

رابطه‌ی شخصیت پویا و اراده‌ی کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی

سعید کریمی^۱، رضا موحدی^۲، حشمت الله سعدی^۳، احمد یعقوبی فرانی^۴

۱- استادیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه بوعلی سینا

۲- دانشیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه بوعلی سینا

۳- دانشیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه بوعلی سینا

۴- استادیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه بوعلی سینا

چکیده

اگرچه در گذشته پژوهش‌های زیادی درباره تأثیر مستقیم ویژگی‌های شخصیتی بر اراده و رفتار کارآفرینانه انجام شده است، اما به علت اینکه این ویژگی‌ها توان پیش بینی‌کنندگی خوبی نداشتند، مورد انتقاد جدی قرار گرفتند. در سال‌های اخیر صاحب‌نظران پیشنهاد می‌کنند که تأثیر ویژگی‌های شخصیتی بر اراده و رفتار کارآفرینی بیشتر به صورت غیرمستقیم و با عامل‌های انگیزشی کارآفرینانه صورت می‌پذیرد. هدف اصلی این پژوهش هم آن بود که با ادغام یک ویژگی شخصیتی مهم (یعنی شخصیت پویا) درون نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده، نقش واسطه‌ای عامل‌های انگیزشی (یعنی نگرش نسبت به کارآفرینی و کنترل رفتاری درک شده) در روابط بین این ویژگی شخصیتی و اراده کارآفرینانه بررسی شود. روش پژوهش، توصیفی از نوع پیمایشی می‌باشد. داده‌های پژوهش از طریق پرسشنامه از نمونه‌ای متشکل از ۳۰۰ دانشجوی کشاورزی در چهار دانشگاه دولتی در غرب کشور، جمع‌آوری شد. روایی محتوایی پرسشنامه را گروهی از خبرگان بررسی و تایید کردند و پایایی بخش‌های مختلف آن نیز با استفاده از ضریب تنای ترتیبی تایید شد (۰/۷۵ تا ۰/۸۲). نتایج به دست آمده از مدل‌یابی معادله‌های ساختاری و بوت استرپ نشان دادند که کنترل رفتاری و نگرش کارآفرینی در رابطه بین هنجارهای ذهنی و شخصیت پویا با اراده کارآفرینانه نقش واسطه‌ای داشتند. هنجارهای ذهنی و شخصیت پویا از راه کنترل رفتاری و نگرش کارآفرینی تأثیر غیرمستقیم و مثبت بر اراده کارآفرینانه داشتند. یافته‌های به دست آمده بیانگر نقش مهم شخصیت پویا در فرایند کارآفرینی می‌باشد. کاربرد نتایج این پژوهش در ارتباط با توسعه اراده کارآفرینانه و آموزش کارآفرینی بحث خواهد شد.

کلید واژه‌ها: اراده کارآفرینانه، شخصیت پویا، نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده، دانشجویان کشاورزی

نویسنده‌ی مسئول: سعید کریمی

رایانامه: skarimi@basu.ac.ir

دریافت: ۹۴/۰۳/۱۷؛ پذیرش: ۹۴/۰۵/۱۹

مقدمه

کارآفرینی را می‌توان تبدیل نوآوری به محصولی جدید، خدمتی جدید یا کسب و کاری جدید به منظور بهره‌برداری از یک فرصت کسب و کار تعریف کرد (مک‌گیور، ۲۰۰۳). کارآفرینی می‌تواند باعث بهبود نوآوری، رشد و توسعه اقتصادی، ارایه محصولات، فرایندها، راه‌حل‌ها و خدمات جدید به مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان، و ایجاد مشاغل جدید در هر کشوری شود (گارسیا، ۲۰۰۵؛ اسپررام، ۲۰۰۴). با توجه به برتری‌های یاد شده، بسیاری از صاحب‌نظران و پژوهشگران به دنبال درک و شناسایی عامل‌هایی بوده‌اند که منجر به رفتار و عمل کارآفرینانه می‌شوند. کروگر و کارسروود (۱۹۹۳) بیان می‌کنند که اراده کارآفرینانه بهترین پیش‌بینی‌کننده رفتار کارآفرینانه‌ی افراد است. شواهد هم‌نشان‌دهنده آن است که بیشتر کارآفرینان پیش از اینکه فرصت کسب و کار مناسب را کشف و یا خلق و نوع کسب و کار خود را گزینش کنند، تصمیم به راه‌اندازی کسب و کار می‌گیرند (براکهوس، ۱۹۸۷). بررسی‌های تجربی هم بیانگر آن است که اراده کارآفرینانه بهترین پیش‌بینی‌کننده رفتار کارآفرینی در آینده نزدیک خواهد بود (کاتونن و همکاران، ۲۰۱۵). اما اراده کارآفرینانه هم تحت تاثیر عامل‌ها مختلفی قرار می‌گیرد که شناسایی و درک آنان به شناخت بیشتر ما از رفتار و فرایند کارآفرینی کمک زیادی خواهد کرد.

هر چند، تحقیقات اولیه بیانگر آن بود که ویژگی‌های شخصیتی تعیین‌کننده اراده و رفتار کارآفرینانه افراد است (بونت و فامهام، ۱۹۹۱؛ شیور و اسکات، ۱۹۹۱؛ کرانت، ۱۹۹۶؛ کوه، ۱۹۹۶)، ولی تاثیر مستقیم این ویژگی‌ها بر اراده و رفتار کارآفرینانه زیاد چشمگیر نبوده و انتقادهای زیادی به این دیدگاه وارد شده است (کروگر، ۱۹۹۳؛ میتچل و همکاران، ۲۰۰۲؛ شوک و همکاران، ۲۰۰۳؛ راوچ و فرس، ۲۰۰۷). از جمله انتقادهای این است که ویژگی‌های شخصیتی به تنهایی نمی‌توانند اراده و رفتار کارآفرینانه را پیش‌بینی کنند و فرایندهای شناختی در این زمینه نقش مهم‌تری ایفا می‌کنند. پژوهشگران بیان می‌کنند که ویژگی‌های شخصیتی ممکن است بخشی از فرایند شناختی کارآفرینی را بهتر از پیامد این فرایند (یعنی اراده و رفتار کارآفرینی) پیش‌بینی کنند (کروگر، ۱۹۹۳؛ سیمون

و هوگتون، ۲۰۰۲). بر پایه مدل‌های شناختی، ویژگی‌های شخصیتی بر اراده کارآفرینانه تاثیر می‌گذارد اما این تاثیر بیشتر به صورت غیرمستقیم و با سازه‌های مجاورتر مانند ادراک کارآفرینی و نگرش خواهد بود (باوم و همکاران، ۲۰۰۱؛ سیمون و هوگتون، ۲۰۰۲؛ کروگر و همکاران، ۲۰۰۰). یکی از معتبرترین مدل‌های شناختی هم نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده آجزن (۱۹۹۱) است که بر پایه‌ی آن اراده کارآفرینانه افراد تحت تاثیر عامل‌های انگیزشی و ادراک آنان قرار می‌گیرد. بر پایه این نظریه، عامل‌هایی نظیر ویژگی‌های فردی و شخصیتی به صورت غیرمستقیم، بوسیله عامل‌های مجاورتر نظیر نگرش و کنترل رفتاری درک شده، اراده کارآفرینانه را تحت تاثیر قرار می‌دهند (آجزن، ۱۹۹۱).

از جمله مهم‌ترین ویژگی‌های شخصیتی که در زمینه کارآفرینی بسیار شایان توجه است، شخصیت پویا می‌باشد. صاحب‌نظران مختلف بر ماهیت پویای کارآفرینان تاکید کرده‌اند (لامپکین و دس، ۱۹۹۶؛ نامان و اسلوین، ۱۹۹۳). ولی بررسی‌های معدودی درباره نوع و ماهیت رابطه شخصیت پویا با رفتار کارآفرینی انجام شده است (بچرر و ماورر، ۱۹۹۹؛ کیکول و گاندیری، ۲۰۰۲). همچنان که گفته شد در گذشته، تحقیقات بیشتر بر تاثیر مستقیم عامل‌های شخصیتی رفتار و اراده کارآفرینانه تمرکز داشتند، بنابراین هدف اصلی این پژوهش آن است که نه تنها رابطه مستقیم بین ویژگی شخصیت پویا و اراده کارآفرینانه را ارزیابی کند، بلکه با توسعه نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده و نقش واسطه‌گری عامل‌های انگیزشی موجود در این نظریه، رابطه غیرمستقیم بین شخصیت پویا و اراده کارآفرینانه را نیز در دانشجویان کشاورزی دانشگاه‌های غرب کشور تبیین کند.

در راستای تحقق هدف کلی، بالا هدف‌های اختصاصی زیر مورد نظر می‌باشند:

- بررسی روابط بین اراده کارآفرینانه و سه عامل انگیزشی درون نظریه رفتاری برنامه‌ریزی شده؛
- بررسی رابطه بین شخصیت پویا و کنترل رفتاری درک شده؛
- بررسی رابطه بین شخصیت پویا با نگرش نسبت کارآفرینی؛

پژوهش‌های مختلف از نظریه رفتار برنامه ریزی شده برای پیش بینی اراده کارآفرینانه دانشجویان استفاده نموده‌اند و قدرت پیش بینی‌کنندگی آن را ثابت کرده‌اند (آیکوفلوا و همکاران، ۲۰۱۱؛ لینن و چن، ۲۰۰۹؛ اسپچلاگل و کونینگ، ۲۰۱۴؛ کریمی و همکاران، ۲۰۱۴). نتایج این بررسی‌ها بیانگر آن است که هر سه سازه انگیزشی می‌توانند نقش مهمی را در پیش بینی اراده کارآفرینانه افراد ایفا کنند، اما اهمیت نسبی این عامل‌ها و میزان تاثیر آنان در شرایط گوناگون و در کشورهای مختلف، متفاوت خواهد بود.

