Sari Agriculture Sciences and Natural Resources University

Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture Vol. 12, Issue 2, 2025 p: 115-128

OPEN ACCESS

Research Paper

Agricultural Students' Intentions Toward Entrepreneurship: Application of the Extended Theory of Planned Behavior

Asghar Bagheri[1] and Naier Emami[2]

1- Department of Water Engineering and Agricultural Management, Faculty of Agriculture and Natural Resources, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran, (Corresponding author: a_bagheri@uma.ac.ir)
2- Ph.D. Student in Agricultural Development, Faculty of Agriculture, University of Bu Ali Sina, Hamedan, Iran

Received: 9 February, 2025 Revised: 6 April, 2025 Accepted: 12 May, 2025

Extended Abstract

Background: The International Labor Organization (ILO) reports that about 74 million young people worldwide are currently seeking employment. The Iranian Statistical Center has also announced an average unemployment rate of 20 percent for youth aged 15-24 in the period from spring 2024 to spring 2025. Therefore, the high rate of youth unemployment, increasing the inactive workforce, engagement in hazardous jobs, coupled with poverty, represent significant concerns regarding youth employment, particularly in developing countries. Problems related to the education, employment, welfare, and livelihoods of the growing youth population are receiving increasing attention. Therefore, it is crucial to develop strategies to mitigate these issues. Furthermore, a mismatch between academic disciplines and societies' demands and needs, coupled with a failure to cultivate specific skills in students to meet the evolving requirements of the labor market, are primary reasons for the rising unemployment rate among university graduates. In this context, entrepreneurship has been recognized as a potential solution to these socioeconomic challenges. However, only a small fraction of graduate students is inclined to engage in entrepreneurial activities, especially in agricultural entrepreneurship. Consequently, entrepreneurial intention has garnered considerable attention from academics and policymakers alike for many years. Therefore, studying entrepreneurial intention and its influencing factors is of paramount importance. The current study aims to examine the attitude and intention of agricultural students at the University of Mohaghegh Ardabili toward entrepreneurship.

Methods: The present study is applied research in purpose and a non-experimental and descriptive study in terms of data collection. It employs a field study method, conducted through a cross-sectional survey in 2024 at the University of Mohaghegh Ardabili, Iran. The statistical population of the study included all undergraduate and graduate students across all agricultural fields at the university. The data collection instrument was a researcher-developed questionnaire, designed based on previous studies, comprising two sections: personal information and specialized questions covering the six constructs of the extended theory of planned behavior, i.e., knowledge, subjective norms, perceived behavioral control, attitude, innovativeness, and entrepreneurial intention. A 5-point Likert-type scale, ranging from very little (1) to very much (5), was used to measure the items constituting the research variables. The validity of the research instrument was confirmed by faculty members of the university from the faculties of agriculture and humanities, while reliability was assessed through a pilot study involving 30 students outside the sample. The Calculation of Cronbach's alpha coefficients showed that the alpha values for all questionnaire constructs exceeded 0.7– 0.9, which is considered acceptable. After data collection and editing, they were analyzed using $SPSS_{23}$ and Smart PLS software. Structural equation modeling was employed to examine the relationships between independent and dependent variables using Smart PLS.

Results: More than half of the respondents (44.6%) had good attitudes and (13.3%) very good attitudes toward entrepreneurship. Respondents had relatively little knowledge in the field of entrepreneurship (mean = 2.48), but relatively strong subjective norms (3.59), relatively high perceived behavioral control (3.66), and a relatively high level of innovativeness (3.65). Furthermore, their average entrepreneurial intention score (3.89) indicated that the students largely intended to pursue entrepreneurship and engage in entrepreneurial ventures after their studies. However, the availability of economic and social platforms are important conditions that need to be provided for their intentions to be realized. In terms of assessing students' intention toward entrepreneurship, five key constructs related to the extended theory of planned behavior,

Copyright ©2025 Bagheri and Emami. Published by Sari Agricultural Sciences and Natural Resources University.
This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 Unported License which allows users to read, copy, distribute and make derivative works for non-commercial purposes from the material, as long as the author of the original work is cited properly.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]

[DOI: 10.61882/jea.2025.438]

namely personal attitude, perceived behavioral control, subjective norms, knowledge, and innovativeness, were the important predictors of respondents' intention toward entrepreneurship. These constructs were estimated as follows: Subjective norm with a coefficient of 0.4, knowledge with a coefficient of 0.286, perceived behavioral control with a coefficient of 0.221, attitude with a coefficient of 0.217, and innovativeness with a coefficient of 0.296. These variables were also able to explain 48.1 percent of the variance in the entrepreneurial intention construct. Among the variables related to individual characteristics, gender showed a significant relationship with entrepreneurial intention, and attending entrepreneurship training courses showed a positive and significant relationship with the constructs of attitude and intention toward entrepreneurship. The relationship between other variables of individual characteristics and entrepreneurial attitude and intention was not significant.

Conclusion: Universities play a key role in educating entrepreneurship and inculcating an entrepreneurial spirit, which in turn encourages self-employment among graduates. At the same time, this reduces their over-reliance on traditional employment. Therefore, the authorities should provide a supportive structure and a positive atmosphere to encourage the growth of entrepreneurial behavior and develop initiatives that create and strengthen entrepreneurial skills and thinking in students, especially in agricultural students, so that they are well-prepared for an unpredictable and ever-changing world. Innovation and entrepreneurship education should also emphasize the development of students' innovation and entrepreneurial skills, as these skills are critical to the success of student-led innovation and entrepreneurship initiatives. The ability to think creatively and logically is critical to the success of innovation and entrepreneurial activities. Training university staff and academic advisors to guide students toward entrepreneurship and to communicate a positive view of entrepreneurial activity can be effective in shaping students' attitudes. Faculty can cultivate a constructive normative climate by offering guidance, encouragement, and information about opportunities. Additionally, establishing an online platform that provides access to articles, books, research reports, educational videos, and podcasts on entrepreneurship would support self-directed learning. Engaging students with the innovation challenges of real companies and encouraging them to propose innovative solutions can further motivate them and translate ideas into commercial value. Finally, providing hands-on entrepreneurial experiences, such as participation in business simulators, launching small pilot ventures, or selling a product at a student market, can enhance practical skills and confidence to pursue entrepreneurship.

Keywords: Agricultural students, Attitude, Entrepreneurship, Intention, Innovativeness, Planned behavior

How to Cite this Article: Bagheri, A., & Emami, N. (2025). Agricultural Students' Intentions Toward Entrepreneurship: Application of the Extended Theory of Planned Behavior. *J Entrepreneurial Strategies Agric,* 12(2), 115-128. DOI: 10.61882/jea.2025.438

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]

[DOI: 10.61882/jea.2025.438]

دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری

مقاله پژوهشی

تمایل دانشجویان کشاورزی نسبت به کارآفرینی: کاربرد مدل توسعه‌یافته تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده

اصغر باقری[۱] و نیر امامی[۲]

۱- استاد، گروه مهندسی آب و مدیریت کشاورزی، دانشکده کشاورزی و منابع طبیعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران، (نویسنده مسوول: a_bagheri@uma.ac.ir)
۲- دانشجوی دکترای توسعه کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۱/۲۱ تاریخ ویرایش: ۱۴۰۴/۰۱/۱۷ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۲/۲۲
صفحه ۱۱۵ تا ۱۲۸

چکیده مبسوط

مقدمه و هدف: به گزارش سازمان جهانی کار، در حال حاضر حدود ۷۴ میلیون جوان در کشورهای مختلف جهان به‌دنبال کار هستند. مرکز آمار ایران نیز نرخ بیکاری جوانان ۱۵-۲۴ ساله را در بازه زمانی بهار ۱۴۰۳ تا بهار ۱۴۰۴ به‌طور متوسط ۲۰ درصد اعلام کرده است. از این‌رو، نرخ بالای بیکاری جوانان، افزایش عدم فعالیت و همچنین انجام کارهای مخاطره‌آمیز در کشورهای جهان به‌همراه فقر از هشدارهایی است که درباره اشتغال جوانان به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه وجود دارد. مشکلات مربوط به آموزش، اشتغال، رفاه و معیشت جمعیت فزاینده جوانان به‌طور فزاینده‌ای مورد توجه قرار گرفته‌اند. از این‌رو، ارائه استراتژی‌هایی برای کاهش این مشکلات ضروری به‌نظر می‌رسد. از سوی دیگر، عدم تناسب بین رشته‌های دانشگاهی با خواسته‌ها و نیازهای جامعه و عدم ایجاد مهارت‌های خاص در دانشجویان جهت پاسخگویی به نیازها و شرایط درحال تغییر بازار کار، از دلایل عمده افزایش نرخ بیکاری دانش آموختگان دانشگاهی هستند. در این راستا، کارآفرینی به‌عنوان یک راه‌حل بالقوه برای این مشکلات اجتماعی-اقتصادی شناخته شده است. با این‌حال، تنها بخش کوچکی از دانشجویان تحصیلات تکمیلی مایل‌اند در فعالیت‌های کارآفرینی، به‌ویژه در کارآفرینی کشاورزی شرکت کنند. از این‌رو، سال‌های زیادی است که تمایل به کارآفرینی توجه بسیاری از دانشگاهیان و سیاست‌گذاران را به خود جلب کرده است. لذا، مطالعه تمایل کارآفرینی و عوامل تأثیرگذار بر آن از اهمیت بسزایی برخوردار خواهد بود. از این‌رو، پژوهش حاضر با هدف سنجش نگرش و تمایل دانشجویان کشاورزی دانشگاه محقق اردبیلی نسبت به کارآفرینی انجام شد.

