

عامل های تأثیرگذار بر قصد کارآفرینانه دانشجویان کارشناسی ارشد کشاورزی دانشگاه زنجان با تأکید بر اثر میانجی نگرش نسبت به رفتار کارآفرینانه

روح اله رضائی^۱، لیلا شرفی^۲، پریسا نجفلو^۲ و شیرین گلباز^۲

۱- دانشیار، دانشکده کشاورزی، دانشگاه زنجان
۲ و ۳- دانشجوی دکتری ترویج و آموزش کشاورزی، گروه ترویج، ارتباطات و توسعه روستایی، دانشکده کشاورزی دانشگاه زنجان

چکیده

هدف این تحقیق بررسی عامل های تأثیرگذار بر قصد کارآفرینانه دانشجویان با تأکید بر اثر میانجی نگرش نسبت به رفتار کارآفرینانه بود. جامعه آماری این تحقیق را ۴۸۹ نفر از دانشجویان کارشناسی ارشد دانشکده کشاورزی دانشگاه زنجان در سال تحصیلی ۹۵-۱۳۹۴ تشکیل دادند که با توجه به جدول بارتلت و همکاران (۲۰۰۱)، ۲۲۰ نفر از آنان با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای با انتساب متناسب به عنوان نمونه انتخاب شد. برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه‌های استاندارد (پس از متناسب سازی پرسش‌ها با زمینه مرتبط با پژوهش) استفاده شد. روایی صوری پرسشنامه با نظر سنجی از متخصصان مورد تأیید قرار گرفت و روایی سازه و پایایی ترکیبی ابزار تحقیق نیز از راه برآورد مدل اندازه‌گیری و پس از انجام اصلاح‌های لازم به دست آمد. داده‌های گردآوری شده با استفاده از روش چند متغیره مدل سازی معادله‌های ساختاری مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته و به منظور آزمون اثر میانجی، از روش چندمنظوره خودگردان سازی استفاده شد. نتایج تحقیق نشان داد که دو متغیر کنترل رفتاری درک شده ($\beta=0/808$, $p\text{-value}=0/001$) و هنجارهای ذهنی ($\beta=0/374$, $p\text{-value}=0/001$) اثر مثبت و معنی داری بر قصد کارآفرینانه دانشجویان داشتند. همچنین، نتایج گویای آن بود که مجموع اثر غیرمستقیم متغیرهای کنترل رفتاری درک شده ($\beta=0/237$, $p\text{-value}=0/001$) و هنجارهای ذهنی ($\beta=0/210$, $p\text{-value}=0/001$) بر قصد کارآفرینانه از راه متغیر نگرش نسبت به رفتار کارآفرینانه معنی دار بود و در مجموع، سه متغیر هنجارهای ذهنی، کنترل رفتاری درک شده و نگرش ۶۴ درصد از واریانس متغیر قصد کارآفرینانه را تبیین کردند.

نمایه واژگان: قصد کارآفرینانه، نگرش، کنترل رفتاری درک شده، هنجارهای ذهنی، دانشجویان کشاورزی.

نویسنده‌ی مسئول: روح اله رضائی

رابطه‌نامه: rohollahrezaei@yahoo.com

دریافت: ۱۳۹۵/۰۷/۱۸ پذیرش: ۱۳۹۶/۰۳/۰۱

مقدمه

امروزه، ورود سالانه ۸۰۰ هزار نیروی انسانی جویای کار در کشور به بازار کار و برآورد شمار ۱۰ میلیون نفر بیکار در افق سال ۱۴۰۰، یکی از چالش‌های اصلی توسعه اجتماعی-اقتصادی در برنامه چهارم توسعه و برنامه‌های بعدی تا آن سال خواهد بود (زمانی علایی و امیدی نجف‌آبادی، ۱۳۹۳). بر این پایه و با در نظر گرفتن میزان رشد جمعیت در دو دهه گذشته، موضوع کار، اشتغال و بیکاری یکی از مهم‌ترین چالش‌های اجتماعی چند دهه آینده به شمار می‌آید. حل این بحران، سیاست‌گذاران غالب کشورها از جمله ایران را با چالش‌های بزرگی روبه‌رو ساخته است، به‌گونه‌ای که می‌توان بیان داشت، ثبات و زوال برخی از دولت‌ها در گرو حل بحران بیکاری است (بارانی و همکاران، ۱۳۸۹).

از سوی دیگر، آمارها نشان می‌دهند که شمار دانشجویان کشور در طول ۲۰ سال گذشته افزایش چشم‌گیری داشته، اما کیفیت دانش‌آموختگان و سازگاری تخصصی آنان با نیازهای جامعه، هنوز در هاله‌ای از ابهام قرار دارد. مسائل و مشکلات بیان شده در مورد آموزش عالی کشاورزی واقعیت و عینیت بیشتری دارد (رحمانیان کوشکی و همکاران، ۱۳۹۱).

شواهد موجود گواه آن است که از میان دانش‌آموختگان دانشگاهی، نرخ بیکاری در بین دانش‌آموختگان رشته‌های کشاورزی به دلیل عدم تناسب شدید بین پذیرش دانشجویان و بازار کار دارای بالاترین میزان می‌باشد. این در حالی است که ساختار نیروی انسانی بخش کشاورزی بسیار نامناسب و غیرتخصصی بوده و تنها شش درصد از شاغلان این بخش دارای تحصیلات دانشگاهی‌اند (زمانی علایی و امیدی نجف‌آبادی، ۱۳۹۳). از این رو، اشتغال دانش‌آموختگان از جمله چالش‌هایی است که همواره مورد توجه برنامه‌ریزان آموزشی در کشورهای مختلف بوده و نظام آموزشی کشور ما نیز از این قاعده مستثنی نبوده و نیست.

در این راستا، در دهه گذشته به علت اثرگذاری‌های مثبت کارآفرینی، بسیاری از کشورهای در حال توسعه به ویژه کشور ایران به کارآفرینی به‌عنوان یک راه‌حل اساسی بالقوه برای رفع مشکلات گوناگون پیش روی کشور از جمله نبود کارآیی در اقتصاد، افزایش نرخ بیکاری، شمار بیش از اندازه دانش‌آموختگان و ناتوانی بخش خصوصی و دولتی در ایجاد شغل برای آنان، توجه جدی مبذول داشته‌اند

(حسینی و همکاران، ۱۳۸۹).

یکی از دلایل اصلی تمرکز بر کارآفرینی، نیاز فزاینده جامعه‌ها برای بهره‌گیری از افرادی خلاق است که از طریق دیدگاه‌های نوین و تبدیل این دیدگاه‌ها به فعالیت‌های سودبخش، روند توسعه اقتصادی را تسریع می‌کنند (تارکر و سلکاک، ۲۰۰۹). کارآفرینی، در بردارنده منبعی از انعطاف‌پذیری، نوآوری، خلق شغل برای اقتصاد و و یک فرصت مناسب برای توجه جدی به مقوله توسعه حرفه‌ای افراد تلقی می‌شود (آنستک، ۲۰۰۳). کارآفرینی، به برخی پیامدها مانند افزایش فرصت‌های شغلی، رقابت، بهبود بهره‌وری و افزایش سطح رفاه اجتماعی اقتصادی منجر خواهد شد (عزیزی و همکاران، ۲۰۱).

به رغم اهمیت کارآفرینی، نتایج پژوهش‌های مختلف نشان می‌دهند که تنها درصد کمی از افراد جامعه وارد فعالیت‌های کارآفرینانه می‌شوند (اکساور و همکاران، ۲۰۱۲؛ کردنائیچ و همکاران، ۱۳۹۲؛ زمانی علایی و امیدی نجف‌آبادی، ۱۳۹۳). بنابراین، از آنجایی که تصمیم برای کارآفرین شدن می‌تواند به‌گونه‌ای منطقی، عمدی و آگاهانه انجام گیرد (کروگر و همکاران، ۲۰۰۰) و ایجاد یک شغل نیازمند زمان، برنامه‌ریزی و تا حد زیادی پردازش داده‌ها است، پس رفتار کارآفرینانه می‌تواند نوعی رفتار برنامه‌ریزی شده تلقی شود که مدل‌های قصد برای بررسی و ارزیابی آن مناسب به شمار می‌روند (لینان، ۲۰۰۴). در واقع، قصد کارآفرینانه عامل تصمیم‌گیری برای رفتار کارآفرینانه و پیش‌شرط اساسی برای بروز آن به شمار می‌آید (کروگر، ۲۰۰۷؛ فایول و گایلی، ۲۰۰۶ و سلیمانی و زرافشانی، ۱۳۹۰). چنین شواهدی، پژوهشگران را در به‌کارگیری مدل‌ها و نظریه‌های شناختی-اجتماعی برای شناسایی قصد کارآفرینانه به‌ویژه در راستای برنامه‌ریزی‌های شغلی جوانان تحت تأثیر قرار داده است.

