رازی انجام گرفت. نتایج این پژوهش می‌تواند دستاوردهای مناسبی در راستای تدوین برنامه‌هایی منسجم برای تقویت و ارتقای انگیزه‌های کارآفرینانه دانشجویان نظام آموزش عالی کشاورزی به‌منظور توسعه کارآفرینی در جامعه داشته باشد.

نتایج پژوهش نشان داد انگیزه‌های کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی مورد مطالعه دامنه وسیعی دارند که از جمله مهم‌ترین آن‌ها می‌توان به انگیزه‌هایی اشاره کرد که جنبه‌های اجتماعی، رفاهی و اقتصادی دارند؛ بنابراین، می‌توان اظهار کرد دانشجویان کشاورزی مورد مطالعه در راستای ایجاد کسب و کارهای کارآفرینانه اقدام می‌کنند تا نیازهای اجتماعی، رفاهی و اقتصادی آن‌ها را برطرف کنند. از این‌رو، توجه به نیازهای اجتماعی، رفاهی و اقتصادی دانشجویان و ترغیب آن‌ها برای ارضای این نیازها با راه‌اندازی کسب و کارهای کارآفرینانه موجب ارتقا و توسعه کارآفرینی در جامعه و کاهش میزان بیکاری دانش‌آموختگان دانشگاهی می‌شود. علاوه‌براین، نتایج مقایسه انگیزه کارآفرینانه دانشجویان براساس ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای آن‌ها نشان داد انگیزه‌های کارآفرینانه آن‌ها براساس متغیرهایی مانند جنسیت، شرکت در دوره‌های آموزش کارآفرینی، داشتن الگو یا مدل کارآفرینی، میزان خودکارآمدی کارآفرینی و نگرش به کارآفرینی متغیر است؛ بنابراین، می‌توان گفت انگیزه کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی می‌تواند متغیری در نظر گرفته شود که تابعی از بسیاری متغیرهای مستقلی همچون ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای دانشجویان است؛ بنابراین، با تدوین برنامه‌هایی منسجم در آموزش عالی کشاورزی می‌توان در راستای ارتقا و تقویت انگیزه‌های کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی با فراهم‌کردن شرایط مناسب به‌منظور توسعه کارآفرینی در جامعه اقدام کرد.

نتایج تحلیل مقیاس‌بندی چندبعدی به‌منظور شناسایی ابعاد انگیزه‌های کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی مورد مطالعه

تقویت خودکارآمدی کارآفرینی در بین دانشجویان اقدام کنند.

۵. با توجه به اینکه شرکت در دوره‌های آموزش کارآفرینی تأثیر مثبتی بر انگیزه کارآفرینانه دانشجویان مورد مطالعه داشت، به برنامه‌ریزان نظام آموزش عالی کشاورزی توصیه می‌شود با برگزاری دوره‌های آموزش کارآفرینی و تشویق و ترغیب دانشجویان به شرکت در این دوره‌ها به‌منظور بهبود و ارتقای انگیزه‌های کارآفرینانه در بین آن‌ها اقدام کنند.

۶. برای بررسی سایر عوامل مؤثر بر انگیزه‌های کارآفرینانه دانشجویان نظام آموزش عالی کشاورزی تحقیقات متنوع و مطالعات بیشتری صورت گیرد و بر مبنای نتایج آن‌ها اقدامات لازم برای بهبود انگیزه‌های کارآفرینانه دانشجویان نظام آموزش عالی کشاورزی صورت گیرد.

۳. با توجه به اینکه نگرش به کارآفرینی تأثیر مثبتی بر انگیزه کارآفرینانه دانشجویان مورد مطالعه داشت، به برنامه‌ریزان نظام آموزش عالی کشاورزی پیشنهاد می‌شود در برنامه‌های آموزشی و درسی نظام آموزش عالی کشاورزی با پرداختن به ارزش‌ها، ضرورت‌ها و اهمیت کارآفرینی در جامعه در دانشجویان نگرش مثبتی به این مقوله (کارآفرینی) ایجاد کنند، زیرا آموزش شرط اولیه برای ایجاد نگرش مثبت به مقوله‌ای ویژه- مثل کارآفرینی- است.

۴. با توجه به اینکه باور به خودکارآمدی کارآفرینی در دانشجویان مورد مطالعه تأثیر مثبتی بر انگیزه کارآفرینانه آن‌ها داشت، به برنامه‌ریزان نظام آموزش عالی کشاورزی پیشنهاد می‌شود با لحاظ کردن مواردی مانند برگزاری کارگاه‌ها و پروژه‌های آموزشی در زمینه کارآفرینی در راستای