روابط بین نگرش و کنترل رفتاری درک شده با اراده کارآفرینانه در کشورهای مختلف هر چند که متفاوت اما اغلب مثبت و معنی‌دار بوده است، ولی در بعضی بررسی‌ها رابطه بین هنجارهای ذهنی و اراده کارآفرینانه بسیار ضعیف بوده و یا معنی‌دار نبوده است (موریانو و همکاران، ۲۰۱۲). به همین علت لینن و سانتوس (۲۰۰۷) بیان می‌کنند که هنجارهای ذهنی در اصل شکل ویژه‌ای از سرمایه اجتماعی بوده و بنابراین ممکن است با دو متغیر دیگر یعنی نگرش و کنترل رفتاری درک شده، رابطه داشته باشد و تاثیر آن بر اراده کارآفرینانه بوسیله این دو متغیر منتقل شود. بعضی از پژوهش‌های اخیر هم نشان می‌دهند که هنجارهای ذهنی با نگرش و کنترل رفتاری درک شده رابطه دارد و بوسیله آنان به طور غیرمستقیم با اراده کارآفرینانه در ارتباط می‌باشد (لینن و چن، ۲۰۰۹؛ لینن و همکاران، ۲۰۱۱). با توجه به مطالب یاد شده فرضیه‌های زیر بیان می‌شوند:

فرضیه ۱: (الف) نگرش نسبت به کارآفرینی و (ب) کنترل رفتاری درک شده با اراده کارآفرینانه دانشجویان رابطه مثبتی دارند.

فرضیه ۲: هنجارهای ذهنی دانشجویان با (الف) نگرش آنان نسبت به کارآفرینی و (ب) کنترل رفتاری درک شده رابطه مثبتی دارد.

پژوهش‌های کارآفرینی نشان می‌دهند که غیر از سه عامل انگیزشی، عامل‌های دیگری هم اراده و رفتار کارآفرینانه را تحت تاثیر قرار می‌دهند. از جمله این عامل‌ها می‌توان به متغیرهای شخصیتی اشاره کرد (فرانک و

- بررسی رابطه غیرمستقیم شخصیت پویا و اراده کارآفرینانه و نقش واسطه‌ای کنترل رفتاری درک شده و نگرش نسبت کارآفرینی در این زمینه.

این مطالعه با ارزیابی شخصیت پویای دانشجویان درون چارچوب نظریه رفتاری برنامه‌ریزی شده، به گسترش ادبیات کارآفرینی کمک می‌کند. همچنین این بررسی پاسخی به درخواست محققان پیشین (راوچ و فرس، ۲۰۰۷) برای بررسی پیشایندها و اثرگذاری‌های غیرمستقیم متغیرهای شخصیتی است. دانش و اطلاعات به دست آمده از این پژوهش درک عمیق‌تری از فرایند کارآفرینی و روابط بین متغیرهای انگیزشی و شخصیتی ایجاد می‌کند و می‌تواند برنامه‌ریزان و آموزشگران را در تدوین راهبردهای آموزشی اثربخش برای توسعه و ارتقا کارآفرینی در نظام آموزش عالی کشاورزی یاری رساند.

چارچوب نظری و فرضیه‌های تحقیق

نظریه رفتار برنامه ریزی شده

مدل‌ها و نظریه‌های مختلفی در رابطه با اراده و رفتار کارآفرینانه ارائه شده است، اما متداول‌ترین و معتبرترین آنان نظریه رفتار برنامه ریزی شده (آجزن، ۱۹۹۱) است. کارآیی و توانایی این مدل در پیش بینی اراده و رفتار کارآفرینانه در کشورهای مختلف (آیکوفلوا و همکاران، ۲۰۱۱؛ اسپچلاگل و کونینگ، ۲۰۱۴) از جمله ایران ثابت شده است (کریمی و همکاران، ۲۰۱۴). در این مدل، مهم‌ترین تعیین‌کننده رفتار کارآفرینی، اراده کارآفرینانه است. اراده کارآفرینانه هم توسط سه مولفه یا سازه انگیزشی متاثر می‌شود: (۱) هنجارهای ذهنی (یعنی فشار اجتماعی درک شده توسط فرد برای انجام یا انجام ندادن رفتار، برای مثال آغاز یک کسب و کار جدید)؛ (۲) نگرش نسبت به رفتار (یعنی ارزشیابی مثبت یا منفی شخص از انجام رفتار، برای مثال آغاز یک کسب و کار جدید)؛ (۳) کنترل رفتاری درک شده (درک فرد از میزان دشواری یا آسانی رفتار و میزان موفقیت وی در انجام یا انجام ندادن آن رفتار، برای مثال آغاز یک کسب و کار جدید).

این مفهوم در واقع همسان مفهوم خودکارآمدی بندورا (۱۹۹۷) است. در هر دو مفهوم، احساس ظرفیت برای انجام رفتار مورد نظر بسیار مهم می‌باشد (فیش باین و آجزن، ۲۰۱۰).

داشت که شخصیت پویا فرایندهای انگیزش پویا مانند خودکارامدی را برانگیزاند و در نهایت منجر به پیامدهای بهتر (مانند اراده و رفتار کارآفرینانه) شود (پارکر و همکاران، ۲۰۱۰). بررسی های مختلف هم بیانگر آن است که شخصیت پویا می تواند بر انگیزه و اشتیاق شغلی افراد تاثیر بگذارد و باعث بهبود عملکرد شغلی آنان شود (بهارلو و همکاران، ۱۳۹۲).

شخصیت پویا برای کارآفرینان مهم است زیرا آنان باید خودآغازگر باشند و بر محیط خود از راه شناسایی و بهره برداری از فرصت ها و ایجاد سازمان های جدید تاثیر بگذارند (راوچ و فرس، ۲۰۰۷). به طور کلی، شخصیت پویا بر گرایش افراد نسبت به رفتارهای نوآورانه (مانند کارآفرینی) تاثیر می گذارد (فرس و فای، ۲۰۰۱). راوچ و فرس (۲۰۰۷) در بررسی خود دریافتند که شخصیت پویا با رفتار کارآفرینانه همبستگی مثبتی دارد. بیتمن و کرانت (۱۹۹۳) دریافتند که شخصیت پویا بر گزینش شغل و به ویژه کارآفرینی تاثیر مثبتی دارد. آنان گزارش دادند که رابطه مثبتی بین شخصیت پویای افراد و اراده کارآفرینانه ی آنان وجود دارد. کیکول و گاندیری (۲۰۰۲) دریافتند که بین شخصیت پویای افراد و نوآوری رابطه مثبتی وجود دارد. همچنین نتایج بررسی زراعی شمس آبادی و همکاران (۱۳۸۹) نشان دهنده رابطه مثبت شخصیت پویا و نیات کارآفرینانه است.

بنابر نظریه رفتار برنامه ریزی شده، غیر از سه عامل انگیزشی، همه ی عامل های دیگر (از جمله متغیرهای شخصیتی)، اراده کارآفرینی را به صورت غیرمستقیم از راه عامل های انگیزشی تحت تاثیر قرار می دهند (فیش باین و آجنز، ۲۰۱۰). پژوهش های گذشته نشان می دهند که نگرش و کنترل رفتاری درک شده بیشتر از هنجارهای ذهنی با اراده کارآفرینی (کریمی و همکاران، ۲۰۱۴؛ لینن و چن، ۲۰۰۹) و ویژگی های شخصیتی (فینی و همکاران، ۲۰۱۲؛ نبی و لینن، ۲۰۱۳؛ اوبسچونکا و همکاران، ۲۰۱۰؛ ژاوو و همکاران، ۲۰۰۵) در ارتباط هستند. همچنین بنابر پژوهش های کارآفرینی، هنجارهای ذهنی کمتر از نگرش و کنترل رفتار درک شده برای اراده کارآفرینی مناسب خواهند بود زیرا کارآفرینان به طور معمول درون-محور هستند و کمتر تحت تاثیر عامل ها و فشارهای بیرونی قرار

همکاران، ۲۰۰۷؛ ژائوو و همکاران، ۲۰۱۰). یکی از مهم ترین متغیرهای شخصیتی که در تحقیقات کارآفرینی کمتر به آن توجه شده، شخصیت پویا است (بیتمن و کرانت، ۱۹۹۳). پویا بودن یک برتری رقابتی مهم در جامعه پیشرفته امروز است (پارکر و کولینز، ۲۰۱۰). این خصیصه به ویژه در زمینه کارآفرینی که تغییر پذیری های سریع در آن رخ می دهد و همان طور که پیشتر بیان شد شالوده ی آن بر شناسایی فرصت و بهره برداری از آن استوار است، اهمیت بیشتری خواهد داشت. مک کلند (۱۹۸۶) بیان می کند که شخصیت پویا یکی از نه ویژگی کارآفرینانه است که بیشتر کارآفرینان موفق صرف نظر از کشور و یا نوع کسب و کار آنان، دارا هستند.

انسان تنها تحت تاثیر محیط پیرامون خود قرار نمی گیرد بلکه می تواند به گونه ای فعالانه محیط پیرامون و شرایط زندگی خود را تغییر دهد. افراد دارای شخصیت پویا، می توانند خود را از قید و بند نیروهای محیطی رها سازند و باعث تغییر پذیری های موثر شوند. بیتمن و کرانت (۱۹۹۳) بیان می کنند که این افراد، موقعیت ها و فرصت ها را شناسایی می کنند، اقدام هایی را انجام می دهند، و تا هنگامی که تغییر پذیری های معنی دار ایجاد نکنند، به تلاش خود ادامه می دهند. در مقابل، افراد منفعل پیشگام نبوده و از فرصت های موجود برای ایجاد دگرگونی در محیط پیرامون خود بهره نمی گیرند. در نتیجه این افراد به احتمال زیاد خود را با شرایط وفق می دهند و وضعیت جاری را تحمل می کنند.

