

The Relationship between Entrepreneurial Self-Efficacy and Entrepreneurial Intention of Agricultural Students at University of Tarbiat Modarres

MASOUD REZAEI

Associate Professor, Institute of Humanities and Cultural Studies, Tehran, Iran

(Received: Oct. 21, 2018- Accepted: May. 28, 2019)

ABSTRACT

The main aim of this research was to investigate the relationship between entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intention of agricultural students at University of Tarbiat Modarres. The statistical population of the study contained of all M.Sc. students in agriculture faculty of Tarbiat Modarres (N=420), from which 124 students were selected by using SPSS Sample Power software. Simple random sampling was employed in selection of the respondents. A questionnaire was developed to gather data. Validity and reliability of the research instrument were confirmed based on the evaluation of a panel of experts and ordinal alpha coefficient (0.89 & 0.95), respectively. The results indicated that the entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intention of the students in most cases were either intermediate or high. The results of correlation analysis revealed that there was a positive significant (at 1% significance level) relationship between entrepreneurial self-efficacy and students' entrepreneurial intention. The results also showed that there was a positive significant (at 1% significance level) relationship between sub-dimensions of entrepreneurial self-efficacy (developing new opportunities, coping with unexpected challenges, developing critical human resources, building an innovative environment, initiating investor relationships and defining core purpose) and students' entrepreneurial intention. The multiple regression also revealed that developing new opportunities and building an innovative environment significantly can predict 40 percent of variations intention toward future entrepreneurship.

Keywords: Self-efficacy, Entrepreneurship, Intention, Agriculture.

رابطه‌ی بین خودکارآمدی کارآفرینانه و نیت کارآفرینی دانشجویان کشاورزی دانشگاه تربیت مدرس

مسعود رضائی

دانشیار پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، تهران، ایران
(تاریخ دریافت: ۹۷/۷/۲۹- تاریخ تصویب: ۹۸/۳/۷)

چکیده

هدف این مطالعه بررسی رابطه‌ی بین خودکارآمدی کارآفرینانه و نیت کارآفرینی دانشجویان کشاورزی دانشگاه تربیت مدرس بود. جامعه‌ی آماری تحقیق را دانشجویان کارشناسی ارشد دانشکده‌ی کشاورزی دانشگاه تربیت مدرس تشکیل می‌دادند ($N=420$) که ۱۲۴ نفر از آنان با استفاده از نرم‌افزار SPSS Sample Power و روش نمونه‌گیری تصادفی ساده به عنوان نمونه انتخاب شدند. برای گردآوری داده‌ها از پرسش‌نامه استفاده شد. روایی پرسش‌نامه با استفاده از نظرات کارشناسان و قابلیت اعتماد آن از طریق آلفای ترتیبی (0.89) و 0.95) تأیید شد. نتایج تحقیق نشان داد خودکارآمدی کارآفرینانه و نیت کارآفرینی اکثر دانشجویان متوسط به بالا بود. نتایج تحلیل همبستگی نشان داد بین خودکارآمدی کارآفرینانه و نیت کارآفرینی دانشجویان در سطح یک درصد رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری وجود دارد. یافته‌ها همچنین نشان داد بین مولفه‌های خودکارآمدی کارآفرینانه، یعنی ایجاد فرصت‌های جدید، کنار آمدن با چالش‌های غیرمنتظره، توسعه منابع انسانی، ایجاد محیط نوآور، برقراری ارتباط با سرمایه‌گذار و تعیین هدف با نیت کارآفرینی دانشجویان در سطح یک درصد رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری وجود دارد. رگرسیون چندگانه نیز نشان داد دو سازه ایجاد فرصت‌های جدید و ایجاد محیط نوآور می‌توانند ۴۰ درصد از تغییرات نیت کارآفرینی را در آینده پیش‌بینی کنند.

واژه‌های کلیدی: خودکارآمدی، نیت، کارآفرینی، کشاورزی.

مقدمه

انگیزه لازم برای درک بهتر علّت رفتارهای کارآفرینانه مانند داشتن نیت مثبت کارآفرینی را ایجاد کرده است (Valliere, 2015). یکی از ماموریت‌های اصلی دانشگاه در قرن ۲۱، پیش‌بردن توسعه اجتماعی-اقتصادی محیط پیرامونی خود با آموزش راه‌اندازی کسب‌وکار و توسعه کارآفرینی است (Barba-Sánchez & Atienza-Sahuquillo, 2018). دانشگاه‌ها نقشی مهم در القای دانش و مهارت‌های کارآفرینی به یادگیرندگان و آماده کردن آنان برای راه‌اندازی شغل پرمخاطره دارند. آگاهی‌بخشی

کارآفرینی فرایند انتقال از ایده نوآورانه به کسب‌وکار و از کسب‌وکار به خلق ارزش است (Kauffman, 2008; Bilic, Prka, & Vidovic, 2011). تاثیر راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید بر رشد اقتصادی، به افزایش تعداد مطالعاتی که عوامل اثرگذار بر توسعه پدیده کارآفرینی را بررسی می‌کنند، منجر شده است (Sasu & Sasu, 2015) و افزایش شناخت از اهمیت نقشی که کارآفرینان در رشد و توسعه اقتصادی اجتماعی ایفاء می‌کنند،

Kang, 2012; Koe et al., 2012; Linan & Chen, 2009)، زیرا ایجاد کسب‌وکار فعالیتی ارادی و آگاهانه است.

