

بررسی تأثیر خودکارآمدی کارآفرینانه بر تقویت کارآفرینی دانشجویان

مطالعه موردی دانشجویان پیام‌نور شهرستان بیجار

حمزه باغبانی
دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران
baghbani89@gmail.com

مهران فولادی (نویسنده مسئول)
دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران
mehranfoladi@yahoo.com

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۰۴/۰۱

تاریخ انجام اصلاحات: ۱۳۹۳/۰۲/۳۱

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۰۱/۲۷

چکیده

بررسی‌ها نشان می‌دهد در سال‌های اخیر گرایش به کارآفرینی و مباحث مربوط به آن افزایش چشمگیری داشته است. از میان مسائل مطرح در کارآفرینی می‌توان به قصد کارآفرینی به عنوان مهمترین عامل پیش‌بینی کننده فعالیت‌های کارآفرینانه در جامعه اشاره کرد. قصد کارآفرینانه یکی از متغیرهای مهم در پژوهش سالانه دیده‌بان جهانی کارآفرینی به حساب می‌آید. از این رو بررسی عوامل مؤثر بر قصد و تقویت آن می‌تواند منجر به افزایش میزان قصد کارآفرینی در جامعه شود. در میان این عوامل خودکارآمدی کارآفرینانه به عنوان یکی از عوامل مؤثر و مهم بیان می‌شود. خودکارآمدی دارای شش شاخص عمده است که با آنها سنجش می‌شود. در تحقیق پیش رو، تنها دو متغیر امکان عینی (خودکارآمدی) و قصد کارآفرینانه از مدل لینان مورد بررسی قرار گرفته است. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه گردآوری اطلاعات تحقیق توصیفی و از نوع پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش حاضر را کلیه دانشجویان دانشگاه پیام‌نور شهرستان بیجار تشکیل می‌دهد. نتایج نشان می‌دهد هر شش شاخص تأثیر مثبت و معناداری در قصد کارآفرینی دارند. همچنین از میان شاخص‌ها مهارت شناخت فرصت‌های بازار و توسعه محصول جدید و مهارت شناسایی هدف اصلی سهم بیشتری در پیش‌بینی قصد کارآفرینی دارند.

واژگان کلیدی

کارآفرینی؛ قصد کارآفرینانه؛ خودکارآمدی کارآفرینانه.

مقدمه

اهمیت کارآفرینی به عنوان عامل حیاتی ثبات و رشد اقتصادی کشورها روز به روز توجه بیشتری را از سوی محققان، برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران معطوف خود می‌نماید و همین امر توجه به قصد کارآفرینی به عنوان قوی‌ترین پیش‌بینی کننده فعالیت‌های کارآفرینانه را در سال‌های اخیر برجسته‌تر نموده است. مطالعات و بررسی‌ها نشان می‌دهد افزایش فعالیت‌های کارآفرینانه منجر به افزایش تولید ناخالص ملی و در نتیجه افزایش درآمد ملی، رفاه و آسایش در جامعه می‌گردد [۱]. یکی از اهداف برنامه‌های آموزشی کارآفرینی ایجاد و تقویت قصد کارآفرینانه کارآفرینان می‌باشد به همین دلیل تحقیقاتی که در دنیا برای قصد کارآفرینانه انجام می‌شود عمدتاً مربوط به دانشجویان است. چرا که قصد کارآفرینانه بهترین و مهمترین متغیر پیش‌بینی کننده رفتار کارآفرینانه است. به عبارت دیگر به احتمال خیلی زیاد، افزایش قصد کارآفرینانه منجر به افزایش فعالیت‌های کارآفرینانه و در نتیجه توسعه کارآفرینی می‌شود. بر اساس

نتایج برنامه GEM ۲۰۰۸ بین قصد کارآفرینانه و فعالیت کارآفرینانه در یک جامعه، به میزان ۴۸ درصد همبستگی وجود دارد [۱۱]

طبق نظر بوسما (۲۰۰۸) می‌توان گفت افزایش قصد کارآفرینانه در یک جامعه، نرخ رخداد انواع فعالیت‌های کارآفرینانه را افزایش می‌دهد. نظریه‌پردازان کارآفرینی عقیده دارند که خودکارآمدی نقش بسیار مهمی در شکل‌گیری قصد کارآفرینی دارد. به عنوان نمونه بوید و وزیکس (۱۹۹۴) بیان می‌دارند که خودکارآمدی، توسعه قصد کارآفرینی را تحت تأثیر قرار می‌دهد و در شکل‌گیری کسب و کار تأثیر دارد. به بیان دیگر قصد شروع کسب و کار تا رسیدن به مرحله عمل، به باور افراد درباره موفقیت‌شان بستگی دارد.

محققان در مطالعات بسیاری به بررسی عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینی از جمله خودکارآمدی پرداخته‌اند و مدل‌های بسیاری ارائه کرده‌اند. به عنوان نمونه کروگر و برایزل (۱۹۹۴) در مدل امکان‌سنجی قصد کارآفرینی خود متغیری به نام خودکارآمدی دسترسی به کسب و کار را مطرح کردند

می‌کند، بررسی کرده و آثار آن را از دیدگاه‌های متفاوت مورد بحث قرار داده‌اند [۳] برخی از تأثیرات ذکر شده عبارتند از:

- ایجاد ثروت؛
- ایجاد و توسعه فناوری؛
- اشتغال‌زایی؛
- ترغیب و تشویق سرمایه‌گذاری؛
- شناخت، ایجاد و گسترش بازارهای جدید؛
- افزایش رفاه؛
- ساماندهی و استفاده اثربخش از منابع.

کارآفرینی واژه‌ای است نو که از معنی کلمه‌اش نمی‌توان به مفهوم واقعی آن پی برد. این واژه به جای کلمه Entrepreneurship به کار می‌رود که در اصل از کلمه فرانسوی Entreprenuer به معنای متعهد شدن نشأت گرفته است.