شخصیت پویا سه ویژگی مهم دارد: خود-آغاز بودن، تغییر محور بودن و آینده محور بودن (گریفین و همکاران، ۲۰۱۰؛ پارکر و همکاران، ۲۰۱۰). افراد دارای شخصیت پویا دیدگاه های بلند مدت دارند، می توانند برای تحقق هدف های تعیین شده خود بیش از حد معمول تلاش کرده و به تلاش خود ادامه می دهند تا هنگامی که به هدف هایشان دست یابند، و این توانایی را دارند که از بروز چالش های احتمالی جلوگیری کنند (پارکر و کولینز، ۲۰۱۰). آنان همچنین در راه تحقق آرمان و آرزوهای خود، به دنبال کسب اطلاعات جدید، روش های جدید و راه های جدید بهبود وضعیت کنونی هستند (بیتمن و کرانت، ۱۹۹۳). بر پایه ی تعریف ها و توضیح های بالا، می توان انتظار

با توجه به بحث‌ها و فرضیه‌های بالا درباره روابط بین عامل‌های انگیزشی و شخصیت پویا و همچنین بر پایه فرض بنیادی نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده که به جز سه عامل انگیزشی عامل‌های دیگر از جمله ویژگی‌های شخصیتی به طور غیرمستقیم و از راه عامل‌های انگیزشی اراده کارآفرینانه را تحت تاثیر قرار می‌دهند، در این پژوهش هم فرض می‌شود که بین شخصیت پویا و اراده کارآفرینانه رابطه غیرمستقیم وجود دارد. بعضی از بررسی‌های انجام شده هم نشان می‌دهند که نگرش نسبت به کارآفرینی (زامپتاکیس، ۲۰۰۸؛ فینی و همکاران، ۲۰۱۲؛ لوتجه و فرانک، ۲۰۰۳) و کنترل رفتاری درک شده (ابسچونکا و همکاران، ۲۰۱۰؛ ژاوو و همکاران، ۲۰۰۵) می‌توانند نقش واسطه‌ای بین ویژگی‌های شخصیتی و اراده کارآفرینانه ایفا کنند. بنابراین می‌توان انتظار داشت که ویژگی شخصیت پویای افراد با اراده کارآفرینانه آنان از راه توسعه نگرش مثبت آنان به کارآفرینی رابطه مثبتی دارد. همچنین می‌توان انتظار داشت که ویژگی شخصیت پویای افراد با اراده کارآفرینانه آنان از راه توسعه کنترل رفتاری درک شده رابطه مثبتی دارد. بنابراین می‌توان فرضیه‌های زیر را بیان کرد:

فرضیه ۴: نگرش نسبت به کارآفرینی رابطه بین شخصیت پویا و اراده کارآفرینانه را میانجی‌گری می‌کند.
فرضیه ۵: کنترل رفتاری درک شده رابطه بین شخصیت پویا و اراده کارآفرینانه را میانجی‌گری می‌کند.

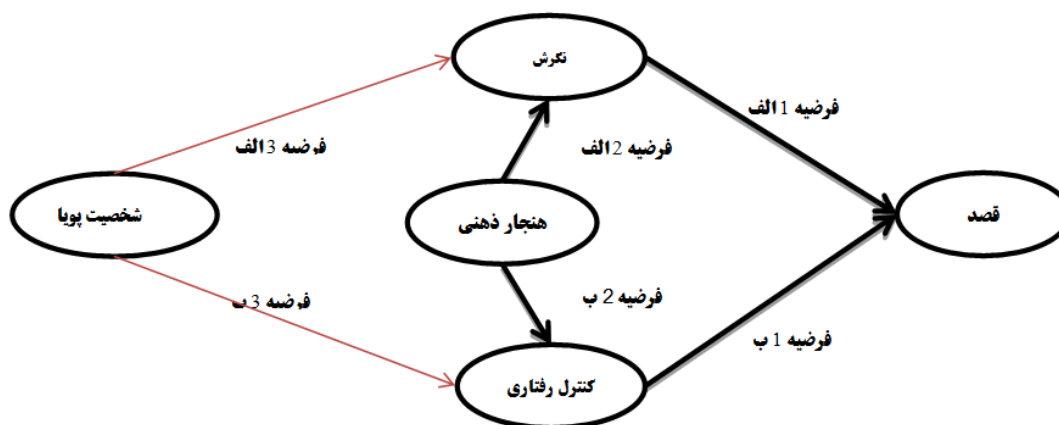
می‌گیرند (گوتنر و همکاران، ۲۰۱۲). به همین علت در این پژوهش روابط بین شخصیت پویا با نگرش و کنترل رفتاری درک شده بررسی شده است.

بعضی از بررسی‌های انجام شده هم گویای آن است که بین شخصیت پویا و عامل‌های انگیزشی رابطه مثبتی وجود دارد. برای مثال، پارکر و همکارانش (۲۰۱۰) گزارش دادند که بین شخصیت پویا و خودکارآمدی رابطه مثبتی وجود دارد، به عبارت دیگر اگر فردی دارای شخصیت پویاتری باشد، بر توانایی خود بر انجام کار (برای مثال راه اندازی یک کسب و جدید) اطمینان بیشتری دارد. پرابهو و همکاران (۲۰۱۲) نیز در بررسی خود دریافتند که شخصیت پویا با خودکارآمدی کارآفرینانه دانشجویان رابطه مثبت دارد. آنان همچنین گزارش دادند که تاثیر شخصیت پویا بر اراده کارآفرینانه غیر مستقیم است و با خودکارآمدی منتقل می‌شود. همچنین نتایج بررسی زامپتاکیس (۲۰۰۸) نشان داد که شخصیت پویا با نگرش کارآفرینی دانشجویان رابطه مثبتی دارد و از راه نگرش با اراده کارآفرینانه‌ی آنان در ارتباط است.

با توجه به مطالب یاد شده، فرضیه‌های زیر درباره رابطه شخصیت پویا و نگرش نسبت به کارآفرینی و کنترل رفتاری درک شده ارائه می‌شود:

فرضیه ۳: شخصیت پویا با (الف) نگرش نسبت به کارآفرینی و (ب) کنترل رفتاری درک شده دارای رابطه مثبتی است.

رابطه غیرمستقیم بین شخصیت پویا و اراده کارآفرینی



نگاره ۱: مدل پژوهش- روابط مفروض بین شخصیت پویا، عوامل انگیزشی و قصد کارآفرینانه

روش شناسی

با توجه به ماهیت پژوهش و هدف آن، روش این پژوهش توصیفی-مقطعی و از نوع پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش شامل همه‌ی دانشجویان کشاورزی سال آخر کارشناسی چهار دانشگاه غرب کشور (همدان، کردستان، کرمانشاه و لرستان) است که در سال تحصیلی ۹۴-۱۳۹۳ در این دانشگاه‌ها در رشته‌های مختلف کشاورزی به تحصیل اشتغال داشتند. به طور کلی ۱۴۵۰ دانشجوی کشاورزی سال آخر در چهار دانشگاه نام برده مشغول به تحصیل بودند که بر پایه جدول کرجسی و مورگان (۱۹۷۰) حجم نمونه ۳۰۰ نفر تعیین شد ($p=0/50$ ، سطح اطمینان = ۹۵٪، حاشیه خطا = ۰/۰۵). روش نمونه‌گیری نیز از نوع تصادفی طبقه‌ای بود (۸۸ نفر از دانشگاه بوعلی سینا همدان، ۷۵ نفر از دانشگاه رازی کرمانشاه، ۷۱ نفر لرستان و ۶۶ نفر کردستان).

داده‌های مورد نظر به کمک ابزار پرسشنامه گردآوری شد. پرسشنامه در آغاز به زبان انگلیسی طراحی شده و آن‌گاه با دقت به فارسی ترجمه شد. نسخه ترجمه شده برای بررسی ثبات و پایداری، دوباره به انگلیسی ترجمه شد. به منظور آزمون روایی محتوای پرسشنامه، از چهار متخصص کارآفرینی و ترویج و آموزش کشاورزی خواسته شد که گزینه‌ها را بازبینی کنند. بر پایه نظرات آنان، بعضی از گزینه‌ها اصلاح، ویرایش و حذف شدند.

پیش از توزیع پرسشنامه نهایی، به منظور اطمینان از شفاف و قابل درک بودن گزینه‌ها و اعتبار صوری متغیرها و تدوین یک پرسشنامه بهتر، یک آزمون مقدماتی با توزیع ۲۸ پرسشنامه بین دانشجویان انجام شد و پس از چندین تغییر جزئی، پرسشنامه نهایی تدوین شد. همه‌ی گزینه‌های پرسشنامه با استفاده از مقیاس پنج‌گزینه‌ای لیکرت (بسیار مخالف = ۱ تا بسیار موافق = ۵) سنجش شد.

برای سنجش شخصیت پویا از پرسشنامه کوتاه شده بایتمن و کرانت (۱۹۹۳) که توسط سیبرت و همکارانش (۱۹۹۹) به کار رفته بود، استفاده شد (برای مثال: "من در شناسایی فرصت‌ها تبحر دارم". برای سنجش متغیرهای اراده کارآفرینانه (برای مثال: "مصمم هستم در آینده یک کسب و کار راه اندازی کنم.")، نگرش نسبت به کارآفرینی

(برای مثال: "کارآفرین بودن باعث رضایت مندی و خوشنودی من می‌شود.") و کنترل رفتاری درک شده (مثال: "من توانایی آغاز و راه اندازی یک کسب و کار را دارم.") از پرسشنامه استاندارد لینن و چن (۲۰۰۹) استفاده شد. برای سنجش هنجار ذهنی سه شاخص برگرفته شده از کولورید (۱۹۹۶) استفاده شد.

در این مقیاس از پاسخگویان خواسته شد به سه سوال در مورد باورهای هنجاری جواب دهند، برای مثال: "اعضای خانواده‌ام با تصمیم من درباره راه اندازی کسب و کار موافق هستند". دو گزینه دیگر درباره نظر دوستان نزدیک و آشنایان و افراد دیگری که برای فرد مهم هستند، بودند.

سه پرسش هم درباره انگیزه پیروی بود. به طور مثال: "نظر و دیدگاه اعضای خانواده‌ام در رابطه با راه اندازی کسب و کار خودم، برای من بسیار مهم است". همه‌ی گزینه‌ها در قالب مقیاس لیکرت پنج قسمتی (۱ = بسیار مخالفم تا ۵ = بسیار موافقم) سنجش شدند. گزینه‌های باورهای هنجاری با استفاده از یک مقیاس دو قطبی (۲ = پیروی متناظر ضرب شدند و در نهایت نمره‌های به دست آمده با هم جمع شدند تا نمره کلی هنجار ذهنی به دست آمد.

