دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری
کارآفرینی و کشاورزی

شناسایی نگرش دانشجویان دانشکده کشاورزی نسبت به کارآفرینی

عبدالحمید پاپ زن[۱]، فرانک کرمیان[۲]، میلاد ژولیده[۳] و مصیب غلامی[۴]

۱، ۳ و ۴- دانشیار، دانشجوی کارشناسی ارشد و دانشجوی دکتری، دانشگاه رازی کرمانشاه
۲- دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشگاه رازی کرمانشاه، (نویسنده مسوول: karamyan.f@gmail.com)
تاریخ دریافت: ۹۴/۲/۱۷ تاریخ پذیرش: ۹۴/۷/۱۵

چکیده

یکی از چالش‌های اصلی جامعه‌ی ما ایجاد اشتغال جوانان و به‌خصوص قشر تحصیل کرده‌ی کشور است. در چنین شرایطی خود اشتغالی از کارآفرینی یکی از راه‌حل‌های بسیار مهم می‌باشد. آموزش کارآفرینی می‌تواند نقش بسیار مهمی در تغییر دیدگاه‌های دانشجویان در جهت خود اشتغالی و کارآفرینی ایفا نماید. در این پژوهش نگرش دانشجویان دانشکده کشاورزی دانشگاه رازی نسبت به کارآفرینی بر مبنای روش کیو بررسی شده است. این روش، از هر دو نوع آمار توصیفی و تحلیلی بهره می‌گیرد و این ویژگی روش کیو را نسبت به سایر روش‌های تحقیقی جامع‌تر و پرمحتواتر کرده است. جامعه مورد مطالعه در این تحقیق را دانشجویان دانشکده کشاورزی دانشگاه رازی کرمانشاه تشکیل دادند. نمونه‌گیری به‌صورت هدفمند و افرادی انتخاب شدند که دارای ذهنیت به‌خصوصی در رابطه با موضوع تحقیق بودند. برای سنجش پایایی و روایی ضمن استفاده از روش مثلث‌سازی و از نظر متخصصان دانشگاه نیز بهره گرفته شد. بر اساس یافته‌های حاصل از تحلیل عاملی کیو، ذهنیت مشارکت‌کنندگان به سه گروه دسته‌بندی شد، گروه اول کارآفرینی را ریسک‌پذیری و خلاقیت، گروه دوم منزلت اجتماعی بالاتر و گروه سوم آمادگی برای پذیرش مسئولیت در آینده، می‌دانستند.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی، نگرش دانشجویان، دانشکده کشاورزی، روش کیو

مقدمه

یکی از چالش‌های بزرگ پیش روی جوامع مختلف مسأله تغییرات سریع و فزاینده‌ای است که هر سال و بلکه هر روز در همه‌ی بخش‌های جوامع انسانی اعم از فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و اجتماعی روی می‌دهد. قرن ۲۱ به‌عنوان قرن دانش معرفی شده و رشد علوم بشری، رویارویی با تحولات مختلف را امری ناگزیر ساخته است. این تحولات به‌خصوص در توسعه اقتصادی کشورها چنان سریع در حال وقوع است که در طول چند دهه و حتی چند سال اخیر، باعث حضور برخی کشورهای در حال توسعه، در جمع قطب‌های اقتصادی و اجتماعی جهان شده است. بررسی مسیرهای موفقیت این کشورها نشان داده که از عوامل مهم توسعه آنها، تقویت بخش خصوصی و به‌طور خاص، حضور پررنگ کسب و کارهای کوچک و مستقل و سازمان‌های کارآفرین به‌عنوان ازمان‌های پویا و خلاق که استراتژی، ساختار و عملکرد خود را به سرعت با تحولات روز هماهنگ می‌سازند، می‌باشد.

یکی از چالش‌های اصلی جامعه‌ی ما ایجاد اشتغال جوانان و به‌خصوص قشر تحصیل کرده‌ی کشور است (۹). در چنین شرایطی خوداشتغالی از طریق کسب و کارهای کوچک یکی از را ه‌حل‌های بسیار مهم می‌باشد. آموزش کارآفرینی می‌تواند نقش بسیار مهمـــی در تغییر دیدگـاه‌های دانشجـویان در جهـــت خوداشتغـالی و کارآفرینی ایفا نموده و از طریق آموزش مهارت‌های لازم جهت کارآفرینی، آنها را برای اشتغال در بازارهای کارخوداشتغالی آماده نماید (۲۷).

در شرایط کنونی یکی از عواملی که باعث دگرگونی شرایط اقتصادی و اجتماعی و صنعتی یک کشور می‌شود فعالیت‌های کارآفرینانه، برخورداری از روحیه کارآفرینی و در نهایت کارآفرینی است (۳۰). همچنین از طرفی، کشور ما در شرایط کنونی از نظر اقتصادی-اجتماعی با مسائل و نارسایی‌های مهمی مانند فرار مغزها، عدم‌توانایی بخش دولتی در استخدام بیشتر دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها و در نتیجه افزایش نرخ بیکاری در میان دانش‌آموختگان آموزش عالی، کاهش سرمایه‌گذاری دولت به خاطر سیاست کوچک‌سازی دولت و افزایش دادن مشارکت بخش خصوصی در توسعهٔ اقتصادی کشور، عدم تحرک و رشد اقتصادی کافی روبه رو است، بنابراین آموزش کارآفرینان بالقوه و بالفعل از اهمیت بالایی برخوردار است (۳۵).

