

## بررسی تأثیر مؤلفه‌های زمینه‌ای بر قصد کارآفرینانه در دانشجویان کشور، با تأکید بر قومیت دانشجویان<sup>۱</sup>

اسدالله کردنائیج<sup>۱\*</sup>، اسماعیل شاه‌طهماسبی<sup>۲</sup>، محمد کریمی<sup>۳</sup>

۱. دانشیار دانشگاه تربیت مدرس، دانشکده مدیریت و اقتصاد، گروه مدیریت

۲. دانشجوی دکتری دانشگاه تربیت مدرس، دانشکده مدیریت و اقتصاد، گروه مدیریت

۳. کارشناس ارشد دانشگاه تربیت مدرس، دانشکده مدیریت و اقتصاد، گروه مدیریت

تاریخ دریافت: ۹۲/۸/۲۸

تاریخ پذیرش: ۹۳/۱/۲۰

### چکیده

به‌تازگی بررسی قصد کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه‌ها، جذابیت قابل ملاحظه‌ای برای محققان یافته است. هدف این تحقیق، تحلیل و مقایسه تأثیر عوامل زمینه‌ای بر قصد کارآفرینی با تأکید بر قومیت دانشجویان بوده است. عوامل زمینه‌ای در سه بخش فردی، تحصیلی و خانواده، با ۱۴ پرسش و قصد کارآفرینی نیز با ۴ پرسش بررسی شد. روش تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر روش گردآوری اطلاعات توصیفی-همبستگی محسوب می‌شود. جامعه آماری تحقیق دانشجویان کل کشور و پرسشنامه طراحی شده با روایی صوری و پایایی ۸۰۱/ تأیید شد و با نمونه ۲۵۰۰ نفری و با روش خوشه‌بندی بین دانشجویان استان‌های تهران، اصفهان، یزد و زنجان تقسیم شد. بر اساس خروجی‌های نرم‌افزار SPSS 16، نتایج نشان از نقش نداشتن جنسیت، تأهل، مقطع تحصیلی و خوداشتغالی مادر، در قصد کارآفرینانه دارد. کردها و ترک‌ها، دانشجویان دانشگاه علمی-کاربردی، دانشجویان هنر، فنی و مهندسی و پزشکی، دانشجویان دارای پدران خوداشتغال و مادران تحصیل کرده از میزان قصد کارآفرینانه بالاتری برخوردارند. بر اساس نتایج رگرسیون، پیش‌بینی‌پذیری قصد کارآفرینانه از سوی مؤلفه خانواده از بقیه مؤلفه‌ها بیشتر بود و شاخص‌های تحصیلات پدر، مقطع تحصیلی، کارآفرین بودن پدر و درآمد خانواده بیشترین تأثیر با معناداری مناسب را بر قصد کارآفرینانه دانشجویان دارند.

**واژه‌های کلیدی:** دانشجویان، قصد کارآفرینانه، قومیت، مؤلفه‌های زمینه‌ای.

۱. این مقاله خروجی طرح مصوب در صندوق حمایت از پژوهشگران و فناوران کشور است.

## مقدمه

یکی از بحث‌های مهم در مورد قصد کارآفرینی، عوامل ایجادکننده آن است (Shapero & Sokol, 1982). در اکثر مدل‌ها، برای ایجاد قصد کارآفرینی عوامل فردی و محیطی را مؤثر می‌دانند (Davidsson, 1995; Krueger 2009; Lucas, 1978). ویژگی‌های محیطی؛ عوامل اقتصادی، سیاسی و اجتماعی را در بر دارند و عوامل فردی شامل شخصیت، پیشینه و تمایل هستند که در ویژگی‌های شخصیتی بروز می‌کنند. در ابتدا بسیاری از نویسندگان ویژگی‌های شخصیتی خاص را عامل ایجاد فعالیت‌های کارآفرینانه می‌دانستند. بعد از مدتی، اهمیت تأثیر ویژگی‌هایی مانند سن، جنسیت، مذهب، تحصیلات، تجربیات کاری و غیره با عنوان متغیرهای زمینه‌ای، جمعیت‌شناختی و یا برون‌زا مشخص شد (Davidsson, 1995; Krueger, 2009). در رویکردی دیگر، کارآفرینی عملی هوشیارانه و بر اساس تصمیم‌گیری در نظر گرفتند و متغیرهایی منطقی را در قصد کارآفرینانه دخیل دانستند. آجزن (۱۹۹۱)<sup>۱</sup> عنوان کرد قصد افراد، رفتاری را در پی خواهد داشت. این قصد وابسته به گرایش‌های فردی و همسو با رفتار است. به این ترتیب، رویکرد رفتاری جای رویکرد روان‌شناختی - جمعیت‌شناختی را گرفت (linan, 2005). پیشرفت‌های قابل توجهی در درک تأثیر عوامل پیشینه شخصی مانند تجارب قبلی، پیشینه خانوادگی (Krueger, 1993: 19) نمودار است و عوامل اجتماعی مانند طبقه اجتماعی - اقتصادی، پیشینه، جنسیت، نژاد، قومیت و تجارب کاری قبلی (Goss, 1991) در توسعه مفاهیم کارآفرینی و قصد شروع کسب‌وکار به وجود آمده است. خروجی این پیشرفت، همگرایی بین گرایش‌ها و عوامل وضعیتی است که به شروع کسب‌وکار منتهی می‌شود (Shapero & Sokol, 1982). برای بررسی قصد کارآفرینانه در ایران می‌توان به داده‌های GEM<sup>۲</sup> اشاره کرد. این شاخص در سال‌های اخیر (۱۳۹۰ - ۱۳۹۱) افت‌وخیزهای زیادی داشته است. درصدهای قصد کارآفرینانه را در جدول ۱ می‌بینید.

---

1. Ajzen  
2. Global Entrepreneurship Monitor

جدول ۱: روند قصد کارآفرینی در ایران بر اساس داده‌های GEM (سایت GEM در ایران)<sup>۱</sup>

سال	درصد قصد کارآفرینی	تعداد کل کشورها	رتبه ایران
۱۳۸۷	۳۷/۴۵	۴۲	۸
۱۳۸۸	۲۸/۸	۵۴	۱۴
۱۳۸۹	۳۲/۷۲	۶۰	۱۴
۱۳۹۰	۳۳	۶۷	۱۰
۱۳۹۱	۲۲/۲۸	۶۷	۳۵
۱۳۹۲	۳۳/۱۴	۶۷	۲۰

