دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری
راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی

رابطه‌ی بین مهارت‌های اجتماعی و نگرش به کارآفرینی دانشجویان کشاورزی دانشگاه تهران

مسعود رضائی

دانشیار، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، (نویسنده مسوول: m.rezaei@ihcs.ac.ir)

تاریخ دریافت ۹۸/۳/۲۲ تاریخ پذیرش ۹۸/۶/۹
صفحه: ۳۴ تا ۴۴

چکیده

هدف این تحقیق بررسی رابطه‌ی بین مهارت‌های اجتماعی و نگرش به کارآفرینی دانشجویان کشاورزی دانشگاه تهران بود. جامعه‌ی آماری تحقیق را ٤٥٠ نفر از دانشجویان کارشناسی‌ارشد دانشکده‌ی کشاورزی دانشگاه تهران تشکیل می‌دادند که ۱۳۸ نفر از آنان با استفاده از نرم‌افزار SPSS Sample Power و روش نمونه‌گیری تصادفی ساده به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. برای گردآوری داده‌ها از پرسش‌نامه استفاده شد. روایی صوری پرسشنامه با نظرسنجی از متخصصان و قابلیت اعتماد سازه‌های پژوهش با محاسبه آلفای ترتیبی (۰/۷۹ و ۰/۸۹) تأیید شد. یافته‌های پژوهش نشان داد مهارت اجتماعی اکثر دانشجویان متوسط به پایین و نگرش آنان به کارآفرینی متوسط به بالا بود. نتایج تحلیل همبستگی نشان داد بین مهارت گفت‌وگو، مهارت همکاری، مهارت حل تضاد، اقناع و مهارت اجتماعی کل با نگرش به کارآفرینی در سطح یک درصد رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری وجود دارد. یافته‌ها همچنین نشان داد بین مهارت همدلی و همبستگی و خودتبلیغی با نگرش به کارآفرینی در سطح پنج درصد رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری وجود دارد. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت اگر مهارت اجتماعی دانشجویان از طریق آموزش بهبود یابد، نگرش آنان به کارآفرینی نیز بهتر خواهد شد.

واژه‌های کلیدی: مهارت اجتماعی، نگرش به کارآفرینی، دانشجویان کشاورزی

مقدمه

کارآفرینی از جنبه‌های سیاسی و اجرایی برای دولت‌ها در جهان اهمیت یافته است. افزایش مداوم عدم قطعیت در اقتصاد جهانی، کاهش نیروی انسانی دولتی و تعداد استخدام متخصصان، تقاضا برای کارآفرینی و ایجاد کسب‌وکارهای جدید را تقویت کرده و افزایش نارضایتی و ناامیدی از اشتغال دولتی، گرایش به خوداشتغالی را به‌ویژه در میان جوانان ایجاد کرده است (۵۱). عصر، عصر کارآفرینی است. در سال ۲۰۱۰ بیش از ۵۰۰ میلیون نفر در سراسر جهان یا فعالانه تلاش کرده‌اند کسب‌وکار جدید راه‌اندازی کنند، یا مالک-مدیر کسب‌وکار جدید بوده‌اند (۱۵).

رویکرد نگرشی به پیش‌بینی کارآفرینی موضوع پژوهش‌های گسترده در جهان توسعه‌یافته بوده است. نگرش به کارآفرینی یکی از عوامل تعیین‌کننده در تصمیم‌گیری برای کارآفرین‌شدن (۲۹) و پیشرو اقدام کارآفرینانه است. به همین دلیل، درک نگرش‌ها و عواملی که ممکن است بر آنها تأثیرگذار باشند، گام مهم در تشویق اقدامات کارآفرینانه بیشتر است (۲۷). نگرش تمایل به عمل یا عکس‌العمل به شیوه‌ای خاص هنگام مواجهه با محرکی خاص است. این محرک ممکن است یک شی، فرد، ایده یا هر چیز دیگر باشد که فرد می‌تواند واکنش مثبت یا منفی به آن نشان دهد (۵۴). منظور از نگرش کارآفرینی حالتی است که فرد تمایل به بروز رفتار کارآفرینانه در یک کسب‌وکار مستقل یا سازمانی را نشان می‌دهد (۳).

بسیاری از کسب‌وکارهای نوپا توسط بیش از یک نفر تأسیس می‌شوند. علاوه بر این، کارآفرینان نوپا در مرحله آغازین کسب‌وکار، افراد دیگر را وارد کسب‌وکار می‌کنند و تیم‌سازی، مدیریت و هدایت آنان به صلاحیت اجتماعی نیاز دارد (۱۷). از این روی، در دنیای کسب‌وکار امروزی، مهارت‌های فنی به تنهایی کافی نمی‌باشند و پرورش مجموعه‌ای از مهارت‌های رفتاری به‌منظور کارکردن مؤثر با مشتریان و همکاران مهم می‌باشد (۶۲). سیاست‌گزاران اگر می‌خواهند بقای کسب‌وکارهای جدید را تسهیل کنند، درک بیشتر از صلاحیت‌های کارآفرینانه از جمله مهارت‌های اجتماعی ضروری است (۴۱). مراحل اولیه ایجاد کسب‌وکار یکی از عرصه‌هایی است که مهارت اجتماعی مهم بوده (۳۴) و فقدان آن، انزوای اجتماعی کارآفرین را عمیق‌تر کرده و او را از حمایت اجتماعی و مادی محروم می‌سازد (۴۱).

اصطلاح مهارت اجتماعی در حوزه‌ی روان‌شناسی اجتماعی رایج شد و به مهارت‌هایی اشاره دارد که کمک می‌کند افراد به دیگران نزدیک شوند (۳۹). به‌عبارت‌دیگر، مهارت‌های اجتماعی مهارت‌هایی هستند که به افراد کمک می‌کنند با ایجاد شبکه‌های اجتماعی کارآمد و روابط با کیفیت بالا، به خوبی در کنار دیگران زندگی کنند (۹) و تعامل موفق با آنان داشته باشند (۳۷). برخی افراد محبوب‌تر و دوست داشتنی‌تر از دیگران هستند. یکی از دلایل اصلی این امر آن است که آنان مهارت‌های اجتماعی بیشتری دارند. این مهارت‌ها امتیاز مهم در بسیاری از محیط‌ها تلقی می‌شوند و به افرادی که دارای این مهارت‌ها هستند کمک می‌کنند تا به نتایج مثبت دست یابند (۱۰).

افراد دارای مهارت اجتماعی در القای همکاری بین دیگران بهتر عمل کرده (۶۰) و به روابط بین‌فردی انسان‌ها در ساختارهای اجتماعی حساس‌تر می‌باشند (۲۴). این افراد دارای جهان‌بینی یا چارچوب‌های فرهنگی‌ای هستند که به آنان ادراک بیشتری از محیط نهادی‌شان می‌دهد (۲۵). فردی که از مهارت‌های اجتماعی خوبی برخوردار است، شانس بهتری

برای ۱) تدریس و یادگیری، ۲) کسب جایگاه در دنیای اجتماعی خود، ۳) مشارکت در آن، ۴) حفظ روابط میان‌فردی رضایت‌بخش و مؤثر و ۵) انجام کارآمد و مؤثر کارها در محل کار دارد. این مهارت‌ها به قدری بااهمیت می‌باشند که برخی از محققان از هوش اجتماعی یاد کرده و آن را توانایی فهم و ارزیابی مناسب از رفتار خود و دیگران تعریف کرده‌اند (۶۷).