کارآفرینی اشاره به کشف، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌هـا دارد (۳۲). یکی از مسائل و مشکلاتی که هم اکنون وجود دارد این است که متأسفانه دانش‌آموختگان دانشگاهی توانایی لازم را برای راه‌اندازی کسب و کار مناسب ندارند و این امر آماده‌سازی دانش‌آموختگان دانشگاهی را از طریق توسعه و گسترش فرهنگ کارآفرینی در آنان ضروری می‌سازد و این آماده‌سازی نباید به بعد از دانش‌آموختگی موکول شود، بلکه باید طی فرآیند و حین تحصیل مقدمات لازم فراهم گردد و

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-09]

موانع و محدودیت‌ها برطرف گردد و یکی از مهم‌ترین این اقدامات تحت تأثیر قرار دادن نگرش‌ها و گرایش‌های کارآفرینانه دانشجویان است (۴). نگرش عبارت است از حالتی روانی و روانشناسانه عصبی مبتنی بر تجربه که تأثیری پویا بر فرد اعمال می‌کند و او را آماده واکنش نشان دادن به شیوه ویژه، در برابر برخی اشیا و وضعیت‌ها می‌کند (۳). امیری و مرادی (۴) بیان می‌دارند که منظور از نگرش‌های کارآفرینانه حالتی است که بر اساس آن فرد تمایل به بروز رفتار کارآفرینانه در یک کسب و کار مستقل یا سازمانی را نشان می‌دهد. ایجاد نگرش‌های کارآفرینانه در دانشجویان شرط لازم برای بروز رفتار کارآفرینانه از سوی آنها می‌باشد (۲). تعاریف متفاوتی از کارآفرینی وجود دارد تعاریفی مانند: ایجاد ارزش و ثروت (۱۱)، اشتغال‌زایی (۱۱)، توسعه خلاقیت و نوآوری (۷) و ایجاد ارزش از طریق تشکیل مجموعه منحصر به فردی از منابع، به‌منظور بهره‌گیری از فرصت‌ها (۲۸). ماوتان (۲۳) معتقدند کارآفرینی یک ذهنیت ویژه است، یک شیوه بی‌نظیر نگاه به جهان، نوع خلاقی از تجارت مخاطره‌آمیز و ابزار نهایی برای خودشکوفایی و تکامل.

تصمیم فرد برای شروع یک فعالیت کارآفرینانه به سه عنصر بستگی دارد: ۱- برداشت ذهنی از جذاب بودن کار ۲- گرایش به انجام کار ۳- برداشت ذهنی از انجام‌پذیری کار (۱۹،۱۰،۸). پژوهش‌های مختلفی در زمینه نیّت کارآفرینی انجام شده و برخی از پژوهش‌ها به رابطه بین نگرش به کارآفرینی، خودکارآمدی و هنجارهای جامعه با نیات کارآفرینانه اشاره کرده‌اند (۲۴،۲۰).

مروری بر ادبیات پژوهش نشان می‌دهد که نگرش نسبت به کارآفرینی متفاوت است. نتایج مطالعه شاهرخی ساردو و همکاران (۳۱) نشان داد که مؤلفه‌ی دانش نظری، تأثیری بر نیّت کارآفرینانه دانشجویان مورد بررسی ندارد، اما مؤلفه‌ی دانش عملی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر نیّت کارآفرینانه دانشجویان مورد بررسی داشتند. داوس و والتر (۶) نیز معتقد است که دانشگاه‌ها و مؤسسه‌های آموزش عالی با ایجاد دانش نظری و عملی نقش مهمی در ایجاد روحیه و نیّت کارآفرینی دارند.

پیترمن و کندی (۲۶) در مطالعه خود به این نتیجه رسیدند که دانش‌آموزان دبیرستان هنگام شرع کسب و کار جدید نگران هستند، اما آنها شروع کسب و کار و کارآفرینی را راهی برای آماده شدن برای زندگی آینده می‌دانند. جانسن و همکاران (۱۳) در مطالعه خود نسبت به بررسی نگرش نسبت به کارآفرینی و آموزش کارآفرینی در نروژ به این نتیجه رسیدند که به نظر دانش‌آموزان، کارآفرینی یعنی داشتن خلاقیت و رئیس خودت بودن. همچنین باسو و ویریک (۵) به این نتیجه رسیدند که دانشجویان نگرش مثبتی نسبت به کارآفرینی دارند و دارای درجه بالایی از خودکارآمدی هستند و دانشجویانی که تجربه مستقیم شروع کسب و کار را داشته‌اند نگرش مطلوب‌تری نسبت به کارآفرینی دارند و دارای اعتماد به نفس بیشتری می‌باشند. کاگارا (۱۴) به این نتیجه رسید که ویژگی‌هایی مانند ریسک‌پذیری، نوآوری، پول‌آفرینی و آینده شغلی بهتر رابطه معنی‌داری با نگرش نسبت به کارآفرینی دارد. سیف نراقی و اولادین (۲۹) در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که ویژگی‌های روان‌شناختی شامل ریسک‌پذیری، انگیزه پیشرفت، خلاقیت و منبع کنترل دانشجویان با نگرش نسبت به کارآفرینی رابطه مستقیمی دارد. هاوارد (۱۲) نیز تحقیقی در زمینه قابلیت‌های کارآفرینی انجام داده است. در این تحقیق تأثیر پرورش قابلیت‌های کارآفرینی، استقلال طلبی، ریسک‌پذیری، انگیزه پیشرفت، کنترل درونی، اعتماد به نفس، جسارت و خلاقیت کارآفرینی دانش‌آموزان مورد بررسی قرار گرفت. نتایج این پژوهش نشان داد که رابطه مستقیمی بین این قابلیت‌ها و توانایی کارآفرینی افراد وجود دارد. شریف‌زاده و زمانی (۳۳) طی پژوهشی روحیه کارآفرینی را به صورت موردی در دانشگاه شیراز مورد بررسی قرار دادند و به این نتیجه رسیدند که دانشجویان از نظر توفیق طلبی، قدرت‌طلبی، رقابت‌پذیری و ریسک‌طلبی در وضعیت نامطلوبی قرار دارند.