## REFERENCES

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2): 179- 211.
- Amiri, A. & Moradi, Y. (2008). The Survey of Entrepreneurial Attitudes Barriers of Students. *Journal of research and planning in higher education*, 14(3): 45-47. (In Farsi).
- Armitage, C. J., & Conner, M. (2001). Efficacy of Theory of Planned Behavior: A met analytic review. *British Journal of Social Psychology*, 40: 471 – 499.
- Allen, I. E., Elam, A., Langowitz, N., & Dean, M. (2008). *Global Entrepreneurship Monitor: 2007 report on women entrepreneurship*. [www.Gemconsortium.com](http://www.Gemconsortium.com)
- Begner, W. (2006). Corporate ventures and knowledge. In Michael Hit & Duane Ireland, *Entrepreneurship*, Victoria: Blackwell Publishing, pp. 45-48.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice- Hall.
- Cassar, G. (2007). Money, money, money? A longitudinal investigation of entrepreneur career reasons, growth preferences and achieved growth. *Entrepreneurship and Regional Development*, 19(1): 89–107.
- Delmar, F., & Davidson, P. (2000). Where do they come from? Prevalence and characteristics of nascent entrepreneurs. *Entrepreneurship and Regional Development*, 12: 1 – 23.
- Damoori, D., Nejati Ajibishe, M. & Monfared, Sh. (2010). Identifying and Ranking Motivations for Entrepreneurship among Female University Students Using a Fuzzy TOPSIS Approach: Case of Female Students of University of Yazd. *Women's studies*, 7(3): 7- 29. (In Farsi).
- Doutriaux, J., & Peterman, D. (1982). Technology transfer and academic entrepreneurship. In *Proceedings of Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College Conference, 430–448.
- Diaz-Casero, J., Ferreira, J., Hernandez Mogollon, R., & Barata Raposo, M. (2009). Influence of institutional environment on entrepreneurial intention: a comparative study of two countries university students. at: <http://www.startent.eu/component/k2/item/33-influence-of-institutional-environment-on-entrepreneurial-intention-a-comparative-study-of-two-countries-university-students>
- Employment and Skills Formation Council (ESFC). (1994). *Making It Work: Women and Small Business*, Small Business Employment and Skills Supplementary Report, National Board of Employment, Education, and Training, Canberra, Australia.
- Fairlie, R. W. (2004). Families, human capital, and small business: Evidence from the characteristics of business owners' survey. At: [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=464243](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=464243)
- Ghasemi, J., Asadi, A., & Hoseniya, Gh. (2009). *Investigating Factors Affecting*

- Entrepreneurial Mentality of Tehran University's Graduate Students Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research, 40-2(2): 71-79. (In Farsi).
- GEM. (2002). Executive report. London, UK: Author.
- GEM. (2006). Executive report. London, UK: Author.
- Georgellis, Y. & Wall, H. (2005). Gender differences in self-employment. *International Review of Applied Economics*, 19(3): 321-342.
- Grundsten, H. (2004). Entrepreneurial Intention and the Entrepreneurial. A Study of Technology- Based New Venture Creation, Doctoral Dissertation. Helsinki University of Technology, Finland.
- Hagger, M. S, Chatzisarantis, N. L. D, Barkoukis, V, Wang, J. C, Hein, V, Pihu, M, Soos, I, & Karsai, I. (2007). Cross-Cultural generalizability of the Theory of Planned Behavior among young people in physical activity context. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 29: 1 – 19.
- Hofsted, G. (2001). *Culture's Consequences. Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations across Nations.* (California: Sage Publications).
- Hooshmandan Moghaddam Fard, Z., Rezvanfar, A., Movahed Mohammadi, H. & Shams, A. (2012). Assessment of entrepreneurship mentality of agricultural high school student in Zanjan Province. *Iran agricultural extension and education journal*, 7(2): 105- 114. . (In Farsi).
- Hosseini, S. M., Hosseini, S. J. F. & Soleimanpour, M. R. (2010). Factors affecting student's entrepreneurship in agricultural colleges of Tehran Province. *Iran agricultural extension and education journal*, 5(2): 101- 111. . (In Farsi).
- Hill, S. & Cinneide, B. O. (2001). Entrepreneurship education- case studies from the Celtic tiger. In Anderson, A. R, and Jack, S. L. (Eds). *Enterprise and learning.* Aberdeen, University of Aberdeen.
- Jamshidifar, P., Khorami, Sh. & Raheli, H. (2010). Investigation effecting factors on entrepreneurship spirits of students Tabriz University. *Iran agricultural extension and education journal*, 3(3): 64- 53. . (In Farsi).
- Javadian, M, & Dastmalchian, A. (2003). Culture and leadership in Iran: The land of individual achievers, strong family ties, and powerful elite. *Academy of Management Executive*, 17: 127–142.
- Kolvareid, L. (1992). Growth aspirations among Norwegian entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 7(3): 209–222.
- Kirks, J, & Belovice, R. (2006). Counseling Would-be Entrepreneurs. *Journal of Employment Counseling*, 43 (2): 50- 62.
- Landry, E., Amara, N., & Rherrand, I. (2006). Why are some university researchers more likely to create spin-offs than others? Evidence from Canadian universities. *Research Policy*, 35(10):1599–1615.
- Leitch, C. M. & Harrison, R. T. (2001). Education and development. In Anderson, A. R. and Jack, S. L. (Eds.). *Enterprise and learning.* Aberdeen, University of Aberdeen.
- Lockett, A., Siegel, D., Wright, M., & Ensley, M. (2005). The creation of spin-off firms at public research institutions: managerial and policy implications. *Research Policy*, 34, 981–993.
- Locke, E. A., & Baum, J. R. (2007). Entrepreneurial motivation. In J. R. Baum, M. Frees, & R. A. Baron (Eds.), *The psychology of entrepreneurship* (pp. 93–112). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Morris, M. H., Miyasaki, N. N., Watters, C. E., & Coombes, S. M. (2006). The dilemma of growth: Understanding venture size choices of women entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, 44(2): 221–244.
- Matthews, C. H, & Moser, S. B. (1995). Family background and gender: Implications for interest in small firm ownership. *Entrepreneurship and Regional Development*, 7: 365 – 377.
- Meyer, M. (2003). Academic entrepreneurs or entrepreneurial academics? Research-based ventures and public support mechanisms. *Research and Development Management*, 33(2): 107–115.
- McVie, G. (2001). Ed (Anderson & Jack) Scotland's good for enterprise form primary to PLC. Centre for enterprise education.
- Nasrollahi, H. (2009). Investigation engineers occupation of part agriculture and natural resources. *Journal of extension and education agricultural*, available in: [www.jobportartal.ir/s1/default.aspx?id=9\\_3\\_800\\_9\\_663](http://www.jobportartal.ir/s1/default.aspx?id=9_3_800_9_663). (In Farsi).