مهارت‌های اجتماعی انواع گوناگون دارند که مهم‌ترین آنها درک اجتماعی (توانایی درک و فهم درست ویژگی‌ها، احساسات و قصد دیگران)، نفوذ بین‌فردی (توانایی متقاعدکردن دیگران با استفاده از فنون مناسب تأثیرگذاری)، سازگاری اجتماعی (توانایی سازگاری با شرایط متنوع اجتماعی و تعامل مؤثر با افراد زیاد)، توانایی شبکه‌سازی (توانایی تشکیل و گسترش شبکه‌های اجتماعی)؛ شیوایی بیان (تمایل ابراز احساسات شخصی در ملاعام به‌گونه‌ای که دیگران به آسانی آن را درک کنند)، اقناع (توانایی ایجاد تغییر در دیدگاه یا رفتار دیگران در برخورد چهره‌به‌چهره) و مدیریت احساسات است که مورد آخر شامل دو مؤلفه ایجاد صمیمت (تلاش به القای اشتیاق زیاد برای پذیرش از سوی دیگران) و خودتبلیغی (ارائه مهارت‌های فردی و کمالات گذشته از منظر مثبت) است (۱۲،۹،۱۰،۱۱).

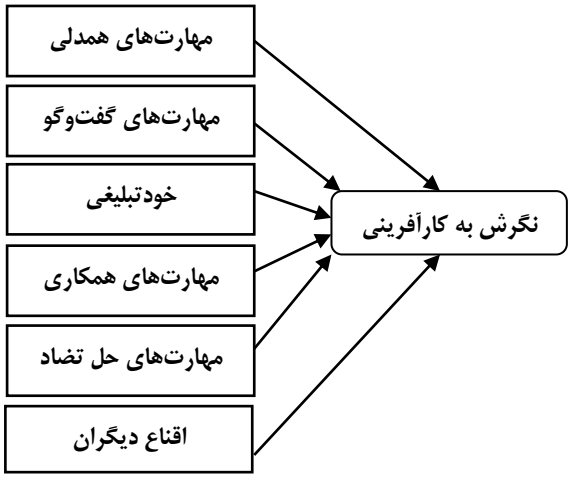
مهارت‌های اجتماعی کارآفرینی مهارت‌هایی هستند که به کارآفرینان کمک می‌کنند تا به طور مؤثر به دیگران نزدیک شده و روابط مثبتی با آنان شکل دهند. به بیان دیگر، مهارت‌های اجتماعی کارآفرینی توانایی فرد برای ایجاد، حفظ و استفاده کارآمد از سرمایه‌ی اجتماعی است (۱۱). مهارت‌های اجتماعی کارآفرینان، اثربخشی در تعامل با دیگران و ایجاد رابطه با آنان است (۱۰) که تحت تأثیر ویژگی‌های فردی و عوامل محیطی قرار می‌گیرند (۶۶).

پژوهش‌های زیادی در زمینه‌ی مهارت‌های اجتماعی و نگرش به کارآفرینی انجام شده است. نتایج پژوهش امرانی (۵۲) نشان داد مهارت کارآفرینان در اقناع، ایجاد صمیمت و هوش هیجانی فردی رابطه‌ی معنی‌داری با دسترسی آنان به منابع مهم، به‌خصوص منابع مالی سرمایه‌گذاران کسب‌وکار و اطلاعات مفید دارد. نتایج پژوهش بارن (۷) نشان داد سازگاری اجتماعی کارآفرینان پیش‌بینی‌کننده مهم موفقیت آنان است و مهارت‌های اجتماعی گوناگون (درک اجتماعی، سازگاری اجتماعی و خودبیانگری) با موفقیت مالی کارآفرینان رابطه‌ی معنی‌داری دارد (۸). نتایج پژوهش بارن و مارک‌من (۱۱) نشان داد یک بُعد از صلاحیت اجتماعی (درک درست دیگران) رابطه‌ی مثبت با موفقیت مالی کارآفرینان در صنایع با فناوری پیشرفته و صنایع آرایشی دارد. به‌علاوه، خودبیانگری رابطه‌ی معنی‌داری با موفقیت مالی کارآفرینان گروه اول و سازگاری اجتماعی رابطه‌ی معنی‌داری با موفقیت مالی کارآفرینان گروه دوم دارد. نتایج پژوهش بارن و تانگ (۱۲) نشان داد مهارت‌های اجتماعی گوناگون (مانند درک اجتماعی و شیوایی بیان) رابطه‌ی معنی‌داری با عملکرد کسب‌وکار جدید دارد. یافته‌های پژوهش‌های زیاد در رشته‌های گوناگون (مانند رفتار سازمانی، مدیریت منابع انسانی) نشان دادند که مهارت‌های اجتماعی خاص شامل درک اجتماعی، شیوایی بیان، مدیریت احساسات و سازگاری اجتماعی تأثیر قوی بر نتایج مهم در بسیاری از موقعیت‌ها دارند (۲۳؛ ۳۲ و ۶۵). نتایج پژوهش داچسنو و گارتنر (۲۱) نشان داد کارآفرینانی که شرکت‌های آنان ارتباطات بیشتری با دیگران دارند و در این امر کارآمدتر هستند، موفق‌تر از شرکت‌هایی هستند که در ارتباطات موفق نبوده‌اند. نتایج پژوهش کابلی و شان (۱۶) نشان داد ممکن است همکاری بین کارآفرینان و سرمایه‌گذاران وقتی این دو گروه روابط اجتماعی و کاری مثبت باهم دارند، افزایش یابد. نتایج تحقیق میوشا (۴۵) نشان داد صلاحیت اجتماعی کارآفرین تأثیر شگرف بر شبکه کسب‌وکار، مزیت رقابتی و عملکرد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط دارد. یافته‌های پژوهش باوم و لوکی (۱۳) نشان داد مهارت‌های اجتماعی و پشتکار برای موفقیت فرایند کارآفرینی مهم می‌باشند. لامین و همکاران (۴۱) سازگاری اجتماعی، سرسختی و لجاجت، توانایی یادگیری، هوش اجتماعی، هماهنگی اعضای شبکه، مهارت‌های مذاکره و تقویت علائق مثبت را به‌عنوان مؤلفه‌های مهارت‌های اجتماعی تعیین کردند و نتایج پژوهش آنان نشان داد کارآفرینان حوزه‌ی فناوری برای موفقیت باید از سرسختی و لجاجت، سازگاری اجتماعی، توانایی یادگیری، هوش اجتماعی، مهارت‌های مذاکره و هماهنگی و ارتباطات اجتماعی بالایی برخوردار باشند و بین مهارت‌های اجتماعی کارآفرینی و چهار راهبرد پشتکار کارآفرینی رابطه معنی‌داری وجود دارد. یافته‌های تحقیق رضایی (۵۶) نشان داد بین مهارت‌های اجتماعی و توانایی کارآفرینانه دانشجویان رابطه معنی‌داری وجود دارد. نتایج پژوهش کاکاپور و خنیفر (۳۶) نشان داد مهارت اجتماعی کارآفرینان بر بازارگرایی سازمانی تأثیر معنی‌دار دارد، ولی بر کارآفرینی سازمانی تأثیر معنی‌دار ندارد. یافته‌های تحقیق عطائی زنجانی‌نژاد و داودی (۴) نشان داد بین مهارت‌های اجتماعی و کارآفرینی رابطه‌ی مثبت وجود دارد.

