

گرایش به راه‌اندازی کسب و کار شخصی بر پایه شور و شوق کارآفرینانه دانشجویان پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران

امیر علم بیگی

استادیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشکده اقتصاد و توسعه کشاورزی دانشگاه تهران

چکیده

این تحقیق باهدف اصلی بررسی متغیرهای جداکننده دو سطح گرایش به راه‌اندازی کسب و کار با تمرکز بر ویژگی شور و شوق کارآفرینانه دانشجویان انجام شد. جامعه آماری پژوهش متشکل از ۷۴۲ دانشجویان کارشناسی سال‌های سوم و چهارم و ۴۱۲ تن دانشجویان کارشناسی ارشد پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران بود (N=۱۱۵۴). نمونه موردنظر به شمار ۲۰۵ نفر بر پایه فرمول تصحیح جامعه محدود دانیل تعیین و به روش سهمیه‌ای نمونه‌گیری انجام شد. ابزار پژوهش پرسشنامه‌ای بود که روایی و پایایی آن مورد بررسی قرار گرفت. روش آماری غالب تحلیل رگرسیون لجستیک دو جمله‌ای بود. نتیجه کلی تحقیق گویای آن است شور و شوق کارآفرینانه متغیری مهم در پیش‌بینی گرایش‌های کارآفرینی است. همچنین مشخص شد که تنها دانشجویانی که سطح بالاتری از شور و شوق کارآفرینانه را تجربه کرده‌اند دارای گرایش به راه‌اندازی کسب و کار هستند. نتیجه تحلیل حساسیت مدل لجیت نیز نشان داد که این تابع عملکرد قابل قبولی در جداسازی گرایش‌های کارآفرینانه دارد. گذراندن دوره‌های آموزش‌های کارآفرینی نیز در افزایش گرایش به راه‌اندازی کسب و کار در بین دانشجویان موثر بود، ولی جنس در این زمینه نقشی نداشت.

کلید واژه‌ها: گرایش کارآفرینی، شور و شوق کارآفرینی، پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران.

نویسنده‌ی مسئول: امیر علم بیگی

رایانامه: alambaigi@ut.ac.ir

دریافت: ۹۳/۱۲/۲ : پذیرش: ۹۴/۰۵/۱۹

مقدمه

انتظار بازار کار از خروجی‌های نظام آموزش عالی با گذشته فرق دارد. کاهش ظرفیت جذب نیروی کار در بازار از یک سو و از سوی دیگر کاهش انگیزه‌های فردی در دانشجویان ضرورت آموزش‌های کارآفرینی را در مرکزهای آموزش عالی دوچندان کرده است. در واقع، در کنار آموزش‌های متداول که دانشجویان در دانشگاه‌ها می‌گذرانند، ضرورت دارد تا به آموزش‌هایی که بتوانند گرایش دانشجویان به مهارت‌آموزی را به همراه داشته و نقش مؤثری در رفتارهای کارآفرینانه آتی آنان داشته باشند بیشتر توجه شود (کوئچی و فرانک، ۲۰۰۲).

شکل‌گیری زمینه‌های مطالعاتی و آموزش کارآفرینی در آموزش عالی به اوایل دهه ۱۹۷۰ میلادی بازمی‌گردد. در آن دوره زمانی شمار معدودی از دانشگاه‌ها در سراسر جهان به آموزش کارآفرینی می‌پرداختند (لندستورم و بنر، ۲۰۱۰). بررسی روند گسترش آموزش‌های کارآفرینی در دهه‌های پس از آن نشان از رشد قابل توجه آموزش‌های کارآفرینی دارد. تحقیقات چندی نشان دادند که در کشورهای مختلف کارآفرینان دارای سطح بالاتری از آموزش‌های متداول در قیاس با آموزش‌های کارآفرینی برخوردار هستند. که این امر از ارتباط منطقی بین کارآفرینی، آموزش و ویژگی‌های فردی نشأت می‌گیرد (اوکونور، ۲۰۱۳).

به تصویر کشیدن دستاوردهای دوره‌های آموزش کارآفرینی با نشان دادن تغییر رفتار واقعی شرکت‌کنندگان در آن امری دشوار و تا حد زیادی ناممکن است. گرچه برخی صاحب نظران راهکار پژوهش‌های طولی را برای نشان دادن دستاورد دوره‌های آموزش کارآفرینی و پاسخ به ابهام مؤثر نشان داده‌اند (کاووتونن و همکاران، ۲۰۱۳)، لیکن انجام این دسته مطالعات در بیشتر شرایط پژوهشی مهیا نیست. از این رو با استناد به نظریه‌های انگیزشی در بیان رفتار واقعی، بررسی انگیزش، ارزش‌های فردی و گرایش‌های کارآفرینانه به‌عنوان سه متغیر مهم برای پیش‌بینی رفتار کارآفرینانه دانشجویان در آینده و بر پایه وضعیت کنونی این متغیرها مورد توجه قرار گرفته‌اند. در واقع، فرض بر این است که وضعیت کنونی این سه متغیر مبنای مناسبی برای پیش‌بینی

رفتار واقعی در آینده است (فایول و همکاران، ۲۰۱۴). نتیجه پژوهش‌های میدانی نشان داده است که انگیزش در کنار برخی ویژگی‌های فردی متغیرهای مهمی برای پیش‌بینی موفقیت کارآفرینان در آینده است. نقش انگیزه در تلاش برای کسب موفقیت در بررسی‌های کار سرود و بران بک (۲۰۱۱)، مورد تأیید قرار گرفته است. برخی پژوهش‌ها نیز به ارزش‌های فردی به‌عنوان یک ویژگی فردی در کسب موفقیت کارآفرینانه اشاره کرده‌اند (جین و لینان، ۲۰۱۳). برخی محققان نیز از گرایش کارآفرینانه به‌عنوان پیش‌بینی مناسب برای تشریح رفتار کارآفرینانه در آینده اشاره دارند (فایول و همکاران، ۲۰۱۴).