مواد و روش‌ها: تحقیق حاضر از لحاظ هدف جزء تحقیقات کاربردی و بر حسب نحوه گردآوری داده‌ها یک تحقیق توصیفی غیر آزمایشی است. نحوه‌ی اجرای آن به‌صورت میدانی است که به‌روش پیمایشی مقطعی در پاییز ۱۴۰۳ در دانشگاه محقق اردبیلی انجام شد. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه دانشجویان مقاطع کارشناسی و کارشناسی ارشد رشته‌های کشاورزی دانشگاه بود. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه محقق-ساخته‌ای بود که بر اساس مطالعات پیشین طراحی شد و شامل دو بخش اطلاعات فردی و پرسش‌های تخصصی مربوط به شش سازه تئوری توسعه‌یافته رفتار برنامه‌ریزی شده، شامل دانش، هنجار ذهنی، کنترل رفتاری درک‌شده و نگرش، نوگرایی و تمایل به کارآفرینی بود. برای سنجش گویه‌های تشکیل‌دهنده‌ی متغیرهای پژوهش از طیف ۵-گزینه‌ای لیکرت از خیلی کم (۱) تا خیلی زیاد (۵) بهره گرفته شد. روایی ابزار تحقیق توسط اعضای هیأت علمی دانشگاه در دانشکده‌های کشاورزی و علوم انسانی به‌دست آمد و برای محاسبه پایایی آن یک مطالعه راهنما با شرکت ۳۰ نفر دانشجوی خارج از نمونه انجام شد. محاسبه ضریب آلفای کرونباخ نشان داد که مقادیر آلفا برای تمامی سازه‌های پرسشنامه ۰/۷ تا ۰/۹ قابل قبول بودند. داده‌ها پس از جمع‌آوری و ویرایش، با استفاده از نرم‌افزارهای $SPSS_{23}$ و Smart PlS مورد تجزیه‌وتحلیل قرار گرفتند. به‌منظور بررسی روابط بین متغیرهای مستقل و وابسته، از مدل‌یابی معادلات ساختاری با استفاده از Smart PlS استفاده شد.

یافته‌ها: نتایج نشان دادند که ۴۴/۶ درصد از پاسخگویان نگرش خوب و ۱۳/۳ درصد نگرش خیلی خوبی نسبت به کارآفرینی داشتند. پاسخگویان دانش نسبتاً کمی در زمینه کارآفرینی داشتند (میانگین = ۲/۴۸)، اما هنجارهای ذهنی نسبتاً قوی (۳/۵۹) داشتند، کنترل نسبتاً زیادی بر رفتار خود داشتند (۳/۶۶) و سطح نوگرایی در بین آنها نسبتاً زیاد بود (۳/۶۵). همچنین، میانگین نمرات قصد کارآفرینی آنها (۳/۸۹) نشان داد که دانشجویان تا حدود زیادی قصد کارآفرینی و پرداختن به کسب‌وکارهای کارآفرینانه را بعد از تحصیلات خود داشتند. فراهم بودن بسترهای اقتصادی و اجتماعی شرایط مهمی هستند که لازم است برای به فعلیت در آوردن تمایل آنها مهیا باشند. در رابطه با سنجش تمایل دانشجویان نسبت به کارآفرینی، پنج سازه کلیدی مرتبط با مدل توسعه‌یافته تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده، یعنی نگرش شخصی، کنترل رفتاری درک شده، هنجارهای ذهنی، دانش و نوگرایی پیش‌بینی کننده‌های اصلی تمایل پاسخگویان به کارآفرینی دانشجویان کشاورزی بودند. هنجار ذهنی با ضریب ۰/۴، دانش با ضریب ۰/۲۸۶، کنترل رفتاری درک‌شده با ضریب ۰/۲۲۱، نگرش با ضریب ۰/۲۱۷، و نوگرایی با ضریب ۰/۲۹۶ تخمین زده شدند. این سازه‌ها اثر مثبت و معناداری بر تمایل به کارآفرینی نشان دادند و در مجموع توانستند ۴۸/۱ درصد از واریانس متغیر تمایل دانشجویان رشته‌های کشاورزی به کارآفرینی را تبیین کنند. همچنین، در بین متغیرهای مربوط به ویژگی‌های فردی، متغیر جنسیت بر تمایل به کارآفرینی اثر معنی‌داری نشان داد و متغیر شرکت در دوره‌های آموزشی کارآفرینی اثر مثبت و معنی‌داری را بر سازه‌های نگرش و تمایل به کارآفرینی نشان داد. رابطه سایر متغیرهای فردی با نگرش و تمایل به کارآفرینی معنی‌دار نبود.

نتیجه‌گیری: دانشگاه‌ها نقش کلیدی در ارائه آموزش‌های کارآفرینی و القای روحیه کارآفرینی دارند که به نوبه خود، خوداشتغالی را در میان دانش‌آموختگان دانشگاهی ترویج می‌کند؛ در عین حال، اتکای بیش از حد آن‌ها به مشاغل سنتی را کاهش می‌دهد. از این‌رو، آموزش اساتید دانشگاه و مشاوران تحصیلی که چگونه دانشجویان را به‌سمت کارآفرینی سوق دهند و دیدگاه مثبت خود را نسبت به آن منتقل کنند می‌تواند مؤثر باشد. آنان می‌توانند از طریق توصیه‌ها، تشویق‌ها و معرفی فرصت‌ها، هنجار ذهنی مثبتی را در دانشجویان ایجاد کنند. همچنین، ایجاد یک پلتفرم آنلاین با دسترسی به مقالات، کتاب‌ها، گزارش‌های تحقیقاتی، ویدئوهای آموزشی و پادکست‌های مرتبط با کارآفرینی می‌تواند مفید باشد. این همکاری‌ها می‌توانند به دانشجویان انگیزه دهند و به ایده‌هایشان ارزش تجاری ببخشند. همچنین، فراهم کردن فرصت‌هایی برای دانشجویان تا پروژه‌های کارآفرینانه کوچکی را تجربه کنند. این می‌تواند شامل شرکت در شبیه‌سازهای کسب‌وکار، ایجاد یک کسب‌وکار کوچک آزمایشی، یا حتی فروش محصول در یک بازار دانشجویی باشد.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی، تمایل، نگرش، نوگرایی، رفتار برنامه‌ریزی‌شده، دانشجویان کشاورزی.

مقدمه

در سال‌های اخیر، شمار فزاینده‌ای از جمعیت به سن کار رسیده‌اند و این روند پرشتاب همچنان ادامه دارد (Sher *et al.*, 2017). به گزارش سازمان جهانی کار، در حال حاضر حدود ۷۴ میلیون جوان در کشورهای مختلف جهان به‌دنبال کار هستند (World Bank, 2024). مرکز آمار ایران نیز نرخ بیکاری

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]

[DOI: 10.61882/jea.2025.438]

جوانان ۱۵–۲۴ ساله را در بازه زمانی بهار ۱۴۰۳ تا بهار ۱۴۰۴ به‌طور متوسط ۲۰ درصد اعلام کرده است (Iranian statistical center, 2025). از این‌رو، نرخ بالای بیکاری جوانان، افزایش عدم فعالیت و همچنین انجام کارهای مخاطره‌آمیز در کشورهای جهان به‌همراه فقر از هشدارهایی هستند که درباره اشتغال جوانان به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه وجود دارند (Khanal & Prajapati, 2023). از این‌رو، مسأله تامین آموزش، اشتغال، رفاه و معیشت جمعیت فزاینده جوانان اهمیت فزاینده‌ای پیدا کرده است (Sher *et al.*, 2017)، چرا که در صورت فقدان برنامه‌ریزی اشتغال برای جوانانی که به سن کار رسیده‌اند، آن‌ها نیز به جمعیت بیکاران فعلی جامعه افزوده می‌شوند و معضل اشتغال را دو چندان می‌کنند (Martins & Mercy, 2022). این در حالی است که پدیده بیکاری به‌ویژه بیکاری جوانان و افراد تحصیل‌کرده در حال حاضر جزء متغیرهای اقتصادی است که ابعاد اجتماعی آن در حال پررنگ شدن است (Khanal & Prajapati, 2023). در واقع، عدم تناسب بین رشته‌های دانشگاهی با خواسته‌ها و نیازهای جامعه و عدم ایجاد مهارت‌های خاص در دانشجویان جهت پاسخگویی به نیازها و تغییرات بازار کار، از دلایل عمده افزایش نرخ بیکاری دانش‌آموختگان دانشگاهی است (Pourvaei *et al.*, 2021). از این‌رو، ارائه استراتژی‌هایی برای کاهش آن ضروری به‌نظر می‌رسد. در این راستا، کارآفرینی به‌عنوان یک راه حل بالقوه برای این مشکلات اجتماعی–اقتصادی شناخته شده است (Amaral *et al.*, 2024؛ Sall, 2022؛ Kareem, 2015)، چرا که به‌عنوان یکی از بهترین راهبردهای توسعه اقتصادی برای رشد اقتصادی و حفظ رقابت‌پذیری کشورها تلقی می‌شود (Venkatachalam & Waqif, 2005) و عمدتاً به‌دلیل تأثیرات مثبتی است که در بسیاری از کشورها به‌عنوان کاتالیزور ایجاد ثروت و فرصت‌های شغلی دارد در بین جوامع از محبوبیت برخوردار است (Othman *et al.*, 2005؛ Postigo & Tamborini, 2002؛ Gurol & Atsan, 2006). در عین حال، اکثر مطالعات نشان داده‌اند که بین کارآفرینی و رشد اقتصادی از نظر ایجاد شغل، بقای شرکت و تغییرات تکنولوژیک رابطه مثبتی وجود دارد (Keat *et al.*, 2024). با این حال، کاهش ظرفیت جذب نیروی کار در بازار از یک‌سو و کاهش انگیزه‌های فردی در دانشجویان از سوی دیگر، ضرورت آموزش کارآفرینی را در مراکز آموزش عالی دوچندان کرده است. در واقع، هدف از ارائه این آموزش‌ها، تربیت و پرورش افراد خلاق و نوآور با هدف ایجاد مهارت‌های کارآفرینی در قالب نوعی مداخله‌گری برنامه‌ریزی شده است. به نظر پینتو و همکاران (Pinto *et al.*, 2020)، کارآفرینی جوانان را به دانش و مهارت‌های اساسی مانند هوش هیجانی و ریسک‌پذیری مجهز می‌کند. همچنین به قدردانی آنها از فرصت‌های خوداشتغالی کمک می‌کند. به نظر دیک ساگو (Dick-Sagoe, 2023)، یکی از مهم‌ترین اهداف آموزش دانشگاهی، توانمندسازی دانشجویان برای مهارت‌های شغلی لازم برای بهبود شرایط زندگی و کمک به توسعه ملی است. بنا بر این، آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها می‌تواند به‌عنوان مجرایی برای افزایش نیات کارآفرینی در بین دانشجویان تحصیلات تکمیلی با کسب مهارت‌ها، توانایی‌ها و نگرش‌های لازم در کارآفرینی عمل کند. لذا، کارآفرینی به یکی از مهم‌ترین وظایف دانشگاه‌ها تبدیل شده است و دانشگاه‌ها به تربیت افراد کارآفرین و توسعه اشتغال توجه ویژه‌ای معطوف نموده‌اند (Sher *et al.*, 2017). دانشجویان کشاورزی به‌عنوان نیروی انسانی متخصص و آینده‌ساز این بخش، نقش کلیدی را در توسعه کارآفرینی کشاورزی ایفا می‌کنند. با وجود اهمیت کارآفرینی در این بخش و نقش محوری دانشجویان در این زمینه، شواهد نشان می‌دهند که تمایل به کارآفرینی در بین این دانشجویان در سطح مطلوبی قرار ندارد. پژوهش‌های مختلف حاکی از آن هستند که بسیاری از دانشجویان کشاورزی پس از فارغ‌التحصیلی، به‌دنبال استخدام در بخش دولتی یا خصوصی هستند و تمایل کمتری به راه‌اندازی کسب‌وکار شخصی در حوزه کشاورزی دارند. مطالعه تمایل به کارآفرینی در میان دانشجویان کشاورزی از آن جهت ضروری و حائز اهمیت است که این قشر، به‌عنوان نیروی متخصص و آینده‌ساز بخش کشاورزی، پتانسیل بالایی را برای تحول و نوآوری در این حوزه دارند. در شرایطی که کشاورزی مدرن نیازمند ایده‌های جدید، فن‌آوری‌های روز و رویکردهای کارآفرینانه برای افزایش بهره‌وری، ایجاد ارزش افزوده و مقابله با چالش‌های زیست‌محیطی و اقتصادی است، شناسایی و تقویت تمایل به کارآفرینی در دانشجویان می‌تواند به پرورش نسل جدیدی از کشاورزان خلاق و کارآمد کمک کند. این امر نه تنها منجر به ایجاد فرصت‌های شغلی پایدار در مناطق روستایی، جلوگیری از مهاجرت و توسعه اقتصاد محلی می‌شود، بلکه با سوق دادن تخصص آکادمیک به سمت کسب‌وکارهای نوآورانه، به پایداری منابع، امنیت غذایی و در نهایت، به شکوفایی اقتصاد ملی از طریق بخش کشاورزی کمک شایانی خواهد کرد. به‌عبارت دیگر، این مطالعه به‌دنبال کمک به ارایه راهی برای تبدیل دانش به عمل و ایده‌ها به واقعیت‌های اقتصادی پرثمر است. در واقع، بررسی تمایل به کارآفرینی دانشجویان به ما این امکان را می‌دهد تا به درستی درک کنیم که چه محرک‌ها و موانعی در شکل‌گیری یک ذهنیت کارآفرینانه فعال در این دانشجویان نقش دارند. این شناخت عمیق، مبنایی برای طراحی برنامه‌های آموزشی هدفمند، مشاوره‌های تخصصی و سیاست‌های حمایتی مؤثر خواهد شد که آن‌ها را قادر سازد تا پس از فارغ‌التحصیلی، به‌جای پیوستن به صف بیکاران یا مشاغل سنتی کم‌بازده، خالق کسب‌وکارهای نوآورانه کشاورزی باشند. این کارآفرینان جوان نه تنها خود و خانواده‌هایشان را توانمند می‌سازند، بلکه با ایجاد فرصت‌های شغلی جدید در مناطق روستایی، جذب سرمایه، توسعه فناوری‌های بومی و تضمین امنیت غذایی ملی از طریق افزایش بهره‌وری و کاهش ضایعات، نقشی محوری در تحول اقتصاد روستایی، جلوگیری از مهاجرت و تقویت استقلال اقتصادی کشور ایفا خواهند کرد. به بیان ساده، سرمایه‌گذاری بر روی درک و تقویت تمایل به کارآفرینی در دانشجویان کشاورزی، سرمایه‌گذاری بر روی آینده‌ای سبزتر، پربارتر و خودکفاتر برای کل جامعه است. از این‌رو، اخیراً تمایل به کارآفرینی توجه بسیاری از دانشگاهیان و سیاست‌گذاران را به خود جلب کرده است (Che Nawi *et al.*, 2022).