در این زمینه قصد کارآفرینانه را می‌توان به‌عنوان پیش‌درآمد و عامل مؤثر بر رفتار کارآفرینانه، یا تصمیم برای کارآفرین بودن و خلق یک کار جدید قلمداد کرد (صیف و همکاران، ۱۳۹۳ و فایول و گایلی، ۲۰۰۶). از این منظر، اینکه چه کسی تصمیم به رفتار کارآفرینانه می‌گیرد اهمیت ندارد، بلکه مهم‌تر آن است که چه عامل‌هایی باعث می‌شود که یک فرد چنین تصمیمی را بگیرد (بارانی

- نگرش نسبت به رفتار کارآفرینانه: اشاره به میزان ارزشیابی مثبت یا منفی افراد در مورد کارآفرین بودن دارد (لینان و چن، ۲۰۰۹). نگرش، وضعیتی است برای پاسخ مساعد یا نامساعد به یک شخص، نهاد یا یک رویداد و نخستین عامل تعیین‌کننده قصد کارآفرینانه به شمار می‌آید. نگرش‌ها سه ویژگی اساسی دارند، آموختنی و اکتسابی هستند، زمینه بروز واکنش‌هایی را فراهم می‌کنند و چنین واکنش‌هایی گرایش مطلوب یا مطلوب نسبت به دیگر افراد یا رویدادها را ایجاد می‌کنند (آیژن، ۱۹۹۱). از این رو، هر اندازه افراد نسبت به فعالیت‌های کارآفرینانه نگرش مثبت داشته باشند، بدون تردید کارآفرینی را به‌عنوان امری امکان‌پذیر درک کرده و احتمال موفقیت آنان بیشتر خواهد شد.

- هنجارهای ذهنی: این متغیر فشارهای اجتماعی درک شده راجع به انجام دادن یا ندادن رفتارهای کارآفرینانه را اندازه‌گیری کرده و به‌طور خاص، به درک و احساس موافق افراد نسبت به تصمیم کارآفرین شدن یا نشدن اشاره دارد (لینان و چن، ۲۰۰۹).

- کنترل رفتاری درک شده: این متغیر اشاره به شناخت افراد از آسانی یا دشواری انجام رفتار داشته و به‌صورت درک از میزان آسانی و دشواری نسبت به کارآفرین شدن تعریف می‌شود. به‌عبارت‌دیگر، درک کنترل رفتاری میزان باور فرد را به این‌که می‌تواند یک کار خاص را انجام دهد، نشان می‌دهد، از این رو، می‌توان آن را خودباوری یا خودکارآمدی نیز نامید (لینان و چن، ۲۰۰۹). آنچه مسلم است، بدون یک حس قوی از خودکارآمدی، فرد انگیزه کمی به عمل و یا استقامت در رویارویی با دشواری‌ها به‌ویژه در هنگام تشکیل و راه‌اندازی کسب و کار دارد (بندورا، ۲۰۰۲).

با توجه به‌سادگی و جامعیت مدل رفتار برنامه‌ریزی شده آیژن، در سال‌های اخیر این مدل به شکل گسترده‌ای از سوی محققان مورد توجه قرار گرفته و تلاش شده است تا از راه آن به شناسایی و تبیین متغیرهای اصلی تأثیرگذار بر قصد و رفتار کارآفرینانه پرداخته شود که در ادامه به‌طور خلاصه به نتایج برخی از مهم‌ترین آنها اشاره شده است. نتایج پژوهش آدکیا و ابراهیم (۲۰۱۶)، نشان داد که امکان‌پذیری ادراک شده، خودکارآمدی ادراک شده و آموزش کارآفرینی اثر مثبت و معنی‌داری بر قصد کارآفرینی داشتند.

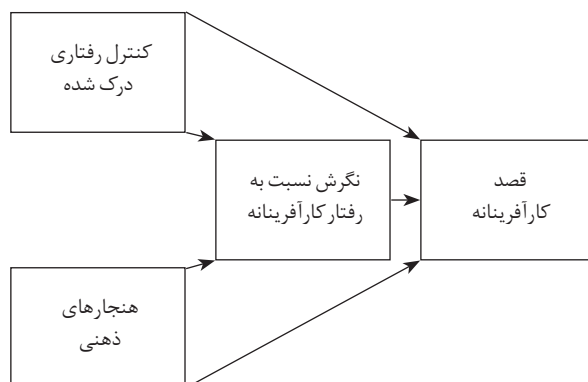
و همکاران، ۱۳۸۹). به بیان دیگر، در مرحله تصمیم‌گیری (قصد و عزم کارآفرینانه) این نکته شایان توجه است که چه عامل‌ها و عنصرهایی باعث انتخاب راه‌اندازی یک کسب و کار به‌جای گزینه‌های مختلف شغلی دیگر توسط یک فرد می‌شود (رحمانیان کوشکی و همکاران، ۱۳۹۱). به این ترتیب، قصد کارآفرینانه همان درونی فرد و نیت وی برای آغاز کسب و کار جدید و طرح‌ریزی آگاهانه برای تحقق این هدف در آینده است (تامپسون، ۲۰۰۹).

به‌هرحال، برای این‌که فرد قصدی را در راستای یک کسب‌وکار کارآفرینی به دست آورد، عامل‌های پرشماری دخالت داشته و تأثیرگذار هستند. با توجه به اهمیت موضوع، از دهه ۱۹۸۰ تاکنون اندیشمندانی از کشورهای مختلف به بررسی عامل‌ها و متغیرهای مختلف فردی، اجتماعی، اقتصادی و روان‌شناختی که بر قصد کارآفرینی تأثیرگذار می‌باشند، پرداخته‌اند و الگوهای مهمی از جمله الگوی رویداد کارآفرینانه شاپیرو (۱۹۸۲)، نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده آیژن (۱۹۹۱)، الگوی قابلیت و توان کارآفرینانه کروگر و برازیل (۱۹۹۴)، الگوی اقتصادی- روان‌شناسانه داویدسون (۱۹۹۵)، نظریه قصد کارآفرینانه بیزنیتیز و لائو (۱۹۹۷) و الگوی قصد کارآفرینی کروگر (۲۰۰۷) ارائه شده‌اند (آراستی و همکاران، ۱۳۹۰).

با وجود سودمند بودن این الگوها در پژوهش‌های کارآفرینی به‌ویژه قصد کارآفرینانه، نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده آیژن (Theory of Planned Behavior)، به دلیل وجود متغیرها و عامل‌های مختلفی که در آن به کار گرفته شده، باعث ارتباط و تعامل بیشتر با عامل‌های فردی و محیطی در جامعه شده است که از آن می‌توان به‌عنوان یک ابزار ارزشمند و قوی در بررسی قصد کارآفرینانه بهره گرفت (کوشکی و همکاران، ۱۳۹۱). بر پایه نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده، سه متغیر نگرش درباره رفتار، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتاری درک شده به‌عنوان اصلی‌ترین متغیرهای پیش‌بینی‌کننده قصد در راه‌اندازی فعالیت‌های کارآفرینانه به شمار می‌روند (ماریانو و جورجیوسکی، ۲۰۰۷). بر پایه این مدل، قصد کارآفرینانه نشان‌دهنده کوششی است که فرد برای انجام رفتار کارآفرینی در آینده انجام خواهد داد و بنابراین می‌تواند سه عامل انگیزشی که رفتار را تحت تأثیر قرار می‌دهد، در خود داشته باشد:

صیف و همکاران (۱۳۹۳) در بررسی خود عامل های مؤثر بر قصد کارآفرینی دانشگاهی در بین دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی شیراز را تبیین کردند. با توجه به نتایج این تحقیق، متغیرهای هنجارهای ذهنی، هنجارهای اجتماعی، تجربه کارآفرینانه، خودکارآمدی کارآفرینانه و تمایل به خطرپذیری به طور غیرمستقیم از راه متغیرهای میانجی مطلوبیت ادراک شده، امکان پذیری ادراک شده و نگرش، بر متغیر قصد کارآفرینانه اثر مثبت و معنی داری داشتند. در بررسی دیگری، کشاورز (۱۳۹۳) به این نتیجه دست یافت که نگرش عمومی، نگرش نسبت به کارآفرینی، باور به خودکارآمدی و پیشینه کارآفرینی از جمله عامل های اصلی اثرگذار بر قصد کارآفرینانه دانشجویان رشته های فنی-مهندسی، مدیریت و بازرگانی بودند. در نهایت، بنا بر نتایج تحقیق رحمانیان کوشکی و همکاران (۱۳۹۱) مشخص شد که متغیرهای باور به خودکارآمدی، حمایت خانواده و هنجارهای ذهنی با قصد کارآفرینانه دانشجویان رابطه مثبت و معنی داری داشتند. این در حالی بود که رابطه بین نگرش نسبت به کارآفرینی با قصد کارآفرینانه معنی دار نبود.

با توجه به مطالب اشاره شده در بخش های پیشین، هدف اصلی این بررسی، تبیین عامل های تأثیرگذار بر قصد کارآفرینانه دانشجویان با تأکید بر نقش میانجی نگرش نسبت به رفتار کارآفرینانه بود که در این زمینه، مدل نظری این پژوهش بر مبنای مدل رفتار برنامه ریزی شده در قالب شکل (۱) ترسیم شد.