ب نتیجه بررسی‌های انجام شده گویای آن است که شناسایی متغیرهایی برای پیش‌بینی وضعیت انگیزه، ارزش‌ها، به‌ویژه گرایش در آینده می‌تواند به پیش‌بینی رفتار واقعی فرد در یک زمینه منجر شود (همان). به باور شین و ونکاراتامن (۲۰۰۰)، بررسی عامل‌های تعیین‌کننده گرایش‌ها عامل مهمی در پیش‌بینی رفتار واقعی است و کماکان به‌عنوان یک زمینه مطالعاتی مهم در همه کشور‌های جهان مورد توجه است. گرایش‌های کارآفرینی به عامل‌های بیرونی چندی از جمله فضای اقتصادی نامطلوب یا نداشتن شانس برای استخدام وابسته است. بر این پایه در این تحقیق از متغیر گرایش به راه‌اندازی کسب‌وکار شخصی به‌عنوان پیش‌بینی کننده رفتار واقعی دانشجویان استفاده شد.

در تشریح عامل‌های مؤثر بر گرایش‌های کارآفرینانه، به غیر از مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده (هنجار ذهنی، نگرش فردی و کنترل رفتاری درک شده)، متغیرهای مستقل معدودی چون شور و شوق کارآفرینانه نیز مورد توجه قرار گرفته‌اند (کاردون و همکاران، ۲۰۰۹). در تحقیقات تطبیقی بین دو گروه از دانشجویان کارآفرین و غیر کارآفرین مشخص شده که آن‌چه همواره دانشجویان را گوش‌به‌زنگ دگرگونی‌ها و جستجوی فرصت پس از فراغت از تحصیل نگاه می‌دارد شور و شوق کارآفرینانه است که محرک کلیدی برای گرایش کارآفرینانه به شمار می‌آید (بارون، ۲۰۰۸).

در سال ۲۰۱۱ توسط فوچارت و گروبر (۲۰۱۱)،

در قالب هدف نهایی بیان می‌شود، می‌تواند گویای تصمیم برای اقدام واقعی عمل کنند (ادلمن و همکاران، ۲۰۱۰). بنابراین، نقش تعهد و گرایش در اجرای یک ایده را می‌توان عنصری کلیدی در تشریح فرآیند تصمیم کارآفرینانه دانشجویان دانست (فایول و همکاران، ۲۰۱۴).

باید توجه داشت که مهم بودن یک فعالیت برای یک فرد پیوسته در او شور و شوق را ایجاد نمی‌کند. در نتیجه بخش عمده ای از خلأ دانشی که در مورد شور و شوق بر پایه بررسی‌های انجام گرفته وجود دارد، ناشی از طرح تحقیق محققان پیشین در زمینه نادیده گرفتن یا کنار گذاشتن فعالیت‌های هدفی است که ممکن است برای خودشناسی افراد پاسخگو پرهیز ناپذیر باشد. در واقع موضوع هویت و خودشناسی هسته اصلی و مرکزی شور و شوق را تشکیل می‌دهد (مورنیکز و همکاران، ۲۰۱۲). مفهوم هویت اشاره به انتظاراتی درونی شده ای دارد که افراد در مورد ویژگی‌های هویتی و رفتاری خود دارند. این تصویر ذهنی تا حد زیادی به صورت بارز و مشخص، پایدار، غالب و بااهمیت در افراد مختلف وجود داشته و در واکنش‌های رفتاری افراد منعکس می‌شود. به این ترتیب، شناخت از خود اغلب متشکل از بسیاری ویژگی‌های هویتی افراد است (کاردون و همکاران، ۲۰۱۳).

در پیشینه‌ی تجربی این تحقیق مشخص شد که بررسی‌های اندکی در زمینه شور و شوق کارآفرینی و اثر آن بر گرایش‌های کارآفرینانه وجود دارد. نتیجه‌ی بررسی دالنبورگ و وینسنت (۲۰۱۵)، نشان داد که شور و شوق کارآفرینانه، در ماهیت امر، تابعی از احساس خودکارآمدی در فرد برای آغاز یک کسب‌وکار کارآفرینانه است که خود تابعی از فراهم بودن شرایط محیطی برای کارآفرینی است. این بررسی نظریه‌ای را که شور و شوق کارآفرینانه ریشه در مهارت‌ها دارد را تایید می‌کند. پژوهش تولنتینو و همکاران (۲۰۱۴)، نشان داد که کارآفرینی یک رفتار سازش‌پذیری حرفه‌ای است که از برخی ظرفیت‌های فردی از جمله ظرفیت خودتنظیمی در شرایط پیچیده بقای کسب‌وکار نشات می‌گیرد. این محققان با استناد به نظریه‌ی ساخت مسیر نشان دادند که گرایش‌های کارآفرینانه دانشجویان تابعی از ظرفیت سازگاری آنان با محیط به واسطه شور و شوق کارآفرینانه است.