در بین نمونه آماری گزینش شده ۳۰۰ پرسشنامه توزیع شد که ۲۸۷ پرسشنامه تکمیل و بازگردانده شدند. پرسشنامه‌های تکمیل شده از لحاظ داده‌های گم شده و پرت بازبینی و بررسی شدند که در نهایت پس از حذف ۱۷ پرسشنامه ناقص، ۲۷۰ پرسشنامه تجزیه و تحلیل شدند. به منظور برآورد پایایی از تتای ترتیبی استفاده شد. ضریب تتای ترتیبی در مقایسه با ضریب آلفای کرونباخ، دقت بالاتری داشته و می‌توان برای اطمینان از میزان ضریب پایایی از این شیوه نیز استفاده کرد (Zumbo et al., 2007). همان‌گونه که در جدول شماره ۳ مشاهده می‌شود ضریب تتای ترتیبی برای بخش‌های مختلف این پرسشنامه بین ۰/۷۵ تا ۰/۸۲ می‌باشد که نشان دهنده پایایی مطلوب ابزار تحقیق است.

متغیرهای کنترل

برابر با نظریه رفتار برنامه ریزی شده، متغیرهای

به طور کلی ۶۱/۹ درصد از کل پاسخگویان دختر و مابقی آنان (۳۸/۱ درصد) پسر بودند. در رابطه با توزیع سنی دانشجویان، بیشترین آنان (۷۸/۸٪) بین ۲۵-۲۱ سال سن داشتند و میانگین سنی شان ۲۲/۸۰ سال بود. بیشتر دانشجویان بدون تجربه کارآفرینی بودند (۸۶/۷ درصد). همچنین حدود ۴۰ درصد دانشجویان دست کم یک کارآفرین را می شناختند و با کسب و کار او از نزدیک آشنایی داشتند. جدول شماره ۱ میانگین، انحراف معیار و ضریب‌های همبستگی بین متغیرها را نشان می‌دهد. همچنان که پیشتر بیان شد مقیاس مورد استفاده برای اندازه گیری متغیرها مقیاس پنج گزینه‌ای لیکرت بود که در این مقیاس عدد ۳ ارزش خنثی به شما می‌آید. ارزش‌های کمتر از این ارزش میانی، ارزش‌های منفی و ارزش‌های بالاتر از آن، ارزش‌های مثبت مقیاس مربوطه را نشان می‌دهند.

همچنان که در جدول شماره ۲ ملاحظه می‌شود نمره میانگین اراده کارآفرینی ۳/۳۸ است که تا حدی بالاتر از ارزش میانی ۳ قرار می‌گیرد. این امر نشان دهنده آن است که دانشجویان گرایش متوسطی به ایجاد کسب و کار جدید داشتند. ارزش میانگین نگرش کمی بیشتر از ارزش میانی است (۳/۹۱) که نشان دهنده نگرش مثبت دانشجویان نسبت به کارآفرینی است. همچنین نمره میانگین دیگر متغیرها در حد متوسط بود. جدول شماره ۱ نشان می‌دهد که ضریب همبستگی هیچ یک از متغیرهای مستقل بزرگتر از ۰/۷ نبوده، بنابراین اثرگذاری‌های هم‌خطی چندگانه بین متغیرها شدید نبوده است.

بیرونی از جمله متغیرهای جمعیت شناختی ممکن است که به طور غیرمستقیم و از راه متغیرهای پیشایند اراده کارآفرینانه را تحت تاثیر قرار دهند (کریمی و همکاران، ۲۰۱۴؛ کروگر و همکاران، ۲۰۰۰؛ کولورید و ایساکسن، ۲۰۰۶؛ لینن و چن، ۲۰۰۹؛ ژاوو و همکاران، ۲۰۰۵؛ لینن و همکاران، ۲۰۱۱). بنابراین اطلاعات مربوط به چهار ویژگی جمعیت شناختی گردآوری و در مدل تحقیق لحاظ شد: جنس، سن، تجربه کارآفرینی، آشنایی با کارآفرین یا مدل نقش.

تحلیل جامعه آماری

داده‌های به دست آمده با استفاده از SPSS¹⁸ و AMOS¹⁸ تجزیه و تحلیل شدند. در این پژوهش مدل‌یابی معادله‌های ساختاری (SEM) به کار گرفته شد تا فرضیه‌های پژوهش آزمون شوند. این روش به طور معمول به منظور تایید اعتبار مدل تحقیق و آزمون تاثیر مستقیم و غیرمستقیم در فرضیه‌ها به کار می‌رود. این روش تحلیل چند متغیره که در سال‌های اخیر در تحقیقات علوم اجتماعی و رفتاری کاربرد بسیار زیادی یافته است، به پژوهشگر این امکان را می‌دهد که مجموعه‌ای از معادله‌های رگرسیون را به طور همزمان آزمون کند (شوگ و همکاران، ۲۰۰۴). مدل‌یابی معادله‌های ساختاری به خاطر توانایی آن در به کار گرفتن شماری از روابط وابسته و تاثیرهای مستقیم و غیرمستقیم آنان درون یک مدل برای این پژوهش مناسب بوده است (هیر و همکاران، ۲۰۱۰).

نتایج

آمار توصیفی و تحلیل همبستگی

جدول ۱- میانگین، انحراف معیار، ضریب همبستگی و ریشه مجذور (AVE) برای تمام متغیرهای تحقیق

متغیر	میانگین	انحراف معیار	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹
۱- قصد کارآفرینی	۳۸/۳	۰/۸۹	(۰/۶۳)								
۲- نگرش نسبت به کارآفرینی	۹۱/۳	۰/۸۴	۰/۶۰**	(۰/۶۸)							
۳- هنجارهای ذهنی	۴۴/۲	۳/۷۷	۰/۴۹**	۰/۵۵**	(۰/۷۳)						
۴- کنترل رفتاری درک شده	۰/۴۳	۰/۸۴	۰/۶۲**	۰/۳۸**	۰/۳۵**	(۰/۶۳)					
۵- شخصیت پویا	۱۹/۳	۰/۸۴	۰/۴۴**	۰/۳۱**	۰/۲۴**	۰/۵۰**	(۰/۶۵)				
۶- سن	۷۷/۲۲	۲/۷۷	۰/۰۳	۰/۰۶	۰/۰۸	۰/۰۱	۰/۰۳				
۷- جنسیت	۶/۱	۰/۴۹	۰/۱۲	۰/۰۴	۰/۰۳	۰/۱۳	۰/۱۹*	۰/۲۵**			
۸- سطح تحصیلات	۱۲/۱	۰/۳۶	۰/۰۹	۰/۰۱	۰/۰۳	۰/۰۲	۰/۰۱	۰/۳۶**	۰/۰۲		
۹- تجربه کارآفرینی	۱۳/۱	۰/۳۴	۰/۱۴*	۰/۰۶	۰/۰۶	۰/۲۳**	۰/۱۴*	۰/۰۲	۰/۲۵**	۰/۰۲	
۱۰- مدل نقش	۴۰/۱	۰/۴۹	۰/۱۴*	۰/۱۷*	۰/۱۰	۰/۱۵*	۰/۱۸*	۰/۱۷*	۰/۰۱	۰/۲۸**	۰/۲۸**

*P ≤ 0/05 ** P ≤ 0/01

گیری اولیه از برازش نسبی قابل قبولی دارد اما به منظور بهبود برازش مدل، بر پایه شاخص‌های اصلاح دو گزینه از متغیر اراده کارآفرینی، یک گزینه از متغیر کنترل رفتاری درک شده و یک گزینه هم از متغیر شخصیت پویا حذف شدند. پس از حذف این گزینه‌ها شاخص‌های برازش مدل به میزان قابل قبولی بهبود یافتند. بنابراین بر پایه نتایج به دست آمده، مدل مفروض در این تحقیق که از ۵ متغیر تشکیل شده، مدل مناسبی برای این تحقیق بوده است (جدول شماره ۲).

مدل‌یابی معادله‌های ساختاری
هیر و همکارانش (۲۰۱۰) پیشنهاد می‌کنند بهتر است یک رهیافت دو مرحله‌ای در مدل‌یابی معادلات ساختاری به کار گرفته شود: الف) ارزیابی مدل اندازه‌گیری و ب) ارزیابی مدل ساختاری.
الف- ارزیابی مدل اندازه‌گیری: در نخستین گام با کمک تحلیل عاملی تاییدی، شاخص‌های برازندگی، روایی و پایایی مدل اندازه‌گیری پیشنهاد شده ارزیابی شد. اگر چه نتایج تحلیل عاملی تاییدی نشان داد که مدل اندازه

جدول ۲ - خلاصه‌ای از شاخص‌های برازندگی برای مدل اندازه‌گیری

شاخص برازندگی	X ²	P	X ² /df	GFI	CFI	TLI	IFI	RMSEA
مقدار بدست آمده	۳۲۰/۳۵۳	۰/۰۰۱	۱/۶۴۳	۰/۹۰۴	۰/۹۴۰	۰/۹۲۹	۰/۹۴۱	۰/۰۴۹
مقدار پیشنهاد شده	> ۰/۰۵	> ۰/۰۵	< ۳	> ۰/۸	> ۰/۹	> ۰/۹	> ۰/۹	< ۰/۰۷

- روایی واگرا یا افتراقی: فورنل و لارکر (۱۹۸۱) بر این باورند که اگر ریشه مجذور AVE برای هر سازه بیشتر از میزان همبستگی بین آن سازه با دیگر سازه‌های موجود در مدل باشد، آن سازه دارای روایی واگرای قابل قبولی است. همچنان که در جدول شماره ۱ قابل مشاهده است، ریشه مجذور AVE همه‌ی سازه‌ها (از ۰/۶۳ تا ۰/۷۳) بزرگتر از همبستگی بین سازه‌ها (از ۰/۲۴ تا ۰/۶۲) است.
ب) ارزیابی مدل ساختاری: بعد از اینکه یک مدل اندازه‌گیری قابل قبول به دست آمد، دومین مرحله یعنی ارزیابی مدل ساختاری انجام شد. شاخص‌های برازندگی در این مرحله نیز بیانگر آن هستند که مدل ساختاری، داده‌ها را به خوبی برازش می‌کند (جدول شماره ۴).