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]

[DOI: 10.61882/jea.2025.438]

یکی از مهم‌ترین وظایف دانشگاه‌ها ایجاد و توسعه کارافرینی در میان دانش‌آموختگان دانشگاهی است. این امر مستلزم بررسی و شناسایی عوامل مؤثر بر کارآفرینی است. همچنین، توجه به جنبه‌های روانشناختی کارآفرینی مانند تمایل به کارآفرینی از سوی محققان مختلف تاکید شده است. در این راستا، مدل‌های مختلفی ارایه شده‌اند که از جمله می‌توان به مدل رویداد کارآفرینی (Shapero & Sokol, 1982)، مدل روانشناختی–اقتصادی و نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده (TPB[1]) (Ajzen, 1991) در رابطه با بررسی تمایل به کارآفرینی اشاره کرد. اگرچه مدل رفتار برنامه‌ریزی شده مدلی از تمایل به کارآفرینی نیست، اما از آنجایی‌که مفهومی است، جایگاهی در بین این مدل‌ها به‌دست آورده است (Barbra-Sánchez & Atienza-Sahuquillo, 2018). نیت رفتاری یکی از مهم‌ترین متغیرهایی است که در این نظریه در نظر گرفته شده است و به‌نوبه خود توسط سه عامل کلیدی پیش‌بینی می‌شود: نگرش‌ها، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتاری درک‌شده (park *et al.*, 2022). TPB استدلال می‌کند که عوامل خاصی رفتار و نگرش یک فرد را پیش‌بینی می‌کنند. هرچه افراد نگرش مثبت بیشتری نشان دهند، هنجارهای ذهنی آن‌ها قوی‌تر باشد و کنترل بیشتری بر رفتار خود داشته باشند، احتمال بیشتری دارد که رفتار پیشنهادی را انجام دهند (Amaral *et al.*, 2024). علی‌رغم این که تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده یک پیش‌بینی کننده قوی برای رفتار است با این حال، به‌منظور افزایش توانایی پیش‌بینی مدل در رفتار، بررسی سایر متغیرهای مهم از طریق تحقیقات بیشتر بسیار مهم است چراکه یک مدل با مقبولیت عام به‌تنهایی نمی‌تواند یک رفتار را توضیح دهد و نیازمند توسعه و افزودن الگوهای بیشتری است. آیزن، به‌عنوان یکی از پایه‌گذاران این نظریه بیان می‌کند که می‌توان اجزا و ساختارهای ارتباطی جدیدی را برای بهبود این نظریه در نظر گرفت (Park *et al.*, 2002). بسیاری از محققان متغیرهای دیگری را که در این چارچوب نیستند مطالعه کرده‌اند و معتقدند که افزایش متغیرهای دیگر می‌تواند توانایی پیش‌بینی مدل را بهبود بخشد (Berhanu *et al.*, 2017, Kamrath *et al.*, 2018). بسیاری از مطالعات در زمینه‌های مختلف (Nayanajith *et al.*, 2019؛ Na *et al.*, 2019؛ Nuryyev *et al.*, 2020؛ Molinillo *et al.*, 2021؛ Hayat *et al.*, 2020) نشان داده‌اند که نوگرایی افراد تاثیر به‌سزایی بر تمایل آنان دارد. لذا، پژوهش حاضر در نظر دارد که متغیر نوگرایی را بر مدل رفتار برنامه‌ریزی اضافه کند تا تاثیر این متغیر بر تمایل دانشجویان را مورد ارزیابی قرار دهد. علاوه براین، متغیرهای جنسیت، شرکت در دوره‌های آموزشی و مقطع تحصیلی متغیرهای دیگری هستند که تاثیر آن‌ها بر تمایل دانشجویان در پژوهش حاضر مورد ارزیابی قرار گرفته است. در رابطه با شرکت در دوره‌های آموزشی، (Zain *et al*,. 2010) در پژوهش خود نشان دادند که فارغ‌التحصیلان و دانشجویانی که دوره‌های کارآموزی را گذراندند تمایل بیشتری به کارآفرینی داشتند. اکاندایو و باباتوند (Ekundayo & Babatunde, 2014) در مورد تأثیر آموزش کارآفرینی بر تمایل به کارآفرینی در بین دانشجویان دریافتند که آموزش کارآفرینی بر تمایل دانشجویان برای خوداشتغالی تأثیرگذار بود. میرر و همکاران (Mirer *et al.*, 2011) و سوختانلو (Sookhtanlou, 2017) در مطالعه خود نشان دادند که دانشجویان پسر به‌طور قابل‌توجهی تمایل بیشتری به کارآفرینی در مقایسه با دانشجویان دختر نشان دادند و دانشجویان با سابقه کار قبلی نسبت به افراد بدون سابقه علاقه زیادی به کارآفرینی داشتند. زلیها (Zeliha, 2015) طی پژوهشی نشان داد که بین دانشجویان دختر و پسر از نظر نگرش نسبت به کارآفرینی در ابعاد انگیزش، عزم و همکاری تفاوت معناداری وجود داشت. هیان و همکاران (Hian *et al.*, 1993) در مطالعه خود نشان دادند که دانشجویانی که تمایل به کارآفرینی داشتند، در مقایسه با همسالان خود تمایل بیشتری به نوآوری و ریسک‌پذیری داشتند. (Zamani & Omidi Najafabadi, 2014) در تحقیقی به این نتیجه رسیدند که میزان نیت کارآفرینانه در میان دانشجویان کشاورزی در سطح متوسط قرار داشت و مهارت‌های کارآفرینی، باور به خود کارآمدی، نگرش نسبت به کارآفرینی، ویژگی‌های روانشناختی و هنجارهای اجتماعی مهم‌ترین تبیین‌کننده‌های نیت کارآفرینانه بودند. سیف و همکاران (Seif *et al.*, 2014) طی پژوهشی دریافتند که متغیرهای هنجارهای ذهنی، هنجارهای اجتماعی، تجربه کارآفرینانه، خودکارآمدی کارآفرینانه و تمایل به خطرپذیری به‌طور غیرمستقیم از طریق متغیرهای واسطه‌ای بر متغیر قصد کارآفرینانه دانشگاهی اثر معنی‌دار داشتند. در این‌راستا، پژوهش حاضر نیز در نظر دارد تا با توسعه تئوری رفتار برنامه‌ریزی‌شده، تاثیر سازه‌های نوگرایی و دانش را همراه با سایر سازه‌های مدل فوق بر تمایل دانشجویان به کارافرینی مورد بررسی قرار دهد و به سنجش نگرش و تمایل دانشجویان دانشگاه محقق اردبیلی نسبت به کارآفرینی بپردازد. در راستای دستیابی به این هدف، فرضیه‌های زیر مورد بررسی قرار می‌گیرند (شکل ۱):

H1: نگرش دانشجویان کشاورزی بر تمایل کارآفرینی آنها تأثیر دارد.