مشخص شده است که افراد کارآفرین دیدگاه واحدی در زمینه خودشناسی ندارند. در عمل، این اختلاف در درک از خودشناسی کارآفرینان باعث می‌شود تا کارآفرینان وارد فعالیت‌هایی شوند که نزدیکی بیشتری با هویت آنان دارد و شور و شوق بالاتری را در ارتباط با آن تجربه می‌کنند.

چن و همکاران (۲۰۰۹)، از شور و شوق کارآفرینی به عنوان حالت عاطفی و احساسی شدیدی یاد می‌کنند که یک کارآفرین همراه با تظاهر رفتاری و شناختی خاص آن از خود بروز می‌دهد. نتایج بررسی‌ها نشان دادند که پرورش شور و شوق کارآفرینی در حفظ گرایش‌های افراد کارآفرین در رویارویی با دشواری‌های اولیه راه‌اندازی هر کسب‌وکاری دارد (بائوم و لاک، ۲۰۰۴). شور و شوق، پروراندن‌دهی خلاقیت است و سبب شناخت الگوهای جدید اطلاعات که برای کشف و بهره‌برداری از فرصت‌های محتمل موردنیاز می‌شود (بارون، ۲۰۰۸؛ ساندارارajan و پیتر، ۲۰۰۷).

شور و شوق آرایه‌دهنده‌ی تصویری از ذهن افراد برای علاقه به انجام فعالیت و منبعی برای لذت بردن از اختصاص وقت در انجام فعالیت‌های ذهنی و عملی مرتبط با یک کسب‌وکار است (هو و همکاران، ۲۰۱۱). شناخت حسی که نشانگر مشتاق بودن آنان برای انجام یک فعالیت بوده و گرایش‌های فردی برای درگیری در پردازش نظام‌مند و دامنه‌گسترده‌ای از دانش را سبب می‌شود را تحت عنوان شور و شوق بررسی و ارزیابی می‌نمایند (بائوم و لاک، ۲۰۰۴). در تبیین جایگاه نظری شور و شوق کارآفرینانه در گرایش‌های رفتاری، به نظریه‌های انگیزشی استناد می‌شود.

نظریه‌های انگیزشی به دودسته ۱. نظریه‌های انگیزشی محرک و ۲. نظریه‌های انگیزشی تشویقی ۲ تقسیم می‌شوند (فایول و همکاران، ۲۰۱۴). با تلفیق نظریه‌های انگیزشی محرک با کارآفرینی می‌توان استنباط کرد که نیروهای روان‌شناختی درونی افراد می‌توانند گرایش‌های کارآفرینانه آنان را در آینده پیش‌بینی کنند. نظریه‌های انگیزشی تشویقی نیز می‌توانند برای تبدیل گرایش‌های کارآفرینانه به راه‌اندازی یک کسب‌وکار در عمل مورد استفاده قرار بگیرند (سالسویک، ۲۰۱۳). بر پایه این نظریه‌ها شدت دستاوردهای مطلوب که به گونه‌ی همگانی

بر این پایه ۲۰۵ پرسشنامه به روش سهمیه ای ۶ در بین دانشجویان کارشناسی و کارشناسی ارشد توزیع شد. برای این منظور در آغاز از بین ۴۱۲ دانشجوی کارشناسی ارشد، ۷۳ نفر و از بین ۷۴۲ دانشجوی کارشناسی ۱۳۲ نفر که در دسترس بودند پرسشنامه توزیع و گردآوری شد. به منظور اندازه گیری گرایش دانشجویان به راه اندازی یک کسب و کار از مقیاس لینان و همکاران (۲۰۱۰) و برای اندازه گیری شور و شوق کارآفرینانه از مقیاس کاردون و همکاران (۲۰۱۳)، بهره گرفته شد.

مره گرایش های کارآفرینانه بر پایه میانگین آن در نمونه به دو سطح با گرایش بالا و گرایش پایین جدا شد. نمره ی شور و شوق کارآفرینانه دانشجویان نیز بر پایه میانگین و انحراف معیار محاسبه شده به چهار سطح تقسیم شدند. به منظور بررسی روایی پرسشنامه از روش روایی صوری و برای بررسی پایایی از روش آلفای کرونباخ استفاده شد. به منظور بررسی پایایی ابزار تحقیق در آغاز ۲۰ پرسشنامه، در خارج از جامعه آماری مورد بررسی پیش آزمون شد. داده پردازی با استفاده از روش رگرسیون لجستیک دو جمله ای برای بررسی نقش پیش بینی شور و شوق کارآفرینانه در دو سطح گرایش به راه اندازی یک کسب و کار استفاده شد.

پیش شرط های انجام رگرسیون خطی مانند وجود رابطه خطی بین متغیرهای مستقل و وابسته، همگنی واریانس و متغیر وابسته و متغیرهای مستقل، توزیع نرمال متغیر وابسته و باقی مانده ها یا خطای اندازه گیری مدل، در رگرسیون لجستیک وجود ندارد. در این نوع از رگرسیون از نسبت بخت وقوع $p/(1-p)$ استفاده می شود و برای به دست آوردن مدل لجیت از این رابطه، باید از آن لگاریتم گرفت. مدل عمومی رگرسیون لجستیک به شکل زیر خواهد بود. به منظور داده پردازی از نرم افزار SPSS نسخه ۲۲ استفاده شد.

$$\ln(p/(1-p)) = \text{Intercept} + b_1 \times X_1 + b_2 \times X_2 + \dots + b_k \times X_k$$

یافته ها

نتایج یافته های توصیفی نشان دادند که در بین دانشجویان مورد بررسی ۸۴/۴ درصد از آنان را دانشجویان پسر، ۱۵/۶ درصد دختر و میانگین سنی برابر ۲۴/۷۲ سال بود نزدیک به