نیت کارآفرینی حالتی از دقت و مراقبت ذهنی است که توجه و تجربه فرد را به سوی رفتار کارآفرینانه‌ی برنامه‌ریزی شده هدایت می‌کند (Ben-Roy & Davari, 2017). به عبارت دیگر، نیت کارآفرینی ظرفیتی است که فرد را برای خوداشتغالی یا راه‌اندازی کسب‌وکار شخصی هدایت می‌کند (Fayolle & Liñán, 2014). نیت کارآفرینی اساس فرایند کارآفرینی است و درک شکل‌گیری آن به منظور درک رفتار کارآفرینانه بسیار مهم است (Sardeshmukh & Smith, 2010)، زیرا تاسیس یک شرکت یا راه‌اندازی کسب‌وکار شخصی عموماً اقدامی ارادی و هدف‌مند است (Naktiyok et al., 2010). پژوهشگران متغیرهای مختلف اثرگذار بر نیت کارآفرینی را مطالعه کرده‌اند. نتایج تحقیقات آنان نشان داد داشتن پدر یا خویشتاوند دیگری که مالک کسب‌وکار خانوادگی است، نیاز به پیشرفت، کنترل درونی، نگرش‌های شخصی، برداشت ذهنی از کنترل رفتار، پیشینه کارآفرینی خانواده، سن، محیط دانشگاه، مهارت‌های کارآفرینی، مهارت‌های بین فردی و مهارت‌های رهبری، برداشت ذهنی از مناسب بودن، برداشت ذهنی از اثربخشی، آموزش کارآفرینی، برداشت ذهنی از مطلوبیت، گرایش کارآفرینانه، تشخیص فرصت، هوشیاری کارآفرینانه و اهمیت دستیابی به امنیت مالی، جهت‌گیری نوآوری اجتماعی، نگرش به کارآفرینی اجتماعی، خودکارآمدی کارآفرینانه، ادارک از خلاقیت، سرمایه اجتماعی، هنجارهای ذهنی، انگیزه‌های کارآفرینانه درونی و بیرونی و ویژگی‌های شخصیتی رابطه‌ی معنی‌داری با نیت کارآفرینی دارند (Cavazos- Arroyo, Puente-Díaz & Agarwal, 2017; Shirokova, Osiyevskyy & Bogatyreva, 2016; Karabulut, 2016; Adekiya & Ibrahim, 2016; Wang et al., 2016; Musavi, Alambeigi and Rezaei, 2016; Espíritu-Olmos & Sastre-Castillo, 2015; Gelderen, Kautonen & Fink, 2015; Shakiba, Rajabian and Hejazi, 2015; Maes, Leroy & Sels, 2014; Garba, Kabir & Nalado, 2014; Mirakzadeh, Shiri and Hedaiaitina, 2014; Wu, 2009; Gelderen et al., 2008).

یکی از سازه‌های مهم در خصوص تصمیم‌گیری ارادی، خودکارآمدی کارآفرینانه است (Jung et al.,

درباره فرصت‌های کارآفرینی، تهییج ایده‌پردازی کارآفرینانه و غربال کارآفرینان و ایده‌ها، یکی از اصول اساسی آموزش کارآفرینی در مؤسسات آموزش عالی است (Srivastava & Thomas, 2017). امروزه تمرکز اصلی آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها پرورش دانش، نگرش و مهارت‌های کارآفرینانه‌ای است که دانشجویان را قادر می‌سازد به شیوه کارآفرینانه فکر و عمل کنند و از استعداد درک فرصت‌ها برخوردار شوند (Volkman & Audretsch, 2017). تغییر پارادایم از شغل‌محوری به ایجاد شغل، هدف آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها است (Srivastava & Thomas, 2017).

امروزه انتظارات کارفرمایان تغییر کرده است. آنان به دانش‌آموختگانی نیاز دارند که اقدامات کارآفرینانه انجام دهند و نگرش‌های نوآورانه اتخاذ کنند (Naktiyok, Karabey & Gulluce, 2010). دانشجویان امروز، کارآفرینان بالقوه فردا هستند، اما دانش اندکی از عواملی که بر نیت آنان برای کارآفرین شدن تاثیر می‌گذارد وجود دارد (Souitaris, Zerbinati, & Al-Laham, 2007). از این‌رو متولیان آموزش کارآفرینی اگر دانش ناقصی از چگونگی ترغیب یا تقویت نیت کارآفرینی دانشجویان داشته باشند، آموزش‌هایشان ناکارآمد بوده و در تربیت کارآفرینان و ترغیب رشد اقتصادی ناموفق خواهند بود (Singh, Verma & Rao, 2017). به همین دلیل بررسی این عوامل و پاسخ به این سوال که آیا می‌توان افرادی که می‌خواهند در آینده کسب‌وکارهای شخصی خود را راه‌اندازی کنند شناسایی کرد؟ از اهمیت بالایی برخوردار است. در قرن حاضر کسب‌وکارهای کوچک و جدید بیشترین سهم را در اشتغال دارند (Chitrao & Bhojar, 2017)، و این موضوع پژوهش در این زمینه را حیاتی‌تر می‌سازد.

امروزه با عنایت به کاستی‌های رویکردهای ویژگی‌ها و جمعیت‌شناختی-جامعه‌شناختی در مطالعه‌ی کارآفرینی، رویکرد رفتاری بیشتر مورد توجه قرار گرفته است (Weber, 2012). در این رویکرد کارآفرینی فرایندی است که در طول زمان اتفاق می‌افتد و همان‌گونه که نیت، بهترین و قوی‌ترین پیش‌بینی‌کننده رفتار است (Krueger, 2008)، نیت کارآفرینی هم متغیر مهم در پیش‌بینی رفتار کارآفرینانه است (Peng, Lu &

فرصت ارزیابی می‌کنند و برداشت افراد دارای خودکارآمدی کارآفرینانه پایین از همان محیط، پر از موانع است (Naktiyok et al., 2010).

خودکارآمدی فرد نیت راه‌اندازی کسب‌وکار در وی را تشدید می‌کند (Singh et al., 2017) و باورهای خودکارآمدی کارآفرینانه برای داشتن انگیزه کارآفرینی و نیز تلاش برای انجام فعالیت‌های کارآفرینانه ضروری می‌باشند (Luthans, Stajkovic & Ibrayera, 2000). باورهای خودکارآمدی بر پایه چهار منبع اطلاعاتی اساسی (معلومات شخصی، تجربه‌های دیگران، اقلان کلامی و برانگیختگی جسمانی و هیجانی) که با یکدیگر تعامل دارند شکل می‌گیرند و پویا و قابل تغییر می‌باشند (Naktiyok et al., 2010). خودکارآمدی کارآفرینانه می‌تواند دارای ابعاد مختلف باشد. پژوهشگران شش بعد ایجاد فرصت‌های جدید (مهارت‌های مرتبط با تشخیص فرصت)، کنار آمدن با چالش‌های غیرمنتظره (باور افراد درباره توانایی‌های‌شان برای تحمل و مقابله با شرایط پرمخاطره و نامعین)، توسعه منابع انسانی (مهارت‌های استخدام و توسعه منابع انسانی)، ایجاد محیط نوآور (مهارت‌های مرتبط با توانایی ترغیب دیگران یا تیم خود برای تلاش در جهت ارائه ایده جدید یا انجام یک فعالیت نوآورانه)، برقراری ارتباط با سرمایه‌گذار (مهارت‌های مرتبط با کسب منابع مالی برای سرمایه‌گذاری در کسب‌وکار) و تعیین هدف (تعیین چشم‌انداز و ماموریت و مهارت‌های ارتباطی برای جذب کارکنان و سرمایه‌گذاران اصلی) را برای خودکارآمدی کارآفرینانه تعیین کرده‌اند (Setiawan, 2014; Naktiyok et al., 2010). پژوهش‌های حوزه کارآفرینی نشان داده‌اند عوامل ادراکی نظیر خودکارآمدی، تاثیر زیادی بر احتمال اینکه فردی خاص به فعالیت کارآفرینانه بپردازد یا تصمیم به راه‌اندازی کسب‌وکار بگیرد، دارند (Györfy, 2014; Evald, Klyver & Christensen, 2011; Minniti, & Nardone, 2007) و بین خودکارآمدی کارآفرینانه و نیت کارآفرینی رابطه وجود دارد (Camelo-Ordaz, Diáñez-González & Ruiz-Navarro, 2016; Shinnar, Hsu & Powell, 2014; Setiawan, 2014; Naktiyok et al., 2010; Wilson et al., 2009; Wilson, Kickul & Marlino, 2007). بر پایه بررسی‌های صورت گرفته، سوال اصلی