- روایی همگرا: برای ارزیابی روایی همگرایی می‌توان از سه معیار پیشنهادی فورنل و لارکر (۱۹۸۱) استفاده کرد: ۱) وزن عاملی، ۲) پایایی سازه و ۳) متوسط واریانس مستخرج شده (AVE) برای هر یک از سازه‌ها. جدول شماره ۳ نشان می‌دهد که وزن عاملی همه‌ی گزینه‌ها معنی‌دار و بزرگتر از ۰/۵ بوده که این امر بیانگر روایی همگرایی قابل قبولی خواهد بود.
همچنان که در جدول شماره ۳ آمده است میزان روایی سازه برای همه‌ی سازه‌ها و یا متغیرهای تحقیق بیش از مقدار پیشنهاد شده ۰/۷ است. نتایج همچنین نشان داد که میزان AVE برای همه‌ی سازه‌ها، ۰/۴ و یا بالاتر از آن بوده که میزان به نسبت قابل قبولی است (فورنل و لارکر، ۱۹۸۱).

جدول ۳ - تحلیل عامل اکتشافی و وزن عاملی گویه‌های تحقیق

تغییر مکنون	گزینه‌ها	وزن عاملی	پایایی آماره T	ضریب AVE	ضریب تتا
قصد کارآفرینی	۱- هدف حرفه‌ای و شغلی من این است که یک کارآفرین شوم	۰/۶۶	۹/۱۸	۰/۴۰	۰/۷۵
	۲- مصمم هستم در آینده یک کسب و کار یا شرکت تجاری راه اندازی کنم.	۰/۶۴	۸/۸۴		
	۳- برای راه اندازی و اداره کردن شرکت یا موسسه تجاری خودم، تمام تلاشم را خواهم کرد	۰/۶۲	۸/۷۶		
	۴- به طور جدی درباره شروع یک کسب و کار و یا راه اندازی یک شرکت تجاری فکر کرده‌ام.	۰/۶۱			
نگرش نسبت به کارآفرینی	۵- کارآفرینی برای من به عنوان یک حرفه جذابیت دارد.	۰/۵۹	۱۰/۳۲	۰/۴۶	۰/۷۶
	۶- برای من مزایای کارآفرین شدن بیشتر از معایب آن است	۰/۷۴	۷/۳۲		
	۷- کارآفرین شدن مرا اغنا خواهد کرد و رضایت خاطر زیادی به من می‌دهد.	۰/۶۱	۱۰/۳۶		
	۸- در بین گزینه‌های مختلف، کارآفرین شدن را به دیگر نوع مشاغل ترجیح می‌دهم.	۰/۷۵	۸/۲۳		
هنجارهای ذهنی	۹- اگر فرصت و منابع لازم را داشته باشم، دوست دارم کسب و کار جدیدی راه اندازی کنم.	۰/۶۹			
	۱۰- نظرات اعضای خانواده	۰/۷۰	۰/۷۷	۰/۵۳	۰/۸۲

ادامه جدول ۳

تغییر مکنون	گزینه ها	وزن پایایی	آماره T	ضریب AVE	ضریب تنا
	۱۱- نظرات دوستان	۰/۷۹	۱۱/۸۷		
	۱۲- نظرات آشنایان و سایر افراد مهم دیگر	۰/۷۰	۱۰/۷۶		
کنترل رفتاری درک شده	۱۳- شروع یک حرفه یا شرکت تجاری و ادامه دادن آن برای من آسان خواهد بود.	۰/۶۲		۰/۴۰	۰/۷۹
	۱۴- اعتقاد دارم که کاملاً قادر خواهم بود یک کسب و کار تجاری را شروع کنم	۰/۵۸	۷/۶۷		
	۱۵- قادر هستم فرایند ایجاد یک کسب و کار جدید را کنترل و مدیریت نمایم.	۰/۵۹	۸/۳۲		
	۱۶- اگر سعی کنم کسب و کاری را شروع نمایم، شانس موفقیتم بسیار بالا خواهد بود.	۰/۶۴	۸/۸۷		
شخصیت پویا	۱۷- برای من تدوین و توسعه یک ایده تجاری آسان خواهد بود.	۰/۷۲	۱۱/۱۵		۰/۴۲
	۱۸- من عاشق به چالش کشیدن وضع موجود هستم.	۰/۵۶			۰/۸۰
	۱۹- من می توانم یک فرصت خوب را قبل از دیگران تشخیص دهم.	۰/۶۸	۹/۲۲		
	۲۰- من در شناسایی فرصت ها تبحر دارم.	۰/۷۱	۹/۵۴		
	۲۱- برای من هیچ چیز لذت بخش تر از این نیست که ببینم ایده هایم به واقعیت تبدیل شده اند.	۰/۶۸	۷/۷۷		
	۲۲- من اگر چیزی را دوست نداشته باشم، آن را اصلاح می کنم.	۰/۶۲	۸/۵۴		

جدول ۴ - خلاصه ای از شاخص های برازندگی برای مدل ساختاری

شاخص برازندگی	X ²	P	X ² /df	GFI	CFI	TLI	IFI	RMSEA
مقدار به دست آمده	۳۳۷/۸۷۱	۰/۰۰۱	۱/۶۹۸	۰/۹۰۰	۰/۹۳۳	۰/۹۲۳	۰/۹۳۴	۰/۰۵
مقدار پیشنهاد شده	>۰/۰۵	>۰/۰۵	<۳	>۰/۸	>۰/۹	>۰/۹	>۰/۹	<۰/۰۷

($\beta=0/36, p<0/01$) رابطه مثبت معنی داری دارد. بنابراین فرضیه های ۲ الف و ب تایید می شوند. نتایج به دست آمده همچنین بیانگر رابطه مثبت و معنی دار شخصیت پویا با نگرش ($\beta=0/26, p<0/01$) و کنترل رفتاری درک شده ($\beta=0/45, p<0/01$) می باشند. بنابراین فرضیه های ۳ الف و ب تایید می شوند. به طور کلی، همه ی چهار متغیر با همدیگر قادر بودند که ۷۸ درصد واریانس را در اراده کارآفرینی دانشجویان تبیین کنند.

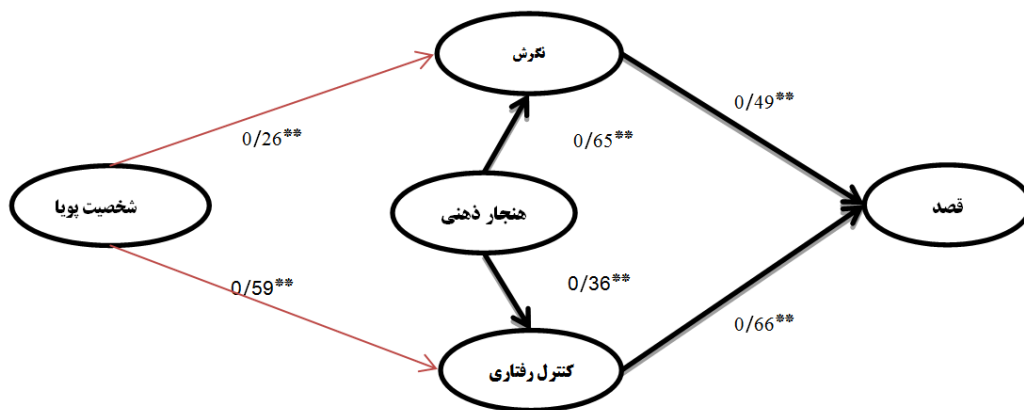
همچنین اثرات ترکیب شده هنجار ذهنی و شخصیت پویا ۴۹ درصد واریانس در نگرش و ۴۸ درصد واریانس در کنترل رفتاری درک شده را تبیین می کنند. پس از اینکه متغیرهای کنترل وارد مدل ساختاری شدند هیچ کدام از آنان با اراده کارآفرینانه و نگرش رابطه مستقیم معنی داری نداشتند، ولی تجربه کارآفرینی ($\beta=0/13, p<0/05$) و مدل نقش کارآفرینی ($\beta=0/12, p<0/05$) با کنترل رفتاری درک شده رابطه مثبت معنی داری داشتند هر چند که این روابط هم به نسبت ضعیف بودند.

به منظور اطمینان از اینکه آیا مدل به دست آمده مناسب ترین مدل برای داده های تحقیق هستند، دو مدل جایگزین دیگر مورد آزمون قرار گرفتند. در این دو مدل، مسیر مستقیم بین هنجار ذهنی و اراده کارآفرینانه و همچنین رابطه مستقیم بین شخصیت پویا و اراده کارآفرینانه به مدل اضافه شدند. اضافه کردن این دو مسیر بر اساس همبستگی مثبت بین دو متغیر مربوطه با اراده کارآفرینانه انجام شد. نتایج نشان داد که بهبود معنی داری در برازش مدل ساختاری به وجود نیامده و همچنین مسیرهای اضافه شده معنی دار نبودند. بنابراین مدل ساختاری اولیه بهترین برازش را برای داده های تحقیق فراهم می کند و برای ارزیابی فرضیه ها استفاده شد. همانگونه که نتایج یاد شده در جدول شماره ۵ و شکل شماره ۲ نشان می دهند نگرش ($\beta=0/49, p<0/01$) و کنترل رفتاری درک شده ($\beta=0/66, p<0/01$) با اراده کارآفرینانه دانشجویان رابطه مثبت و معنی داری دارند (فرضیه ۱ الف و ب). همچنین هنجارهای ذهنی با نگرش ($\beta=0/65, p<0/01$) و کنترل رفتاری درک شده دانشجویان

جدول ۵- نتایج مدل یابی معادله ساختاری

ارزش بتا β	انحراف استاندارد	ارزش تی†	فرضیات آزمون شده
۴۹/۰	۰/۰۷۷	۶/۲۲۴**	نگرش نسبت به کار آفرینی ← قصد کار آفرینی
۶۶/۰	۰/۰۸۱	۷/۱۵۱**	کنترل رفتاری درک شده ← قصد کار آفرینی
۶۵/۰	۰/۰۱۷	۷/۷۴۷**	هنجارهای ذهنی ← نگرش
۳۶/۰	۰/۰۱۵	۵/۱۱۸**	هنجارهای ذهنی ← کنترل رفتاری درک شده
۲۶/۰	۰/۰۶۶	۳/۸۸۳**	شخصیت پویا ← نگرش
۵۹/۰	۰/۰۹۲	۶/۹۶۵**	شخصیت پویا ← کنترل رفتاری درک شده

* $p < .05$, ** $p < .01$



* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

($\chi^2/df=1/698$, $GFI=0/900$, $TLI=0/923$, $CFI=0/933$, $IFI=0/934$, $RMSEA=0/051$)

نگاره ۲- ضرایب مسیر در مدل پیشنهادی

روش‌های سنتی که مبتنی بر توزیع نرمال هستند، روشی نامشخصه‌ای است که با استفاده از داده‌های موجود و از راه باز نمونه‌گیری، معنی‌داری مشخصه‌ها و فرضیه‌های پژوهش را آزمون می‌کند.