هتآب (۲۰۱۴)، در بررسی خود بر روی دانشجویان در کشور مصر، تأثیر آموزش های کارآفرینی را در نظام آموزش عالی بر گرایش و مطلوبیت درک شده فعالیت های کارآفرینی مثبت ارزیابی کرده است. لیکن، آموزش های کارآفرینی با ایجاد شور و شوق کارآفرینی اثر معنی داری بر امکان پذیری درک شده برای کارآفرینی را از خود نشان نداد. جونسو و همکاران (۲۰۱۳)، در تحقیقی روند توسعه گرایش کارآفرینی دانشجویان فنلاندی را با به کارگیری روش مطالعه طولی ۳ مورد ارزیابی قرار دادند. داده های ترکیبی مورد نیاز در سه مقطع زمانی و از دانشجویان هفت دانشگاه گردآوری شد.

نتایج تحقیق نشان دادند که دانشجویان در گذر دوران تحصیلی خود دچار افت محسوس در زمینه ی گرایش های کارآفرینانه می شوند در حالی که سطح اولیه گرایش های کارآفرینانه دانشجویان تعیین کننده سطح آتی گرایش های کارآفرینانه آنان نیست. از این رو استدلال می کنند که در روند کاهش گرایش های کارآفرینانه در طی دوران تحصیلی تفاوت های روان شناختی فردی در گرایش های کارآفرینانه مؤثر است. بر پایه پیشینه تحقیق مشخص می شود که نیروهای روان شناختی درونی فرد بر تصمیم کارآفرینانه ی او تأثیر مثبت و سازنده ای دارد. بر این پایه، این تحقیق با هدف کلی بررسی نقش شور و شوق کارآفرینانه به عنوان یک متغیر مهم روان شناختی در پیش بینی گرایش به راه اندازی کسب و کار در بین دانشجویان انجام شد.

روش شناسی

این پژوهش به لحاظ نوع تحقیق کاربردی است که به روش توصیفی همبستگی انجام شده است. جامعه آماری آن شامل دانشجویان کشاورزی و منابع طبیعی سال سوم و چهارم مقطع کارشناسی (۷۴۲ نفر)، و دانشجویان کشاورزی و منابع طبیعی مقطع کارشناسی ارشد (۴۱۲ نفر)، و در مجموع ۱۱۵۴ نفر بود. برای نمونه گیری از فرمول تصحیح جامعه محدود (FPC ۴) دانیل ۵ (۱۹۹۹) و با در نظر گرفتن دقت احتمالی مطلوب $d=0.05$ استفاده شد. در این فرمول p معادل درجه شیوع صفت مورد نظر است که در این تحقیق بنا به پیشنهاد دانیل معادل ۰/۲ و آماره Z معادل ۱/۹۶ در نظر گرفته شد.

$$n = \frac{NZ^2p(1-p)}{d^2(N-1) + Z^2p(1-p)}$$

در سطح دوم یعنی سطح خوب شور و شوق کارآفرینانه قرار دارد و ۳۱/۷ درصد از نمونه نیز در سطح سوم یعنی سطح متوسط قرار دارند. به منظور پیش بینی گرایش به رفتار راه اندازی کسب و کار دانشجویان با استفاده از ابعاد شور و شوق کارآفرینانه و با توجه به گسسته بودن دو سطح آن یعنی با گرایش و بدون گرایش از تابع لجیت دووجهی استفاده شد.

۶۰ درصد در دوره های کارآفرینی شرکت نداشته اند. میانگین شور و شوق کارآفرینانه در نمونه مورد بررسی و بر پایه مقیاس مورد بررسی برابر ۳/۶۸ با انحراف استاندارد ۰/۵۰۵ بود. این متغیر بر پایه میانگین و انحراف معیار و بر اساس زیر به چهار سطح تقسیم شد. نتایج بررسی نشان می دهد که ۳۵/۱ درصد از دانشجویان

جدول ۱- توزیع دانشجویان بر پایه شور و شوق کارآفرینانه

سطوح شور کارآفرینانه	دامنه میانگین	فراوانی	درصد فراوانی
سطح عالی (بالا تر از میانگین + sd)	بالا تر از ۴/۱۸	۳۸	۱۸/۵
سطح خوب (مابین میانگین و میانگین + sd)	بین ۳/۶۸ تا ۴/۱۸	۷۲	۳۵/۱
سطح متوسط (مابین میانگین و میانگین - sd)	بین ۳/۱۷ تا ۳/۶۸	۶۵	۳۱/۷
سطح ضعیف (پایین تر از میانگین - sd)	کمتر از ۳/۱۷	۳۰	۱۴/۶

Sd: انحراف استاندارد

بین دو تابع با مقدار ثابت به صورت منفرد و تابع با مقدار ثابت و متغیرهای پیش بین، مبنای قضاوت این آزمون بود و مشخص شد که عملکرد تابع با متغیرهای پیش بین بهتر از عملکرد تابع با مقدار ثابت به تنهایی است. دومین سنجی مطلق آزمون نسبت درست نمایی است ($\text{Log} = 210/53 - 2$) که مبنایی محکم برای مقایسه با مدل های رقیب ممکنه است.