خودکارآمدی باور انسان‌ها درباره توانایی‌های‌شان برای کنترل اعمال خود و رویدادهایی است که بر زندگی‌شان تاثیر می‌گذارد (Bandura, 1997). انسان در طول زندگی از خودکارآمدی ادراک شده به جای توانایی عینی خود انگیزه می‌گیرد و ادراکات عمیقاً بر حالات عاطفی و رفتاری وی تاثیر می‌گذارد (Markman, Balkin & Baron, 2002) و تمایل دارد وظایفی که خودکارآمدی‌اش در آنها پایین است را انجام ندهد و وظایفی که خودکارآمدی بالاتری دارد را بهتر طراحی و اجرا کند (Forbes, 2005). به همین دلیل انسان‌ها مسیر شغلی‌شان را بر اساس ادراک خود از توانایی‌شان تعیین و انتخاب می‌کنند (Naktiyok et al., 2010). اگر باورهای خودکارآمدی در انسان‌ها مثبت باشند، اقدامات‌شان را به گونه‌ای سازماندهی می‌کنند که موفق شوند. در مقابل وقتی این باورها منفی باشند، حتی اگر دارای مهارت‌های لازم باشند، به دلیل اینکه درباره توانایی‌های‌شان تردید دارند دچار اضطراب شکست شده و رفتار را انجام نمی‌دهند یا وقتی با موانع مواجه می‌شوند رفتار را رها می‌کنند (Hartsfield, 2003).

خودکارآمدی کارآفرینانه ادراک فرد درباره توانایی‌هایش برای کارآفرین شدن و باور به انجام موفقیت‌آمیز نقش‌ها و وظایف کارآفرینی است (Luthans, 2005; Forbes, 2006; Ibrayera, 2006). به عبارت دیگر خودکارآمدی کارآفرینانه بر میزان باور فرد درباره این که آیا می‌تواند کسب‌وکار جدیدی را با موفقیت راه‌اندازی کند، دلالت دارد (Campo, 2011). در ادبیات کارآفرینی دو جریان متمایز اما مرتبط به هم پژوهش درباره خودکارآمدی کارآفرینانه وجود دارد: جریان اول نقش خودکارآمدی در طول فرایند راه‌اندازی کسب‌وکار و جریان دوم نقش خودکارآمدی در مرحله رشد کسب‌وکار را بررسی می‌کنند (Drnovsek, Wincent & Cardon, 2010). خودکارآمدی کارآفرینانه همزمان تعامل پویا بین فرد و محیط را با تشریح این که فرایندهای شناختی، انگیزشی و عاطفی تا چه اندازه در تصمیم یک فرد برای شروع فعالیت‌های کارآفرینانه موثر هستند، را می‌آزماید (Baron, 2004). خودکارآمدی کارآفرینانه بالا یکی از پیش‌نیازهای کارآفرینان بالقوه است. افراد دارای خودکارآمدی کارآفرینانه بالا محیط کسب‌وکار را پر از

گویه) در نظر گرفته شد. بخش سوم به اندازه‌گیری نیت کارآفرینی (۶ گویه) با استفاده از مقیاس‌های وبر (Weber, 2012) و لینان و چن (Linan & Chen, 2006) اختصاص داشت.

جدول ۱- ضریب آلفای ترتیبی سازه‌های پژوهش

سازه	تعداد گویه	ضریب آلفا
ایجاد فرصت‌های جدید	۸	۰/۸۹
کنار آمدن با چالش‌های غیرمنتظره	۶	۰/۸۴
توسعه منابع انسانی	۵	۰/۷۸
ایجاد محیط نوآور	۵	۰/۸۶
برقراری ارتباط با سرمایه‌گذار	۳	۰/۸۹
تعیین هدف	۶	۰/۸۵
خودکارآمدی کارآفرینانه	۳۳	۰/۹۵
نیت کارآفرینی	۶	۰/۸۹

روایی پرسشنامه با نظرسنجی از متخصصان آموزش کشاورزی و کارآفرینی و پایایی نیت کارآفرینی، خودکارآمدی کارآفرینانه و مؤلفه‌های آن با انجام پیش‌آزمون و محاسبه آلفای ترتیبی تایید شد (جدول ۱). در این تحقیق برای دسته‌بندی نیت و خودکارآمدی کارآفرینانه دانشجویان از تفاوت انحراف معیار از میانگین (Gangadharappa, Pramod & Shiva, 2007) استفاده شد و بر این اساس دانشجویان به سه دسته ضعیف، متوسط و قوی طبقه‌بندی شدند.

یافته‌ها

بر اساس اطلاعات بخش توصیفی تحقیق، ۵۶/۱ درصد از دانشجویان مرد و ۴۳/۹ درصد زن بودند. ۷۴/۲ درصد از دانشجویان رشته‌های کشاورزی ساکن شهر و ۲۵/۸ درصد ساکن روستا بودند. میانگین سنی دانشجویان ۲۶ سال بود. حداقل سن افراد مورد مطالعه ۲۲ سال و حداکثر ۴۷ سال بود و اکثر دانشجویان مورد مطالعه (۵۱/۶ درصد) در گروه سنی ۳۰-۲۴ سال قرار داشتند. ۵۰ درصد از دانشجویان دارای تجربه کار کشاورزی بودند و ۵۰ درصد اصلاً تجربه کار کشاورزی نداشتند. میانگین سال‌های تجربه کار کشاورزی دانشجویان گروه اول ۵ سال، حداقل ۱ سال و حداکثر ۲۰ سال بود. اکثر دانشجویان مورد مطالعه (۸۸/۲ درصد) بیکار بودند و هیچ شغلی نداشتند. ۷۸/۵ درصد