خوشنودی‌فر و همکاران (۱۷) در مطالعه‌ای به‌منظور بررسی ویژگی‌های کارآفرینانه دانشگاه سیستان و بلوچستان به این نتیجه رسیدند که ریسک‌پذیری، خلاقیت و استقلال‌طلبی دانشجویان در حد پایینی است. در پژوهشی که توسط زالی و همکاران (۳۷) صورت گرفت، ویژگی پنج‌گانه کارآفرینی تحت عناوین توفیق‌طلبی، استقلال‌طلبی، خطرپذیری، خلاقیت و عزم و اراده برای ارزیابی نیمرخ کارآفرینی دانشجویان دانشگاه مازندران، اندازه‌گیری شده است. نتایج به‌دست آمده نشان می‌دهد که با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان اظهار داشت که دانشجویان این دانشگاه دارای ویژگی خلاقیت نمی‌باشند. همچنین کلانتری و همکاران (۱۵) در پژوهشی دیگر نشان دادند که بین کارآفرینی و دوره‌های آموزش مهارت‌های فردی، انگیزه پیشرفت، ریسک‌پذیری، نیاز به موفقیت و خلاقیت رابطه معنی‌داری وجود دارد. علی بیگی و همکاران (۱) در تحقیقی تحت عنوان تحلیل روحیه کارآفرینی دانشجویان علمی-کاربردی کشاورزی به این نتیجه رسیدند که روحیه کارآفرینی در زمینه‌های استقلال طلبی، ریسک‌پذیری، کنترل درونی، انگیزه پیشرفت و خلاقیت در دانشجویان علمی-کاربردی بالاتر از میانگین

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-09]

قرار دارد. لاورج و میلر (۲۱) در مطالعه خود به‌منظور بررسی نگرش منطقه‌ای در مورد کارآفرینی به این نتیجه رسیدند که تفاوت منطقه‌ای در مورد نگرش وجود دارد و ساختارهای اجتماعی- اقتصادی بر نگرش نسبت به کارآفرینی تأثیر می‌گذارد و ساکنان شهر دی‌ترویت کارآفرینی را به عنوان وسیله‌ای برای ایجاد اشتغال و محبوبیت اجتماعی می‌دانند.

لوج و فرانک (۲۲) مدلی برای آزمودن نیّت و قصد کارآفرینی در میان دانشجویان رشته مهندسی دانشگاه MIT ارائه دادند که حاصل تحقیق در بین ۵۱۲ نفر از دانشجویان این دانشکده است. بر اساس این مدل ویژگی‌های فردی (ریسک‌پذیری و مرکز کنترل درونی) به‌طور غیر مستقیم بر نگرش دانشجویان نسبت به کارآفرینی تأثیر مثبت می‌گذارد و «نگرش» نیز دارای تأثیر مستقیم بر«قصد کارآفرینی» است. وسیانا و همکاران (۳۶) نگرش دانش‌آموزان به کارآفرینی را در دو منطقه پورتوریکو و کاتالونیا بایکدیگر مقایسه کرده و به این نتیجه رسیدند که دانش‌آموزان هر دو منطقه کارآفرینان را افرادی پویا و اقتصادی می‌دانند، همچنین دریافتند که در هر دو منطقه کارآفرینی از منزلت خوبی برخوردار است به‌طوری که بعد پنج حرفه مهم (پزشک، مهندس، مدیر یک شرکت بزرگ، وکیل و شیمیدان) در مقام ششم قرار دارد.

این مطالعه از این جهت نوآوری دارد که تاکنون هیچ مطالعه‌ای در خصوص نگرش دانشجویان نسبت به کارآفرینی با روش کیو انجام نشده و بیشتر مطالعات، در زمینه بررسی عوامل مؤثر بر کارآفرینی بوده و همچنین از طرفی با روش کمی نسبت به انجام آن مبادرت نموده‌اند. لذا با توجه به ضرورت انجام این تحقیق، این مطالعه به شناسایی نگرش دانشجویان دانشکده‌ی کشاورزی دانشگاه رازی کرمانشاه نسبت به کارآفرینی پرداخته است.