H2: هنجارهای ذهنی دانشجویان بر تمایل کارآفرینی آن‌ها تاثیر دارد.

H3: نوگرایی دانشجویان بر تمایل کارآفرینی آنها تأثیر دارد.

H4: جنسیت دانشجویان بر نگرش و تمایل کارآفرینی دانشجویان تأثیر دارد.

H5: مقطع تحصیلی بر نگرش و تمایل کارآفرینی دانشجویان تاثیر دارد.

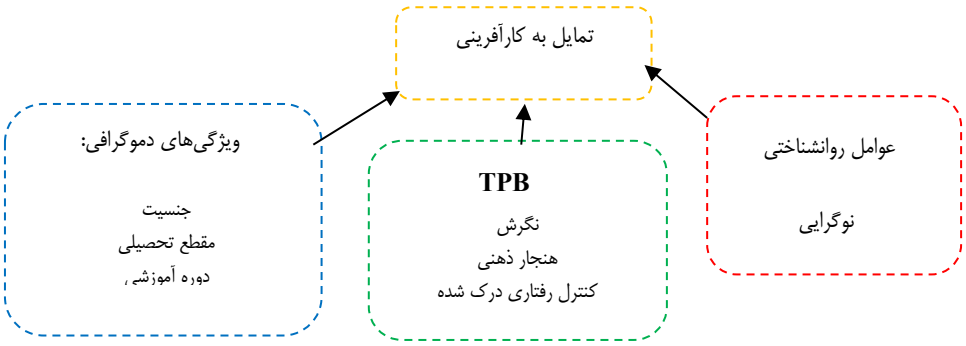
H6: شرکت در آموزش‌های کارآفرینی بر نگرش و تمایل دانشجویان به کارآفرینی تأثیر دارد.

H7: کنترل رفتاری درک‌شده بر تمایل دانشجویان به کارآفرینی تأثیر دارد.

1. theory of planned behavior

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]

[DOI: 10.61882/jea.2025.438]



شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش
Figure 1. The conceptual research model

روش پژوهش

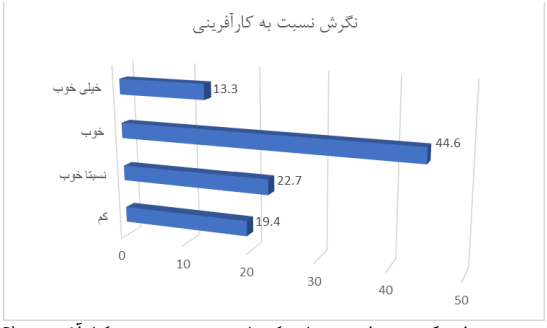
جامعه آماری و روش نمونه‌گیری: تحقیق حاضر از لحاظ هدف جزء تحقیقات کاربردی و بر حسب نحوه گردآوری داده‌ها یک تحقیق توصیفی غیر آزمایشی است. نحوه‌ی اجرای آن به‌صورت میدانی است که به روش پیمایشی مقطعی در پاییز ۱۴۰۳ در دانشگاه محقق اردبیلی انجام شد. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه دانشجویان مقاطع کارشناسی و کارشناسی ارشد رشته‌های کشاورزی دانشگاه بود. از میان آنان، دانشجویان دانشکده کشاورزی و منابع طبیعی به‌عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. حجم نمونه نیز بر اساس جدول استاندارد مورگان ۲۰۰ برآورد گردید. نمونه‌گیری به روش طبقه‌بندی شده تصادفی انجام شد. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه محقق-ساخته بود که بر اساس مطالعات پیشین مرتبط با مدل رفتار برنامه‌ریزی شده طراحی شد و شامل دو بخش بود. بخش اول مربوط به اطلاعات فردی پاسخ‌گویان بود. در بخش دوم، سازه‌های مدل توسعه یافته تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده، شامل پرسش‌های تخصصی در خصوص دانش، هنجار ذهنی، کنترل رفتاری درک‌شده و نگرش، نوگرایی و تمایل به کارآفرینی بودند. برای سنجش گویه‌های تشکیل‌دهنده‌ی متغیرهای پژوهش از طیف ۵-گزینه‌ای لیکرت از خیلی کم (۱) تا خیلی زیاد (۵) بهره گرفته شد. روایی ابزار تحقیق به‌کمک اعضای هیأت علمی دانشگاه تأیید گردید. برای سنجش پایایی آن، یک آزمون پیشاهنگ با شرکت ۳۰ نفر از دانشجویان خارج از نمونه آماری تحقیق انجام شد. مقدار آلفای کرونباخ برای تمامی شاخص‌های مورد بررسی در دامنه ۰/۷ تا ۰/۹ بود که بیانگر پایایی قابل قبول آن می‌باشد. داده‌ها پس از جمع‌آوری و ویرایش، با استفاده از نرم‌افزارهای $SPSS_{23}$ و Smart PLS مورد تجزیه‌وتحلیل قرار گرفتند. به‌منظور بررسی روابط بین متغیرهای مستقل و وابسته، از مدل‌یابی معادلات ساختاری با استفاده از Smart PLS استفاده شد. زمانی از این نرم‌افزار استفاده می‌شود که تعداد نمونه آماری کمتر از ۳۰۰ باشد. نرم‌افزارهایی نظیر LISREL، EQS و AMOS نیاز به تعداد نمونه زیاد دارند، در حالی‌که PLS (پی ال اس) توان اجرای مدل با تعداد نمونه کم را دارد. مدل‌یابی معادلات ساختاری یکی از روش‌های آماری است که امکان بررسی رابطه بین چندین متغیر در یک مدل را فراهم می‌کند. یکی از مهم‌ترین دلایلی که محققان از این روش استفاده می‌کنند این است که مدل‌یابی معادلات ساختاری روشی جامع برای آزمون نظریه‌های یک تحقیق است (Hair *et al.*, 2014). دلیل دیگر این است که این روش خطای اندازه‌گیری را در نظر می‌گیرد و به محقق اجازه می‌دهد تا تجزیه‌وتحلیل داده‌های خود را همراه با خطای اندازه‌گیری گزارش کند (Hair *et al.*, 2017). جهت ارزیابی مدل اندازه‌گیری در پژوهش حاضر از دو روش تعیین پایایی و روایی استفاده شد که تعیین روایی به دو روش روایی همگرا و روایی واگرا مورد بررسی قرار گرفت (Hair *et al.*, 2010).

نتایج و بحث

تحلیل داده‌ها در دو بخش توصیفی و استنباطی انجام شد. در بخش توصیفی از آماره‌های فراوانی، درصد، میانگین و انحراف معیار استفاده شد. به‌منظور سطح‌بندی نگرش پاسخگویان، از روش فاصله انحراف استاندارد از میانگین (ISDM[1]) استفاده شد. در این روش، داده‌های به‌دست آمده به چهار سطح کم ($Min \leq A < Mean - Sd$)، نسبتاً ضعیف ($Mean - Sd \leq B < Mean$)، خوب ($Mean \leq C < Mean + Sd$) و خیلی خوب ($Mean + Sd \leq D < Max$) تقسیم می‌شوند و در نهایت بر اساس فراوانی و درصد به‌دست‌آمده در هر سطح، وضعیت متغیر مورد نظر ارزیابی می‌شود. نتیجه تحلیل ISDM نشان داد که ۶۷/۳ درصد از پاسخگویان نگرش خوب تا خیلی‌خوبی نسبت به کارآفرینی داشتند درحالی‌که نگرش بقیه دانشجویان نسبت به کارآفرینی نسبتاًضعیف تا ضعیف بود (شکل ۲).

1. Interval of Standard Deviation from Mean

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOI: 10.61882/jea.2025.438]



شکل ۲- نمودار نگرش دانشجویان کشاورزی نسبت به کارآفرینی (ISDM)
Figure 2. Illustration of agricultural students' attitudes toward entrepreneurship (ISDM)

در بخش تحلیل استنباطی برای مقایسه میانگین تمایل و نگرش پاسخگویان براساس ویژگی‌های فردی از آزمون t استفاده شد. نتایج این آزمون در جدول ۱ نشان داده شده‌اند. همان طور که مشاهده می‌شود از نظر شرکت در دوره‌های کارآفرینی تفاوت معنی‌داری نسبت به نگرش به کارآفرینی و تمایل نسبت به کارآفرینی وجود دارد ولی بین جنسیت و مقطع تحصیلی با نگرش و تمایل نسبت به کارآفرینی اثر معناداری مشاهده نمی‌شود.

جدول ۱- ویژگی‌های پاسخگویان و تمایل نسبت به کارآفرینی
Table 1. Respondents' characteristics and intention toward entrepreneurship

متغیر Variable	سطوح Level	فراوانی (درصد) Frequency (%)	نگرش Attitude		تمایل Intention	
			مقدار تی t-value	معنی‌داری Sig.	مقدار تی t-value	معنی‌داری Sig.
ویژگی‌های دموگرافی Demographic characteristics						
جنسیت Gender	زن Female	79 (65.2)	-0.740	0.461	0.954	0.058
	مرد Male	42 (24.7)				
مقطع تحصیلی Educational level	کارشناسی Bachelor	77 (63.6)	0.678	0.493	1.472	0.144
	کارشناسی ارشد MSc.	44 (36.4)				
شرکت در دوره کارآفرینی Attending entrepreneurial courses	بلی Yes	44 (36.4)	7.532	0.006	2.448	0.016
	خیر No	99 (81.8)				
		میانگین Mean			انحراف معیار SD	
سن (Age)		24.83			5.87	