نتایج تحقیق پولکا و همکاران (۵۴) نشان داد نگرش کلی دانشجویان به آموزش کارآفرینی ۸۲/۱۲ درصد بود، در حالی که مؤلفه‌ی شناختی نگرش ۸۴/۳۱ درصد، مؤلفه‌ی عاطفی ۸۳/۳۴ درصد و مؤلفه‌ی رفتاری ۷۸/۷۲ درصد بود. نتایج پژوهش پیترمن و کندی (۵۳) نشان داد آموزش کارآفرینی به دانشجویان کمک می‌کند نگرش‌های کارآفرینانه مطلوب خود را پرورش دهند. پژوهشگران دیگر نیز معتقدند آموزش کارآفرینی تأثیر مثبت بر نگرش کارآفرینی دانشجویان دارد (۶۳،۶۲،۲۰،۲۸،۶،۵). یافته‌های پژوهش حسینی‌نسب و همکاران (۳۵) نشان داد وضعیت نگرش کارآفرینی دانشجویان در دانشگاه پیام نور در حد بالا بود. همچنین از بین مؤلفه‌های سازمان یادگیرنده، مؤلفه‌ی تفکر سیستمی بیشترین رابطه را با نگرش کارآفرینی دانشجویان داشته است. علاوه بر این بین مؤلفه‌های قابلیت شخصی، مدل‌های ذهنی، آرمان مشترک و یادگیری سیستمی با نگرش کارآفرینی دانشجویان رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری وجود داشت. یافته‌های پژوهش محسنی و همکاران (۴۷) نشان داد آموزش کارآفرینی بر نگرش کارآفرینانه دانشجویان تأثیر مثبت دارد و بین

نگرش کارآفرینانه و باور خودکارآمدی عمومی دانشجویان رابطه معنی‌دار وجود دارد. یافته‌های پژوهش رکابدار و سلیمانی (۵۵) نشان داد تحلیل واریانس دوطرفه اثر گونه کمال‌گرایی (با سه گونه کمال‌گرایی بهنجار، کمال‌گرایی نابهنجار و کمال‌گرایی عادی) بر نگرش به کارآفرینی معنی‌دار است، به‌نحوی که کمال‌گرایان بهنجار نگرش بهتری به کارآفرینی نسبت به دو گروه دیگر دارند. نتایج پژوهش سیف نراقی و اولادیان (۵۷) نشان داد عوامل رشته‌ی تحصیلی، محل تحصیل، سابقه‌ی کار، تمایل به ادامه تحصیل و سن افراد در نگرش کارآفرینی مؤثر است. یافته‌های پژوهش مجیدی و همکاران (۴۴) نشان داد آموزش کارآفرینی بر نگرش کارآفرینی دانشجویان تأثیر مثبت دارد و بین نگرش کارآفرینی و روحیه کارآفرینی عمومی دانشجویان رابطه‌ی معنی‌دار وجود دارد. نتایج تحقیق گیبسون و همکاران (۲۷) نشان داد نگرش دانشجویان به کارآفرینی قوی‌تر از همتایان خود در آموزشکده‌ها بود و دانشجویان دانشگاه اظهار کردند احساس می‌کنند آمادگی بیشتری برای راه‌اندازی کسب‌وکار خود دارند، می‌خواهند کسب‌وکارشان را راه‌اندازی کنند و احساس می‌کنند احتمال راه‌اندازی کسب‌وکار شخصی‌شان زیاد است. نتایج تحقیق استینکامپ (۵۸) نشان داد جوانان آفریقای جنوبی نگرش مثبتی به فعالیت کارآفرینانه مبتنی بر فرصت دارند. نتیجه‌ی پژوهش غیاثی (۲۶) نشان داد نگرش کارآفرینی نقش میانجی‌گری در رابطه‌ی باور به خودکارآمدی و قصد کارآفرینی دارد. نتیجه‌ی پژوهش محمدی چمناری و همکاران (۴۶) نشان داد بین مهارت‌های ارتباطی با مهارت‌های کارآفرینی دانشجویان رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری وجود دارد. یافته‌های پژوهش کشاورز (۳۸) نشان داد نگرش نسبت به کارآفرینی و ارتباطات درون اجتماعی اندازه‌ی اثر بزرگ‌تری در شکل‌گیری کارآفرینی روستایی دارند. نتایج تحقیق علم‌بیگی و همکاران (۲) نشان داد ویژگی‌های کارآفرینانه فردی بر نگرش و قصد خوداشتغالی تأثیر دارند. بر اساس یافته‌های پژوهش اکبری و همکاران (۱) نگرش به کارآفرینی، سن و تجربه کارآفرینی می‌توانند دو سطح انتخاب شغل را از یکدیگر تفکیک کنند. پژوهش نجفی و همکاران (۴۸) نشان داد بین متغیرهای تجربه‌ی حضور در کلاس‌های آموزشی کارآفرینی، انگیزه و هدف‌مندی و نگرش به کارآفرینی رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد.

بررسی پژوهش‌های پیشین نشان می‌دهد متغیرهای زیادی در نگرش به کارآفرینی اثرگذار هستند و آموزش کارآفرینی متغیری است که بیش از همه در نگرش به کارآفرینی تأثیر داشته و در بیشتر مطالعات به آن اشاره شده است. مطالعاتی که درباره مهارت اجتماعی انجام شدند نیز به‌طورکلی بر وجود رابطه بین مهارت‌های اجتماعی و موفقیت در کارآفرینی و کسب‌وکار تأکید کردند، گرچه برخی از مطالعات مهارت اجتماعی را به‌عنوان یک متغیر کلی و بدون توجه به ابعاد آن سنجیده‌اند و برخی دیگر به بررسی ابعاد مهارت اجتماعی پرداختند. در این پژوهش ابعاد مهارت اجتماعی به تفصیل و با مؤلفه‌های بیشتری سنجیده شدند، از این رو، هدف این پژوهش بررسی رابطه‌ی بین مهارت‌های اجتماعی و نگرش به کارآفرینی دانشجویان کشاورزی دانشگاه تهران است (شکل ۱).

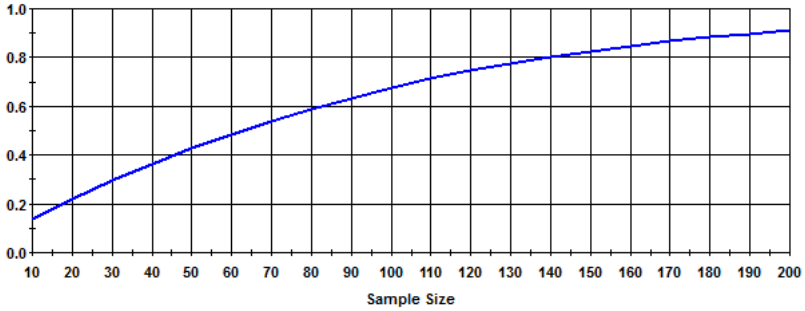


شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش
Figure 1. Conceptual model of the research

مواد و روش‌ها

این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر گردآوری داده‌ها، میزان نظارت و درجه کنترل متغیرها و قابلیت تعمیم از نوع تحقیق پیمایشی است. جامعه‌ی آماری تحقیق، دانشجویان مقطع کارشناسی‌ارشد دانشکده‌ی کشاورزی دانشگاه تهران در سال تحصیلی ۹۷-۹۶ (۴۵۰ نفر) بودند که ۱۳۸ نفر از آنان با استفاده از نرم‌افزار SPSS Sample Power و روش نمونه‌گیری تصادفی ساده به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. در این پژوهش از آلفای ۰/۰۵، توان آزمون آماری ۰/۸ (۳۱)، اندازه‌ی اثر ۰/۲۱ و فرضیه یک دامنه استفاده شد (نمودار ۱).