مواد و روش‌ها

این پژوهش از لحاظ پارادایم کیفی-کمّی و با بهره‌گیری از روش Q انجام شده که در آن پارادایم کیفی غالب و از لحاظ هدف کاربردی می‌باشد. روش شناسی کیو یک نام کلی است که ویلیام استیفنسون برای مشخص کردن مجموعه‌ای از اندیشه‌های فلسفی، روانشناختی، آماری و روان‌سنجی که به تحقیق در مورد فرد معطوف است، به‌کار برده است (۱۸). این روش ضمن برخورداری از ویژگی‌های روش کیفی، از رویکرد کمی نیز برخوردار است و از آمار بیشترین بهره را می‌برد، زیرا از روش‌های آماری مانند: روش تحلیل عاملی و تحلیل مؤلفه‌های اصلی برای دسته‌بندی افراد کمک می‌گیرد (۱۶).

براون و واتسن و استینر معمولا روش کیو را پیوند بین روش‌های کمّی و کیفی می‌دانند، زیرا از یک‌سو انتخاب مشارکت‌کنندگان از طریق روش‌های نمونه‌گیری احتمالی صورت نمی‌گیرد، بلکه نمونه به‌طور هدفمند و با اندازه‌گیری‌های کوچک صورت می‌گیرد که آن را به روش کیفی نزدیک می‌سازد و از سوی دیگر یافته‌ها از طریق تحلیل عاملی و به صورت کمّی به دست می‌آیند. همچنین با توجه به شیوه گردآوری داده‌ها (مرتب‌سازی)، عمیق‌تر می‌توان از ذهنیت مشارکت‌کنندگان آگاه شد (۱۶). یکی از مزیت‌های کیو دقت بیشتر گردآوری داده‌ها نسبت به مقیاس لیکرت می‌باشد.

جامعه و نمونه آماری در این پژوهش، دانشجویان دانشکده کشاورزی دانشگاه رازی می‌باشد. نمونه‌گیری به‌صورت هدفمند بوده و برای گردآوری اطلاعات از افراد کلیدی و مطلع استفاده شده است. بر خلاف تحقیقات کمّی که نمونه‌گیری به‌صورت تصادفی است، در روش کیو نمونه‌گیری به‌صورت انتخابی بوده و پژوهشگر افرادی را انتخاب می‌کند که راجع به موضوع دارای آگاهی هستند. به‌عبارت دیگر افراد کلیدی می‌باشند. در این مطالعه با استفاده از نمونه‌گیری هدفمند ۱۷ نفر از دانشجویان که خود اقدام به راه‌اندازی کسب و کارهای کارآفرینی نموده بودند انتخاب شدند.

روش کیو هم دارای شیوه گردآوری داده‌ها (مرتب‌سازی کیو) و هم دارای شیوه تحلیل داده‌هاست (تحلیل عاملی کیو) مراحل اجرای روش کیو به صورت زیر است:

۱- تعیین موضوع تحقیق

۲- گردآوری فضای گفتمان

در این مرحله هرچه راجع به روش تحقیق وجود دارد جمع‌آوری می‌شود. فضای گفتمان فهرستی جامع از مطالب متداول در مورد موضوع مورد بحث است، این مطالب می‌تواند شامل کلمات، جملات، تصاویر، فیلم‌ها، قطعات موسیقی و ... باشند (۱۶). برای ایجاد فضای گفتمان، ابتدا منابع اسنادی در خصوص موضوع تحقیق بررسی می‌شود و سپس از طریق مصاحبه با اهالی گفتمان داده‌ها گردآوری می‌شوند. گفتمان تا جایی ادامه پیدا می‌کند که داده‌ها به حد اشباع برسند، به‌عبارت دیگر، مطالبی که در مصاحبه توسط پاسخگویان مطرح می‌شود، تکراری شده و مطلب جدیدی برای استخراج وجود نداشته باشد (۲۵).

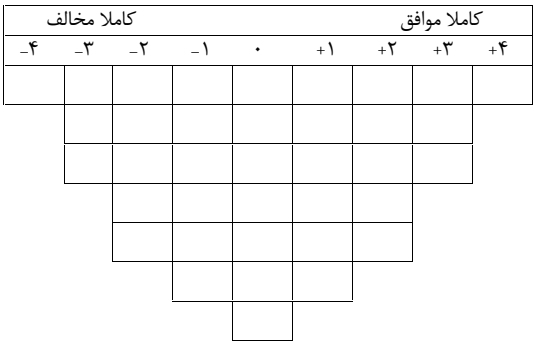
در این پژوهش فضای گفتمان از طریق مصاحبه با دانشجویانی که در دانشکده کشاورزی برای خود کسب کاری راه انداخته بودند انجام شد، به‌گونه‌ای که در مجموع ۱۳۵ عبارت از ابعاد مختلف فضای گفتمان مرتبط با کارآفرینی جمع‌آوری شد.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-09]

۳- تهیه نمونه کیو: در این مرحله عبارات جمع‌آوری شده مورد بررسی قرار گرفته و گویه‌های تکراری حذف می‌شود و در این مطالعه در نهایت از میان ۱۳۵ گویه، ۳۷ گویه به‌عنوان نمونه کیو انتخاب شد.