ارزیابی مدل اندازه‌گیری

در این بخش، از تحلیل عاملی تاییدی[1] (CFA) برای بررسی برازش دو مدل اندازه‌گیری (عمومی و توسعه‌یافته) استفاده شد. نتایج نشان می‌دهند که مدل‌های مورد مطالعه برازش مناسبی دارند (جدول ۲). با توجه به نتایج تحلیل عاملی تأییدی، می‌توان گفت که بارهای عاملی استاندارد شده (λ) همه نشانگرهای انتخاب شده برای سازه‌های هدف با توجه به ارقام ارزش از نظر آماری در سطح خطای ۱٪ معنی‌دار بود (P < ۰/۰۱). این یافته‌ها دلایل کافی برای تأیید تک‌بعدی بودن نشانگرهای انتخاب‌شده در هر یک از مدل‌های اندازه‌گیری را ارائه می‌کنند. بنا بر این، می‌توان بیان کرد که نشانگرهای اندازه‌گیری سازه‌های تحقیق به درستی انتخاب شده‌اند. مقادیر AVE، CR و α در جدول ۲ ارائه شده‌اند. با توجه به این که مقادیر گزارش شده به‌ترتیب ۰/۵، ۰/۶ و ۰/۷ بالاتر از مقدار پیشنهادی هستند، می‌توان گفت که تمامی متغیرهای پنهان (سازه) مدل پیشنهادی از روایی و پایایی همگرای مناسبی برخوردار هستند. جهت سنجش روایی واگرا از شاخص فورنل و لارکر (Fornell & Larcker, 1981) و HTMT استفاده شد. شاخص HTMT توسط هنسلر و همکاران (Henseler *et al.*, 2015) ارائه شد که میزان رابطه یک سازه را با شاخص‌هایش در مقایسه رابطه آن سازه با سایر سازه‌ها نشان می‌دهد. برخی از محققین مقدار قابل قبول آن را ۰/۸۵ درنظر گرفته‌اند و برخی دیگر مقدار قابل قبول برای آن را ۰/۹۰ پیشنهاد می‌کنند (Henseler *et al.*, 2015). به عقیده هنسلر و همکاران (Henseler *et al.*, 2015)، اگر مقدار HTMT بالاتر از این آستانه باشد، می‌توان نتیجه گرفت که اعتبار تشخیصی وجود ندارد. بر اساس نتایج جدول ۳ و با توجه به نتایج آزمون، براساس مدل فورنل و لارکر (Fornell & Larcker, 1981) و هنسلر و همکاران (Henseler *et al.*, 2015) برای تمامی متغیرها قابل قبول است.

1. Confirmatory Factor Analysis

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOI: 10.61882/jea.2025.438]

جدول ۲- نتایج ارزیابی مدل اندازه‌گیری برای روایی و پایایی مدل

Table 2. Measurement model evaluation results for validity and reliability

متغیرها Variables	گویه‌های اصلی Main items	بار عاملی Factorial loading	CR	AVE	α
دانش کارآفرینی Entrepreneurial knowledge Mean = 2.48 sd = 0.792	توانایی توصیف محصول خود در طرح کسب‌وکار Ability to describe my product in a business plan	0.800	0.898	0.595	0.787
	توانایی تجزیه‌وتحلیل اقتصادی یک طرح کسب‌وکار Ability to perform economic analysis of a business plan	0.789			
	توانایی برآوردهای مالی یک طرح کسب‌وکار Ability to make financial estimates for a business plan	0.709			
	توانایی نوشتن یک طرح کسب‌وکار Ability to write a business plan	0.801			
	آشنایی با اصول نوشتن یک طرح کسب‌وکار Understanding the fundamentals of writing a business plan	0.816			
قصد کارآفرینی Entrepreneurial intention Mean = 3.89 sd = 0.708	قصد دارم به‌جای داشتن یک شغل با درآمد ثابت، اقدام به راه‌اندازی یک کسب‌وکار کارآفرینانه کنم. I plan to start an entrepreneurial business instead of having a fixed income job.	0.820	0.797	0.569	0.715
	برای راه‌اندازی کسب‌وکار مورد نظرم هر تلاشی را انجام خواهم داد. I will make all my effort to start the business I want.	0.799			
	هدف شغلی آینده من کارآفرین شدن است. My future career goal is to become an entrepreneur.	0.631			
هنجار ذهنی Subjective norm Mean = 3.59 sd = 0.717	خانواده‌ام با راه‌اندازی کسب‌وکارهای کارآفرینانه موافقت می‌کنند. My family agrees with starting entrepreneurial businesses.	0.679	0.795	0.539	0.786
	دوستانم مرا تشویق به راه‌اندازی کسب‌وکارهای کارآفرینانه می‌کنند. My friends encourage me to start entrepreneurial businesses.	0.607			
	اساتید من برای کارهای کارآفرینانه ارزش بیشتری نسبت به سایر مشاغل قایل هستند. My professors value entrepreneurial work more than other careers.	0.657			
	دانشجویان دیگر مرا تشویق به راه‌اندازی کسب‌وکارهای کارآفرینانه می‌کنند. Other students encourage me to start entrepreneurial businesses.	0.777			
	راه‌اندازی کسب‌وکارهای کارآفرینانه با فرهنگ جامعه سازگاری دارد. Starting entrepreneurial businesses is compatible with the culture of society.	0.576			
کنترل رفتاری درک شده Perceived behavioral control Mean = 3.66 sd = 0.710	من می‌توانم با دانشی که دارم یک کسب و کار راه‌اندازی کنم. I can start a business with the knowledge I have.	0.763	0.842	0.517	0.776
	اگر تمام تلاشم را برای استارت‌آپ کنم، قطعا موفق خواهم شد. If I put all my effort into starting a startup, I will definitely succeed.	0.713			
	اگر برای راه‌اندازی یک شرکت تلاش می‌کردم، احتمال موفقیتم زیاد بود. If I tried to start a company, I would have a high chance of success.	0.648			
	راه‌اندازی یک شرکت و ادامه کار آن برای من آسان است. It is easy for me to start and run a company.	0.725			
	من جزئیات عملی لازم برای راه‌اندازی یک شرکت را می‌دانم. I know the practical details needed to start a company.	0.741			
نوگرایی Innovativeness Mean = 3.65 sd = 1.12	من دوست دارم فعالیت‌های جدید، نوآورانه و غیرعادی را امتحان کنم. I would like to try new, innovative, and unusual activities.	0.831	0.797	0.569	0.715
	من ترجیح می‌دهم در پروژه‌هایی که منحصر به فرد هستند کار کنم. I prefer to work on projects that are unique.	0.891			
	ترجیح می‌دهم که هنگام یادگیری چیزهای جدید، راه منحصربه‌فرد خود را امتحان کنم تا این که آن را مانند دیگران انجام دهم. I prefer to try my own unique way when learning new things rather than doing it like everyone else.	0.867			
	معتقدم همیشه راه‌های جدید و بهتری برای انجام کارها وجود دارند. I believe that there are always new and better ways to do things.	0.721			
نگرش نسبت به کارآفرینی Attutdes of Entrepreneurship Mean = 3.97 sd =0.683	علاقه‌مند به کارآفرینی (راه‌اندازی شرکت یا کسب‌وکار جدید) با توجه به کلیه مزایا و معایب هستم. I am interested in entrepreneurship (starting a new company or business) considering all the advantages and disadvantages.	0.788	0.883	0.653	0.850
	کارآفرین شدن برای من رضایت خاطر زیادی ایجاد خواهد کرد. Becoming an entrepreneur would bring me great satisfaction.	0.810			
	کارآفرینی یک فعالیت جذاب برای شروع کار من بعد از اتمام تحصیل است. Entrepreneurship is an attractive activity for me to start after completing my studies.	0.827			
	تمایل به اشتغال به کار به‌عنوان کارمند را بعد از اتمام تحصیل ندارم. I do not like to work as an employee after completing my studies.	0.806			

جدول ۳- نتایج سنجش روایی واگرا

Table 3. Results of divergent validity evaluation

متغیرهای پژوهش Research variables	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
دانش (۱) (Knowledge (1))	–					
قصد کارآفرینی (۲) (Entrepreneurial intention (2))	0.495					
هنجار ذهنی (۳) Subjective norm (3)	0.463	0.468				
کنترل رفتاری (۴) Perceived behavioral control (4)	0.424	0.403	0.451			
نوگرایی (۵) Innovativeness (5)	0.352	0.391	0.446	0.414		
نگرش (۶) Attitude (6)	0.374	0.369	0.442	0.411	0.401	

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]

[DOI: 10.61882/jea.2025.438]

ضرایب تبیین (R^2) و مقادیر t در جدول ۴ نشان داده شده اند. R^2 معیاری است که نشان از تاثیر یک متغیر برون‌زا بر یک متغیر درون‌زا دارد و سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ به‌عنوان ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی در نظر گرفته می‌شوند (Chen *et al.,* 1997, Wetzels *et al*., 2009). همچنین، برازش مدل با استفاده از ضرایب t به‌دست می‌آید. این ضرایب باید از ۱/۹۶ بیشتر باشند تا بتوان در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار بودن آن‌ها را تایید کرد (Hulland, 1999). تحلیل مسیر و مقادیر t در جدول ۴ نشان داده شده‌اند. همان طور که مشاهده می‌شود، هنجار ذهنی با ضریب ۰/۴ تخمین زده شده است و آماره ۲/۳۲۷ نشان می‌دهد که هنجار ذهنی اثر مثبت معناداری بر تمایل به کارآفرینی دارد. دانش با ضریب ۰/۲۸۶ تخمین زده شده است و آماره ۳/۰۴۱ نشان می‌دهد که دانش اثر مثبت معناداری بر تمایل به کارآفرینی دارد. علاوه براین، کنترل رفتاری درک‌شده با ضریب ۰/۲۲۱ تخمین زده شده است و آماره ۲/۲۱۷ نشان می‌دهد که این متغیر اثر مثبت و معناداری با تمایل به کارآفرینی دارد. نگرش با ضریب ۰/۲۱۷ تخمین زده شده‌است و آماره ۲/۱۴۶ نشان می‌دهد که نگرش اثر مثبت معناداری بر تمایل به کارآفرینی دارد. علاوه بر این، نوگرایی با ضریب ۰/۲۹۶ تخمین زده شده است و آماره ۲/۳۲۵ نشان می‌دهد که نوگرایی اثر مثبت معناداری بر تمایل به کارآفرینی دارد. این متغیرها در مجموع توانستند ۴۸/۱ درصد از تغییرات متغیر تمایل به کارآفرینی را تبیین کنند. ساختار برازش یافته تحلیل مسیر و مقدار t معناداری در شکل ۳ و جدول ۴ آمده‌اند.