این پژوهش آن است که آیا بین خودکارآمدی کارآفرینانه و نیت کارآفرینی دانشجویان کارشناسی‌ارشد کشاورزی رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد؟

روش تحقیق

این پژوهش از نظر ماهیت کمی، با توجه به هدف کاربردی و به لحاظ روش گردآوری اطلاعات جزء پژوهش‌های میدانی بود. جامعه‌ی آماری تحقیق دانشجویان کارشناسی‌ارشد (۴۲۰ نفر) دانشکده‌ی کشاورزی دانشگاه تربیت مدرس در سال تحصیلی ۹۶-۱۳۹۵ بودند. دانشجویان تحصیلات تکمیلی، کارآفرینان بالقوه در کشورهای در حال توسعه می‌باشند (Naktiyok et al., 2010) و بر پایه این دیدگاه دانشجویان ارشد انتخاب شدند. برای تعیین حجم نمونه از نرم‌افزار SPSS Sample Power استفاده شد و با توجه به اینکه فرضیه‌ها از نوع همبستگی بودند، از پارامتر همبستگی استفاده شد. در این پژوهش از آلفای ۰/۰۵، توان آزمون آماری ۰/۸ (Hair et al., 2014)، اندازه اثر برابر ۰/۲۲ و فرضیه یک دامنه استفاده شد و ۱۲۴ نفر از دانشجویان با روش نمونه‌گیری تصادفی به عنوان نمونه تعیین شدند.

از پرسشنامه به عنوان ابزار تحقیق استفاده شد که شامل سه بخش بود. در بخش اول ویژگی‌های فردی و تحصیلی دانشجویان مانند سن، جنس، معدل و غیره مورد سنجش قرار گرفت. بخش دوم پرسشنامه به متغیر خودکارآمدی کارآفرینانه اختصاص داشت. برای اندازه‌گیری خودکارآمدی کارآفرینانه از مقیاس ناکتیوک و همکاران (Naktiyok et al., 2010) استفاده شده و این متغیر در شش بعد ایجاد فرصت‌های جدید (۸ گویه)، کنار آمدن با چالش‌های غیرمنتظره (۶ گویه)، توسعه منابع انسانی (۵ گویه)، ایجاد محیط نوآور (۵ گویه)، برقراری ارتباط با سرمایه‌گذار (۳ گویه) و تعیین هدف (۶ گویه)، در قالب طیف لیکرت سنجیده شد. بررسی خودکارآمدی کارآفرینانه با تجزیه آن به مولفه‌های تشکیل دهنده از نوآوری‌های این پژوهش در مقایسه با تحقیقاتی است که تاکنون در کشور انجام شده‌اند. برای محاسبه نمره کل خودکارآمدی کارآفرینانه دانشجویان، مجموع نمره‌های آنان در شش مولفه فوق (مجموع ۳۳

از دانشجویان در هیچ دوره یا کلاس آموزشی در زمینه کارآفرینی و کسب‌وکار حضور نیافته بودند و ۲۱/۵ درصد در کلاس‌های آموزشی شرکت کرده بودند.

جدول ۲- توزیع فراوانی نیت و خودکارآمدی کارآفرینانه دانشجویان

خودکارآمدی	فراوانی	درصد
ضعیف	۳۱	۲۵
متوسط	۶۰	۴۸/۴
قوی	۳۳	۲۶/۶
نیت	فراوانی	درصد
ضعیف	۳۳	۲۶/۴
متوسط	۵۵	۴۴/۴
قوی	۳۶	۲۹

جدول ۲ وضعیت خودکارآمدی کارآفرینانه دانشجویان را نشان می‌دهد. همان‌طور که ملاحظه می‌شود خودکارآمدی کارآفرینانه بیش از ۷۰ درصد از دانشجویان متوسط به بالا می‌باشد و ۲۵ درصد از دانشجویان از خودکارآمدی کم برای کارآفرینی برخوردارند. نتایج بررسی نیت کارآفرینی دانشجویان نشان می‌دهد ۴۴/۴ درصد نیت متوسط و ۲۹ درصد نیت قوی برای کارآفرینی داشتند. ۲۶/۴ درصد از نیت کارآفرینی ضعیف برخوردار بودند. در مجموع نیت ۷۳/۴ درصد دانشجویان برای کارآفرینی متوسط به بالا بود.

بررسی وضعیت مولفه‌های خودکارآمدی کارآفرینانه در بین دانشجویان نشان داد میانگین ایجاد فرصت‌های جدید بالاتر از سایر مولفه‌ها بوده و دانشجویان معتقدند توانایی‌شان در تشخیص فرصت‌ها بیش از سایر مولفه‌های خودکارآمدی می‌باشد. تعیین هدف در رتبه دوم قرار گرفته است و دانشجویان باور دارند از مهارت‌های ارتباطی برای به خدمت گرفتن و حفظ افراد مستعد برای کسب‌وکار هم برخوردار هستند. کنار آمدن با چالش‌های غیرمنتظره، ایجاد محیط نوآور و توسعه منابع انسانی به ترتیب در رتبه‌های بعد قرار گرفتند. میانگین امتیاز برقراری ارتباط با سرمایه‌گذار کمتر از سایر مولفه‌ها بود و باور دانشجویان درباره مهارت‌شان برای جذب سرمایه‌گذار به منظور تامین مالی کسب‌وکار رتبه پایین‌تری را به خود اختصاص داد.

به منظور بررسی رابطه‌ی بین سازه‌های تحقیق از تحلیل همبستگی پیرسون استفاده شد. جدول ۳ نتیجه‌ی تحلیل همبستگی بین خودکارآمدی کارآفرینانه و مولفه‌های آن با نیت کارآفرینی دانشجویان را نشان می‌دهد. نتیجه‌ی پژوهش نشان داد بین خودکارآمدی کارآفرینانه و همه‌ی مولفه‌های آن با نیت کارآفرینی دانشجویان در سطح یک درصد رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری وجود دارد. این بدین معناست که هر قدر خودکارآمدی کارآفرینانه دانشجویان بالاتر باشد، نیت آنان برای کارآفرینی نیز بیشتر خواهد بود. با توجه به ضرایب همبستگی، رابطه‌ی بین خودکارآمدی کارآفرینانه، ایجاد فرصت‌های جدید و ایجاد محیط نوآور با نیت کارآفرینی قوی‌تر از روابط دیگر می‌باشد. کوهن برای تفسیر شدت رابطه‌ی بین متغیرها با توجه به ضریب همبستگی سه طبقه ارائه کرده است (۰/۲۹ تا $r=0/1$ ضعیف؛ $r=0/49$ تا $r=0/30$ متوسط و $0/50$ تا $r=0/50$ قوی)، که بر پایه‌ی آن رابطه‌ی بین خودکارآمدی کارآفرینانه، ایجاد فرصت‌های جدید و ایجاد محیط نوآور با نیت کارآفرینی در حد قوی و رابطه‌ی بین کنار آمدن با چالش‌ها، توسعه منابع انسانی، برقراری ارتباط با سرمایه‌گذار و تعیین هدف با نیت کارآفرینی در حد متوسط می‌باشد. بر اساس نتایج فوق تمام فرضیه‌های پژوهش تأیید شدند.