۴- ایجاد دسته کیو: هر کدام از گویه‌هایی که در مرحله سه به‌دست آمد به‌طور جداگانه روی کارت‌های هم‌شکل و هم‌اندازه نوشته شد. بنابراین در این مطالعه ۳۷ کارت دسته کیو ایجاد گردید.

۵- مرتب‌سازی: در این مرحله ۳۷ کارت در اختیار مشارکت‌کنندگان قرار گرفته و در روی نمودار کیو مرتب‌سازی شد. توزیع عبارات در نمودار به دو شکل اختیاری و اجباری صورت می‌گیرد که در این مطالعه از شیوه اجباری بهره گرفته شد (شکل ۱). به همراه کارت‌ها شکل کیو نیز در اختیار شرکت‌کنندگان قرار گرفت و از آنها خواسته شد که شماره کارت‌ها را روی نمودار مرتب‌سازی کنند.



شکل ۱- شیوه مرتب‌سازی گویه‌ها به روش اجباری

آنچه که می‌تواند درباره روش کیو مطرح باشد این است که آیا عبارات جمع‌آوری شده از چنان جامعیتی برخوردار هستند که ذهنیت‌های مختلف را نشان دهد؟ برای پاسخ به این سؤال عبارات فضای گفتمان پس از بررسی‌های متعدد و نظرخواهی از صاحب‌نظران دانشگاهی و حذف گویه‌های تکراری مشخص گردید و در نهایت تعداد ۳۷ عبارت نهایی (نمونه کیو) به‌دست آمد.

برای بررسی روایی تحقیق نیز علاوه بر اینکه طی فضای گفتمان از مثلث سازی استفاده شد، در آخر، بعد از آماده شدن کارت‌ها و طراحی نمودار کیو از نه نفر از دانشجویان که جزء پاسخگویان اصلی نبودند خواسته شد که مرتب‌سازی کارت‌ها را به‌صورت آزمایشی انجام دهند که بعد از اصلاحات لازم نمودار رتبه‌بندی و پرسشنامه و نحوه مرتب‌سازی در اختیار پاسخگویان قرار گرفت و اطلاعات جمع‌آوری شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از تحلیل عاملی نوع Q استفاده و تفسیر عامل‌ها نیز با استفاده از نرم‌افزار SPSS 18 انجام گرفت.

نتایج و بحث

یافته‌های به‌دست آماده از پژوهش در چارچوب پرسش‌های مطرح شده مورد بررسی قرار گرفت.

۱- در خصوص مفاهیم «کارآفرینی» تغییرات دیدگاه‌ها به چه میزان است؟ همان‌طور که در (جدول ۱) مشاهده می‌شود سه عامل از دسته‌بندی دیدگاه‌ها و ذهنیات مختلف به‌دست آمد که نتیجه تحلیل عاملی کیو است. این سه عامل در کل ۷۲ درصد از واریانس کل عامل‌ها را تبیین می‌کنند.

جدول ۱- عامل‌های استخراج شده از تحلیل عاملی کیو

عامل	مقدار ویژه	واریانس	درصد واریانس تجمعی
۱	۵/۰۲	۲۹/۵۷	۲۹/۵۷
۲	۴/۰۸	۲۴/۰۴	۵۳/۶۲
۳	۳/۱۷	۱۸/۶۵	۷۲/۲۷

۲- دامنه ایده‌ها نسبت به موضوع تحقیق از طریق مشارکت‌کنندگان در فضای گفتمان چگونه است؟ دامنه ایده‌های مشارکت‌کنندگان در جدول ماتریس عامل‌ها (جدول ۲) آمده است. در این جدول و در تحلیل عاملی کیو به جای متغیرها عقاید و دیدگاه‌های شرکت‌کنندگان دسته‌بندی می‌شوند.

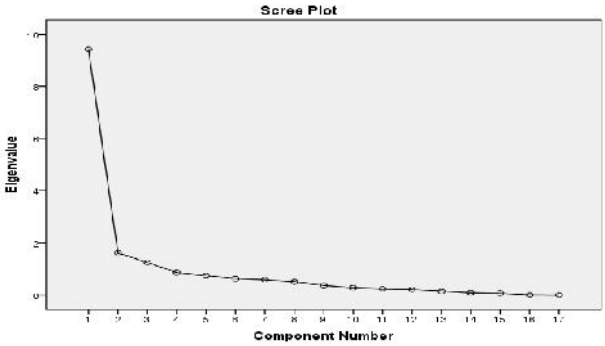
در روش‌شناسی کیو برای نشان دادن مهم‌ترین عامل‌ها از نظر میزان واریانس تبیین شده از نمودار سنگ‌ریزه استفاده می‌شود. در این پژوهش بر اساس واریانس تبیین شده مندرج در نمودار سنگ‌ریزه، پنج الگوی ذهنی مختلف استخراج گردید (شکل ۲).