نتایج بوت استرپ برای مسیرهای واسطه‌ای مدل پیشنهادی این پژوهش را می‌توان در جدول ۶ مشاهده کرد. سطح اطمینان برای همه‌ی این فواصل اطمینان ۹۵ و شمار باز نمونه‌گیری‌های بوت استرپ ۵۰۰۰ بوده است. برابر با جدول ۶، هنجار ذهنی با هر دو متغیر واسطه رابطه مثبت دارد در حالی که اثر مستقیم هنجار ذهنی بر اراده کارآفرینانه معنی‌دار نبوده و از سوی دیگر هر دو متغیر واسطه با اراده کارآفرینانه رابطه مثبتی دارند. افزون بر این، نتایج بوت استرپ برای تاثیر غیرمستقیم هنجار ذهنی بر اراده کارآفرینانه نشان داد که حد پایین فاصله

اثرگذاری‌های واسطه‌ای

هرچند که رد شدن دو مدل جایگزین که شامل یک مسیر مستقیم از هنجار ذهنی به اراده کارآفرینی و همچنین یک مسیر مستقیم از شخصیت پویا به اراده کارآفرینانه بودند، بیانگر آن بود که اثرات هنجار ذهنی و شخصیت پویا به طور کامل از راه نگرش و کنترل رفتاری درک شده به اراده کارآفرینانه منتقل می‌شوند. به عبارت دیگر نگرش و کنترل رفتاری درک شده نقش واسطه‌ای بین هنجار ذهنی و شخصیت پویا با اراده کارآفرینانه دانشجویان ایفا می‌کنند. ولی همان گونه که محققان پیشین (پریچر و هایس، ۲۰۰۸؛ چانگ و لائو، ۲۰۰۸) هم پیشنهاد کرده‌اند به منظور آزمون اثرگذاری‌های واسطه‌ای در مدل یابی معادله‌های ساختاری بهتر است که از روش بوت استرپ نیز استفاده شود. بوت استرپ برخلاف

اما این نتایج به طور دقیق نشان نمی‌دهند که برای مثال تاثیر غیرمستقیم هنجار ذهنی از راه نگرش و از راه کنترل رفتاری درک شده به تفکیک به چه صورت خواهد شد، بنابراین ماکرو SPSS (پریچر و هایس، ۲۰۰۸) به کار گرفته شد تا اثرگذاری‌های غیرمستقیم هنجارهای ذهنی و شخصیت پویا بر اراده کارآفرینی از راه نگرش و کنترل رفتاری درک شده به تفکیک محاسبه شود. پنج متغیر جمعیت شناختی (سن، جنس، سطح تحصیلات، تجربه کارآفرینی و مدل نقش کارآفرینی) هم به عنوان متغیر کنترل وارد معادله شدند.

نتایج به دست آمده دوباره نشان دادند که اثرگذاری غیرمستقیم هنجار ذهنی بر اراده کارآفرینی به طور کامل با نگرش (حد بالا=۰/۰۷۸ و حد پایین=۰/۰۴۱، $\beta=0/058$) و کنترل رفتاری درک شده (حد بالا=۰/۰۶۲ و حد پایین=۰/۰۲۷، $\beta=0/043$) منتقل می‌شوند. همچنین اثرگذاری‌های غیرمستقیم شخصیت پویا بر اراده کارآفرینی به طور کامل با نگرش (حد بالا=۰/۲۳۴ و حد پایین=۰/۱۰۴، $\beta=0/163$) و کنترل رفتاری درک شده (حد بالا=۰/۳۹۰ و حد پایین=۰/۲۲۰، $\beta=0/30$) منتقل می‌شوند.

اطمینان ۰/۳۸۱ و حد بالای آن ۰/۷۸۴ است. قرار نگرفتن صفر در این فاصله اطمینان گویای معنی‌داری این مسیر غیرمستقیم و در نتیجه تأیید فرضیه مربوط به آن است (فرضیه ۴). نتایج مندرج در جدول ۶ نشان می‌دهد که شخصیت پویا با هر دو متغیر دارای رابطه مثبت معنی‌داری است ولی رابطه مستقیم آن با اراده کارآفرینانه معنی‌دار نیست. افزون بر این، نتایج بوت استراپ برای رابطه غیرمستقیم شخصیت پویا و اراده کارآفرینانه نشان داد که حد پایین فاصله اطمینان ۰/۳۹۱ و حد بالای آن ۰/۸۶۰ است. قرار نگرفتن صفر در این فاصله اطمینان گویای معنی‌داری این مسیر غیرمستقیم و در نتیجه تأیید فرضیه مربوط به آن است (فرضیه ۵). این یافته‌ها به نوعی از فرض بنیادی نظریه رفتار برنامه ریزی شده مبنی بر اینکه عامل‌های فردی دورتر مانند ویژگی‌های شخصیتی اراده کارآفرینانه را از راه عامل‌های انگیزشی مجاورتر نظیر نگرش تحت تاثیر قرار می‌دهند (فیش باین و آجزن، ۲۰۱۰). اگرچه نتایج به دست آمده از انجام بوت استراپ با نرم افزار آموس بیانگر وجود تاثیر غیرمستقیم هنجار ذهنی و شخصیت پویا بر اراده کارآفرینانه‌ی دانشجویان است،

جدول ۶- نتایج بوت استراپ برای مسیرهای مستقیم و غیرمستقیم در مدل پژوهش

پيامد	تعيين کننده	مستقيم (فاصله اطمینان ۹۵٪)	غيرمستقيم (فاصله اطمینان ۹۵٪)	مقادير استاندارد شده	جمع كل
قصد کارآفرینانه	نگرش نسبت به کارآفرینی	۰/۴۹ (-۰/۶۸۷ - ۰/۲۹۱)	۰/۵۶ (-۰/۷۸۴ - ۰/۳۸۱)		۰/۴۹
	کنترل رفتاری درک شده	۰/۶۶ (-۰/۹۱۵ - ۰/۵۰۹)	۰/۵۷ (-۰/۸۶۰ - ۰/۳۹۱)		۰/۶۶
	هنجار ذهنی	۰/۰۱ (-۰/۲۱۳ - ۰/۲۳۳)			۰/۵۷
	شخصیت پویا	۰/۰۹ (-۰/۱۰۷ - ۰/۳۴۹)			۰/۴۸
نگرش نسبت به کارآفرینی	هنجار ذهنی	۰/۶۵ (-۰/۷۵۳ - ۰/۵۲۳)			۰/۶۵
	شخصیت پویا	۰/۲۶ (-۰/۳۹۸ - ۰/۱۴۶)			۰/۲۶
کنترل رفتاری درک شده	هنجار ذهنی	۰/۳۶ (-۰/۵۱۶ - ۰/۱۸۷)			۰/۳۶
	شخصیت پویا	۰/۵۹ (-۰/۷۴۳ - ۰/۴۴۹)			۰/۵۹

*p < .۰۵, **p < .۰۱

متغیرها از نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده آجزن (۱۹۹۱) استفاده شد. نتایج به دست آمده از این پژوهش همه‌ی مسیرهای مستقیم و غیرمستقیم الگوی پیشنهادی را تأیید کرد. یافته مهم این پژوهش نشان دادن نقش واسطه‌ای نگرش و کنترل رفتاری درک شده در رابطه میان هنجار

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف بررسی نقش واسطه‌ای نگرش و کنترل رفتاری درک شده در رابطه بین هنجار ذهنی و شخصیت پویا با اراده کارآفرینانه‌ی دانشجویان کشاورزی صورت گرفت. به منظور تبیین نظری روابط میان این

پرابهو و همکاران، ۲۰۱۲؛ زامپتاکیس، ۲۰۰۸). همچنین نتایج پژوهش از این فرض اساسی نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده حمایت می‌کنند که تاثیر متغیرهای فردی و شخصیتی مانند شخصیت پویا بر اراده کارآفرینانه به صورت غیرمستقیم است و عامل‌های انگیزشی نظیر نگرش نقش واسطه‌ای در این رابطه ایفا می‌کنند (فیش باین و آجزن، ۲۰۱۰). افزون بر این، این بررسی به پژوهش کارآفرینی هم کمک می‌کند زیرا نشان می‌دهد که متغیرهای شخصیت (مانند شخصیت پویا) نقش مهمی در توسعه نظریه‌های فرایند کارآفرینی مانند اراده کارآفرینانه دارند (هرمن و همکاران، ۲۰۰۷؛ راوچ و فرس، ۲۰۰۷). از دیدگاه آموزش کارآفرینی هم نتایج این پژوهش می‌توانند قابل کاربرد باشند که در بخش پیشنهادها به این امر پرداخته شده است.