جدول ۳- رابطه بین خودکارآمدی کارآفرینانه و مولفه‌های آن با نیت کارآفرینی

سازه	ضریب همبستگی	سطح معنی‌داری
خودکارآمدی کارآفرینانه	۰/۶۱۳**	۰/۰۰۰
ایجاد فرصت‌های جدید	۰/۵۹۵**	۰/۰۰۰
کنار آمدن با چالش‌ها	۰/۳۸۰**	۰/۰۰۰
توسعه منابع انسانی	۰/۴۸۴**	۰/۰۰۰
ایجاد محیط نوآور	۰/۵۵۸**	۰/۰۰۰
برقراری ارتباط با سرمایه‌گذار	۰/۴۶۴**	۰/۰۰۰
تعیین هدف	۰/۴۷۵**	۰/۰۰۰

به منظور بررسی تاثیرگذاری مولفه‌های خودکارآمدی کارآفرینانه بر نیت کارآفرینی از تحلیل رگرسیون به روش گام به گام استفاده شد. بدین ترتیب سازه‌های ایجاد فرصت‌های جدید، کنار آمدن با

2007). یافته‌های تحلیل همبستگی نشان داد بین ایجاد فرصت‌های جدید و نیت کارآفرینی دانشجویان رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. تحلیل رگرسیون نیز بر تاثیر این سازه در نیت کارآفرینی صحنه گذاشت. این نتیجه مطابق با پژوهش وو (Wu, 2009) می‌باشد. از این رو، هر قدر ادراک دانشجویان از توانایی خود برای ایجاد فرصت‌های جدید بیشتر باشد، تمایل بیشتری برای کارآفرینی خواهند داشت. کارآفرینی با مفهوم فرصت همراه است (Bygrave & Zacharakis, 2011) و پژوهشگران معتقدند توانایی تشخیص فرصت‌ها احتمال کارآفرین شدن افراد را افزایش می‌دهد (Clarysse, Tartari & Salter, 2011; Casson & Wadeson, 2007).

بر اساس نتایج تحقیق، بین کنار آمدن با چالش‌های غیرمنتظره و نیت کارآفرینی دانشجویان رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد و هر قدر دانشجویان بیشتر بتوانند از عهده چالش‌های غیرمنتظره برآیند، نیت قوی‌تری برای کارآفرینی خواهند داشت. به عبارت دیگر، هر قدر دانشجویان اطمینان داشته باشند که می‌توانند در شرایط مبهم و نامعین کار کرده و استرس، فشار کاری و تعارض را تحمل کنند، نیت بیشتری برای کارآفرینی خواهند داشت. این یافته مطابق با دو ویژگی روان‌شناختی ریسک‌پذیری و تحمل ابهام است که برای کارآفرینان تعیین شده‌اند (Kozubíková et al., 2015; Hvide & Panos, 2014). فرایند کارآفرینی و خلق کسب‌وکار متضمن انجام وظایف و فعالیت‌های گوناگون است و کارآفرینان باید با خطرپذیری بالا، عدم اطمینان، فشار کاری زیاد، ناامنی مالی و مسئولیت فراوان مواجه شوند (Baron, Franklin & Hmieleski, 2016)، از این رو در آموزش کارآفرینی به دانشجویان باید به جنبه‌های روان‌شناختی نیز توجه شود و مدیریت استرس و چگونگی کنار آمدن با فشار کاری به آنان آموخته شود.

یافته‌های پژوهش نشان داد بین توسعه منابع انسانی و نیت کارآفرینی دانشجویان رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد که بر اساس دسته‌بندی کوهن، شدت این رابطه متوسط می‌باشد. هر قدر برداشت ذهنی دانشجویان از این موضوع که می‌توانند منابع انسانی را مدیریت و توسعه دهند بیشتر باشد، نیت آنان برای

چالش‌ها، توسعه منابع انسانی، ایجاد محیط نوآور، برقراری ارتباط با سرمایه‌گذار و تعیین هدف به عنوان متغیرهای مستقل و سازه نیت کارآفرینی به عنوان متغیر وابسته وارد معادله رگرسیون شدند. نتایج رگرسیون نشان داد دو سازه ایجاد فرصت‌های جدید و ایجاد محیط نوآور قادرند ۴۰ درصد از تغییرات نیت کارآفرینی را در سطح معنادار پیش‌بینی کنند. با توجه به جدول ۴، سازه ایجاد فرصت‌های جدید ($\beta=0.40$) قوی‌تر از سازه ایجاد محیط نوآور ($\beta=0.30$) می‌باشد. مولفه‌های دیگر خودکارآمدی کارآفرینانه در تبیین نیت کارآفرینی تاثیر ندارند.

جدول ۴- تحلیل رگرسیون اثرگذاری مولفه‌های خودکارآمدی بر نیت کارآفرینی

سازه	B	β	t	Sig.
ایجاد فرصت‌های جدید	0/381	0/402	4/366	0/000
ایجاد محیط نوآور	0/401	0/297	3/229	0/002
سازه نیت کارآفرینی	R	R2	Adjusted R2	
	0/637	0/405	0/396	

بحث و نتیجه‌گیری

هدف اصلی تحقیق حاضر بررسی رابطه‌ی بین خودکارآمدی کارآفرینانه و نیت کارآفرینی دانشجویان کشاورزی بود. نتایج تحقیق نشان داد بین خودکارآمدی کارآفرینانه و نیت کارآفرینی دانشجویان رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. پژوهشگران دیگر نیز به وجود رابطه مثبت بین دو متغیر مذکور اشاره کرده‌اند (Shinar et al., 2014; Mortan et al., 2014; Tolentino et al., 2014; Peng et al., 2012; Lee et al., 2011; Naktiyok et al., 2010; Pihie, 2009; Pruet et al., 2009; Li, 2008; Guerrero et al., 2008; Gelderen et al., 2008). هر چه باور دانشجویان درباره اینکه آنان می‌توانند وظایف و نقش‌های یک کارآفرین را با موفقیت انجام دهند بیشتر باشد، ظرفیت‌شان برای پیگیری یک شغل به صورت خوداشتغالی یا راه‌اندازی کسب‌وکار شخصی در آینده نیز بیشتر خواهد بود. پژوهش‌ها نشان دادند تعداد زیادی از زنان در مقایسه با مردان از انتخاب شغل کارآفرینانه و ورود به فعالیت‌های کارآفرینی امتناع می‌کنند، زیرا ادراک‌شان این است که فاقد مهارت‌های لازم می‌باشند (Kickul et al., 2008; Wilson et al., 2008).