بنابر تعریف واژه‌نامه وبستر "کارآفرین کسی است که متعهد می‌شود مخاطره یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل نماید. [۴]

مسیر تکامل فعالان اقتصادی یا کارآفرینان نشان می‌دهد که کارآفرینی در نظریه‌های اقتصادی تبلور یافته و به عنوان عامل اصلی ایجاد ثروت یا موجد ارزش اقتصادی شناخته و از قرن ۱۵ تاکنون در کانون بحث مکاتب مختلف اقتصادی قرار داشته است. [۴]

طی سال‌های اخیر کارآفرینان آن قدر کارهای فراوانی انجام داده‌اند که لازم است تعریف کارآفرینی توسعه داده شود. رابرت هیسریچ در خصوص ماهیت و تحول کارآفرینی و اینکه کارآفرین کیست؟ کارآفرینی چیست؟ مسیر حرفه‌ای کارآفرینانه کدام است؟ چنین بیان می‌دارد که سؤال‌هایی مانند: کارآفرینان کیستند و چگونه بر اقتصاد تأثیر می‌گذارند نشان دهنده توجه روزافزون بین‌المللی به کارآفرینان است [۵].

قصد کارآفرینانه

تعدادی از محققان از جمله آلبرت شاپیرو (۱۹۷۵)، شاپیرو و سوکول (۱۹۹۶)، برد (۱۹۸۸)، کروگر (۱۹۹۳)، کروگر و همکاران (۲۰۰۰)، تکاو و کولورید (۱۹۹۶) بیش از سایرین بر نقش مهمی که توسط قصد ایفا می‌گردد تأکید نموده‌اند. انگل و همکاران، (۲۰۰۸) به تعدادی از تعاریف ارائه شده از سوی محققان در رابطه با ماهیت و مفهوم قصد اشاره می‌کنند.

از نظر کولورید (۱۹۹۶) قصد شاخص تمایل فردی به عمل است. برد (۱۹۹۸) یکی از اولین محققان کارآفرینی، بر این اعتقاد است که کارآفرینی فرایندی است که قصد در آن نقش کلیدی را ایفا می‌کند. مقاصد کارآفرینانه رابط میان کارآفرین به عنوان یک فرد و زمینه‌ای که یک کسب و کار در آن شکل می‌گیرد محسوب می‌گردند. از دیدگاه شوک و براتیانو (۲۰۰۸) قصد کارآفرینانه نمایش‌دهنده قصد فرد برای شروع یک کسب و کار است و یک فرایند آگاهانه ذهنی است که

که بر اساس آن هر چه اعتماد فرد به خود در شکل‌گیری وظایف کارآفرینی بیشتر باشد، درصد امکان‌سنجی آن کسب و کار بیشتر است. از این رو در این پژوهش تلاش شده است تا متغیر خودکارآمدی کارآفرینانه به عنوان یک عامل مؤثر بر قصد کارآفرینی مورد مطالعه قرار گرفته و رابطه آن دو سنجیده شود. باورهای مربوط به خودکارآمدی افراد را از راه‌های گوناگون تحت تأثیر قرار می‌دهد. خودکارآمدی به تدریج در اثر توسعه مهارت‌های اجتماعی، زبان‌شناسی و شناختی که حاصل تجربیات است به وجود می‌آید. [۱۲] افراد با درجه خودکارآمدی پایین نسبت به افراد با درجه بالا بسیار متفاوت فکر و رفتار می‌کنند. [۱۳]

در نهایت تحقیق حاضر به دنبال پاسخ‌گویی به سؤالات زیر است:

- آیا خودکارآمدی کارآفرینانه بر تقویت قصد کارآفرینی دانشجویان پیام‌نور شهرستان بیجار تأثیر دارد؟
- آیا مهارت شناخت فرصت‌های بازار و توسعه محصول جدید بر تقویت قصد کارآفرینی دانشجویان پیام‌نور شهرستان بیجار تأثیر دارد؟
- آیا مهارت ایجاد محیط نوآورانه بر تقویت قصد کارآفرینی دانشجویان پیام‌نور شهرستان بیجار تأثیر دارد؟
- آیا مهارت ایجاد رابطه با سرمایه‌گذاران بر تقویت قصد کارآفرینی دانشجویان پیام‌نور شهرستان بیجار تأثیر دارد؟
- آیا مهارت شناسایی هدف اصلی بر تقویت قصد کارآفرینی دانشجویان پیام‌نور شهرستان بیجار تأثیر دارد؟
- آیا مهارت رویارویی با چالش‌های غیرمنتظره بر تقویت قصد دانشجویان پیام‌نور شهرستان بیجار تأثیر دارد؟
- آیا مهارت توسعه منابع انسانی بر تقویت دانشجویان پیام‌نور شهرستان بیجار تأثیر دارد؟

پیشینه تمقیق

بیش از نیم قرن است که کارآفرینی به عنوان یک حوزه علمی مورد توجه دانشگاه‌های معتبر دنیا مانند هاروارد، بابسون، ام‌آی‌تی، سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان سازمان‌ها و نهادهای خاص بین‌المللی از جمله سازمان بین‌المللی کار و بانک جهانی بوده است اما در سال‌های اخیر توسعه کارآفرینی به عنوان پارادایم نوین توسعه، پارادایم سازمان و مدیریت مورد توجه بسیاری از کشورهای نه تنها توسعه یافته بلکه در حال توسعه قرار گرفته است.

در سال‌های اخیر بسیاری از کشورهای در حال توسعه کارآفرینی و فعالیت‌های کارآفرینانه در سطوح مختلف جامعه اعم از خانواده، محله، شهر و روستا را هدف خود قرار داده‌اند [۲].

دامنه تأثیر کارآفرینی بر جامعه بسیار وسیع است؛ از تغییر در ارزش‌های اجتماعی تا رشد شتابان اقتصادی را شامل می‌شود. محققین تغییرات مختلفی را که رواج فرهنگ کارآفرینی در یک جامعه ایجاد

به علاوه تحقیق در زمینه علایق شغلی نوجوانان که کارآفرینان بالقوه نسل بعد هستند، نشان داده است که در بین دختران نسبت به پسران مقاصد کمتری جهت اشتغال به حرفه‌های کارآفرینانه وجود دارد. [۱۸]

وضعیت تأهل نیز به عنوان پیشینه قصد کارآفرینی مورد مطالعه قرار گرفته است. دانشمندان در مطالعه خود روی نژاد و قومیت نشان دادند احتمال این که افراد متأهل درگیر فعالیت‌های کارآفرینی شوند بیشتر است. [۱۹]

وضعیت اشتغال یکی دیگر از ویژگی‌هایی است که مورد توجه قرار گرفته است. بیکاری شخص بر روی قصد وی جهت اشتغال به فعالیت‌های کارآفرینی، اثری مثبت دارد. [۲۰]