محدودیت‌های پژوهش

روشن است که انجام هر پژوهش، به ویژه در حوزه علوم اجتماعی با محدودیت‌ها و بازدارنده‌هایی همراه است. این پژوهش نیز از این قاعده مستثنی نیست و با محدودیت‌ها و بازدارنده‌هایی همراه بود. با توجه به این که این پژوهش از نوع مقطعی بوده بنابراین استفاده از الگویابی معادله‌های ساختاری علیت را به اثبات نمی‌رساند. از آنجا که طراحی پژوهش‌های جامع، فرصت بیشتری را برای بررسی علیت فراهم می‌آورند، انجام این کار به پژوهشگران توصیه می‌شود. این پژوهش روی دانشجویان کشاورزی چهار دانشگاه دولتی غرب کشور اجرا شده است، بنابراین تعمیم نتایج آن به افراد و دانشجویان دانشگاه‌های دیگر به دلیل متفاوت بودن شرایط باید با احتیاط صورت پذیرد. از این رو، پیشنهاد می‌شود این پژوهش در دانشگاه‌ها و رشته‌های تحصیلی دیگر نیز تکرار شود تا منجر به درک بهتری از پدیده‌های مورد بررسی شده و به نتیجه‌گیری بهتر در حوزه کارآفرینی بیانجامد. ابزار مورد استفاده در این پژوهش جهت گردآوری اطلاعات پرسشنامه‌های خود اجرا بوده‌اند، که محدودیت‌های خاص مربوط به این نوع ابزار را باید مدنظر قرار داد. به همین جهت، بهتر است افزون بر استفاده از پرسشنامه‌های خودگزارشی، از روش‌های دیگری مانند مشاهده و بررسی‌های میدانی نیز برای سنجش متغیرها استفاده شود.

ذهنی با اراده کارآفرینانه بود. این بدان معناست که ادراک دانشجویان از محیط نزدیک پیرامون خود (مانند خانواده) بر اراده کارآفرینانه‌ی آنان تاثیر به سزایی دارد اما این تاثیر بیشتر به صورت غیرمستقیم است.

به عبارت دیگر، هنگامی دانشجویان احساس کند که افراد پیرامون او از اراده‌ی او برای آغاز کسب و کارش حمایت می‌کنند، نگرش او نسبت به کارآفرینی مثبت‌تر می‌شود و احساس اعتماد به نفس بیشتری در این زمینه پیدا می‌کند. این یافته با یافته‌های دیگر پژوهش‌های انجام شده همخوانی دارد (لین و چن، ۲۰۰۹؛ لین و همکاران، ۲۰۱۱) و سبب گسترش پیشینه پژوهشی اراده کارآفرینانه می‌شود. این یافته از آن جهت دارای اهمیت است که بیشتر بررسی‌های پیشین نشان دادند که رابطه مستقیم بین هنجار ذهنی و اراده کارآفرینانه ضعیف بوده و یا معنی دار نبوده است (کریمی و همکاران، ۲۰۱۴؛ موریانو و همکاران، ۲۰۱۲).

شخصیت پویا ویژگی مهمی است که نقش بارزی در رفتار و کردار افراد ایفا می‌کند به ویژه هنگامی که محیط چالش برانگیز و نامطلوب است، مانند محیطی که بیشتر کارآفرینان با آن رو در رو هستند. شخصیت پویا برای کارآفرینان بسیار مهم است زیرا آنان باید بتوانند فرصت‌ها را پیش بینی و شناسایی کنند و محیط خود را با ایجاد کسب و کار جدید تحت تاثیر قرار دهند (راوچ و فرس، ۲۰۰۷). یکی دیگر از هدف‌های مهم این پژوهش بررسی تاثیر شخصیت پویا بر اراده کارآفرینی افراد بود. نتایج به دست آمده نشان داد که شخصیت پویا نقش بارزی در توسعه اراده کارآفرینانه‌ی افراد بازی می‌کند ولی این تاثیر نیز غیرمستقیم است و از طریق نگرش و کنترل رفتاری درک شده صورت می‌پذیرد.

به عبارت دیگر، شخصیت پویا باعث بهبود نگرش فرد نسبت به کارآفرینی می‌شود و همچنین باعث افزایش باور و اعتماد به نفس او نسبت به توانایی‌های خود در زمینه راه اندازی و مدیریت کسب و کار جدید می‌گردد و از این طریق اراده فرد را برای راه اندازی و شروع یک کسب و کار جدید افزایش می‌دهد. مطابق با پژوهش‌های قبلی، نتایج پژوهش حاضر پیشنهاد می‌کند که تاثیر شخصیت پویا به طور کامل از طریق سازه‌های شناختی نظیر کنترل رفتاری درک شده منتقل می‌شود (سپیرت و همکاران، ۲۰۰۱؛

پیشنهادها
 بنا بر نتایج به دست آمده می‌توان پیشنهادهای زیر را برای بهبود و ارتقای آموزش کارآفرینی عنوان کرد:
 ۱- برنامه‌های آموزش کارآفرینی به منظور افزایش اراده کارآفرینانه دانشجویان (به عنوان مهم‌ترین عامل تعیین کننده رفتار کارآفرینی) باید بر بهبود نگرش و کنترل رفتاری درک شده تمرکز کنند و در این راه از محتوا، روش‌ها و فنون مناسب آموزشی بهره بگیرند. هر چند که بررسی‌های خیلی کمی در زمینه روش تدریس مناسب برای بهبود نگرش و کنترل رفتاری درک شده انجام شده اما محدود بررسی‌های انجام شده نشان می‌دهند که می‌توان با به کار گرفتن روش‌هایی مانند دعوت از کارآفرینان و ایراد سخنرانی و برگزاری نشست‌های پرسش و پاسخ با آنان به بهبود نگرش و خودکارآمدی دانشجویان در زمینه کارآفرینی کمک کرد (کریمی و همکاران، ۲۰۱۴).
 ۲- با توجه به تاثیر مثبت هنجارهای ذهنی بر کنترل رفتاری درک شده و نگرش دانشجویان، نباید از نقش موثر خانواده و دوستان و محیط اطراف دانشجو در این زمینه چشمپوشی کرد. بهبود و ارتقای فرهنگ کارآفرینی و ارزش‌گذاری اجتماعی کارآفرینی در جامعه می‌تواند به بهبود هنجارهای ذهنی و حتی کنترل رفتاری درک شده کمک کند (لینن و چن، ۲۰۰۹؛ لینن و همکاران، ۲۰۱۱). هر چقدر کارآفرینی در یک جامعه به عنوان یک گزینه شغلی بیشتر مورد احترام و ارزش واقع شود، احتمال این که افراد هنجارهای ذهنی مناسب‌تری در محیط پیرامون خود دریافت کنند، بیشتر خواهد شد. بنابراین سیاست‌گذاران و مسئولان امر باید تلاش نمایند تا فرهنگ و ارزش کارآفرینی در جامعه را از راه‌های مختلف از جمله رسانه‌های جمعی ارتقا دهند.
 ۳- همچنین بر پایه نتایج به دست آمده افرادی که دارای شخصیت پویایی هستند، نگرش و خودکارآمدی بیشتری در زمینه کارآفرینی دارند، و بنابراین احتمال اینکه اقدام به راه‌اندازی کسب و کار جدید کنند، بیشتر از دیگران است. این یافته به نوعی این دیدگاه را تقویت می‌کند که آموزش کارآفرینی نباید تنها بر جنبه فنی کارآفرینی (مانند تهیه طرح کسب و کار) تاکید کند بلکه باید همه‌ی جنبه‌ها و ابعاد فرد (فنی، روانی و شخصیتی) را به عنوان یک کل مدنظر قرار قرار دهد (هینونن و پویکیجوکی،

پی نوشت ها:

- 1- Cognitive models
- 2- Proximal constructs
- 3- Entrepreneurial perception
- 4- Theory of Planned Behavior
- 5- Subjective Norms
- 6- Perceived Behavioral Control
- 7- Self-efficacy
- 8- Self-initiated
- 9- Change oriented
- 10- Future focused
- 11- Normative belief
- 12- Motivation to comply
- 13- Structural equation modeling
- 14- Modification indices
- 15- Construct Reliability
- 16- Average Variance Extracted
- 17- Bootstrap

منبع‌ها

بهارلو، مصطفی؛ محمودی کیا، مریم و احمدی چگنی، سحر. (۱۳۹۲). بررسی رابطه شخصیت پویا با عملکرد شغلی با میانجی‌گری دگرگون‌سازی شغل و اشتیاق شغلی در کارکنان دفاتر آژانس‌های هواپیمایی شهر تهران. مجله روان‌شناسی اجتماعی، ۸(۲۸): ۵۳-۶۸.

زارعی شمس‌آبادی، فهیمه؛ نوری ابوالقاسم و مولوی حسین. (۱۳۸۹). بررسی رابطه‌ی شخصیت پویا و موفقیت کارراه در کارکنان حوزه‌ی ستادی و مراکز تحقیقاتی دانشگاه علوم پزشکی اصفهان. مدیریت اطلاعات سلامت، ۷(۲): ۲۰۶-۲۱۵.

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*, 50: 179-211.

Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: W. H. Freeman and Company.

Bateman, T. S., and Crant, J. M. (1993). The proactive component of organizational behavior: A measure and correlates. *Journal of Organizational Behavior*, 14: 103-118.

Baum, R., Locke, E.A., and Smith, K. (2001). A multi-dimensional model of venture growth. *Academy of Management Journal*, 44: 292-303.

Becherer, R. C., and Maurer, J.G. (1999). The proactive personality disposition and entrepreneurial behavior among small company presidents. *Journal of Small Business Management*, 38(1): 28-36.

Bonnett, C. and Furnham, A. (1991). Who wants to be an entrepreneur? A study of adolescents interested in a young enterprise scheme. *Journal of Economic Psychology*, 12(3): 465-78.

Brockhaus, R. (1987). Entrepreneurial folklore. *Journal of Small Business Management*, 25: 1-6.

Cheung, G.W. & Lau, R.S. (2008). Testing mediation and suppression effects of latent variables: bootstrapping with structural equation models. *Organizational Research Methods*, 11(2): 296-325.

Crant, M. J. (1996). The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 34: 42-50.

Crant, M.J. (1995). The proactive personality scale and objective job performance among real estate agents. *Journal of Applied Psychology*, 80: 532-537.

Crant, M.J., and Bateman, T.S. (2000). Charismatic leadership viewed from above: The impact of proactive personality. *Journal of Organizational Behavior*, 21: 63-75.

Fairlie, R.W., and Holleran, W. (2012). Entrepreneurship training, risk aversion and other personality traits: Evidence from a random experiment. *Journal of Economic Psychology*, 33(2): 366-378.