همان‌طور که در جدول ۱ دیده می‌شود، بهترین درصد قصد کارآفرینانه در بررسی GEM در ایران، در سال ۱۳۸۷ بوده است که هر ساله با نوسانات زیاد در حال تغییر است. با توجه به اهمیت بررسی عوامل مؤثر بر شکل‌گیری قصد کارآفرینانه و همچنین اهمیت مباحث زمینه‌ای برای قصد کارآفرینانه و بلوغی که در این زمینه در تحقیقات بین‌المللی به وجود آمده است، این تحقیق به دنبال بررسی گسترده این مبحث در ایران است. از نظر بسیاری، بررسی قصد کارآفرینانه در بین دانشجویان دانشگاه‌ها جذابیت و اهمیت قابل ملاحظه‌ای دارد (Autio et al., 2001; Veciana & Urbano, 2005). این مبحث می‌تواند برای فضای کسب‌وکار ایران نیز اهمیت بسزایی داشته باشد؛ زیرا با گسترش فضای آموزش دانشگاهی در سال‌های اخیر در کشور و همچنین اهمیت نگاه دانشجویان برای رونق فضای کسب‌وکار از طریق کارآفرینی، فراوانی و اهمیت این گروه از افراد جامعه برای تحقیقات با این رویکرد، بسیار افزایش پیدا کرده است. با رویکرد مسئله‌محور می‌توان گفت این تحقیق با توجه به احساس کمبود تحقیقاتی انجام شده است که باید به صورت گسترده و با رویکرد قصد کارآفرینانه بین دانشجویان و با تحلیل مؤلفه‌های زمینه‌ای در ایران شکل بگیرد. با این نگاه می‌توان گفت پرسش اصلی تحقیق این‌گونه است که «تفاوت قصد کارآفرینانه دانشجویان بر اساس شاخص‌های زمینه‌ای چگونه است و از بین این شاخص‌ها کدام‌یک بر قصد کارآفرینانه مؤثر است». شایان ذکر است که بر اساس تجمیع مدل‌های زمینه‌ای و برون‌زا، در این تحقیق سه مؤلفه فردی، تحصیلی و خانوادگی استفاده شده است.

### مبانی نظری و پیشینه تحقیق

باگری و همکارانش قصد را پیش‌بینی‌کننده رفتار به‌ویژه در زمانی می‌دانند که رفتار هدفمند است (Bagozzi & Yi, 1988). در کل می‌توان گفت رویکردهای شخصیتی، دموگرافیک (زمینه‌ای یا برون‌زا) و نگرشی برای بررسی قصد کارآفرینانه وجود دارد (ابراهیم، ۱۳۹۰). با توجه به اینکه تحقیق حاضر برای بررسی شاخص‌های زمینه‌ای انجام شده است، در ادامه به بررسی این موارد پرداخته می‌شود. دو مدل اصلی و مهم در تأثیر شاخص‌های جمعیت‌شناختی بر قصد کارآفرینانه، مدل دیویدسون (۱۹۹۵) و کروگر (۲۰۰۹) است که محوریت تحقیق حاضر نیز بر اساس این دو مدل است. بر اساس مدل کروگر عوامل برون‌زای فردی و موقعیتی (Krueger, 2009) و بر اساس مدل دیویدسون مؤلفه‌های زمینه‌ای بر قصد کارآفرینانه تأثیر دارند (Davidsson, 1995). علاوه بر این، مطالعات بسیاری تفاوت‌هایی را میان زنان و مردان کارآفرین از جوانب مختلف مانند ویژگی‌های شخصیتی و دموگرافیک (Hisrich & Brush, 1983: 36)؛ تحصیلات و تجربیات (Buttner & Rosen, 1988; Hisrich & Brush, 1983) و به‌دست آوردن منابع مالی (Hisrich & Brush, 1983) نشان داده است.

برای مؤلفه‌های برون‌زای شخصی (سن، تأهل، جنسیت و قومیت) برخی تحقیقات خارجی (Zapalska, 1997b) اشاره دارد که مردان با احتمال بیشتری نسبت به زنان ریسک را تحمل می‌کنند و همچنین در ویژگی‌های تصمیم‌گیری و مهارت‌های ارتباطی نیز همین‌طور هستند. در تحقیق دیگری اشاره می‌شود، متأهل بودن زنان بر خوداشتغالی آنان تأثیرگذار است و این احتمال بیشتر است که زنان با بچه‌های کوچک به دنبال خوداشتغالی بروند (Caputo & Dolinsky, 1998: 8-9). از دیدگاه فرای<sup>۱</sup> (۱۹۹۳)، بهترین زمان برای کارآفرینی شاید اوایل بیست‌سالگی تا اواخر چهل سالگی باشد (احمدپور، ۱۳۸۱: ۶۸). در مورد قومیت اشاره می‌شود، سفیدپوستان آفریقای جنوبی با احتمال بیشتری نسبت به دیگر گروه‌های قومی شروع به سرمایه‌گذاری‌های کسب‌وکار جدید می‌کنند (Farrington et al., 2012). با توجه به نتایج این تحقیقات می‌توان فرضیه اصلی اول را این‌گونه بیان کرد که «دانشجویان با ویژگی‌های شخصیتی و محیطی متفاوت دارای میزان قصد کارآفرینانه متفاوت هستند و این ویژگی‌ها بر قصد کارآفرینانه آن‌ها مؤثر است».

در مورد مؤلفه دانشگاهی در مدلی که لوکاس ارائه داده است، تحصیلات باعث افزایش توانایی‌های مدیریتی افراد می‌شود که از این طریق احتمال کارآفرینی افزایش می‌یابد (Lucas, 1978). سطح تحصیلات می‌تواند تأثیر منفی بر انتخاب فعالیت‌های کارآفرینانه داشته باشد؛ زیرا در سطح تحصیلی بالاتر امکانات خارجی بهتری برای افراد فراهم می‌شود (حقوق بالاتر، اشتغال در شرایط کاری بهتر) که شاید احتمال انتخاب فعالیت کارآفرینانه را کمتر کند (wu, 2008: 757). با توجه به این تحقیقات و نتایج آن‌ها، فرضیه اصلی دوم این گونه مطرح می‌شود که «دانشجویان با شرایط دانشگاهی متفاوت دارای میزان قصد کارآفرینانه متفاوت هستند و این ویژگی‌ها بر قصد کارآفرینانه آن‌ها مؤثر است».

در مورد مؤلفه نهایی تحقیق که مربوط به خانواده است، باید گفت: پیشینه خانوادگی از طریق فراهم کردن محیطی پشتیبان و هوشیار بر فرایند کارآفرینی تأثیرگذار است. مطالعات نشان داده است که والدین کارآفرین در انتخاب یک شغل کارآفرینانه تأثیرگذارند (Hisrich & Brush, 1983, 36). در تحقیق دیگری پیستروی و همکارانش<sup>۱</sup> نشان دادند که مهم‌ترین انگیزه کارآفرینان دست‌یافتن به استقلال و پیشرفت مداوم شخصی در پیرامون خانواده است (Pistru et al., 2001). علی‌بیگی و پویا با تحقیقی در ایران، در مجموع به تأثیر تحصیلات پدر و مادر و درآمد خانواده در قصد کارآفرینانه اشاره دارند: Alibaygi & pouya, 2011: 19). با این نگاه فرضیه اصلی سوم تحقیق را این گونه می‌توان مطرح کرد که «دانشجویان با توجه به ویژگی‌های خانوادگی متفاوت، دارای میزان قصد کارآفرینانه متفاوت هستند و این ویژگی‌ها بر قصد کارآفرینانه آن‌ها مؤثر است».