صفات شخصی: در رابطه با مجموعه‌ای از ویژگی‌های ثابت و متعارف شخصیتی محققان بر این باورند که:

- اطمینان بیش از حد [۲۱]
- خوش‌بینی [۲۲]
- سرسختی [۱۷]
- اشتیاق شدید [۲۳]

ممکن است قصد کارآفرینی را تحت تأثیر قرار دهند. علاوه بر این، تحقیقات نشان می‌دهند که قصد کارآفرینی افراد به واسطه

- _ تمایل به ریسک‌پذیری [۲۴]
- _ تحمل ابهام [۱۲]
- _ مرکز کنترل [۱۹]
- _ خودکارآمدی [۲۵]
- _ تنظیم هدف [۲۶]

تحت تأثیر قرار می‌گیرد. دو بعدی که همواره مقاصد کارآفرینی را پیش‌بینی می‌کنند، خودکارآمدی [۲۵] و تمایل به ریسک‌پذیری [۲۷] است در حالی که سایر آن‌ها در پیش‌بینی کارآفرین ناکام مانده‌اند [۲۸]

در مقاله دیگری با عنوان ویژگی‌های شخصیتی مؤثر بر قصد کارآفرینانه اجتماعی در کارآفرینان اقتصادی که با استفاده از روش تحقیق کمی از نوع معادلات ساختاری در جامعه آماری کارآفرینان برتر ملی که شناسایی تأثیر چهار ویژگی شخصیتی برون‌گرایی، وظیفه‌گرایی، تجربه‌گرایی و نبود ثبات عاطفی بر قصد کارآفرینانه اجتماعی پرداخته است، نتایج مدل معادلات ساختاری با نرم‌افزار PLS نشان می‌دهد که وظیفه‌گرایی دارای تأثیر مثبت و نبود ثبات عاطفی دارای تأثیر منفی بر قصد کارآفرینانه اجتماعی است و دو فرضیه دیگر رد شد. [۶]

مهارت‌های فردی: پیشینه و مهارت‌های هر کارآفرین، در واقع پیش‌بینی کننده فعالیت‌های کارآفرینانه هستند. برای افراد مشغول در شرکت‌های پیشرفته، سطح بالایی از مهارت‌های مدیریتی مورد نیاز است. باوم و همکارانش (۲۰۰۱) به‌طور تجربی نشان می‌دهند که مهارت‌های مدیریتی، عملکردی و فنی، کارآفرینی را تحت تأثیر قرار می‌دهند. دانش

مقدم بر عمل بوده و تمایل فرد را به سمت شروع یک کسب و کار جدید هدایت می‌کند. بر اساس نظر ترکر، سلکوک و ترکی (۲۰۰۸) عمل کارآفرینانه می‌تواند به عنوان یک رفتار وابسته به قصد در نظر گرفته شود یا قصد به عنوان یک عامل پیشگوی رفتار کارآفرینانه ملاحظه گردد.

قصد کارآفرینی در حقیقت آگاهی و باور آگاهانه فردی است که می‌خواهد یک کسب و کار مخاطره‌آمیز جدید را راه‌اندازی نموده و قصد دارد که این کار را در آینده انجام دهد. [۱۴]

قصد کارآفرینانه به عنوان یک عنصر کلیدی برای درک و فهم فرایند کارآفرینی و خلق کسب و کار کوچک مورد توجه قرار گرفته است. [۱۵]

بر اساس دیدگاه شوک و براتیانو (۲۰۰۸) یکی از دلایل کلیدی تمرکز بر قصد کارآفرینانه این است که فرایند شکل‌گیری کسب و کار زمانی که فرد، قصد بروز آن را در خود می‌پروراند به وقوع می‌پیوندد.

شناخت عوامل مربوط به قصد کارآفرینی می‌تواند به ما این امکان را بدهد که راه‌های کاهش شکاف بین تمایل و عملکرد فرد را افزایش دهیم. بحث کارآفرینی با تمایل کارآفرینی تفاوت دارد. تمایل کارآفرینی، میزان کشش یک فرد به مالکیت یک کسب و کار است، که می‌تواند منجر به قصد کارآفرینی شود یا نشود. می‌توان این‌گونه فرض کرد که ارتقاء سطح تمایل کارآفرینی به ارتقاء سطح قصد کارآفرینی کمک می‌کند. برای درک چگونگی ارتباط عوامل با قصد کارآفرینی، می‌بایست اجزای مختلف قصد شناخته شوند.

تحقیقات موجود، بسیاری از عوامل را به عنوان شکل‌گیری قصد کارآفرینی می‌پذیرند. محققان آن‌ها را در دو گروه بزرگ، که مربوط به حوزه‌های زمینه‌ای و فردی هستند، طبقه‌بندی می‌کنند. [۱۶]

گروه اول شامل جمعیت، صفات شخصی، ویژگی‌های روان‌شناختی، مهارت‌های فردی و دانش اولیه، شبکه فردی و روابط اجتماعی است. گروه دوم حمایت محیطی، اثرات محیطی و عوامل سازمانی را در بر می‌گیرد.

تحقیقات انجام شده، حوزه‌های فردی (مانند: شخصیت، انگیزه و تجربه‌های قبلی) و متغیرهای زمینه‌ای (مانند: زمینه‌های اجتماعی، بازارها و اقتصاد) را به عنوان دو بعد مسئول در قبال شکل‌گیری مقاصد کارآفرینی مشخص می‌کنند. [۱۶]

حوزه فردی

جمعیت (دموگرافیک): پس از اولین مقاله رابرتز (۱۹۹۱) درباره ویژگی‌های فردی کارآفرینان پیشرفته، چندین مقاله، به منظور شناسایی عوامل مسئول در قبال شکل‌گیری قصد کارآفرینی، جمعیت را مورد بررسی قرار داده‌اند. بسیاری از آن‌ها سن و جنسیت را مورد بررسی قرار داده‌اند.

در رابطه با جنسیت بیان داشتند که در ایالات متحده مردان دو برابر زنان احتمال دارد که در فرایند شروع یک کسب و کار جدید قرار گیرند.