از آنجا که در مدل لجیت در آغاز برای ارزیابی تابع باید سنج های مطلق و نسبی برای بررسی برازندگی مدل بررسی شوند و آزمون کلی ۹ ضریب های مدل سنج های مطلق برای بررسی روایی مدل است، در این تحقیق این آزمون بر پایه مقدار محاسبه شده کای اسکویپر ($\text{Chi}^2 = 35/53, \text{df} = 5$) ($P = 0/01$) این فرضیه را بررسی کرد که آیا همه ضریب های مدل لجیت صفر می شوند یا خیر. تفاضل مقدار کای اسکویپر

جدول ۲- ضریب های تابع لجیت گرایش به رفتار راه اندازی یک کسب و کار به همراه آماره والد

حدود اطمینان ۰/۹۵ برای (B) Exp.		Wald	.Sig	.S.E	B	متغیر پیش بین
کران بالا	کران پایین					
---	---	۱۹/۶۲	۰/۰۰۱	---	---	شور و شوق کارآفرینانه
۲۷/۲۵	۲/۳۷	۱۱/۲۴	۰/۰۰۱	۰/۶۲۲	۲/۰۸۶	سطح عالی شور و شوق کارآفرینانه
۱۱/۰۷	۱/۲۸	۵/۸۲	۰/۰۱۶	۰/۵۵۰	۱/۳۲۷	سطح خوب شور و شوق کارآفرینانه
۳/۷۵	۰/۳۵۳	۰/۰۵۴	۰/۸۱۶	۰/۶۰۳	۰/۱۴۰	سطح متوسط شور و شوق کارآفرینانه
۱/۹۳	۱/۰۰	۳/۸۶	۰/۰۴۹	۰/۱۶۸	۰/۳۳۰	دوره آموزش کارآفرینی (کنترل)
۴/۹۴	۰/۶۷۱	۱/۳۸	۰/۲۳۹	۰/۵۰۹	۰/۶۰۰	جنس (کنترل)
---	---	۱۱/۷۰	۰/۰۰۱	۱/۷۲	-۵/۸۸	مقدار ثابت تابع لجیت

** معنی دار در سطح یک درصد خطا و * در سطح پنج درصد خطا

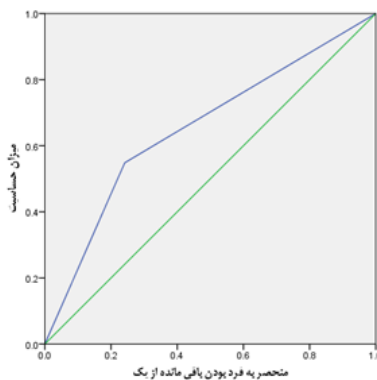
و فرض صفر آن مبنی بر پیش بینی احتمال های واقعی پذیرفته می شود. لذا می توان نتیجه گرفت که بین مقدار مشاهده شده با پیش بینی شده بر پایه این تابع هماهنگی لازم برقرار و نتیجه قابل تفسیر است. با توجه به مقدار

با استفاده از آزمون هوسمر و لمشو ۱۰ نیز بررسی می کند آیا احتمال های پیش بین شده با احتمال های مشاهده شده هم خوانی دارد یا خیر، برای تابع به دست آمده برابر ۱۲/۴۹ بود که دارای درجه آزادی ۸ و سطح معنی داری ۰/۱۳۱ است

که سطح شور و شوق کارآفرینانه آنان در محدوده متوسط و ضعیف است، شانس اینکه گرایش به راه‌اندازی کسب‌وکار را به صورت مثبتی تجربه کنند تا مقدار $3/76$ برابر افزایش خواهد یافت. در مورد سطح متوسط مقدار ضریب بتا برابر $0/140$ است لیکن مقدار آماره والد برای آن معنی‌دار نبوده و ضریب آن قابل توجه نیست.

در این تحقیق دو متغیر کنترلی طی دوره آموزش کارآفرینی و جنس هم مورد توجه بودند. مقدار ضریب بتا برای متغیر داشتن تجربه‌ی گذراندن دوره آموزش کارآفرینی $0/330$ و آماره والد در سطح 5 درصد معنی‌دار است و مقدار تابع‌نمایی آن برابر $1/39$ است. این بدان معنا است که دانشجویانی که سابقه‌ی شرکت در یک دوره آموزش کارآفرینی را داشته‌اند، شانس راه‌اندازی کسب‌وکار برای آنان $1/39$ برابر دانشجویانی است که تجربه‌ی این دوره را نداشته‌اند. در مورد متغیر جنس ضریب بتا برابر $0/60$ محاسبه شده است لیکن مقدار آماره والد معنی‌دار نیست. نتیجه آنکه در گرایش به راه‌اندازی کسب‌وکار، متغیر جنس نقش معنی‌داری را ندارد.

به‌منظور بررسی کارایی تابع لجستیک از تحلیل حساسیت استفاده شد. سطح زیر منحنی برابر $0/654$ محاسبه شده است که دارای سطح معنی‌داری برابر $0/007$ می‌باشد. این امر نشان می‌دهد به لحاظ آماری کارایی تابع ارایه شده برای بررسی رابطه‌ها با 99 درصد اطمینان قابل توجه و توان پیش‌بینی تابع با توجه به حجم نمونه آن شایان پذیرش است. دامنه پذیرش‌های آن در حدود اطمینان 95 درصد بین $0/543$ تا $0/764$ به دست آمد که نشان از کارایی بالای تابع استخراج شده دارد.