پرسشنامه پژوهش شامل سه بخش بود. در بخش اول مهارت‌های اجتماعی با ۴۸ گویه و در ۶ بُعد مهارت همدلی و همبستگی (۱۱ گویه)، مهارت گفت‌وگو (۱۱ گویه)، مهارت همکاری (۷ گویه)، مهارت حل تضاد (۵ گویه)، خودتبلیغی (۴ گویه) و اقناع (۱۰ گویه) با استفاده از مقیاس‌های بارن و تانگ (۱۲)، بارن و مارک‌من (۱۱)، کیندت و بارت (۴۰) و تاپیا-گوتیرز و کوبو-دلگادو (۶۱) و طیف پنج درجه‌ای لیکرت اندازه‌گیری شدند. در بخش دوم، نگرش به کارآفرینی با استفاده از مقیاس لینان (۴۳) و با ۲۰ گویه در قالب طیف لیکرت پنج سطحی اندازه‌گیری شده است. بخش سوم هم به ویژگی‌های فردی و تحصیلی دانشجویان مانند سن، جنس، معدل و وضعیت اشتغال اختصاص داشت. روایی صوری پرسشنامه با نظرسنجی از ۷ نفر متخصص ترویج و آموزش کشاورزی و کارآفرینی در دانشگاه تهران تأیید شد.



نمودار ۱- خروجی نرم‌افزار برای تعیین حجم نمونه
Graph 1. Output of SPSS sample power software

برای دسته‌بندی نگرش به کارآفرینی و مهارت‌های اجتماعی دانشجویان از تفاوت انحراف‌معیار از میانگین استفاده شد و بر این اساس دانشجویان به سه دسته ضعیف، متوسط و قوی طبقه‌بندی شدند.

در این پژوهش برای بررسی قابلیت اعتماد سازه‌های تحقیق، آلفای ترتیبی با استفاده از نرم‌افزار R محاسبه شد. همان‌طور که در جدول یک ملاحظه می‌شود ضریب آلفای همه‌ی سازه‌ها بالاتر از ۰/۷ می‌باشد. برای بررسی نرمال‌بودن توزیع داده‌ها از خطاهای استاندارد ضریب‌های چولگی و کشیدگی استفاده شد. نتایج نشان داد خطای استاندارد ضریب چولگی و خطای استاندارد ضریب کشیدگی بین ۲- و ۲+ (به ترتیب ۰/۲۰۶ و ۰/۴۱۰) قرار داشته و داده‌ها از توزیع نرمال برخوردار بودند (۳۰) و می‌توان از ضریب همبستگی پیرسون استفاده کرد.

جدول ۱- ضریب آلفای ترتیبی سازه‌های تحقیق
Table 1. Ordinal alpha coefficient of constructs

سازه	تعداد گویه	ضریب آلفا
مهارت گفت‌وگو	۱۱	۰/۷۸
مهارت همکاری	۷	۰/۷۲
مهارت حل تضاد	۵	۰/۷۷
اقناع	۱۰	۰/۸۰
مهارت همدلی و همبستگی	۱۱	۰/۷۴
خودتبلیغی	۴	۰/۷۸
نگرش به کارآفرینی	۲۰	۰/۷۹

نتایج و بحث

بنابر یافته‌های تحقیق اکثر دانشجویان مورد مطالعه (۵۷ درصد) در گروه سنی ۳۰-۲۴ سال قرار داشتند و کمترین تعداد آنها در گروه سنی بالای ۳۰ سال (۳/۷ درصد) قرار داشتند. ۳۹/۳ درصد از دانشجویان نیز کمتر از ۲۴ سال سن داشتند. ۵۳/۷ درصد از دانشجویان مورد مطالعه مرد و ۴۶/۳ درصد زن بودند. ۸۰ درصد از دانشجویان ساکن شهر و ۲۰ درصد ساکن روستا بودند. اکثر دانشجویان مورد مطالعه (۸۶ درصد) بیکار بودند و هیچ شغلی نداشتند. ۵۱/۵ درصد از دانشجویان دارای تجربه‌ی کار کشاورزی بودند و ۴۸/۵ درصد اصلاً تجربه‌ی کار کشاورزی نداشتند. ۷۵/۷ درصد از دانشجویان در هیچ دوره یا کلاس آموزشی در زمینه کارآفرینی و کسب‌وکار حضور نیافته بودند و ۲۴/۳ درصد در کلاس‌های آموزشی شرکت کرده بودند.

جدول ۲ گویه‌های نگرش دانشجویان به کارآفرینی را نشان می‌دهد. همان‌طور که ملاحظه می‌شود سه گویه اگر فرصت و منابع لازم را داشته باشم، دوست دارم کسب‌وکار کشاورزی راه‌اندازی کنم (۳/۷۰)، قصد دارم در آینده کسب‌وکاری را راه‌اندازی کنم (۳/۶۳) و کارآفرین بودن به من رضایت خاطر زیادی می‌دهد (۳/۶۰) از میانگین بالاتری برخوردار بوده و در صدر قرار گرفتند. گویه‌های معتقدم از توانایی لازم برای راه‌اندازی کسب‌وکار کشاورزی برخوردار نیستم (۲/۷۰)، از تمام جزییات ضروری عملی برای راه‌اندازی کسب‌وکار کشاورزی اطلاع دارم (۲/۷۱)، تمایل اندکی برای راه‌اندازی کسب‌وکار کشاورزی دارم (۲/۸۰) و در کل، کارآفرینی به‌عنوان یک حرفه برایم جذاب نیست (۲/۸۰) دارای میانگین کمتر بوده و در رده‌های آخر قرار گرفتند.

جدول ۳ وضعیت مهارت اجتماعی دانشجویان را نشان می‌دهد. ۳۵/۵ درصد از دانشجویان از نظر این مهارت در حد متوسط، ۳۲/۶ درصد در حد ضعیف و ۳۱/۹ درصد در حد قوی بودند. در مجموع، مهارت اجتماعی ۶۸/۱ درصد دانشجویان متوسط به پایین بود. نتایج بررسی نگرش دانشجویان به کارآفرینی نشان داد ۴۴/۲ درصد نگرش متوسط و ۲۹/۷ درصد نگرش قوی به کارآفرینی داشتند. ۲۶/۱ درصد نگرش ضعیف به کارآفرینی داشتند. در مجموع، نگرش ۷۳/۹ درصد دانشجویان به کارآفرینی متوسط به بالا بود (جدول ۳).