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-09]

با توجه به یافته‌های پژوهش و همان‌طور که گروه‌بندی‌های مختلف نشان می‌دهد، دامنه عقاید و نگرش مشارکت‌کنندگان در مورد کارآفرینی تفاوت‌ها و شباهت‌هایی با یکدیگر دارند.

جدول ۲- ماتریس عامل‌ها

افراد	عامل‌ها		
	۱	۲	۳
فرد ۲	۰/۶۲۵		
فرد ۵	۰/۷۲۵		
فرد ۶	۰/۵۶۱		
فرد ۷	۰/۶۷۰		
فرد ۸	۰/۷۴۸		
فرد ۹	۰/۵۵۱		
فرد ۱۰	۰/۷۵۵		
فرد ۱۱	۰/۶۹۴		
فرد ۱۴	۰/۵۲۸		
فرد ۱۵	۰/۵۸۸		
فرد ۱		۰/۹۱۷	
فرد ۳		۰/۶۶	
فرد ۱۶			۰/۹۱۷
فرد ۴			۰/۹۳۱
فرد ۱۳			۰/۵۴۹
فرد ۱۷			۰/۹۳۳



شکل ۲- مهم‌ترین مشارکت کنندگان بر اساس واریانس تبیین شده

در این پژوهش سه دسته‌بندی از عقاید و ذهنیات افراد به دست آمد که به قرار زیر است:

ذهنیت اول: گروه اول کارآفرینی را عرصه‌ای برای شکوفا شدن، عدم جایگزینی برای شغل‌های دولتی، پول آفرینی، عملی کردن یک ایده نو و خلاقانه با توجه به پتانسیل‌های موجود می‌دانند و با مفاهیمی مانند کارآفرینی یعنی دویدن برای هیچ، عدم ارتباط ریسک با کارآفرینی، اطاعت نکردن از دیگران و وقت تلف کردن مخالفند. نتایج این مطالعه با یافته‌های جانسن و همکاران (۱۳)، کاگارا (۱۴)، سیف نراقی و اولادین (۲۹)، هوارد (۱۲)، کلانتری و همکاران (۱۵)، علی‌بیگی و همکاران (۱)، هم‌خوانی دارد، چرا که آنان استقلال‌طلبی و ریسک‌پذیری را از خصوصیات کارآفرین می‌دانند. همچنین ذهنیات این گروه با نتایج شریف‌زاده و زمانی (۳۳)، خشنودی فر و همکاران (۱۷) و زالی و همکاران (۳۷) همخوانی ندارد، زیرا این نویسندگان در تحقیقات خود به این نتیجه رسیدند که ریسک‌پذیری در حد پایینی است، اما در این مطالعه ریسک‌پذیری درحد مطلوب مشاهده گردید. دلیل این تفاوت می‌تواند به این دلیل باشد که نویسندگان فوق افراد مورد مطالعه را به‌صورت تصادفی انتخاب کرده بودند، اما در این مطالعه افراد کلیدی و مطلع که خود شروع کسب و کار را تجربه کرده بودند و به نوعی کارآفرین بودند، مورد مطالعه قرار گرفتند.

ذهنیت دوم: گروه دوم کار آفرینی را رئیس خودت بودن، افزایش منزلت اجتماعی و عدم نیاز به سرمایه می‌دانند و با مفاهیمی مانند عدم جایگزینی برای شغل‌های دولتی، نیاز داشتن به حامی، پایین آمدن اعتماد به نفس و وابستگی به دیگران مخالفند. نتایج این مطالعه با یافته‌های باسو و ویریک (۵)، لاورج و میلر

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-09]

(۲۱)، وسیانا و همکاران (۳۶) هم‌خوانی دارد، چرا که آنان اعتقاد دارند که کارآفرینی باعث ایجاد منزلت اجتماعی می‌شود و کارآفرینان را متکی به خود می‌گرداند.

ذهنیت سوم: گروه سوم کار آفرینی را آمادگی برای پذیرش مسؤلیت در آینده، توانایی کارکردن با گروه، نیاز به حامی مالی برای شروع کار و مدیریت می‌دانند، در حالی که این گروه با مفاهیمی همچون آسان بودن کار آفرینی، ایجاد غرور کاذب مخالفند. نتایج این مطالعه با یافته‌های پیترمن و کندی (۲۶) هم‌خوانی دارد، چرا که اعتقاد دارند دانش‌آموزان هنگام شروع کسب و کار جدید نگران هستند، اما کارآفرینی را راهی برای آماده شدن برای زندگی آینده می‌دانند.

بر اساس نتایج این تحقیق پیشنهادهای زیر ارائه می‌گردد:

با توجه به اینکه دانشجویان کارآفرینی را به‌عنوان عرصه‌ای برای شکوفا شدن ایده‌های خلاقانه و نوآورانه خود می‌دانند، پیشنهاد می‌گردد که اولاً بسترهای گسترش کارآفرینی (آموزش کارآفرینی) و زمینه‌های دسترسی به منابع و تسهیلات آسان‌تر (پرداخت وام و تسهیلات کم بهره) گردد تا دانشجویان با بستر مناسب کارآفرینی مواجه شوند و ثانیاً با برگزاری اردوهای مشترک بین دانشجویان کارآفرین و غیرکارآفرین پیوندی میان آنان ایجاد گردد تا بتوانند این نگرش مثبت به کارآفرینی را به دانشجویان غیرکارآفرین منتقل نموده و در مسیر گسترش فرهنگ کارآفرینی نیز گام مثبت و مؤثری برداشته شود.