جدول ۴- تحلیل مسیر و مقادیر t معناداری

Table 4. Path analysis and significant t-values

متغیر وابسته Dependent variable	متغیر مستقل Independent variable	اثر کل Total effect	مقدار تی t-value	R^2
تمایل به کارآفرینی Entrepreneurial intention	دانش Knowledge	0.286	3.041**	0.481
	هنجار ذهنی Subjectivel norm	0.400	2.327*	
	کنترل رفتاری درک شده Perceived behavioral control	0.221	2.217*	
	نگرش Attitude	0.217	2.146*	
	نوگرایی Innovativeness	0.296	2.325*	

در پژوهش حاضر، با استفاده از مدل توسعه‌یافته تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده، نگرش و تمایل دانشجویان کشاورزی دانشگاه محقق اردبیلی نسبت به کارآفرینی مورد بررسی قرار گرفت. مطالعات دیگری نیز با توسعه این مدل، نگرش دانشجویان را نسبت به کارآفرینی مورد بررسی قرار دادند (Al-Jubari, 2019). نتایج نشان دادند که بیش از نیمی از پاسخگویان (۶۷/۳ درصد) نگرش خوبی نسبت به کارآفرینی داشتند. یافته‌های پیشین نشان می‌دهند که نگرش می‌تواند محرک مهمی برای تمایل افراد باشد. از این‌رو، با توجه به وجود نگرش مناسب نسبت به کارآفرینی در بین دانشجویان، با ایجاد انگیزه‌های لازم و فراهم کردن بسترهای مناسب، می‌توان زمینه‌های کارآفرینی دانشجویان را فراهم کرد. همچنین، ارایه کلاس‌ها و دوره‌های آموزشی متناسب با نیازهای دانشجویان، جلسات بحث و مشاوره کارآفرینان موفق در زمینه‌های مرتبط با رشته کشاورزی می‌تواند زمینه مناسبی برای ایجاد نگرش مثبت دانشجویان نسبت به کارآفرینی را فراهم کند.

بررسی رابطه بین جنسیت و تمایل به کارآفرینی نشان داد که جنسیت تأثیر قابل‌توجهی بر تمایل به کارآفرینی نداشت. در این رابطه، مطالعات متعدد نتایج متفاوتی را نشان می‌دهند. کریستین‌سن و ایندارتی (Kristiansen & Indarti, 2004) و شینر و همکاران (Shinner *et al*., 2009) در پژوهش خود نشان دادند که هیچ تفاوت جنسیتی قابل توجهی در تمایل به کارآفرینی وجود نداشت. با این حال، براساس یافته‌های شای و ترجنسن (Shay & Terjensen, 2005)، دانشجویان مرد تمایل بیشتری به کارآفرین شدن داشتند. سوختانلو (Sookhtanlou, 2017) نیز در پژوهش خود تفاوت‌های جنسیتی قابل‌توجهی را در گرایش دانشجویان به کارآفرینی یافت. این یافته‌ها توسط (Sher *et al.,* 2017) نیز تأیید شدند که دریافتند دانشجویان مرد دانشگاه تمایل به نیت کارآفرینی بالاتری نسبت به همتایان زن خود داشتند. این نتیجه را می‌توان به نرخ بالای بیکاری در بین هر دو جنس در جامعه نسبت داد. علی‌رغم این که تفاوت معناداری بین جنسیت و تمایل در پژوهش حاضر مشاهده نشد، با این حال با توجه به نتایج پژوهش‌های مشابه می‌توان پیشنهادهایی در این زمینه ارائه داد. در این زمینه، معرفی دانشجویان به انجمن‌های صنفی، مراکز رشد و شتاب‌دهنده‌هایی که ممکن است برای هر جنس، فرصت‌های متفاوتی را فراهم کنند و همچنین اتصال دانشجویان علاقه‌مند به کارآفرینان موفق می‌توانند راهنمایی‌های عملی، حمایت روانی و تجربیات شخصی را ارائه دهند. برگزاری همایش‌ها و کارگاه‌هایی که حضور کارآفرینان موفق (به‌خصوص زنان کارآفرین) را برجسته کنند و فرصت‌های گفت‌وگو و ارتباط را فراهم آورند. اساتید و مدیران دانشگاهی می‌توانند با حمایت فعال از دانشجویان کارآفرین (بدون توجه به جنسیت)، الگوهای رفتاری مثبتی را ایجاد کنند. همچنین، پیشنهاد می‌شود که محققین در پژوهش خود به بررسی تأثیر برنامه‌های حمایتی بر تمایل و موفقیت کارآفرینانه دانشجویان در طول زمان بپردازند.

در رابطه با بررسی تمایل دانشجویان نسبت به کارآفرینی پنج مفهوم کلیدی مرتبط با تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده، یعنی نگرش شخصی، کنترل رفتاری درک‌شده، هنجارهای ذهنی،

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOI: 10.61882/jea.2025.438]

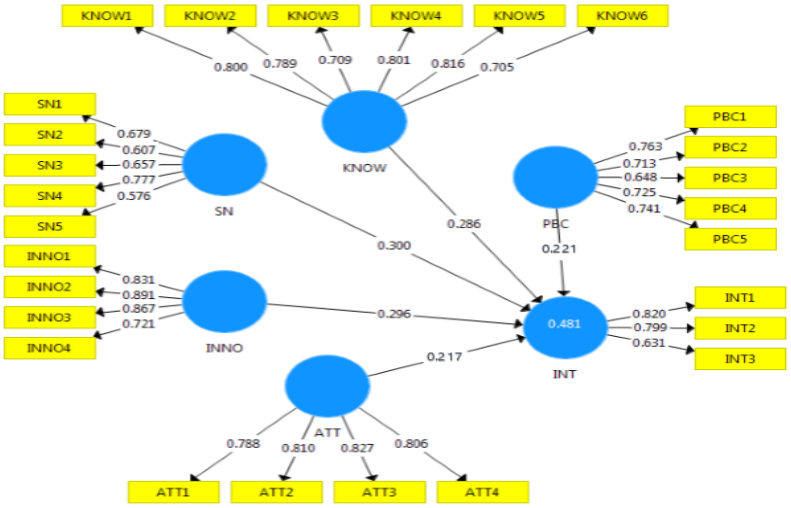
دانش و نوگرایی پیش‌بینی کننده‌های اصلی تمایل پاسخگویان به کارآفرینی هستند. یافته‌های این مطالعه نشان دادند که هنجار ذهنی مهم‌ترین عامل تاثیرگذار بر تمایل به کارآفرینی بود. این یافته پیش‌فرض مدل رفتار برنامه‌ریزی شده را مورد تأیید قرار می‌دهد و همسو با پژوهش‌های تو و همکاران (Tu *et al.*, 2021) و لی و همکاران (Lee *et al.*, 2022) است. در واقع، تمایل افراد برای کارآفرینی تحت تاثیر حمایت یا مخالفت اطرافیان در این زمینه قرار دارد. توجه به عقاید اطرافیان یک امر طبیعی است. به‌طور کلی، توصیه‌های خانواده و دوستان و آشنایان برای افراد ارزشمند هستند. لذا، در صورتی که خانواده فرد را تشویق به راه‌اندازی کسب‌وکار کند به احتمال زیاد آنان چنین توصیه‌هایی را می‌پذیرند. دراین رابطه، رسانه‌های جمعی و سیاست‌گذاری دولت می‌توانند نقش مهمی در اصلاح نگرش خانواده‌ها از رویکرد کارمند–محوری به تربیت فرزندانی نوگرا و کارآفرین داشته باشند. برای این منظور، آموزش اساتید دانشگاه و مشاوران تحصیلی که چگونه دانشجویان را به سمت کارآفرینی سوق دهند و دیدگاه مثبت خود را نسبت به آن منتقل کنند، می‌تواند موثر باشد. آنها می‌توانند از طریق توصیه‌ها، تشویق‌ها و معرفی فرصت‌ها، هنجار ذهنی مثبتی را در دانشجویان ایجاد کنند. علاوه بر این، برگزاری مسابقات و جشنواره‌های کارآفرینی نه تنها فرصتی را برای رقابت و نمایش ایده‌ها فراهم می‌کنند، بلکه با ایجاد هیجان و تشویق عمومی، هنجار اجتماعی مثبتی پیرامون کارآفرینی ایجاد می‌کنند. اهدای جوایز و تقدیر از برندگان نیز به تقویت این هنجار کمک می‌کند. نمایش و تقدیر از نوآوری‌ها در دانشگاه ایجاد فضاهایی (فیزیکی یا مجازی) برای نمایش ایده‌ها و محصولات نوآورانه دانشجویان، حتی اگر به کسب‌وکار تبدیل نشده باشند. این کار به دانشجویان دیگر نشان می‌دهد که خلاقیت و کارآفرینی در محیط دانشگاه ارزشمند است. ایجاد کانون‌ها و انجمن‌های کارآفرینی دانشجویی فضایی را برای دانشجویان علاقه‌مند فراهم می‌کنند تا با یکدیگر در ارتباط باشند، ایده‌هایشان را به اشتراک بگذارند و از هم حمایت کنند. وقتی دوستان و همسالان به سمت کارآفرینی گرایش دارند، فرد نیز بیشتر تمایل پیدا می‌کند. همچنین، آگاه‌سازی دانشجویان از مراکز رشد، شتاب‌دهنده‌ها، مشاوره‌های رایگان و تسهیلات دولتی که می‌توانند به آن‌ها کمک کنند. این آگاهی باعث می‌شود احساس کنند تنها نیستند و حمایت‌های لازم برای این مسیر وجود دارند.

دانش دومین عامل تبیین‌کننده کارآفرینی است که از طریق بهبود و توسعه نگرش منجر به اصلاح و بهبود تمایل دانشجویان و زمینه‌ساز آمادگی برای راه اندازی کسب و کار می‌شود. از این‌رو، به‌نظر می‌رسد که با ارائه درس کارآفرینی به‌عنوان یک واحد درسی الزامی و دعوت از کارآفرینان موفق به کلاس‌های درس مذکور و تبادل نظر با دانشجویان و بازدید دانشجویان از واحدهای کارآفرین نمونه می‌توان زمینه توسعه دانش دانشجویان را فراهم کرد. در این رابطه، آموزش عالی باید برای بهبود آموزش کارآفرینی برای همه دانشجویان، به‌ویژه آن‌هایی که در رشته‌های فناورانه تحصیل می‌کنند، تلاش کند. بخش آموزش می‌تواند با دادن آموزش کافی و مناسب به کارآفرینان مشتاق در شناخت فرصت‌ها و جستجوی منابع کمک کند و عواملی را که سد راه جوانان هستند و مانع کسب ذهنیت و تمایل به کارآفرینی شده‌اند، شناسایی کند و از سر راه بردارد. گنجاندن درس‌های الزامی در مقاطع مختلف تحصیلی که به‌طور خاص به مبانی کارآفرینی، مدل‌های کسب‌وکار، بازاریابی برای استارتاپ‌ها، مباحث حقوقی و مالی کسب‌وکار و نحوه جذب سرمایه بپردازند. همچنین ایجاد یک پلتفرم آنلاین با دسترسی به مقالات، کتاب‌ها، گزارش‌های تحقیقاتی، ویدئوهای آموزشی و پادکست‌های مرتبط با کارآفرینی می‌تواند مفید باشد. علاوه بر این، ارائه اطلاعات و تحلیل‌هایی در مورد نیازهای بازار، روندهای نوظهور، و صنایع با پتانسیل رشد بالا که می‌توانند به دانشجویان در ایده‌یابی کمک کنند. نهایتاً، معرفی به پلتفرم‌های آموزش آنلاین یا معرفی دوره‌های آموزشی رایگان یا کم‌هزینه از پلتفرم‌هایی مثل Coursera، edX یا Skillshare که بر موضوعات کارآفرینی و کسب‌وکار تمرکز دارند می‌تواند مثمرثمر واقع شود.