جدول ۲- میانگین و انحراف‌معیار گویه‌های نگرش به کارآفرینی

Table 2. Mean and standard deviation of items related to attitude toward entrepreneurship

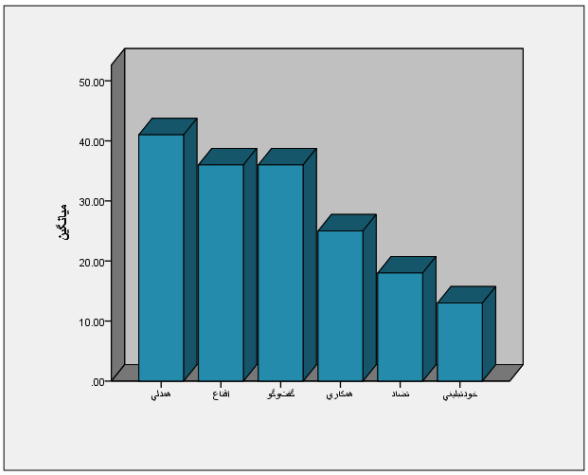
گویه	میانگین	انحراف‌معیار
حاضرم هر کاری انجام دهم تا کارآفرین شوم.	۳/۲۰	۱/۲۰
کارآفرین شدن هدف خاص من است.	۳/۲۰	۱/۱۶
هر تلاشی را برای راه‌اندازی و اداره کسب‌وکار خود انجام می‌دهم.	۳/۵۵	۱/۱۵
مصمم هستم در آینده یک کسب‌وکار کشاورزی راه‌اندازی کنم.	۳/۴۵	۱/۱۷
من جداً به فکر راه‌اندازی یک کسب‌وکار کشاورزی هستم.	۳/۳۴	۱/۲۰
قصد دارم در آینده کسب‌وکاری را راه‌اندازی کنم.	۳/۶۳	۱/۱۳
راه‌اندازی یک کسب‌وکار کشاورزی و حفظ آن برایم آسان است.	۳	۱/۰۶
در کل، کارآفرینی به عنوان یک حرفه برای من جذاب نیست.	۲/۸۰	۱/۲۷
معتقدم از توانایی لازم برای راه‌اندازی کسب‌وکار کشاورزی برخوردار نیستم.	۲/۷۰	۱/۱۲
من قادر به کنترل فرایند ایجاد یک کسب‌وکار کشاورزی جدید هستم.	۳/۴۴	۰/۹۹
من جداً درباره راه‌اندازی کسب‌وکار شخصی خود تردید دارم.	۳/۱۴	۱/۰۵
اگر فرصت و منابع لازم را داشته باشم، دوست دارم کسب‌وکار کشاورزی راه‌اندازی کنم.	۳/۷۰	۱/۱۷
از بین گزینه‌های مختلف، حاضرم هر کاری را به جز کارآفرینی انجام دهم.	۲/۶۵	۱/۱۷
اگر تلاش کنم یک کسب‌وکار کشاورزی راه‌اندازی کنم، شانس موفقیتم زیاد است.	۳/۴۳	۱/۰۴
کارآفرین بودن به من رضایت خاطر زیادی می‌دهد.	۳/۶۰	۱/۱۳
برایم بسیار دشوار است یک ایده‌ی کسب‌وکار را پرورش دهم.	۲/۸۴	۱/۲۰
هدف حرفه‌ای من کارآفرین‌شدن است.	۳/۳۰	۱/۲۲
مزایای کارآفرین‌بودن برای من بیش از معایب آن است.	۳/۵۰	۱/۰۸
تمایل اندکی برای راه‌اندازی کسب‌وکار کشاورزی دارم.	۲/۸۰	۱/۲۱
از تمام جزییات ضروری عملی برای راه‌اندازی کسب‌وکار کشاورزی اطلاع دارم.	۲/۷۱	۱/۰۹

جدول ۳- توزیع فراوانی مهارت اجتماعی و نگرش دانشجویان به کارآفرینی

Table 3. Frequency distribution of social skill and attitude toward entrepreneurship

مهارت اجتماعی	فراوانی	درصد
ضعیف	۴۵	۳۲/۶
متوسط	۴۹	۳۵/۵
قوی	۴۴	۳۱/۹
نگرش	**فراوانی**	**درصد**
ضعیف	۳۶	۲۶/۱
متوسط	۶۱	۴۴/۲
قوی	۴۱	۲۹/۷

نمودار ۲ وضعیت دانشجویان درباره هر یک از ابعاد مهارت اجتماعی را نشان می‌دهد. همان‌طور که ملاحظه می‌شود وضعیت همدلی دانشجویان بهتر از سایر مؤلفه‌ها می‌باشد و میانگین بیشتری را به‌خود اختصاص داده است. خودتبلیغی و مهارت حل تضاد در دانشجویان کمتر بوده و رده‌های آخر را به‌خود اختصاص دادند.



نمودار ۲- وضعیت مهارت اجتماعی دانشجویان
Graph 2. Students rank based on components of social skill

جدول ۴ نتیجه‌ی تحلیل همبستگی بین مؤلفه‌های مهارت اجتماعی و مهارت اجتماعی کل با نگرش دانشجویان به کارآفرینی را نشان می‌دهد. نتایج تحقیق نشان داد بین مهارت‌های اجتماعی و نگرش دانشجویان به کارآفرینی رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری وجود دارد. پژوهشگران دیگر نیز به این نتیجه دست یافتند (۴،۷،۱۱،۱۲،۱۳،۱۶،۲۳،۳۶،۴۱،۴۵،۵۲،۵۶). با توجه به این موضوع، هر قدر مهارت‌های اجتماعی دانشجویان بیشتر باشد، نگرش مثبت‌تری به کارآفرینی دارند. اگرچه در نظام آموزش عالی کشاورزی به مهارت‌های سخت دانشجویان توجه شده و این مهارت‌ها در قالب دروس مختلف به آنان انتقال می‌یابد، اما به مهارت‌های نرم از جمله مهارت‌های اجتماعی چندان توجهی نشده است. این در حالی است که مهارت‌های اجتماعی نقش حمایتی قوی در کارآفرین شدن و موفقیت در کارآفرینی دارند و افرادی که دارای صلاحیت اجتماعی بالاتر باشند، احتمال اینکه کارآفرین شوند و در این نقش موفقیت کسب کنند، بیشتر می‌باشد (۵۰). از طرف دیگر، موفقیت کسب‌وکار جدید اغلب به مهارت کارآفرین در ایجاد شبکه‌ای از روابط حمایتی بستگی دارد (۵۹) و شبکه‌سازی و توانایی متقاعدکردن دیگران هسته‌ی کارآفرینی موفق را تشکیل می‌دهند (۱۸). استفاده از مهارت‌های اجتماعی برای برقراری ارتباط با دیگران، توانایی ایجاد رابطه مطلوب با دیگران و در نتیجه استفاده از سرمایه اجتماعی و تجربه‌های آنان می‌تواند در نگرش مثبت دانشجویان به مقوله کارآفرینی تأثیرگذار باشد. دانشجویانی که از نظر مهارت‌های اجتماعی در سطح بالا قرار دارند، شبکه‌های اجتماعی مطلوبی را ایجاد می‌کنند و حداکثر بهره‌برداری از منافع این شبکه‌ها را نیز دارند و عموماً به موفقیت بیشتری در مشاغل مختلف، در مقایسه با آنان که از مهارت کمتری برخوردارند دست می‌یابند (۹). این افراد در مقایسه با کسانی که مهارت پایین دارند، به نتایج بهتر در مذاکرات دست می‌یابند (۴۲) و غالباً عملکرد شغلی بالا دارند (۳۳) و گرایش به تماس‌های اجتماعی بیشتر دارند (۱۹). نظر به اینکه کارآفرینی در محیط اجتماعی رخ می‌دهد، بسیاری از کارهایی که باید برای موفقیت انجام شوند، شامل مؤلفه‌های اجتماعی‌شدن است. جذب سرمایه‌های بیرونی، ایجاد جدیت و تعهد در کارکنان، برقراری ارتباط مؤثر با افراد دارای سوابق گوناگون، جذب شرکاء و کارکنان کارآمد، ایجاد روابط و شبکه‌های کسب‌وکار، ایجاد اطمینان و مشروعیت و مذاکره با دیگران درباره مسائل گوناگون تنها برخی از تعاملاتی هستند که باید شروع و مدیریت شوند (۱۱).