نگاره ۱- مدل نظری پژوهش بر مبنای مدل رفتار برنامه ریزی شده

در بررسی دیگری، نتایج تحقیق نوانکو و همکاران (۲۰۱۲)، نیز بیانگر آن بود که نگرش نسبت به رفتار کارآفرینانه و آموزش کارآفرینی یک عامل مؤثر برای افزایش علاقه و گرایش دانشجویان نسبت به کارآفرینی بود. به همین منوال، دانیلا و همکاران (۲۰۱۶)، در بررسی خود نشان دادند که هنجارهای ذهنی دارای اثر معنی داری بر قصد کارآفرینانه دانشجویان علوم و مهندسی بود. رویزآلبا رابلدو و همکاران (۲۰۱۵)، در پژوهش خود دریافتند که کنترل رفتار درک شده و نگرش نسبت به کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان اثر مثبت و معنی دار داشتند، در حالی که رابطه بین هنجارهای ذهنی با قصد کارآفرینی دانشجویان معنی دار نبود. به طور همسان، سانتون (۲۰۱۰) و ماریانو (۲۰۰۶)، در بررسی های جداگانه ای به این نتیجه رسیدند که هنجارهای اجتماعی بر نگرش نسبت به کارآفرینی اثر مثبت و معنی دار داشتند. لینان و چن (۲۰۰۹)، نیز در بررسی خود مشخص کردند که هنجارهای ذهنی نمی توانند به تنهایی عامل تعیین کننده برای شکل گیری رفتار کارآفرینانه باشد، بلکه، هنجارهای ذهنی باید بتواند منجر به نگرشی مثبت نسبت به فعالیت های کارآفرینانه شوند.

نتایج تحقیق یعقوبی فرانی و همکاران (۱۳۹۴) گویای آن بود که بین متغیرهای نگرش نسبت به کارآفرینی، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتاری درک شده با متغیر قصد کارآفرینانه دانشجویان رابطه مثبت و معنی داری وجود داشت. کریمی (۱۳۹۴) در بررسی اثرگذاری های مستقیم، غیرمستقیم و تعدیلی محیط نهادی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی نشان داد که رابطه نگرش کارآفرینی و کنترل رفتاری درک شده با قصد کارآفرینانه مثبت و معنی دار بود. در بررسی دیگری، یادگار و همکاران (۱۳۹۳) دریافتند که نگرش کارآفرینانه اجتماعی بر قصد کارآفرینانه اثر مثبت و معنی دار داشت. به همین منوال، نتایج پژوهش زمانی علایی و امید نجفآبادی (۱۳۹۳) گویای آن بود که میزان قصد کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی در سطح متوسط قرار داشت. همچنین، با توجه به یافته های این تحقیق مشخص شد که مهارت های کارآفرینی، باور به خودکارآمدی، نگرش نسبت به کارآفرینی، ویژگی های روان شناختی و هنجارهای اجتماعی، متغیرهای اصلی پیش بینی کننده قصد کارآفرینانه بودند.

جدول ۱- شمار کل دانشجویان مورد بررسی و نمونه‌های اختصاص یافته به هر یک از طبقه‌ها

شمار نمونه اختصاص یافته	شمار کل دانشجویان	طبقه‌ها (بر حسب جنس)
۹۰	۲۰۲	پسر
۱۳۰	۲۸۷	دختر
۲۲۰	۴۸۹	کل

ابزار گردآوری داده‌ها در این تحقیق پرسشنامه بود که از پنج بخش مشخصه‌های فردی و حرفه‌ای پاسخگویان و پرسش‌های مرتبط با سنجش نگرش نسبت به رفتار کارآفرینانه (پنج پرسش)، هنجارهای ذهنی (سه پرسش)، کنترل رفتاری درک شده (پنج پرسش) و قصد کارآفرینانه (هشت پرسش) تشکیل شده بود که برای سنجش آنها از طیف لیکرت پنج سطحی (از بسیار مخالف = ۱ تا بسیار موافق = ۵) استفاده شد (جدول ۲). شایان یادآوری است که برای اندازه‌گیری قصد کارآفرینانه از پرسشنامه‌های استاندارد دی نابل و همکاران (۱۹۹۹) و مک‌گی و همکاران (۲۰۰۹) و سنجش نگرش، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتاری درک شده از مقیاس‌های توسعه داده شده در بررسی رویزآلبا رابلدو (۲۰۱۵) استفاده شد. البته، با توجه به این که بستر و زمینه انجام این بررسی را دانشکده کشاورزی تشکیل می‌داد، از این رو، پس از برگردان پرسشنامه‌های اشاره شده به فارسی، برای متناسب سازی پرسش‌ها با زمینه مرتبط با پژوهش، برخی اصلاح‌های مورد نیاز در پرسشنامه‌ها صورت گرفت.

بر مبنای مدل نظری پژوهش، مهم‌ترین فرضیه‌های این تحقیق عبارت بودند از:

فرضیه ۱: کنترل رفتاری درک شده بر قصد کارآفرینانه دانشجویان اثر مثبت و معنی‌دار دارد.

فرضیه ۲: هنجارهای ذهنی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان اثر مثبت و معنی‌دار دارد.

فرضیه ۳: نگرش نسبت به رفتار کارآفرینانه در رابطه بین کنترل رفتاری درک شده و قصد کارآفرینانه دانشجویان اثر میانجی دارد.

فرضیه ۴: نگرش نسبت به رفتار کارآفرینانه در رابطه بین هنجارهای ذهنی و قصد کارآفرینانه دانشجویان اثر میانجی دارد.

روش شناسی

این تحقیق از نظر هدف، کاربردی و به لحاظ چگونگی گردآوری اطلاعات، توصیفی و از نوع علی-معلولی و به طور مشخص مبتنی بر مدل معادله‌های ساختاری است. جامعه آماری این تحقیق را ۴۸۹ نفر از دانشجویان کارشناسی ارشد دانشکده کشاورزی دانشگاه زنجان در سال تحصیلی ۹۵-۱۳۹۴ تشکیل دادند که با توجه به جدول بارتلت و همکاران (۲۰۰۱)، شمار ۲۲۰ نفر از آنان به عنوان نمونه برای انجام تحقیق انتخاب شد. برای دستیابی به نمونه‌ها، از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای با انتساب متناسب (بر حسب جنس دانشجویان) بهره گرفته شد که پس از محاسبه، شمار نمونه‌های زیر به شرح جدول (۱) به هر یک از طبقه‌ها اختصاص یافت.

جدول ۲- بخش‌های مختلف پرسشنامه به همراه گویه‌ها و نمادهای مربوط به هر یک از آنها

متغیر پنهان (نماد در مدل)	متغیر آشکار (نماد در مدل)
نگرش نسبت به رفتار کارآفرینانه (ATT)	اشتغال به عنوان یک کارآفرین برای من بسیار غیر جذاب است (ATT _۱). کارآفرین بودن به من احساس رضایت بسیار بالایی می‌دهد (ATT _۲). اگر فرصت و منابع فراهم باشد، گرایش زیادی برای راه‌اندازی یک کسب و کار دارم (ATT _۳). ترجیح می‌دهم به جای کارآفرین بودن و راه‌اندازی یک کسب و کار پرخطر، یک شغل معمولی را برای خود انتخاب کنم (ATT _۴). به نظر من، برتری‌های ناشی از کارآفرین بودن بیشتر از کاستی‌های آن است (ATT _۵).
هنجارهای ذهنی (SN)	باور دارم اگر بخواهم یک کسب و کار جدید آغاز کنم، دوستانم تصمیم مرا برای آن تأیید خواهند کرد (SN _۱). در صورت آغاز یک کسب و کار جدید، خانواده‌ام بی‌درنگ مرا پشتیبانی خواهند کرد (SN _۲). همکلاسی‌هایم تصمیم مرا برای آغاز یک کسب و کار جدید تأیید می‌کنند (SN _۳).
کنترل رفتاری درک شده (PBC)	می‌توانم یک کسب و کار جدید را راه‌اندازی کرده و فرایند آن را به خوبی کنترل کنم (PBC _۱).

ادامه جدول ۲

متغیر پنهان (نماد در مدل)	متغیر آشکار (نماد در مدل)
	راه اندازی و تثبیت یک کسب و کار برای من کار دشواری نیست (PBC_2). اگر برای راه اندازی یک کسب و کار تلاش کنم، شانس زیادی برای موفقیت خود در آن قابل هستم (PBC_3). شناخت و توسعه یک دیدگاه جدید کسب و کار برای من کار دشواری است (PBC_4). من همه ی جزییات عملی مورد نیاز برای راه اندازی یک کسب و کار را می دانم (PBC_5).
قصد کارآفرینانه (EI)	حاضرم برای کارآفرین شدن هر کاری انجام دهم (E_{11}). مهم ترین هدف حرفه ای من این است که یک کارآفرین شوم (E_{12}). تمام تلاش خود را برای راه اندازی و آغاز فعالیت کسب و کارم انجام می دهم (E_{13}). تصمیم دارم تا در آینده یک کسب و کار درآمدزا ایجاد کنم (E_{14}). به طور خیلی جدی در زمینه راه اندازی یک کسب و کار جدید فکر می کنم (E_{15}). قصد دارم کسب و کار خود را در آینده ای نزدیک (کمتر از ۲ سال) راه اندازی کنم (E_{16}). قصد دارم کسب و کار خود را در فاصله زمانی بین ۲ تا ۵ سال آینده راه اندازی کنم (E_{17}). سرانجام روزی کسب و کار خود را راه اندازی خواهم کرد (E_{18}).