نگاره ۱- تحلیل حساسیت تابع لجستیک استخراج شده

شبه R^2 ناگل کرک 11 برابر $0/225$ و کاکس و اسنل 12 برابر $0/158$ به دست آمده تابع استخراج شده می‌تواند 22 درصد از بخت تغییر گرایش به کسب‌وکار را با یک مدل لجستیک و بر اساس سطح‌ها شور و شوق کارآفرینی تبیین کند. این مقادیر پایه‌ای برای مقایسه با دیگر مدل‌هایی است که در موقعیت‌های پژوهشی ارایه می‌شوند. بر پایه نتایج، تابع لجیت برآورد شده دارای نرخ موفقیت پیش‌بینی کلی برابر $71/2$ درصد و درستی تفکیک تا $72/7$ درصد است. در واقع بر مبنای همانندسازی تابع به دست آمده با داده‌های موجود معلوم شد که این تابع از 205 نمونه مورد بررسی این توانایی را دارد که 149 نفر را به درستی در طبقه خود رده‌بندی کند. بر پایه جدول (۲)، می‌توان تابع لجیت را به شرح زیر بیان کرد:

$$X3 \ 327/1 + X2 \ 086/2 + X1 \ 330/0 + 88/5 = Ln$$

$$p / (1-p)$$

که در آن P بخت برتری گرایش به راه‌اندازی کسب‌وکار، $X1$ برابر با داشتن تجربه دوره آموزش کارآفرینی، $X2$ برابر با سطح عالی از شور و شوق کارآفرینانه، $X3$ برابر با سطح خوب از شور و شوق کارآفرینانه هست. از آنجایی که مقدار بتا در تابع لجیت به تنهایی تفسیر نمی‌شود بلکه باید از تابع لگاریتم گرفت، لذا از تابع‌نمایی برای تفسیر ضریب‌های استفاده می‌شود.

همچنین نتایج نشان دادند که سطح بالای شور و شوق کارآفرینانه دارای ضریب $2/086$ بوده و آماره والد برای آن در سطح یک درصد معنی‌دار است. لذا مقدار نسبت برتری آن قابل تفسیر و ارزش است $(Exp(B) = 8/05)$ ، که مقدار بسیار قابل توجهی است و نشان می‌دهد دانشجویانی که میانگین شور و شوق کارآفرینانه آنان در سطح بالاییست نسبت به دانشجویانی که سطح شور و شوق کارآفرینانه آن‌ها در این محدوده قرار نمی‌گیرد، شانس اینکه گرایش به راه‌اندازی کسب‌وکار را به صورت مثبتی تجربه کنند تا مقدار $8/05$ برابر افزایش خواهد یافت. سطح خوب شور و شوق کارآفرینانه نیز دارای ضریب $1/327$ بوده و آماره والد برای آن در سطح پنج درصد معنی‌دار بود. لذا مقدار نسبت برتری آن قابل تفسیر است $(Exp(B2) = 3/76)$ که این هم مقدار بسیار قابل توجهی است و نشان می‌دهد دانشجویانی که میانگین شور و شوق کارآفرینانه آنان در سطح خوب است نسبت به دانشجویانی

بحث و نتیجه گیری

گرایش های کارآفرینی یک فرد در واقع انعکاسی از علاقه‌ی وی در آغاز یک کسب‌وکار شخصی است که در نهایت به‌عنوان یک‌گزینه در مسیر تحولات شغلی وی و در برابر استخدام‌های معمول قرار می‌گیرد (فیتزومونس و داگلاس، ۲۰۱۱). از سوی دیگر می‌دانیم که شور و شوق به‌عنوان اصلی‌ترین احساسی قلمداد می‌شود که اطمینان می‌دهد مفهوم کسب‌وکار به‌خوبی تعریف شده و وظایف مهمی چون بسیج منابع‌ها و شناسایی مشتریان بالقوه کسب‌وکار را برای فرد کارآفرین تعریف می‌کند. بر این اساس شور و شوق را به‌عنوان یکی از مهم‌ترین محرک‌های کارآفرینی دانسته‌اند (دالبورگ و وینسنت، ۲۰۱۵).

این تحقیق نیز در این راستا و برای بررسی اهمیت سطوح شور و شوق کارآفرینانه بر گرایش های کارآفرینانه دانشجویان که به‌صورت یک متغیر گسسته دوجوهی تعریف شد، انجام شد. مدل لجستیک نشان داد که مدل مبتنی بر متغیر مستقل شور و شوق کارآفرینانه در مقایسه با مدل منحصر به مقدار ثابت به‌گونه معنی‌داری منجر به پیش‌بینی بهتر می‌شود. موفقیت پیش‌بینی در مورد افرادی که برای ساخت مدل مورد استفاده قرار گرفتند تا حدی بالا بود. به‌طور کلی مشخص شد که شور و شوق کارآفرینانه در سطوح بالای آن یک متغیر پیش‌بین مهم برای شکل‌گیری گرایش های دانشجویان برای راه‌اندازی یک کسب‌وکار خواهد بود.

با کنترل متغیر های جنس و شرکت در دوره‌های آموزش کارآفرینی، مشخص شد که رفتار متغیر شور و شوق کارآفرینانه به‌گونه‌ای است که سطوح بالای آن منجر به گرایش های کارآفرینانه می‌شود در حالی که سطوح پایین‌تر شور و شوق کارآفرینانه نمی‌تواند چنین نقشی داشته باشد. به‌عبارت‌دیگر، در حالی که شور و شوق کارآفرینانه می‌تواند سبب شکل‌گیری گرایش های کارآفرینانه شود، لیکن تنها دانشجویانی که سطوح بالای شور و شوق کارآفرینانه را تجربه می‌کنند می‌توانند انتظار راه‌اندازی یک کسب‌وکار را داشته باشند و داشتن شور و شوق کارآفرینانه به‌تنهایی کافی نیست بلکه سطح آن تعیین‌کننده است. همان‌گونه که در این

تحقیق مشخص شد دانشجویانی که سطوح بالای شور و شوق کارآفرینانه را تجربه می‌کنند در مقایسه با دیگران از شانس هشت برابری در داشتن تمایل به کسب‌وکار بهره‌مند خواهند شد.