## روش‌شناسی تحقیق

این تحقیق از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش جمع‌آوری داده‌ها توصیفی-همبستگی محسوب می‌شود. جامعه آماری تحقیق دانشجویان کل کشور بوده‌اند. تعداد نمونه با توجه به عدد تقریبی چهار میلیون دانشجو که بر اساس گزارش مرکز آمار ایران در کشور وجود دارد

1. Pistru et al.

سایت مرکز آمار، سالنامه آماری کشور (۱۳۹۲)<sup>۱</sup>، از روش کوکران و مقدار دقت (d) دو درصد استخراج شد که عدد ۲۴۰۰ است. به علت استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای و همچنین متعدد بودن شاخص‌های مورد نظر، در نمونه‌گیری، دقت بسیار بالا در نظر گرفته شد تا حداکثر تعداد پرسشنامه استخراج شود. برای توزیع این تعداد و برای تعمیم‌پذیری نتایج به کل کشور با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای، چهار استان - با توجه به تقسیم‌بندی جغرافیایی و وجود تنوع قومی در بین دانشجویان بر اساس استان‌های همجوار و مرکزیت - جغرافیایی تهران، زنجان، اصفهان و یزد به صورت تصادفی از میان کلیه استان‌های کشور انتخاب شد و ۲۵۰۰ پرسشنامه بین دانشجویان در دانشگاه‌ها و رشته‌های مختلف به صورت تصادفی طبقه‌بندی شده بین دانشجویان در سال تحصیلی ۹۱-۹۲ این استان‌ها تقسیم شد که ۲۲۳۷ پرسشنامه بازگردانده شد و از این میان ۲۰۳۵ پرسشنامه قابل استفاده بود. عوامل زمینه‌ای با بررسی مقالات و در سه سطح فردی، دانشگاهی و خانواده استفاده شد. روایی محتوای پرسشنامه به صورت صوری و با توجه به عوامل مد نظر محققان و با استفاده از نظر خبرگان دانشگاهی تأیید شد. برای اندازه‌گیری پایایی ابزار سنجش برای چهار پرسش قصد کارآفرینی که پرسش‌ها از پرسشنامه طراحی شده لینان<sup>۲</sup> استخراج شده بود، بعد از توزیع ۳۰۰ پرسشنامه و با استفاده از آزمون الفاکرونباخ عدد ۷۵۵/۰۷۵۵ حاصل شد - نکته قابل توجه اینکه بقیه شاخص‌های تحقیق همه اسمی و رتبه‌ای و تک‌پرسی هستند و نیاز به بررسی پایایی ندارند - که در پایان نیز بعد از دریافت تمام پرسشنامه‌ها این عدد ۸۰۱/۰۸۰۱ استخراج شد که عدد مناسبی برای پایایی ابزار سنجش محسوب می‌شود. علاوه بر این، بعد از توزیع پرسشنامه در نمونه آماری نیاز است بررسی شود که نمونه مورد استفاده نماینده جامعه هست یا خیر (Huang, 2012; Agarwal & Selen; 2009)، این مبحث به ارباب عدم پاسخ<sup>۳</sup> مشهور است. در این تحقیق برای این مبحث از هر دو روش ذکر شده از سوی آرمسترانگ و اورتون<sup>۴</sup> ۱۹۷۷ استفاده شد. اول مشخصات پاسخ‌دهندگان با جامعه آماری اصلی مقایسه شد که درصدهای موجود برای متغیرهای کنترل -

1. <http://salnameh.sci.org.ir>

2. Linan

3. Nonresponse bias

4. Armstrong and Overton

جنسیت، مقطع تحصیلی و غیره- با نسبت‌های موجود در سایت‌های مختلف در زمینه مباحث جمعیت‌شناختی دانشجویان مثل سالنامه کشوری ۱۳۹۱ مرکز آمار<sup>۱</sup> مطابقت و اختلاف‌های کمی با نسبت‌های موجود در این زمینه وجود داشت؛ برای مثال تعداد دانشجویان زن در مراکز آموزش عالی و دانشگاه آزاد، ۲۰۳۷۸۷۵ و مرد، ۲۰۷۸۷۱۸ بوده است که به نسبت این تحقیق نیز نزدیک است. دوم پرسشنامه پاسخ داده‌شده به دو دسته پاسخ‌دهندگان اولیه- کسانی که در ابتدا پاسخ داده‌اند- و ثانویه- کسانی که در بخش نهایی پاسخ داده‌اند- با ۲۵ درصد و ۷۵ درصد تقسیم شد، سپس به مقایسه تفاوت بین مؤلفه‌های اصلی تحقیق- قصد کارآفرینانه- بین این دو نمونه پرداخته شد. معناداری آزمون تی استیودنت (مقدار sig، ۰/۶) نشان از بی‌معنایی تفاوت بین این دو دسته دارد. در مجموع می‌توان گفت: پرسشنامه توزیعی دارای اریب عدم پاسخ نیست و تعمیم‌پذیر به جامعه است. در مورد اریب روش مشترک<sup>۲</sup> نیز به دلیل اینکه پرسشنامه خوداظهاری موجود دارای یک مؤلفه اصلی- قصد کارآفرینانه- بود، نیاز به بررسی نبوده است. در این تحقیق، از طیف هفت گزینه‌ای لیکرت و آزمون‌های توصیفی و استنباطی آماری با استفاده از نرم‌افزار spss 16 استفاده شده است.

## یافته‌ها

### الف) توصیف جمعیت‌شناختی

با توجه به اینکه تحقیق حاضر با معیار شاخص‌های زمینه‌ای انجام شده است، باید به شاخص‌های توصیفی توجه بیشتری شود. در مجموع، پاسخ‌دهندگان، ۵۱ درصد مرد، ۶۰ درصد مجرد و ۶۳ درصد دارای تحصیلات کارشناسی بوده‌اند. دیگر آمارهای توصیفی در جدول ۲ دیده می‌شود.

1. <http://salnameh.sci.org.ir>  
2. Common method bias

جدول ۲. آمار توصیفی تحقیق

سن	درصد	قومیت	درصد	رشته	درصد	دانشگاه	درصد
کمتر ۱۸	۱/۱	فارس	۵۸/۶	علوم انسانی	۴۴/۴	آزاد	۲۴/۳
۱۸-۲۱	۴۱/۱	ترک	۲۱/۸	فنی-مهندسی	۲۷/۷	سراسری	۳۶/۷
۲۲-۲۵	۳۴/۹	لر	۹/۹	پزشکی	۸/۹	غیر انتفاعی	۱۵/۹
۲۶-۲۹	۱۳/۵	کرد	۴/۲	علوم پایه	۱۱/۹	پیام نور	۱۳/۵
۳۰-۳۳	۵/۶	ترکمن	۱/۳	هنر	۵/۸	ع.ک	۷/۱
۳۴-۳۷	۱/۸	بلوچ	۹/۱				
بالای ۳۷	۱/۳	عرب	۸/۱				

### ب) تحلیل آمارهای استنباطی

در مجموع، مقدار قصد کارآفرینانه نمونه دانشجویان، میانگین ۴/۶۱ را با مقدار معناداری (۰/۰۰۰) نشان می‌دهد و می‌توان نتیجه گرفت که در جامعه آماری مورد نظر یعنی دانشجویان کشور، مقدار قصد کارآفرینانه از میانگین بالاتر است.