مهارت‌های اجتماعی برای دانشجویانی که می‌خواهند کارآفرین شوند از اهمیت زیادی برخوردار است زیرا ۱) کارآفرینان با افراد بسیار زیادی ملاقات و تعامل دارند که بسیاری از آنان افراد تازه‌وارد بوده و جزئی از شبکه‌های اجتماعی‌شان نیستند. مهارت‌های اجتماعی می‌تواند در ایجاد ارتباط با این افراد بسیار سودمند باشد و آنان را جزئی از شبکه‌های اجتماعی قرار دهد، ۲) دانش‌آموختگان کارآفرین وقتی طرح‌شان را برای سرمایه‌گذاران کسب‌وکار، مشتری‌های بالقوه و بسیاری از افراد دیگر معرفی می‌کنند، نیازمند مهارت‌های ارتباطی عالی و سطح بالایی از اقناع هستند که به نوبه خود نیازمند مهارت‌های اجتماعی و سیاسی بالا است. کارآفرینان به کرات با ایجاد اشتیاق در دیگران برای ایده‌های‌شان، شرکت‌ها یا محصولات مواجه‌اند که میزان بیانگری بالا می‌تواند در این زمینه مفید باشد و در نهایت،

غالبا برای کارآفرینان ضرورت دارد تا تأثیر اولیه خوبی بر دیگران داشته باشند، زیرا آنان و شرکت‌های‌شان معمولاً ناشناخته بوده و شهرت اندک یا هیچ شهرتی ندارند (۱۰).
یافته‌های تحلیل همبستگی نشان داد بین مهارت‌های همدلی و همبستگی دانشجویان با نگرش آنان به کارآفرینی رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری وجود دارد. بنابراین، هرقدر دانشجویان از مهارت‌های همدلی و همبستگی بالاتری برخودار باشند، نگرش آنان به کارآفرینی مثبت‌تر خواهد بود. نتایج همچنین نشان داد بین مهارت‌های گفت‌وگوی دانشجویان و نگرش آنان به کارآفرینی رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری وجود دارد و هر قدر مهارت‌های گفت‌وگوی دانشجویان بالاتر باشد، نگرش مثبت‌تری به کارآفرینی خواهند داشت و برعکس، هر قدر مهارت دانشجویان کمتر باشد، نگرش منفی‌تری به کارآفرینی خواهند داشت. نتایج تحقیق نشان داد بین مهارت‌های همکاری دانشجویان و نگرش آنان به کارآفرینی رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری وجود دارد. این نتیجه مطابق با پژوهش‌های سودابی و همکاران (۶۰) و کابلی و شان (۱۶) می‌باشد. بر اساس یافته‌های پژوهش بین مهارت‌های حل تضاد دانشجویان با نگرش آنان به کارآفرینی رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری وجود دارد و هرقدر دانشجویان منازعات را بهتر مدیریت کنند، نگرش آنان به کارآفرینی مثبت‌تر خواهد بود. نتایج تحقیق نشان داد بین خودتبلیغی دانشجویان و نگرش آنان به کارآفرینی رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری وجود دارد. بنابراین، هرقدر خودتبلیغی دانشجویان بیشتر باشد، نگرش مثبت‌تری به کارآفرینی خواهند داشت. یافته‌ها همچنین نشان داد بین مهارت اقناع دانشجویان با نگرش آنان به کارآفرینی رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری وجود دارد. پژوهشگران دیگر نیز به این موضوع اشاره کردند (۵۲،۱۸،۱۴،۱۱). این توانایی افراد را قادر می‌سازد تا دیگران را درباره نظرات، برنامه‌ها یا محصولات‌شان قانع کنند.

جدول ۴- آزمون همبستگی بین مهارت اجتماعی و مؤلفه‌های آن با نگرش دانشجویان به کارآفرینی
Table 4. Correlation test between students' social skill and their attitude toward entrepreneurship

مؤلفه‌های مهارت اجتماعی	ضریب همبستگی	سطح معنی‌داری
مهارت گفت‌وگو	۰/۲۳۳**	۰/۰۰۳
مهارت همکاری	۰/۲۵۰**	۰/۰۰۲
مهارت حل تضاد	۰/۲۴۲**	۰/۰۰۲
اقناع	۰/۲۰۶**	۰/۰۰۸
مهارت همدلی و همبستگی	۰/۱۷۵*	۰/۰۲۰
خودتبلیغی	۰/۱۶۹*	۰/۰۲۴
مهارت اجتماعی کل	۰/۲۸۵**	۰/۰۰۰

**: معنی‌دار در سطح ۱٪ *: معنی‌دار در سطح ۵٪

بر اساس یافته‌های این پژوهش نیاز به طراحی و اجرای دوره‌ها و برنامه‌هایی با هدف پرورش مهارت‌های اجتماعی دانشجویان برای تشویق کارآفرینی مهم است که محققان دیگر (۴۹،۲۲) هم به آن اشاره کردند. خوشبختانه این مهارت‌ها را می‌توان به آسانی به‌دست آورد یا تقویت کرد (۳۹). بنابراین، توجه به پرورش مهارت‌های نرم در دانشجویان در کنار مهارت‌های سخت که در دوران تحصیل و در قالب دروس کسب می‌کنند، می‌تواند زمینه را برای ارتقای مهارت‌های اجتماعی آنان فراهم کند تا بتوانند با استفاده از این مهارت‌ها به راحتی با دیگران ارتباط برقرار کنند و از سرمایه اجتماعی پیرامون خود در زندگی بهره گیرند و آن را در فعالیت‌های گوناگون از جمله کارآفرینی به کار گیرند.
به‌نظر می‌رسد گنجاندن دروسی مانند کارآفرینی، روان‌شناسی به‌ویژه روان‌شناسی اجتماعی و ارتباطات یا مهارت‌های ارتباطی بین فردی می‌تواند خلأ موجود در این زمینه را جبران کند و به تقویت مهارت‌های نرم در دانشجویان کمک کند.