بر این اساس مشخص می‌شود نقش و شور و شوق کارآفرینانه در تبیین گرایش های کارآفرینانه به‌صورت تکاملی شکل می‌گیرد و تنها دانشجویانی که سطوح بالای شور را نشان می‌دهند، گرایش های کارآفرینانه خواهند داشت. کروگر (۲۰۰۹)، نیز خاطرنشان می‌سازد که ارایه مدل‌های تکاملی برای بیان ادراک و باور افراد در طول زمان در زمینه‌ی تمایل رفتاری عاملی مهم در تبیین رفتارهای کارآفرینانه است. بر پایه این یافته پیشنهاد می‌شود دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی کشاورزی در طراحی دوره‌های آموزش کارآفرینی سطوح شور و شوق کارآفرینانه را به‌عنوان معیاری مهم در موفقیت دانشجویان در زمینه راه‌اندازی و توسعه کسب‌وکار خود مورد توجه قرار دهند.

برخلاف نتایج پژوهش‌های زانگ و همکاران (۲۰۱۳)، کائوتن و همکاران (۲۰۱۰) و یوردانووا و تاروون (۲۰۱۰)، که نشان می‌دهند زنان در مقابل مردان گرایش های کمتری در زمینه‌ی راه‌اندازی یک کسب‌وکار دارند، در این پژوهش مشخص شد جنس عامل پیش‌بینی‌کننده تمایلات رفتاری کارآفرینانه به‌شمار نیامده و بین دانشجویان پسر و دختر از نظر گرایش به راه‌اندازی کسب‌وکار اختلافی مشاهده نمی‌شود.

از سوی دیگر با توجه به اینکه آموزش های کارآفرینی بر گرایش کارآفرینی دانشجویان اثر معنی‌داری از خود نشان داد و با توجه به اثر معنی‌دار کلی شور و شوق کارآفرینانه بر گرایش های کارآفرینانه می‌توان نتیجه گرفت که برنامه‌های آموزش کارآفرینی با جهت‌گیری مرتبط در زمینه توسعه ابعاد شور و شوق کارآفرینانه و ارتقای سطح آن می‌توانند احتمال موفقیت خود را بالاتر ببرند. در این راستا لینان و همکاران (۲۰۱۰)، نیز در پژوهشی نشان دادند موفقیت در برنامه‌های آموزش کارآفرینی به تغییر در سطح تمایلات رفتاری مشارکت‌کنندگان آن وابسته است. هر پژوهشی با برخی محدودیت‌ها روبه‌رو است که معرفی آن برای دیگر پژوهشگران ضمن ارائه ایده‌های

پانوشت ها

- 1- Drive motivational theory
- 2- Incentives motivational theory
- 3- Longitudinal
- 4- Finite population correction
- 5- Daniel formula
- 6- Quota sampling
- 7- Homoscedastic
- 8- Odds
- 9- Omnibus test
- 10- Hosmer and Lemeshow test
- 11- Nagelkerke R Square
- 12- Cox & Snell R Square
- 13- Pre-Post Setting

پژوهشی می‌تواند به تفسیر یافته‌های این پژوهش کمک نماید. عمده‌ترین محدودیت این پژوهش نبود شرایط آزمایشی برای بررسی رفتار واقعی شرکت‌کنندگان در زمینه کارآفرینی است و تنها تمایل دانشجویان به راه‌اندازی کسب‌وکار با مقیاس ارائه‌شده توسط لینان و همکاران (۲۰۱۰)، اندازه‌گیری شد. در این زمینه نیز پیشنهاد می‌شود در پژوهشی خاص و با خلق شرایط پیش و پس از ۱۳ روزه توسعه‌گرایش‌های کارآفرینانه به همراه رصد وضعیت شور و شوق کارآفرینانه دانشجویان مورد بررسی قرار گیرد.

سپاسگزاری

این تحقیق با حمایت مالی معاونت علمی پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران انجام شد که بدین وسیله از آن معاونت قدردانی می‌شود.

منبع‌ها

- traits, skill and motivation to subsequent venture growth. *Journal of Applied Psychology*, 89(4): 587–598.
- Cardon, M. S., Wincent, J. Singh, J. and Drnovsek, M. (2009). The nature and experience of entrepreneurial passion. *Academy of Management Review*. 34(3): 511–532.
- Cardon, M. S. Gregoire, D. A. Stevens, C. E. and Patel, P. C. (2013). Measuring entrepreneurial passion: Conceptual foundations and scale validation. *Journal of Business Venturing*:28 (1); 373–396.
- Carsrud, A. L., & Brannback, M. (2011). Entrepreneurial motivations: what do we still need to know? *Journal of Small Business Management*, 49(1), 9–26.
- Chen, X., Yao, X. and Kotha, S. (2009). Entrepreneur passion and preparedness in business plan presentations: A persuasion analysis of venture capitalists' funding decisions. *Academy of Management Journal*. 52(1): 199–214.
- Dalborg, C. and Wincent, J. (2015). The idea is not enough: The role of self-efficacy in mediating the relationship between pull entrepreneurship and founder passion. *International Small Business Journal*: 33(8) 974–984.
- Dickson, P.H., Solomon, G.T., & Weaver, K.M. (2008). Entrepreneurial selection and success: Does education matter? *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(2): 239–258.
- Edelman, L., Brush, C. G., Manolova, T., & Greene, P. (2010). Start-up motivations and growth intentions of minority nascent entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, 48(2), 174–196.
- Fayolle, A., Linan, F. and Moriano, J. A. (2014). Beyond entrepreneurial intentions: values and motivations in entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*: 10(1), 1-11.
- Fitzsimmons, J. R. and Douglas, E. J. (2011). Interaction between feasibility and desirability in the

formation of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing* 26(4): 431–440.