### بررسی نقش عوامل محیطی و شخصی (جنسیت، تأهل، سن و قومیت)

در مورد جنسیت، میانگین قصد کارآفرینانه در آن‌ها (زن‌ها، ۴/۵۹ و مردها، ۴/۶۴) نشان از بالاتر بودن میانگین مردها دارد؛ اما آزمون آماری تی نشان از یکسان بودن مقدار برای جامعه آماری مذکور دارد. در مورد تأهل، میانگین قصد کارآفرینانه به دست آمده (متأهل، ۴/۵۹ و مجردها، ۴/۶۴) نشان از بالاتر بودن میانگین مجردها دارد که البته با استفاده از آزمون تی تست نشان داده شد که این تفاوت برای جامعه آماری مورد نظر قابل تعمیم نیست و تفاوتی بین این دو گروه وجود ندارد. البته انحراف معیار نشان از پراکندگی بیشتر ارقام در گروه مجردها نسبت به متأهلان دارد. برای تقسیم‌بندی سنی موجود، آمارها نشان می‌دهد تقریباً با افزایش بازه سنی، مقدار قصد کارآفرینانه افراد بیشتر شده است. مقدار میانگین هریک را در جدول ۳ می‌بینید. همان‌طور که در جدول ۳ دیده می‌شود، میانگین ارقام قصد کارآفرینانه در بازه ۲۲ تا ۳۳ سال یکسان است. بیشترین مقدار قصد کارآفرینانه در بین افرادی بوده که در بازه ۳۷ تا ۳۴ سال قرار می‌گیرند. البته این میانگین به صورت جهشی افزایش پیدا کرده است.

برای بررسی نقش متغیر قومیت، محققان از قومیت‌های اصلی کشور یعنی فارس، ترک، کرد و لر برای مقایسه استفاده کردند؛ زیرا تعداد قومیت‌های دیگر هم در جامعه آماری و هم در نمونه توزیع شده بسیار کم بوده است (ترکمن، ۲۶، بلوچ، ۱۸ و عرب، ۱۶ مورد). نتایج خروجی مقایسه این چهار گروه در جدول ۳ دیده می‌شود. همان‌طور که در جدول ۳ دیده می‌شود، قومیت کرد با میانگینی بسیار بالا در اولویت قصد کارآفرینانه در بین دانشجویان کشور قرار دارند. در ادامه ترک‌ها، فارس‌ها و لرها جای دارند. در مورد تفاوت معناداری در آزمون آماری تحلیل واریانس و LSD مشخص شد که به جز کردها و ترک‌ها که میانگین ارقام آن‌ها تفاوت معناداری ندارند، بقیه قومیت‌ها با هم تفاوت معناداری دارند. با این رویکرد و در مجموع می‌توان گفت رتبه قومیت‌های ما در قصد کارآفرینانه و در جامعه آماری مورد نظر به صورت کرد و ترک‌ها در رتبه اول، فارس‌ها دوم و لرها در رتبه سوم است.

#### **بررسی نقش شاخص‌های تحصیلی؛ شهر محل تحصیل، مقطع، رشته، دانشگاه**

با استفاده از تحلیل واریانس مشخص شد که تفاوت معناداری بین استان محل تحصیل و میزان قصد کارآفرینانه وجود دارد که به ترتیب استان‌های تهران، یزد، زنجان و در انتها اصفهان با کمترین مقدار میانگین (۴/۴۱) قرار دارند. از نظر مقطع تحصیلی، آزمون استنباطی تحلیل واریانس نشان از یکسان بودن میانگین گروه‌های مورد نظر دارد. در بین رشته‌های تحصیلی با توجه به آزمون تحلیل واریانس و LSD می‌توان گفت که دانشجویان هنر، پزشکی و مهندسی در یک سطح و علوم انسانی در رتبه بعدی و در انتها دانشجویان علوم پایه قرار دارند. در مورد دانشگاه‌های مورد بررسی با توجه به آزمون تحلیل واریانس و LSD، میانگین دانشجویان علمی - کاربردی با همه تفاوت دارد و بالاتر است و علاوه بر این، پیام نور با میانگین بقیه برابر است و آزاد و غیرانتفاعی میانگین بالاتری از سراسری دارند.

#### **بررسی تفاوت شاخص خانواده؛ تحصیلات و شغل پدر و مادر و درآمد خانواده**

اولین مورد از مباحث خانواده، نقش تحصیلات پدر و مادر بر میانگین قصد کارآفرینانه است. نتایج آزمون تحلیل واریانس بیانگر تفاوت میانگین قصد کارآفرینانه بین دانشجویان بر اساس

تحصیلات پدر و مادر است. مورد دوم، نقش شغل والدین بر قصد کارآفرینانه دانشجویان است که آزمون تحلیل واریانس تفاوت معنادار بین ارقام میانگین برای شغل پدر نشان می‌دهد؛ اما در مورد شغل مادر تفاوتی را نشان نمی‌دهد. جدول ۳ میانگین قصد کارآفرینانه دانشجویان در هر سطح تحصیلات و شغل پدر و مادر را نشان می‌دهد.

جدول ۳. ارقام میانگین قصد کارآفرینانه در برخی مؤلفه‌های مورد بررسی

بازه سنی	کمتر ۱۸	۲۱-۱۸	۲۵-۲۲	۲۹-۲۶	۳۳-۳۰	۳۷-۳۴	بالای ۳۷
میانگین	۴	۴/۵۲	۴/۶۵	۴/۶۵	۴/۶۵	۵/۹	۴/۹
قومیت	فارس	ترک	لر	کرد			
میانگین	۴/۵۷	۴/۷۲	۴/۴	۴/۹۴			
	زیر دیپلم	دیپلم	فوق دیپلم	لیسانس	فوق لیسانس و بالاتر		
پدر	۴/۶۱	۴/۶۷	۴/۶۴	۴/۴۵	۴/۷۲		
مادر	۴/۵۵	۴/۶۳	۴/۵۸	۴/۷۱	۴/۸۴		
	ک.ب.خ*	ک.ب.د**	خوداشتغال	بازنشسته			
پدر	۴/۶۲	۴/۴۸	۴/۸۸	۴/۵۵			
مادر	۴/۹۱	۴/۸۴	۴/۷	۴/۶۷			

\* کارکنان بخش خصوصی

\*\* کارکنان بخش دولتی

نتایج آزمون LSD برای شغل والدین نشان می‌دهد که برای جامعه آماری موجود، قصد کارآفرینانه برای دانشجویانی که پدر آنها کارآفرین است بالاتر از بقیه دانشجویان است و بقیه آنها یکسان هستند؛ اما این میانگین در مورد شغل مادران هیچ تغییری نشان نمی‌دهد. در مورد تحصیلات، قصد کارآفرینانه دانشجویانی که پدر آنها تحصیلات لیسانس دارند، به صورت معناداری مقدار کمتری از بقیه دارد. برای سطح تحصیلات مادران، تحصیلات بالاتر از لیسانس نقش و تفاوت بیشتری نسبت به بقیه موارد داشته است. آخرین مبحث مورد بررسی در این بخش، بحث درآمد خانواده و نقش آن در قصد کارآفرینی دانشجویان است که به صورت مشخص نشان از افزایش این مقدار با افزایش درآمد دارد.