- Noel, J. L. (2005). Toward a Cultural Model of Indigenous Entrepreneurial Attitude. *Academy of Marketing Science Review*, at: <http://ca.vlex.com/vid/indigenous-entrepreneurial-attitude-62225370>
- Olivier, G., Frank, J., Mark, P., Rachel, S. S., Francisco, L. & Bryan, T. (2011). Entrepreneurial intentions, motivations and barriers: Differences among American, Asian and European students, *International entrepreneurship management Journal*, 7: 219- 238.
- O'Shea, R., Allen, T., Morse, K., O'Gorman, C., & Roche, F. (2004). Universities and technology transfer: a review of academic entrepreneurship literature. *Irish Journal of Management*, 25(2): 11–29.
- Peterman, N, & Kennedy, J. (2003). Enterprise education: influencing students' perceptions of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 28, 129 – 135.
- Pittaway, L, & Cope, J. (2007). Entrepreneurship Education: A Systematic Review of the Evidence. *International Small Business Journal*, 25 (5): 479-510.
- Patten, M. L. (2002). Proposing empirical research. Los Angeles: Publishing.
- Rostami, F., Geravandi, SH. & Zarafshani, K. (2012). Phenomenological experiences of students in established of student's businesses, *Journal of entrepreneurship development*, 4(14): 87-105. (In Farsi).
- Rasheed, H. S. (2000). Developing Entrepreneurial Potential in youth, the effect of Entrepreneurial Education and creation, Available at: [WWW.coba.usf.edu/Departments/management/Faculty/rasheed/youth](http://WWW.coba.usf.edu/Departments/management/Faculty/rasheed/youth)
- Sansom, K., Gurdon, M. (1990). Entrepreneurial scientist: organizational performance in scientist-started high technology firms. In: *Proceedings of Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College Conference, 437–451.
- Scherer, P. D, Adams, J, Carley, S, & Wiebe, F. (1989). Role model performance effects on development of entrepreneurial career preference. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13(3): 53 – 81.
- Searle, C. (2006). Academic capitalism and university incentives for faculty entrepreneurship. *Journal of Technology Transfer*, 31, 227–239.
- Souitaris, V, Zerbinati, S, & Allaham, A. (2007). Do entrepreneurship programmers raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, 4(22): 566 – 591.
- Tajabadi, R. (2008). Education and Entrepreneurship development and it's application in agricultural higher education: national Entrepreneurship, culture and society. Conference April 10: Azad Islamic University, roodhen campus. (In Farsi).
- Talebi, K & Zare yekta, M. (2008). Entrepreneurship education academic and it's role in Creation and development firms small and Medium basis knowledge. *Journal of Entrepreneurial development*, No. 1, pp.111-131. (In Farsi).
- Todman, J., and Dugard, P. (2007). *Approaching Multivariate Analysis: An Introduction for Psychology*, Psychology press.
- Wilson, F, Kickul, I, & Marlino, D. (2007). Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: Implications for entrepreneurship education. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 31 (3): 387 – 406.
- Wright, M., Clarysse, B., Mustar, P., & Lockett, A. (2007). *Academic entrepreneurship in Europe*. United Kingdom: Edward Elgar.
- Ylinenp, H.K. & Maya, C. (2000). Perceptions of Female Entrepreneurship in Russia. Paper presented at the 30th European Small Business Seminar, 20–22<sup>nd</sup> September, Ghent, Belgium.