عامل بعدی که در تبیین تمایل به کارآفرینی تاثیرگذار است نوگرایی است. این یافته، نتایج پژوهش وانگ و ییِنگ (Wang & Ying, 2022) را مورد تایید قرار می‌دهد. از این‌رو، ارتقای سطح نوگرایی و آموزش کارآفرینی دانشجویان برای پیشرفت آموزشی کشور ضروری است. این امر منجر به ترویج و تعمیق حس نوگرایی در دانشجویان، تقویت قابلیت کارآفرینی آن‌ها، و آموزش دانشجویان برای تبدیل شدن به استعدادهای نوآور مورد نیاز در عصر جدید و کمک به رشد کشور و جامعه می‌شود. در این زمینه، به جای تمرکز صرف بر حفظیات، اساتید می‌توانند روش‌های تدریس خود را به سمت حل مسئله، تفکر طراحی و پروژه‌محور کردن دروس سوق دهند. این کار دانشجویان را وادار می‌کند که خلاقانه فکر کنند و راه‌حل‌های نوآورانه ارائه دهند. همچنین، طراحی فضاهایی در دانشگاه که دانشجویان بتوانند آزادانه ایده‌پردازی کنند، نمونه اولیه بسازند، و روی پروژه‌های خلاقانه کار کنند. این فضاها می‌توانند شامل ابزارهای ساخت، چاپگرهای سه‌بعدی، و تجهیزات لازم برای آزمایش ایده‌ها باشند. این همکاری‌ها می‌توانند به دانشجویان انگیزه دهند و به ایده‌هایشان ارزش تجاری ببخشند. دعوت از کارآفرینانی که با نوآوری‌های خود موفق شده‌اند تا با دانشجویان صحبت کنند. این الگوها می‌توانند الهام‌بخش باشند و نشان دهند که نوآوری چقدر در کارآفرینی مهم است. تشویق دانشجویان به شرکت در رویدادها، کنفرانس‌ها و دوره‌های آموزشی خارج از دانشگاه که آن‌ها را با جدیدترین روندها و فناوری‌ها آشنا می‌کنند. کنترل رفتاری درک‌شده عامل دیگری است که طبق مدل رفتار برنامه‌ریزی شده بر تمایل نسبت به کارآفرینی تاثیرگذار است. در این زمینه، دیک ساگو و همکاران (Dick-Sagoe *et al.*, 2023)، بوسما و همکاران (Bosma *et al.*, 2020) و آدورا و همکاران (Adura *et al.*, 2020) در پژوهش‌های خود دریافتند که قوی‌ترین عامل مؤثر بر تمایل به کارآفرینی دانشجویان، کنترل رفتاری بود. نگرش دانشجویان عامل دیگر تأثیرگذار بر تمایل به کارآفرینی افراد است و مورد تایید یافته‌های لی و همکاران (Lee *et al.*, 2022) و مای و همکاران (Mai *et al.*, 2018) است. دانشجویانی که نگرش بهتری نسبت به کارآفرینی دارند بیشتر به‌دنبال کارآفرینی

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOI: 10.61882/jea.2025.438]

هستند (Robinson & Stubberud, 2014). برگزاری دوره‌های عملی باید به‌عنوان یکی از اهداف اولیه دوره‌های کارآفرینی در نظر گرفته شود چرا که این امر به‌نوبه خود باعث ایجاد انگیزه مثبت برای شکل دادن به ذهنیت کارآفرینی می‌شود و نگرش افراد را بهبود می‌بخشد. همچنین، فراهم کردن فرصت‌هایی برای دانشجویان تا پروژه‌های کارآفرینانه کوچکی را تجربه کنند. این می‌تواند شامل شرکت در شبیه‌سازهای کسب‌وکار، ایجاد یک کسب‌وکار کوچک آزمایشی، یا حتی فروش محصول در یک بازار دانشجویی باشد. موفقیت در این تجربیات، حتی در مقیاس کوچک، به‌شدت کنترل رفتاری را افزایش می‌دهد. اساتید می‌توانند با ارائه بازخورد مثبت و سازنده در مورد ایده‌ها و تلاش‌های دانشجویان، خودباوری آن‌ها را تقویت کنند. ارائه یک نقشه راه واضح و گام به گام برای شروع و توسعه یک کسب‌وکار، به‌طوری که دانشجویان احساس نکنند در یک مسیر مبهم و ناشناخته قدم می‌گذارند. برگزاری رویدادهایی که دانشجویان بتوانند با کارآفرینان، سرمایه‌گذاران، و متخصصان صنعت ارتباط برقرار کنند. اتصال دانشجویان به منتورها و متخصصانی که می‌توانند راهنمایی‌های عملی ارائه دهند و به آن‌ها در عبور از موانع کمک کنند.



Perceived behavioral control= PBC, Innovativeness=INNO, Subjective norm=SN, Knowledge=KNOW, Attitude=ATT, Intention=INT

شکل ۳- مدل ساختاری (مدل تحلیل مسیر)

Figure 3. The structural model (Path analysis model)

نتیجه‌گیری کلی

دانشگاه‌ها نقش کلیدی در ارائه آموزش‌های کارآفرینی و القای روحیه کارآفرینی دارند که به نوبه خود خوداشتغالی را در میان دانش‌آموختگان دانشگاهی ترویج می‌کند (Baran *et al.*, 2018). در عین حال، اتکای بیش از حد آن‌ها را به مشاغل سنتی را کاهش می‌دهد. از این‌رو، مسئولین امر باید ساختار حمایتی و جوی مثبت را برای تقویت رشد رفتار کارآفرینانه فراهم نمایند و به توسعه ابتکاراتی کمک کنند که می‌توانند ایجاد و تقویت مهارت‌ها و تفکر کارآفرینانه در دانشجویان را فراهم نمایند به‌گونه‌ای که آنها به‌خوبی برای رویارویی با جهانی غیر قابل پیش‌بینی و همیشه در حال تغییر آمادگی‌های لازم را داشته باشند. همچنین، آموزش نوآوری و کارآفرینی باید بر توسعه مهارت‌های نوآوری و کارآفرینی دانشجویان تأکید کند، زیرا این مهارت‌ها برای موفقیت نوآوری‌ها و ابتکارات کارآفرینی به رهبری دانش‌آموزان حیاتی هستند. توانایی تفکر خلاقانه و منطقی برای موفقیت نوآوری و عملیات کارآفرینی بسیار مهم است.

تشکر و قدردانی

این مقاله با حمایت پژوهشی دانشگاه محقق‌اردبیلی،با شماره قرارداد ۱۵۹۱۹/۹/د/۱۴۰۳استخراج گردیده است.

References

Adura, I. N., Boakye, K.O., Suleman, A.R., & Bingab, B.B. (2020). Exploring the factors that mediate the relationship between entrepreneurial education and entrepreneurial intentions among undergraduate students in Ghana. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship, 14*(2), 215–228. https://doi.org/10.1108/APJIE-07-2019-0052

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. Organizational behavior and human decision processes. 50(2):179-211. The theory of planned behavior. Organizational behavior and human decision processes

Al-Jubari, I. (2019). College students' entrepreneurial intention: Testing an integrated model of SDT and TPB. Sage Open, 9(2), 1–15. DOI: 10.1177/2158244019853467

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]

[DOI: 10.61882/jea.2025.438]

Amaral, D. D. S., Nieuwenhuizen, C., & Schachtebeck, C. (2024). The influence of entrepreneurial education on individual entrepreneurial orientation of university students: A systematic review. *International Journal of Entrepreneurship and Business Development*, 6(4), 614–626.

Baran, M., Jiménez Moreno, J. J., & Oliveras, G. (2018). Entrepreneurship attitudes of students in the information society era with and without entrepreneurship training: Exploratory study. *Problemy Zarządzania*, 1(73), 170–180. DOI:10.7172/1644-9584.73.10

Barbra-Sánchez, V., Atienza-Sahuquillo, C. (2018). Entrepreneurial intention among engineering students: The role of entrepreneurship education. *European Research on Management and Business Economics*, 24, 53–61, http://dx.doi.org/10.1016/j.iedeen.2017.04.001

Berhanu, K., Mehretu, D., & Ephraim, A. (2017). Technology Acceptance Model (TAM) in Ethiopian Agriculture Education and Research. *Global Research Journal of Education*, 5(1), 531-544.

Bosma, N., Hill, S., Ionescu-Somers, A., Kelley, D., Levie, J., & Tarnawa, A. (2020). Global entrepreneurship monitor 2019/2020 Global Report. Retrieved from https://www.c4e.org.cy/reports/2019/gem-2019-2020-global-report.pdf

Che Nawi, N., Al Mamun, A., Hassan, A. A., Ibrahim, W.S.A.A.W., Mohamed, A. F., & Permarupan, P.Y. (2022). Agro-entrepreneurial intention among university students: a study under the premises of theory of planned behavior, SAGE Open January-March 2022: 1– 10 DOI: 10.1177/21582440211069144

Chen., Y., Yong, F., & Shapero, A. (1977). The displaced, uncomfortable entrepreneur. *Psychology Today*, 9(6), 83–88.

Davidson, R.J. (1995) Cerebral Asymmetry, Emotion, and Affective Style. In: Davidson, R.J. and Hughdahl, K., Eds., Brain Asymmetry, MIT Press, Massachusetts, 361-387.