Fini, R., Grimaldi, R., Marzocchi, G.L. and Sobrero, M. (2012). The Determinants of Corporate Entrepreneurial Intention within Small and Newly Established Firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(2): 387-414.

Fishbein, M., and Ajzen, I. (2010). *Predicting and changing behavior: The reasoned action approach*. New York: Psychology Press (Taylor & Francis).

Fornell, C., and Larcker, D. (1981). Structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1): 39-50.

Frank, H., Lueger, M., and Korunka, C. (2007). The significance of personality in business start-up intentions, start-up realization and business success. *Entrepreneurship & Regional Development*, 19(3):

227-251.

Frese, M., and Fay, D. (2001). Personal Initiative (PI): A concept for work in the 21st century. *Research in Organizational Behavior*, 23: 133 – 188.

Garcia, LE. (2005). The quest for development in Latin America. *Foreign Policy*, January/February (146): 16-19.

Goethner, M., Obschonka, M., Silbereisen, R. K., and Cantner, U. (2012). Scientists' transition to academic entrepreneurship: Economic and psychological determinants. *Journal of Economic Psychology*, 33(3), 628-641. doi: 10.1016/j.joep.2011.12.002

Griffin, M. A., Parker, S. K., and Mason, C. M. (2010). Leader vision and the development of adaptive and proactive performance. *Journal of Applied Psychology*, 95 (1): 174-182.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., and Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education

Heinonen, J., and Poikkijoki, S. A. (2006). An entrepreneurial-directed approach to entrepreneurship education: Mission impossible? *Journal of Management Development*, 25: 80–94.

Iakovleva, T. Kolvereid, L., and Stephan, U. (2011). Entrepreneurial intentions in developing and developed countries. *Education and Training* (53) 5

Karimi, S., J.A. Biemans, H., Lans, T., Chizari, M., and Mulder, M. (2014). Effects of role models and gender on students' entrepreneurial intentions. *European Journal of Training and Development*, 38(8): 694-727.

Kautonen, T., van Gelderen, M., and Fink, M. (2015). Robustness of the Theory of Planned Behavior in Predicting Entrepreneurial Intentions and Actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(3): 655–674.

Kickul, J., and Gundry, L. K. 2002. Prospecting for strategic advantage: The proactive entrepreneurial personality and small firm innovation. *Journal of Small Business Management*, 40(2): 85–97.

Koh, H.C. (1996). Testing hypotheses of entrepreneurial characteristics: A study of Hong Kong MBA students. *Journal of Managerial Psychology*, 11(3): 12–25.

Kolvereid, L. & Isaksen, E. (2006). New business start-up and subsequent entry into self-employment. *Journal of Business Venturing*, 21: 866-885

Kolvereid, L. (1996). Organizational employment versus self-employment: reasons for career choice intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 20 (3): 23–31.

Krejcie, R.V. and Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurements*, 30: 608-610.

Krueger, N. (2000). The cognitive infrastructure of opportunity emergence. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 24(3), 5–24.

Krueger, N., and Carsrud, A. (1993). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behavior. *Entrepreneurship and Regional Development*, 5: 315–330.

Krueger, N.F., Jr. (1993). The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18: 5-21.

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

- Liñán, F., Urbano, D., and Guerrero, M. (2011). Regional variations in entrepreneurial cognitions: Start-up intentions of university students in Spain. *Entrepreneurship & Regional Development*, 23(3-4): 187-215.
- Lumpkin, G.T. and Dess, G.G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1): 135-172.
- Luthje, C., and Franke, N. (2003). The 'making' of an entrepreneur: testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. *R&D Management*, 33(2): 135-147.
- McClelland, D. C. (1986). Characteristics of successful entrepreneurs. In *Keys to the Future of American Business, Proceedings of the Third Creativity, Innovation, and Entrepreneurship Symposium*, U.S. Small Business Administration and the National Center for Research in Vocational Education, Framingham, MA, (Addendum, pp. 1-14).
- McGuire, S. (2003). Entrepreneurial organizational culture: Construct definition and instrument development and validation. Ph.D. dissertation, The George Washington University, United States.
- Mitchell, R. K., Smith, J. B., Morse, E. A., Seawright, K. W., Peredo, A. M., and McKenzie, B. (2002). Are entrepreneurial cognition universal? Assessing entrepreneurial cognitions across cultures. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(4): 9-32.
- Moriano, J. A., Gorgievski, M., Laguna, M., Stephan, U., and Zarafshani, K. (2012). A Cross-Cultural Approach to Understanding Entrepreneurial Intention. *Journal of Career Development*, 39(2): 162-185.
- Nabi, G., and Linan, F. (2013). Considering business start-up in recession time: The role of risk perception and economic context in shaping the entrepreneurial intent. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 19(6): 633-655.
- Obschonka, M., Silbereisen R.K. and Schmitt-Rodermund E. (2010). Entrepreneurial intention as developmental outcome. *Journal of Vocational Behavior*, 77 (1): 63-72.
- Parker, S. K. Bindl, U., and Strauss, K. (2010). Making things happen: A model of proactive motivation. *Journal of Management*, 36: 827-856.
- Parker, S. K., and Collins, C. G. (2010). Taking stock: Integrating and differentiating multiple proactive behaviors. *Journal of Management*, 36: 633-662.
- Prabhu, V. P., McGuire, S. J., Drost, E. A., and Kwong, K. K. (2012). Proactive personality and entrepreneurial intent: Is entrepreneurial self-efficacy a mediator or moderator? *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 18(5), 559-586.
- Preacher, K. J., and Hayes, A. F. (2008). Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models. *Behavior Research Methods*, 40, 879-891.
- Preacher, K.J. & Hayes, A.F. (2008). Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models. *Behavior Research Methods*, 40(3): 879-891.
- Rauch, A., and Frese, M. (2007). Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 16(4): 353-385.
- Schlaegel, C., and Koenig, M. (2014). Determinants of Entrepreneurial Intent: A Meta-Analytic Test and Integration of Competing Models. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38 (2): 291-332.

- Schramm, C.J. (2004). Building entrepreneurial economies. *Foreign Affairs*, 83(4), 104-115.
- Seibert, S. E., Kraimer, M. L., and Crant, J. M. (2001). What do proactive people do? A longitudinal model linking proactive personality and career success. *Personnel Psychology*, 54: 845–874.
- Seibert, S.E., Crant, J.M. and Kraimer, M.L. (1999). Proactive personality and career success. *Journal of Applied Psychology*, 84: 416-427.
- Shaver, K.G., & Scott, L.R. (1991). Person, process, choice: The psychology of new venture creation. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 16 (4): 23-44.
- Shook, C. L., Priem, R. L., and McGee, J. E. (2003). Venture creation and the enterprising individual: A review and synthesis. *Journal of Management*, 29(3): 379–399.
- Shook, C.L., Ketchen, D.J.Jr., Hult, G.T.M. and Kacmar, K.M. (2004). An assessment of the use of structural equation models in strategic management research. *Strategic Management Journal*, 25: 397–404.
- Simon, M., and Houghton, S. M. (2002). The relationship among biases, misperceptions and introducing pioneering products: Examining differences in venture decision contexts. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 27: 105-124.
- Veena P Prabhu, V.P., McGuire, J.S, Drost, E.A., and Kwong, K.K. (2012). Proactive Personality and Entrepreneurial Intent: Is Entrepreneurial Self-efficacy a Mediator or Moderator?, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 18(5): 559 – 586.
- Zampetakis, L. A. (2008). The role of creativity and proactivity on perceived entrepreneurial desirability. *Thinking Skills and Creativity*, 3(2): 154-162.
- Zhao, H., Seibert, S. E., and Lumpkin, G. T. (2010). The Relationship of Personality to Entrepreneurial Intentions and Performance: A Meta-Analytic Review. *Journal of Management*, 36(2): 381-404.
- Zhao, H., Seibert, S., and Hills, E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90 (6): 1265-1272.
- Zumbo, B. D., Gadermann, A. M., & Zeisser, C. (2007). Ordinal versions of coefficients alpha and theta for Likert rating scales. *Journal of Modern Applied Statistical Methods*, 6(1), 21–29.

Relationship between Proactive Personality and Entrepreneurial Intentions among Agricultural Students

S. Karimi ¹, Reza Movahedi ², A.Yaghoubi Farani ³, H. Saadi⁴

1- Assistance professor, Department of Agricultural Extension and Education, Bu-Ali Sina University, Iran

2- Associate professor, Department of Agricultural Extension and Education, Bu-Ali Sina University, Iran

3- Assistance professor, Department of Agricultural Extension and Education, Bu-Ali Sina University, Iran

4- Associate professor, Department of Agricultural Extension and Education, Bu-Ali Sina University, Iran

Abstract

Early research which focused on the direct effects of personality traits on entrepreneurial intentions and behaviours have been criticized for their low predictive capacity. Recently researchers suggest that personality characteristics may affect entrepreneurial intentions and behaviours via entrepreneurial perceptions and motivational factors. The primary purpose of this study was to incorporate an important personality trait (namely, proactive personality) into the theory of planned behavior to examine the extent to which motivational factors (namely, attitudes toward entrepreneurship and perceived behavioral control) mediate the effects of students' proactive personality on entrepreneurial intentions. Data was collected using a questionnaire survey from a sample of 300 senior agricultural students at four public universities in the west of Iran. The content validity of the questionnaire was confirmed by a panel of experts. The reliability of the research instrument was determined using Ordinal Theta coefficient ($\theta=0.75-0.82$). Structural equation modeling and bootstrap procedure were used to analyze the data. Results indicated that attitudes toward entrepreneurship and perceived behavioral control fully mediate the relationship of student subjective norms, proactivity and entrepreneurial intentions. The findings have implications for explaining attitudes toward entrepreneurship and perceived behavioral control and direct attention on proactivity as an essential competence in the entrepreneurial process. Theoretical and practical implications for entrepreneurial intentions and education are discussed.

Index Terms: Entrepreneurial Intentions, Proactive Personality, Theory of Planned Behavior, Agricultural Students

Corresponding Author: S. Karimi

Email: skarimi@basu.ac.ir

Received: 07/06/2015 ; **Accepted:** 10/08/2015