دانشجویان رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد و شدت این رابطه قوی می‌باشد. بنابراین هر قدر دانشجویان بیشتر معتقد باشند که از توانایی لازم برای تصریح و حفظ چشم‌اندازشان و تشریح آن برای سرمایه‌گذاران، تیم کاری و غیره برخوردارند، نیت قوی‌تری برای راه‌اندازی کسب‌وکار خواهند داشت.

با عنایت به اینکه بین خودکارآمدی کارآفرینانه و مولفه‌های آن با نیت کارآفرینی دانشجویان رابطه معنی‌داری وجود دارد، هر فعالیتی اعم از آموزش و غیره که به افزایش «من می‌توانم» در زندگی دانشجویان منجر شود، موجب افزایش انگیزه دانشجویان برای راه‌اندازی کسب‌وکار، خوداشتغالی و کارآفرینی خواهد شد. برای حصول این امر می‌توان از طریق روبرو کردن دانشجویان کشاورزی با تجربه‌های پیروزمندانه و فرصت دادن به آنان برای تمرین کارآفرینی و کسب‌وکار و گنجاندن برنامه‌ای با این هدف در دوره کارآموزی (دوره کارآموزی می‌تواند به جای روش‌های معمول که اغلب حضور دانشجویان در مدتی معین در سازمان‌های دولتی است، تشکیل تیم کاری با هم‌رشته‌ای‌ها یا دانشجویان رشته‌های دیگر و تدوین طرح کسب‌وکار برای راه‌اندازی یک کسب‌وکار در حوزه کشاورزی باشد) و نیز درس عملیات کشاورزی آنان، روبرو کردن دانشجویان با کارآفرینان موفق حوزه کشاورزی و بازدید آنان از شرکت‌های تولیدی-خدماتی کشاورزی، اقتناع کلامی و مناسب کردن برانگیختگی جسمانی به وسیله رژیم غذایی مناسب، برنامه‌های ورزشی و غیره استفاده کرد. تعریف پروژه‌های مستقل برای دانشجویان و انجام بازی‌های تجاری و بازی نقش نیز در این رابطه می‌تواند راهگشا باشد.

کارآفرینی بیشتر خواهد بود. پژوهشگران معتقدند نیروی انسانی برای کارآفرینان مهم‌تر از پول است و اگر آنان به عنوان مالکان کسب‌وکارهای کوچک به مدیریت منابع انسانی توجه کنند، به توسعه پایدار کسب‌وکار منجر خواهد شد (Uyar & Deniz, 2012). نتایج همچنین نشان داد بین ایجاد محیط نوآور و نیت کارآفرینی دانشجویان رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد و شدت این رابطه قوی می‌باشد. بنابراین، هر قدر ارزیابی ذهنی دانشجویان از توانایی خود برای ایجاد محیط نوآور بیشتر باشد، نیت قوی‌تر برای کارآفرینی خواهند داشت. تشویق دانشجویان برای شرکت در رویدادهای نوآورانه می‌تواند این توانایی را در دانشجویان تقویت کند (Lane, 2016). برنامه‌هایی مانند استارت‌آپ ویکند، برگزاری مسابقات در بین دانشجویان برای ارائه طرح کسب‌وکار، معرفی اجمالی ایده و غیره در این زمینه راهگشا هستند. یافته‌های پژوهش نشان داد بین برقراری ارتباط با سرمایه‌گذار و نیت کارآفرینی دانشجویان رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد و هر قدر ارزیابی دانشجویان از توانایی خود برای برقراری ارتباط با سرمایه‌گذار بیشتر باشد، نیت بیشتری نیز برای کارآفرینی خواهند داشت. ارزیابی دانشجویان مورد مطالعه از توانایی خود در این زمینه کمتر از سایر مولفه‌های خودکارآمدی بود. ارتباط بین کارآفرین و سرمایه‌گذار برای تسهیل مبادله منابع بسیار اهمیت دارد (Huang & Knight, 2017) و بدون برقراری ارتباط بین کارآفرینان و سرمایه‌گذاران، کسب‌وکارها در دسترسی به منابعی که نیاز دارند دچار مشکل شده و احتمال شکست افزایش می‌یابد (Shepherd & Zacharakis, 2001). نتایج تحقیق همچنین نشان داد بین تعیین هدف و نیت کارآفرینی

REFERENCES

1. Adekiya, A.A., and Ibrahim, F. (2016). Entrepreneurship intention among students: the antecedent role of culture and entrepreneurship training and development. *The international journal of management education*, 14, 116-132.
2. Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*, New York.
3. Barba-Sánchez, V., and Atienza-Sahuquillo, C. (2018). Entrepreneurial intention among engineering students: the role of entrepreneurship education. *European research on management and business economics*, 24, 53-61.
4. Baron, R.A., Franklin, R.J., & Hmieleski, K.M. (2016). Why entrepreneurs often experience low, not high, levels of stress: the joint effects of selection and psychological capital. *Journal of management*, 42(3), 742-768.
5. Baron, R.A. (2004). The cognitive perspective: a valuable tool for answering entrepreneurship's basic 'why' questions. *Journal of business venturing*, 19(3), 221-239.