Hattab, W. H. (2014). Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intentions of University Students in Egypt. *The Journal of Entrepreneurship*. 23(1): 1–18.

Ho V, Wong S and Lee C (2011) A tale of passion: Linking job passion and cognitive engagement to employee work performance. *Journal of Management Studies*. 48(1): 26–41.

Jaen, I., & Linan, F. (2013). Work values in a changing economic environment: the role of entrepreneurial capital. *International Journal of Manpower*, 34(8), 939–960.

Joensuu, S., Viljamaa, A., Varamaki, E. and Tornikoski, E. (2013). Development of entrepreneurial intention in higher education and the effect of gender. *Journal of Education and Training*. 55(8/9): 781-803.

Karlsson, T. and Moberg, K. (2013). Improving perceived entrepreneurial abilities through education: Exploratory testing of an entrepreneurial self-efficacy scale in a pre-post setting. *The International Journal of Management Education*, 11 (1): 1–11.

Kautonen, T. Luoto, S. and Tornikoski, E. T. (2010) Influence of work history on entrepreneurial intentions in 'prime age' and 'third age': A preliminary study. *International Small Business Journal*. 28(6): 583–601.

Krueger, N. F. (2009). Entrepreneurial intentions are dead: Long live entrepreneurial intentions. In A. L. Carsrud & M. Brannback (Eds.), *Understanding the entrepreneurial mind* (pp. 51–72). New York: Springer.

Linan, F. Rodriguez-Cohard, J.C. & Rueda-Cantuche, J.M. (2010). Factors affecting entrepreneurial intention levels: A role for education. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2): 195–218.

Luthje, C. Franke, N., 2002. Fostering entrepreneurship through university education and training: lessons from Massachusetts Institute of Technology. EURAM Stockholme 2nd Annual Conference, Stockholme, Sweden.

Murnieks, C. 2007. Who am I? The quest for an entrepreneurial identity and an investigation of its relationship to entrepreneurial passion and goal-setting. Ph.D. dissertation, University of Colorado-Boulder.

Oconnor, A. (2013). A conceptual framework for entrepreneurship education policy: Meeting government and economic purposes. *Journal of Business Venturing*, 28 (1): 546–563.

Shane, S. and Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1): 217–226.

Solesvik, M. (2013). Entrepreneurial motivations and intentions: investigating the role of education major. *Education+Training*, 55(3), 253–271.

Sundararajan, M., Peters, L., 2007. Role of emotions in the entrepreneur's opportunity recognition process. Paper Presented at the Academy of Management Conference. Philadelphia, PA.

Tolentino, L. R., Sedoglavich, V., Lu, V. N., Raymund, P., Garcia, J. M., and Restubog, S. L. D. (2014). The role of career adaptability in predicting entrepreneurial intentions: A moderated mediation model. *Journal of Vocational Behavior*, 85 (1) 403–412.

Verheul, I., Wennekers, S., Audretsch, D., Thurik, R. (2001). An eclectic theory of entrepreneur-

ship. Discussion Paper TI2001-030/3. Tinbergen Institute, Amsterdam. (retrieved: www.tinbergen.nl).

Yordanova, D. and Tarrazon, M.-A. (2010), "Gender differences in entrepreneurial intentions: evidence from Bulgaria", *Journal of Developmental Entrepreneurship*, Vol. 15 No. 3, 245-261.

Zhang, Y., Duijsters, G.M., and Cloudt, M. (2013). The role of entrepreneurship education as a predictor of university students' entrepreneurial intention. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 9(1): 1-19.

Prediction of Students' Intention in Business Start up Behavior based on their Entrepreneurial Passion: in the University College of Agricultural and Natural Resources, University of Tehran, Iran

A. Alambeig

Assistant Prof., Faculty of Agricultural Economics and Development, University of Tehran., Tehran, Iran

Abstract

The main aim of research was to investigate factors which distinct two categories of intention in Business Startup Behavior Based on students' entrepreneurial passion among University students. Research method was descriptive correlation study. The statistical population comprised of senior and junior undergraduate students as well as graduate students of the University College of Agriculture and Natural Resources, Tehran University. 205 students were selected using the Daniel formula through quota sampling method. Research instrument was a questionnaire whose validity and reliability were reviewed and approved. A dominant statistical method was binary logistic regression. The results of this empirical study indicate that a significant variable in predicting entrepreneurial passion is entrepreneurship Intention. It was also found that only students who have experienced high levels of entrepreneurial passion, experience a salient intention to startup businesses. The results of the sensitivity analysis for logit models showed satisfied performance in the separation of intentions levels according to entrepreneurial passion. Also experiences in entrepreneurship course could result in willingness among students to start a business but did not show significant role of gender in this regard.

Index Terms: educational Entrepreneurial Intention, Entrepreneurial Passion, agricultural students and University of Tehran

Corresponding Author: A. Alambeigi

Email: alambaigi@ut.ac.ir

Received: 21/02/2015 ; **Accepted:** 10/08/2015