[۱۷]

نیاز در خصوص کارآفرینی، زمینه‌سازی فرهنگی و توسعه و حمایت پژوهشی از کارآفرینی، مفاهیم کارآفرینی را به دانشگاه وارد می‌سازد و دانش، نگرش و مهارت دانشجویان را به سوی کارآفرینی و کارآفرین شدن سوق می‌دهد. پژوهش حاضر به منظور بررسی نقش آموزش کارآفرینی در نگرش کارآفرینانه و باور خودکارآمدی عمومی دانشجویان دانشگاه شهید بهشتی صورت گرفته بود، یافته‌های پژوهش نشان داد که آموزش کارآفرینی بر نگرش کارآفرینانه و باورهای خودکارآمدی عمومی دانشجویان تأثیر مثبت دارد و بین نگرش کارآفرینانه و باور خودکارآمدی عمومی دانشجویان رابطه معنادار وجود دارد [۷].

به هر حال با وجود ده سال پژوهش در این زمینه، محققان در حال حاضر نسبت به عوامل یا فرایندهایی که مقاصد کارآفرینی را ایجاد کرده یا توسعه می‌دهند، درک محدودی دارند. [۳۱]

عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینی از دیدگاه رابینسون برای اینکه فرد نگرش و قصدی در راستای یک کسب و کار کوچک کسب کند یک سری عوامل دخیل هستند که در زیر به آنها پرداخته شده است.

- ۱- عوامل رفتاری شامل: الف) عوامل نظریه رفتاری آجنز (ب) عوامل نظریه شاپیرو؛
- ۲- عوامل محیطی شامل: الف) حمایت دانشگاه، جامعه و دولت (ب) روابط متقابل افراد و سرمایه اجتماعی (ج) شرایط اقتصادی و سیاسی؛
- ۳- عوامل فردی شامل: الف) شخصیت، (ب) هوش و هوش هیجانی (ج) سن، جنس، تحصیلات و مهارت‌های افراد؛
- ۴- عوامل خانوادگی شامل الف) شرایط اقتصادی خانواده (ب) شغل پدر و مادر و تحصیلات و فرهنگ آن‌ها؛
- ۵- فرهنگ و قومیت. [۳۲]

خودکارآمدی کارآفرینانه

خودکارآمدی اینگونه تعریف می‌شود: باور این که فرد توانایی انجام وظیفه‌ای را دارد و باور فرد به اینکه می‌تواند به طور مفید از این مهارت‌ها برای دستیابی به هدف مورد نظر استفاده کند. [۳۳]

بنابراین باور خودکارآمدی، اعتقاد به انجام دادن کاری است که فرد را وادار به انجام آن می‌کند، در او اراده شکل می‌گیرد و تصمیم به اقدام می‌گیرد.

چن و همکاران (۱۹۹۸) خودکارآمدی را برآورد و تخمین فرد از توانایی‌های خود می‌دانند که برای جمع بین انگیزه، منابع شناختی و فرایند عمل استفاده می‌کند تا بر حوادث زندگی کنترل بیشتری داشته باشد.

خودکارآمدی موفقیت در کسب و کار را پیش‌بینی می‌کند و مبتکرانی را که می‌توانند حوزه‌های جدید کسب و کار را آغاز نمایند مشخص می‌نماید. [۱۳]

اولیه نیز که توسط شین (۱۹۹۹) به عنوان موجودی اطلاعات تولید شده از طریق تجارب ویژه زندگی مردم تعریف شده است، قصد کارآفرینی را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

شبکه (ارتباط) و روابط اجتماعی: شبکه‌های ارتباطی با ساختن چارچوبی که کارآفرینان باید در قالب آن عمل کنند، مقاصد کارآفرینی را تحت تأثیر قرار می‌دهند. [۲۹]

حوزه زمینه‌ای

حمایت محیطی: فعالیت‌های کارآفرینی نیز ممکن است به واسطه اثرات محیط کاری اطراف شرح داده شوند. محققان تأکید کرده‌اند که سیاست‌های دولت، ویژگی‌های بافت محلی (مثل دسترسی به زیرساخت‌های لجستیکی، سرمایه‌گذاران مالی و اثرات جانبی)، و به طور خاص تر ساز و کارهای حمایتی دانشگاه فعالیت‌های کارآفرینی را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

تأثیر محیطی: مقالات متعددی بر روی قدرت پیش‌بینی که محیط درباره مقاصد و حرکت‌های کارآفرینی دارد متمرکز هستند، محققان با توجه خاص به ایجاد سرمایه‌گذاری‌های جدید و مستقل نشان داده‌اند که شرکت‌های تازه تأسیس در تمام صنایع پیشرفته با فناوری بالا به طور مساوی توزیع نمی‌شوند. ویژگی‌های صنعت ممکن است محرک مقاصد کارآفرینی افراد باشد.

عوامل سازمانی: همراه با ابعاد بررسی شده، ابعاد سازمانی نیز دلیلی بر شکل‌گیری مقاصد کارآفرینی هستند. این عوامل به طور ویژه برای افرادی که تمایل به ترویج کارآفرینی از طریق ارزش‌گذاری در شرکت‌های موجود دارند، مهم هستند. کاوین و اسلوین (۱۹۸۸) تأثیر ساختار سازمانی را بر مقاصد کارآفرینانه مدیر ارشد بررسی کرده‌اند. آنها شرکت‌های دارای ساختار ارگانیکی را با شرکت‌های دارای ساختار مکانیکی مقایسه کرده و ارتباطی مثبت و مستقیم بین سازمان‌های ارگانیک و قصد کارآفرینی مدیر ارشد یافته‌اند.

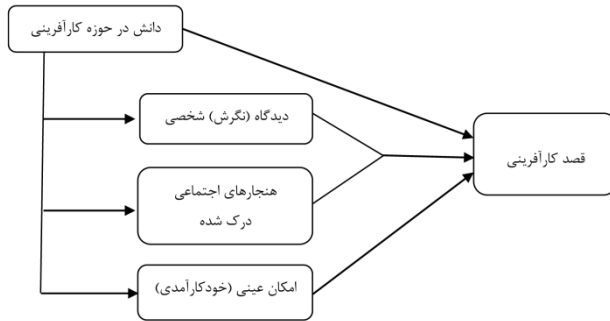
سایر محققان با مطالعه نقش ابعاد زمینه‌ای ثابت می‌کنند که تأثیرات محیطی مانند فرصت‌های شغلی، ناهمگونی بازار و حمایت محیطی مانند حمایت مالی، سیاسی و زیربنایی مقاصد کارآفرینی را تحت تأثیر قرار می‌دهند.