6. Ben-Roy, D., and Davari, A. (2017). The influence of the dark triad on the relationship between entrepreneurial attitude orientation and entrepreneurial intention: A study among students in Taiwan University. *Asia Pacific management review*, 22(4), 185-191.
7. Bilic, A., Prka, G., and Vidovic. (2011). How does education influence entrepreneurship orientation? *Management*, 16(2011-1), 115-128.
8. Bygrave, W., & Zacharakis, A. (2011). *Entrepreneurship*. Second edition, USA: John Wiley & Sons, Inc.
9. Camelo-Ordaz, C., Diáñez-González, J.P., and Ruiz-Navarro, J. (2016). The influence of gender on entrepreneurial intention: The mediating role of perceptual factors. *BRQ business research quarterly*, 19, 261-277.
10. Campo, J.L.M. (2011). Analysis of the influence of self-efficacy on entrepreneurial intentions. *Prospect*, 9(2), 14-21.
11. Casson, M., and Wadeson, N. (2007). The discovery of opportunities: extending the economic theory of the entrepreneur. *Small Bus.Econ.* 28, 285-300.
12. Cavazos-Arroyo, J., Puente-Díaz, R., and Agarwal, N. (2017). An examination of certain antecedents of social entrepreneurial intentions among Mexico residents. *Review of business management*, 19(64), 180-199.
13. Chitrao, P., & Bhojar, P.K. (2017). *Educating the new generation entrepreneurs: the role of alumni entrepreneurs*. In entrepreneurship education: experiments with curriculum, pedagogy and target groups (edited by Mathew J. Manimala and Princy Thomas), Germany: Springer.
14. Clarysse, B., Tartari, V., and Salter, A. (2011). The impact of entrepreneurial capacity, experience and organizational support on academic entrepreneurship. *Research policy*, 40(8), 1084-1093.
15. Drnovsek, M., Wincent, J. and Cardon, M.S. (2010). Entrepreneurial self-efficacy and business start-up: developing a multi-dimensional definition. *International journal of entrepreneurial behavior & research*, 16(4), pp. 329-348.
16. Espíritu-Olmos, R., & Sastre-Castillo, M.A. (2015). Personality traits versus work values: Comparing psychological theories on entrepreneurial intention. *Journal of business research*, 68, 1595-1598.
17. Evald, M.R., Klyver, K., and Christensen, P.R. (2011). The effect of human capital, social capital and perceptual values on nascent entrepreneurs' export intention. *J. Int. Entrep*, 9(1), 1-19.
18. Fayolle, A., & Liñán, F. (2014). The future of research on entrepreneurial intentions. *Journal of business research*, 67(5), 663-666.
19. Forbes, D.P. (2005). Are some entrepreneurs more overconfident than others? *Journal of business venturing*, 20(5), 623-640.
20. Gangadharappa, V., Pramod, T., and Shiva, H. (2007). Gastric floating drug delivery systems: A review. *Indian J Pharm Ed Res*, 41(4), 295-305.
21. Garba, A.S., Kabir, S., & Nalado, A.M. (2014). An assessment of students' entrepreneurial intentions in tertiary institutions: a case of Kano state polytechnic, Nigeria. *International journal of Asian social science*, 4(3), 434-443.
22. Gelderen, M.V., Brand, M., Praag, M.V., Bodewes, W., Poutsma, E., and Gils, A.V. (2008). Explaining entrepreneurial intentions by means of the theory of planned behavior. *Career development international*, 13(6), 538-559.
23. Gelderen, M.V., Kautonen, T., & Fink, M. (2015). From entrepreneurial intentions to actions: self-control and action-related doubt, fear, and aversion. *Journal of business venturing*, 30, 655-673.
24. Guerrero, M., Rialp, J. & Urbano, D. (2008). The impact of desirability and feasibility on entrepreneurial intentions: A structural equation model. *International entrepreneurship management journal*, 4, 35-50.
25. Györfy, L. (2014). Socio-demographic and perceptual factors influencing early-stage entrepreneurship in Romania. *Közgazdász Fórum Econ. Bus*, 17(121), 41-56.
26. Hair, J.F., Black, W.C, Babin, B.J., and Anderson, R.E. (2014). *Multivariate data analysis*, Seventh edition, UK: Pearson Education Limited.
27. Hartsfield, M. (2003). *The internal dynamics of transformational leadership: effects of spirituality, emotional intelligence, and self-efficacy*. Submitted to Regent University School of Leadership Studies: Unpublished Doctorate Thesis.
28. Huang, L., & Knight, A.P. (2017). Resources and relationships in entrepreneurship: an exchange theory of the development and effects of the entrepreneur-investor relationship. *Academy of management review*, 42(1), 80-102.
29. Hvide, H.K., Panos, G.A. (2014). Risk tolerance and entrepreneurship. *Journal of financial economics*, 111, 200- 223.
30. Jung, D.I., Ehrlich, S.B., De Noble, A.F., & Baik, K. (2001). Entrepreneurial self-efficacy and its relationship to entrepreneurial action: a comparative study between the US and Korea. *Management international*, 6(1), 41-53.