این تحقیق این شاخص ها شامل کای اسکور (χ^2)، میانگین مجذور پسماندها (RMR)، شاخص نرم برازندگی (NFI)، شاخص نرم نشده برازندگی (NNFI)، شاخص برازندگی فزاینده (IFI)، شاخص برازندگی تطبیقی (CFI)، شاخص میزان سازگاری یا انطباق (GFI) و شاخص ریشه دوم برآورد واریانس خطای تقریب (RMSEA) بودند. شایان یادآوری است که در مورد فرضیه های سوم و چهارم تحقیق یعنی اثر میانجی نگرش نسبت به رفتار کارآفرینانه در رابطه بین هنجارهای ذهنی و کنترل رفتاری درک شده با متغیر وابسته قصد کارآفرینانه، از روش چندمنظوره خودگردان سازی استفاده شد.

در این روش، در آغاز مدل تأثیر کامل یا تأثیر مستقیم متغیر مستقل بر متغیر وابسته بدون حضور متغیر میانجی برآورد می شود و در صورت معنی دار بودن این تأثیر، در مرحله دوم مدل با تأثیر میانجی که شامل متغیر میانجی است، مورد ارزیابی قرار می گیرد. در صورت معنی دار بودن مسیر غیرمستقیم در این مدل، فرضیه میانجی بودن مورد تأیید قرار می گیرد (هایز، ۲۰۱۳). در ادامه با بررسی رابطه مستقیم متغیر مستقل و وابسته در مدل با تأثیر میانجی، اگر این رابطه هنوز معنی دار باشد، فرضیه میانجی جزئی و در صورتی که رابطه اشاره شده معنی دار نباشد، فرضیه میانجی به طور کامل تأیید می شود ((پرچر و هایز، ۲۰۰۸؛ پهلوان شریف و مهدویان، ۱۳۹۴). برای تجزیه و تحلیل داده ها و اجرای روش خودگردان سازی از نرم افزار AMOS20 استفاده شد.

برای تعیین روایی ابزار تحقیق از روایی صوری و روایی سازه (شامل روایی همگرا، تشخیصی و منطقی) استفاده شد. روایی صوری پرسشنامه با نظر سنجی از متخصصان تأیید شد. در زمینه روایی سازه، برای ارزیابی روایی همگرا از سه معیار مختلف شامل بارهای عاملی استاندارد برابر و بزرگتر از ۰/۵، مقدار میانگین واریانس استخراج شده برابر و بزرگتر از ۰/۵ و پایایی ترکیبی برابر و بزرگتر از ۰/۷ استفاده شد (هیر و همکاران، ۲۰۱۰). همچنین، برای بررسی روایی تشخیصی، دو معیار میانگین واریانس استخراج شده و همبستگی متغیرهای پنهان با یکدیگر مد نظر قرار گرفت، به گونه ای که بایستی مربع همبستگی بین دو متغیر پنهان از میانگین واریانس استخراج شده هر دو پنهان کوچکتر باشد تا سازه دارای روایی تشخیصی مناسبی باشد (هیر و همکاران، ۲۰۱۰).

برای بررسی روایی منطقی، از ضریب های همبستگی بین متغیرهای پنهان در مدل اندازه گیری استفاده می شود، به گونه ای که این ضریب ها باید معنی دار باشند (پسوان، ۲۰۰۹). افزون بر بررسی روایی ابزار تحقیق در قالب موارد اشاره شده، به منظور بررسی پایایی ابزار تحقیق نیز از پایایی ترکیبی استفاده شد که مقدار آن برای هر یک از متغیرهای پنهان باید بزرگتر از ۰/۷ باشد (هیر و همکاران، ۲۰۱۰). همان طور که اشاره شد یکی از هدف های اصلی مدل سازی معادله های ساختاری، بررسی و آزمون درست بودن مدل و برازش آن با داده های میدانی می باشد که برای این منظور از شاخص های برازندگی استفاده می شود که در

یافته ها

(جدول ۳). در مجموع، با توجه به نتایج به دست آمده بر پایه معیارهای سه گانه اشاره شده، می توان بیان داشت که ابزار تحقیق دارای روایی همگرایی مناسبی بود. در زمینه روایی تشخیصی، نتایج تحقیق نشان داد که مربع ضریب همبستگی متغیرهای پنهان مورد بررسی به صورت دو به دو کوچکتر از میانگین واریانس استخراج شده برای تک تک متغیرهای پنهان بود؛ از این رو، ابزار تحقیق دارای روایی تشخیصی مناسبی بود.

در مورد روایی منطقی نیز با توجه به نتایج مندرج در جدول (۳)، ضریب های همبستگی بین چهار متغیر پنهان مورد بررسی در قالب مدل اندازه گیری کلی تحقیق معنی دار شده و در نتیجه، ابزار تحقیق دارای روایی منطقی است. در مورد پایایی پرسشنامه نیز از آنجایی که مقادیر پایایی ترکیبی به دست آمده برای متغیرهای پنهان مختلف بزرگتر از ۰/۷ بودند، بنابراین، ابزار تحقیق پایایی مناسبی داشت.

مدل اندازه گیری تحقیق به منظور برآورد مدل های اندازه گیری کلی تحقیق، داده های گردآوری شده با استفاده از نرم افزار AMOS₂₀ با تحلیل عاملی تاییدی (مرتب اول) تجزیه و تحلیل شدند که یافته های به دست آمده از آنها در جدول های (۳) و (۴) آورده شده است. با توجه به نتایج به دست آمده به استثنای دو متغیر آشکار E_{18} (مربوط به متغیر پنهان قصد کارآفرینانه) و PBC_4 (مربوط به متغیر پنهان کنترل رفتاری درک شده) که به دلیل داشتن بار عاملی کمتر از ۰/۵ از مدل اندازه گیری کنار گذاشته شدند، دیگر متغیرهای آشکار دارای بار عاملی بزرگتر از ۰/۵ بودند. افزون بر این شاخص، نتایج تحقیق گویای آن بود که مقادیر پایایی ترکیبی محاسبه شده برای همه ی متغیرهای پنهان شامل قصد کارآفرینانه، کنترل رفتاری درک شده، هنجارهای ذهنی و نگرش نسبت به رفتار کارآفرینانه بزرگتر از ۰/۷ بودند

جدول ۳- خلاصه نتایج به دست آمده از مدل اندازه گیری کلی تحقیق

متغیرهای پنهان	میانگین واریانس استخراج شده	پایایی ترکیبی	۱	۲	۳	۴	ضریب های همبستگی بین متغیرهای پنهان
قصد کارآفرینانه (۱)	۰/۵۰۸	۰/۸۶۲	۱	--	--	--	--
نگرش نسبت به رفتار کارآفرینانه (۲)	۰/۶۰۲	۰/۸۰۳	۰/۶۵*	۱	--	--	--
کنترل رفتاری درک شده (۳)	۰/۵۱۲	۰/۷۹۱	۰/۶۲*	۰/۵۰*	۱	--	--
هنجارهای ذهنی (۴)	۰/۵۰۰	۰/۷۱۲	۰/۴۳*	۰/۵۱*	۰/۵۵*	۱	--

*: معنی داری در سطح ۱ درصد و **: معنی داری در سطح ۵ درصد

بنا بر نتایج کسب شده در جدول (۴) در زمینه آزمون برازش مدل و شاخص های مختلف برازندگی، برازش مدل اندازه گیری در سطح شایان پذیرشی بود.