Dick-Sagoe, K., Lee, K.Y., Boakye, A. O., Mpuangnan, K.N., Asare-Nuamah, A., & Dick-Sagoe, A.D. (2023). Facilitators of tertiary students' entrepreneurial intentions: Insights for Lesotho's national entrepreneurship policy, *Heliyon*, 9, e17511. https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e17511

Babatunde, E.B., & Durowaiye, B.E. (2014). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial intentions among Nigerian undergraduates, *International. Journal of Research in Humanities, Arts and Literature,* 2(11), 15-26.

Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50. https://doi.org/10.1177/002224378101800104

Gurol, Y., & Atsan, N. (2006). Entrepreneurial characteristics amongst university students: Some insights for entrepreneurship education and training in Turkey. *Education & Training*, 48(1), 25-38. DOI:10.1108/00400910610645716

Hair, J. F., Black, B., Babin, B., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2017). Multivariate data analysis. 7th Edn. London: Pearson Prentice Hall.

Hair, J., Black, W.C., & Babin, B.J. (2014). Multivariate data analysis: A global perspective. Pearson Education.

Hayat, N., Al Mamun, A., Nasir, N. A. M., Selvachandran, G., Nawi, N. B. C., & Gai, Q. S. (2020). Predicting sustainable farm performance—using hybrid structural equation modelling with an artificial neural network approach. *Land*, 9(9), 289. https://doi.org/10.3390/land9090289

Henseler, J., & Sarstedt, M. (2015). Goodness-of-fit indices for partial least squares path modeling. *Computational statistics,* 28 (2), 565-580. doi: 10.1007/s00180-012-0317-1

Hian, A., Krueger, N., & Combs, J.G. (1993). The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(1), 5–21. DOI:10.1177/104225879301800101

Hulland, J. (1999). Use of partial least squares (PLS) in strategic management research: A review of four recent studies. *Strategic Management Journal*, *20*(2), 195-204. https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199902)20:2<195::AID-SMJ13>3.0.CO;2-7

Iranian statistical center (2025). Youth unemployment. Available online at: https://amar.org.ir/statistical-information/statid/21889

Kamrath, C., Rajendran, S., Nenguwo, N., Afari-Sefa, V., & Bröring, S. (2018). Adoption behavior of market traders: an analysis based on technology acceptance model and theory of planned behavior. *International Food and Agribusiness Management Review*, 21(6). DOI: 10.22434/IFAMR2017.0043.

Kareem, R.O. (2015). Impact of entrepreneurship on poverty alleviation. *Journal of Business Administration and Education, 7*(1), 1–10.

Keat, O. Y., Selvarajah, C., & Meyer, D. (2011). Inclination towards entrepreneurship among university students: an empirical study of Malaysian university sudents. *International Journal of Business and Social Science,* 2, 206-220.

Khanal, K., & Prajapati, B. (2023). Influence of demographic factors on entrepreneurial intentions among business students in Nepal. *Journal of Economic Sciences*, 2(1) https://www.jesciences.com.

Kristiansen, S., & Indarti, N. (2004). Entrepreneurial intention among Indonesian and Norwegian students. *Journal of Enterprising Culture*, 12(1), 55-78. https://doi.org/10.1142/S021849580400004X

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]

[DOI: 10.61882/jea.2025.438]

Lee, S.; Kang, M. J.; & Kim, B. K. (2022). Factors influencing entrepreneurial intention: focusing on individuals' knowledge exploration and exploitation activities. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*. 8, 165. https:// doi.org/10.3390/joitmc8030165

Mai, M. P., Ngoc, L. T. M., Linh, D.T.P., Lan, N. T., & Quynh, T. T. N. (2018). Factors afffecting entrepreneurial intention of business students: a case study of VNU University of Economics and Business, *VNU Journal of Science: Economics and Business*, 34(2), 75-85. https://doi.org/10.25073/2588-1108/vnueab.4159

Martins, A., & Mercy, A. (2022). An assessment of the entrepreneural inclination of undergraduate business education students exposed to entreprenourship education in tertiary education institutions in River State, Nigeria. *British Journal of Education, Learning and Development Psychology,* 3(4), 1-15.

Molinillo-Jiménez S, Aguilar-Illescas R, Anaya-Sánchez R, Liébana Cabanillas F. (2021). Social commerce website design, perceived value and loyalty behavior intentions: the moderating roles of gender, age and frequency of use. *Journal of Retailing and Consumer Services,* 63, 102404 https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102404

Mirer, D. Miralles, F., Giones, F., & Riverola, C. (2011). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science, 29*(7), 770–791. https:// doi.org/10.1287/mnsc.29.7.770

Na, Y.K., Kang, S., & Jeong, H.Y. (2019). The effect of market orientation on performance of sharing economy business: Focusing on marketing innovation and sustainable competitive advantage. *Sustainability*. 11(3), 729. https://doi.org/10.3390/su11030729

Nayanajith, G., Damunupola, K., & Ventayen, R. J. (2019). Impact of innovation and perceived ease of use on e-learning adoption. *Asian Journal of Business and Technology Studies*, 2(1), 19-27.

Nuryyev, G., Wang, Y. P., Achyldurdyyeva, J., Jaw, B. S., Yeh, Y. S., & Lin, H. T., Wu, L. F. (2020). Blockchain technology adoption behavior and sustainability of the business in tourism and hospitality SMEs: An empirical study. *Sustainability*, 12(3), 1256. https://doi.org/10.3390/su12031256

Othman, M. N., Ghazali, E., & Cheng, O. C. (2005). Demographics and personal characteristics of urban Malaysian entrepreneurs: An ethnic comparison. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 5(5/6), 421-440. DOI:10.1504/IJEIM.2005.006997

Park, I., Kim, D., Moon, J., Kim, S., Kang, Y., & Bae, S. (2022). Searching for new technology acceptance model under social context: analyzing the determinants of acceptance of intelligent information technology in digital transformation and implications for the requisites of digital sustainability. *Sustainability,* 14(1), 579. https://doi.org/10.3390/su14010579

Pinto, S., Pinto, P., Darwish, S. Z., & Hawaldar, I. T. (2020). Entrepreneurial skills and intention of graduate students for business start-ups: a survey from India. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 14(3), 951-970.

Postigo, S., & Tamborini, M. F. (2004). Entrepreneurship education in Argentina: the case of the San Andres University. In: Alon, I., Mclntyre, J.R. (eds) *Business Education and Emerging Market Economies*. Springer, Boston, MA. https://doi.org/10.1007/1-4020-8072-9_17

Pourvaei, A., Mahboobi, M.R., & Sharifzadeh, M.S. (2021). Investigating Factors Affecting Students' Entrepreneurial Intention, The Case of Gorgan University of Agricultural Sciences and Natural Resources. *Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture*. 7(14), 103-115. [In Persian]

Robinson, S., & Stubberud, H.A. (2014). Elements of entrepreneurial orientation and their relationship to entrepreneurial intent. *Journal of Entrepreneurship Education, 17*(2), 1–11

Sall, M. A. (2022). Entrepreneurship and poverty alleviation in Africa. *Industrial Policy*, 2(1), 33–37.

Seif, M. H., Sabet Maharlouei, A., Rastegar, A., & Ahmad Abadi, KH. (2014). Factors influencing academic entrepreneurial intention among the students of Shiraz Medical Sciences University. *Journal of Medical Education Development*, 7(15), 71-85. [In Persian]

Shapero, A., & Sokol, L. (1982). Social dimensions of entrepreneurship. in Kent, C. A., Sexton, D. L.and Vesper, K. H. (Eds), The encyclopedia of entrepreneurship, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ, 72-90.

Shay, J., & Terjensen, S. (2005). Entrepreneurial aspirations and intentions of business students: a gendered perspective, paper presented at the Babson entrepreneurship conference, Boston, MA.

Sher, A., Adil, S. A., Mushtaq, K. H., Ali, A., & Hussain, M. (2017). An investigation of entrepreneurial intentions of agricultural students. *Pakistan Journal of Agricultural Sciences,* 54(4), 941-945, DOI: 10.21162/PAKJAS/17.5132.

Shinnar, R., Pruett, M., & Toney, B. (2009). Entrepreneurship education: attitudes across Campus. *Journal of Education for Business*, 84(3), 151-159. https://doi.org/10.3200/JOEB.84.3.151-159.

Sookhtanlou, M. (2017). Analysis of gender differences on the tendency to entrepreneurship of agricultural students (Case study: University of Mohaghegh Ardabili). *Journal of Entrepreneurial Strategies Agriculture*, 4(8), 13-22. doi:10.29252/jea.4.8.13 [In Persian]

Tu, B., Bhowmik, R., Hasan, M. K., Asheq, A. A., Rahaman, M. A., & Chen, X. (2021). Graduate students' behavioral intention towards social entrepreneurship: role of social vision, iInnovativeness, social proactiveness, and risk taking. *Sustainability*, 13, 6386. https://doi.org/10.3390/su13116386

Venkatachalam, V. B., & Waqif, A. A. (2005). Outlook on integrating entrepreneurship in management education in India. *Decision,* 32(2), 57-71.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]

[DOI: 10.61882/jea.2025.438]

Wang, F., & Ying, Y. (2022). Evaluation of students' innovation and entrepreneurship ability based on ResNet Network., 1, Downloaded from https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1155/2022/7772415, Wiley Online Library on [22/04/2025]. See the Terms and Conditions (https://onlinelibrary.wiley.com/terms-and-conditions).

Wetzels, M., Odekerken-Schröder, G., & Van Oppen, C. (2009). Using PLS path modeling for assessing hierarchical construct models: Guidelines and empirical illustration. *MIS Quarterly*, 177-195. https://doi.org/10.2307/20650284

World Bank. (2024). New World Bank report assesses sources of inequality in five countries in Southern Africa. Retrieved from: https://www.worldbank.org/en/news/press release/2022/03/09/new-world-bank-report-assesses sourcesof-inequality-in-five-countries-in southern-africa.

Zain, Z.M., Akram, A.M., & Ghani, E.K. (2010). Entrepreneurial intention among Malaysian business students. *Canadian Social Science*, 6(3), 34-44.

Zamani, M., & Omidi Najafabadi., M. (2014). The factors influencing on entrepreneurial Intention of agricultural students in Islamic Azad University, science and research branch of Tehran. *Journal of Agricultural Extension and Education Research*, 7(3), 43-55. [In Persian]

Zeliha, K. (2015). Inclination towards entrepreneurship among business students: an empirical study in Turkey. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 3(7), 16-33.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]

[DOI: 10.61882/jea.2025.438]