31. Karabulut, A.T. (2016). Personality traits on entrepreneurial intention. *Procedia- social and behavioral sciences*, 229, 12-21.
32. Kauffman, S. (2008). *Reinventing the Sacred*. New York: Perseus Publishing.
33. Kickul, J., Wilson, F., Marlino, D., and Barbosa, S.D. (2008). Are misalignments of perceptions and self-efficacy causing gender gaps in entrepreneurial intention among our nation's teens? *Journal of small business entrepreneurship development*, 5(2), 321-335.
34. Koe, W.L., Sa'ari, J.R., Abdul Majid, I., & Ismail, K. (2012). Determinants of entrepreneurial intention among millennial generation. *Procedia - social and behavioral sciences*, 40, 197- 208.
35. Kozubíková, L., Belás, J., Bilan, Y., & Bartoš, P. (2015). Personal characteristics of entrepreneurs in the context of perception and management of business risk in the SME segment. *Economics and sociology*, 8(1), 41-54.
36. Krueger, N.F. (2008). *Entrepreneurial resilience: real & perceived barriers to implementing entrepreneurial intentions*. Retrieved September 24 2017, from: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1155269
37. Lane, P.M. (2016). *Creating the environment for innovation and entrepreneurship*. In: M. Kosała, M. Urbaniec & A. Żur (Eds.), *Entrepreneurship: Antecedents and Effects* ("Przedsiębiorczość Międzynarodowa", vol. 2, no. 2). Kraków: Cracow University of Economics, pp. 53-66.
38. Lee, L., Wong, P., Der Foo, M., & Leung, A. (2011). Entrepreneurial intentions: The influence of organizational and individual factors. *Journal of business venturing*, 26, 124-136.
39. Li, J. (2008). *The evolution of entrepreneurial intention in transition environment: Toward an entrepreneurial self-efficacy based model*, Retrieved September 24 2017, from: <http://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?arnumber=04679344>
40. Linan, F., & Chen, W.Y. (2006). *Testing the entrepreneurial intention model on a two-country sample*, Departament d'Economia de l'Empresa, Bellaterra (Cerdanyola del Vallès), Spain.
41. Linan, F., & Chen, Y. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *entrepreneurship theory and practice*, 3, 593-617.
42. Luthans, F., & Ibrayeva, E.S. (2006). Entrepreneurial self-efficacy in Central Asian transition economies: quantitative and qualitative analyses. *Journal of international business studies*, 37, 92-110.
43. Luthans, F., Stajkovic, a., & Ibrayera, E. (2000). Environmental and psychological challenges facing entrepreneurial development in transitional economic. *Journal of world business*, 35(1), 95-110.
44. Maes, J., Leroy, H., & Sels, L. (2014). Gender differences in entrepreneurial intentions: A TPB multi-group analysis at factor and indicator level. *European management journal*, 32, 784-794.
45. Markman, G.D., Balkin, D.B., and Baron, R.A. (2002). Inventors and new venture formation: the effects of general self-efficacy and regretful thinking. *Entrepreneurship theory and practice*, 27(2), 149-165.
46. Minniti, M., and Nardone, C. (2007). Being in someone's shoes: the role of gender in nascent entrepreneurship. *Small Bus. Econ*, 28, 223-238.
47. Mirakzadeh, A.A., Shiri, N. and Hedaiaitina, S. (2014). Effect of social capital dimensions on entrepreneurial intention of agricultural students. *Iranian journal of agricultural economics and development research*, 45(2), 235-246. (In Farsi).
48. Mortan, R.A., Ripoll, P., Carvalho, C., & Bernal, M.C. (2014). Effects of emotional intelligence on entrepreneurial intention and self-efficacy. *Journal of work and organizational psychology*, 30, 97-104.
49. Musavi, S.S., Alambeigi, A. and Rezaei, A.M. (2016). Prediction of intention to entrepreneurial startup behavior among agriscience students based on their employability's dimensions. *Iranian journal of agricultural economics and development research*, 46(4), 783-791. (In Farsi).
50. Naktiyok, A., Karabey, C.N. & Gulluce, A.C. (2010). Entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intention: the Turkish case. *International entrepreneurship and management journal*, 6(4), 419-435.
51. Peng, Z., Lu, G., & Kang, H. (2012). Entrepreneurial intentions and its influencing factors: A survey of the university students in Xi'an China. *Scientific research*, 3, 95-100.
52. Peng, Z., Lu, G., & Kang, H. (2012). Entrepreneurial intentions and its influencing factors: A survey of the university students in Xi'an China. *Scientific research*, 3, 95-100.
53. Pihie, Z.A.L. (2009). Entrepreneurship as a career choice: an analysis of entrepreneurial self-efficacy and intention of university students. *European journal of social sciences*, 9, 338-349.
54. Pruett, M., Shinnar, R., Toney, B., Llopis, F., & Fox, J. (2009). Explaining entrepreneurial intentions of university students: a cross-cultural study. *International journal of entrepreneurial behavior & research*, 15(6), 571-594.
55. Sardeshmukh, S. & Smith, R. (2010). *An examination of skills and abilities in a process model of entrepreneurship*, Retrieved September 24 2017, from: <http://www.swinburne.edu.au/lib/ir/onlineconferences/agse2010/000113.pdf>

56. Sasu, C., and Sasu, L. (2015). Demographic determinant of the entrepreneurship intentions: the case of Romania. *Procedia economics and finance*, 20, 580-585.
57. Setiawan, J.L. (2014). Examining entrepreneurial self-efficacy among students. *Procedia- social and behavioral sciences*, 115, 235-242.
58. Shakiba, H., Rajabian, F. and Hejazi, Y. (2015). Relation between creativity and entrepreneurial intentions (Case study: Agricultural students, University of Tehran). *Iranian journal of agricultural economics and development research*, 46(1), 83-93. (In Farsi).
59. Shepherd, D.A., & Zacharakis, A. (2001). The venture capitalist–entrepreneur relationship: control, trust and confidence in co-operative behavior. *Venture capital*, 3(2), 129–149.
60. Shinnar, R.S., Hsu, D.K., & Powell, B.C. (2014). Self-efficacy, entrepreneurial intentions, and gender: assessing the impact of entrepreneurship education longitudinally. *The international journal of management education*, 12, 561-570.
61. Shirokova, G., Osiyevskyy, O., and Bogatyreva, K. (2016). Exploring the intention-behavior link in student entrepreneurship: moderating effects of individual and environmental characteristics. *European management journal*, 34(4), 386-399.
62. Singh, B., Verma, P., & Rao, M.K. (2017). *Influence of individual and socio-cultural factors on entrepreneurial intention*. In: Mathew J. Manimala and Princy Thomas (Eds.), entrepreneurship education: experiments with curriculum, pedagogy and target groups, Germany: Springer.
63. Souitaris, V., Zerbinati, S., and Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programs raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of business venturing*, 22(4), 566-591.
64. Srivastava, K., & Thomas, P. (2017). *Promoting entrepreneurship in higher educational institutions: the role of entrepreneurial methodologies*. In: Mathew J. Manimala and Princy Thomas (Eds.), entrepreneurship education: experiments with curriculum, pedagogy and target groups, Germany: Springer.
65. Tolentino, L.R., Sedoglavich, V., Nhat Lu, V., Garcia, P.R.J.M., & Restubog, S.L.D. (2014). The role of career adaptability in predicting entrepreneurial intentions: a moderated mediation model. *Journal of vocational behavior*, 85, 403-412.
66. Uyar, A.S., & Deniz, N. (2012). The perceptions of entrepreneurs on the strategic role of human resource management. *Procedia- social and behavioral sciences*, 58, 914-923.
67. Valliere, D. (2015). An effectuation measure of entrepreneurial intent. *Procedia - social and behavioral sciences*, 169, 131-142.
68. Volkmann, C.K., & Audretsch, D.B. (2017). *Introduction: the mandate for entrepreneurship education*. In: Christine K., Volkmann & David B. Audrestsch (Eds.), entrepreneurship education at universities: learning from twenty European cases, Germany: Springer.
69. Wang, Y.S., Lin, S.J., Yeh, C.H., Li, C.R., and Li, H.T. (2016). What drives students' cyber entrepreneurial intention: the moderating role of disciplinary difference. *Thinking skills and creativity*, 22, 22-35.
70. Weber, R. (2012). *Evaluating entrepreneurship education*, Germany: Springer Gabler.
71. Wilson, F., Kickul, J., and Marlino, D. (2007). Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: implications for entrepreneurship education. *Entrepreneurship theory and practice*, May 2007, 387-407.
72. Wilson, F., Kickul, J., Marlino, D., Barbosa, S.D., and Griffiths, M.D. (2009). An analysis of the role of gender and self-efficacy in developing female entrepreneurial interest and behavior. *Journal of development entrepreneurship*, 14(2), 105-119.
73. Wu, J. (2009). *Entrepreneurial orientation, entrepreneurial intent and new venture creation: test of a framework in a Chinese context*, Dissertation, Blacksburg, Virginia.