مقاله‌ای با عنوان آموزش کارآفرینی در سطح دانشگاه و قصد کارآفرینانه دانشجویان انجام شد. هدف این مقاله شناسایی محتوای آموزش کارآفرینی دانشگاه و تأثیر آن بر قصد کارآفرینی دانشجویان بود، جامعه پژوهش این تحقیق دانشجویان ۱۷۰ کشور اروپایی بود که نتایج نشان داد آموزش‌های کارآفرینی تأثیر مثبتی در قصد کارآفرینی دارد. [۳۰]

در مقاله‌ای با عنوان نقش آموزش کارآفرینی در نگرش کارآفرینانه و باور خودکارآمدی عمومی دانشجویان بیان کرد آموزش عالی از طریق انتقال دانش کاربردی در زمینه اشتغال، ایجاد مهارت‌ها و توانایی‌های مورد

محدودیت‌های تمقیق

- عدم امکان تعمیم نتایج تحقیق به سایر دانشگاه‌ها؛
- عدم همکاری، دانشجویان در تکمیل اصولی پرسشنامه؛
- عدم دسترسی به دانشجویان از رشته‌های مختلف در یک زمان.



نمودار ۱- مدل مفهومی تحقیق [۳۷]

اهداف تمقیق

- هدف اصلی انجام این تحقیق بررسی تأثیر خودکارآمدی کارآفرینانه بر تقویت قصد کارآفرینی دانشجویان دانشگاه پیام‌نور شهرستان بیجار است.
- اهداف فرعی عبارتند از:
 - بررسی تأثیر مهارت شناخت فرصت‌های بازار و توسعه محصول جدید بر تقویت قصد کارآفرینی دانشجویان پیام‌نور شهرستان بیجار؛
 - بررسی تأثیر مهارت ایجاد رابطه با سرمایه‌گذاران بر تقویت قصد کارآفرینی دانشجویان پیام‌نور شهرستان بیجار؛
 - بررسی تأثیر مهارت شناسایی هدف اصلی بر تقویت قصد کارآفرینی دانشجویان پیام‌نور شهرستان بیجار؛
 - بررسی تأثیر مهارت رویارویی با چالش‌های غیرمنتظره بر تقویت قصد کارآفرینی دانشجویان پیام‌نور شهرستان بیجار؛
 - بررسی تأثیر مهارت توسعه منابع انسانی بر تقویت قصد کارآفرینی دانشجویان پیام‌نور شهرستان بیجار.

مدل مفهومی تمقیق

- درباره تأثیر خودکارآمدی بر قصد کارآفرینی مدل‌های مختلفی ارائه شده است، به دلیل آنکه در مدل لینان به تأثیر مستقیم خودکارآمدی بر قصد کارآفرینی اشاره شده است، در این پژوهش ما از مدلی که توسط لینان (۲۰۰۴) ارائه شده است و به عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینی دارد استفاده می‌کنیم این مدل براساس اجتماع نظریه "رویداد کارآفرینی شاپیرو و سوکول (۱۹۸۲) و نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده آجزن (۱۹۹۱) به وجود آمده است.
- در این پژوهش از بخشی از این مدل که به تأثیر خودکارآمدی بر قصد کارآفرینی اشاره دارد استفاده شده است و لذا به سایر بخش‌های مدل پرداخته نشده است.

طبق نظر باندورا (۲۰۰۰) چهار راه برای توسعه خودباوری وجود دارد و منابع خودباوری محسوب می‌شود:

- ۱- تجربیات حرفه‌ای: طبق نظر باندورا (۱۹۹۷) تجربیات پیشین تأثیرگذارترین منبع اطلاعات مربوط به خودکارآمدی است چرا که مدرک قابل اعتماد و موثقی است که آیا فرد می‌تواند در انجام وظایف به موفقیت برسد یا خیر.
 - ۲- مدل‌سازی اجتماعی: دومین منبع باورهای مربوط به خودکارآمدی، مدل‌سازی است. وقتی که افراد مدل‌های نقشی را مشاهده می‌کنند این مدل‌ها می‌توانند تجربیات جایگزینی را برای تأثیر بر خودکارآمدی ایجاد کنند. [۳۴]
 - ۳- اجبار اجتماعی: اجبار اجتماعی باور فرد به بازخورد دیگران نسبت به توانایی‌ها و ظرفیت‌هایش می‌باشد. [۳۵]. تشویق اطرافیان در خوب انجام دادن کار افراد مؤثر می‌باشد. وقتی فرد قانع می‌شود که توانایی رسیدن به اهداف مهم را دارد، هنگام بروز مشکلات استقامت بیشتری نشان می‌دهد و تمایل به پشتکار دارد.
 - ۴- وضعیت احساسی و فیزیکی فرد: این منبع چهارمین منبع خودکارآمدی است. درباره حالات فرد می‌توان گفت اضطراب و دلواپسی درباره انجام یک وظیفه می‌تواند به تمایل شکست در انجام آن کار کمک کند. [۳۵]
- پژوهش ژاو و همکاران (۲۰۰۵) نشان می‌داد که مفهوم تجربیات حرفه‌ای که باندورا مطرح کرده بود، چگونه خودکارآمدی کارآفرینانه را تحت تأثیر قرار می‌دهد. ژاو و همکاران بیان داشتند که: "افراد تمایل داشتند که کارآفرین شوند یا حداقل قصد داشتند آن را شکل دهند، به دلیل اینکه آنها خود کارآمدی کارآفرینانه دارند". [۲۵]
- طی سه دهه اخیر، تحقیقات عوامل متفاوتی را معرفی کرده‌اند که با خودکارآمدی کارآفرینانه ارتباط دارد. به طور خلاصه، این عوامل شامل سطح مهارت در رهبری، مدیریت مالی، نوآوری، ریسک‌پذیری، تجربه حرفه‌ای و مدل‌سازی اجتماعی هستند، بسیاری از محققان معتقدند که افراد با خودکارآمدی کارآفرینانه بالاتر قصد کارآفرینی بیشتری خواهند داشت.
- میان خودکارآمدی کارآفرینانه و قصد کارآفرینی ارتباط مثبتی یافت شده است، مخصوصاً که یافته‌ها نشان می‌دهد کارآفرینان برای انجام کار خود نیاز به خودکارآمدی بالا دارند. [۳۵]
- از سال ۲۰۰۴، تحقیقات پیرامون خودکارآمدی کارآفرینانه وسعت بیشتری به خود گرفت. به عنوان مثال لوکاس و کوپرا (۲۰۰۵) دریافتند که خودکارآمدی کارآفرینانه را به عنوان ویژگی که شرکت‌های کوچک را از شرکت‌های در حال رشد متمایز می‌کند، مطرح می‌کنند.
- بردلی و رابرتز (۲۰۰۴) رابطه مثبتی میان خودکارآمدی و رضایت شغلی کارآفرینان پیدا کردند.