منابع

1. Akbari, M.R., A. Alambeigi and S. Mousavi. 2014. Investigation of influencing factors in job career: evidences from Tehran University agriscience student (case study: faculty of economics and development, college of agriculture and natural resources, Tehran University). Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research, 45(2): 323-331 (In Persian).
2. Alambaigi, A., S. Jalilian and S. Latifi. 2018. Effect of entrepreneurship characteristics on rural youths' attitude and intention toward self-employment (Case study villages of West Islamabad County). Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research, 48(4): 681-691 (In Persian).
3. Amiri, A. and Y. Moradi. 2008. The survey of entrepreneurial attitudes barriers of students. Quarterly Journal of Research and Planning in Higher Education, 14(3): 45-67 (In Persian).
4. Atayi Zanjani Nejad, F. and R. Davoudi. 2016. The relationship between social skills and entrepreneurial skills among high school students in district 2, Zanjan, Iran. International Journal of Scientific Management and Development, 4(3): 76-79.

5. Audet, J. 2000. Evaluation of two approaches to entrepreneurial education using an intention based model of venture creation. Academy of Entrepreneurship Journal, 6(1): 57- 63.
6. Autio, E., R. Keely, M. Klofsten and T. Uifstedt. 1997. Entrepreneurial intent among students: testing an intent model in Asia, Scandinavia and USA. Frontier of Entrepreneurship Research. Wellesley, MA: Babson College.
7. Baron, R.A. 2000. The role of social skills in entrepreneurs' success: evidence from videotapes of entrepreneurs' presentations. Retrieved September 24 2017, from: https://fusionmx.babson.edu/entrep/fer/papers99/I/I_A/I_A.html
8. Baron, R.A. 2012. Entrepreneurship: An evidence-based guide. Edward Elgar Publishing, Northampton, USA, 240pp.
9. Baron, R.A. 2013. Enhancing entrepreneurial excellence: tools for making the possible real. Edward Elgar Publishing, Northampton, USA, 208 pp.
10. Baron, R.A. 2014. Essentials of entrepreneurship: evidence and practice. Edward Elgar Publishing, Northampton, USA, 392 pp.
11. Baron, R.A. and G.D. Markman. 2003. Beyond social capital: the role of entrepreneurs' social competence in their financial success. Journal of Business Venturing, 18: 41-60.
12. Baron, R.A. and J. Tang. 2009. Entrepreneurs' social skills and new venture performance: mediating mechanisms and cultural generality. Journal of Management, 35(2): 282-306.
13. Baum, J.R. and E.A. Locke. 2004. The relationship of entrepreneurial traits, skill, and motivation to subsequent venture growth. Journal of Applied Psychology, 89(4): 587-598.
14. Brush, C.G. 2008. Pioneering strategies for entrepreneurial success. Business Horizons, 51: 21-27.
15. Bygrave, W. and A. Zacharakis. 2011. Entrepreneurship. Second edition, John Wiley and Sons Inc, NJ, USA, 632pp.
16. Cable, D.M. and S. Shane. 1997. A prisoner's dilemma approach to entrepreneur–venture capitalist relationships. Academy Management Review, 32: 142-176.
17. Cheel, E. 2008. The nascent entrepreneur, business development and the role of human resources, In R. Barrett and S. Mayson, international handbook of entrepreneurship and HRM, USA: Edward Elgar.
18. Davidsson, P. and B. Honig. 2003. The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. Journal of Business Venturing, 18: 301-331.
19. Diener, E. and M.E.P. Seligman. 2002. Very happy people. Psychological Science, 13: 81-84
20. Dimitrova, M.G., L.K. Yovena and D. Kamenova. 2012. University students' attitude and intentions towards entrepreneurial education. IUC yearbook, 5(1): 90-99.
21. Duchesneau, D.A. and W.B. Gartner. 1990. A profile of new venture success and failure in an emerging industry. Journal of Business Venturing, 5: 297-312.
22. Fayolle, A. 2013. Personal views on the future of entrepreneurship education. Entrepreneurship and Regional Development, 25(7-8): 692-701.
23. Ferris, G.R., L.A. Witt and W.A. Hochwarter. 2001. Interaction of social skills and general mental ability on job performance and salary. Journal of Applied Psychology, 86: 1075-1082.
24. Fligstein, N. 1997. Social skill and institutional theory. American Behavioral Science, 40(4): 397-405.
25. Fligstein, N. 2013. Understanding stability and change in fields. Research in Organizational Behavior, 33: 39-51.
26. Ghyiasi, A.R. 2017. The effect of self-efficacy belief on entrepreneurial intention with mediating entrepreneurial attitude of agricultural and natural resource students, University of Zabol, Iran. Journal of Agricultural Education Administration Research, 39(8): 3-15 (In Persian).
27. Gibson, S.G., M.L. Harris, T.D. Mick and T.M. Burkhalter. 2011. Comparing the entrepreneurial attitudes of university and community college students. Journal of Higher Education Theory and Practice, 11(2): 11-18.
28. Gorman, G., D. Hanlon and W. King. 1997. Some research perspective on entrepreneurship education and education for small business management: a ten-year literature review. International Small Business Journal, 15(3): 56-77.
29. Gurrero, M., J. Rialp and D. Urbano. 2008. The impact of desirability and feasibility on entrepreneurial intentions: a structural equation model. International Entrepreneurship Management Journal, 4(1): 35-50.
30. Habibpoor Getabi, K. and R. Safari Shali. 2014. Comprehensive manual for using SPSS in survey researches. Sixth edition, Ghazal, Tehran, Iran, 862 pp (In Persian).
31. Hair, J.F., W.C. Black, B.J. Babin and R.E. Anderson. 2014. Multivariate data analysis. Seventh edition, Pearson, Harlow, UK, 816 pp.