### بررسی تأثیر شاخص‌های مورد نظر بر قصد کارآفرینانه دانشجویان

در این قسمت، برای بررسی تأثیر هر متغیر و همچنین مؤلفه‌های مورد بررسی بر قصد کارآفرینانه از رگرسیون چندمتغیره گام به گام و با استفاده از چهار مدل - با توجه به اهمیت قومیت‌ها در این مقاله، یک مدل به این مؤلفه اختصاص داده شد - انجام شد که نتایج آن در جدول ۴ دیده می‌شود.

جدول ۴. خروجی رگرسیون چندمتغیره گام به گام برای مؤلفه‌ها و متغیرهای تحقیق

مؤلفه	شاخص‌ها	مدل ۱	مدل ۲	مدل ۳	مدل ۴
مقدار ثابت		۴/۳	۳/۹	۴/۳	۴/۶
مؤلفه‌های فردی (کنترل)	جنسیت	۰/۳۳	۰/۳۳	۰/۱۷	۰/۱
	تاهل	-۰/۰۱	-۰/۰۰۲	۰/۰۵	۰/۰۴
	سن	۰/۰۰۶	۰/۰۰۲	۰/۰۷	۰/۰۸
قومیت (نسبت به فارس)	ترک	۰/۰۷۵	۰/۰۷	۰/۰۶	۰/۰۶
	لر	-۰/۱۲**	-۰/۱۲**	-۰/۱۱**	-۰/۱۱**
	کرد	۰/۰۷	۰/۰۹	۰/۱	۰/۱
مؤلفه‌های تحصیلی	شهر محل تحصیل		۰/۰۲	۰/۰۴	۰/۰۴
	رشته تحصیلی		-۰/۰۸	-۰/۰۸	-۰/۰۸
	دانشگاه		-۰/۰۰۳	۰/۰۰۳	۰/۰۰۳
	مقطع		-۰/۲***	-۰/۱۶***	-۰/۱۶***
مؤلفه‌های خانوادگی	درآمد خانواده		۰/۱*	۰/۱*	۰/۱*
	تحصیلات پدر		-۰/۱۸**	-۰/۱۸**	-۰/۱۸**
	تحصیلات مادر		۰/۰۶	۰/۰۶	۰/۰۶
	کارآفرینی مادر		۰/۰۰۷	۰/۰۰۷	۰/۰۰۷
	کارآفرینی پدر		۰/۱۱**	۰/۱۱**	۰/۱۱**
	<b>تغییرات R<sup>۲</sup></b>	۰/۰۰۱	۰/۰۱۷	۰/۰۳۸	۰/۰۴۱
	<b>سطح معناداری F</b>	۰/۹	۰/۲	۰/۰۰۱	۰/۰۰۰

\* \* \*  $p < 0.01$ ; \*\*  $p < 0.05$ ;  $n = 2025$ ,  $p < 0.01$  ارقام نوشته شده در جدول بنای استاندارد است.

همان‌طور که جدول ۴ نشان می‌دهد، در مدل اول که مؤلفه‌های فردی همچون جنسیت، تاهل و سن افراد به عنوان متغیر کنترلی و بیشتر برای کاهش تفسیر شاخص‌های دیگر وارد مدل شده است، در مجموع تأثیر زیادی بر قصد کارآفرینانه نداشته است. با افزودن متغیر

قومیت با مرجع قراردادان قومیت فارس دیده می‌شود که قومیت لر تأثیر منفی نسبت به قومیت‌های دیگر بر میزان قصد کارآفرینانه دانشجویان دارد و بقیه موارد نسبت به هم تأثیر متفاوتی ندارند. در ادامه، به منظور بررسی تأثیر مؤلفه‌های تحصیلی، چهار متغیر وارد مدل می‌شود و مدل سوم را به دست می‌دهد. نکته اول، پیش‌بینی‌پذیری معنادار این مؤلفه‌ها - مقدار ۳/۸ درصد از تغییرات قصد کارآفرینانه دانشجویان - است. نکته دوم، در این مؤلفه، تأثیر معنادار مقطع تحصیلی دانشجویان از بین متغیرهای این مؤلفه است که نشان می‌دهد با افزایش مقطع تحصیلی، مقدار قصد کارآفرینانه دانشجویان کاهش پیدا کرده است و دلایل آن در بخش نتیجه‌گیری بحث شده است؛ اما مبحث کاهش ریسک‌پذیری و دسترسی به یک حقوق ثابت از نکاتی است که برای آن می‌توان ذکر کرد. در مدل چهارم، پنج متغیر برای مؤلفه خانواده به مدل اضافه شد. نتایج از پیش‌بینی‌پذیری معنادار ۴/۱ درصدی مقدار قصد کارآفرینانه دانشجویان با توجه به این متغیرها دارد. علاوه بر این، تأثیر مثبت و معنادار درآمد خانواده و همچنین کارآفرینی پدر بر این شاخص از نکات مهم مدل چهارم است. البته تأثیر منفی و معنادار تحصیلات پدر نیز در مدل دیده می‌شود. در کل با حضور همه شاخص‌ها، بیشترین تأثیر با رویکرد معناداری را به ترتیب تحصیلات پدر (تأثیر منفی)، مقطع تحصیلی (تأثیر منفی)، کارآفرینی پدر (تأثیر مثبت) و درآمد خانوار (تأثیر مثبت) بر پیش‌بینی قصد کارآفرینانه دانشجویان دارد.

### بحث و نتیجه‌گیری

هر کدام از نتایج حاصل از مباحث زمینه‌ای مورد بررسی، نکات خاصی را در بر می‌گیرد که برخی از موارد مهم و تحلیلی هر یک در ادامه ارائه می‌شود.