جدول ۴- نتایج میزان سازگاری مدل اندازه گیری با شاخص های برازندگی

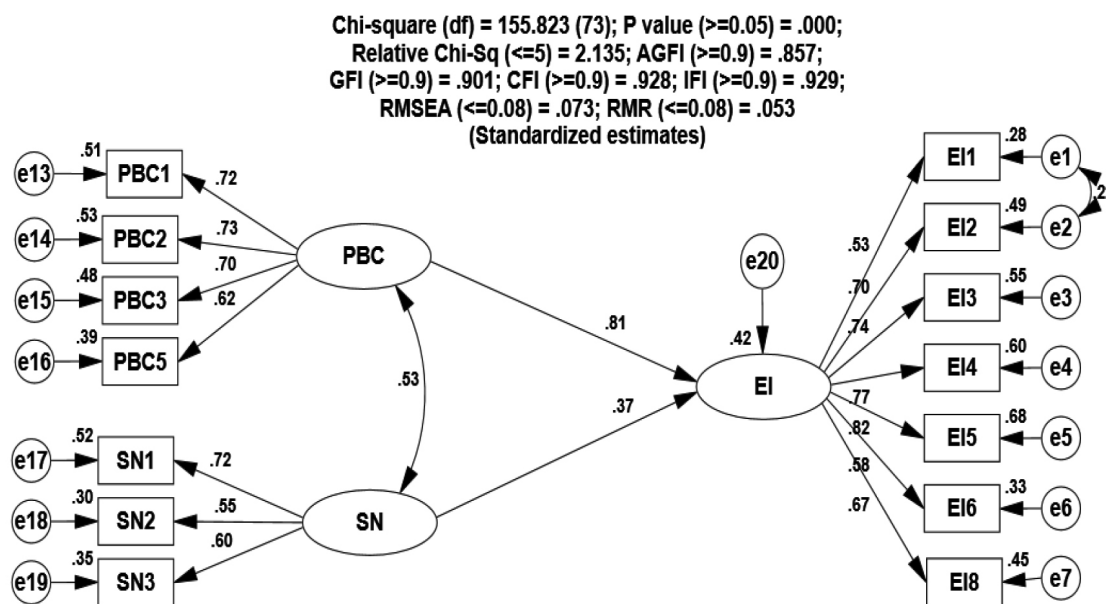
شاخص	$\frac{\chi^2}{df}$	IFI	RMR	CFI	GFI	RMSEA
معیار پیشنهاد شده	≤ 3	≤ 0.90	≤ 0.08	≥ 0.90	≥ 0.90	≤ 0.08
مقادیر مدل اندازه گیری کلی تحقیق	۲/۳۰	۰/۹۱۲	۰/۰۶۴	۰/۹۰۶	۰/۹۰۴	۰/۰۷۸

بیانگر رابطه مستقیم متغیرهای پنهان کنترل رفتاری درک شده و هنجارهای ذهنی با متغیر وابسته تحقیق یعنی قصد

مدل ساختاری تحقیق
الف- مدل ساختاری مستقیم: مدل ساختاری مستقیم

بر نتایج تحقیق، دو متغیر پنهان کنترل رفتاری درک شده و هنجارهای ذهنی در حدود ۴۲ درصد از واریانس قصد کارآفرینانه را تبیین کرده اند (نگاره ۲).

کارآفرینانه می-باشد. همان طور که از نگاره (۲) پیداست، هر چند مدل برآورد شده بر پایه معنی داری شاخص کای اسکویر برازش مناسبی نداشت، اما بر پایه دیگر شاخص ها، برازش مدل در سطح شایان پذیرشی بود. همچنین بنا



نگاره ۲- مدل ساختاری مستقیم تحقیق با ضریب های استاندارد شده

افزون بر موارد اشاره شده، نتایج تحقیق در جدول (۵) گویای آن است که رابطه بین کنترل رفتاری درک شده ($\beta=0/۳۷۴$, $p\text{-value}=0/001$) با قصد کارآفرینانه مثبت و معنی دار شده است؛ بدین ترتیب، فرضیه های اول و دوم تحقیق تأیید شدند.

نتایج تحقیق در جدول (۵) گویای آن است که رابطه بین کنترل رفتاری درک شده ($\beta=0/۳۷۴$, $p\text{-value}=0/001$) با قصد کارآفرینانه مثبت و معنی دار شده است؛ بدین ترتیب، فرضیه های اول و دوم تحقیق تأیید شدند.

جدول ۵- خلاصه نتایج به دست آمده از آزمون فرضیه های اول و دوم تحقیق

رابطه	مقدار غیراستاندارد	خطای استاندارد	ضریب استاندارد	نسبت بحرانی	سطح معنی داری	نتیجه آزمون
کنترل رفتاری درک شده- قصد کارآفرینانه	۰/۹۵۷	۰/۱۸۹	۰/۸۰۸	۵/۰۶۳	۰/۰۰۱	تأیید فرضیه (۱)
هنجارهای ذهنی- قصد کارآفرینانه	۰/۷۹۴	۰/۲۰۸	۰/۳۷۴	۳/۸۱۷	۰/۰۰۱	تأیید فرضیه (۲)

ب- مدل ساختاری میانجی: با توجه به معنی دار شدن رابطه بین متغیرهای پنهان کنترل رفتاری درک شده و هنجارهای ذهنی با قصد کارآفرینانه، با استفاده از روش چند منظوره خودگردان سازی پرداخته شد.

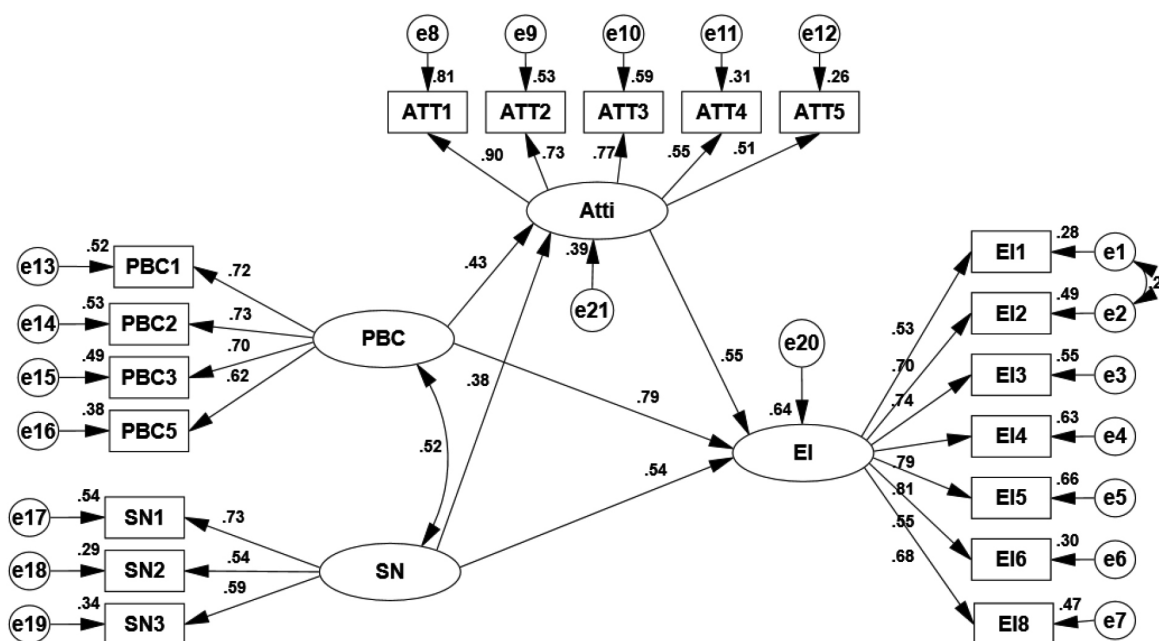
ب- مدل ساختاری میانجی: با توجه به معنی دار شدن رابطه بین متغیرهای پنهان کنترل رفتاری درک شده و هنجارهای ذهنی با متغیر قصد کارآفرینانه در مدل ساختاری مستقیم، در این بخش به برآورد مدل اثر میانجی

بنا بر معنی‌داری شاخص کای اسکویئر برازش مناسبی ندارد، اما بنا بر دیگر شاخص‌ها، برازش مدل در سطح شایان پذیرشی بود.

همچنین، بنا بر نتایج به دست آمده، سه متغیر کنترل رفتاری درک شده، هنجارهای ذهنی و نگرش نسبت به رفتار کارآفرینانه در حدود ۶۴ درصد از واریانس قصد کارآفرینانه را تبیین کردند که دارای افزایش ۲۲ درصدی نسبت به مدل ساختاری مستقیم است (نگاره ۳).

برای اجرای روش خودگردان سازی همان گونه که در نگاره (۳) آمده است، در آغاز مدل مفهومی میانجی مفروض پژوهش طراحی شد و آن گاه بنا بر نمونه آماری پیشنهاد داده شده توسط پریچرز و همکاران (۲۰۰۸) با انجام نمونه‌گیری‌های فرعی چندی با جایگذاری بر مبنای داده‌های اصلی گرفته شده از ۲۲۰ نفر از دانشجویان مورد بررسی اقدام به ایجاد و جایگزینی نمونه ۵۰۰۰ تایی در سطح اطمینان ۰/۰۵ گردید. نتایج تحقیق نشان داد، هر چند مدل برآورد شده،

Chi-square (df) = 342.789 (145); P value (≥ 0.05) = .000;
Relative Chi-Sq (≤ 5) = 2.364; AGFI (≥ 0.9) = .807;
GFI (≥ 0.9) = .876; CFI (≥ 0.9) = .904; IFI (≥ 0.9) = .906;
RMSEA (≤ 0.08) = .080; RMR (≤ 0.08) = .066
(Standardized estimates)



نگاره ۳- مدل ساختاری میانجی با ضریب‌های استاندارد شده

رابطه بین کنترل رفتاری درک شده و هنجارهای ذهنی با قصد کارآفرینانه بود (جدول ۶). البته، با توجه به اینکه در مدل با تأثیر میانجی، مسیر مستقیم بین دو متغیر کنترل رفتاری درک شده و هنجارهای ذهنی با قصد کارآفرینانه (با وارد شدن متغیر میانجی نگرش) هنوز مثبت و معنی‌دار است، بنابراین، متغیر نگرش اثر کنترل رفتاری درک شده و هنجارهای ذهنی بر قصد کارآفرینانه را به صورت جزئی میانجی‌گری می‌کند.