یافته‌های پژوهش نشان داد کارآفرینی باعث آماده ساختن دانشجویان برای پذیرش مسئولیت در آینده می‌گردد. اما اگر دانشجویان دست به کارآفرینی نزنند و شرایط لازم برای بروز و ظهور خلاقیت‌های نوآورانه آنان مهیا نگردد، ادعای کارآفرین بودن خیالی بیش نیست. لذا پیشنهاد می‌شود که دانشجویان به مراکز کارآفرینی برای کسب تجارب عملی در شرایط واقعی فرستاده شوند و یا اینکه خود به صورت گروهی دست به کارآفرینی بزنند. شرط لازم جهت ایجاد این گروه کارآفرین، انتقال آموزش‌های لازم و ترغیب آنان به کارآفرینی است. البته شایان ذکر است که قرار دادن چند واحد درسی در زمینه کارآفرینی در برنامه‌های درسی و عملی ساختن آن در کلاس‌های آموزشی می‌تواند به دانشجویان جهت توانایی کار کردن با گروه و تشکیل گروه کارآفرین کمک شایانی بنماید.

منابع

1. Akbari, R., R. Movahedi and H. Kvchkyan. 2009. Study of attitude students towards employment in the agricultural sector Case study: Bu Ali Sina University. Journal of Agricultural Extension and Education, 4: 91-102. (In Persian)
2. Alibaygi, A.H., Z. Athari and S.H. Barani. 2008. Analysis of the students' spirit of entrepreneurship-A Case Study of Kermanshah agricultural applications. Proceedings of the National Conference on entrepreneurship development in science education-applications agriculture, pp: 16-3. (In Persian)
3. Allahyari, M., F. Keshavarz and M. Chizari. 2009. Entrepreneurial attitudes and values among students of Islamic Azad University of Rasht. Journal of Agricultural Education Management, 9: 37-29. (In Persian)
4. Amiri, A.N. and Moradi. Y. 2008. Student's entrepreneurial attitudes and obstacles. Journal of Research and Planning in Higher Education, 49: 45-67. (In Persian)
5. Basu, A. and M. Virick. 2008. Assessing entrepreneurial ententions emongst students:a comparative study. Peer-reviewed papers, pp: 79-86.
6. Dohse, D. and S.G. Walter. 2012. Knowledge context and entrepreneurial intentions among students Small Business Economic, 39: 877-895.
7. Druker, P. 2002. The discipline of innovation. Harvard Business Review Education Journal, 64: 5-11.
8. Fitzsimmons, J.R. and E.J. Douglas. 2011. Interaction between feasibility and desirability in the formation of entrepreneurial intentions. Journal of business venturing, 25: 431-440.
9. Forghani, S.R., S.D. Haji Mirrahimi, A. Sfedyan, A. Bagheri Taleghani and S.K. Razavi. 2008. Design and the use of multimedia educational software to develop entrepreneurial potential of higher education graduates agricultural-application. Proceedings of the National Conference on entrepreneurship in education-scientific development of agricultural-applications, pp: 175-161. (In Persian)
10. Guerrero, M., J. Rialp and D. Urbano. 2008. The impact of desir abilityand feasibility on entrepreneurial intentions: A structural equation model International Entrepreneurship and Management Journal, 4: 35-50
11. Haug, H.M. and W. Pardy. 1999. Community entrepreneurship in north eastland, international. Journal of Entrepreneurial behavior and Research, 4: 82-91.
12. Howard, S. 2004. Developing entrepreneurial potential in youth: the effects of entrepreneurial education and venture creation university of south florida repot, pp: 3-17.
13. Johansen, V., T. Schanke and T.H. Clausen. 2012. Entrepreneurship education and pupils'Attitudes towards entrepreneurs. Entrepreneurship-born, made and educated. pp: 113-116.
14. Kagara, M.R. 2011. An assessment of the attitude toward entrepreneurship among higher education studentsin Sedibeng district, Mini-dissertation submitted in partial fulfilment of the requirements for the degree Master in Business Administration at the North-West University, Potchefstroom Campus Promoter. pp: 1-103.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-09]