روش‌شناسی تمقیق

در این فرمول N حجم کل جامعه، p و q برابر ۵۰ درصد قرار داده شده‌اند، e (مقدار خطای مجاز) برابر ۵ درصد در نظر گرفته شده است و مقدار Z نیز با توجه به سطح اطمینان ۹۵ درصد از جدول توزیع نرمال استخراج می‌گردد. با توجه به تعداد اعضای جامعه مورد مطالعه ۱۱۰۰ نفر و فرمول، حجم کلی نمونه برابر است با ۲۸۴ نفر به منظور حصول اطمینان از صحت نتایج ۲۹۴ پرسشنامه توزیع گردیده است. [۱۰]

یافته‌های پژوهش**یافته‌های توصیفی**

با توجه به داده‌های حاصل نزدیک به ۶۴ درصد از پاسخگویان را زنان و ۳۵ درصد از آنان را مردان تشکیل می‌دهند. حدود ۵۹ درصد از افراد پاسخگو در مقطع کارشناسی و ۳۷ درصد در مقطع کارشناسی ارشد مشغول به تحصیل می‌باشند. از نظر وضعیت اشتغال حدود ۴۸ درصد از افراد بیکار هستند، ۳۳ درصد تجربه شغل آزاد و ۸ درصد تجربه شغل دولتی داشته‌اند. حدود ۱۱ درصد نیز به این سؤال پاسخ نداده‌اند.

یافته‌های مبتنی بر فرضیات تحقیق**فرضیه اول**

همانگونه که نتیجه آزمون نشان می‌دهد مقدار آزمون پیرسون ۴۷۹/۰ و سطح معناداری ... می‌باشد. به بیان دیگر با احتمال ۹۹ درصد بین دو متغیر "قصد کارآفرینانه" و توانایی توسعه محصول جدید و فرصت‌های بازار همبستگی مثبت وجود دارد و تغییرات در هر دو متغیر به طور هم جهت اتفاق می‌افتد. به عبارت دیگر با هرگونه افزایش در مقدار هر کدام از دو متغیر مقدار متغیر دیگر افزایش می‌یابد و برعکس. در نتیجه فرض صفر رد شده و فرض یک تأیید می‌شود.

فرضیه دوم

بر اساس نتیجه آزمون، مقدار پیرسون برابر با ۳۸۵/۰ و سطح معناداری ... است. می‌توان گفت بین متغیر قصد کارآفرینانه و توانایی ساخت محیط نوآورانه به احتمال ۹۹ درصد همبستگی مثبت وجود دارد. بنابراین فرض صفر تحقیق رد شده و فرض یک تأیید می‌شود و با افزایش یا کاهش در هر کدام از دو متغیر، متغیر دیگر افزایش و یا کاهش می‌یابد.

فرضیه سوم

بنابر نتایج آزمون پیرسون، میان دو متغیر قصد کارآفرینانه و توانایی ایجاد رابطه با سرمایه‌گذاران همبستگی مثبت وجود دارد. مقدار آزمون ۲۳۷/۰ و سطح معنی‌داری ۰۰۴/۰ می‌باشد بنابراین به صورت هم جهت حرکت می‌کنند.

از آنجا که هدف تحقیق حاضر بررسی تأثیر خودکارآمدی بر قصد کارآفرینی است، از نظر هدف کاربردی، و از نظر نحوه گردآوری اطلاعات توصیفی و از نوع پیمایشی است. [۸]
در این پژوهش از روش‌ها و ابزارهای زیر جهت جمع‌آوری اطلاعات استفاده شده است:

- در تکمیل مبانی نظری و سابقه تحقیقات، مطالعات کتابخانه‌ای انجام گرفته و از منابع کتابخانه‌ای و اینترنتی شامل کتب، مقالات، پایان‌نامه‌ها و مطالعات موردی استفاده شده است؛
- روش میدانی: به منظور جمع‌آوری داده‌ها برای انجام تحلیل، پرسشنامه مورد استفاده قرار گرفته است، پرسشنامه مذکور دارای دو بخش است که در بخش اول سؤالات عمومی و در بخش دوم سؤالات تخصصی مطرح گردیده است. در بخش عمومی سؤالات جمعیت‌شناختی از قبیل جنسیت، سطح تحصیلات، رشته تحصیلی، وضعیت اشتغال و ... افراد مورد سؤال قرار گرفته است و بخش سؤالات تخصصی شامل ۲۷ سؤال تخصصی بوده که به هفت بخش تقسیم شده است، شش بخش آن شامل شاخص‌های خودکارآمدی است و یک بخش مربوط به سنجش قصد کارآفرینی است. از آنجا که پرسشنامه مذکور توسط دی نابل و همکاران که از نظریه‌پردازان درباره خودکارآمدی کارآفرینانه هستند طراحی شده و به وسیله اساتید راهنما و افراد صاحب‌نظر مورد تأیید قرار گرفته از اعتبار روایی برخوردار است.

در این پژوهش به منظور تعیین پایایی آزمون از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است، همچنین به منظور سنجش پایایی شاخص‌ها و میزان همبستگی درونی گویه‌هایی که شاخص‌ها را تشکیل می‌دهند، ابتدا ۳۰ پرسشنامه قبل از پرسشنامه اصلی تکمیل شد و با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ همبستگی درونی گویه‌ها مورد ارزیابی قرار گرفت و گویه‌هایی که همبستگی پایینی با دیگر گویه‌ها داشتند حذف گردید و در نهایت پرسشنامه اصلی تدوین شد. بنابراین، برای اندازه‌گیری قابلیت اعتماد، از روش آلفای کرونباخ استفاده شد و برای انجام آن از نرم‌افزار SPSS بهره گرفته شد. میزان ضریب اعتماد با روش آلفای کرونباخ محاسبه شد که برای کل سؤالات پرسشنامه ۸۸/۰، به دست آمد. [۹]

جامعه آماری پژوهش حاضر را کلیه دانشجویان در حال تحصیل دانشگاه پیام‌نور شهرستان بیجار تشکیل می‌دهند. به دلیل کم بودن دانشجویان مقطع دکتری و عدم تأثیر قابل توجه آنها بر نتیجه تحقیق از جامعه فوق حذف گردید و تعداد نهایی جامعه مورد مطالعه به حدود ۱۱۰۰ نفر رسیده است.