در مورد فرضیه اصلی اول و ابعاد آن دیده شد که بین مردها و زن‌های دانشجویان در قصد کارآفرینانه تفاوتی وجود ندارد. این نتیجه با برخی تحقیقات خارجی (Zapalska, 1997b) که اشاره دارد مردان ریسک‌پذیرتر هستند یا مقاله‌ای که اشاره دارد مردان آفریقای جنوبی نسبت به زنان احتمال بیشتری برای انجام فعالیت‌های کارآفرینی دارند (Farrington et al, 2012)، اختلاف دارد. برخی محققان، از تفاوت نداشتن در جنسیت‌ها در این زمینه در مدارک موجود

صحبت کرده‌اند (پارسایان و اعرابی، ۱۳۷۴: ۱۳۲). در بررسی نقش متأهل بودن، مشخص شد که این شاخص نیز بر میزان قصد کارآفرینانه تأثیر ندارد. در بررسی ترکیبی این دو شاخص در تحقیق حاضر، مشخص شد بین زنان متأهل (میانگین ۴/۶۲) و مجرد (میانگین ۴/۵۶) و همچنین مردان متأهل (میانگین ۴/۶) و مجرد (میانگین ۴/۷) تفاوت معناداری وجود ندارد. در حالی که برخی مطالعات اشاره می‌کنند تعهد به خانواده عامل مهمی در خوداشتغالی زنان است؛ اما برای مردان این گونه نیست (Boden, 1999: 79). تحقیق دیگری تأثیر متأهل بودن زنان را بر خوداشتغالی آنان مؤثر می‌داند (Caputo & Dolinsky, 1998: 8-9). در مورد سن دانشجویان و قصد کارآفرینانه آن‌ها، روند افزایشی در مقدار قصد کارآفرینانه دیده می‌شود. در سن ۳۳ تا ۳۷، دانشجویان احتمالاً از تجربه کاری بالایی برخوردارند و برای کسب مباحث تئوریک وارد مبحث آموزش عالی شده‌اند و به همین دلیل نگاه کارآفرینی آن‌ها به شدت بالاست. با این رویکرد، مطالعات فرای نشان می‌دهد که ۸۸ درصد کارآفرینان بین ۲۰ تا ۵۰ سالگی و ۶۵ درصد آنان بین ۲۰ تا ۴۰ سالگی فعالیت خود را آغاز می‌کنند (اکبری، ۱۳۸۵: ۵۰). گروهی دیگر معتقدند که برای افراد کمتر از ۲۵ سال، مسئله تحصیلات و خدمت نظام وظیفه از عواملی هستند که از تعداد کارآفرینان می‌کاهند و پس از ۶۰ سالگی نیز به علت محدودیت‌های انرژی و فیزیکی، از تعداد کارآفرینان کاسته می‌شود (احمدپور، ۱۳۸۱: ۶۷). علاوه بر این، باز هم برخی تحقیقات از تأثیر نداشتن جنسیت و سن بر قصد کارآفرینانه اشاره دارند (Ayodele, 2013: 63).

رویکرد خاص این تحقیق به مبحث قومیت‌ها نشان از تفاوت معنادار قومیت‌های اصلی ایرانی برای قصد کارآفرینانه دارد، به طوری که کردها و ترک‌ها با تفاوت میانگین کاملاً مشخصی با دیگران، خود را متفاوت نشان داده‌اند و در میزان تأثیرگذاری نیز دیده شد که لرها نسبت به قومیت‌های دیگر تأثیر منفی دارند. با این رویکرد، تحقیق کمتری انجام شده است. با این حال در مقاله‌ای که در آفریقای جنوبی انجام شده، اشاره می‌شود که به طور کلی گروه‌های قومی از گروه‌های اصلی ساکن در کشور، کمتر احتمال کارآفرینی دارند (Farrington et al., 2012) یا در مقاله دیگری که در بریتانیا انجام شده است، محققان اشاره دارند که مهاجران سفیدپوست ساکن، کمتر از اقلیت‌های قومی و مهاجر به دنبال فرصت‌های

کارآفرینی هستند و مردان سیاهپوست قصد و فعالیت بیشتری برای راه‌اندازی یک کسب و کار داشته‌اند (Levie & Hart, 2011: 118).

در بررسی ابعاد فرضیه اصلی دوم دیده شد که در رابطه با شهر محل تحصیل، دانشجویان دانشگاه‌های تهران قصد بیشتری برای کارآفرینی دارند. این موضوع می‌تواند نشان از تأثیر حضور دانشجویان در مرکز اقتصادی کشور بر رویکرد کارآفرینی داشته باشد. تأثیرگذاری این شاخص در روش رگرسیون رد شد. در مورد تحصیلات در تحقیقات گذشته می‌توان به مواردی اشاره کرد: از یک سو، لوکاس اعتقاد به افزایش احتمال کارآفرینی در هنگام افزایش تحصیلات دارد (Lucas, 1978). از سوی دیگر، سطح تحصیلات می‌تواند تأثیر منفی بر انتخاب فعالیت‌های کارآفرینانه داشته باشد (wu, 2008: 757)؛ اما همان‌طور که در نتایج نیز دیده شد، در ایران تفاوت معناداری بین سطوح مختلف تحصیلات در زمینه قصد کارآفرینانه وجود ندارد؛ اما افزایش مقطع تحصیلی تأثیر منفی بر مقدار میانگین قصد کارآفرینانه دانشجویان دارد. این نتیجه در فنلاند مشاهده شده است و نشان می‌دهد تحصیلات تأثیر بسیار محدودی در قصد کارآفرینانه دانشجویان دارد (Ristimaki, 1998). برای انتخاب نکردن خوداشتغالی برای افراد با تحصیلات بالا می‌تواند دو دلیل وجود داشته باشد: ۱. درآمد افراد تحصیل کرده بیش از افرادی است که اقدام به خوداشتغالی می‌کنند. ۲. جریان درآمد آن‌ها در خوداشتغالی امنیت کمتری نسبت به استخدام در سازمان‌ها دارد (wu, 2008: 757). علاوه بر این، آمارها نشان می‌دهند که تقریباً ۲۰ درصد از کارآفرینان موفق، تحصیلات دبیرستانی دارند، در حالی که ۲۵ درصد از کارآفرینان موفق، مدرک کارشناسی و تنها ۱۰ درصد از آنان مدرک دکتری داشته‌اند. این نتایج به خوبی نشان‌دهنده این موضوع است که آموزش‌های عالی و دانشگاهی ارتباط منسجم و تنگاتنگی با کارآفرینی ندارند و ضروری است که به ارائه درس کارآفرینی در دوره‌های تحصیلی پایین‌تر توجه شود (Banfe, 1991: 145). در مورد رشته‌های تحصیلی و دانشکده‌ها، همان‌طور که انتظار می‌رفت؛ دانشجویان هنر، فنی و مهندسی و پزشکی قصد کارآفرینانه بیشتری از علوم انسانی و علوم پایه داشتند؛ اما به طور کلی تأثیر معناداری در این مبحث دیده نمی‌شود. بستر رشته‌های هنری، مهندسی و پزشکی همیشه با مباحث کارآفرینی بیشتر عجین است و خروجی تحقیق حاضر نیز این مبحث را نشان می‌دهد.

در مورد تحصیل در دانشگاه‌های مختلف نیز دیده شده است که با توجه به ماهیت دانشگاه‌های علمی و کاربردی، این دانشگاه‌ها در ارقام قصد کارآفرینانه به شدت از بقیه دانشگاه‌ها جلو هستند؛ اما در این بین حضور دانشگاه‌های سراسری در رتبه نهایی این رتبه‌بندی تأمل بیشتری را برای سیاست‌گذاران این دسته از دانشگاه‌ها ضروری می‌کند.