در زمینه فرضیه‌های سوم و چهارم، نتایج به دست آمده از اجرای روش خودگردان سازی گویای آن بود که مجموع اثر غیرمستقیم متغیرهای کنترل رفتاری درک شده ($\beta = 0.237$, $p\text{-value} = 0.001$) و هنجارهای ذهنی ($\beta = 0.210$, $p\text{-value} = 0.001$) بر قصد کارآفرینانه از طریق متغیر نگرش نسبت به رفتار کارآفرینانه معنی‌دار بود؛ در نتیجه می‌توان بیان داشت که فرضیه‌های سوم و چهارم تحقیق تأیید شده و متغیر نگرش دارای اثر میانجی در

جدول ۶- خلاصه نتایج به دست آمده از آزمون فرضیه های سوم و چهارم

رابطه	ضریب استاندارد شده خطای استاندارد		فاصله اطمینان ۹۵ درصد	
	غیرمستقیم	اثر غیرمستقیم	کران پایین	کران بالا
کنترل رفتاری- نگرش- قصد کار آفرینانه	۰/۲۳۷	۰/۲۴۷	۰/۵۳۴	۰/۰۵
هنجارهای ذهنی- نگرش- قصد کار آفرینانه	۰/۲۱۰	۰/۲۹۲	۰/۸۶۰	۰/۰۵

بحث و نتیجه گیری

این پژوهش با هدف بررسی عامل های تأثیرگذار بر قصد کار آفرینانه با تأکید بر نقش میانجی نگرش نسبت به رفتار کار آفرینانه دانشجویان کارشناسی ارشد کشاورزی دانشگاه زنجان انجام شد. نتایج این تحقیق نشان داد که بنا بر معیارهای سه گانه، شامل بارهای عاملی استاندارد برابر و بزرگتر از ۰/۵، میانگین واریانس استخراج شده برابر و بزرگتر از ۰/۵ و پایایی ترکیبی برابر و بزرگتر از ۰/۷، مدل اندازه گیری کلی تحقیق، پس از انجام اصلاح های لازم دارای روایی همگرای مناسبی بود.

در زمینه روایی تشخیصی نیز با توجه به کوچکتر بودن مقادیر مربع ضریب های همبستگی بین متغیرهای پنهان مورد بررسی به صورت دو به دو از میانگین واریانس استخراج شده برای تک تک متغیرهای پنهان، مدل اشاره شده دارای روایی تشخیصی مناسبی بود. در مورد روایی منطقی نیز با توجه به نتایج تحقیق، ضریب های همبستگی بین همه ی متغیرهای پنهان مورد بررسی در قالب مدل اندازه گیری کلی تحقیق معنی دار شده و در نتیجه ابزار تحقیق دارای روایی منطقی بود. نتایج کسب شده در رابطه با مقادیر شاخص های برازش به دست آمده از تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول نشان داد که مدل اندازه گیری کلی تحقیق دارای برازش مناسبی بود. بنا بر نتایج به دست آمده از مدل ساختاری مستقیم، فرضیه اول تحقیق تأیید شد و متغیر کنترل رفتاری درک شده تأثیر مثبت و معنی داری بر متغیر وابسته قصد کار آفرینانه داشت. از این یافته می توان چنین استنباط کرد، دانشجویانی که باورهای قوی، درک و احساسی مثبت پیرامون توانایی های خود دارند، قصد کار آفرینانه بالاتری نیز دارند. در واقع، چنین درک و احساسی پیش نیاز ضروری برای بروز رفتارهای کار آفرینانه به شمار می آیند. در این زمینه، نتایج تحقیق محسنی و همکاران (۱۳۹۲) نشان داد که افراد با کنترل رفتاری ادراک شده قوی تر، احساس

مسئولیت پذیری بالایی داشته و تکلیف و وظیفه های محول شده را با پشتکار بهتری انجام می دهند. بنابراین، به خوبی می توانند رفتار خود را در راستای رسیدن به هدف های از پیش تعیین شده برای دستیابی به میزان عملکرد بالا تنظیم کنند. به همین ترتیب، صفا و منگلی (۱۳۹۴) و رحمانیان کوشکی و همکاران (۱۳۹۱) در نتایج بررسی های خود نشان دادند که خودکارآمدی کار آفرینانه (کنترل رفتاری درک شده)، شهامت، اطمینان و اعتماد به نفس بیشتری را در دانشجویان شکل داده و آنان را تشویق به رفتارهای خطرپذیر می کند. همچنین، نتایج تحقیق زرافشانی و سلیمانی (۱۳۹۰) نشان داد که درک مثبت پیرامون توانایی ها، منجر به اعتماد به نفس و اراده قوی تری در فرد خواهد شد و می توان انتظار داشت که هر اندازه فرد دارای باورهای قوی تر برای کار آفرینی و راه اندازی یک کسب و کار جدید باشد، دارای انگیزه بیشتری بوده و در نتیجه قصد محکم تر و پایدارتری نیز خواهد داشت.

به همین منوال، بارانی و همکاران (۱۳۸۹) در یک بررسی جداگانه نشان دادند که کنترل رفتاری درک شده نسبت به کار آفرینی منجر به خلاقیت و نوآوری بیشتر در فرد شده و به دانشجویان کمک می کند که در فعالیت های چالش برانگیز پیشگام شوند و به آنان این احساس را القامی کند که می توانند محیط پیرامونی را تحت کنترل خود در آورده و به شکل بهینه ای از آن بهره برداری کنند. در مجموع، می توان بیان داشت که هر اندازه کنترل رفتاری درک شده دانشجویان تقویت و افزایش یابد، میزان قصد کار آفرینانه آنان نیز افزایش یافته و در نتیجه احتمال بروز رفتارهای کار آفرینانه بیشتر می شود. این یافته افزون بر نتایج اشاره شده، با نتایج بررسی های آدکیا و ابراهیم (۲۰۱۶)، رویز آلبا رابلدو و همکاران (۲۰۱۵)، یعقوبی فرانی و همکاران (۱۳۹۴)، کریمی (۱۳۹۴)، زمانی علایی و امیدی نجف آبادی (۱۳۹۳) و کشاورز (۱۳۹۳) همخوانی داشت.

انتخاب یک مسیر شغلی کارآفرینی در وی ایجاد خواهد شد. این نتیجه با نتایج بررسی صیف و همکاران (۱۳۹۳) هم خوانی دارد. در تفسیر این نتیجه می‌توان چنین بیان کرد که کنترل رفتاری درک شده و یا باور به خودکارآمدی بر مواردی مانند توسعه فعالیت‌های شغلی، قابلیت‌های حرفه‌ای، عملکرد شغلی و حتی انتخاب شغل افراد تأثیر دارد (سلیمانی و زرافشانی، ۱۳۹۰). بنابراین، افرادی با کنترل رفتاری درک شده بالاتر، رفتار را از منظر خودارزیابی کرده و به آن بار ارزشی مثبتی می‌دهند. بی‌گمان افرادی که رفتار کارآفرینانه را مطلوب دریافت می‌کنند و نگرش مثبتی به سمت آن دارند، کسانی هستند که کارآفرینی را به عنوان امری شدنی و امکان‌پذیر درک کرده و از این رو انتظار می‌رود چنین افرادی با قصد کارآفرینانه پایدارتر و مصمم‌تری به انتخاب یک مسیر شغلی کارآفرینانه اقدام کنند (اریکسون، ۱۹۹۹).

در نهایت، نتایج به دست آمده از روش خودگردان سازی مبنی بر آزمون اثر میانجی متغیر نگرش در رابطه بین هنجارهای ذهنی و قصد کارآفرینانه، مشخص شد که این متغیر دارای نقش میانجی در این رابطه بود. بنابراین، فرضیه چهارم این پژوهش نیز تأیید شد که با نتیجه تحقیق صیف و همکاران (۱۳۹۳) همسو می‌باشد. در تفسیر این نتیجه می‌توان چنین بیان کرد، دانشجویانی که در نظر دارند فعالیت کارآفرینانه‌ای را آغاز کنند، به این موضوع توجه می‌کنند که افراد، گروه‌ها و شبکه‌های اجتماعی مانند دوستان و همکاران، درباره دیدگاه آغاز کسب و کار دارای چه نگرشی هستند و تا چه حدی آنان فعالیت‌های کارآفرینانه را مطلوب و جذاب می‌دانند.