32. Harris, K.J., K.M. Kacmar, S. Zivnuska and J.D. Shaw. 2007. The impact of political skill on impression management effectiveness. Journal of Applied Psychology, 27: 278-285.
33. Hochwarter, W.A., L.A. Witt, D.C. Treadway and G.R. Ferris. 2006. The interaction of social skill and organizational support on job performance. Journal of Applied Psychology, 91: 482-489.
34. Hoehn-Weiss, M., C. Brush and R. Baron. 2004. Putting your best foot forward? Assessments of entrepreneurial social competence from two perspectives. Journal of Private Equity, 7(4): 17-26.
35. HosseiniNasab, D., A. Khadivi and A. Moosazadeh. 2010. A study of the relationship between the components of learning organization with students' entrepreneurship attitude in Naghadeh Payam Noor University in 2009-2010. Journal of Instruction and Evaluation, 3(12): 29-46 (In Persian).
36. Kakapour, S. and H. Khonifar. 2014. The study of relations between social skill of entrepreneurs, market orientation and corporate entrepreneurship among knowledge-based organizations in Tehran. Journal of Entrepreneurship Development, 7(2): 349-367 (In Persian).
37. Karatas, Z., R. Sag and D. Arslan. 2015. Development of social skill rating scale for primary school students-teacher form (SSRS-T) and analysis of its psychometric properties. Procedia Social and Behavioral Sciences, 197: 1447-1453.
38. Keshavarz, M. 2019. Investigation of determinants and drivers of rural entrepreneurship development in Iran: a meta-analysis. Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research, 49(4): 765-778 (In Persian).
39. Kotsou, I., D. Nelis, J. Grégoire and M. Mikolajczak. 2011. Emotional plasticity: conditions and effects of improving emotional competence in adulthood. Journal of Applied Psychology, 96(4): 827-839.
40. Kyndt, E. and H. Baert. 2015. Entrepreneurial competencies: Assessment and predictive value for entrepreneurship. Journal of Vocational Behavior, 90: 13-25.
41. Lamine, W., S. Mian and A. Fayolle. 2014. How do social skills enable nascent entrepreneurs to enact perseverance strategies in the face of challenges? A comparative case study of success and failure. International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research, 20(6): 517-541.
42. Lewicki, R.J., D.M. Saunders and M. Barry. 2005. Negotiation. McGraw-Hill/Irwin, New York, UAS, 704pp.
43. Linan, F. 2008. Skill and value perceptions: how do they affect entrepreneurial intentions? International Entrepreneurship and Management Journal, 4: 257-272.
44. Majidi, D., B. Yasbolaghi Sharahi and M. AliMohammadi. 2012. Impact of entrepreneurship training on entrepreneurial attitude and spirit of the students of the faculty of educational science and psychology of Kharazmi University. Skill Training, 1(1): 117-129 (In Persian).
45. Meutia, T.I. 2012. The development of entrepreneurial social competence and business network to improve competitive advantage and business performance of small medium sized enterprises: a case study of Batik industry in Indonesia. Procedia Social and Behavioral Sciences, 65: 46-51.
46. Mohammadi Chmnari, H., M. Karamipoor and M.A. Nemati. 2016. The relationship between communication skills and entrepreneurship skills among Allameh Tabatabai University and Kharazmi. Quarterly Journal of Research in Educational Systems, 9(31): 285-325 (In Persian).
47. Mohseni A., S.H. Mousavi and M. Jamali. 2013. The role of entrepreneurship training on students' entrepreneurial attitude and general self-efficiency beliefs. Quarterly Journal of Research and Planning in Higher Education, 19(3): 63-80 (In Persian).
48. Najafi, S., J. Mikaniki, F. Khajehee and M. Davarpanah. 2017. Investigating the attitude to entrepreneurship in agricultural quick-impact companies (case study: City of Birjand). Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture, 3(6), 9-15 (In Persian).
49. Neck, H.M. and P.G. Greene. 2011. Entrepreneurship education: known worlds and new frontiers. Journal of Small Business Management, 49(1): 55-70.
50. Obembe, E., O. Otesile and I. Ukpong. 2014. Understanding the students' perspectives towards entrepreneurship. Procedia Social and Behavioral Sciences, 145: 5-11.
51. Obschonka, M., K. Duckworth, R.K. Silbereisen and I. Schoon. 2012. Social competencies in childhood and adolescence and entrepreneurship in young adulthood: A two-study analysis. International Journal of Developmental Science, 6(3-4): 137-150.
52. Omrane, A. 2015. Entrepreneurs' social capital and access to external resources: the effects of social skills. International Journal of Entrepreneurship and Small Business, 24(3): 357-382.
53. Peterman, N.E. and J. Kennedy. 2003. Enterprise education: influencing students' perceptions of entrepreneurship. Entrepreneurship: Theory and Practice, 28(2): 129-145.

54. Pulka, M., R. Rikwentishe and B. Ibrahim. 2014. An evaluation of students' attitude towards entrepreneurship education in some selected universities in north east Nigeria. Global Journal of Management and Business Research: an Administration and Management, 14(8): 2-9.
55. Rekabdar, G.H. and B. Soleymani. 2010. Identify typology of perfectionism and its effect beside gender on attitude toward entrepreneurship. Journal of Educational Psychology, 2(3): 89-105 (In Persian).
56. Rezaei, M. 2016. Relationship between emotional intelligence and entrepreneurial capacity of agricultural students. Journal of Agricultural Education Administration Research, 39: 28-40 (In Persian).
57. Seif Naraqi, M. and M. Oladian. 2011. A comparison of entrepreneurship trainees based on individual characteristics, job and education variables related to factors affecting entrepreneurship development on curriculum of training science in bachelor level. Journal of Iranian Social Development Studies, 3(2): 113-132 (In Persian).
58. Steenekamp, A.G. 2009. An exploratory study of the entrepreneurial attitudes of secondary school learners. MBA thesis, North-West University, London, United Kingdom, 200 pp.
59. Steier, L. 2000. Entrepreneurship and the evolution of angel financial networks. Organization Studies, 21(1): 163-192.
60. Suddaby, R., T. Viale and Y. Gendron. 2016. Reflexivity: The role of embedded social position and entrepreneurial social skill in processes of field level change. Research in Organizational Behavior, 36: 225-245.
61. Tapia-Gutierrez, C.P. and S. Cubo-Delgado. 2015. Design of an instrument to assess social skills in teacher training programs. Procedia Social and Behavioral Sciences, 197: 1074-1078.
62. Thomas, P., D. Paul and J. Cadle. 2012. The human touch: personal skills for professional success. BCS learning, Swindon, UK, 235 pp.
63. Tounes, A. 2006. Students' entrepreneurial intentions in France. Annual Academy of Management Conference, 112-118 pp., Atlanta, Georgia.
64. Trenan, J., P. Renfrow and B. Watson. 2003. Situational factors and entrepreneurial intentions. Annual Conference of Small Enterprise Association of Australia, 110-115 pp., Sydney, Australia.
65. Wayne, S.J. & R.C. Liden. 1995. Effects of impression management on performance effects of impression management on performance ratings: A longitudinal study. Academy of Management Journal, 38: 232-260.
66. Wyman, P.A., I. Sandler, S. Wolchik and K. Nelson 2000. Resilience as cumulative competence promotion and stress protection: Theory and intervention. In: Cicchetti, D., J. Rappaport, I. Sandler and R.P. Weissberg (eds.) The promotion of wellness in children and adolescents, 128-132 pp., Child Welfare League of America, USA.
67. Yermentaeyeva, A., E. Uaidullakyzy, A. Ayapbergenova and K. Muldabekova. 2014. Social intelligence as a condition for the development of communicative competence of the future teachers. Procedia Social and Behavioral Sciences, 116: 4758-4763.

The Relationship between Social Skills and Agricultural Students' Attitude towards Entrepreneurship at University of Tehran

Masoud Rezaei

Associate Professor, Iranian Institute of Humanities and Cultural Studies
(Corresponding author: m.rezaei@ihcs.ac.ir)
Received: June 12, 2019 Accepted: August 31, 2019

Abstract

The aim of this research was to investigate the relationship between social skills and agricultural students' attitude towards entrepreneurship at University of Tehran. The statistical population of the study contained of all M.Sc. students in agriculture faculty of Tehran University (N=450), from which 138 students were selected by using SPSS Sample Power software. Simple random sampling was employed in selection of the respondents. A questionnaire was developed to gather data. Validity and reliability of the research instrument were confirmed based on the evaluation of a panel of experts and ordinal alpha coefficient (0.79 & 0.89), respectively. The results indicated that the social skill of the majority of students was either low or intermediate and their attitude towards entrepreneurship was either intermediate or high. The finding of correlation analysis revealed that there was a positive significant (at 1% significance level) relationship between conversational skill, collaborative skill, conflict resolution skill, persuasion and total social skill and students' attitude towards entrepreneurship. The results also showed that there was a positive significant (at 5% significance level) relationship between solidarity and empathic skill and self-promotion and students' attitude towards entrepreneurship. Therefore, it can be concluded that if students' social skills improve through education, their attitude toward entrepreneurship will also be improved.

Keywords: Agricultural Students, Attitude toward Entrepreneurship, Social skill