از آنجا که جامعه مورد نظر این تحقیق دانشجویان پیام‌نور شهرستان بیجار می‌باشد یک نمونه ۲۹۴ نفری از دانشجویان رشته‌های گوناگون با استفاده از فرمول انتخاب شد.

آمده نشان می‌دهد که متغیر "توانایی شناسایی هدف اصلی" در مقایسه با سایر متغیرها بالاترین سهم را بین پیش‌بینی قصد کارآفرینانه به خود اختصاص داده است و در درجه دوم متغیر توانایی توسعه محصول جدید و ایجاد فرصت‌های بازار سهم بیشتری نسبت به سایر متغیرها در پیشگویی متغیر وابسته دارد. شش مقیاس خود کارآمدی ۳۶ درصد می‌توانند تغییرات قصد کارآفرینی را پیش‌بینی کرده و روی آن اثر گذارند. بنابراین می‌توان گفت ۶۴ درصد سهم سایر عوامل است که در پیش‌بینی قصد اثر دارند.

جدول ۳- بررسی وضعیت متغیرهای تحقیق

سطح معنی‌داری	t	ضرایب استاندارد	ضرایب غیراستاندارد	B
		Beta	Std.Error	
.۳۸۸	.۸۶۶		۱.۰۲۷	.۸۸۹
.۱۰۱۶	۲/۴۳۰	.۲۴۸	.۰۷۹	.۱۹۱
.۵۴۹	.۶۰۱	.۰۷۰	.۱۲۳	.۰۷۴
.۹۱۳	.۱۰۹	.۰۱۰	.۱۱۴	.۰۱۳
.۱۰۰۲	۳/۲۱۰	.۳۷۱	.۱۳۰	.۴۱۸
.۷۱۸	.۳۶۲	.۰۲۸	.۱۰۵	.۰۳۸
.۵۰۶	-۶۶۶	-.۰۶۷	.۱۲۹	-.۰۸۶

پیشنهادهای

- برگزاری کارگاه‌های آموزشی در راستای تقلیل نقاط ضعف و تقویت دانش و مهارت کارآفرینانه و به تبع آن افزایش سطح خودکارآمدی در دانشجویان؛
- تلاش برای تقویت شاخص‌های خودکارآمدی دانشجویان؛
- ترغیب دانشجویان به شرکت در دوره‌های آموزشی از طریق افزایش جذابیت دوره‌ها و بهره‌گیری از تکنیک‌هایی از جمله: الف) مورد کاوی

فرضیه چهارم

جهت بررسی رابطه میان تغییر قصد کارآفرینانه و متغیر توانایی شناسایی هدف اصلی همبستگی مثبت وجود دارد. مقدار آزمون ۰/۴۶۱ است و این رابطه با احتمال ۹۹ درصد معنادار است.

فرضیه پنجم

نتایج حاصل نشان می‌دهد میان قصد کارآفرینانه و رویارویی با چالش‌های غیرمنتظره همبستگی مثبت وجود دارد. مقدار آزمون ۰/۲۲۷ می‌باشد و این رابطه با سطح معنی‌داری ۰/۰۶ به احتمال ۹۹ درصد معنی‌دار است.

فرضیه ششم

نتایج حاصل نشان می‌دهد میان قصد کارآفرینانه و مهارت توسعه منابع همبستگی مثبت وجود دارد. مقدار آزمون ۰/۲۶۴ است و این رابطه به احتمال ۹۹ درصد معنادار است.

تحلیل رگرسیون

در تحلیل چند متغیری قصد کارآفرینانه با شش عامل فوق مقدار R2 به دست آمده برابر با ۳۶/۴ بوده است. بنابراین می‌توان گفت که مجموعه متغیرهای توانایی توسعه منابع انسانی، توانایی رویارویی با چالش‌های غیرمنتظره، توانایی ایجاد رابطه با سرمایه‌گذاران، توانایی توسعه محصول جدید و ایجاد فرصت‌های بازار، توانایی شناسایی هدف اصلی و توانایی ساخت محیط نوآورانه ۳۶/۴ درصد تغییرات متغیر وابسته (قصد کارآفرینانه) را تبیین و پیش‌بینی می‌کنند.

جدول ۱- خلاصه مدل رگرسیون

خطای برآورد	ضریب تعیین تعدیل شده	ضریب تعیین	ضریب همبستگی چند گانه
۲.۷۹۳۷۷	.۳۳۷	.۳۶۴	.۶۰۴

همچنین جدول ۲ معنی‌دار بودن رگرسیون را در سطح ۹۹ درصد تأیید می‌کند.

جدول ۲- تحلیل مدل رگرسیون

سطح معنی‌داری	F	میانگین مربعات	درجه آزادی	مجموع مربعات
۰.۰۰۰	۱۳.۳۳۸	۱۰۴.۳۳۸	۶	۶۲۶.۰۳۰
		۷.۸۰۵	۱۴۰	۱۰۹۲.۷۱۹
			۱۴۶	۱۷۱۸.۷۴۸

جدول ۳ نشان می‌دهد تنها اثرات دو متغیر "توانایی در توسعه محصول جدید و ایجاد فرصت بازار و توانایی شناسایی هدف اصلی معنی‌دار است و اثرات سایر متغیرها معنی‌دار نبوده و تأثیر بسیار ضعیفی در پیشگویی متغیر قصد کارآفرینانه دارند. همچنین مقدار بتای به دست