هنگامی که دانشجویان این باور را داشته باشند که این گونه افراد و گروه‌ها، رفتار کارآفرینانه آنان را حمایت می‌کنند، نگرش مثبتی درباره فعالیت کارآفرینانه در آنان پدید می‌آید و این نگرش مثبت در نهایت منجر به آغاز فعالیت‌های کارآفرینانه و در نتیجه قصد پایدارتری برای انجام فعالیت‌های کارآفرینانه در آنان خواهد شد. از این رو، می‌توان بیان داشت که رابطه بین هنجارهای ذهنی و کنترل رفتاری درک شده با قصد کارآفرینانه یک رابطه ساده نبوده، بلکه یک رابطه شرطی و وابسته به دیگر متغیرها است که در این زمینه، متغیر نگرش نسبت به رفتار کارآفرینانه دارای

نتایج به دست آمده از مدل ساختاری مستقیم‌گویای آن بود که فرضیه دوم تحقیق تأیید شد؛ بر این پایه، متغیر هنجارهای ذهنی از اثر مثبت و معنی‌داری بر متغیر قصد کارآفرینانه برخوردار بود. در واقع، هنجارهای ذهنی، منعکس‌کننده فشارهای اجتماعی هستند که شخص برای انجام دادن یک رفتار خاص، احساس می‌کند؛ این متغیر تحت تأثیر عامل‌های اجتماعی به ویژه نگرش‌های فرهنگی و نگرش‌های افراد، گروه‌ها و شبکه‌های اجتماعی مانند دوستان و همکاران قرار دارد (زالی و همکاران، ۱۳۸۹). به عبارت دیگر، شخص در رفتارش گروهی را به عنوان مرجع در نظر گرفته و رفتار خود را با نیازهای آنان تنظیم می‌کند (فایول و همکاران، ۲۰۰۶). بنابراین، با توجه به نتایج به دست آمده از این تحقیق، هر اندازه هنجارهای ذهنی، یعنی مجموعه باورها و ارزش‌های مشخص فرد، هماهنگ و همسو با فعالیت‌های کارآفرینانه باشد، فرد قصد و نیت بیشتری برای آغاز یک کسب و کار کارآفرینانه خواهد داشت، چرا که هنجارهای ذهنی بر درک افراد از قصد کارآفرینانه خود تأثیر به‌سزایی دارند.

نتیجه به دست آمده در این بخش از تحقیق، با نتایج بررسی‌های اریکسون (۱۹۹۹)، رحمانیان کوشکی و همکاران (۱۳۹۱) و یعقوبی فرانی و همکاران (۱۳۹۴) همخوانی داشت و با نتیجه بررسی روی‌آلبا رابلدو و همکاران (۲۰۱۵) هم خوانی نداشت. در تفسیر همسو نبودن این نتیجه، می‌توان گفت که هنجارهای ذهنی افراد در قالب فرهنگ جامعه جای می‌گیرند و فرهنگ را به عنوان مجموعه ویژگی‌های انتزاعی که فرد را در یک گروه یا دسته خاص قرار می‌دهند تعریف می‌کنند (هوفستد، ۲۰۰۱). از این رو، ممکن است با توجه به ارزش‌های فرهنگی متفاوت در جامعه‌های گوناگون، فرهنگ جامعه محرک یا بازدارنده‌ای مؤثر در پیش‌گویی قصد کارآفرینانه باشد.

با توجه به نتایج این تحقیق مشخص شد که فرضیه سوم این تحقیق نیز تأیید شده و متغیر نگرش در رابطه بین متغیر کنترل رفتاری درک شده با قصد کارآفرینانه دارای اثر میانجی بود. به گونه‌ای که هر اندازه باور به خودکارآمدی و توانایی نسبت به فعالیت‌های کارآفرینانه در فرد بیشتر باشد، به همان اندازه نگرش مثبتی برای کارآفرین شدن و با آمادگی قبلی برای پاسخ مساعد به تصمیم‌گیری برای

دانشجویان فراهم کنند.

۲- با توجه به نتیجه تحقیق مبنی بر تأثیر مثبت و معنی دار هنجارهای ذهنی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان، باید مسئولان دانشگاه با تکریم محققان و کارآفرینان، عامل های انگیزشی لازم را در دانشجویان به منظور استمرار و ارزش قائل شدن به فعالیت های خلاقانه به وجود آورند. همچنین، با توجه به نقش رسم ها و ارزش های فرهنگی به عنوان یکی از عامل های مهم و تأثیرگذار بر قصد کارآفرینانه دانشجویان، لازم است با اعمال تمهیدهایی با کمک رسانه های جمعی نسبت به تقویت و ترویج فرهنگ کارآفرینانه در دانشجویان اقدام شود.

۳- از آنجایی که متغیر نگرش دارای اثر میانجی در رابطه بین متغیرهای کنترل رفتاری درک شده و هنجارهای ذهنی با قصد کارآفرینانه دانشجویان است از این رو، ضرورت دارد برنامه های آموزش کارآفرینی مناسب در نظام آموزش عالی کشاورزی، برای تقویت نگرش مثبت در دانشجویان لحاظ شود. برای این منظور می توان از اقدام هایی مانند بازدید از طرح های کارآفرینانه موفق در زمینه کشاورزی، نشست با کارآفرینان نمونه برای ارایه آموزه های خود در زمینه ی راه-اندازی کسب و کار و بازدید از کسب و کارهای موفق استفاده کرد.

اهمیت شایان پذیرشی است. در واقع، نگرش مساعد نسبت به فعالیت های کارآفرینانه در دانشجویان، زمینه لازم برای کارآفرینی را فراهم کرده و قصد پایدارتری را در دانشجویان جهت راه اندازی کسب و کارهای کارآفرینانه ایجاد می کند. بنا بر نتایج به دست آمده از این پژوهش، پیشنهاد های زیر ارایه می شود:

۱- از آنجایی که نتایج نشان داد، کنترل رفتاری درک شده یا خودکارآمدی اثر مثبت و معنی داری بر قصد کارآفرینانه دانشجویان دارد. از این رو، ضرورت دارد با توجه به ماهیت رشته های کشاورزی و ارتباط نزدیک آن ها با فعالیت های میدانی و عملی، دانشگاه ها، توجه و تمرکز بیشتری بر آموزش های عملی و تقویت میزان مهارت و تجربه عملی دانشجویان داشته باشند، تا بدین وسیله سطح اعتماد به نفس و در نتیجه کنترل رفتاری ادراک شده دانشجویان برای افزایش قصد کارآفرینانه در آنان تقویت شود. همچنین، یکی دیگر از راهکارهای تقویت کنترل رفتاری درک شده، آموزش در حد تسلط و حل مسئله است. از این رو، برنامه ریزان آموزشی دانشگاه می بایست شرایط آسان کنندگی را برای استادان کارآفرینی به گونه ای فراهم کنند که شرایط و زمان کافی برای آموزش هایی مانند نوشتن طرح های تجاری کسب و کار، مدیریت کسب و کار، فرایند راه اندازی کسب و کار، شناسایی فرصت ها و غیره را برای همه یا بیشتر

منبع ها

- آراستی، ز.، سعیدبنادکی، س. و ایمانی پور، ن. (۱۳۹۰). نقش آموزش درس مبانی کارآفرینی در قصد کارآفرینی دانشجویان رشته های غیر مدیریت (مطالعه موردی: دانشکده های هنر و ادبیات و علوم انسانی دانشگاه تهران). مجله توسعه کارآفرینی، ۴ (۳)، ۱۰۷-۱۲۴.
- بارانی، ش.، زرافشانی، ک.، دل انگیزان، س.، و حسینی لرگانی، س. م. (۱۳۸۹). تأثیر آموزش کارآفرینی بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه پیام نور کرمانشاه: رویکرد مدلسازی معادله ساختاری. فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی، ۵۷، ۸۵-۱۰۵.
- پهلوان شریف، س. و مهدویان، و. (۱۳۹۴). مدل سازی معادلات ساختاری با AMOS. تهران: انتشارات بیشه.
- حسینی، س. م.، شیری، ن. ا. و عربی، ر. (۱۳۸۹). تحلیل عاملی پیامدهای دوره های آموزشی کارآفرینی از دیدگاه اعضای شرکت های خدمات فنی و مشاوره ای کشاورزی. فصلنامه پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، ۱۳ (۳)، ۲۸-۳۹.
- رحمانیان کوشککی، م.، چیدری، م. و هواسی، ع. (۱۳۹۱). بررسی عوامل اثرگذار بر قصد کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی دانشگاه آزاد ایلام. فصلنامه توسعه کارآفرینی، ۴ (۱۵)، ۱۱۰-۱۰۰.

زالی، م.، رضوی، س. م.، یداله فارسی، ج. و کرد نائیح، ا. (۱۳۸۹). ارزیابی وضعیت کارآفرینی در ایران. تهران: انتشارات موسسه کار و تأمین اجتماعی.

زمانی‌علایی، م. و امید نجف‌آبادی، م. (۱۳۹۳). عوامل مؤثر بر نیت کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران. مجله پژوهش‌های ترویج و آموزش کشاورزی، ۷ (۳)، ۴۳-۵۶.