در نهایت، فرضیه اصلی سوم که به ابعاد پیشینه خانوادگی دانشجویان اختصاص داده شد، نشان می‌دهد که افزایش تحصیلات پدر و مادر بر قصد کارآفرینانه آن‌ها نقش دارد. نقش تحصیلات بیشتر برای مادران بالاتر از نقش تحصیلات بالاتر در پدران است؛ زیرا دانشجویانی که پدرانشان تحصیلات کارشناسی دارند قصد کارآفرینانه بیشتری نسبت به دانشجویانی دارند که تحصیلات پدرانشان کارشناسی ارشد است و این موضوع برای تحصیلات مادران برعکس است. در زمینه اشتغال پدر و مادر دیده شد که خوداشتغالی پدر به شدت بر افزایش قصد کارآفرینانه فرزندان تأثیر دارد؛ اما شغل مادر در این زمینه نقشی نداشته است. برای تحلیل این خروجی آماری از جدول متقاطع شغل و تحصیلات استفاده شد و برای پدرها مشخص شد؛ بیشترین تعداد پدرهای کارآفرین (خوداشتغال) تحصیلات زیر دیپلم و دیپلم دارند و بیشتر پدرهای دارای تحصیلات کارشناسی، بازنشسته و یا دارای شغل دولتی هستند. با این رویکرد می‌توان به تأثیر الگوی نقش بر قصد کارآفرینانه دانشجویان و همچنین تزریق تفکر و فرهنگ مناسب بودن فعالیت‌های دولتی و حقوق ثابت در فضای خانواده‌های ایرانی اشاره کرد. در مورد نقش مادران هم که تحصیلات بیشتر آن بر افزایش قصد کارآفرینانه آن تأثیرگذار است و این می‌تواند حاصل ایجاد نگاه مثبت برای کارآفرینی و تشویق آن از سوی مادرانی باشد که تحصیلات بالاتری دارند. تحقیقات دیگر نشان داده است که والدین کارآفرین در انتخاب یک شغل کارآفرینانه تأثیرگذارند (Hisrich & Brush, 1983: 36). در تحقیق دیگری پیستروی و همکارانش نشان دادند که خانواده نقش فعال در شکل‌گیری و توسعه مؤسسه در چین ایفا می‌کند (pistru et al., 2001). در این راستا برخی تحقیقات پا را فراتر گذاشته‌اند و از تأثیر بین نسلی خوداشتغالی بر قصد کارآفرینانه خبر می‌دهند (Laspita et al., 2012: 430). در مورد درآمد خانواده و نقش آن هم دیده شد که در خانواده‌های با درآمد بالا به شدت قصد کارآفرینانه افزایش پیدا می‌کند و می‌تواند نتیجه تفکری باشد که افراد در مورد هزینه بالای

خوداشتغالی در ابتدا دارند. شاید این موضوع نتیجه نقش ضعیفی است که افراد از نهادهای مالی در تأمین مالی فعالیت‌های کارآفرینی در ذهن دارند. در مقایسه نتایج این تحقیق با تحقیقات دیگر می‌توان به تحقیق علی‌بیگی و پویا در ایران اشاره کرد که مجموع تحصیلات پدر و مادر و درآمد خانواده را در قصد کارآفرینانه مؤثر می‌دانند، Alibaygi & pouya, (2011: 19).

نتایج رگرسیون چندمتغیره در مورد تأثیر شاخص‌ها به صورت مؤلفه‌ای و با هم و با رویکرد کنترل متغیرهای جنسیت، تأهل و سن نشان داد که مؤلفه‌های خانواده مهم‌ترین مؤلفه‌های زمینه‌ای محسوب می‌شوند؛ برای همین است که تحقیقاتی چون Santos-Cumplido and linan, 2006; Krueger, 2009; Davidsson, 1995; Alibaygi & pouya, 2011 به بررسی ابعاد مختلف این شاخص پرداخته است و اغلب به اهمیت زیاد آن اشاره دارد.

در نهایت، از نکات قابل تأمل در تحقیق می‌توان به برابری قصد کارآفرینانه پسران و دختران دانشجو، بالاتر بودن کردها و ترک‌ها در میزان قصد کارآفرینانه نسبت به بقیه قومیت‌ها و تأثیر منفی لرها بر قصد کارآفرینی نسبت به بقیه اقوام، نقش منفی تحصیلات پدر نسبت به تحصیلات مادران بر تفکر فرزندان برای کارآفرینی و نقش مهم الگوی نقش و فرهنگ کار دولتی در فضای خانواده‌های ایرانی و در کل نقش مهم خانواده اشاره کرد.

### پیشنهادها

با توجه به نتایج کسب‌شده، پیشنهادها بر اساس مؤلفه‌های مورد بررسی ارائه می‌شود. در مورد مؤلفه‌های فردی و کنترلی، توجه و برنامه‌ریزی برای دختران دانشجو برای کارآفرینی که میانگین برابری از نظر قصد کارآفرینی دارد، می‌تواند علاوه بر ایجاد رقابت بین دانشجویان، منجر به استفاده بهینه از ۵۰ درصد توان دانشگاهی کشور و افزایش بهره‌وری سیستم آموزشی کشور شود. نکته جالب در خروجی‌های تحقیق اینکه حتی قصد کارآفرینی زنان بعد از متأهل شدن با قصد افراد مجرد برابری می‌کند. در این مؤلفه، توجه و طرح‌ریزی مناسب مباحث آموزشی برای افراد با سن بالا نیز پیشنهاد می‌شود که دارای تجربه کاری و قصد کارآفرینانه بالا هستند و برای کسب ثنوری‌های جدید مدیریتی و کارآفرینی وارد فضای آموزش

می‌شوند. در مورد مؤلفه قومیت، به نظر می‌رسد بتوان به رویکردها و سیاست‌گذاری‌های کارآفرینی بر اساس تفاوت‌های فرهنگی (مثل تفاوت در قصد کارآفرینانه بین قومیت‌های ایرانی) بیشتر توجه کرد و در مناطق و دانشگاه‌ها بر اساس تنوع قومیتی، برنامه‌های آموزشی و فرهنگی مناسب را تدوین کرد. به نظر می‌رسد تاکنون به این عامل کمتر توجه شده است و نیاز به دقت بیشتر و تحقیقات گسترده‌تری دارد. در مبحث متغیرهای تحصیلی، با توجه به تفاوت در قصد کارآفرینانه دانشجویان در استان‌های مختلف، تقسیم‌بندی استان‌های کشور بر اساس مزیت‌های صنعتی و تعریف دروس کارآفرینانه مرتبط برای هر استان پیشنهاد می‌شود. نکته دیگر تأثیر منفی مقطع تحصیلی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان است که برنامه‌ریزی هدفمند به ویژه با افزایش تعداد دانشجویان مقاطع تکمیلی در سال‌های آینده را ضروری می‌کند. در این راستا، باید به ارتباط صنعت و دانشگاه برای هدفمندشدن مباحث دانشگاهی به شدت توجه شود. در مورد شاخص‌های مورد استفاده در مؤلفه خانواده و تأثیرگذاری بالای این شاخص، پیشنهادهای دیگری مطرح می‌شود: برنامه‌ریزی فرهنگی برای تغییر فضای کارمندمحوری در خانواده و دانشگاه، تمرکز بر گسترش تأثیر الگوهای نقش به بیرون از فضای خانواده با ایجاد مراکزی برای تسهیم دانش افراد موفق کارآفرین در دانشگاه‌ها و استفاده از سیاست‌های تشویقی و مراکز مشاوره مناسب با در نظر گرفتن شاخص‌های خانوادگی مانند تحصیلات و شغل پدر و مادر دانشجویان و درآمد خانوادگی آن‌ها. برای تحقیقات آتی نیز توجه به مؤلفه‌های روان‌شناسانه و جامعه‌شناسی به صورت گسترده و در بین دانشجویان کشور پیشنهاد می‌شود.