15. Kalantari, S., R. Rabbani, J. Hezarjaribi. 2004. Evaluation of graduate's entrepreneurship in the field of press publications. Sociological studies, 23: 190- 171. (In Persian)
16. Khoshgoyanfard, A. 2007. Q methodology, first Publications: Soroush Publications. pp: 1-135. (In Persian)
17. Khoshnodifar, Z., F. Artyay and M. Jafari. 2011. Study of entrepreneurial characteristics students in the Sistan and Baluchestan University, College of Agriculture and Natural Resources Saravan. Journal of Agricultural Extension and Education, 4: 72-83. (In Persian)
18. Krlenjer, F.N. 1997. Foundations of Research in Behavioral Sciences, Translated by: Hassan Pasha Sharifi-Jafar Najafi Zand, Volume II, First poblication, Tehran: avaye noor publications', pp: 1-532.
19. Lee, L., P.K. Wong, M.D. Foo and A. Leung. 2011. Entrepreneurial intentions: the influence of organizational and individual factors. Journal of Business Venturing, 26: 124-136.
20. Li, J. 2008. The evolution of entrepreneurial intention in transition environment: Toward an entrepreneurial self-efficacy based model, retrieved 14 June, pp: 1-4.
21. Loveridge, M. and S.R. Miller. 2012. Assessing regional attitudes about entrepreneurship. The Journal of Regional Analysis & Policy, 42: 210-222.
22. Luthje, C. and N. Franke. 2003. The "Making" of an entrepreneur: testing a model of entrepreneurial intent among enginrrring student of MIT, pp: 135-146.
23. Ma, H. and J. Tan. 2006. Key components and implications ofentrepreneurship: A 4-p framework. Journal of Business Venturing, 21: 704-725.
24. Naktiyok, A., C.N. Karabey and A.C. Gulluce. 2010. Entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intention: the Turkish case. International Entrepreneurship and Management Journal, Retrieved 14 June, pp: 419- 435.
25. Papzan, A., M. Babai and A. Rezaei. 2012. Analysis of the attitude and technical consulting services experts to the concepts of sustainable agriculture: using Q techniqe. Fourth Congress Promoting the Education of Agriculture and Natural Resources, pp: 1-13. (In Persian)
26. Peterman, N.E. and J. Kennedy. 2003. Enterprise education: influencing students' perceptions of entrepreneurship. Entrepreneurship Theory and Practice, 28: 129-144.
27. Poratashy, M. 2008. Entrepreneurship, approach to employment graduates agricultural in science education applications. Proceedings of the National Conference on entrepreneurship development in agricultural science education-applications, pp: 185-177.
28. Prokopenko, J. and I. Pavlin. 1999. Entrepreneurship development in pullice enterprises, international labour organization.
29. Saif Naraqi, M. and M. Auladyan. 2011. Comparison of attitude graduate's entrepreneurial based on personal characteristics and occupational variables and study the factors affecting the development of entrepreneurship education in the curriculum. Journal of Social Development Studies, 3: 113-139. (In Persian)
30. Samadi, P. and H. Shirzadi. 2007. Study of Relationship between school climate and entrepreneurial spirit in students. Journal of Educational Innovations, 5: 187-164. (In Persian)
31. Shahrokhi Sardo, S., P. Pedram and Sh. Zarifian and F. Fekrat. 2014. The role of the three components of the knowledge of entrepreneurial students' agricultural university in Jiroft. Journal of Agricultural Education. 9: 94-106. (In Persian)
32. Shane, S.A. and S. Venkataraman. 2000. The Promise of entrepreneurship as a field of research, academy of management. 217- 226
33. SharifZadeh, M. and Gh. Zamani. 2006. Spirit of entrepreneurship in the studens Agriculture, study of Shiraz University. Journal of Agricultural Science, 37: 116-107. (In Persian)
34. Thompson, J., A. Geoff and A. Lees. 2000. Social entrepreneurship: A new look at the people and the potential. Management Decision. 38: 328-338.
35. Vahedi, M., H. Moradnezhadi, A. Sharifzadeh and M. Sharifi. 2009. Study of Entrepreneurial students Islamic azad University of Ilam. Journal of Agricultural Economics and Development, 2: 93-101. (In Persian)
36. Veciana, J.M., M. Aponte and D. Urbano. 2005. University students' attitudes towards entrepreneurship: a two countries comparison, International Entrepreneurship and Management Journal, 1: 165-182.
37. Zali, M., M. Madhoshi and A. Krdnayyj. 2007. Assessment of entrepreneurial characteristics of students (studies of Mazandaran University), Journal of Human Sciences, 55: 81-114. (In Persian)

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-09]

Identifying the Attitude of Agricultural Students Toward Entrepreneurship

Abdolhamid Papzan[1], Faranak Karamyan[2], Milad Zhoolideh[3] and Mosayeb Gholami[4]

1, 3 and 4- Associate Professor, M.Sc. Student and Ph.D. Student, University of Razi
2- M.Sc. Student, University of Razi (Corresponding author: karamyan.f@gmail.com)
Received: May 17, 2015 Accepted: October 7, 2015

Abstract

One of the main challenges of our society and especially the educated youth job creation in the country. In such circumstances, self-employment, entrepreneurship is one of the most important solutions. Entrepreneurship education can play an important role in changing the attitudes of students towards self-employment and entrepreneurship. In this research the attitude of students towards entrepreneurship Agriculture, based on Q methodology. This method takes advantage of both descriptive and analytical statistics and this feature makes Q method more comprehensive than other research methods. The population in this study included the students in agriculture faculty of Razi university of Kermanshah. Sampling is therefore purposefully and the selected people have special thought in regards to the subject of the research. During the research, to assess the reliability and validity, we use both triangulation and panel of experts. Based on the results of Q-factor analysis, the attitudes of the participants were classified into three groups. The first group define entrepreneurship as a risk-taking and creativity activity, second group define it as a higher social position and the third group believe that entrepreneurship makes them ready to take responsibility in the future.

Keywords: Students Attitude, Entrepreneurship, Agriculture Faculty, Q Methodology

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-09]