سلیمانی، ع. و زرافشانی، ک. (۱۳۹۰). تبیین پیشگوکننده‌های نیت کارآفرینانه در بین هنرجویان هنرستان کشاورزی. فصلنامه رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، ۲ (۳)، ۱۰۷-۱۲۴.

صفا، ل. و منگلی، ن. (۱۳۹۴). تأثیر خودکارآمدی کارآفرینانه‌ی دانشجویان کشاورزی دانشگاه زنجان. فصلنامه پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، ۷ (۳۳)، ۳-۱۵.

صیف، م. ح.، ثابت مهارلویی، ع.، رستگار، ا. و احمدآبادی، خ. (۱۳۹۳). عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینی دانشجویان در بین دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی شیراز. مجله توسعه آموزش در علوم پزشکی، ۷ (۱۵)، ۷۱-۸۵.

کردنائیچ، ا.، شاه طهماسبی، ا. و کریمی، م. (۱۳۹۳). بررسی تأثیر مؤلفه‌های زمینه‌ای بر قصد کارآفرینانه در دانشجویان کشور با تأکید بر قومیت دانشجویان. فصلنامه توسعه کارآفرینی، ۷ (۳)، ۵۰۹-۵۲۸.

کریمی، س. (۱۳۹۴). بررسی آثار مستقیم، غیرمستقیم و تعدیلی محیط نهادی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی. فصلنامه توسعه کارآفرینی، ۸ (۲)، ۳۷۱-۳۹۰.

کشاورز، م. (۱۳۹۳). بررسی قصد کارآفرینی دانشجویان پیام نور و سازه‌های اثرگذار بر آن. فصلنامه توسعه کارآفرینی، ۷ (۳)، ۵۲۹-۵۴۸.

محسنی، ع.، موسوی، ح. و جمالی، م. (۱۳۹۲). نقش آموزش کارآفرینی در نگرش کارآفرینانه و باور خودکارآمدی عمومی دانشجویان. فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، ۶۹، ۶۳-۸۰.

یادگار، ن.، معماربانی، م. و صدق‌آمیز، ع. (۱۳۹۳). قصد کارآفرینانه اجتماعی: اثر متقابل کارآفرینانه اجتماعی، امنیت مالی و سرمایه اجتماعی. فصلنامه توسعه کارآفرینی، ۷ (۱)، ۱۳۳-۱۵۲.

یعقوبی‌فرانی، ا.، معتقد، م. و کریمی، س. (۱۳۹۴). نقش دانش و مهارت کارآفرینانه در توسعه قصد کارآفرینی دیجیتال دانشجویان دانشگاه‌های دولتی استان همدان. پژوهش‌نامه پردازش و مدیریت اطلاعات، ۳۱ (۳)، ۷۸۵-۸۰۲.

Adekiya, 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.

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Process*, 50 (2), 179-211.

Azizi, B., Hosseini, F., Hosseini, M. and Mirdamadi, M. (2010). Factors influencing the development of entrepreneurial education in Iran's applied-scientific educational centers for agriculture. *American Journal of Agricultural and Biological Sciences*, 5 (1), 77-83.

Bandura, A. (2002). Social cognitive theory in cultural context. *Applied Psychology: An entrepreneurial Review*, 51 (2), 269-290.

Bartlett, J., Kotrlik, J. and Higgins, C. (2001). Organizational research: Determining appropriation sample size in survey research. *Information Technology, Learning, and Performance Journal*, 1 (19), 43-50.

De Noble, A., Jung, D., and Ehrlich, S. (1999). Entrepreneurial self-efficacy: The development of a measure and its relationship to entrepreneurial action. In R.D. Reynolds, W.D. Bygrave, S. Mani-

gart, C.M. Mason, G.D. Meyer, H.J. Sapienza (Eds.). *Frontiers of entrepreneurship research*, pp. 73-87, Waltham, MA: P&R Publications Inc.

Erikson, Y. (1999). A study of entrepreneurial intentions among a cohort MBAS: The extended BIRD model. *Journal of Enterprising Culture*, 7 (1), 1-17.

Fayolle, A., Gailly, B., and Lassas-Clerc, N. (2006). Assessing the impact of entrepreneurship education programmers: A new methodology. *Journal of European Industrial Training*, 30 (9), 701-720.

Hair, J., Black, W., Babin, B., and Anderson, R. (2010). *Multivariate data analysis*. New York: Prentice Hall.

Hayes, A. (2013). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*. Gilford Press, New York.

Hofstede, G. (2001). *Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations*. California: Sage Publications.

Krueger, N.F., Reilly, J.R., and Carsrud, A.L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15, 411-432.

Krueger, N.F. (2007). What lies beneath? The experiential essence of entrepreneurial thinking. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31, 123-138.

Linan, F. (2004). Intention-based models of entrepreneurship education. 14th Annual Intention Conference, University of Napoli Federico, 4-7 July, Italy.

Liñán, F., and Chen, Y. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617.

Marech, D., Harms, R., Kailer, N., and Wimmer-Wurm, B. (2016). The impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial intention of students in science and engineering versus business studies university programs. *Technological Forecasting & Social Change*, 104, 172-179.

McGee, J., Peterson, M., Mueller, S. and Sequeira, J. (2009). Entrepreneurial self-efficacy: Refining the measure. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(4), 965-988.

Moriano, J., and Gorgievski, M. (2007). *Psychology of entrepreneurship: Research and Education*. Universidad National De Education a Distance (UNED), Madrid, Spain.

Moriano, J. (2006). The expanded horizon for achieving entrepreneurial success. *Organizational Dynamics*, 25 (3), 54-68.

Nwankwo, B., Kanu, G., Marire, M., Balogun, S., and Uhiara, C. (2012). Gender-role orientation and self-efficacy as correlates of entrepreneurial intention. *European Journal of Business and Social Sciences*, 6 (1), 9-26.

Onstenk, J. (2003). Entrepreneurship and vocational education. *European Educational Research Journal*, 2 (1), 74-89.

Paswan, A. (2009). *Confirmatory factor analysis and structural equations modeling: An ntroduction*. Technical Report, University of North Texas.

Preacher, L. and Hayes, A. (2008). Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models. *Behavior Research Methods*, 40 (3), 879-891.

Ruizalba Robledo, J., Aran, M., Martin-Sanchez, M., and Rodriguez-Molina, M. (2015). The moderating role of gender on entrepreneurial intentions: A TPB perspective. *Intangible Capital*, 11 (1), 92-117.

Santon, M. (2010). The impact of higher education on entrepreneurial intention of university student in China. *Academy of Management*, 9, 1-14.

Thompson, E. (2009). Individual entrepreneurial intent: Construct clarification and development of an internationally reliable metric. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 669-694.

Turker, D., and Selcuk, S. (2009). Which factors affect entrepreneurial intention of university students? *Journal of European Industrial Training*, 33 (2), 142-159.

Xavier, S., Kelley, D., Kew, J., Harrington, M. and Vorderwulbecke, A. (2012). *Global entrepreneurship monitor: Global repor*. Global Entrepreneurship Research Association.

Affecting Factors Agricultural MSc Students' Entrepreneurial Intention with emphasis on Mediating Effect of Attitude towards Entrepreneurial Behavior in University of Zanjan

1- R. Rezaei¹, L. Sharafi², Pp Najaflo³, Shirin Golbaz⁴

1- Associate professor, University of Zanjan

2,3,4- PhD Student, University of Zanjan

Abstract

The main purpose of this research was to study affecting factors on students' entrepreneurial intention with emphasis on mediating effect of attitude toward entrepreneurial behavior. The statistical population of the research contained of all M.Sc. students in agriculture faculty of Zanjan University in 2015- 2016 academic year (N=489). According to Bartlett et al. (2001) table, a sample size of 220 was selected using a stratified random sampling method (n=220). Data were collected using the standard questionnaires (after adjusting the questions with the field of research). Content validity of the questionnaire was confirmed by a panel of experts. Construct validity and composite reliability of the research instrument were tested by estimating the measurement model and they were satisfactory after making necessary corrections. Data was analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) multivariate technique and the Bootstrapping method was used for testing mediating effect. The results showed that two variable of perceived behavior control (ρ -value=0.001, β =0.808) and social norms (ρ -value=0.001, β =0.374) had a positive and significant effect on students' entrepreneurial intention. In addition to this, the results indicated that sum of indirect effect of perceived behavior control (ρ -value=0.001, β =0.237) and social norms (ρ -value=0.001, β =0.210) on students' entrepreneurial intention through the variable of attitude toward entrepreneurial behavior was significant and the three the variables explained 64 percent of variances of the students' entrepreneurial intention.

Index Terms: Entrepreneurial Intention, Attitude, Perceived Behavior Control, Social Norms, Agricultural Students.

Corresponding Author: R. Rezaei

Email: rohollahrezaei@yahoo.com

Received: 09/10/2016 ; **Accepted:** 22/05/2017