## منابع

ابراهیم، مهدی (۱۳۹۰)، تبیین عوامل فردی و اجتماعی موثر بر قصد کارآفرینانه در ایران، پایان نامه ارشد، دانشگاه تهران.

احمدپور داریانی، محمود (۱۳۸۱)، کارآفرینی، تعاریف، نظریات، الگوها، چاپ چهارم، تهران، پردیس ۵۷.

اکبری، کرامت الله، (۱۳۸۵)، توسعه کارآفرینی، چاپ اول، تهران، انتشارات جهاد دانشگاهی.  
رابینز، استیفن، (۱۳۸۱)، مبانی رفتار سازمانی: مفاهیم، نظریه ها و کاربردها، ترجمه: پارسائیان، علی، اعرابی، محمد، چاپ پنجم؛ تهران، دفتر پژوهش های فرهنگی.

سایت GEM در ایران (<http://www.gemiran.ir>)

Alibaygi ,A& Pouya , M(2011) : "Socio-demographic determinants of entrepreneurial intentions: A case from Iran"; *African Journal of Business Management* ;Vol. 5(34), pp. 13316-13321.

Agarwal, R; Selen, W; 2009. "Dynamic Capability Building in Service Value Networks for Achieving Service Innovation", *Decision Sciences*,40(3). 61-78.

Armstrong, S. J., & Overton, T. S. (1977). "Estimating nonresponse bias in mail surveys". *Journal of Marketing Research*, 14(3), pp.396-402.

Autio, E., R. H. Keeley. (2001). "Entrepreneurial intent among students: Testing and intent model in Asia, Scandinavia, and USA". *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley MA, Babson College: pp.133-147.

Ayodele, K. O.(2013). Demographics, entrepreneurial self-efficacy and locus of control as determinants of adolescents' entrepreneurial intention in Ogun state, Nigeria, *European Journal of Business and Social Sciences*, Vol. 1, No. 12, pp 59-67.

Banfe C. (1991). *Entrepreneur - from Zero to Hero*. Van Nostrand Reinhold, New York.

Bagozzi, R., and Yi, Y. (1988). "On the evaluation of structural equation models", *Journal of the Academy of Marketing Science*, 1988, 16(1), pp. 74-94.

Boden Jr, R. (1999). "Flexible working hours, family responsibilities, and female selfemployment." *American Journal of Economics and Sociology* 58(1): pp. 71-83.

Buttner, E.H and Rosen, B. (1988). "Bank loan officers' perception of the characteristics of men, women and successful entrepreneurs". *Journal of Business Venturing*. Vol. 3, pp. 249-258.

- Caputo, R. K. and A. Dolinsky (1998). "Women's choice to pursue self employment: The role of financial and human capital of household members." *Journal of Small Business Management*. **36**(3): pp.8-17.
- Davidsson, P. (1995). "Determinants Of Entrepreneurial Intentions, Paper prepared for the RENT IX Workshop", Piacenza, Italy, Nov. 23-24.
- Farrington S, Gray ,B and Gary S , (2012). "Perceptions of an Entrepreneurial Career: Do Small Business Owners and University Students Concur?" *Management Dynamics* , Vol. 20,p123-134.
- Goss, D. (1991), *Small Business and Society*, Routledge, London.
- Hisrich, R. D. and C. G. Brush (1983). "The woman entrepreneur: Management skills and business problems." *Journal of Small Business Management*. **22**(1): pp. 30-38.
- Huang, H.C., ChiLai, M., WeiLo Do, K. (2012). "founders' ownres our cesmatter, The influence of business networks on start-up innovation and performance". *Technovation*. 32, 316–327.
- Krueger, N. (1993). "The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability." *Entrepreneurship: Theory and Practice*. **18**(31): pp.5-21.
- Krueger, N. (2009). "Entrepreneurial Intentions Are Dead: Long Live Entrepreneurial Intentions. In: Carsrud, A., Brännback, M. (Eds.), *Understanding the entrepreneurial mind: opening the black box*. Springer, New York, pp. 51–72.
- Laspita S , Breugst N ,, Hebllich S , Patzelt H (2012) : "Intergenerational transmission of entrepreneurial intentions " *Journal of Business Venturing* .Volume 27, Issue 4, July 2012, Pages 414–435
- Levie, J. and Hart, M. (2011) *The contribution of migrants and ethnic minorities to entrepreneurship in the United Kingdom. In: The Dynamics of Entrepreneurial Activity*. Oxford University Press, pp. 101-123.
- Linan, F. (2005). "Development and validation of an Entrepreneurial Intention Questionnaire (EIQ)". *IntEnt conference*, School of Management, University of Surrey, France
- Lucas, R. E., (1978), "On the Size Distribution of Business Firms," *Bell Journal of Economics*, 9, pp. 508-523
- Pistruì, D., Huang, W., Oksoy, D., Jing, Z., and Welsch, H., (2001). "Entrepreneurship in China: Characteristics, Attributes and Family Forces Shaping the Emerging Private Sector", *Family Business Review*, Volume XIV, pp.141-152.

- Ristimäki, K. (1998a). The university and entrepreneurship education - Entrepreneurship in the university curricula. Enterprise Education and Entrepreneurship Training-portal.  
<http://www.entredu.com/index.php/component>.
- Santos-Cumplido, F. J; Liñán, F, (2007), "Measuring entrepreneurial quality in southern Europe", *International Entrepreneurship and Management Journal* 3.: , pp .87-107.
- Shapero, A., & Sokol, L. (1982). "Social dimensions of entrepreneurship. In C. A. Kent, D. L. Sexton, & K. H. Vesper (Eds.) Encyclopedia of entrepreneurship". Englewood Cliffs (NJ): Prentice Hall.
- Veciana, J. M., Aponte, M., & Urbano, D. (2005). "University students' attitudes towards entrepreneurship: A two countries comparison". *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1, , pp. 165–182.
- Wu, S. and Wu, L. (2008), "The impact of higher education on entrepreneurial intentions of university students in China", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol 15, No. 4, pp. 640-655.
- Zapalska, A. (1997b). "A Profile of Woman Entrepreneurs and Enterprises in Poland". *Journal of Small Business Management*. 35, 4(October), PP. 76-82.