17. Gartner, W.B Gatewood. E. & Shaver, k.G. Reasons for strating a business: not-So-Simple answers to Simple question, 1991.
18. Kourilsky, M.L. & walstad, W.B. Entrepreneurship and femal youth: Knowledge, attitudes, gender differences, and educational practices. journal of Business venturing, 13:77-88, 1998.
19. Evans, D, & Leighton, L. Soma empirical aspects of entrepreneurship. American Economic Reviews 79: 519-535, 1989.
20. Ritsila, j, & tervo, H. Effects of unemployment on new firm formation: micro- level panel data evidence from finland. Small Business Economics, 19: 31-40, 2002.
21. Busenitz, l. Entrepreneurial risk and strategic decision making. journal of Applied Behavioural Science, 35(3): 325-340, 1999.
22. Cooper, A. woo, & Dunkelberg, w. Entrepreneurs, perceived Chances for success, journal of Business venturing, 3(2): 97-108, 1988.
23. Lock, E.A. the traits of American business heroes. Manuscript in preparation, university of Maryland, 1993.
24. Stewart, W. & Roth, p. risk propensity differences between entrepreneurs and managers: A mea- analyfic review. journal of Applied psychology, 86(1): 145-153, 2001.
25. Zhao H., Seibert, s. & Hills, G. The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. journal of Applied psychology, 90(6): 1265-1272, 2005.
26. Locke, E.A, & LATHAM, GP. A Theory of god selting and performance. Englewood cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1990.
27. Gomez- Mejia, B. & Balkin, D. Effectiveness of individual and Aggregate compensation Strategies. industrial Relations, 28(3): 431-445, 1989.
28. Baum, R.j, Locke, E, 8 Smith, k.G. A multidimensional Model of Venture growth. Academy of management- journal, 44(2): 292-303, 2001.
29. Aldrich, H. organizations & Evolving sage Publications, Newburypark, ca, 1999.
30. Küttim, Merle; Kallaste, Marianne; Venesaar, Urve; Kiis, Aino, Entrepreneurship Education at University Level and Students' Entrepreneurial Intentions, 2014.
31. Markman, G.D, Balkin, D.B BARON, R.A Inventors and new venture formation: the effects of general self- efficacy and regretful thinking Entrepreneurship theory and practice, 27(2): 149-166, 2002.
32. Robins on, p.B., Stimpson, D.V, Huefner, j.c. & Hunt, H.K. "An attitude approach to the prediction of entrepreneurship" Entrepreneurship theory and practice, vol.15, 13-30, 1991.
33. Bandura, A. Human agency in Social cognitive there. A AMERICAN Psychologist, 44.1175-1184, 1989.
34. Wood, R., Bandura, A.. Social cognitive theory of organizational management. Academy of management review. 14, 361-384, 1989.
35. Peterson, T.O & Arnn, R.B. Self efficacy: the foundation of human performance. performance improvement quarterly. 18, 5-18, 2005.
36. Kichul, j.D, INtino, R.S. "Modeling entrepreneurial self efficacy on to instrumental tasks within the new venture creation process". Newe ngland journal of entrepreneurship, 39-48, 2005.
37. Liñán, F., «Intention-based models of entrepreneurship education», Piccolla Impresa / Small Business, Vol.3, pp.11-35, 2004.
- (ب) بحث و کار گروهی (ج) تدوین طرح‌های کسب و کار (د) نشست با کارآفرینان؛
- اتخاذ رویکرد و جهت‌گیری کارآفرینانه توسط اساتید در کلاس‌های درسی.
- ### منابع
۱. زالی، محمدرضا، مصطفی، پژوهش در زمینه موانع توسعه کارآفرینی در ایران. انتشارات دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، ۱۳۸۷.
 ۲. دفتر دیده‌بان جهانی کارآفرینی ایران، دانشکده کارآفرینی، طرح تحقیقاتی ارزیابی شاخص‌های کارآفرینی در کشور براساس مدل دیده‌بان جهانی. تهران، ۱۳۸۸.
 ۳. سلمانی‌زاده، عباس، ارائه الگویی برای پیش‌بینی رفتار کارآفرینانه. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد دانشگاه علامه طباطبایی، ۱۳۸۵.
 ۴. اسکندرانی، حمید، ویژگی‌های کارآفرین و کارآفرینان ایرانی، مجله صنعت و مطبوعات، ۱۳۷۹.
 ۵. حیدری، ناصر، طراحی تبیین الگویی کارآفرینی برای دانشجویان کارشناسی‌ارشد رشته‌های علوم انسانی، دانشگاه تهران. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد؛ دانشگاه تهران، ۱۳۸۷.
 ۶. آراستی، زهرا. فتحی، فریناز. قلی‌پور، آرین، ویژگی‌های شخصیتی مؤثر بر قصد کارآفرینانه اجتماعی در کارآفرینان اقتصادی، فصلنامه اقتصاد و تجارت نوین، شماره‌های ۲۷، ۲۸، زمستان ۱۳۹۰ و بهار ۱۳۹۱.
 ۷. محسنی، عادل. موسوی، سیدحسین. جمالی، محمد، نقش آموزش کارآفرینی در نگرش کارآفرینانه و باور خودکارآمدی عمومی دانشجویان. فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، دوره ۱۹، شماره ۳، ۱۳۹۲.
 ۸. دانایی‌فرد، حسن؛ الوانی، مهدی؛ آذر، عادل، روش‌شناسی پژوهش کیفی در مدیریت، تهران نشر، ۱۳۸۳.
 ۹. خاکی، غلام‌رضا، روش تحقیق با رویکردی به پایان‌نامه‌نویسی. تهران: وزارت فرهنگ و آموزش عالی، مرکز تحقیقات علمی کشور، کانون فرهنگی - انتشاراتی درایت، ۱۳۸۷.
 ۱۰. آذر، عادل؛ مؤمنی، منصور، «آمار و کاربرد آن در مدیریت»، جلد دوم، تهران، نشر سمت؛ صفحه ۱-۷۶-۳۲، ۱۳۸۷.
 11. Bosma, N., Acs, z.j., Autio, E, Coduras, A., & Ievie, j. Global Entrepreneurship Monitor, 2008.
 12. Budner, S. Intolerance of ambiguity as a personality Variable. Journal of personality, 3:29-50, 1982.
 13. Bandura, A. Social Foundation Of Thought and action: A social cognitive theory, 1986.
 14. Nabi, G, & Linan, F., "Graduate entrepreneurship in the developing wold: intention, education and development" Education traning, wo 5, 2011 pages 325-334, 2011.
 15. Bird, B. "Implementing entrepreneurial IDEAS: THE case for intention" Academy of Management, 13, 442-452, 2009.
 16. Bird, B. Implementing Entrepreneurial Ideas: THE case for Intention. THE Academy of Management Review, 13(13): 442-453, 1988.